

个人信息



加州罂粟

今日访问: 196
总访问量: 303254
开博时间: 2008-03-26
博客排名: 暂无排名

博文分类 [管理](#)

- 全部博文 (227)
- 如果人都是天使 (63)
- 办公室里没恋情 (16)
- 记不住的记忆 (45)
- 数码时代的生活 (21)
- 好摄之途 (36)
- 林冲日记 (6)
- 不懂经济说经济 (23)
- 瞎说的美国故事 (19)

日志存档

- 2020年
 - 9月 (1)
 - 8月 (1)
 - 4月 (1)
 - 3月 (1)
- 2019年
- 2018年
- 2017年
- 2016年
- 2015年
- 2014年
- 2013年
- 2012年
- 2011年
- 2010年
- 2009年

博文正文

管理

品牌的故事

2008-04-26 22:54 星期六



和朋友闲谈，朋友问我一个英文词：Kipling。我不认识，说该不是人名吧？朋友说好像是品牌。我说这样的名字很有可能是欧洲的一个不错的品牌，但不会是顶级品牌。敢这么说，因为是闲谈，说错了也无所谓，另一原因是在琢磨这个品牌拼写和和读音的时候，脑海里浮现出欧洲大陆某国家古老的街道。

上网搜了一下，Kipling是比利时很有名气的休闲包。

经济全球化时代，消费国际化，不仅国外品牌大批进入中国市场，本土品牌也开始“洋务运动”。在识别真真假假的品牌时，有一点算不上规律的规律。

用拼音做品牌，要么是老厂，要么是山寨品牌（意思是说从很没有实力的地方出来的品牌，有仿造一切品牌的气势）。国际经济交流发展到今天，继续使用拼音做品牌的，要么实在是牛，比如说Haier，要么实在是牛不起来，这类东西地摊儿上很多。

用英文词汇或词汇缩写做品牌，通常是本土品牌。比如说牡丹就叫Peony，星星就叫Star，两颗星星就叫Double Star，呵呵，反正这样名称多的是。这类品牌历史大致分两种，一种是老外贸易品牌或一些传统牌子，比拼音要高了一个阶段，但也仅仅高了一个阶段。另一种是近些年发展起来的民间牌子，看到国外牌子名字洋气，自己也起了一个洋气一点的名字。这类牌子从设计到生产通常和国外没有任何关系，是地地道道的本土牌子，比拼音牌子还正宗。

用似是而非的英文名字做品牌近年来很流行。随着国人眼界逐渐打开，逐渐发现国外牌子极少用英文词汇做品牌名称，而是用一种我们根本不认识的“洋名字”做品牌名称，比如Procter & Gamble，中文叫宝洁，很酷的样子。于是有些人也开始在这方面用心思。广东、江浙一带新崛起的品牌喜欢走这个路子，可以这么说，这些比较知名的中文品牌后面绝大多数都有一个类似规律的“洋名字”。中英文在读音方面多少有些关联。和国外品牌名称的区别是，国外品牌是根据外文找中文名称，中国品牌恰好相反，根据中文发音找国外词汇，有时候难免不伦不类。海信，叫Hisense，美的，Media，奇瑞，Cherry等等。这类品牌有点像新贵一族，不客气的说法是暴发户，品牌缺乏历史内涵，不过好歹比前两种的品牌意识能好一些。联想的例子很有意思。联想原来的名字叫Legend，还算不错的译法，读音、含义，多多少少有些联系，而且不是很牵强。后来改成Lenovo，很像法语词。据说是因为老名字在某些国家已经是注册商标了，所以选择这个词。新名字挺酷的，Le Novo这个准法语词相当于英语的The New。联想从Legend到Lenovo的转变，在很大程度上折射了国内企业在品牌经营上的一个心态。

应该说，选择拉丁或希腊字根的名字作为品牌名称，可以在一定程度上避免选择常用英文词汇的俗气。在拉丁字根中，法语和意大利语常用的词汇无疑是最受青睐的，因为这两个国家在品牌领域的影响力是超一流的，就像德国汽车、瑞士手表一样。这方面做得到家的，应该首推日本。日本的牌子，如果不是用罗马字母（日本人都这样称呼，其实就是英文字母）表示的

日文读音,那就很可能是拉丁或希腊字根,抑或和欧洲历史文化有些渊源的词汇。日本虽然号称东洋,骨子里却是非常西化的国家。在品牌选择时对西方文化有很强烈的偏爱。不过从欧洲古典文化中挖掘内涵作为品牌的做法,的确要比杜撰一个英文词汇作为品牌的做法更叫高明一些。

看得懂的国外品牌。看得懂的国外品牌,比如说General Motors, North Face, 一看就懂,这类品牌通常是常见品牌,说不上好,也说不上坏。企业选择这样的品牌,可能是因为一直是比较强势,所以不必再选择花哨的名字,General Motors这样的企业现在已经家喻户晓了;也可能通过名称表明自己的渊源。Northface的字面意思就是山的北坡,美国加州优胜美地是美国攀岩圣地,在那里诞生了一大批户外运动品牌,很多企业选择这样的名字也在暗示自己跟正苗红。大概设计者的确征服过那里某一座山的北坡吧。Pantagonia也是美国不错的户外品牌,因为这家企业的设计灵感很多取自阿根廷的巴塔哥尼亚高原壮丽的景色。所这类牌子即使不是顶级牌子,也多多少少有点历史。

另一种看得懂的国外品牌是字母缩写,例如新秀丽旗下又一款箱包叫做AMERICAN TOURISTER, 一看就知道是什么。这款箱包的定位是副牌,比设计师品牌的新秀丽(Samsonite)低端一些。这几年,中国企业也开始注意通过品牌名称传达企业内涵。比如说中国石油PetroChina, 联通Unicom, 名字起的都不错,这比胡乱杜撰词汇的附庸风雅要务实得多。

看不懂的国外品牌,这一类就太多了,主要是设计师品牌,英文叫 Designer Brand, 用自己的名字做品牌,是一种自信。这在时尚界比比皆是,在欧美高档商品大多数都是设计师品牌。时装领域的Armani, Versace, CD, Chanel, 汽车设计大师Ferrari, 顶级陶瓷品牌LLADRO, 顶级名品Lalique, Cartier 首饰, Constantin手表, Zeiss 镜头, 这些品牌晦涩难记,但都是真正的大牌子。有些牌子虽然有英文的形式,但不能按英文习惯去读,比如, Versace, 字母e要发音,而且字母c也不是英文发音习惯。因为这些名字背后的设计大师通常来自意大利或法国,要按照法语或意大利语的习惯发音。以后再看到高档品牌即使看得懂名字也不要轻易读出来,因为很可能读错。

当然,这类名字也是最容易误导人的,现在商人也学会了,随便找几个拉丁字根杜撰一个名字,比如Giovani, C'est Pelle, 一不小心就上当了。不过大牌子始终是大牌子,多上网找找就是了,不必迷信。

回到前面的问题。Kibling这个名字在国内、东方都不太可能出现,发音规律特殊,更像日耳曼语系的发音,德国、荷兰、英国之类的。这些国家这个词不是熟知的词汇,也不是缩写,与拉丁字根罗马字根相距甚远,很可能是设计师的名字。在这些德国、英国等国家,虽然没有太多的世界顶级牌子,但毕竟几百年的资本主义商业也会酝酿出一些好牌子,因此既然这个牌子来到中国,实力定然不俗。实际上,现在时尚界,出言必提法国、意大利,其实欧洲各国均后上好品牌。西班牙的雅致瓷器,德国的Hugo Boss,也都很有影响。综合各种考虑推测Kipling是欧洲某个上好品牌,概率比较大。

认真琢磨,识别品牌也是很有意思的事,只是不要太自信了。我们距离真正时尚、奢华品牌世界,还差十万八千里呢,能知道一点点,面对品牌不要一脸茫然就足够了。

分类: [数码时代的生活](#) | [评论:0](#) | [浏览:1399](#) | [收藏](#) |

[天涯微博](#)

[上一篇: In Gold We Trust](#)

[下一篇: 米国杂谈\(一\)](#)

[天涯“2016年度十大最具影响力博客”评选](#)

[现在农村楼房都是如何改造](#)

[木制乐高培训爱创教育品质之选](#)

[浙江公安违法办案,谁来管?](#)

[一代贤相狄仁杰为何只官居三品?](#)

[思考稀缺的时代,会计不单只是记账代理](#)

网友评论:

[我要评论](#)

[返回顶部](#)

发布评论:

作者: 加州罌粟

输入您的评论:(不支持HTML标签)

同时转发到微博

验证码



提交

