

◆雜誌簡介：

1977年創刊，扮演著華文地區，廣告行銷媒體圈瞭望者的角色；讀者涵蓋台、中、港、新、馬、美國等地華文廣告界。
每月定期提供最熱門的全球產業趨勢、專題報導、全球設計、行銷風向球、流行快報、網路公關案例、業界動態、及創意藍海專欄，是行銷傳播人不可或缺的產業交流資訊平台。



◆動腦特色：

《動腦雜誌》以「行銷、創意」為定位，使命是「尋找世界最好的創意，傳播它！」讓《動腦》讀者的工作更成功，生活更圓滿。

《動腦》多元豐富的產品除雜誌外，另有Brain.com數位平台、動腦每日報、動腦智庫、動腦講座、及動腦俱樂部每月一次聚會、叢書出版、動腦考察團及廣告獎代理，滿足讀者各項需求。

動腦雜誌知識庫

操作手冊

2022 年 10 月 01 版

大鐸資訊股份有限公司

目錄

壹、 進入資料庫	1
貳、 查詢模式	2
一、 卷期瀏覽	3
二、 期刊專欄	4
三、 關鍵詞查詢	5
四、 熱門查詢詞	6
五、 熱門點閱	7
參、 檢索結果顯示	8
一、 卷期目次顯示	8
1、 上、下期翻閱	8
2、 切換單期、卷期目次	9
二、 表格式清單顯示	10
1、 調整每頁顯示筆數	10
2、 上、下頁翻閱	10
三、 縮小範圍再檢索	11
四、 友善列印	12
肆、 介面呈現方式	13
一、 切換簡目、詳目	13
二、 切換前筆、後筆	14
三、 伸縮資料顯示頁面	14
四、 PDF 調閱	15

壹、進入資料庫

點選登入使用即可進入到動腦雜誌知識庫。



動腦 brain

◆雜誌簡介：

1977年創刊，扮演著華文地區，廣告行銷媒體圈瞭望者的角色；讀者涵蓋台、中、港、新、馬、美國等地華文廣告界。

每月定期提供最熱門的全球產業趨勢、專題報導、全球設計、行銷風向球、流行快報、網路公關案例、業界動態、及創意藍海專欄，是行銷傳播人不可或缺的產業交流資訊平台。

◆動腦特色：

《動腦雜誌》以「行銷、創意」為定位，使命是「尋找世界最好的創意，傳播它！」讓《動腦》讀者的工作更成功，生活更圓滿。

《動腦》多元豐富的產品除雜誌外，另有Brain.com數位平台、動腦每日報、動腦智庫、動腦講座、及動腦俱樂部每月一次聚會、叢書出版、動腦考察團及廣告獎代理，滿足讀者各項需求。

登入使用

動腦 雜誌社 版權所有

貳、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。

一、卷期瀏覽

在卷期瀏覽畫面上點選欲調閱的卷期或該卷期封面，例如「2022 年、第 557 期(09 月)」



結果如下圖，右側便會顯示該卷期的資料清單。



二、期刊專欄

點選上方搜尋功能列進入期刊專欄查詢模式。



在期刊專欄畫面上點選欲調閱的專欄，例如「1998 台灣廣告媒體專輯」，右側便會顯示該專欄的資料清單。



三、關鍵詞查詢

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。

以關鍵字輸入「創意」，限定欄位勾選「內文」為例進行檢索。

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

搜尋：創意

【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 清除

關鍵詞查詢

檢索功能說明

① 快速查詢：在搜尋方框輸入單字或字串即可查詢，再點選右邊的「查詢」即可。

② 限定欄位查詢：搜尋方框下面提供您勾選篇名、作者、專欄、內文等欄位，縮小範圍查詢，找到的資料更精確。

③ 布林邏輯查詢：字詞之間可使用 AND、OR、NOT 來組合，但運算元前後空一格，例如：平面廣告 and 寶僑。

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」分析期數分佈在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。

◆ 設定完成後點選 **查詢** 執行檢索。

◆ 欲重新設定點選 **清除** 清除條件。

左側會顯示查詢後的結果分析，右側會顯示查詢後的結果。

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
 查詢結果(5932)
 出刊年
 期數
 專欄
 作者

檢索結果：共 5932 筆，目前為：第 1 頁 每頁顯示 10 筆

友善列印 | 縮小範圍查詢

序號	篇名	作者	專欄	期數
1	期待與祝福	編輯部		001
2	說在前頭	編輯部		001
3	台灣武田合利他命F對偽藥的掃蕩戰		我們的傑作專欄	001
4	商品、廣告、銷售 動腦創意專欄	編輯部		001
5	我的星期天	新力股份有限公司總經理 呂傳東		002
6	聯歌爾彩虹系列五彩繽紛	王彩蓉	動腦創意專欄	003
7	X的天下	莎	動腦創意專欄	003
8	遠東紡織印花布吊牌生動活潑	編輯部		003
9	龜只有在伸頭時前進！	動腦會議		004
10	從繪畫與設計的分野談起	廖哲夫	我的創造哲學	004

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 下一頁

四、熱門查詢詞

在熱門查詢詞畫面上點選欲調閱的詞彙，例如「AI」。



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 | 操作說明

熱門查詢詞：

- AI(6次)
- 大學(5次)
- 魚(4次)
- 博報堂(3次)
- 水龍頭(3次)
- UNIQLO(2次)

◎ 熱門查詢詞

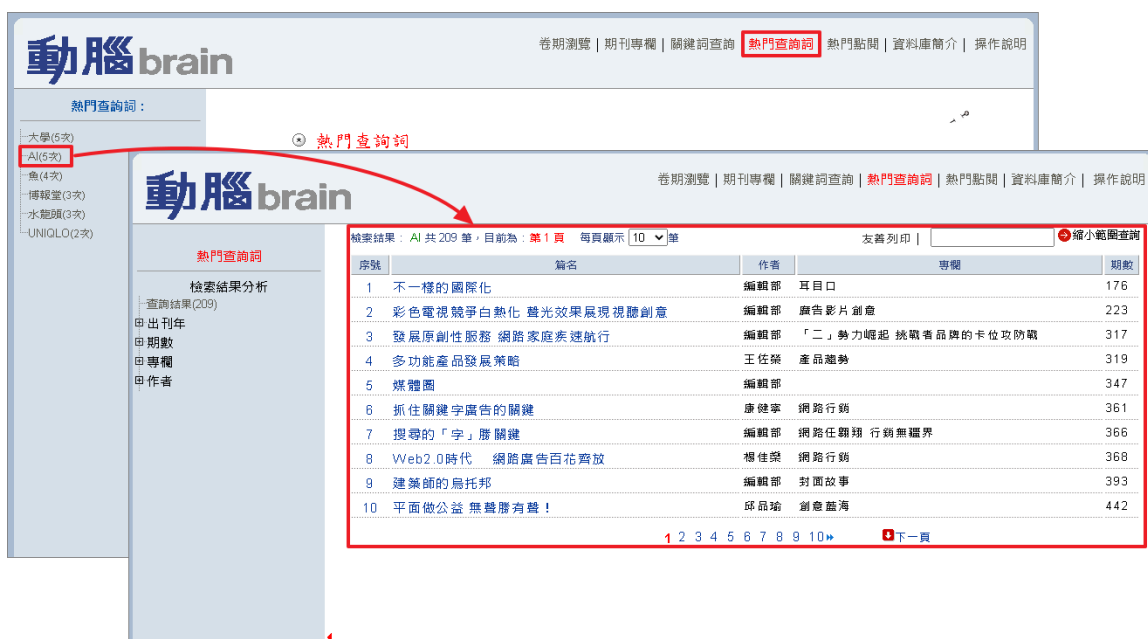
檢索功能說明

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次數排列。例如：查詢「B&Q」分析期數分布316期2筆、357期2筆、305期1筆....
- 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。
- 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。

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 | 操作說明

熱門查詢詞：

- 大學(5次)
- AI(5次)**
- 魚(4次)
- 博報堂(3次)
- 水龍頭(3次)
- UNIQLO(2次)

◎ 熱門查詢詞

檢索結果分析

- 查詢結果(209)
- 出刊年
- 期數
- 專欄
- 作者

熱門查詢詞

檢索結果：AI 共 209 筆，目前為：第 1 頁 每頁顯示 10 筆

友善列印 | 縮小範圍查詢

序號	篇名	作者	專欄	期數
1	不一樣的國際化	編輯部	耳目口	176
2	彩色電視競爭白熱化 疊光效果展現視聽創意	編輯部	廣告影片創意	223
3	發展原創性服務 網路家庭疾速航行	編輯部	「二」勢力崛起 挑戰者品牌的卡位攻防戰	317
4	多功能產品發展策略	王佐榮	產品趨勢	319
5	媒體圈	編輯部		347
6	抓住關鍵字廣告的關鍵	康健寧	網路行銷	361
7	搜尋的「字」勝關鍵	編輯部	網路任翱翔 行銷無疆界	366
8	Web2.0時代 網路廣告百花齊放	楊佳樂	網路行銷	368
9	建築師的烏托邦	編輯部	封面故事	393
10	平面做公益 無聲勝有聲！	邱品瑜	創意藍海	442

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 下一頁

五、熱門點閱

在熱門點閱畫面上點選欲調閱的篇名，例如「提升台灣社會的整體奉獻力」，右側便會顯示該篇名的詳目。

動腦brain

熱門點閱：

- ▲動腦雜誌▲
- ▲提升台灣社會的整體... (22次)
- ▲「橫斷」不再，台灣... (6次)
- ▲創食就在生活裡！▲ (5次)
- ▲大缺工時代，人才發... (4次)
- ▲字跡廣告裡有勵志▲ (3次)
- ▲多功能產品發展策略▲ (2次)
- ▲醫材醫時尚 中衛的品... (2次)
- ▲消費季如水，「水能... (2次)
- ▲記取2020，迎接2021▲ (2次)
- ▲主動思考，拒絕被寵... (2次)
- ▲美國大選後，台灣有... (2次)
- ▲第35屆廣告電通獎作... (2次)

熱門點閱：

- ▲動腦雜誌▲
- ▲提升台灣社會的整體... (23次)
- ▲「橫斷」不再，台灣... (7次)
- ▲創食就在生活裡！▲ (5次)
- ▲大缺工時代，人才發... (4次)
- ▲字跡廣告裡有勵志▲ (3次)
- ▲多功能產品發展策略▲ (2次)
- ▲醫材醫時尚 中衛的品... (2次)
- ▲消費季如水，「水能... (2次)
- ▲記取2020，迎接2021▲ (2次)
- ▲主動思考，拒絕被寵... (2次)
- ▲美國大選後，台灣有... (2次)
- ▲第35屆廣告電通獎作... (2次)

提升台灣社會的整體奉獻力

作者：盧世祥

《動腦雜誌》第 657 期 (2022年09月), p.010

友善列印 | PDF

View

動腦 45 周年

《動腦》跨越四十五周年，吳進生社長倡議以「奉獻力」讓台灣社會向上提升，連結世界，且從生活、生產、生態、生命等四個層面推展，讓台灣更有力。這是很有意義的壯舉，本文謹從國民性的角度，探討提升台灣整體奉獻力的若干觀點，提供有識之士參考。

台灣是以原住民、漢人為主的移民社會，經歷不同外來統治。整體而言，台灣人重個體基於整體，看短不看長、慣見有形漠視無形，現實重利輕義；同時，台灣人也懷著勤勉、積極進取開創、友善好客、急難相助。相較於奉獻力所需具備的對某一重要事物、理想或價值觀的專心致力，長期關注時間、精力，無私付出，這些國民性的特色，優劣互見，有的有利其養成壯大，有的是負面因子。

參、檢索結果顯示

一、卷期目次顯示

點選功能選單上的「卷期瀏覽」便可切換至最近一期目次顯示。

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 | 操作說明

2022年各期

本期主題：集合數據

【動腦觀點】

提升台灣社會的整體奉獻力 盧世祥 p.010

提升台灣社會的整體奉獻力文 / 盧世祥作者為資深新聞工作者《動腦》跨越四十五周年，吳進生社長倡議以「奉獻力」讓台灣社會向上...(詳影像)

【動腦觀點】

「模糊」不再，台灣產業面臨「選邊」戰 謝冠雄 p.012

「模糊」不再，台灣產業面臨「選邊」戰文 / 謝冠雄謝冠雄為台大管理學院GMB A教授、新雅物語雜誌社董事長曾任：亞太電信執行長、...(詳影像)

【動腦觀點】

大缺工時代，人才發展計畫的新思維 王麗琳 p.014

大缺工時代，人才發展計畫的新思維文 / 王麗琳作者簡介：現任艾普特營運長，擁有豐富的商務談判、顧客關係維繫、媒體策略訂定及...(詳影像)

【行銷風向球】

創意就在生活裡！ 翟南 p.016~020

創意就在生活裡！看日本企業，近日推出哪些有趣的創意商品，讓消費者開眼之餘，透過創意小物，為生活添增樂趣。文 / 翟南重胡明...(詳影像)

1、下期翻閱

右上角可以點選「下一期」翻閱。

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 | 操作說明

2022年各期 下一期

本期主題：奉獻力

【動腦觀點】

奉獻力 新國力 編輯部整理 p.010~011

奉獻力 新國力文 / 編輯部整理2022年7月1日，《動腦雜誌》創刊45周年，在台北大直典華舉辦「2022國際創意論壇」，副總統賴清德...(詳影像)

【動腦觀點】

好品牌不能獨善其身，還要思考如何有奉獻力 丁菱娟 p.012

好品牌不能獨善其身，還要思考如何有奉獻力文 / 丁菱娟丁菱娟為影響力品牌學院創辦人首先要恭喜動腦45歲生日快樂，45歲以人類的...(詳影像)

【動腦觀點】

放任、傲慢、羞恥？無奈、同流、可憐？ 謝冠雄 p.014

放任、傲慢、羞恥？無奈、同流、可憐？文 / 謝冠雄謝冠雄為台大管理學院GMB A教授、新雅物語雜誌社董事長曾任：亞太電信執行長、...(詳影像)

【動腦觀點】

不只角度，數據讓廣告有溫度 顏玉芬 p.016

不只角度，數據讓廣告有溫度文 / 顏玉芬#法拉利的大數據小觀點#數據驅動廣告行銷的第一品牌#混血數據#五當制霸#ClickforceAllAro...(詳影像)

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。



使用者可以在封面清單上點選任一期的刊物，即可開啟該期目次。



二、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〔序號〕、〔篇名〕、〔作者〕、〔專欄〕、〔期數〕。

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 | 操作說明

檢索結果: 創意 共 6087 筆, 目前為: 第 1 頁 每頁顯示 10 筆 友善列印 | 縮小範圍查詢

序號	篇名	作者	專欄	期數
1	產業發展-業界動態	編輯部	業界動態	536
2	苦難的角落 / 愛的亮光	李敏勇	創愈藍海	536
3	如何使公益添增更多新意?	尼可	創愈藍海	536
4	紐約廣告節7大勇氣與奇蹟	楊子毅	創愈藍海	536
5	大春煉皂 創「皂」天然美好的沐浴體驗	邱品瑜	創愈藍海	536
6	不只有好看的外表 GoShare用有趣靈魂搶佔騎士心	陳羿郎	Cover story	536
7	延伸再延伸, 充滿文化的創意商品	翟南	行銷風向球	536
8	葡萄王 品牌再造 直球面對轉型挑戰	陳羿郎	行銷風向球	536
9	全球話題掃描	編輯部	行銷風向球	536
10	天候多變 一場颶風橫掃而來 設計業如何重整旗鼓?	楊子毅	特別報導	535

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 下一頁

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 10、20、30、50、100 重新設定每頁顯示筆數。

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 | 操作說明

檢索結果: 創意 共 6087 筆, 目前為: 第 1 頁 每頁顯示 10 筆 友善列印 | 縮小範圍查詢

序號	篇名	作者	專欄	期數
1	產業發展-業界動態	編輯部	業界動態	536
2	苦難的角落 / 愛的亮光	李敏勇	創愈藍海	536
3	如何使公益添增更多新意?	尼可	創愈藍海	536
4	紐約廣告節7大勇氣與奇蹟	楊子毅	創愈藍海	536
5	大春煉皂 創「皂」天然美好的沐浴體驗	邱品瑜	創愈藍海	536
6	不只有好看的外表 GoShare用有趣靈魂搶佔騎士心	陳羿郎	Cover story	536
7	延伸再延伸, 充滿文化的創意商品	翟南	行銷風向球	536
8	葡萄王 品牌再造 直球面對轉型挑戰	陳羿郎	行銷風向球	536
9	全球話題掃描	編輯部	行銷風向球	536
10	天候多變 一場颶風橫掃而來 設計業如何重整旗鼓?	楊子毅	特別報導	535

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 下一頁

2、上、下頁翻閱

可點選  上一頁、 下一頁 翻頁瀏覽結果。

 上一頁 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  下一頁

頁尾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。

三、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。



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 | 操作說明

熱門查詢詞

檢索結果分析

查詢結果(6087)

出刊年

期數

專欄

作者

檢索結果：創意 共 6087 筆，目前為：第 1 頁 每頁顯示 10 筆

友善列印 | 縮小範圍查詢

序號	篇名	作者	專欄	期數
1	產業發展·業界動態	編輯部	業界動態	536
2	苦難的角落 / 愛的亮光	李敏勇	創意 藍海	536
3	如何使公益添增更多新意？	尼可	創意 藍海	536
4	紐約廣告節7大勇氣與奇蹟	楊子毅	創意 藍海	536
5	大春煉皂 創「皂」天然美好的沐浴體驗	邱品瑜	創意 藍海	536
6	不只有好看的外表 GoShare用有趣靈魂搶佔騎士心	陳羿郡	Cover story	536
7	延伸再延伸，充滿文化的創意商品	翟南	行銷風向球	536
8	葡萄王 品牌再造 直球面對轉型挑戰	陳羿郡	行銷風向球	536
9	全球話題掃描	編輯部	行銷風向球	536
10	天候多變 一場風風掃而來 設計業如何重整旗鼓？	楊子毅	特別報導	535

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 下一頁

四、友善列印

可點選「友善列印」，會跳出另一視窗預覽。

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 | 操作說明

檢索結果：創意 共 6087 筆，目前為：第 1 頁 每頁顯示 10 筆

友善列印

序號	篇名	作者	專欄	期數
1	產業發展·業界動態	編輯部	業界動態	536
2	苦難的角落 / 愛的亮光	李敏勇	創意藍海	536
3	如何使公益添增更多新意？	尼可	創意藍海	536
4	紐約廣告節7大勇氣與奇蹟	楊子毅	創意藍海	536
5	大春煉皂 創「皂」天然美好的沐浴體驗	邱品瑜	創意藍海	536
6	不只有好看的外表 GoShare用有趣靈魂搶佔騎士心	陳羿郎	Cover story	536
7	延伸再延伸，充滿文化的創意商品	翟南	行銷風向球	536
8	葡萄王品牌再造 直球面對轉型挑戰	陳羿郎	行銷風向球	536
9	全球話題掃描	編輯部	行銷風向球	536
10	天候多變 一場颶風橫掃而來 設計業如何重整旗鼓？	楊子毅	特別報導	535

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 下一頁

確認無誤後可點選「印出」來列印。

Print - Google Chrome

不安全 | hunteq.com/braincgi/brainkm?@2^1682083752^90^html@@16616

【印出】

#	篇名	作者	專欄	期數
21.	如何善用創意發揮現有資源的最大效益？	翟南	行銷風向球	534
22.	產業發展·業界動態	編輯部	業界動態	533
23.	浩劫 / 911見證	李敏勇	創意藍海	533
24.	可以被恐懼抓走，亦可記起善良是一種選擇	尼可	創意藍海	533
25.	創意飆速 邁入5G新生活	葉閔宏	創意藍海	533
26.	直擊歐美品牌數位行銷案例！	朱灼文	Cover story	533
27.	數位·有型 如何使品牌升級更有感？	楊子毅	Cover story	533
28.	原來這裡也能做廣告！	邱品瑜	行銷風向球	533
29.	洗手抗疫清潔意識大增 Bioré發揮泡泡硬實力	余雅琳	行銷風向球	533
30.	有趣生動的日本創意商品	翟南	行銷風向球	533

肆、介面呈現方式

一、切換簡目、詳目

如下圖所示，點選〔序號〕、〔篇名〕或〔內文〕即可切換至詳目。

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

查詢結果 (85)

出刊年

期數

專欄

作者

檢索結果：共 85 筆，目前為：第 1 頁 每頁顯示 10 筆 友善列印 | 縮小範圍查詢

序號	篇名	作者	專欄	期數
1	期待某種動人的廣告演出	李敏勇	動腦觀點	528
2	帶給生活美好想像的創意商品！	翟南	行銷風向球	528
3	廣告裡有人行走動	賴東明	行銷風向球	528
4	媒體代理商的社會責任	楊詠雲	行銷風向球	528
5	解密Z世代 未來市場4種潛能	余雅琳	Cover story	528
6	迷因、科技、虛擬網紅 品牌行銷深入Z世代文化	朱灼文	Cover story	528
7	交織Z世代 新世代網紅行銷變奏	余雅琳	Cover story	528
8	廣告的好萊塢或亞特蘭提斯？下個十年 創意生產轉型紀元	楊子毅	特別報導	528
9	2019台灣年度10大創意廣告	楊子毅	特別報導	528
10	古典主義 / 我是兇惡的狼	李敏勇	創意藍海	528

1 2 3 4 5 6 7 8 9 下一頁

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 | 操作說明

2020年各期 | 下一期

第 529 期 (05月)

第 528 期 (04月)

第 527 期 (03月)

第 526 期 (02月)

第 525 期 (01月)

2019 年 (513~524期)

2018 年 (501~512期)

2017 年 (489~500期)

2016 年 (477~488期)

2015 年 (465~476期)

2014 年 (453~464期)

2013 年 (441~452期)

2012 年 (429~440期)

2011 年 (417~428期)

2010 年 (405~416期)

2009 年 (393~404期)

2008 年 (381~392期)

2007 年 (369~380期)

2006 年 (357~368期)

2005 年 (345~356期)

2004 年 (333~344期)

2003 年 (321~332期)

動腦

解密Z世代

未來市場4種潛能

P.36

528

第 528 期 (2020年04月)

本期主題：解密Z世代

【動腦觀點】

台灣未來——沉浸式的5G狂瀾時代 王興 p.012

台灣未來，沉浸式的5G狂瀾時代文 / 王興歡迎進入新科技的轉捩點！隨著台灣第一波5G頻譜競標告一段落，正式宣告台灣在2020年進入... (詳影像)

【動腦觀點】

無知與偏見，比病毒可怕 謝冠雄 p.014

無知與偏見，比病毒可怕文 / 謝冠雄近百年來，沒有一個傳染性疾病，這麼短時間內，帶來全球這麼大的恐慌及影響。新冠病毒肺炎 CO... (詳影像)

【動腦觀點】

期待某種動人的廣告演出 李敏勇 p.016

期待某種動人的廣告演出文 / 李敏勇中國武漢病毒肆虐，疫情嚴重影響世界。台灣雖醫療防疫因應得宜仍不免人心惶惶，生活普遍受到... (詳影像)

點選 [回簡目](#) 即可切換回簡目。

二、切換前筆、後筆

點選〔前筆〕、〔次筆〕或〔篇名〕即可切換前筆或次筆資料。



三、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。



四、PDF 調閱

在系統內點選便可開啟單篇的 PDF。

