

商业行销

品牌博物馆 工作纸

这练习让你在参观品牌博物馆时可以更深入地了解一些商业行销的原则和发展。由于问题牵涉不同的馆藏，你或需要在不同时期的展品之间游走。

1. 从下述的年代中挑出你比较熟悉的品牌。以Birds Custard Powder为例，它创始于维多利亚时期，时至今日它仍然是家喻户晓的品牌。

在每个年代写下品牌的名字和其独特元素。

时期	品牌及独特元素
维多利亚/爱德华时期 (1837-1910)	
1910年代	
1920 / 1930年代	
1940年代	
1950年代	
1960 / 1970年代	
1980 / 1990年代	

2. 从你在第一部分挑出的品牌中选出两个在1940年代前创立的品牌。虽然它们同期的品牌或已消失，为什么它们仍然屹立至今？

a.)

b.)

3. 你从历年馆藏中领悟到哪些行销原则？试将历年的转变写下来并以一个品牌举例说明。

行销原则	品牌	改变
善用科技		
了解顾客需要		
重视与顾客沟通		
走在竞争者前面		

4. 选出一件改变其他同时期产品的创新产品

如何创新：

年代：

与这创新有关的两种产品。这两个品牌如何突出创新之处？

a)

b)

有哪些品牌改变产品以迎合时代和创新需要？列出这些品牌并阐述它们的转变。

5. 细心留意维多利亚时期的品牌。它们在广告中以什么为卖点?

6. 在馆内(走廊或Branding Hall)你可看到几个知名品牌的演变。选出一个你觉得最具吸引力的，并分析其品牌元素如何演变。

所选品牌:

元素	历年来的改变
品牌名称	
商标设计	
名人/代言人	
口号	
包装	
用色	
插图	

7. 品牌演变之外，营销手法亦不断演变。你觉得现时的营销者与下述时期的营销者的角色有什么分别？

a) 维多利亚时期与爱德华时期 (1837-1910)

b) 1950 年代

8. 你觉得行销者目前最大的挑战是什么？