

奢侈品珠宝功能APP开发

| | |
|------|----------------------------|
| 产品名称 | 奢侈品珠宝功能APP开发 |
| 公司名称 | 恒探软件网络科技（6年开发公司） |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 广州市天河区东英科技园 |
| 联系电话 | WX : 916966649 13729039903 |

产品详情

奢侈品珠宝系统开发，奢侈品珠宝软件开发，奢侈品珠宝app开发，奢侈品珠宝商城软件开发，奢侈品珠宝系统模式开发，奢侈品珠宝商城系统开发，奢侈品珠宝系统开发搭建，奢侈品珠宝微商系统模式开发。

手机品牌，注定是一场没有钱途的游戏。

只有高价格和材料叠加，没有强品牌力，品牌只是驱壳难转化

意味着历史沉淀和积累的品牌文化，品更加需要文化内涵和讲故事能力。

品的价值不在于产品本身，而在于其工艺与品牌文化。品品牌本身具有文化内涵，才有象征意义，才能产生高昂的溢价，才会吸引铁杆粉丝，成为忠实客户。

品不凡的历程，一个个生动的故事成为品牌高端化好的背书，即戴维阿克所说的品牌资产的积累。

珠宝品牌必须培育出独特的品牌文化。品手机高昂售价的支撑，离不开持久深入人心的高端品牌力与品牌内涵。品牌能否持久，简单推高价格是没有用的。关键看能否提供产品功能价值之外的价值，并且打动特定人群，具备较高的品牌溢价。

品级别的消费电子，包括Vertu和8848手机在这一点上，都有着这方面的明显硬伤。

随着称霸全球的诺基亚商业帝国轰然倒下，VERTU失去了原有光环。创立才三年的8848，本来就没有光环。

Vertu和8848不具备身份背景，没有传奇的故事，无法形成好的品牌联想和明确的使用者身份象征。

它们刻意打造的只能靠产品本身价值的叠加，例如增加各种宝石、黄金、珠宝、鳄鱼皮等各类高端材料。在使用材料和工艺设计方面，也做到了，以彰显其所谓的品牌价值。