

# 「完整版PPT」版權聲明及使用說明

□ 本PPT為《品牌策略與管理》一書之「完整版PPT」（編號：978-986-457-033-1-P1），本版之授權範圍僅限智勝文化之教師資源專區及指定用書之教師個人使用，遂不得任意將本版內容上傳非智勝文化之教師資源專區，或以任何形式重製（舉凡複製、掃瞄檔案等行為）、公開散佈、傳播給他人（含學生等），以免觸犯著作權法而受有刑事責任，請尊重本書作者之智慧財產權，切勿以身試法。



# 第一章 品牌概論



## 本章大綱

- 前言
- 為什麼要品牌？
- 為什麼建立品牌是重要的？
- B2B公司也要建立品牌
- 品牌無所不在
- 臺灣廠商發展品牌的重要性
- 臺灣發展全球品牌的三大先天限制
- 品牌的循序建立
- 本書大綱



# 為什麼建立品牌是重要的？

- 增進消費者對公司產品的認知
- 讓消費者對產品的期望比較確定，簡化消費者選擇產品的複雜度
- 增加消費者在推薦品牌產品的效率
- 幫助公司建立無形的資產
- 幫助公司鼓舞與激勵公司的員工



# 中國大陸手機品牌OPPO 積極進攻臺灣市場



中國大陸手機品  
牌OPPO積極進  
攻臺灣市場



# 2016年臺灣20大國際品牌

**2016年台灣20大國際品牌**  
Best Taiwan Global Brands



2016 排名	2015 排名	品牌	公司名稱	2016 品牌價值 (億美元)	成長率%
1	1		華碩電腦	17.48	-2%
2	2		趨勢科技	13.60	3%
3	3		旺旺控股	10.29	-7%
4	-		中信金控	5.06	—
5	5		巨大機械	4.76	4%
6	7		研華科技	4.36	13%
7	4		宏碁公司	4.26	-26%
8	8		美利達工業	4.00	4%
9	9		聯發科技	3.77	6%
10	6		宏達國際	3.73	-18%
11	12		美食達人	3.48	17%
12	10		正新橡膠	3.17	-9%
13	11		聯強國際	3.09	-9%
14	13		中租控股	2.33	6%
15	14		台達電子	2.25	13%
16	15		統一企業	1.99	12%
17	17		喬山健康科技	1.52	5%
18	16		創見資訊	1.42	-5%
19	20		克麗緹娜	0.95	19%
20	19		合勤科技	0.93	4%



# 圖1-1 臺灣發展全球品牌之三大限制

圖1-1

臺灣發展全球品牌之三大限制

