

摘要

面對結婚人數逐年遞減、現有中高齡的老年人客群日漸萎縮、以及年輕人不喜愛傳統中式喜餅的情況下，對於中式喜餅市場造成極大的衝擊。此外，西式喜餅的趨勢越來越明顯，年輕人的自主性也越來越高，主要的全國性喜餅競爭業者紛紛推出創新商品與口味來吸引消費者的注意，舊振南遭遇到經營上的困境。面對這樣的困境，舊振南積極地想把品牌朝向時尚化、年輕化的路線，搶攻年輕人客群。舊振南該如何調整品牌定位？又可以採取那些策略創新？

關鍵詞：品牌定位、策略創新、舊振南