

動腦知識庫



大鐸資訊股份有限公司
TudorTech Systems Co., Ltd

動腦知識庫



- 簡介

- 完整收錄「動腦雜誌」自1977年出刊至今的數位化圖文資料精華，是培養成為未來行銷創意人才的專業雜誌。
- Embargo期數：3期
- 資料型態：全文+全文影像
- 收錄範圍：1977年-2012年

- 深度內容

- 跨國界的廣告議題交流
- 最新的行銷趨勢探討
- 精采豐富的廣告專欄
- 創意多元的內容觀點

動腦知識庫

• 特色：

- 完整收錄近**36年**廣告媒體界的重要議題
- 盡蒐歷年廣告、行銷、媒體的統計數字與歷史資料
- 快速**全文**檢索功能，查詢數位資料省時又方便
- 提供雜誌**全頁**影像，讓您能體驗閱讀原始雜誌版面的樂趣



知識庫功能介紹

動腦brain

卷期瀏覽 | 期刊專欄 | 關鍵詞查詢 | 熱門查詢詞 | 熱門點閱 | 資料庫簡介 | 操作說明

• 功能

- 卷期瀏覽
- 期刊專欄
- 關鍵詞查詢
- 熱門查詢詞
- 熱門點閱

動腦brain

◆ 是TOP的廣告行銷資料庫：

動腦雜誌從1977年開始創刊，每月發行，是一本培養成為未來行銷創意人才的專業雜誌，內容探討面向包括：

- 跨國界的廣告媒體交流
- 最新的行銷趨勢探討
- 精采豐富的廣告專欄
- 創意多元的內容觀點

◆ 五大特色：

動腦知識庫e網打盡30年的動腦雜誌，開啓了廣告、媒體、行銷、公關的數位知識寶庫，也是您創意發想必備的競爭利器，包含以下五大特色：

- 完整收錄創刊至今廣告媒體界的重要議題
- 盡覽歷年廣告、行銷、媒體的統計數字與歷史資料
- 快速全文檢索功能，查詢數位資料省時又方便
- 提供雜誌全頁影像，讓您能體驗閱讀原始雜誌版面的樂趣
- 資訊每月更新，讓您掌握資訊最時髦。

若您已是廣告達人、行銷尖兵，你會需要「它」來幫你充電一下。
若您還是廣告行銷界的新生，你更要知道為什麼你的主管不能沒有「它」？
若您只是汲汲於學習未來的超級新星，你應該比別人早一步擁有「它」！

動腦 雜誌社 版權所有

登入使用



畫面展示-卷期瀏覽

動腦雜誌

白動腦雜誌

2010年 (405~407期)

- 第407期 (03月)
- 第406期 (02月)
- 第405期 (01月)

2009年 (393~404期)

2008年 (381~392期)

2007年 (369~380期)

2006年 (357~368期)

2005年 (345~356期)

2004年 (333~344期)

2003年 (321~332期)

2002年 (309~320期)

2001年 (297~308期)

前筆：第404期

次筆：第405期

通過廣演電打Lo模抽

創意藍海 · 一則廣告大家看

LG Lollipop手機行銷解析

LG推出的Lollipop手機，行銷活動做對了嗎？有哪些地方值得行銷人參考？



Life's Good

手機行銷策略

1 確認目標對象

上市前市場調查，確認台灣的目標族群為大學生及年輕上班族。

2 選擇溝通重點

挑選市調中消費者最重視的商品特點集中溝通，以強化消費者印象。

3 全面整合行銷

以創造流行為主軸，透過代言人、音樂及舞蹈的方式，運用在各種行銷工具。

4 強化口碑傳播

透過公關及網路，觀察並創造商品口碑，以擴大行銷力量及消費者認同。

(LG台灣總金提供，黃文奇整理)



廣告主：LG台灣總金
電視廣告名稱：Let's Lollipop
廣告公司：華威傳媒
秒數：30秒
執行創意總監：陶淑真
廣告影片製作公司：大衆
導演：張時霖 (Jeff)

電視廣告情節：
男Ken和柳亞打扮帥氣，穿著白色衣服，緩慢的走上舞臺。突然間一陣動感的節奏響起，畫面一轉，兩人換裝成色彩繽紛的打扮，隨著Let's Lollipop的音樂，兩人又唱又跳，配合女舞者的動感舞蹈，強烈的影音元素放射而出。

Lollipop手機整合行銷策略

- 1、我們Ken、柳亞當代言人，並推出Let's Lollipop單曲、MV。
- 2、在各大網路媒體舉辦Let's Lollipop創意舞蹈徵集大賽。
- 3、與Dunkin Donuts異業合作，買贈相關手機或買手機送相關贈品。
- 4、在春節期間與好樂迪KTV合作，舉辦點唱Lollipop抽手機活動。
- 5、與中天電視台節目「大學生了沒」合作，節目置入行銷。

Yahoo! Search

無名小站 · 交友 · 生活+

登入

列印 · 網頁 · 工具

查詢 | 熱門點閱 | 資料庫簡介 | 操作說明

回簡目 | 友善列印 | PDF

【一則廣告大家看】

雜誌》第407期 (2010年03月), p.108

中消費者最重視的商品特點集中溝通行銷工具。4強化口碑傳播 透過

淑真 廣告影片製作公司：大衆 導

畫面一轉，兩人換裝成色彩繽紛的

網誌舉辦Let's Lollipop創意舞蹈

好樂迪KTV合作，舉辦點唱Lollipop

TOP

畫面展示-卷期瀏覽

動腦資料庫 - Windows Internet Explorer

http://59.124.34.67/brain93cg/brainkm93.exe?@3*10052*34**001001@@#JUMPPOINT

Yahool! Search

檔案(F) 編輯(E) 檢視(V) 我的最愛(A) 工具(T) 說明(H)

連結 Web Mail 臺灣銀行廣告匯率 月且後台 大鐸資訊-工作網頁

Y! 搜尋 登入 立即更新工具列 旅遊 信箱 拍賣 知識+ 迷你筆 字典 網頁翻譯 無名小站 交友 生活+

Windows Live 好友動向 個人檔案 郵件 相片 行事曆 MSN 分享 登入

★ 動腦資料庫

首頁(M) 摘要(I) 列印(E) 網頁(T) 工具(O)

動腦 brain

卷期瀏覽 | 期刊專欄 | 關鍵詞查詢 | 熱門查詢詞 | 熱門點閱 | 資料庫簡介 | 操作說明

白動腦雜誌

- 2010 年 (405~408期)
 - 第 408 期 (04月)
 - 第 407 期 (03月)
 - 第 406 期 (02月)
 - 第 405 期 (01月)
- 2009 年 (393~404期)
- 2008 年 (381~392期)
- 2007 年 (369~380期)
- 2006 年 (357~368期)
- 2005 年 (345~356期)
- 2004 年 (333~344期)
- 2003 年 (321~332期)
- 2002 年 (309~320期)
- 2001 年 (297~308期)



第 405 期
2010年01月



第 406 期
2010年02月



第 407 期
2010年03月



第 408 期
2010年04月

動腦 雜誌社 版權所有

完成

網際網路 100%

畫面展示-期刊專欄

※將雜誌中的所有專欄名稱依筆劃順序陳列於清單中，方便瀏覽查閱。

動腦資料庫 - Windows Internet Explorer

http://59.124.34.67/brain93/cgi/brainkn93.exe?@1*5696*33**0101*@@2737#JUMPPOINT

檔案(F) 編輯(E) 檢視(V) 我的最愛(A) 工具(T) 說明(H)

連結 Web Mail 臺灣銀行廣告匯率 月旦後台 大舜資訊-工作網頁

搜尋 登入 立即更新工具列 旅遊 信箱 拍賣 知識+ 迷你筆 字典 網頁翻譯 無名小站 交友 生活

Windows Live 好友動向 個人檔案 郵件 相片 行事曆 MSN 分享 登入

動腦資料庫

首頁 摘要 列印 網頁 工具

動腦 brain

卷期瀏覽 | 期刊專欄 | 關鍵詞查詢 | 熱門查詢詞 | 熱門點閱 | 資料庫簡介 | 操作說明

友善列印 | 縮小範圍查詢

期刊專欄

檢索結果分析

檢索結果(36)

出刊年

- 2005(12)
- 2006(12)
- 2004(10)
- 2002(1)
- 2003(1)

期數

專欄

作者

數字表示該年份中出現的文章數

	作者	專欄	期數
蕭淑今	市場動向	368	
蕭淑今	市場動向	367	
蕭淑今	市場動向	366	
蕭淑今	市場動向	365	
蕭淑今	市場動向	364	
蕭淑今	市場動向	363	
蕭淑今	市場動向	362	
蕭淑今	市場動向	361	
蕭淑今	市場動向	360	
蕭淑今	市場動向	359	

1 2 3 4 下一頁

動腦 雜誌社 版權所有

畫面展示-關鍵詞查詢

動腦資料庫 - Windows Internet Explorer

http://59.124.34.67/brain93/cgi/brainkm93.exe?@3*10052*107***4*2@@21663#JUMPOINT

Yahoo! Search

檔案(F) 編輯(E) 檢視(V) 我的最愛(A) 工具(T) 說明(H)

連結 Web Mail 臺灣銀行廣告匯率 月旦後台 大舜資訊-工作網頁

搜尋 登入 立即更新工具列 旅遊 信箱 拍賣 知識+ 迷你筆 字典 網頁翻譯 無名小站 交友 生活+

Windows Live 好友動向 個人檔案 郵件 相片 行事曆 MSN 分享 登入

動腦資料庫

首頁 摘要 列印 網頁 工具

卷期瀏覽 | 期刊專欄 | **關鍵詞查詢** | 熱門查詢詞 | 熱門點閱 | 資料庫簡介 | 操作說明

動腦 brain

關鍵詞查詢

檢索結果分析

檢索結果(986)

出刊年
期數
專欄
作者

前筆：欲望跳出來
次筆：2009不敗創意 經典大蒐奇

回簡目 | 友善列印 | PDF

宅經濟發燒 中華網龍創意行銷

作者：黃瑞珍

【每月精彩品牌】
《動腦雜誌》第 405 期 (2010年01月), p.036-040

當人人搶著發宅經濟的財，網龍如何靠它的核心競爭力，在線上遊戲產業中，奠下基礎，甚至登上股王的寶座？

宅經濟發燒 中華網龍創意行銷

當人人搶著發宅經濟的財，網龍如何靠它的核心競爭力，在線上遊戲產業中，奠下基礎，甚至登上股王的寶座？

相傳在霹靂布袋戲界有一片神秘的光碟，讓各界好手想盡辦法、不擇手段要得到它。以美貌聞名的九幽皇，因為屬下遍尋不著這片光碟，氣到發胖，最後忍不住親自出馬；好不容易在「天禁不日城」看到它的蹤跡，突然之間，一隻神雕從天而降，劫走了光碟，讓她氣得牙癢癢的。劇情演變到後來，連布袋戲界的一哥素還真、神雕大俠楊過都加入爭奪的戰局。這一片轟動武林、驚動萬教，連布袋戲人物都趨之若鶩的光碟裡，究竟藏著什麼驚世秘密？事實上，它是中華網龍推出的金庸群俠傳ONLINE2.0的遊戲光碟。不要懷疑這薄薄一片光碟，讓經營線上遊戲的中華網龍，在成立將近9年，靠著線上遊戲業績的逐年成長，光是今年到目前為止，就創下了多達新台幣14.8億元的總營收，每股盈餘在9.9元，不但擠入台灣股王之列，和去年比較也大幅成長了67%。在這個線上遊戲百家爭鳴的市場裡，中華網龍是如何辦到的？2009年10月21日，動腦俱樂部第362次的午餐演講會，邀請了中華網龍協理陳誌敏，以「宅經濟正夯 看中華網龍的創意行銷」為主題，與現場來賓分享，如何掌握市場動向，在競爭激烈、高汰換率的線上遊戲市場中，穩固領先地位，成功賣出大俠夢的秘訣。敏銳洞察 抓市場需求 線上遊戲到底有多夯？全台灣目前有超過400萬名的玩家，為線上遊戲市場創造出一年新台幣上百億的商機，從2008年第4季到2009年第3季期間，遊戲產業的廣告量更高達新台幣9.3億元，逆勢成長了137%。看準了宅經濟的成長潛力，各家遊戲公司無不使出渾身解數，搶食這塊大餅，光今年就預期有200多款線上遊戲上市，比去年多上10倍之多。有別於大多數遊戲公司以代理遊戲為主，中華網龍內部共有8組研發小組，自製以一般人熟悉的小說為背景，具中國武俠風格的線上遊戲。但，到底是怎樣的契機，讓原本以單機遊戲起家的網龍，決定專注於線上遊戲的研發和經營？陳誌敏指出，過去玩家在玩單機遊戲時，經過層層考驗闖關成功後，卻只能用嘴巴告訴別人這個遊戲資訊，口耳相傳的宣傳效益似乎有限。在2000年網龍首度推出了一款，有線上連線的遊戲「網路三國」，當時一個晚上，居然就湧入8千多人上線，參加遊戲中百萬大搶答的活動，讓他們十分驚訝。網龍從中觀察到，玩家對線上遊戲是有強烈的需求，且透過網路可以將訊息傳達給更多人、集結更多玩家。在洞察到這個需求後，中華網龍更確定線上遊戲勢定是未來網路普及化後的發展趨勢，便開始研發完整的線上遊戲，至今共推出18款自製產品，分為武俠、科幻、養成遊戲三大類型。掌握特性 區隔先做好 雖然本身已經有足夠的技術團隊，來強化產品力，但是在行銷上也必須要勝人一籌，才能制敵致勝，搶占先機。曾在光景有多年行銷經驗的陳誌敏表示，由於線上遊戲的市場競爭激烈，且遊戲的研發成本較高，因此網龍在行銷上必須先做好區隔，才能吸引玩家的注意。他認為，網龍在行銷上的成功，是因為他們能夠掌握玩家的特性，並提供他們所需要的遊戲體驗。此外，網龍還利用網路平台進行宣傳，這使得他們能夠更有效地觸及目標受眾。總的來說，網龍的成功是因為他們能夠在激烈的市場競爭中，找到屬於自己的定位，並不斷地創新和改進。

動腦雜誌社 版權所有

完成

網際網路 100%

畫面展示-熱門詞彙

熱門查詢詞



使用率最高的前20名檢索詞彙。

熱門點閱



提供最近30天內，點閱率前20名的文章。

資料輸出一列印(1/2)

動腦資料庫 - Windows Internet Explorer

http://59.124.34.67/brain93cg/brainkm93.exe?@1*17849*92***html@@17849

檔案(F) 編輯(E) 檢視(V) 我的最愛(A) 工具(T) 說明(H)

連結 Web Mail 臺灣銀行廣告匯率 月旦後台 大華資訊-工作網頁

Y! 搜尋 登入 立即更新工具列 旅遊 信箱 拍賣 知識+ 迷你筆 字典 網頁翻譯 無名小站 交友 生活+

Windows Live 好友動向 個人檔案 郵件 相片 行事曆 MSN 分享 登入

★ 動腦資料庫 動腦資料庫 x

首頁(M) 摘要(I) 列印(P) 網頁(E) 工具(O)

【印出】

LG Lollipop手機行銷解析 【一則廣告大家看】

作者：?? 《動腦雜誌》第407期(2010年03月), p.108

LG推出的Lollipop手機，行銷活動做對了嗎？有哪些地方值得行銷人參考？

LG Lollipop手機行銷解析

LG推出的Lollipop手機，行銷活動做對了嗎？有哪些地方值得行銷人參考？

手機行銷策略

1確認目標對象 上市前市場調查，確認台灣的目標族群為大學生及年輕上班族。2選擇溝通重點 挑選市調中消費者最重視的商品特點集中溝通，以強化消費者印象。3全面整合行銷 以創造流行為主軸，透過代言人、音樂及舞蹈的方式，運用在各種行銷工具。4強化口碑傳播 透過公關及網路，觀察並創造商品口碑，以擴大行銷力量及消費者認同。〈LG台灣樂金提供，黃文奇整理〉

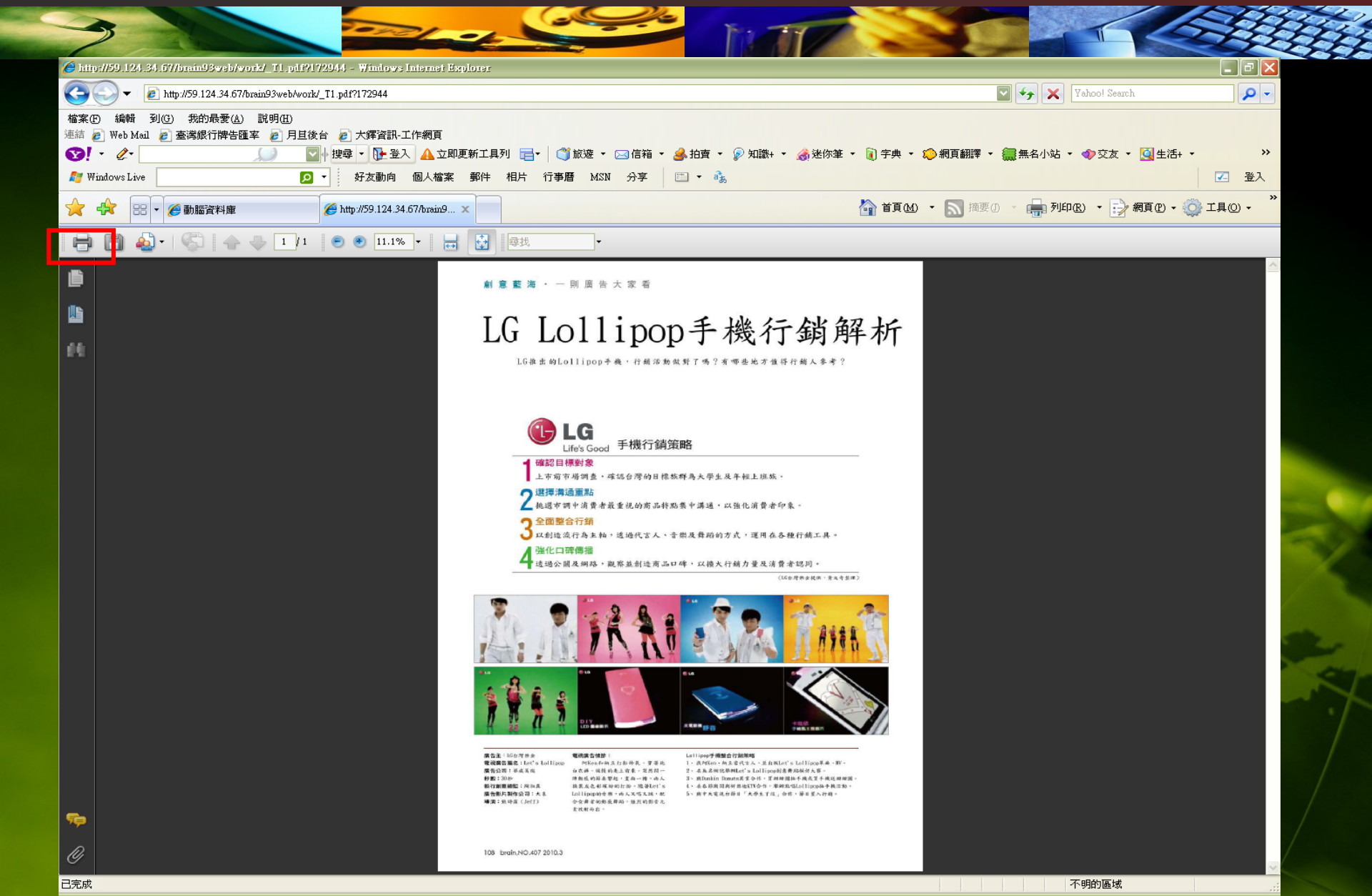
廣告主：LG台灣樂金 電視廣告篇名：Lets Lollipop 廣告公司：華威葛瑞 秒數：30秒 執行創意總監：陶淑真 廣告影片製作公司：大象 導演：張時霖 (Jeff)

電視廣告情節：阿Ken和納豆打扮帥氣，穿著純白衣褲，緩慢的走上前來。突然間一陣動感的節奏響起，畫面一轉，兩人換裝成色彩繽紛的打扮。隨著Lets Lollipop的音樂，兩人又唱又跳，配合女舞者的動感舞蹈，強烈的影音元素放射而出。

Lollipop手機整合行銷策略 1、找阿Ken、納豆當代言人，並出版Lets Lollipop單曲、MV。2、在無名網誌舉辦Lets Lollipop創意舞蹈模仿大賽。3、與Dunkin Donuts異業合作，買甜甜圈抽手機或買手機送甜甜圈。4、在春節期間與好樂迪KTV合作，舉辦點唱Lollipop抽手機活動。5、與中天電視台節目「大學生了沒」合作，節目置入行銷。

TOP

完成 網路網路 100%



Thank You !



大鐸資訊股份有限公司
TudorTech Systems Co., Ltd
02-27362009 # 303- 308