

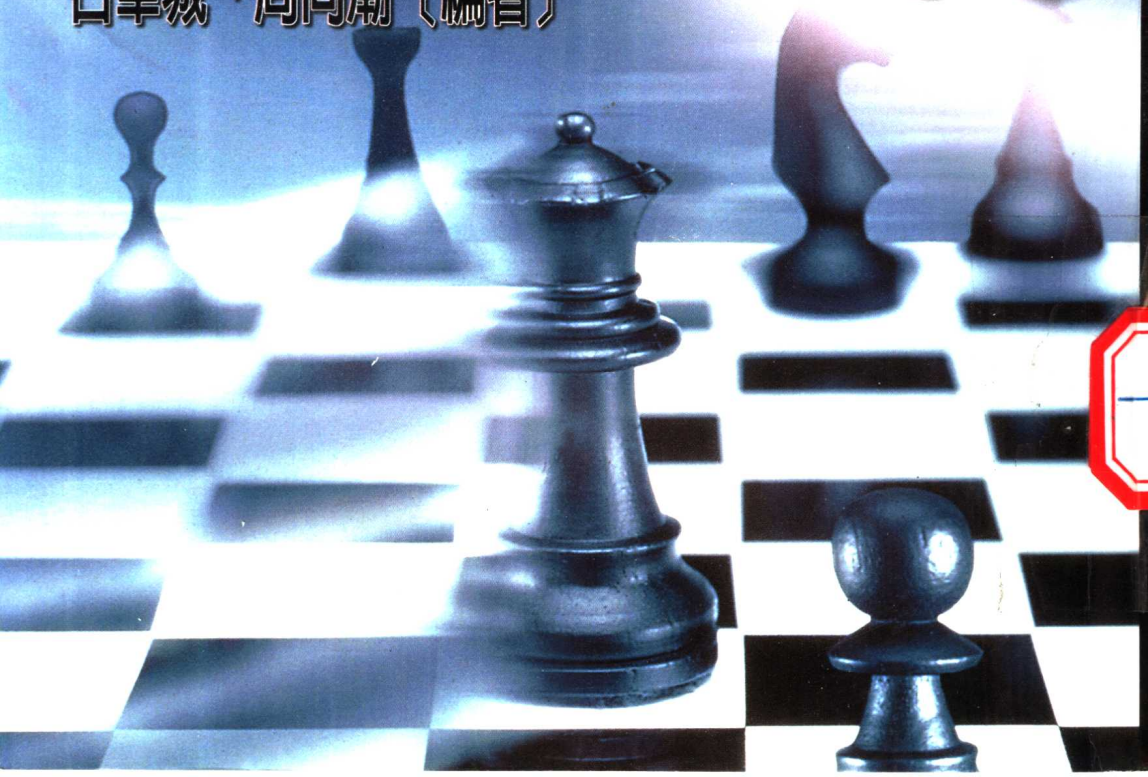
——著名商家營銷妙方



棋高

一著

古華城、周向潮（編著）



國家圖書館出版品預行編目資料

棋高一著：著名商家營銷妙方／古華城、周向潮編著。

—初版。—臺北市：貞彥，2001[民90]

面； 公分

ISBN 957-651-507-6（平裝）

1. 企業管理

494

90000888

棋高一著——著名商家營銷妙方

NT\$300

古華城、周向潮／編著

2001年2月／初版

〈總經銷〉

貞德圖書事業有限公司

台北縣新店市寶橋路235巷133號8樓之2

訂書專線 (02)8919-1026 * 傳真(02)8919-1019

〈出版者〉

貞彥有限公司

編輯部／台北市〈文山區〉萬安街21巷11號3F

電話(02)2239-8555 * 傳真(02)2230-6118

總管理處／台北縣深坑鄉萬順寮106號4F（東南學院正對面）

電話 (02)2664-2511 * 傳真(02)2662-4655 / 2664-8448

網 址／<http://www.linyu.com.tw>

E-mail / linyu@linyu.com.tw

◎法律顧問：蕭雄淋律師 Printed in TAIWAN ISBN 957-651-507-6

棋高一著

——著名商家營銷絕招

古華城、周向潮〔編著〕

編輯手札

林鬱

走進21世紀的大門，世界又為我們啓開了另一扇窗。在「菁英系列」中，我們曾經說過，我們將總結變幻萬千的20世紀的種種經驗，去提煉出另一套邁向本世紀的商業智慧……

「商場贏家」的企劃是一九九九年春天，我與個性比較內向卻相當踏實且具有才華的向潮君在杭州展開的。綜觀坊間所謂「成功學」書籍，大部分都顯得凌亂無章、冗長不切，且閱讀費時，於是我們就針對現代人追求的「效率哲學」為基點，以「極短篇」方式，讓讀者隨興翻閱。除了敘述主題之外，另加「語引」、「點評」等，以達到「畫龍點睛」的效應！

「商場贏家」初期預定推出五部，即：《風起雲湧：著名商家創業之道》、《獨具慧眼：著名商家致富絕招》、《棋高一著：著名商家營銷妙方》、《前車之鑑：著名商家沉浮之思》、《重振雄風：著名商家再生之術》，舉凡商場上的各種

情形，如創業之道、致富絕招、如何洞燭先機、如何在失敗中站起來、東山再起……等等，都囊括其中。

這是一套十分豐富的商業資訊，也是聚集了世界第一流人才的經驗法則。從參考價值上，從閱讀旨趣上，從勵志人生上，在在都可以作為我們「力爭上游」的有效利器！

第一部 策劃組織篇

- | | |
|----|---------------------|
| ① | 平地驚雷：美國線上與時代華納合併／14 |
| ② | 大未必就笨／21 |
| ③ | 思科：網路時代的新霸主／25 |
| ④ | 翻手作雲覆手雨／30 |
| ⑤ | 活化可口可樂品牌／35 |
| ⑥ | 兩千萬美元的門票生意／40 |
| ⑦ | 喬布斯25歲成億萬富翁／44 |
| ⑧ | 分拆出佳績／49 |
| ⑨ | 香港開埠以來最大購併案／53 |
| ①0 | 雛鳳清於老鳳聲／58 |
| ①1 | 摩托羅拉的反擊戰／64 |
| ①2 | 凡事想在前面／68 |
| ①3 | 贈送打開市場之門／72 |

第二部 市場銷售篇

① 4

房產交易演雙簧／7 6

① 5

股市是一個天平／8 1

① 6

桃花依舊笑春風／8 6

① 7

寶馬衝擊波／9 0

① 8

一人獨釣一江秋／9 4

① 9

T型車激發起購買欲／1 0 0

② 0

「處方409」智門「新奇」／1 0 4

② 1

包裝的藝術／1 0 7

② 2

把握顧客心理／1 1 0

② 3

早一步就會贏得機會／1 1 4

② 4

遵守公平交易／1 1 8

② 5

西南航空公司盈利的竅門／1 2 3

② 6

說到就要做到／1 2 7

第三部 廣告宣傳篇

② 7 一年推銷420億／131

② 8 人心齊，泰山移／135

② 9 樂凱樹立自身品牌／139

③ 0 日本向美國傾銷電視機／143

③ 1 新鮮的「阿根廷香蕉」／147

③ 2 「長春樹」愛迪達／150

③ 3 斯圖爾特構築營銷網絡／154

③ 4 豐田進軍美國／158

③ 5 買現代車是聰明人的選擇／162

③ 6 麥當勞不斷推陳出新／166

③ 7 金利來，男人的世界／174

③ 8 最少的保費，最高的保障／179

③ 9 捉鴿造新聞／183

4	0	柯達與富士門法／186
4	1	米老鼠落戶香港／190
4	2	艾柯卡上電視推銷／194
4	3	讓全世界的人都喝上可口可樂／198
4	4	堅強的人才能養出嫩雞／202
4	5	多美公司的海外戰略／206
4	6	變滯銷為暢銷／210
4	7	漂亮的「大媽媽」／214
4	8	雀巢公司遭遇「滑鐵盧」／217
4	9	百事可樂頻出重拳／220
5	0	「月中人」的形象／223
5	1	製造廣告賣點／228
5	2	收割機開進大市場／232
5	3	借來一雙慧眼／237
5	4	為雜誌找讀者／241

第四部 信息服務篇

65	寶島遊艇駛入順風航道／248
56	你的需求，我們知道／252
57	安全就是通行證／256
58	5千變7億／259
59	厚利也能多銷／262
60	豆芽大王普洛齊／265
61	SONY以證券投資進軍美國／268
62	阿爾迪的承諾：全市最低價／272
63	外銷產品要以高品質取勝／275
64	適合當地口味／279
65	任天堂：發揮個人秉性／283
66	說出難言之隱／286
67	孫正義10年突破五百億／290

68

網景公司先占市場再賺錢／295

69

利雅路入鄉隨俗／300

70

可愛的芭比娃娃／303

71

服務就是業務／307

72

打破常規，引來客源／310

第五部

營銷藝術篇

73

梅鐸締造傳媒王國／314

74

飛利浦巧於揚長避短／320

75

設計遮陽空心帽／324

76

暢飲烏龍茶／328

77

盈利全憑高價值／332

78

正力松太郎的開拓步伐／337

79

衆人划槳開大船／341

80

美林：證券業的先鋒／346

81	亞當森巧得訂單／351
82	打民族品牌的旗幟／354
83	每寸土地都產金子／358
84	力拔山兮氣蓋世／363
85	年銷售四億箱／367
86	達不到一流就淘汰／371
87	及時當勉勵／375
88	於無聲處聽驚雷／380
89	印度的比爾·蓋茲／385
90	松下電器打破大鍋飯／389

第一部
策劃組織篇



1. 平地驚雷：美國線上與時代華納合併

【語引】瑤琴三尺勝雄師，諸葛西城退敵時。

——《三國演義》第95回

【解析】馬謖拒諫失街亭，使諸葛亮兵出祁山的願望又一次落空。司馬懿攻下街亭後，引十五萬大軍奔西城而來。此時諸葛亮身邊已無大將可遣，士兵也只剩二千五百人。諸葛亮冒險決策，上演了一齣空城計。

諸葛亮命令將城門大開，每一門用二十個軍士扮作百姓，洒掃街道。自己引二小童於城樓上憑欄而坐，焚香操琴。

司馬懿兵臨城下，見眼前模樣，疑是諸葛亮用計，趕緊退兵。

司馬懿絕非等閒之輩，他知道諸葛亮平生謹慎，不肯用險。諸葛亮也正是預測到司馬懿會有此考慮，遂鋌而走險，嚇退了司馬懿。

事後，諸葛亮向部下解釋說：「自己只有二千五百人馬，若棄城而逃，必為司馬懿所擒。」

〔點評〕 正確的決策對勝利至關重要，它可以使局勢轉危為安，化悲為喜。這樣的道理，對商家同樣適用。

〔營銷案例〕

二〇〇〇一月十日，全球最大因特網服務商美國線上公司和最大媒介集團時代華納公司宣布合併，組成「世界上第一家面向因特網世紀的完全一體化的媒體與傳播公司」。平地驚雷，從美國到全球，為各行各業掀起軒然大波。

雖然美國線上與時代華納宣稱它們是「平等的戰略性合併」，但業內輿論普遍認為，美國線上在交易中占了主導地位。

事實確實如此：原美國線上股東在合併後的公司中擁有55%股權，而原時代華納股東只擁有45%股權；新公司董事長由原美國線上董事長兼首席執行長史蒂夫·凱斯擔任；新公司沿用原美國線上股票代碼「AOL」……其實，無論有沒有這些外在表象，公司實力已決定一切：以宣布合併前一天的收市價格計算，美國線上的股票市值160億美元，時代華納的市值只有90億美元；美國線上一九九八年的利潤為7.6億美元，時代華納只有1.7億美元。

然而，就公司歷史和規模而言，美國線上與時代華納相比卻是「小字輩」：前者創辦只有15年，員工1萬2千人，一九九八年營業收入只有48億美元；後者已有77年歷史，員工多