

# 差異化 行銷發想法

貨比三家不吃虧，  
網路搜尋一下  
就能找到最便宜的商品。

商品熱賣的唯一方法，  
不是打敗競爭者，  
而是**差異化戰略**  
所塑造出來的**獨特性**！

**97**個實例與圖解  
發現「暢銷，且長銷」  
“秘密”！

高橋宣行

前博報堂製作部主任 ◎著

江裕真◎譯

概念創造宗



# 差異化 行銷發想法

高橋宣行◎著

前博報堂製作部主任

江裕真◎譯

晨星出版

Guide Book 227

## 差異化行銷發想法

**作者** 高橋 宣行  
**譯者** 江 裕 真  
**編輯** 邱 惠 儀  
**封面設計** 陳 其 輝  
**排版** 尤 淑 瑜 、 邱 惠 儀

**發行人** 陳銘民  
**發行所** 晨星出版有限公司  
台中市工業區 30 路 1 號  
TEL : (04) 23595820 FAX : (04) 23590581  
E-mail : service@morningstar.com.tw  
<http://www.morningstar.com.tw>  
行政院新聞局局版台業字第 2500 號

**法律顧問** 甘龍強律師  
**初版** 西元 2013 年 10 月 1 日  
**郵政劃撥** 22326758 (晨星出版有限公司)  
**讀者服務專線** (04) 23595819 # 230

**印刷** 上好印刷股份有限公司  
**裝訂** 東宏製本有限公司

### 定價 250 元

(缺頁或破損的書，請寄回更換)  
ISBN 978-986-177-750-4

“SABETSUKA SURU STORY” NO EGAKIKATA

Copyright © 2011 by Nobuyuki TAKAHASHI

Interior design by Koji KANAZAWA

First published in 2011 in Japan by PHP Institute, Inc.

Traditional Chinese translation rights arranged with PHP Institute, Inc.  
through Japan Foreign-Rights Centre / Bardon-Chinese Media Agency

Traditional Chinese edition copyright © 2013 by Morning Star Publishing Inc.

Printed in Taiwan  
All Rights Reserved  
版權所有 · 翻印必究

前言 ..... 002

## 第 1 章 為何現在要談「概念」？

- ① 無法看清、解讀、了解未來 ..... 012
- ② 物質過剩的社會中，人人各不相同 ..... 016
- ③ 從資訊時代轉為概念時代 ..... 020
- ④ 創造力是脫離混沌的力量 ..... 024
- ⑤ 需要概念創造家（發起創新的人） ..... 028

## 第 2 章 怎樣才算「好概念」？

- ① 何謂「概念」 ..... 034
  - ① 先談談何謂概念 ..... 034
  - ② 我心目中的「概念」 ..... 036
  - ③ 「概念」是這個樣子 ..... 038
  - ④ 二元性是概念的大前提 ..... 040
  - ⑤ 要因應變化而改變 ..... 041
  - ⑥ 與「概念」的第一次接觸 ..... 043
- ② 適於變化的時代的發想法 ..... 048
  - ① 與其因應變化，不如創造變化 ..... 048
  - ② 每天的「思考、創作」也要有概念 ..... 054
  - ③ 怎樣才算「好概念」 ..... 056
    - Ⓐ 有無新價值觀 ..... 058
    - Ⓑ 是否和別人差異化 ..... 062
    - Ⓒ 是否能預測時代 ..... 066
    - Ⓓ 是否具戰略性 ..... 070
    - Ⓔ 能否促成幸福與喜悅 ..... 074
    - Ⓕ 能否與品牌產生連結 ..... 078

# 第3章 實踐・如何創造「概念」

開始之前 確認基本方法

概念創造的樂趣在於〈創意跳躍〉	084
① 從「知道」變成「感受」的一門課	086
② 好了，開始創造概念吧	090
<b>STEP 1</b> 認識現況	092
① 為何要蒐集資訊	093
② 從兩個層面蒐集資訊	094
③ 要從哪裡蒐集什麼	096
④ 藉由蒐集資訊走上原創之路	098
<b>STEP 2</b> 洞悉時代	102
① 為何必須洞悉	103
② 藉由洞悉人類擬定戰略	104
③ 蒐集主觀資料	106
④ 街道觀察的建議	108
⑤ 商業的獨特性來自於「眼」	110
<b>STEP 3</b> 創造新價值觀	114
① 唯有「引發創新的人」才有的快感	115
② 發想的飛躍是一種「組合能力」	116
③ 創造新價值的「組合時代」	118
④ 組合之後等待靈光乍現！	120
⑤ 概念就是「MAKE NEW」	122
⑥ 「MAKE NEW」的障礙很高	124
⑦ 從「賣東西」轉為「賣意義」	126
<b>STEP 4</b> 言詞化	136
① 「言詞」構成了概念的骨架	137
② 新概念誕生自新言詞	138
③ 提案什麼、保證什麼	140
④ 言詞的力量、言詞的魅力	142

③ 將「概念」置於核心、化為戰略	146
① 伴隨行動才算是概念	146
② 由戰略發展為戰術，在市場上現身	148
③ 打整體戰——建立行動架構	150

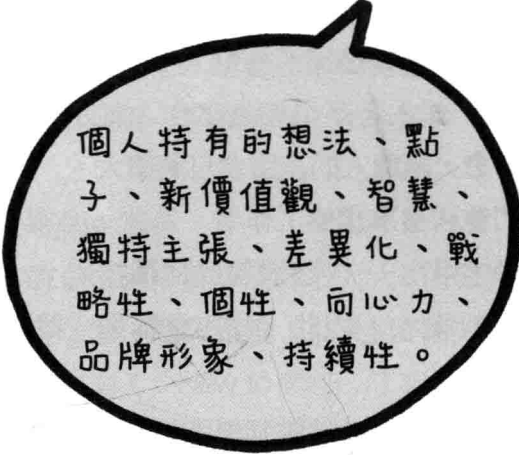
## 第4章 當個「出色的概念創造家」

① 「概念創造家」是創造性的破壞者	156
② 每天的工作都要「創造概念」	158
① 養成「創造概念」的習慣	158
② 我的工作也是概念創造家	160
③ 「獨創性」是概念創造家的武器	164
④ 先從提高跳躍力（的發想課程）著手吧	166
LESSON 1 〈觀察發想〉之建議	168
LESSON 2 去「觀察街道」吧	170
LESSON 3 當個第一線主義者	172
LESSON 4 發掘人的真實狀況	174
LESSON 5 要意識到類比的力量	176
LESSON 6 五感要全面運轉	178
LESSON 7 不是用「頭腦」思考，而是用「腳」思考	180
LESSON 8 流流汗很重要	182
LESSON 9 採用「自成一派的發想法」	184
LESSON 10 好好觀察人類	186


結語	188
----	-----

參考文獻	190
------	-----

「概念」一詞中，帶有這麼深刻的意涵。



個人特有的想法、點子、新價值觀、智慧、獨特主張、差異化、戰略性、個性、向心力、品牌形象、持續性。

 能夠把這些全部融合成一個故事，再化作言語，「概念」才能成形。

●

我把擁有這種說故事能力的人稱做「概念創造家」，也認為年輕上班族應該以此為努力的目標。



## 前言

在商業社會中，把「思考」去除掉的工作就不能算是工作，只能算是作業。而「能創造出工作的人」稱為「工作者」，有別於「作業員」。一個人若不是創造工作，就是被工作牽著鼻子走。一年一年下來，兩種人的差距會日漸擴大。

當然，我們應該追求當個工作者。為此，必須要知道「符合什麼標準才算工作者」、「必須養成何種技能」，以及「應追求的最終目標是什麼」。因此，我才會推動「概念創造家養成塾」。

首先，現代的上班族必須做到以下提到的三大要素。在所有工作中，都必須展現出充滿創造力的彈性特質。

①養成「思考的方法」；②發揮「創造力」；③創造「變化」。其實，概念就是在兼具①～③的綜合能力下產生的結果。最終能夠藉由創造力引發創新的人，我稱之為「概念創造家」。這是一群「會思考、創作、行動」的人。年輕上班族可以以此作為努力的最終目標。當然，徒有知識仍無法實現這個目標，還得要有上述的綜合能力。



## 知識與意識都要改變看看

我所推動的「概念創造家養成塾」，不單單是教導創造概念的技巧而已，更要養成今後不可或缺的「創意級人才」。概念的創造只是手段，目的在於：培養出能夠持續在企業內部引發創新的人才。以下簡單說明一下前述的三大要素：

### ① 養成「思考的方法」

絕大多數的企業都得要解決許多大大小小的問題。這些問題牽涉到：煩惱是什麼、對象是誰，以及目的是什麼。工作者必須要有基本的思考方法（「How to think」），知道如何思考、如何行動、如何運用方法解決問題，不能只是隨興想想、只靠運氣好矇到而已。「知道→設想→創造→行動」這一連串的工作型態，背後都要具備「思考」這個元素。

### ② 發揮「創造力」

養成「思考的方法」後，接著要發揮自己的獨特性。必須設想：「我和別人有什麼不同？」沒有創造力，將無從解決目前的企業課題。如何才能磨練創造力、提高創造力，進而發揮自己的風格？不可缺少的元素就是：能夠發揮獨創性的本質（智慧）。

### ③ 創造「變化」

為求生存，就必須改變。這個時代的價值觀在不斷變化，關心的事也在不斷變化，我們要如何創造新的價值觀？想要透過新資訊與獨特的主張改變事情，需要的是多功能型的人。所謂的多功能型，就是能藉由「思考、創作、行動」實現成果的人，這也是概念創造家要追求的目標。

## 「概念創造家」要有綜合能力

兼具以上①~③的綜合能力，就是「概念創造家」，也是引發創新、掀起新潮流的人。

如果你突然說：「明天起，我要當個概念創造家。」沒有人會相信你。但只要秉持這樣的目標，想著這三大要素努力追求，還是可以一口氣縮短與目標間的距離。

「思考的基因」（創意的基因）不光是現在需要而已，今後一輩子都需要它。概念創造家養成就是為此而設。在所有的作與行動中，概念都不可或缺。

在此，我希望各位不要只是知道概念而已，也要透過概念的創造，成為一個富有創造力的上班族。接著，就一起培養出引發創新的基本方法吧。

概念創造家養成塾有個特點，就是告訴你詳細的實例，透過實例讓你自己「察覺」。我希望各位在察覺之後，能夠「有所感覺」、「採取行動」。

想成為專業的概念創造家，沿著專家的足跡找尋，是最好的捷徑。

**接著，就要讓你們接受這些個案的洗禮！**

---



# 差異化行銷發想法

概念創造家養成塾

目錄

前言 ..... 002

## 第 1 章 為何現在要談「概念」？

- ① 無法看清、解讀、了解未來 ..... 012
- ② 物質過剩的社會中，人人各不相同 ..... 016
- ③ 從資訊時代轉為概念時代 ..... 020
- ④ 創造力是脫離混沌的力量 ..... 024
- ⑤ 需要概念創造家（發起創新的人） ..... 028

## 第 2 章 怎樣才算「好概念」？

- ① 何謂「概念」 ..... 034
  - ① 先談談何謂概念 ..... 034
  - ② 我心目中的「概念」 ..... 036
  - ③ 「概念」是這個樣子 ..... 038
  - ④ 二元性是概念的大前提 ..... 040
  - ⑤ 要因應變化而改變 ..... 041
  - ⑥ 與「概念」的第一次接觸 ..... 043
- ② 適於變化的時代的發想法 ..... 048
  - ① 與其因應變化，不如創造變化 ..... 048
  - ② 每天的「思考、創作」也要有概念 ..... 054
  - ③ 怎樣才算「好概念」 ..... 056
    - Ⓐ 有無新價值觀 ..... 058
    - Ⓑ 是否和別人差異化 ..... 062
    - Ⓒ 是否能預測時代 ..... 066
    - Ⓓ 是否具戰略性 ..... 070
    - Ⓔ 能否促成幸福與喜悅 ..... 074
    - Ⓕ 能否與品牌產生連結 ..... 078

# 第3章 實踐・如何創造「概念」

開始之前 確認基本方法

概念創造的樂趣在於〈創意跳躍〉	084
① 從「知道」變成「感受」的一門課	086
② 好了，開始創造概念吧	090
<b>STEP 1</b> 認識現況	092
① 為何要蒐集資訊	093
② 從兩個層面蒐集資訊	094
③ 要從哪裡蒐集什麼	096
④ 藉由蒐集資訊走上原創之路	098
<b>STEP 2</b> 洞悉時代	102
① 為何必須洞悉	103
② 藉由洞悉人類擬定戰略	104
③ 蒐集主觀資料	106
④ 街道觀察的建議	108
⑤ 商業的獨特性來自於「眼」	110
<b>STEP 3</b> 創造新價值觀	114
① 唯有「引發創新的人」才有的快感	115
② 發想的飛躍是一種「組合能力」	116
③ 創造新價值的「組合時代」	118
④ 組合之後等待靈光乍現！	120
⑤ 概念就是「MAKE NEW」	122
⑥ 「MAKE NEW」的障礙很高	124
⑦ 從「賣東西」轉為「賣意義」	126
<b>STEP 4</b> 言詞化	136
① 「言詞」構成了概念的骨架	137
② 新概念誕生自新言詞	138
③ 提案什麼、保證什麼	140
④ 言詞的力量、言詞的魅力	142

③ 將「概念」置於核心、化為戰略	146
① 伴隨行動才算是概念	146
② 由戰略發展為戰術，在市場上現身	148
③ 打整體戰——建立行動架構	150

## 第4章 當個「出色的概念創造家」

① 「概念創造家」是創造性的破壞者	156
② 每天的工作都要「創造概念」	158
① 養成「創造概念」的習慣	158
② 我的工作也是概念創造家	160
③ 「獨創性」是概念創造家的武器	164
④ 先從提高跳躍力（的發想課程）著手吧	166
LESSON 1 〈觀察發想〉之建議	168
LESSON 2 去「觀察街道」吧	170
LESSON 3 當個第一線主義者	172
LESSON 4 發掘人的真實狀況	174
LESSON 5 要意識到類比的力量	176
LESSON 6 五感要全面運轉	178
LESSON 7 不是用「頭腦」思考，而是用「腳」思考	180
LESSON 8 流流汗很重要	182
LESSON 9 採用「自成一派的發想法」	184
LESSON 10 好好觀察人類	186

結語	188
----	-----

參考文獻	190
------	-----



# 第 1 章

為何現在要談  
「概念」？