

許士軍 徐重仁 羅清屏 詹宏志／聯合推薦

陳偉航／著

實戰智慧

叢書

158

李仁芳博士策劃

提供實戰經驗
啟發經營智慧

行銷啟示錄

掌握行銷新趨勢與成功法則

Marketing Revelation
by Kevin Chen

實戰智慧叢書 ⑮

行銷啓示錄

——掌握行銷新趨勢與成功法則

陳偉航／著

Marketing Revelation

by Kevin Chen

實戰智慧叢書⑮

行銷啓示錄

——掌握行銷新趨勢與成功法則

作者／陳偉航
策劃／李仁芳博士
主編／胡芳芳
責任編輯／郭恆祺
封面設計／翁國鈞

發行人／王榮文
出版者／遠流出版事業股份有限公司
臺北市汀州路三段184號七樓之五
郵撥／0189456-1
電話／(02)365-3707 電傳／365-8989

發行代理／信報股份有限公司
電話／(02)365-1212 傳真／365-7979

著作權顧問／蕭雄淋律師
法律顧問／王秀哲律師・董安丹律師
排版／普辰電腦排版有限公司
印刷／優文印刷股份有限公司

□1994(民83)年8月1日 初版一刷
□1994(民83)年10月16日 初版二刷

行政院新聞局局版臺業字第1295號

售價 220 元 (缺頁或破損的書，請寄回更換)

版權所有・翻印必究 (Printed in Taiwan)

ISBN 957-32-2342-2

國立中央圖書館出版品預行編目資料

行銷啓示錄：掌握行銷新趨勢與成功法則＝
Marketing Revelation／陳偉航著．——初版
．——台北市：遠流，民83
面；公分．——(實戰智慧叢書；158)
ISBN 957-32-2342-2(平裝)

1.市場學 2.銷售

496

83006245

□ 李仁芳策劃／胡芳芳主編 □

實戰智慧叢書

◆ 遠流出版公司

《實戰智慧叢書》

出版緣起

王榮文

在此時此地推出《實戰智慧叢書》，基於下列兩個重要理由：其一，臺灣社會經濟發展已到達了面對現實強烈競爭時，迫切渴求實際指導知識的階段，以尋求贏的策略；其二，我們的商業活動，也已從國內競爭的基礎擴大到國際競爭的新領域，數十年來，歷經大大小小商戰，積存了點點滴滴的實戰經驗，也確實到了整理彙編的時刻，把這些智慧留下來，以求未來面對更嚴酷的挑戰時，能有所憑藉與突破。

我們特別強調「實戰」，因為我們認為唯有在面對競爭對手強而有力的挑戰與壓力之下，為了求生、求勝而擬定的種種決策和執行過程，最值得我們珍惜。經驗來自每一場硬仗，所有的勝利成果，都是靠著參與者小心翼翼、步步為營而得到的。我們現在與未來最需要的是腳踏實地的「行動家」，而不是缺乏實際商場作戰經驗、徒憑理想的「空想家」。

我們重視「智慧」。「智慧」是衝破難局、克敵致勝的關鍵所在。在實戰中，若缺乏智慧的導引，只恃暴虎馮河之勇，與莽夫有什麼不一樣？翻開行銷史上赫赫戰役，都是以智取勝，才能建

立起榮耀的殿堂。孫子兵法云：「兵者，詭道也。」意思也指明在競爭場上，智慧的重要性與不可取代性。

《實戰智慧叢書》的基本精神就是提供實戰經驗，啟發經營智慧。每本書都以人人可以懂的文字語言，綜述整理，為未來建立「中國式管理」，鋪設牢固的基礎。

遠流出版公司《實戰智慧叢書》將繼續選擇優良讀物呈獻給國人。一方面請專人蒐集歐、美、日最新有關這類書籍譯介出版；另一方面，約聘專家學者對國人累積的經驗智慧，作深入的整編與研究。我們希望這兩條源流並行不悖，前者在汲取先進國家的智慧，作為他山之石；後者則是強固我們經營根本的唯一門徑。今天不做，明天會後悔的事，就必須立即去做。臺灣經濟的前途，或亦繫於有心人士，一起來參與譯介或撰述，集涓滴成洪流，為明日臺灣的繁榮共同奮鬥。

這套叢書的前五十三種，我們請到周浩正先生主持，他為叢書開拓了可觀的視野，奠定了紮實的基礎；從第五十四種起，由蘇拾平先生主編，由於他有在傳播媒體工作的經驗，更豐富了叢書的內容；自第一一六種起，由鄭書慧先生接手主編，他個人在實務工作上有豐富的操作經驗；自第一三九種起，由輔大管研所教授李仁芳博士擔任策劃、胡芳芳小姐擔任主編，希望借重他們在學界、企業界及出版界的長期工作心得，能為叢書的未來，繼續開創「前瞻」、「深廣」與「務實」的遠景。

策劃者的話

李仁桂

企業人一向是社經變局的敏銳嗅覺者，更是最踏實的務實主義者。

九〇年代，意識型態的對抗雖然過去，產業戰爭的時代卻正方興未艾。

九〇年代的世界是霸權顛覆、典範轉移的年代：政治上蘇聯解體；經濟上，通用汽車（GM）、IBM虧損累累——昔日帝國威勢不再，風華盡失。

九〇年代的台灣是價值重估、資源重分配的年代：政治上，當年的嫡系一夕之間變偏房；經濟上，「大陸中國」即將成為「海洋台灣」勃興「鉅型跨國工業公司」（Giant Multinational Industrial Corporations）的關鍵槓桿因素。「大陸因子」正在改變企業集團掌控資源能力的排序——五年之內，台灣大企業的名勢將出現嶄新次序。

企業人（追求筆直上昇精神的企業人！）如何在亂世（政治）與亂市（經濟）中求生？

外在環境一片驚濤駭浪，如果未能抓準新世界的砥柱南針，在舊世界獲利最多者，在新世界

將受傷最大。

亂市浮生中，如果能堅守正確的安身立命之道，在舊世界身處權勢邊陲弱勢者，在新世界將掌控權勢舞台新中央。

《實戰智慧叢書》所提出的視野與觀點，綜合來看，盼望可以讓台灣、香港、大陸乃至全球華人經濟圈的企業人，能夠在亂世與亂市中智珠在握、回歸基本，不致目眩神迷，在企業生涯與個人前程規劃中，亂了章法。

四十年筆路藍縷，八百億美元出口創匯的產業台灣(Corporate Taiwan)經驗，需要從產業史的角度記錄、分析，讓台灣產業有史為鑑，以通古今之變，俾能鑑往知來。

《實戰智慧叢書》將註記環境今昔之變，詮釋組織興衰之理。加緊台灣產業史、企業史的記錄與分析工作。從本土產業、企業發展經驗中，提煉台灣自己的組織語彙與管理思想典範。切實協助台灣產業能有史為鑑，知興亡、知得失，並進而提升台灣乃至華人經濟圈的生產力。

我們深深確信，植根於本土經驗的經營實戰智慧是絕對無可替代的。另一方面，我們也要留心蒐集、篩選歐、美、日等產業先進國家與全球產業競局的著名商戰戰役與領軍作戰企業執行首長深具啟發性的動人事蹟，加入本叢書譯介出版，俾益我們的企業人吸取其實戰智慧，作為自我攻錯的他山之石。

追求筆直上昇精神的企業人！無論在舊世界中，你的地位與勝負如何，在舊典範大滅絕、新秩序大勃興的九〇年代，《實戰智慧叢書》會是你個人前程與事業生涯規劃中極具座標參考作用的羅盤南針，也將是每個企業人往二十一世紀新世界的探險旅程中，協助你抓準航向，亂中求勝的正確新地圖。

【策劃者簡介】 李仁芳教授，一九五一年生於台北新莊。曾任職於輔仁大學管理學研究所所長，兼企管系系主任，現為管研所教授，主授「組織理論」與「競爭策略」；並擔任聲寶文教基金會與聲寶工業研究所董事，以及管理科學學會大專院校管理學術促進委員會主任委員。近年研究工作重點在台灣產業史的記錄與分析。著有《管理心靈》、《產權體制、工作組織人間關係與組織生產力》等書。

名家推薦

—— 名家推薦 ——

行銷不是銷售，而是導引企業
發展方向，捕捉先機的機能；面對
瞬息萬變的外界環境，本書無疑地
將提供行銷者重要的時代訊息和清
晰的前景。

台灣大學工商管理學系教授
中華民國廣告學會理事長

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of three main characters: '許' (Xu), '士' (Shi), and '序' (Xu), arranged vertically and connected by fluid strokes.

本書探討當前行銷課題，涵蓋的層面廣泛，列舉的實例豐富，為國內行銷的策略規劃與最新的全方位發展，再度打開一面令人耳目一新的視窗。

7 | E L E V E N 總經理

徐重仁

本書結合行銷觀察、行銷論戰
與行銷個案等三個層面，從理論、
實戰到個案，篇篇具體而微，充分
反映本土行銷的實際狀況，為現代
行銷人必備的錦囊。

恆義食品公司總經理

羅清屏

採擷更多的本地經驗與現場經驗，陳偉航先生帶給我們一部不易多見的行銷學專論。全書同時兼有個案研究、類型研究和環境分析，個案與案型之間又多方考量分配與差異，讀來層次分明，體系儼然。陳偉航，有心人也，對行銷研究與本土化貢獻良多。

社會觀察家

區志光

自序

陳偉航

自從我的第一本書「行銷教戰守策」於一九八五年出版以後，獲得廣大企業界人士的迴響，以及許多朋友和讀者的喜好與支持，內心感到無比的感謝與欣慰。其後，我也應邀至各大企業如天仁、奇哥、興農、郭元益、錢雜誌、台視文化、高砂紡織……以及青創會、電信局、時報廣場、哈佛充電會與出版發行協進會等單位演講，闡述行銷策略與觀念的應用，並擔任生產力中心主辦之「行銷經理班」和「企管顧問師班」講師，講授有關「商品策略」、「廣告策略」、「行銷診斷」與「行銷組合個案分析」等課程。在教學相長的過程中，不斷吸收許多新的行銷知識，因而也激發了許多新的行銷創意。

這本書便是蒐集了這些年來我的演講授課心得，以及先後發表在工商時報、經濟日報、卓越

雜誌和戰略生產力雜誌上的一些文章，還有尚未發表的某些個案案例。由於工作繁忙，因此在醞釀了五年之後，能夠將這些內容整理集結付梓，感覺真是不容易。最重要的是希望能將這些多年來實際工作的經驗和研究心得，與愛好行銷的朋友一起分享，也盼望能夠拋磚引玉，得到更多先進的不吝賜教。

這本書係以較為宏觀的角度，來探討當前行銷所關切的諸多課題，也提供了許多本土的實際案例作為剖析參考。書的內容概分為三個單元：「行銷觀察」、「行銷論戰」、「行銷個案」。

「行銷觀察」係從行銷的各個層面包括品牌、服務、通路、廣告、CF、PR、CIS、直接行銷、不景氣行銷和綠色行銷等課題，作一廣泛的闡述。這些都是迎向廿一世紀時，廠商所面臨到最重要的行銷策略和抉擇。九〇年代以後，行銷環境丕變，行銷人員所面臨的壓力與挑戰也日益增多，傳統的行銷觀念與手法已不敷應用，唯有不斷創新，才能掌握未來的社會脈動，在激烈的競爭中脫穎而出。

「行銷論戰」雖然係延續行銷戰的觀念，所不同的卻是以嶄新的方式，將市場依據競爭的狀況分為：「一牌獨大」、「雙雄纏鬥」、「三分天下」、「群雄逐鹿」、「異業入侵」、「週期更替」等不同類型，探討在不同的市場競爭環境，各廠商如何採取不同的行銷策略壓制、遏阻或攻擊、蠶食競爭對手。不論廠牌大小，在行銷戰略上均是希望搶占先機、鞏固利基，俾能創造行銷上的優勢。

「行銷個案」係列舉了八個不同行業的成功案例，同時分爲「先發品牌」、「後發品牌」、「弱勢品牌翻身」、「新商品上市」等四種類型。不論是那一種類型，均可以發現企業與商品的成功，從企畫思考、市場調查、目標市場的選擇、行銷對象的設定、行銷組合的策略運用到實際的執行作業，每一環節均是緊緊相扣、息息相關，絲毫不能出錯，才能發揮行銷的最大綜效。

爲了撰寫這本書，我也廣泛的涉獵了國內外許多相關的行銷書籍。同時，本書中所列舉的案例，許多是我自己親身參與處理過的或是蒐集資料、旁徵博引、訪問有關人員、觀察市場狀況所做的歸納與結論，也希望能爲國內的行銷實例留下一個忠實的記錄。

這本書的完成必須要感謝遠流出版公司主編胡芳芳小姐鍥而不舍的邀稿，熱忱感人；郭恆祺先生的精心編輯，使本書生色不少；還有遠流出版公司許多同仁的關懷，永銘於心，無法一一表達謝意。同時更要感謝行銷學泰斗許士軍老師、T-ELVEN總經理徐重仁先生、恆義食品公司總經理羅清屏先生、社會觀察家詹宏志先生在百忙之中撥冗賜贈推薦語，倍感榮幸。而一直在背後驅動我，給我最大精神支柱的是我的妻子萍，給我最真摯的愛和鼓勵；以及我母親對我的默默支持，謹以此書獻給她們，表達我最深摯的感謝。