



胡晓云品牌研究工作室

◆ 李 闯 著

感 受 心 动

*Feeling
palpitation*



国际
软饮料业
十大实力品牌
发展战略

*Studies
on
10
International
Mighty
Soft
Drink
Brands'
Developing
Strategies*

◆ 浙江大学出版社

品
牌
榜
样

图书在版编目(CIP)数据

感受心动:国际软饮料业十大实力品牌发展战略/李
闯著.-杭州:浙江大学出版社,2003.6

(品牌榜样/胡晓云主编)

ISBN 7-308-03271-X

I.感… II.①李… III.饮料-食品工业-工业企
业管理-研究-世界 IV.F416.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 015298 号

《品牌榜样》丛书 胡晓云 主编

感受心动

——国际软饮料业十大实力品牌发展战略

李 闯 著

责任编辑 张节末
美术编辑 刘依群
出版发行 浙江大学出版社
(杭州浙大路 38 号 邮编 310027)
(E-mail:zupress@mail.hz.zj.cn)
(网址: <http://www.zjupress.com>)

制 版	杭州天一图文制作有限公司
印 刷	杭州市长命印刷厂
开 本	850mm×1168mm 1/32
插 页	24
经 销	全国各地新华书店
印 张	10.25
字 数	276 千字
印 数	0001-5000
版 次	2003 年 6 月第 1 版
印 次	2003 年 6 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-308-03271-X/F·433
定 价	28.00 元



△低成本的制作带给可口可乐无限惊喜(34)



△幽默是多样化风格不可缺少的一维(34)



△青春形象自然离不开帅哥靓妹(30)



△早期的美女广告很有亲和力(5)

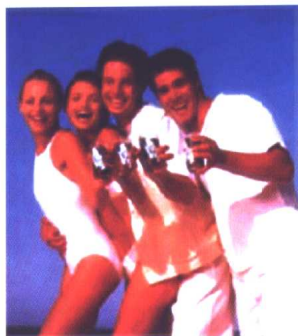
彩图相关研究文字链接括号内页码

感受心动

—— 国际软饮料业十大实力品牌发展战略



△充满激情的同时,不忘保持同一视觉标识(48)



△雀巢咖啡的名人推荐广告(48)



△车身广告是雀巢咖啡较常使用的情感联系方式之一(43)

感受心动

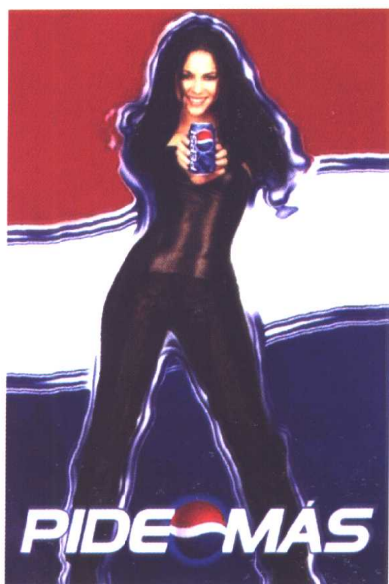
—— 国际软饮料业十大实力品牌发展战略

品牌 / 风采

品牌 / 风采



△在雀巢咖啡的广告里,这样温馨浪漫的场面到处可见(42)



△娱乐广告总是和明星脱不了干系(87)



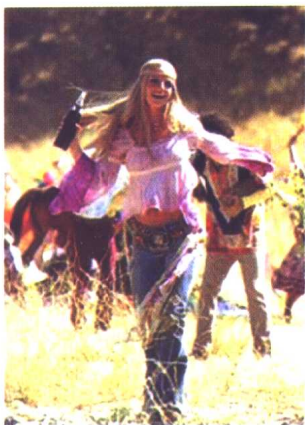
△与可口可乐形成鲜明对比,百事可乐商标的变动频繁(67)

感受心动

—— 国际软饮料业十大实力品牌发展战略

品
牌
风
采

Feeling palpitation



△布兰妮的魅力不可阻挡(88)



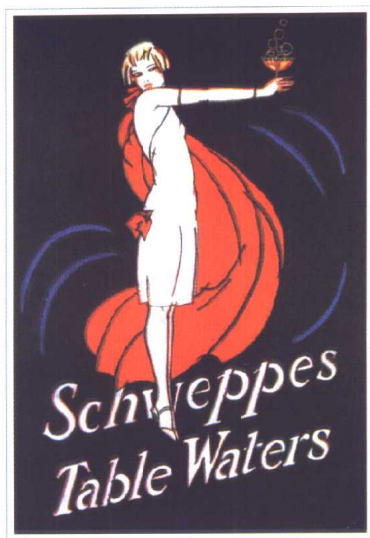
△娱乐营销当然离不开像瑞奇·马丁这样的大牌明星(82)



△出色的广告创意是施韦普斯成功的重要因素(105)

感受心动

—— 国际软饮料业十大实力品牌发展战略



◁ 诉求产品的气泡特点是施韦普斯早期广告的重要特点 (102)



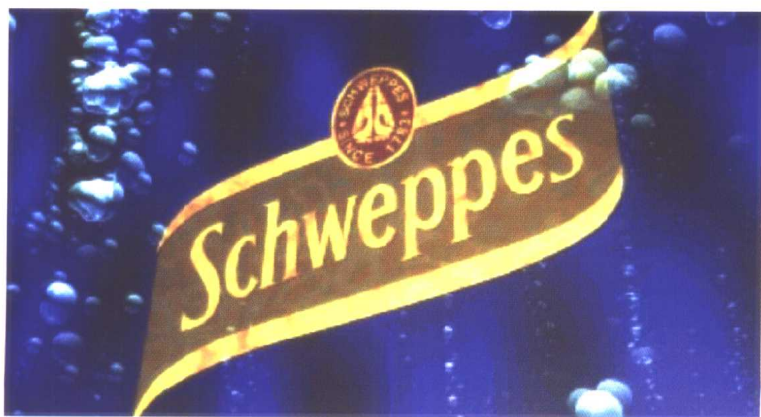
△ 对名字的创造性运用之一 (110)

感受心动

—— 国际软饮料业十大实力品牌发展战略



△现在的施韦普斯广告已经变得很时尚另类(113)

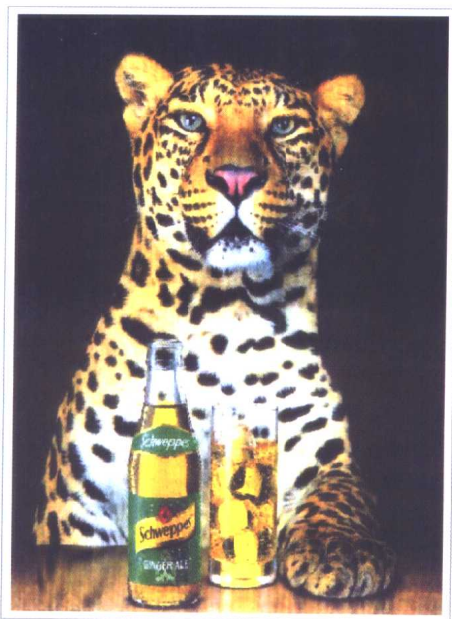


△现在对气泡的诉求仍然是施韦普斯广告的重要特点(102)

感受心动

——国际软饮料业十大实力品牌发展战略

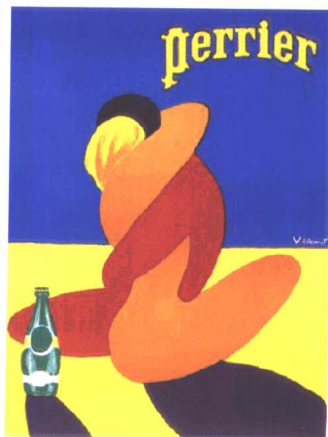
品
牌
风
采



△高傲、幽默的美洲豹使施韦普斯的广告创意脱颖而出(112)



△依照它的发明者命名的施韦普斯已经成为世界上最值钱的商标之一(104)



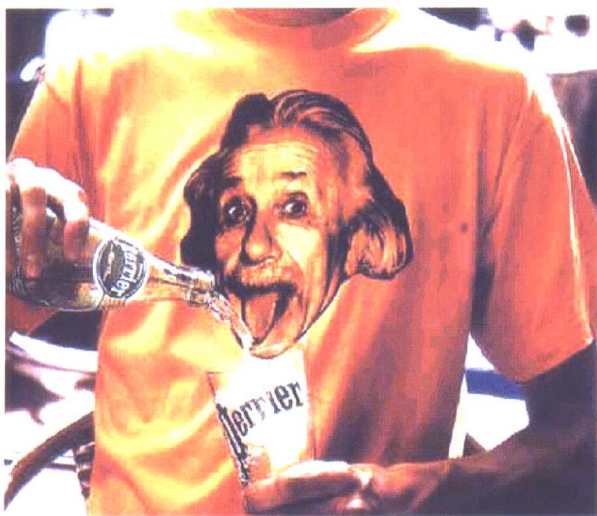
△巴黎水广告的艺术特色(146)

感受心动

—— 国际软饮料业十大实力品牌发展战略



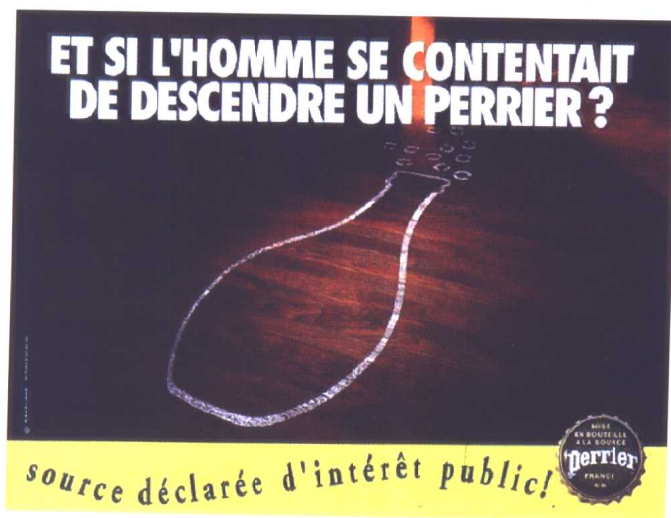
△巴黎水广告——李小龙篇(158)



△巴黎水广告——爱因斯坦篇(158)



△巴黎水广告——子弹篇(155)



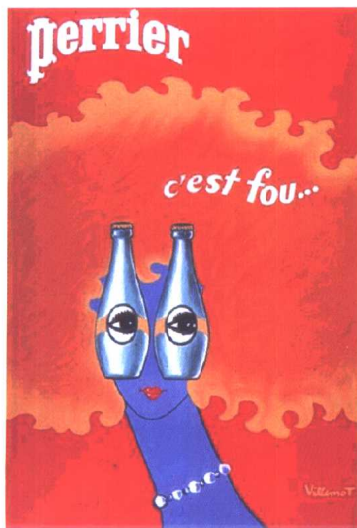
△巴黎水广告——尸体篇(155)

感受心动

—— 国际软饮料业十大实力品牌发展战略



△麦氏咖啡的户外广告(172)



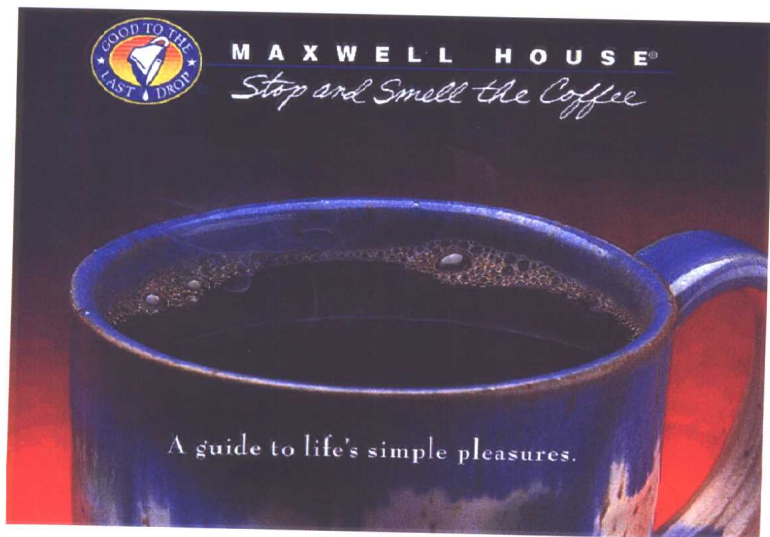
△精致的巴黎水海报(146)



△抽象的艺术之作,尽显画家本色(138)



△麦氏咖啡的贵族气质(173)



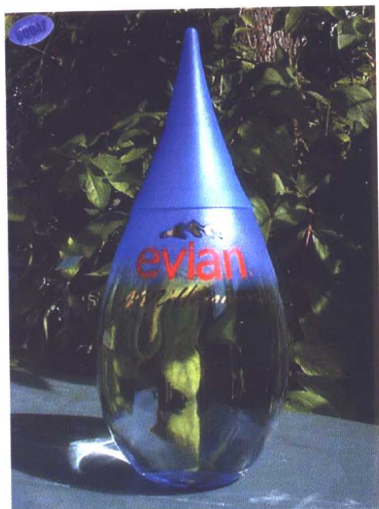
△麦氏咖啡用产品证明自己的高品质(166)

感受心动

—— 国际软饮料业十大实力品牌发展战略



△完美平衡的矿物元素使依云像小孩的奶粉(187)



△人性鲜明的包装设计(202)

L'original



△天使篇(195)

感受心动

—— 国际软饮料业十大实力品牌发展战略



△美人鱼(193)

品
牌
风
采

Feeling poplation



△浴缸篇(194)

感受心动

—— 国际软饮料业十大实力品牌发展战略

品
牌
风
采

Feeding imagination



△冰宫篇(194)



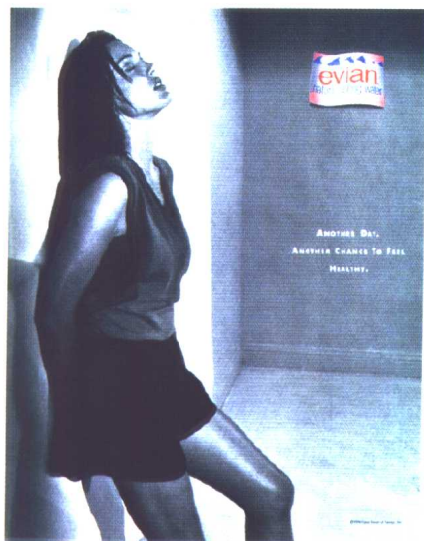
△鱼缸篇(193)

感受心动

—— 国际软饮料业十大实力品牌发展战略

品
牌
风
采

Testis palpation



△依云现在的很多广告都很性感(198)



△依云饮用水与矿泉疗养共生共息(196)