

價值創新 001
張寶誠 博士策劃

價值 創新

經營實例

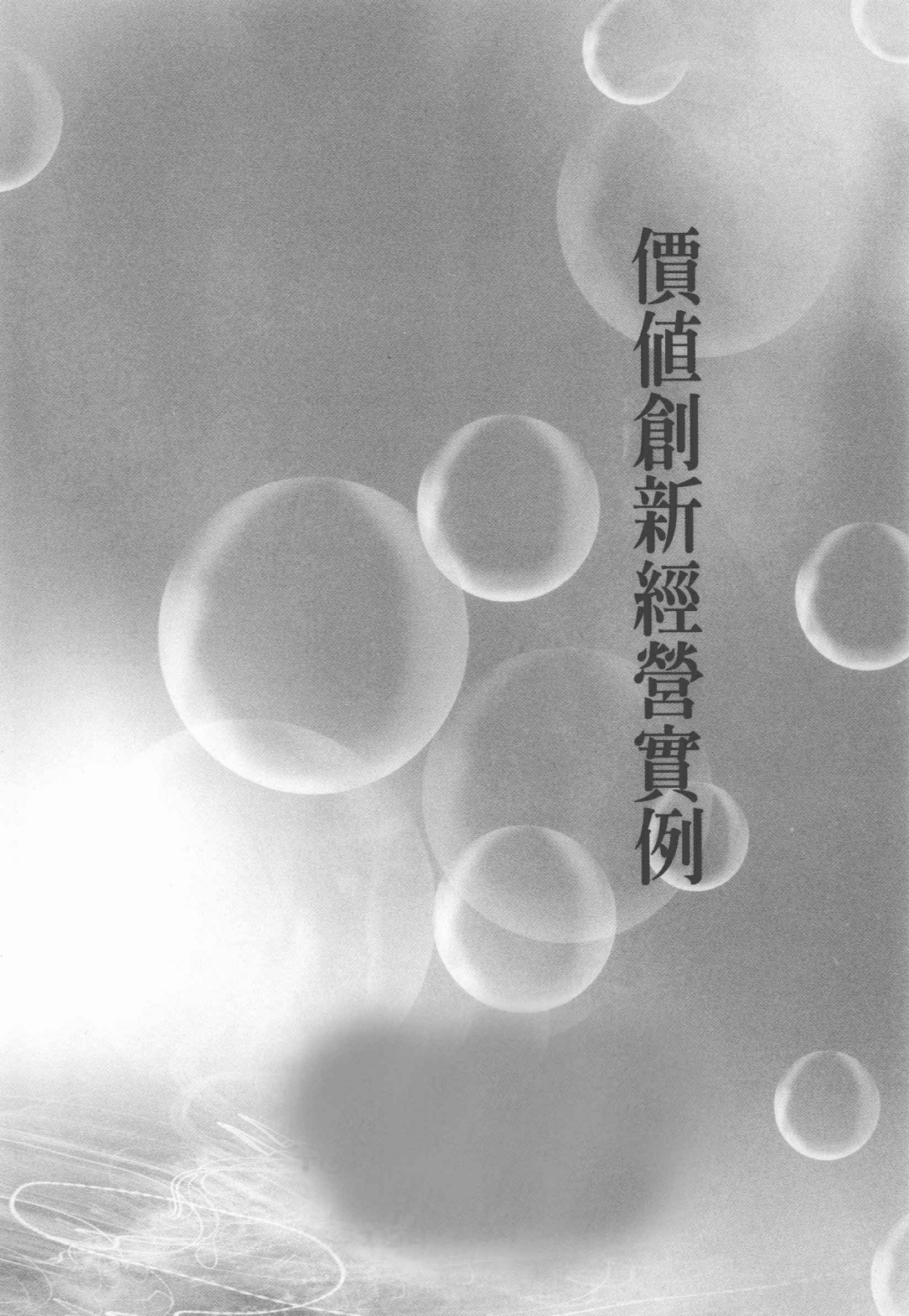
能力雜誌 編著

研發創新，創造價值，
是知識經濟時代中企業的當務之急。
不創新，就滅亡，
過去，創新是繫乎企業能否成功的關鍵；
現今，創新卻是關乎企業存亡的活命丹。
價值，是企業據以參與全球競爭的門票；
創新，是企業通向未來的永續經營之鑰。



中國生產力中心
CHINA PRODUCTIVITY CENTER



The background is a grayscale abstract composition. It features numerous overlapping circles of varying sizes, some of which are semi-transparent, creating a layered effect. A bright, glowing light source is positioned in the lower-left quadrant, casting a soft, diffused light across the scene. In the bottom-left corner, there are some faint, wispy, white lines that resemble smoke or light trails. The overall mood is ethereal and modern.

價值創新經營實例

價值創新經營實例

編 著	能力雜誌
發行人	張寶誠
編輯顧問	王文信・李建寅・林錫金・林育正・邱宏祥・吳肇懿 高幸玉・孫淑玲・陳俊廷・楊欲富・（按姓氏筆劃順序）
媒體總監	吳美娥
主 編	吳麗真
執行編輯	郭怡君
讀者服務	林錫表・鄭麗君
出版者	中國生產力中心
地 址	221 台北縣汐止市新台五路一段 79 號 2 樓
服務電話	(02) 2698-5897 ~ 8
傳 真	(02) 2698-9330
網 址	http://www.cpc.org.tw
郵政劃撥	0012734-1 號
總 經 銷	聯經出版事業公司
地 址	221 台北縣汐止市大同路一段 367 號 3 樓
電 話	(02) 2642-2629
設 計	龍形國際設計有限公司 (02)2876-4260
印 刷	磐古製版印刷有限公司 (02)2244-7000
初 版	2003 年 1 月 第一刷 2000 本
登 記 證	局版台業字 3615 號
定 價	新台幣 320 元

版權所有・翻印必究

ISBN 957-2090-40-2

如有缺頁、破損、倒裝，請寄回調換。

國家圖書館出版品預行編目資料

價值創新經營實例／能力雜誌編著 -- 初版. --

臺北縣汐止市：中國生產力，2003[民 92]

面；公分，--（價值創新系列；1）

ISBN 957-2090-40-2（平裝）

1. 企業管理 個案研究

494

92001677

訂購辦法：

●國內訂購

劃撥帳號：00127341

戶名：中國生產力中心

地址：台北縣汐止市新台五路一段 79 號 2 樓

讀者服務專線：(02) 2698-5897 · 2698-5898

訂購金額未滿新台幣 600 元者，請加 40 元郵資

傳真：(02) 2698-9330

網址：<http://www.cpc.org.tw>

●中國生產力中心全省服務中心

台北總部：台北縣汐止市新台五路一段 79 號 2 樓 電話：(02) 2698-5897～8 林錫表·鄭麗君

承德門市：台北市承德路二段 81 號 B1 電話：(02) 2559-0233 蔡榮三

台中服務處：台中市工業區 38 路 189 號 電話：(04) 2350-5038 林盈君

雲南推廣組：斗六市雲林路二段 225 號 11 樓 電話：(05) 534-1379 韋雲英

台南服務處：台南市大埔街 52 號 電話：(06) 213-4413 應裕民

高雄服務處：高雄市成功一路 232 號 15 樓 電話：(07) 336-2918 樓文玲

●國外訂購

航空／歐、美、日等地區 定價×1.8

香港、澳門地區 定價×1.6

水陸／歐、美、日等地區 定價×1.6

香港、澳門地區 定價×1.4

購買總金額在新台幣 1000 元（含 1000 元）以下者請加付手續費新台幣 200 元

請以美金支票付款，支票抬頭請開 China Productivity Center

出版緣起

新世紀的「競爭之鑰」在於知識。

誠如管理大師彼得·杜拉克(Peter F. Drucker)所言，我們正處於一個轉型的時代中，朝著知識型社會邁進，知識是後資本主義社會中最有價值的資源。在現今的企業競技場上，知識已成為企業競爭的核心因素，沒有掌握此一核心要素的企業，極易喪失其競爭優勢，而被迫出場。

知識是最有價值的資源，關於知識的傳承，除了人本身之外，出版品是另一個非常重要的載體。自1955年11月11日財團法人中國生產力中心成立之日起，我們即深感知識的取得與傳承之於企業發展的重大意義，也深知人才培育與教育對企業興亡的重要影響。因此，中國生產力中心除了積極對企業進行診斷、輔導及教育訓練之外，另一個積極著力的部分，就是從事新思維、新觀念及各種新知的引進、推介與傳播。無論是出版經管書籍、雜誌、視聽產品，乃至於近年來的資料庫查詢與即時網路資訊服務，在在都是為了提供企業最具前瞻性的資訊、觀念及有效的營運模式，為企業進行全方位的知識引導。

多年來中國生產力中心累計出版發行的產品達百萬冊以上。內容涵蓋經營趨勢、管理能力、生產技術、服務品質、能力開發等各領域的新知。在知識領域中默默的深耕，多年來陪著企業與個人一起成長，無論是提高生產力、品質力、競爭力以及知識經濟時代中極為重要的創新力、知識力，都有我們點點滴滴的努力與奉獻。

隨著經濟發展的歷程與產業的快速進步，產業環境或許有著滄海桑田的變遷，但中國生產力中心期許自己扮演的角色卻未曾改變，一直以來我們期許自己成為：

- 經營模式的拓荒者
- 價值速度的推動者
- 知識管理的傳播者

在新的世紀中，衷心希望所有企業與個人，都能緊握住知識這把競爭之鑰，去開啓未來生活的幸福之門。而不斷提供嶄新的知識給讀者，將會是我們持續且全力以赴的事。

而這也是我們出版這本書的目的。

中國生產力中心總經理

張寶誠

目 錄

出版緣起	3
------	---

總論篇

啓動組織創新的動能	11
創新動力的價值	23
創新研發面臨的問題與挑戰	37

技術創新篇

德國阿亨大學的系統化創新管理模式	55
中華映管 撒下創新紀元的種子	71
3M 挑戰創意，求變求新	83
明基電通 視創新為組織靈魂，以科技塑造快樂品牌	91
萬國電腦 跨越數位鴻溝，邁向領導品牌	103
佳生科技 台灣 CRO 第一把交椅	113
昶和纖維興業 以科技重塑紡織功能，以創新厚植企業能量	123

服務創新篇

Accenture 以創新成為產業的一環	133
上閣屋 讓顧客占便宜，老闆賺到錢的雙贏策略	143
衣蝶百貨 全方位努力維繫形象，塑造顧客忠誠	155
植村秀 Shu Uemura 完美的銷售起始於需求的滿足	167
La New 對於舒適比挑剔的顧客還挑剔	175
Swatch 錶藝復興，想像力與生命力的象徵	183
肯夢國際 尋找有志一同的追夢人	193

通路創新篇

流通業者 掌控消費者品味是贏家	205
東貿國際 要做醫療界的 7-ELEVEN	213
聯強國際 服務導向思維下獨步全球的通路模式	223
大眾電信 低價策略讓 PHS 在台灣站穩腳跟	235
生活工場 做中學，學中做，以品味創新顧客生活	243
松青超市 重新界定生鮮定義的另類革新	253
麗質佳人 以新觀念顛覆舊市場的遊戲規則	261
易遊網 一流的旅程，三流的價格	271
台灣裝潢網 虛實並用創造零庫存通路新機	279

人物篇

潘桑昌	跳天鵝湖的百變 CEO	291
吳伯超	仙踪林的傳奇	305
陳飛龍	以差異化對抗景氣寒冬	321
高清愿	誠實做人，認真做事業	331

價值創新經營實例



出版緣起

新世紀的「競爭之鑰」在於知識。

誠如管理大師彼得·杜拉克(Peter F. Drucker)所言，我們正處於一個轉型的時代中，朝著知識型社會邁進，知識是後資本主義社會中最有價值的資源。在現今的企業競技場上，知識已成為企業競爭的核心因素，沒有掌握此一核心要素的企業，極易喪失其競爭優勢，而被迫出場。

知識是最有價值的資源，關於知識的傳承，除了人本身之外，出版品是另一個非常重要的載體。自1955年11月11日財團法人中國生產力中心成立之日起，我們即深感知識的取得與傳承之於企業發展的重大意義，也深知人才培育與教育對企業興亡的重要影響。因此，中國生產力中心除了積極對企業進行診斷、輔導及教育訓練之外，另一個積極著力的部分，就是從事新思維、新觀念及各種新知的引進、推介與傳播。無論是出版經管書籍、雜誌、視聽產品，乃至於近年來的資料庫查詢與即時網路資訊服務，在在都是為了提供企業最具前瞻性的資訊、觀念及有效的營運模式，為企業進行全方位的知識引導。

多年來中國生產力中心累計出版發行的產品達百萬冊以上。內容涵蓋經營趨勢、管理能力、生產技術、服務品質、能力開發等各領域的新知。在知識領域中默默的深耕，多年來陪著企業與個人一起成長，無論是提高生產力、品質力、競爭力以及知識經濟時代中極為重要的創新力、知識力，都有我們點點滴滴的努力與奉獻。

隨著經濟發展的歷程與產業的快速進步，產業環境或許有著滄海桑田的變遷，但中國生產力中心期許自己扮演的角色卻未曾改變，一直以來我們期許自己成為：

- 經營模式的拓荒者
- 價值速度的推動者
- 知識管理的傳播者

在新的世紀中，衷心希望所有企業與個人，都能緊握住知識這把競爭之鑰，去開啓未來生活的幸福之門。而不斷提供嶄新的知識給讀者，將會是我們持續且全力以赴的事。

而這也是我們出版這本書的目的。

中國生產力中心總經理

張寶誠

目 錄

出版緣起	3
------	---

總論篇

啓動組織創新的動能	11
創新動力的價值	23
創新研發面臨的問題與挑戰	37

技術創新篇

德國阿亨大學的系統化創新管理模式	55
中華映管 撒下創新紀元的種子	71
3M 挑戰創意，求變求新	83
明基電通 視創新為組織靈魂，以科技塑造快樂品牌	91
萬國電腦 跨越數位鴻溝，邁向領導品牌	103
佳生科技 台灣 CRO 第一把交椅	113
昶和纖維興業 以科技重塑紡織功能，以創新厚植企業能量	123

服務創新篇

Accenture 以創新成為產業的一環	133
上閣屋 讓顧客占便宜，老闆賺到錢的雙贏策略	143
衣蝶百貨 全方位努力維繫形象，塑造顧客忠誠	155
植村秀 Shu Uemura 完美的銷售起始於需求的滿足	167
La New 對於舒適比挑剔的顧客還挑剔	175
Swatch 錶藝復興，想像力與生命力的象徵	183
肯夢國際 尋找有志一同的追夢人	193

通路創新篇

流通業者 掌控消費者品味是贏家	205
東貿國際 要做醫療界的 7-ELEVEN	213
聯強國際 服務導向思維下獨步全球的通路模式	223
大眾電信 低價策略讓 PHS 在台灣站穩腳跟	235
生活工場 做中學，學中做，以品味創新顧客生活	243
松青超市 重新界定生鮮定義的另類革新	253
麗質佳人 以新觀念顛覆舊市場的遊戲規則	261
易遊網 一流的旅程，三流的價格	271
台灣裝潢網 虛實並用創造零庫存通路新機	279

人物篇

潘桑昌	跳天鵝湖的百變 CEO	291
吳伯超	仙踪林的傳奇	305
陳飛龍	以差異化對抗景氣寒冬	321
高清愿	誠實做人，認真做事業	331

