

白光 / 主编

中外经典品牌故事丛书 (1-7)

品牌

演

变

的

故

事

Pinpai
yanbian
degushi



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



中外经典品牌故事丛书之三

品牌演变的故事

白 光 主编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

品牌演变的故事/白光主编. —北京: 中国经济出版社,
2005. 6

(中外经典品牌故事丛书)

ISBN 7 - 5017 - 0457 - 0

I. 品… II. 白… III. 企业管理: 质量管理—世界
IV. F279. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 010530 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: WWW.economyph.com

责任编辑: 苏耀彬

电话 (传真): 010 - 6835 - 4197

个人主页: <http://fbshs.top263.net>

电子信箱: E-mail: cephs@economyph.com E-mail: suyaobin@126.com

责任印制: 张江虹

封面设计: 白长江

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市欣欣印刷有限公司

开 本: A5 印张: 10. 625 字数: 210 千字

版 次: 2005 年 8 月第 1 版 印次: 2005 年 8 月第 1 次印刷

印 数: 0001—5000 册

书 号: ISBN 7 - 5017 - 0457 - 0/F · 361 定 价: 22. 00 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68308640 68359420

68309176

《中外经典品牌故事丛书》

编 委 会

主 编 白 光

编 委 (以姓氏笔划为序)

王 岩 白 光 白 亮

刘代丽 刘 彬 李永全

邱如山 陈 渝 何 军

陈永民 杨东霞 钟 岭

黄安娣 郭 刚 崔东坤

序

“品牌”一词，至今尚未列入词典，但“品牌”又是被现代社会各界广泛认可的一个新名词。“品牌”包含着两个含义：“品”即是物品，商品的等级、种类，当然也含有人的品格；“牌”则是企业单位为自己产品的专用名称，实际上是商标。把上述两层意思联系起来，“品牌”就是具有一定品位的牌子；体现在商品上，应该是广大消费者认可的商品的牌子。品牌没有一个确定的标准，企业广泛作了宣传，消费者使用，大众认可，便形成品牌。

品牌由众多因素构成，如产品质量要好，这是品牌确立的基础；商品要美观，要实用；要适应消费水平；要注意消费者的反映，并以此作为改进产品质量、花色品种的重要依据；对品牌宣传要有计划、有目的，更要有科学性和实用性。

品牌被广大消费者公认，久而久之形成名牌，因此，名牌是品牌的延伸。名牌不是由谁任意评比、评选出来的，而是在消费者公认的基础上形成的。

品牌也是生产力。杭州娃哈哈集团总经理宗庆后说：“在中国，凡是知道可口可乐的人，肯定也知道娃哈哈。”这是事实，这也是一个让所有中国实业家都梦寐以求的事实。娃哈哈是一个品牌拉动型企业，在过去的岁月里，它就以“娃哈哈”的命名，以其开发生产的产品功能、用途为基础，涵





盖了商品的特点，从而使消费者能够了解这种新型营养食品的功效；“娃哈哈”的命名，用孩子们朗朗上口的语音命名吸引他们，加之“喝了娃哈哈，吃饭就是香”的绝妙广告用语，使得“娃哈哈”家喻户晓，老少皆知。

从某种意义上来说，“娃哈哈”的命名，类似于世界名牌“可口可乐”，两者在体现商品特点、迎合消费心理、语音用词上，有很多相似之处。关于品牌在娃哈哈的经营战略中所占地位，宗庆后说：“品牌是生产要素中的龙头，品牌本身也是生产力。”在过去的10余年里，累积在“娃哈哈”这个品牌之上的广告费用已近10亿元。因此，与其说“娃哈哈”经营产品，倒不如说在经营品牌。正是在品牌战略的推动下，使“娃哈哈”的商标价值在不断上扬，逐渐成为中国的名牌。

由品牌、名牌必然引出商标、驰名商标的概念来。品牌、名牌都是约定俗成的称谓，是民间俗语，不是法律用语。真正的法律语言是商标、驰名商标。

为了适应广大读者的习惯，作者将本丛书定名为《中外经典品牌故事丛书》，但如前所述，从法律意义上则应是商标、驰名商标，故本书以品牌概念出现，而内容上则与商标概念相融合。

《中外经典品牌故事丛书》是在作者于1999年出版的《品牌的故事》小册子的基础上，进一步系统化和体系化而形成的。本丛书共分7册，即《品牌创意的故事》《品牌图形的故事》（上、下）《品牌演变的故事》《品牌注册的故事》《品牌维权的故事》《品牌经营的故事》《品牌造词的故事》，它们分别独立、自成体系，且图文并茂。

本丛书编写过程中，吸收了我国商标理论界的优秀成果，



参考了一些商标理论专著和杂志，因此可以说，《中外经典品牌故事丛书》的问世，是我国商标理论界诸多方面人员优秀成果的结晶，是集体运作的成果。

本丛书的读者对象是广大企业经营者、商标与广告事务的策划人员、从事于相关业务的国家公务员及经管类大专院校师生。相信本丛书是上述人员的重要的参考用书，是一套常销常备的、很有趣味的工具性用书。

《中外经典品牌故事丛书》编委会

2005年1月15日

中国经济出版社第一编辑部

苏耀彬编审向您推荐其编辑的图书

序号	书号	书 名	定价	作 者	出版日期
		“中经管理智慧译丛”(1-5)			
1	5764	有效的电子商务推广计划①	28.00	凯西·埃斯	2003.03
2	5765	一种全新的专家②	18.00	里恩· 麦戈文	2003.03
3	5766	临时管理——高级经理们的一种全新的职业选择③	20.00	丹尼斯· 拉塞尔	2003.03
4	5767	国际市场营销失败案例④	18.00	甄 伟 李晓光	2003.03
5	5768	学会管理⑤	18.00	甄 伟 米 俊	2003.03
		中经资本市场热点案例丛书(1-3)			
6	5885	上市公司退市与复市案例①	22.00	童 增	2003.05
7	5886	买壳借壳上市案例②	22.00	童 增	2003.05
8	5887	创业企业改制案例③	22.00	童 增	2003.05
		语言与传播丛书(1-15)			
9	5783	对面——著名播音员主持人访谈录①	28.00	翁 佳	2003.03
10	5784	处处放光彩——成功广告语访谈录②	28.00	於 春	2003.03
11	5785	语言以人为本——第三轮语言哲学对话③	28.00	赵 俐	2003.03
12	5786	幽默与节目主持人的语言艺术④	15.00	王宇红	2003.03
13	5787	留心各种语言现象⑤	25.00	于根元	2003.03
14	5788	语言是大海⑥	16.00	于根元	2003.03
15	6000	语言宣言——我们关于语言的认识⑦	25.00	赵 俐	2003.10

序号	书号	书 名	定价	作 者	出版日期
16	6002	你的手机来信了⑧	20.00	贾 磊	2003.10
17	6084	有创意才有时尚——成功广告语访谈录⑨	25.00	於 春	2004.01
18	6085	十字街头的语言文字⑩	20.00	陈晓宁	2004.01
19	6086	电视广告语言的类型和创作⑪	20.00	刘艳春	2004.01
20	6087	主持人的个性化语言⑫	25.00	蔡长虹	2004.01
21	6088	播音主持语言策略⑬	22.00	徐树华	2004.01
22	6089	路途和手段——语言学及应用语言学研究方法⑭	20.00	于根元	2004.01
23	6070	唤醒语言⑮	16.00	于根元	2004.01
		感性、悟性与理性广告语三卷书			
24	6525	中外感性广告语经典与点评①	26.00	白 光	2004.10
25	6526	中外悟性广告语经典与点评②	26.00	白 光	2004.10
26	6527	中外理性广告语经典与点评③	26.00	白 光	2004.10
		其 他			
27	6557	保险案例评析	26.00	郑美琴	2004.10
		语言与传播丛书(16-24)			
28	6002	语言的轮休和充电——第四轮语言哲学对话⑯	25.00	赵俐等	2005.01
29	6693	体态语和礼仪⑰	20.00	熊征宇	2005.01
30	6694	论整体设计语言⑱	26.00	陈晓宁	2005.01
31	6695	只要你想——成功广告语访谈录⑲	28.00	於 春	2005.01
32	6696	电视谈话节目创作散论⑳	18.00	王 婷	2005.01
33	6697	语言交际㉑	28.00	刘艳春	2005.01
34	6698	语言学家的故事㉒	28.00	徐红燕	2005.01
35	6699	语言在交际中规范㉓	25.00	施春宏	2005.01
36	6700	语言是小河㉔	25.00	韩陈其	2005.01
		其 他			
37	6701	新时期推广普通话方略研究	26.00	于根元	2005.01
38	6702	语言预测词典	24.00	郭丽君	2005.01
39	6703	推广普通话文件资料汇编	24.00	课题组	2005.01

序号	书号	书 名	定价	作 者	出版日期
		中国新乡村建设丛书(1-6)			
40	6681	现代化进程中的农地制度及其利益格局重构①	25.00	王景新	2005.01
41	6682	乡村新型合作经济组织崛起②	25.00	王景新	2005.01
42	6683	村域经济转轨与发展——国内外田野调查③	25.00	王景新	2005.01
43	6684	非农化与农村社会分层——十个村庄的实证研究④	25.00	卢福营 刘成斌	2005.01
44	6685	农村金融体系再造——内生主导型金融生成问题研究⑤	25.00	姜新旺	2005.01
45	6686	明日中国:走向城乡一体化⑥	25.00	王景新 李长江 曹荣庆	2005.01
		其 他			
46	6711	企业融资理论与实务	28.00	王丽娅	2005.01
47	0714	政府转型——中国改革下一步	50.00	海 南 改革院	2005.01
48	6849	中国农民组织建设	58.00	海 南 改革院	2005.01
49	0228	青年塑造未来(2004,上下册)	60.00	蔡富有 樊和平	2005.01
50	0468	中小企业发展——挑战与对策	48.00	海 南 改革院	2005.02
51	5604	中国现代应用语言学史纲	35.00	于根元	2005.08
52	6966	中国农村经济解难	22.00	黄建宏	2005.08
		品牌的故事丛书(1-7)			
53	0454	品牌创意的故事①	20.00	白 光	2005.08
54	0455	品牌图形的故事(上、下)②	45.00	白 光	2005.08
55	0457	品牌演变的故事③	22.00	白 光	2005.08
56	0459	品牌注册的故事④	24.00	白 光	2005.08
57	0460	品牌维权的故事⑤	28.00	白 光	2005.08

序号	书号	书 名	定价	作 者	出版日期
58	0461	品牌经营的故事⑥	24.00	白 光	2005.08
59	0463	品牌造词的故事⑦	20.00	白 光	2005.08
即将出版新书(估价)					
企业理论研究丛书(1-4)					
60	6855	企业理论:契约理论①	25.00	王国顺	2005.08
61	6856	企业理论:能力理论②	25.00	王国顺	2005.08
62	6857	交易、治理与经济效率—O. E. 威廉姆森交易成本经济学③	25.00	王国顺	2005.08
63	6858	技术、制度与企业效率—企业效率基础的理论研究④	25.00	王国顺	2005.08
大客户营销管理丛书(1-4)					
64	6859	大客户战略与管理①	35.00	郝雨风	2005.08
65	6860	大客户销售管理②	35.00	郝雨风	2005.08
66	6861	大客户团队与目标管理③	35.00	周至政	2005.08
67	6862	大客户市场与客户管理④	35.00	李朝霞	2005.08

敬告读者:

上列图书凡是 2004 年以前出版的,均可与责任编辑联系,予以优惠。

联系方法:010-6835-4197(传真) <http://fbshs.top263.net>

电子信箱: cephs@economyph.com 或 suyaobin@126.com

目 录

一、国际品牌名称演变的故事

- 1.1 奥利弗·伯纳获得舒伐利亚庄园葡萄酒品牌/3
- 1.2 莫利森收购了苏格兰博摩尔威士忌品牌/4
- 1.3 几经易主的斯特拉塞斯拉威士忌品牌/6
- 1.4 改名注册成功的瑞士阿华田麦乳精品牌/7
- 1.5 仍然继续使用的瑞士巴利靴鞋产品品牌/8
- 1.6 “鹰牌”改为“贝罗尔”的美国铅笔品牌/8
- 1.7 “鹰牌”改为“波顿”的美国奶粉品牌/9
- 1.8 瑞士巴塞尔公司的“汽巴”化工产品品牌/10
- 1.9 美国通用公司接管了奥佩尔汽车品牌/10
- 1.10 瑞士雀巢食品公司的“雀巢咖啡”品牌/11
- 1.11 德国阿克发—热韦尔集团的阿克发照相器材品牌/12
- 1.12 英国桑普森和穆尔将调味汁改为“赫帕”品牌/13
- 1.13 美国亨利·亨茨控制的“亨茨”番茄酱品牌/13
- 1.14 与戴姆勒公司合并的德国奔驰汽车品牌/14
- 1.15 转属于英国皇家君主公司的“赛科汀”胶粘剂品牌/15
- 1.16 美国通用食品公司的麦氏咖啡品牌/16
- 1.17 美国埃克森公司属下的“埃索”石油品牌/17
- 1.18 英国汽车辛迪加使用的戴姆勒汽车品牌/17
- 1.19 英国威尔斯公司名下的“三修女牌”烟草品牌/18
- 1.20 美国通用食品公司名下的“波斯特姆”麦片粥品牌/19
- 1.21 美国通用食品公司名下的“杰尔歇”果冻甜食品牌/20



- 1.22 英国卡得勃利—施韦伯公司的“佳奥罗”软饮料品牌/21
- 1.23 美—英两公司共同使用的“波斯蒂克”粘合剂品牌/21
- 1.24 美国柯达公司购买的“威勒克斯”相纸品牌/22
- 1.25 美国通用公司属下的“别克”汽车品牌/22
- 1.26 几经易手的英国“维乐尔”滋补健身食品品牌/23
- 1.27 归属于英国利兰公司的“沃尔希利”汽车品牌/24
- 1.28 变来变去的英国“桑比姆”轿车品牌/25
- 1.29 由公司首写字母而来的美国“三艾姆”矿产品品牌/26
- 1.30 英—美烟草公司获得的“杜·莫里”香烟品牌/27
- 1.31 美国通用公司属的“奥兹”汽车品牌/28
- 1.32 不能注册而改名的美国“波斯特吐司”麦片品牌/28
- 1.33 几经易手的英国“罗斯威皮”雪利酒品牌/29
- 1.34 归属美国无线电公司的“维克托拉”电唱机品牌/30
- 1.35 英国剑桥派伊公司的“埃科”收音机品牌/31
- 1.36 英国艾尔费克斯公司接管的“麦卡诺”金属玩具品牌/32
- 1.37 英国迪金森公司兼并的“巴塞尔登”钞票用纸品牌/32
- 1.38 美国埃克森选定的新石油产品品牌/33
- 1.39 并入尼古拉斯公司的英国“阿斯基特”止痛药品牌/34
- 1.40 尤尼莱佛公司兼并英国“麦克水产”海味食品品牌/35
- 1.41 隶属于美国通用食品公司的“伯宰”食品品牌/35
- 1.42 隶属于英国利兰公司的美洲虎—凯旋汽车品牌/36
- 1.43 被库福尔兹公司接管的英国的“凯泽—邦德”袜子品牌/38
- 1.44 归属沃纳—兰伯特公司的美国“希克”电动剃须刀品牌/38
- 1.45 并入英国钢管投资公司的“阿斯科特”煤气热水器品牌/39
- 1.46 兼并到朗曼出版公司的英国“企鹅”平装书品牌/40
- 1.47 多次易主的英国“布里泰克斯”汽车座安全带品牌/41
- 1.48 被合并的英国“珀缪提”水软化设备品牌/42
- 1.49 对原名称缩写的美国“斯帕姆”肉类罐头产品品牌/43
- 1.50 归属变化的英国“布里特维克”果汁饮料品牌/43

- 1.51 兰克影业公司接管的英国“奥尔迪斯”放映机品牌/44
- 1.52 并入英国帝国化学工业公司的“雷克辛”人造革品牌/45
- 1.53 戴姆勒—克莱斯勒公司兼并的美国“吉普”汽车品牌/45
- 1.54 英国布鲁克—奥克修公司的“辟及茶叶”新品牌/46
- 1.55 将“安得乐尔”改为“安德雷克斯”的英国卫生纸品牌/48
- 1.56 转让给克罗克的“麦当劳”快餐店品牌/48
- 1.57 美国克莱斯勒公司接管的法国“西姆卡”汽车品牌/50
- 1.58 斯佩里公司接管的美国“尤尼瓦克”计算机品牌/50
- 1.59 英国钢管投资公司控股的“帕克雷”取暖设备品牌/51
- 1.60 通用食品公司在英国的“英斯特威普”甜点原料品牌/52
- 1.61 避开国籍的美国“尤尼罗伊尔”化工产品品牌/53
- 1.62 归属于斯皮勒公司的英国“斯利姆西”面包品牌/54
- 1.63 几经辗转使用权的“英国之荣”火柴产品品牌/54
- 1.64 生产经营权多次易手的英国“迷你”轿车品牌/55
- 1.65 德格林顿公司接管了荷兰“班德”复印机品牌/56
- 1.66 并入联合饼干公司的英国“卡波”油炸土豆片品牌/57
- 1.67 福特公司的英国“特拉斯特豪斯—福特”旅游服务品牌/58
- 1.68 归属于美国克莱斯勒公司的“塔尔博特”汽车品牌/58
- 1.69 意大利菲亚特公司改换的“斯特雷德”汽车品牌/59
- 1.70 改为公司名称缩写的英国“百乐可”干电池品牌/60

二、中国品牌名称演变的故事

- 2.1 贵州的世界三大蒸馏名酒之一的“茅台酒”品牌/65
- 2.2 青岛北极星集团公司使用的“北极星”钟表品牌/67
- 2.3 上海红双喜冠都公司的“红双喜”乒乓球拍品牌/68
- 2.4 江苏东风农机集团的“东风”手扶拖拉机品牌/69
- 2.5 青岛啤酒股份公司的“青岛”啤酒品牌/70
- 2.6 南京熊猫电子集团公司的“熊猫”电子产品品牌/70
- 2.7 上海牙膏厂有限公司的“中华”牙膏品牌/71



- 2.8 上海实业马利画材公司的“马利”美术颜料品牌/72
- 2.9 云南玉溪红塔集团的“红塔山”香烟产品品牌/73
- 2.10 石家庄华北制药集团公司的“华北”药品品牌/73
- 2.11 洛阳中国一拖集团的“东方红”拖拉机品牌/74
- 2.12 安徽古井贡酒股份有限公司的“古井”白酒品牌/75
- 2.13 山西杏花村汾酒厂股份公司的“古井亭”汾酒品牌/75
- 2.14 山西杏花村汾酒厂股份公司的“杏花村”汾酒品牌/76
- 2.15 山西杏花村汾酒厂股份公司的“竹叶青”酒品牌/77
- 2.16 四川宜宾五粮液酒厂的“五粮液”酒品牌/78
- 2.17 四川泸州老窖股份公司的“泸州”老窖酒品牌/78
- 2.18 四川古蔺郎酒厂的“郎”酒品牌/79
- 2.19 四川绵竹剑南春酒厂的“剑南春”酒品牌/80
- 2.20 安徽古井贡酒股份公司的“古井贡”酒品牌/80
- 2.21 浙江中国绍兴黄酒集团的“古越龙山”黄酒品牌/81
- 2.22 烟台张裕集团公司的“张裕”葡萄酒产品品牌/82
- 2.23 北京燕京啤酒集团公司的“燕京”啤酒品牌/83
- 2.24 广州珠江啤酒集团公司的“珠江”啤酒品牌/84
- 2.25 广州广漆化工实业公司的“电视塔”油漆品牌/84
- 2.26 沈阳红梅企业集团的“红梅”味精产品品牌/85
- 2.27 河南莲花味精集团的“莲花”味精产品品牌/86
- 2.28 广东食品进出口集团公司的“珠江桥”酱油品牌/86
- 2.29 哈尔滨正阳楼肉食公司的“京”字香肠品牌/87
- 2.30 上海冠生园食品总厂的“大白兔”糖果品牌/88
- 2.31 中国北京同仁堂集团公司的“同仁堂”中药品牌/89
- 2.32 山东金猴集团有限公司的“金猴”皮鞋品牌/89
- 2.33 新疆天山毛纺织股份公司的“天山”羊绒衫品牌/90
- 2.34 上海柴油机股份公司的“东风”柴油机品牌/91
- 2.35 江苏常柴股份公司的“常柴”柴油机产品品牌/91
- 2.36 山东三环制锁集团公司的“三环”锁类产品品牌/92



- 2.37 广东科龙集团公司的“容声”电冰箱产品品牌/93
- 2.38 河南白鸽集团股份公司的“白鸽”磨料磨具品牌/94
- 2.39 辽宁东北制药总厂的“东北”药品产品品牌/94
- 2.40 天津灯塔涂料股份公司的“灯塔”油漆品牌/95
- 2.41 福建莆田铸锻集团的“莆江”摩托车配件品牌/96
- 2.42 上海中华制药厂的“龙虎”人丹、清凉油品牌/96
- 2.43 上海胶带股份公司的“骆驼”运输胶带品牌/97
- 2.44 上海昌协有限公司的“蝴蝶牌”缝纫机品牌/98
- 2.45 江西高峰陶瓷集团公司的“高峰”陶瓷砖品牌/99
- 2.46 广州市副食品公司的“致美斋”酱油品牌/99
- 2.47 四川远达集团美乐食品公司的“美乐”香辣酱品牌/100
- 2.48 四川国营长虹机器厂的“长虹”电视机产品品牌/101
- 2.49 浙江中国飞跃缝纫机集团的“飞跃”缝纫机品牌/101
- 2.50 江西东方红实业股份公司的“贡江”水泥品牌/102
- 2.51 甘肃兰州佛慈制药厂的“宝炉”中成药产品品牌/103
- 2.52 山东海尔集团公司的“海尔”电冰箱产品品牌/104
- 2.53 广东丽珠医药集团股份公司的“丽珠”药品品牌/104
- 2.54 上海万象集团股份公司的“恒源祥”绒线品牌/105
- 2.55 福建福耀玻璃工业集团的“福耀”汽车玻璃品牌/106
- 2.56 山西经纬纺织机械集团的“经纬”棉麻精纺机品牌/107
- 2.57 哈尔滨世一堂制药厂的“世一堂”中成药品牌/107
- 2.58 浙江玉立电器集团公司的“玉立”吸排油烟机品牌/108
- 2.59 大连冷冻机股份公司的“冰山”制冷设备品牌/109
- 2.60 重庆中国嘉陵工业股份公司的“嘉陵”摩托车品牌/110
- 2.61 上海三枪集团有限公司的“三枪”服装品牌/111
- 2.62 上海光明乳业公司的“光明”乳制品品牌/112
- 2.63 山东小鸭集团的“小鸭牌”洗衣机产品品牌/112
- 2.64 上海家化公司的“美加净”与“露美”化妆品品牌/113
- 2.65 上海回力鞋业总厂的“回力”胶鞋产品品牌/115

- 2.66 江苏红豆集团公司的“红豆”服装产品品牌/116
- 2.67 浙江雅戈尔集团公司的“雅戈尔”服装品牌/117
- 2.68 北京全聚德烤鸭集团的“全聚德”餐饮服务品牌/117
- 2.69 天津同仁堂股份公司的“狗不理”餐饮品牌/118
- 2.70 合肥美菱股份公司的“美菱”电冰箱产品品牌/119

三、国际品牌图形演变的故事

- 3.1 美国“西屋”品牌图形先后已经更新了6次/123
- 3.2 美国“凯迪拉克”品牌盾形图形的10次变化/127
- 3.3 美国“可口可乐”品牌图形的变化与标新立异/133
- 3.4 美国“百事可乐”品牌图形先后的9次变化/138
- 3.5 美国“贝尔”电报电话公司品牌图形的5次演变/143
- 3.6 美国“壳牌”石油公司品牌图形百年中的8次演变/145
- 3.7 美国“3M”公司品牌图形百年中的20次演变/149
- 3.8 美国“联合航空”公司品牌图形的17次演变/156
- 3.9 德国“倍勒科若斯”公司品牌图形的6次演变/163
- 3.10 英国“普若顿森”公司岩石品牌图形的演变/166
- 3.11 美国“赖吉鸟”公司品牌图形随时代变化而演变/167
- 3.12 美国“IBM”公司品牌变实体字母为条带扫描线图形/168
- 3.13 日本三菱株式会社品牌图形先后的4次变革/169
- 3.14 美国铝业公司品牌图形先后经历了7次变革/172
- 3.15 联合利华有限公司在中国推出新的品牌图形/175
- 3.16 日本“麒麟”啤酒导入新的品牌图形形象/176
- 3.17 日本“健伍”音响通过新品牌形象进军国际市场/177
- 3.18 日本“索尼”品牌名称设计的5次微妙变化/179
- 3.19 日本“马自达”汽车品牌标志的变体设计/181
- 3.20 日本“松下”电器产品品牌标志的灵活运用/182