

動腦知識庫操作說明

壹. 簡介：

是一本培養成為未來行銷創意人才的專業雜誌，內容探討面向涵括：

- ◎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 e 網打盡動腦雜誌的內容，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：

- 1.完整收錄創刊至今廣告媒體界的重要議題。
- 2.盡蒐歷年廣告、行銷、媒體的統計數字與歷史資料。
- 3.快速全文檢索功能，查詢數位資料省時又方便。
- 4.提供雜誌全頁影像，讓您能體驗閱讀原始雜誌版面的樂趣。
- 5.資訊每月更新，讓您掌握資訊零時差。

若你已是廣告達人、行銷尖兵，你會需要「它」來幫你充電一下。

若你還是廣告行銷界的新生，你更需知道為什麼你的主管不能沒有「它」？

若你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」！

貳. 資料起訖：2001年－2010年

參. 使用方式：

1 查詢模式

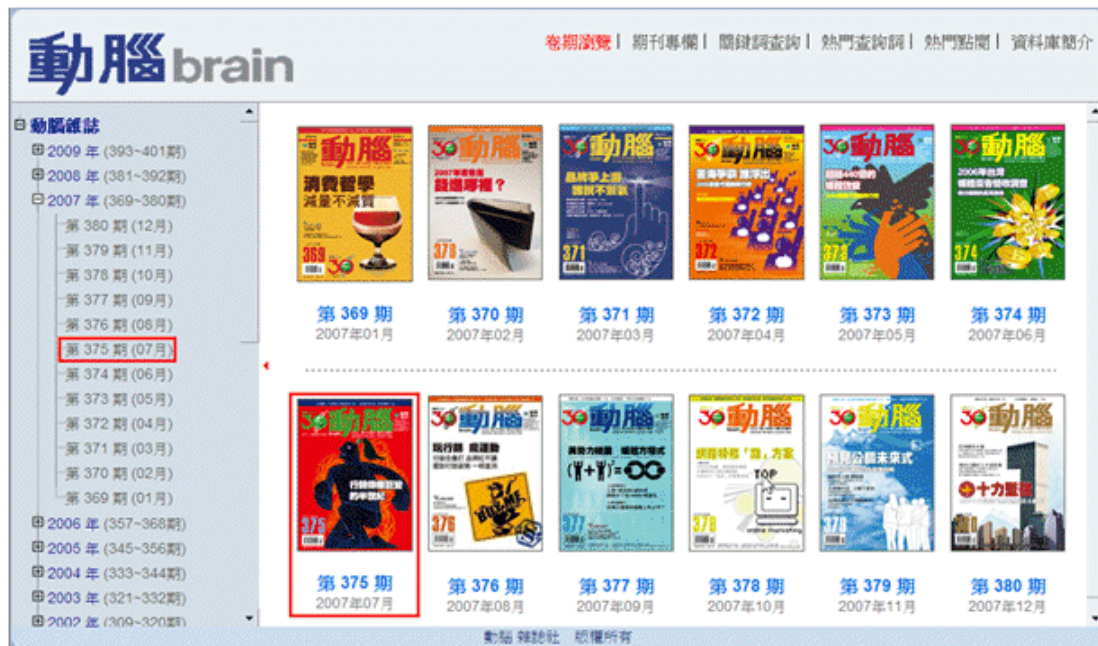
本系統具有下列五種查詢模式，使用者可以點選右上方的功能選項切換查詢模式：



卷期瀏覽：	提供使用者瀏覽所有的卷期。
期刊專欄：	提供使用者瀏覽所有的專欄。
關鍵詞查詢：	提供使用者輸入詞彙查詢，並同時可使用關鍵字、限定欄位、指定期數、指定日期做查詢。
熱門查詢詞：	提供使用者瀏覽使用率最高的前 20 名檢索詞彙。
熱門點閱：	提供使用者最近 30 天內，點閱率前 20 名的資料。

1.1 卷期瀏覽

1. 在卷期瀏覽畫面上點選欲調閱的卷期，例如「2007年、第375期(7月)」。



2. 點選想要調閱的卷期，結果如下圖，右側便會顯示該卷期的資料清單。



1.2 期刊專欄

1. 在期刊專欄畫面上點選欲調閱的專欄，例如「2006 年度代理商&廣告主」

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

動腦雜誌 專欄

- 2006年度代理商&廣告主
- 則廣告大家挑
- 則廣告大家看
- 則廣告大家談
- 起開路
- 人事動態
- 人物
- 十大廣告主
- 大陸廣告界
- 中國訊息
- 公關大觀園
- 公關話題
- 公關觀點
- 日本廣告大師
- 世界的話題
- 台灣媒體專輯
- 市場動向
- 市場最前線
- 市場觀察
- 本期專欄
- 耳目口

期刊專欄

檢索功能說明

將雜誌中的所有專欄名稱依筆劃順序陳列於左側清單中，供您方便瀏覽查閱。

檢索結果說明

檢索結果分析：以查詢結果，針對某些特定欄位進行分析，顯示查詢結果並按出現

- ① 次數排列。例如：查詢「B&Q」分析期數分部在316期2筆、357期2筆、305期1筆...
- ② 再檢索：檢索結果可再進行縮小範圍的查詢。例如：搜尋方框輸入單字或字串，再點選「縮小範圍查詢」即可。
- ③ 資料排序：在簡目顯示提供了篇名、作者、專欄、期數等欄位排序，直接點選表頭名稱可遞增及遞減排序。註：此系統排序上限為3000筆，超過3000筆不排序。

動腦雜誌社 版權所有

2. 點選想要調閱的專欄，結果如下圖，右側便會顯示該專欄的資料清單。

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

期刊專欄

檢索結果分析

- 檢索結果(10)
- 出刊年
 - 2006(10)
- 期數
 - 365(10)
- 專欄
 - 2006年度代理商&廣告主(10)
- 作者
 - 編輯部(10)

檢索結果：2006年度代理商&廣告主 共 10 筆，目前為：第 1 頁 每頁顯示 10 筆

友善列印 | 縮小範圍查詢

序	篇名	作者	專欄	期數
1	年度最佳公關公司經營者— 楊忠翰 好心有好報	編輯部	2006年度代理商&廣告主	365
2	年度最佳媒體服務公司經營者— 李桂芬 就愛大挑戰	編輯部	2006年度代理商&廣告主	365
3	年度最佳廣告公司經營者— 鄭以萍 勇闖一片天	編輯部	2006年度代理商&廣告主	365
4	年度最佳廣告主「夥伴關係獎」— 中環汽車 中環汽車與夥伴創造幸福	編輯部	2006年度代理商&廣告主	365
5	年度最佳廣告主「創新精神獎」— 肯德基 肯德基對創意真內行	編輯部	2006年度代理商&廣告主	365
6	年度最佳廣告主「策略遠陣獎」— P&G 寶僑家品 P&G 要消費者再靠近一點	編輯部	2006年度代理商&廣告主	365
7	年度最佳公關公司— 先勢公關 創意頻出 活力滿點	編輯部	2006年度代理商&廣告主	365
8	年度最佳媒體服務公司— 傳立 不怕改變 就怕不變	編輯部	2006年度代理商&廣告主	365
9	年度最佳廣告代理商— 李奧貝納 嚴選團隊 戰績彪炳	編輯部	2006年度代理商&廣告主	365
10	Agency & Advertiser of the Year	編輯部	2006年度代理商&廣告主	365

1.3 關鍵詞查詢

1. 可以組合不同的條件進行檢索：

- 關鍵字：可輸入任意查詢詞，查詢的範圍包括所有的欄位。
- 限定欄位：勾選指定查詢的欄位。(例如：可以重複勾選『篇名』、『作者』、『專欄』、『內文』。)
- 指定期數：以下拉選單設定期數起迄範圍。
- 指定日期：以下拉選單設定年度起迄範圍。

- 設定完成後點選 **查詢** 執行檢索，欲重新設定可點選 **清除** 清除條件。
- 以下圖為例：關鍵字輸入「PDA」，限定欄位勾選「內文」。

搜尋：

【限定欄位】

☐ 篇名 ☐ 作者
☐ 專欄 ☒ 內文

【指定期數】

~

【指定日期】

年 月
 |
 年 月

- 查詢後的結果：左側會顯示查詢後的結果分析，右側會顯示查詢後的結果。

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

關鍵詞查詢

檢索結果分析

檢索結果(57)

- ☒ 出刊年
- ☐ 期數
- ☐ 專欄
- ☐ 作者

檢索結果：共 57 筆，目前為：第 1 頁 每頁顯示 10 筆

友善列印

序	篇名	作者	專欄	期數
1	IKEA出新招 電子折價券跟手機一起跑？	編輯部	全球趨勢	368
2	M型化報紙分類廣告	毛歌敏	媒體話題	377
3	超迷你電腦隨身帶/ 吃蚊蟲的外星人寶寶/閃亮超女人味的印表機/炎熱夏日防蟲大作戰/熟女自我投資不手軟/ DVD自動出租機/音樂月餅伴你度中秋	編輯部	流行快報	377
4	三星+黃淑琦=超性感	編輯部	本期專欄	377
5	大器的PDA手機/滑蓋設計的數位相機/下不了手的壽司/退休生活樂活多/「i penguin」/覆面調查員	編輯部	流行快報	375
6	野心大的手機/刮完鬍子後也來理頭吧/纖美型MP3隨身聽/中國熱V.S日本黨/投票率「UP！」/D—MAIL新登陸/世界最小的筆記型電腦	編輯部	流行快報	374
7	iPhone終於現身/一機雙卡雙門號的方法/平民價格的VERTU/「10元小饅頭」炒熱市場/健康美麗小撇步/牛奶妹力挽狂瀾	編輯部	流行快報	371
8	趙少康入主中廣/中華電信和Google拓展行動搜尋/Mochi幫你	編輯部	媒體圈	369

動腦雜誌社 版權所有

1.4 熱門查詢詞

1. 在熱門查詢詞畫面上點選欲調閱的詞彙，例如「PDA」。

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

熱門查詢詞：

意見領袖(次)
PDA(次)

熱門查詢詞

檢索功能說明

使用率最高的前20名檢索詞彙。

檢索結果說明

檢索結果分析：以查詢結果，針對某些特定欄位進行分析，顯示查詢結果並按出現

- ① 次數排列。例如：查詢「B&Q」分析期數分部在316期2筆、357期2筆、305期1筆....。
- ② 再檢索：檢索結果可再進行縮小範圍的查詢。例如：搜尋方框輸入單字或字串，再點選「縮小範圍查詢」即可。
- ③ 資料排序：在簡目顯示提供了篇名、作者、專欄、期數等欄位排序，直接點選表頭名稱可遞增及遞減排序。註：此系統排序上限為3000筆，超過3000筆不排序。

2. 點選想要調閱的詞彙，結果如下圖，右側便會顯示該詞彙的資料清單。

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

關鍵詞查詢

檢索結果分析

檢索結果(57)

出刊年
期數
專欄
作者

檢索結果：共 57 筆，目前為：第 1 頁 每頁顯示 10 筆

友善列印 | **縮小範圍查詢**

序	篇名	作者	專欄	期數
1	IKEA出新招 電子折價券跟手機一起跑？	編輯部	全球趨勢	388
2	M型化報紙分類廣告	毛取誠	媒體話題	377
3	超迷你電腦隨身帶/ 吃蚊蟲的外星人寶寶/閃亮超女人味的印表機/炎熱夏日防蟲大作戰/熟女自我投資不手軟/ DVD自動出租機/音樂月餅伴你度中秋	編輯部	流行快報	377
4	三星+黃淑琦=超性感	編輯部	本期專欄	377
5	大器的PDA手機/滑蓋設計的數位相機/下不了手的壽司/退休生活樂活多/「i penguin」/覆面調查員	編輯部	流行快報	375
6	野心大的手機/刮完鬍子後也來理頭吧/纖美型MP3隨身聽/中國熱V.S日本黨/投票率「UP！」/D—MAIL新登陸/世界最小的筆記型電腦	編輯部	流行快報	374
7	iPhone終於現身/一機雙卡雙門號的方法/平民價格的VERTU/「10元小饅頭」炒熱市場/健康美麗小撇步/牛奶妹力挽狂瀾	編輯部	流行快報	371
8	趙少康入主中廣/中華電信和Google拓展行動搜尋/Mochi幫你	編輯部	媒體圈	369

動腦雜誌社 版權所有

1.5 熱門點閱

1. 在熱門點閱畫面上點選欲調閱的篇名，例如「建築師的烏托邦」。



2. 點選想要調閱的篇名，結果如下圖，右側便會顯示該篇名的詳目。



The screenshot shows the '動腦 brain' website interface. At the top, there are navigation links: '卷期瀏覽' (Volume/Issue Browse), '期刊專欄' (Journal Column), '關鍵詞查詢' (Keyword Search), '熱門查詢詞' (Popular Search Words), '熱門點閱' (Popular Reading), and '資料庫簡介' (Database Introduction). The main content area is titled '熱門點閱' (Popular Reading) and features an article titled '建築師的烏托邦' (The Architect's Utopia) by the '編輯部' (Editorial Department). The article is from '《動腦雜誌》第 393 期 (2009年01月), p.096-098'. The article text discusses the Venice Architecture Biennale, highlighting its role in showcasing architectural ideas and cultural exchange. It mentions that the biennale is a major event in the architectural world, where architects from various countries display their work. The article also notes that the biennale is not just a display of architectural skills but also a platform for cultural exchange and growth. The article is categorized under '封面故事' (Cover Story). On the left side, there is a sidebar with a list of '熱門點閱' (Popular Reading) items, including '這運動做起來，可不便宜(7次)', '真人美女漫畫 創造電... (5次)', '芬達整合行銷 黑松... (4次)', '趨勢第10問：哪一個族... (3次)', and '建築師的烏托邦(2次)'.

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

熱門點閱：

動腦雜誌

- 這運動做起來，可不便宜(7次)
- 真人美女漫畫 創造電... (5次)
- 芬達整合行銷 黑松... (4次)
- 趨勢第10問：哪一個族... (3次)
- 建築師的烏托邦(2次)

建築師的烏托邦 [封面故事]

作者：編輯部 《動腦雜誌》第 393 期 (2009年01月), p.096-098

威尼斯建築雙年展，吸引各國建築師卯足全力，把設計理念推向國際，不僅展現各國的文化實力，也成為互相交流成長的催化劑。

建築師的烏托邦

威尼斯建築雙年展，吸引各國建築師卯足全力，把設計理念推向國際，不僅展現各國的文化實力，也成為互相交流成長的催化劑。

陳宏銘

9月至11月的威尼斯建築雙年展，是建築界的盛會，就像米蘭家具展對家具設計界一樣重要。在這裡不但可以看到世界知名建築師的作品，也可以看到國家與國家之間的政治角力。

超越建物，打造無形建築

每個參展的建築師代表了自己國家的文化實力，所以無不卯足全力，打造他們心中的烏托邦。展覽主要分成三個部分，一個是位於Arsenale（過去為軍火庫）的「建築師展」，及La Giardini（綠公園）的「國家館」，還有散布在威尼斯各處自費參加的建築展。今年第11屆的展場主題為「建物之外的建築」(Architecture Beyond Building)，由來自荷蘭的美籍建築師Arron Betsky負責策畫操刀。在他的認知下，建物不等同於建築，建物只是一種法

2 檢索結果顯示

2.1 卷期目次顯示

- 點選功能選單上的「卷期瀏覽」便可切換至單期目次顯示

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

2007年各期 | 上一期 | 下一期

本期主題：網路特務「酷」方案



第 378 期
(2007年10月)

【創意設計果汁機】

- 設計的高度成就深度？ 黃淑華 p.092~094
何比意在1953年，曾提出一套黃金比例模矩，他認為所有的工業與建築設計都可以在這套模矩中找到衡量的標準，揉合了古典黃金比例與連 ... (詳全文)

【業界大小事】

- 青出於藍 編輯部 p.082
▲青出於藍 ▲先勢集團首屆公關新銳獎冠軍落實提案由輔仁大學廣告系5位學生所組成的Finger Five小組，在2007年3月以「等愛，想 ... (詳全文)

【業界大小事】

- 活動強強滾 編輯部 p.079~082
活動強強滾與美集團和紙風車劇團打造「與美童樂節」台灣與美集團歡慶22週年，並以「相信創意，傳播創意」為主軸，並於8月25日在 ... (詳全文)

【業界大小事】

- 公關圈 編輯部 p.079
公關圈萬博直值公關歡慶十週年萬博直值公關來台灣成立分公司慶滿十年，9月13日在台北國際會議中心舉行慶祝茶會，亞太區總裁白雲 ... (詳全文)

2.1.1 上、下期翻閱

- 右上角可以點選「上一期」、「下一期」翻閱

2007年各期 | **上一期** | 下一期

本期主題：網路特務「酷」方案



第 378 期
(2007年10月)

【創意設計果汁機】

- 設計的高度成就深度？ 黃淑華 p.092~094
何比意在1953年，曾提出一套黃金比例模矩，他認為所有的工業與建築設計都可以在這套模矩中找到衡量的標準，揉合了古典黃金比例與連 ... (詳全文)

【業界大小事】

- 青出於藍 編輯部 p.082
▲青出於藍 ▲先勢集團首屆公關新銳獎冠軍落實提案由輔仁大學廣告系5位學生所組成的Finger Five小組，在2007年3月以「等愛，想 ... (詳全文)

【業界大小事】

- 活動強強滾 編輯部 p.079~082
活動強強滾與美集團和紙風車劇團打造「與美童樂節」台灣與美集團歡慶22週年，並以「相信創意，傳播創意」為主軸，並於8月25日在 ... (詳全文)

2.1.2 切換單期、卷期目次

- 使用者可以在右上角點選年度瀏覽同一年刊物

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

第 379 期 (11月)
第 378 期 (10月)
第 377 期 (09月)
第 376 期 (08月)
第 375 期 (07月)
第 374 期 (06月)
第 373 期 (05月)
第 372 期 (04月)
第 371 期 (03月)
第 370 期 (02月)
第 369 期 (01月)
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)
2000 年 (285~296期)
1999 年 (273~284期)
1998 年 (261~272期)
1997 年 (249~260期)
1996 年 (237~248期)

2007 年各期 上一期 | 下一期

本期主題：網路特務「酷」方案

【創意設計果汁機】

- 設計的高度成就深度？ 黃淑華 p.092-094
何比意在1953年，曾提出一套黃金比模矩，他認為所有的工業與建築設計都可以在這套模矩中找到衡量的標準，採合了古典黃金比例與運 ... (詳全文)

【業界大小事】

- 青出於藍 編輯部 p.082
青出於藍、先勢集團首屆公關新銳獎冠軍落實提案由輔仁大學廣告系5位學生所組成的Finger Five小組，在2007年3月以「零愛·想 ... (詳全文)

【業界大小事】

- 活動強強滾 編輯部 p.079-082
活動強強滾與美集團和紙風車劇團打造「與美童樂節」台灣美集團歡慶22週年，並以「相信創意，傳播創意」為主軸，並於8月25日在 ... (詳全文)

【業界大小事】

- 公關圈 編輯部 p.079
公關圈萬博宣傳公關歡慶十週年萬博宣傳公關來台灣成立分公司屆滿十年，9月13日 ... (詳全文)

第 378 期 (2007年10月)

動腦雜誌社 版權所有

- 使用者可以在封面清單上點選任一期的刊物，即可開啓該期目次

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

2008 年 (381~392期)
2007 年 (369~380期)
第 380 期 (12月)
第 379 期 (11月)
第 378 期 (10月)
第 377 期 (09月)
第 376 期 (08月)
第 375 期 (07月)
第 374 期 (06月)
第 373 期 (05月)
第 372 期 (04月)
第 371 期 (03月)
第 370 期 (02月)
第 369 期 (01月)
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)
2000 年 (285~296期)
1999 年 (273~284期)
1998 年 (261~272期)

第 369 期 2007年01月

第 370 期 2007年02月

第 371 期 2007年03月

第 372 期 2007年04月

第 373 期 2007年05月

第 374 期 2007年06月

第 375 期 2007年07月

第 376 期 2007年08月

第 377 期 2007年09月

第 378 期 2007年10月

第 379 期 2007年11月

第 380 期 2007年12月

動腦雜誌社 版權所有

2.2 表格式清單顯示

- 查詢到的結果首先以表格式清單顯示，列出〔序〕、〔篇名〕、〔作者〕、〔專欄〕、〔期數〕。

檢索結果：PDA(3次) 共 57 筆，目前為：第 1 頁 每頁顯示 10 筆 友善列印 縮小範圍查詢

序	篇名	作者	專欄	期數
1	IKEA出新招 電子折價券跟手機一起跑？	編輯部	全球趣	388
2	M型化報紙分類廣告	毛政雄	媒體誌	377
3	超迷你電腦隨身帶/ 吃蚊蟲的外星人寶寶/閃亮超女人味的印表機/炎熱夏日防蟲大作戰/熟女自我投資不手軟/ DVD自動出租機/音樂月餅伴你度中秋	編輯部	流行快報	377
4	三星+黃淑琦=超性感	編輯部	本期專欄	377
5	大器的PDA手機/滑蓋設計的數位相機/下不了手的壽司/退休生活樂活多/「i penguin」/覆面調查員	編輯部	流行快報	375
6	野心大的手機/刮完鬍子後也來理頭吧/纖美型MP3隨身聽/中國熱V.S日本癡/投票率「UP！」/D—MAIL新登陸/世界最小的筆記型電腦	編輯部	流行快報	374
7	iPhone終於現身/一機雙卡雙門號的方法/平民價格的VERTU/「10元小饅頭」炒熱市場/健康美麗小撇步/牛奶妹力挽狂瀾	編輯部	流行快報	371
8	趙少康入主中廣/中華電信和Google拓展行動搜尋/Mochi 幫你把網路小遊戲變成新廣告平台/ 半價網買東西都半價/QR便利誌將QR Code引進台灣	編輯部	媒體誌	369
9	重回1879內衣的世界/愈來愈不像月餅/輕鬆樂活喝果汁去/「W-ZERO 3 es」領「日本第一番」/現代女性大躍進	編輯部	流行快報	366

2.2.1 調整每頁顯示筆數

- 可拉開每頁顯示筆數的設定選單，可點選 5、10、15、20、30、40、50 重新設定每頁顯示筆數。

檢索結果：PDA(3次) 共 57 筆，目前為：第 1 頁 每頁顯示 10 筆 友善列印 縮小範圍查詢

序	篇名
1	IKEA出新招 電子折價券跟手機一起跑？
2	M型化報紙分類廣告
3	超迷你電腦隨身帶/ 吃蚊蟲的外星人寶寶/閃亮超女人味的印表機/炎熱夏日防蟲大作戰/熟女自我投資不手軟/ DVD自動出租機/音樂月餅伴你度中秋
4	三星+黃淑琦=超性感
5	大器的PDA手機/滑蓋設計的數位相機/下不了手的壽司/退休生活樂活多/「i penguin」/覆面調查員

2.2.2 上、下頁翻閱

- 可點選  上一頁、 下一頁 上、下翻頁瀏覽結果
- 頁尾並有每次十頁的頁次表，可直接點選頁次跳頁或利用 、 更換頁次

 上一頁  31 32 33 34 35 36 37 38 39 40   下一頁

2.2.3 縮小範圍再檢索

- 可針對所檢索到的筆數進行縮小範圍檢索，系統會從表格式清單所列的筆數中查檢
- 於再檢索的空格內輸入要縮小範圍的查詢詞，即可再檢索

共 852 筆，目前為：第 1 頁 每頁顯示 筆 友善列印  縮小範圍查詢

篇名	作者	專欄	期數
最能影響購買決策/購物者行銷將成主流/了解消費者洞察新方法/美國寶 銷活動效果佳/美國Crocs鞋大膽新行銷/爛名字會讓品牌失寵/日企業大 持方便餐	編輯 部	世界 的話 題	386
力量影響消費者/「置入」做得夠聰明嗎？/數位行銷成功術新解/數位行 70/20/10法則/廣告公司要建立「品牌」/微軟Zune的行銷新手法	編輯 部	世界 的話 題	385

2.2.4 友善列印

- 可點選「友善列印」，會跳出另一視窗預覽

共 852 筆，目前為：第 1 頁 每頁顯示 筆  友善列印  縮小範圍查詢

篇名	作者	專欄	期數
最能影響購買決策/購物者行銷將成主流/了解消費者洞察新方法/美國寶 銷活動效果佳/美國Crocs鞋大膽新行銷/爛名字會讓品牌失寵/日企業大 持方便餐	編輯 部	世界 的話 題	386
力量影響消費者/「置入」做得夠聰明嗎？/數位行銷成功術新解/數位行 70/20/10法則/廣告公司要建立「品牌」/微軟Zune的行銷新手法	編輯 部	世界 的話 題	385
框框創全球性品牌 / 錢該花在創新還是品牌 / 店頭陳列是行銷好幫	編輯 部	世界 的話 題	384

- 確認無誤後可點選「印出」來列印

【印出】				
序	篇名	作者	專欄	期數
1.	親友最能影響購買決策/購物者行銷將成主流/了解消費者洞察新方法/美國寶僑行銷活動效果佳/美國Crocs鞋大膽新行銷/爛名字會讓品牌失寵/日企業大推省時方便餐	編輯部	世界的話題	386
2.	品牌力量影響消費者/「置入」做得夠聰明嗎？/數位行銷成功術新解/數位行銷的70/20/10法則/廣告公司要建立「品牌」/微軟Zune的行銷新手法	編輯部	世界的話題	385
3.	打破框框創全球性品牌/錢該花在創新還是品牌/店頭陳列是行銷好幫手/Sony舊廣告 創行銷話題 /洛杉磯時報行銷新創舉	編輯部	世界的話題	384
4.	擋不住的口碑行銷時代/文藝世代左右品牌運作/體感經濟營造真實品牌/「漸進性創新」取代革命/戶外電視化身與消費者互動的最後一哩路/P & G全力搶攻抗老化市場/WPP集團準備在分眾媒體大顯身手	編輯部	世界的話題	382
5.	以行善吸引女性消費者？/消費者永續意識抬頭/長尾理論OUT 綠色行銷IN/打動血拼族促銷有學問/消費者要廣告透明化/拿成績單打廣告引爭議/NBC退1千萬給廣告主	編輯部	世界的話題	381
6.	用OpenAd找金頭腦/清楚產品類比品牌重要/英飲料市場將面臨轉型/美Hearst向網路爭健康市場/美P&G 5億投店頭行銷 /品牌金三角牽緊消費者/網路的免費與付費哲學/Unilever影片翼遠美美容業/P&G置入瞄準網路影集/創新行銷讓產品活起來	編輯部	世界的話題	379
7.	Toyota編制CGM部門/聯合利華主攻活力計畫/找立足點讓品牌更完美/美廣告主對行銷的評估/做廣告就是要搏感情！/賣產品？先對味再說/Vogue廣告的網路之道/美雜誌運用影音拓版圖/美國名流雜誌一枝獨秀/付費網站不敵免費贊助	編輯部	世界的話題	378
8.	用widget聰明做行銷/美包裝出奇招要你好看	編輯部	世界的話題	377
9.	虛擬人物網競爭激烈 Second Life不敵對手/重新思索你的網站策略/電通坎城贏媒體金獅獎/IAA國際學生廣告競賽澳洲奪冠	編輯部	世界的話題	376
10.	P&G 強化精準行銷/美國 Web排行榜出爐/電通成立直效行銷	編輯部	世界的話題	375

2.3 介面呈現方式

2.3.1 切換簡目、詳目

- 如下圖所示，點選〔序〕、〔篇名〕或〔內文〕即可切換至詳目



第 378 期
(2007年10月)

本期主題：網路特

點選「篇名」

【創意設計果汁機】

- 設計的高度成就深度？ 黃淑華 p.092~094

何比意在1953年，曾提出一套黃金比模矩，他認為所有的工業與建築設計都可以在這套模矩中找到衡量的標準，採合了古典黃金比例與達 ... (詳全文)

【業界大小事】

- 青出於藍 編輯部 p.082

▲青出於藍 ▽先勢集團首屆公開新銳獎冠軍落實提案由輔仁大學廣告系5位學生所組成的Finger Five小組，在2007年3月以「等愛，想 ... (詳全文)

【業界大小事】

- 活動強強滾 編輯部 p.079~082

活動強強滾與奧美集團和紙風車劇團打造「奧美童樂節」台灣奧美集團歡慶22週年，並以「相信創意，傳播創意」為主軸，並於8月25日在 ... (詳全文)

點選「內文」

序	篇名	作者	專欄	期數
1	價券跟手機一起跑？	編輯部	全球趨勢	388
2	空化報紙分類廣告	毛政敏	媒體誌	377
3	超迷你電腦隨身帶/ 吃蚊蟲的外星人寶寶/閃亮超女人味的印表機/炎熱夏日防蟲大作戰/熟女自我投資不手軟/ DVD自動出租機/音樂月餅伴你度中秋	編輯部	流行快報	377
4	三星+黃淑琦=超性感	編輯部	本期專欄	377
5	大器的PDA手機/滑蓋設計的數位相機/下不了手的壽司/退休生活樂活多/「i penguin」/覆面調查員	編輯部	流行快報	375

點選「序」

點選「篇名」

- 點選 [回簡目](#) 即可切換回簡目

序	篇名	作者	專欄	期數
1	IKEA出新招 電子折價券跟手機一起跑？	編輯部	全球趨勢	388
2	M型化報紙分類廣告	毛政誠	媒體話題	377
3	超迷你電腦隨身帶/ 吃蚊蟲的外星人寶寶/閃亮超女人味的印表機/炎熱夏日防蟲大作戰/熟女自我投資不手軟/ DVD自動出租機/音樂月餅伴你度中秋	編輯部	流行快報	377
4	三星+黃淑琦=超性感	編輯部	本期專欄	377
5	大器的PDA手機/滑蓋設計的數位相機/下不了手的壽司/退休生活樂活多/「i penguin」/覆面調查員	編輯部	流行快報	375

- 點選〔前筆〕、〔次筆〕或〔篇名〕即可切換前筆或次筆資料

前筆	M型化報紙分類廣告	← 篇名
次筆	三星+黃淑琦=超性感	

↑ 前筆、次筆

[回簡目](#) | [友善列印](#) | [PDF](#)

✱ 超迷你電腦隨身帶/吃蚊蟲的外星人寶寶/閃亮超女人味的印表機/炎熱夏日防蟲大作戰/熟女自我投資不手軟/DVD自動出租機/音樂月餅伴你度中秋 【流行快報】

作者：編輯部

《動腦雜誌》第 377 期 (2007年09月), p.078~079

2.3.2 伸縮資料顯示頁面

- 在資料畫面點 ◀ 或 ▶ 便可自由伸縮資料畫面



● 熱門查詢詞

檢索功能說明

使用率最高的前20名檢索詞彙。

檢索結果說明

檢索結果分析：以查詢結果，針對某些特定欄位進行分析，顯示查詢結果並按出現次數排列。例如：查詢「B&Q」分析期數分部在316期2筆、357期2筆、305期1筆....。

- ① 再檢索：檢索結果可再進行縮小範圍的查詢。例如：搜尋方框輸入單字或字串，再點選「縮小範圍查詢」即可。
- ② 資料排序：在簡目顯示提供了篇名、作者、專欄、期數等欄位排序，直接點選表頭名稱可遞增及遞減排序。註：此系統排序上限為3000筆，超過3000筆不排序。

● 熱門查詢詞

檢索功能說明

使用率最高的前20名檢索詞彙。

檢索結果說明

- ① 檢索結果分析：以查詢結果，針對某些特定欄位進行分析，顯示查詢結果並按出現次數排列。例如：查詢「B&Q」分析期數分部在316期2筆、357期2筆、305期1筆....。
- ② 再檢索：檢索結果可再進行縮小範圍的查詢。例如：搜尋方框輸入單字或字串，再點選「縮小範圍查詢」即可。
- ③ 資料排序：在簡目顯示提供了篇名、作者、專欄、期數等欄位排序，直接點選表頭名稱可遞增及遞減排序。註：此系統排序上限為3000筆，超過3000筆不排序。

3 PDF 調閱

3.1 點選 PDF 圖示

- 在系統內點選  便可開啓單篇的 PDF



第 395 期

(2009年03月)

【業界大小事】

- 時機歹歹奧美替客戶 行銷預算最佳化/博報堂與凱旋建立策略聯盟/十奇傳播重奪幸福廣告決策暨創作獎/公關業經「點選 PDF 圖示」的影響力/聯廣集團「黑幫紅門宴」逞凶/聯辦尾牙/奧美公關用「影響力」迎接新年/世紀奧美公關新春祈福願凝聚員工向心力/ 編輯部 p.118~122

業界大小事時機歹歹奧美替客戶 行銷預算最佳化目前全球經濟危機的詭譎不定局勢中，企業經營環境更顯艱困。全球奧美集團發表「與 ... (詳全文)

【業界話題】

- 芬達整合行銷 黑松沙士、五月天帶來「真正的快樂」/世紀奧美 打破市場不景氣 打響遠傳新年第一砲 編輯部 p.117

公關創意秀芬達整合行銷 黑松沙士、五月天帶來「真正的快樂」亞洲天團五月天睽違4年未舉辦校園演唱會，這次橫跨全國北、中、 ... (詳全文)

前著：不景氣時的新存在主義者

次著：安藤輝彥創造行銷多面球時代

[回簡目](#) | [友善列印](#) | [PDF](#)

★ 另一種「詩情畫意」

作者：王瑤芬

【日本廣告大師】

《動腦雜誌》第 395 期 (2009年03月) 079~081

點選 PDF 圖示

憑著一股對文字的喜愛，及對人敏銳的觀察力，土屋耕一運用了充滿詩意的文化氣息，創造了清新、有趣的文案，及雋永的廣告另一番風格。

土屋耕一

1930年出生26歲開始寫文案

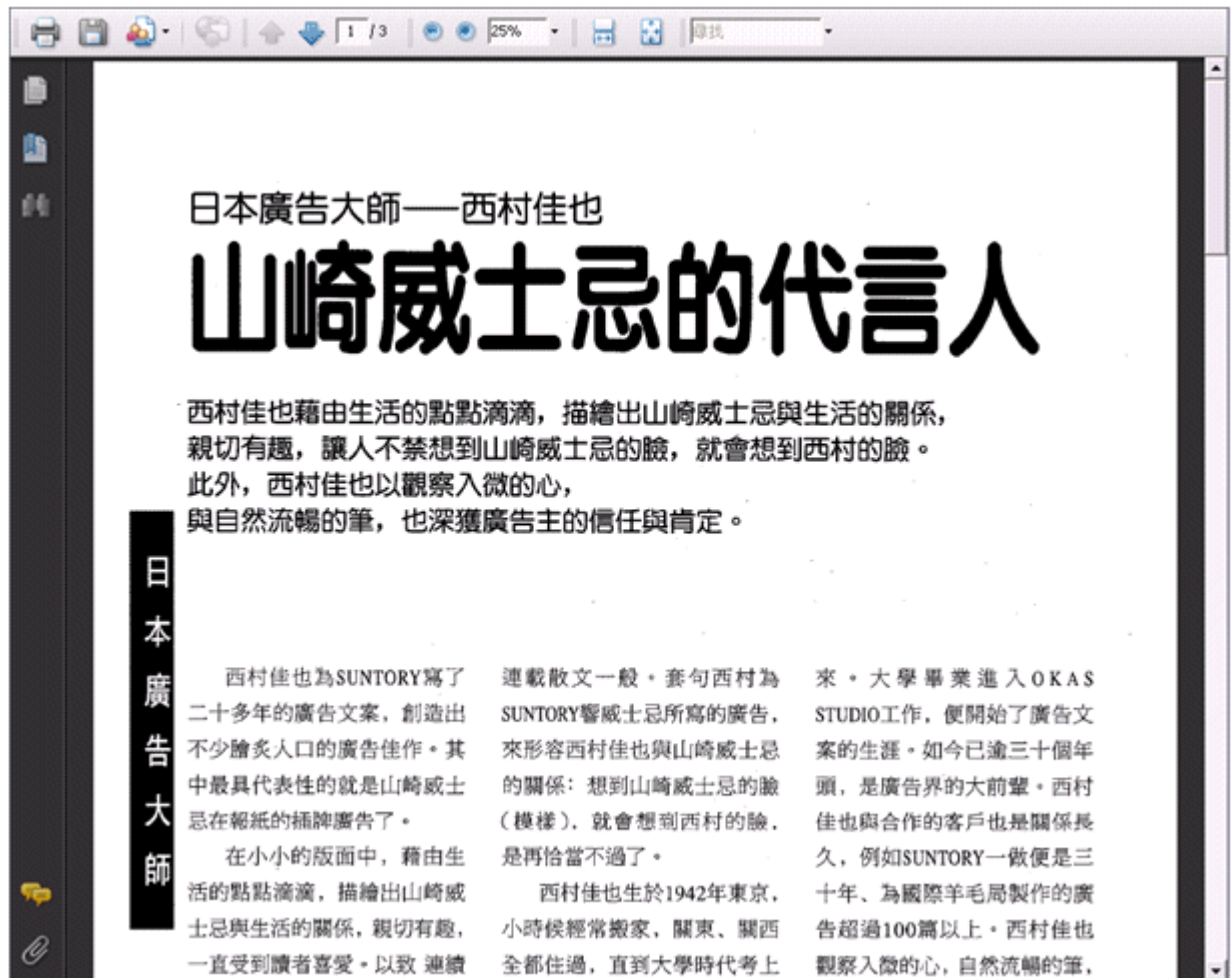
嗜好：

喜歡俳句（日本詩歌的一種）簡潔有韻的詩句，自然而不做作。代表作品：伊勢丹百貨、龜甲萬醬油、日本製罐協會、可爾必思等。

「雨季結束前，川上釣香魚」

「來自故鄉的，能幹小姑娘」

- 開啓後的 PDF 如下圖所示：



肆. 代理行銷商：大鐸資訊股份有限公司