



中外经典品牌故事丛书之三

---

# 品牌演变的故事

白摇光摇主编



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



# 《中外经典品牌故事丛书》

## 编委会

主编 白岩松

编委 (以姓氏笔划为序)

王岩 白岩松 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 15 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 1998 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管理者、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

圆缘年 员月 员缘日



# 目 录

## 一、国际品牌名称演变的故事

- 1 1905 奥弗·伯纳获得舒伐利亚庄园葡萄酒品牌 轩
- 1 1905 莫利森收购了苏格兰博摩尔威士忌品牌 缘
- 1 1905 几经易主的斯特拉塞斯拉威士忌品牌 缘
- 1 1905 改名注册成功的瑞士阿华田麦乳精品牌 缘
- 1 1905 仍然继续使用的瑞士巴利靴鞋产品品牌 缘
- 1 1905 “鹰牌”改为“贝罗尔”的美国铅笔品牌 缘
- 1 1905 “鹰牌”改为“波顿”的美国奶粉品牌 缘
- 1 1905 瑞士巴塞尔公司的“汽巴”化工产品品牌 缘
- 1 1905 美国通用公司接管了奥佩尔汽车品牌 缘
- 1 1905 瑞士雀巢食品公司的“雀巢咖啡”品牌 缘
- 1 1905 德国阿克发—热韦尔集团的阿克发照相器材品牌 缘
- 1 1905 英国桑普森和穆尔将调味汁改为“赫帕”品牌 缘
- 1 1905 美国亨利·亨茨控制的“亨茨”番茄酱品牌 缘
- 1 1905 与戴姆勒公司合并的德国奔驰汽车品牌 缘
- 1 1905 转属于英国皇家君主公司的“赛科汀”胶粘剂品牌 缘
- 1 1905 美国通用食品公司的麦氏咖啡品牌 缘
- 1 1905 美国埃克森公司属下的“埃索”石油品牌 缘
- 1 1905 英国汽车辛迪加使用的戴姆勒汽车品牌 缘
- 1 1905 英国威尔斯公司名下的“三修女牌”烟草品牌 缘
- 1 1905 美国通用食品公司名下的“波斯特姆”麦片粥品牌 缘
- 1 1905 美国通用食品公司名下的“杰尔歌”果冻甜食品牌 缘

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





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

## 二、中国品牌名称演变的故事

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



- 瑶瑶上海实业马利画材公司的“马利”美术颜料品牌 轶园
- 瑶瑶云南玉溪红塔集团的“红塔山”香烟产品品牌 轶袁
- 瑶瑶石家庄华北制药集团公司的“华北”药品品牌 轶袁
- 瑶瑶洛阳中国一拖集团的“东方红”拖拉机品牌 轶源
- 瑶瑶安徽古井贡酒股份有限公司的“古井”白酒品牌 轶缘
- 瑶瑶山西杏花村汾酒厂股份公司的“古井亭”汾酒品牌 轶缘
- 瑶瑶山西杏花村汾酒厂股份公司的“杏花村”汾酒品牌 轶远
- 瑶瑶山西杏花村汾酒厂股份公司的“竹叶青”酒品牌 轶苑
- 瑶瑶四川宜宾五粮液酒厂的“五粮液”酒品牌 轶惠
- 瑶瑶四川泸州老窖股份公司的“泸州”老窖酒品牌 轶惠
- 瑶瑶四川古蔺郎酒厂的“郎”酒品牌 轶恩
- 瑶瑶四川绵竹剑南春酒厂的“剑南春”酒品牌 轶园
- 瑶瑶安徽古井贡酒股份有限公司的“古井贡”酒品牌 轶园
- 瑶瑶浙江中国绍兴黄酒集团的“古越龙山”黄酒品牌 轶员
- 瑶瑶烟台张裕集团公司的“张裕”葡萄酒产品品牌 轶园
- 瑶瑶北京燕京啤酒集团公司的“燕京”啤酒品牌 轶袁
- 瑶瑶广州珠江啤酒集团公司的“珠江”啤酒品牌 轶源
- 瑶瑶广州广漆化工实业公司的“电视塔”油漆品牌 轶源
- 瑶瑶沈阳红梅企业集团的“红梅”味精产品品牌 轶缘
- 瑶瑶河南莲花味精集团的“莲花”味精产品品牌 轶远
- 瑶瑶广东食品进出口集团公司的“珠江桥”酱油品牌 轶远
- 瑶瑶哈尔滨正阳楼肉食公司的“京”字香肠品牌 轶苑
- 瑶瑶上海冠生园食品总厂的“大白兔”糖果品牌 轶惠
- 瑶瑶中国北京同仁堂集团公司的“同仁堂”中药品牌 轶恩
- 瑶瑶山东金猴集团有限公司的“金猴”皮鞋品牌 轶恩
- 瑶瑶新疆天山毛纺织股份公司的“天山”羊绒衫品牌 轶园
- 瑶瑶上海柴油机股份公司的“东风”柴油机品牌 轶员
- 瑶瑶江苏常柴股份公司的“常柴”柴油机产品品牌 轶员
- 瑶瑶山东三环制锁集团公司的“三环”锁类产品品牌 轶园





- 圆缘瑶广东科龙集团公司的“容声”电冰箱产品品牌 圆缘
- 圆缘瑶河南白鸽集团股份公司的“白鸽”磨料磨具品牌 圆缘
- 圆缘瑶辽宁东北制药总厂的“东北”药品产品品牌 圆缘
- 圆缘瑶天津灯塔涂料股份公司的“灯塔”油漆品牌 圆缘
- 圆缘瑶福建莆田铸锻集团的“莆江”摩托车配件品牌 圆缘
- 圆缘瑶上海中华制药厂的“龙虎”人丹、清凉油品牌 圆缘
- 圆缘瑶上海胶带股份公司的“骆驼”运输胶带品牌 圆缘
- 圆缘瑶上海昌协有限公司的“蝴蝶牌”缝纫机品牌 圆缘
- 圆缘瑶江西高峰陶瓷集团公司的“高峰”陶瓷砖品牌 圆缘
- 圆缘瑶广州市副食品公司的“致美斋”酱油品牌 圆缘
- 圆缘瑶四川远达集团美乐食品公司的“美乐”香辣酱品牌 圆缘
- 圆缘瑶四川国营长虹机器厂的“长虹”电视机产品品牌 圆缘
- 圆缘瑶浙江中国飞跃缝纫机集团的“飞跃”缝纫机品牌 圆缘
- 圆缘瑶江西东方红实业股份公司的“贡江”水泥品牌 圆缘
- 圆缘瑶甘肃兰州佛慈制药厂的“宝炉”中成药产品品牌 圆缘
- 圆缘瑶山东海尔集团公司的“海尔”电冰箱产品品牌 圆缘
- 圆缘瑶广东丽珠医药集团股份公司的“丽珠”药品品牌 圆缘
- 圆缘瑶上海万象集团股份公司的“恒源祥”绒线品牌 圆缘
- 圆缘瑶福建福耀玻璃工业集团的“福耀”汽车玻璃品牌 圆缘
- 圆缘瑶山西经纬纺织机械集团的“经纬”棉麻精纺机品牌 圆缘
- 圆缘瑶哈尔滨世一堂制药厂的“世一堂”中成药品牌 圆缘
- 圆缘瑶浙江玉立电器集团公司的“玉立”吸排油烟机品牌 圆缘
- 圆缘瑶大连冷冻机股份公司的“冰山”制冷设备品牌 圆缘
- 圆缘瑶重庆中国嘉陵工业股份公司的“嘉陵”摩托车品牌 圆缘
- 圆缘瑶上海三枪集团有限公司的“三枪”服装品牌 圆缘
- 圆缘瑶上海光明乳业公司的“光明”乳制品品牌 圆缘
- 圆缘瑶山东小鸭集团的“小鸭牌”洗衣机产品品牌 圆缘
- 圆缘瑶上海家化公司的“美加净”与“露美”化妆品品牌 圆缘
- 圆缘瑶上海回力鞋业总厂的“回力”胶鞋产品品牌 圆缘



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

### 三、国际品牌图形演变的故事

- 图例 美国“西屋”品牌图形先后已经更新了 远次 演变
- 图例 美国“凯迪拉克”品牌盾形图形的 多次变化 演变
- 图例 美国“可口可乐”品牌图形的变化与标新立异 演变
- 图例 美国“百事可乐”品牌图形先后的 多次变化 演变
- 图例 美国“贝尔”电报电话公司品牌图形的 缘次演变 演变
- 图例 美国“壳牌”石油公司品牌图形百年中的 缘次演变 演变
- 图例 美国“通用”公司品牌图形百年中的 多次演变 演变
- 图例 美国“联合航空”公司品牌图形的 多次演变 演变
- 图例 德国“倍勒科若斯”公司品牌图形的 远次演变 演变
- 图例 英国“普若顿森”公司岩石品牌图形的演变 演变
- 图例 美国“赖吉乌”公司品牌图形随时代变化而演变 演变
- 图例 美国“柯达”公司品牌变实体字母为条带扫描线图形 演变
- 图例 日本三菱株式会社品牌图形先后的 源次变革 演变
- 图例 美国铝业公司品牌图形先后经历了 多次变革 演变
- 图例 联合利华有限公司在中国推出新的品牌图形 演变
- 图例 日本“麒麟”啤酒导入新的品牌图形形象 演变
- 图例 日本“健伍”音响通过新品牌形象进军国际市场 演变
- 图例 日本“索尼”品牌名称设计的 缘次微妙变化 演变
- 图例 日本“马自达”汽车品牌标志的变体设计 演变
- 图例 日本“松下”电器产品品牌标志的灵活运用 演变





## 四、中国品牌图形演变的故事

- 中国 电信 拆分后更换了新的品牌图形
- 中国 石化“长城”高级润滑油更新品牌图形
- 青岛 海尔集团公司“海尔”品牌标识的演变
- 广东“太阳神”为弥补不足设计出变体品牌图形
- 江苏 春兰集团公司“春兰”空调品牌标识的演变
- 北京 蜂产品公司“百花”蜂蜜品牌图形的演变
- 山东 海信集团“海信”电器品牌图形的更新
- 广东 科龙集团新的“科龙”品牌图形与国际接轨
- 广东 科龙集团新的“容声”品牌图形具有现代感
- 中国 轻骑集团“轻骑”摩托车品牌图形的演变
- 中国 烟台北极星集团“北极星”钟表品牌的演变
- 青岛 啤酒公司的“青岛”品牌图形向整体标贴延伸
- 上海 冠生园“大白兔”糖果品牌图形向整体包装延伸
- 山西 杏花村汾酒厂酒类产品向多品牌延伸
- 四川 宜宾五粮液酒厂“五粮液”酒品牌的扩展
- 中国 贵州茅台酒厂以猴种“茅台”酒品牌图形展现
- 四川 绵竹剑南春酒厂“剑南春”品牌的演进与扩展
- 北京 燕京啤酒集团“燕京”啤酒品牌图形的扩展
- 深圳 三企业集团“三九”药品品牌图形的变更
- 广东 丽珠医药集团“丽珠”药品品牌图形的更新
- 杭州 娃哈哈集团“娃哈哈”饮料品牌的不断扩充
- 海南 椰风公司“椰风”饮料品牌图形的不同表现
- 湖北 美尔雅公司“美尔雅”服装品牌图形的改变
- 浙江 雅戈尔集团“雅戈尔”服装品牌图形的扩展运用
- 陕西 长岭集团“长岭”电冰箱产品品牌的改变
- 湖北 东风汽车公司“东风”汽车产品品牌的改变



源瑶江苏常柴股份公司“常柴”品牌图形有猿种形式 轳源  
 源瑶江西共青羽绒厂“鸭鸭”羽绒服品牌的多种表现 轳源  
 源瑶浙江德力西集团“德力西”电器品牌图形的扩展 轳源  
 源瑶上海回力鞋业总厂“回力”品牌图形的分体使用 轳源

## 五、国际品牌价值演变的故事

源瑶美国《金融世界》对品牌价值评估的思路 轳源  
 源瑶美国《金融世界》对“万宝路”品牌的价值评估 轳源  
 源瑶美国《金融世界》对“吉列”公司商号的价值评估 轳源  
 源瑶对《美国《金融世界》品牌价值评估方法的评价 轳源  
 源瑶美国“万宝路”香烟品牌价值的变化 轳源  
 源瑶美国“可口可乐”软饮料品牌价值的变化 轳源  
 源瑶美国“百威”啤酒品牌价值的变化 轳源  
 源瑶美国“百事可乐”软饮料品牌价值的变化 轳源  
 源瑶瑞士“雀巢咖啡”食品饮料品牌价值的变化 轳源  
 源瑶美国“凯洛格”食品饮料品牌价值的变化 轳源  
 源瑶美国“云丝顿”香烟品牌价值的变化 轳源  
 源瑶美国“骆驼”香烟品牌价值的变化 轳源  
 源瑶美国“帮宝适”纸尿裤品牌价值的变化 轳源  
 源瑶美国“坎贝尔”果汁品牌价值的变化 轳源  
 源瑶法国“轩尼诗”白兰地酒品牌价值的变化 轳源  
 源瑶法国“路易威登”箱包制品品牌价值的变化 轳源  
 源瑶美国“芭比”玩具和配饰品牌价值的变化 轳源  
 源瑶日本“任天堂”游戏品品牌价值的变化 轳源  
 源瑶丹麦“嘉士伯”啤酒品牌价值的变化 轳源  
 源瑶美国“吉列”个人护理品品牌价值的变化 轳源  
 源瑶荷兰“喜力”啤酒品牌价值的变化 轳源  
 源瑶爱尔兰“吉尼斯”啤酒品牌价值的变化 轳源  
 源瑶美国“桂格”麦片品牌价值的变化 轳源





美国	“亨氏”调味品品牌价值的变化	1
德国	“妮维雅”个人护理用品品牌价值的变化	2
美国	“高露洁”牙膏品牌价值的变化	3
美国	“箭牌”口香糖品牌价值的变化	4
美国	“李维斯”牛仔褲品牌价值的变化	5
美国	“耐克”运动鞋品牌价值的变化	6
德国	“阿迪达斯”运动鞋品牌价值的变化	7
美国	“英特尔”集成电路品牌价值的变化	8
美国	“康柏”电脑品牌价值的变化	9
美国	“微软”电脑软件品牌价值的变化	10
美国	“联想”电脑技术品牌价值的变化	11
美国	“摩托罗拉”通讯产品品牌价值的变化	12
德国	“西门子”通讯产品品牌价值的变化	13
美国	“柯达”胶卷品牌价值的变化	14
美国	“施乐”复印机品牌价值的变化	15
荷兰	“飞利浦”电器品牌价值的变化	16
美国	“通用”电器品牌价值的变化	17

## 六、中国品牌价值演变的故事

《金融世界》	品牌价值评估对我国的启发	1
北京名牌资产评估事务所	所借鉴了《金融世界》品牌价值评估方法	2
北京名牌资产评估事务所	的品牌价值评估体系	3
北京名牌资产评估事务所	对“长虹”品牌价值的评估	4
云南	“红塔山”品牌价值的变化	5
山东	“海尔”品牌价值的变化	6
四川	“长虹”品牌价值的变化	7
四川	“五粮液”品牌价值的变化	8
广东	“栽莲”品牌价值的变化	9
北京	“联想”品牌价值的变化	10

- 边际瑶中国“一汽”品牌价值的变化 转远
- 边际瑶广东“美的”品牌价值的变化 转远
- 边际瑶深圳“运来运去”品牌价值的变化 转源
- 边际瑶广东“科龙”品牌价值的变化 转源
- 边际瑶深圳“怨怨”品牌价值的变化 转缘
- 边际瑶山东“青岛”啤酒品牌价值的变化 转缘
- 边际瑶无锡“小天鹅”品牌价值的变化 转远
- 边际瑶北京“燕京”啤酒品牌价值的变化 转苑
- 边际瑶河南“双汇”品牌价值的变化 转苑
- 边际瑶河南“莲花”品牌价值的变化 转苑
- 边际瑶内蒙古“鄂尔多斯”品牌价值的变化 转愿
- 边际瑶安徽“古井”品牌价值的变化 转愿
- 边际瑶中国最有价值的品牌 转愿





## 一、国际品牌名称演变的故事

我们所讲的品牌名称演变，主要是指品牌的易主，即某一品牌为另一企业所拥有，因此也可以称之为品牌的易主演变。品牌易主后，多数品牌仍保持原有名称，但也有一些品牌使其名称略有变化。然而，易主演变的品牌，是保留原有名称或略加变化，都应遵循名称创意演变标准，这个标准是创意演变的基本规律，它可以概括为：如果品牌名称是简单易读的、为人们所熟悉的、有意义的、与众不同的，那么品牌认知可以得到提高。

品牌易主演变首先考虑的一个标准是名称应该简单，容易拼写容易发音。简单的名称有助于消费者提高对品牌的认知能力，有些国际品牌有意选择比较简短的词汇，一般是三四个字母，如 **牙膏**（牙膏）、**杀虫剂**（杀虫剂）、**洗涤剂**（洗涤剂）、**除味剂**（除味剂）、**钢笔**（钢笔）等。容易发音和容易拼写也是一个重要的创意原则，品牌名称应该容易发音，并且最好在大多数语言中发音一致，如 **难以发音** 一个难以发音的品牌名称首先就要克服顾客对其发音的困难，如 **现代汽车**（现代汽车）和 **三菱**（三菱）。因为如果一个消费者感到自己不能正确地读出某个品牌名称来，恐怕他就会不愿意购买它。