消費者心目中理想品牌排行表

（本文的資料參考自管理雜誌391期九十六年度一月號雜誌）

品牌的力量來自品牌的市佔率，從管理雜誌這份調查資料可以瞭解目前台灣的品牌市場競爭之激烈，也是超乎想像，新進榜的品牌與持續佔據第一的品牌，中間的品牌努力正是現實結果展現的殘酷，因此更需要在全面觀察與全面審視品牌的核心是否有變動？是否有減弱了行銷的力道？須知品牌的殺戮戰場是絕不留情的。

品項名稱	第一品牌
國內航線	立榮航空
國際航線	長榮航空
銀行 / 金控	中國信託
信用卡	中國信託
飯店	福華飯店
房屋仲介	信義房屋
租車	和運租車
行動電話系統	中華電信
固網業者	中華電信
國際快遞	DHL
人壽保險	國泰人壽
產物保險	富邦
保全	中興
洗髮乳	多芬
沐浴乳	多芬
男性皮鞋	La New
一般刮鬍刀	吉列
電動刮鬍刀	菲力普
男性洗面乳	蜜妮
女性內衣	華歌爾
衛生棉	好自在
女性皮鞋	阿瘦
女性洗面乳	多芬

品項名稱	第一品牌
音響	SONY
電視	SONY
冷氣	日立
洗衣機	Panasonic
除溼機	Panasonic
冰箱	Panasonic
電鍋	大同
空氣清靜機	Panasonic
微波爐	Panasonic
電子鍋	象印
個人電腦	華碩
筆記型電腦	華碩
顯示器	viewsonic
電子辭典	無敵
Mp3隨身聽	蘋果
數位相機	SONY
數位攝影機	SONY
手機	Nokia
多功能事物機	HP
投影機	Epson
衛浴設備	和成
熱水器	櫻花
瓦斯爐	櫻花

品項名稱	第一品牌
抽油煙機	櫻花
淨水器	Panasonic
蔬果汁	波蜜
鮮奶	林鳳營
優酪乳	統一AB
優格	統一AB
碳酸飲料	可口可樂
機能性飲料	蠻牛
運動飲料	舒跑
咖啡類飲料	伯朗
茶類飲料	茶裏王
包裝水	多喝水
啤酒	台灣啤酒
白蘭地	人頭馬
威士忌	約翰走路
速食麵	統一
一般牛奶	克寧
嬰幼兒奶粉	惠氏
喉糖	樺達
口香糖	箭牌
冰品	杜老爺
喜餅	郭元益
包裝米	池上米

品項名稱	第一品牌
維他命	善存
洗衣粉/精	白蘭
洗碗精	泡舒
牙膏	黑人牙膏
面紙	舒潔
衛生紙	舒潔
機車	山葉機車
進口機車	BMW
進口休旅車	BMW
國產汽車	TOYOTA
國產休旅車	TOYOTA
運動鞋	NIKE
休閒服	NIKE
牛仔褲	Levi's
保健器材	OSIM
隱形眼鏡	博士倫
隱形眼鏡藥水	博士倫
報紙（訂閱）	自由時報
香菸	Mild Seven
感冒藥	普拿疼
止痛藥	普拿疼
腸胃藥	金十字
輪胎	米其林
嬰兒紙尿片/褲	幫寶適

Brand Consultant Team

SUBKARMA®
International Associates Co., Ltd.
薩巴卡瑪國際有限公司
www.subkarma.com

品牌情報站 BRAND NEWSPAPER
Your Brand, Your Market, Your Profit
NO.6 2007 SUMMER

CREATE PROFIT MARKET BRAND

指導單位：經濟部國際貿易局　執行單位：BIPA中華民國自創品牌協會　中華民國台灣精品廠商協會

Editor In Chief
Gina Chang

目錄

A1. 品牌新五力

A3. 品牌散彈式行銷與專精式行銷

A4. 新加入會員簡介

巧點公司

固緯電子

A5. 協會活動

大陸華東參訪之旅

品牌異業結盟交流會

協會常務理事黃董事長授勳典禮

A7. 消費者心目中理想品牌排行表

品牌新五力

行銷的五力理論帶到品牌領域上，就需要改變，因為品牌的的複雜度並不是單單只有『行銷層面』而已，它關係到資金、人才、及執行這三大領域，也唯有這三個層面能做靈活的合作，品牌的推廣才能在市場展開。

外貿協會【品牌台灣】講座在九十六年（今年）就以品牌五力為主題，他強調的是創新力、運籌力、行銷力、設計力、及通路力。我個人認為其實品牌的新五力應該是：

創造力

組織力

執行力

靈活力

整合力

我提出的這【品牌新五力】是針對台灣的中小企業而訂定的，大企業的品牌推廣有他們利基點，大企業較容易接受到政府的協助，也較容易得到銀行界的融資支援，在人才的層面上也容易吸收到優秀的人員，由於大企業的分工較細緻，組織的能力較強，因此展現的品牌成果較容易在市場上看到，這些都不是中小企業能夠比較的。

當然由此更清楚瞭解我所提出的【品牌新五力】是直接觸及中小企業的體質而做的一副藥劑，由於中小企業的體制較小，單打獨鬥的習慣帶給中小企業的是優點也是缺點。接下來將一一細說明這五力的重點：

創造力

中小企業由於體制及規模較小，因此產品的研發與創造便容易受到拘束，不僅於產品的創新，在行銷通路上也不容易跳脫原先的窠臼，因此在創造力上要勇於嘗試新的突破，讓全新的思維重新改造企業內部與外部，唯有內外進行同步作業，才能踏出品牌創新的第一步。

組織力

台灣的中小企業主最愛用的是「萬能的員工」，因為這樣的員工什麼都能做，也就會什麼都做不精緻，在品牌的組織力中，最重要的是『term』，唯有組織內合作無間，不具備本位主義，一切都以最高目標【品牌推展】為主，將不同才能的人才組織成為一個小組，並且各司其職，是中小企業主需要學習的第二個課題。

執行力

中小企業的員工，由於以往工作經驗較為單純，對於品牌的執行複雜度，較沒有具體的概念，特別是如果品牌的型態是B2C型態，更需要注意在消費者那端的品牌執行力，執行力最重要的是貫徹力，將最終目標很完整的貫徹在執行層面上，並且將執行力做細部的規劃，區域性及階段性的完成，就可以將執行發揮到最透徹的程度。

靈活力

中小企業的靈活度一向是其優點，但是在品牌的靈活度上，卻需要品牌策略的堅持，唯有靈活變動行銷手法，但是又堅持品牌的品牌定位及品牌願景，這是中小企業需要注意的壹點。

整合力

中小企業人才中最缺少的是『整合的人才』，整合資源是品牌行銷上最重要的壹個環節，什麼是品牌需要的資源？如何有效率的利用現有資源？及如何尋求外部資源？並且將品牌建立中需要的資源做適當比例的分配，這也是【品牌整合力】中最重要的部分，這也是中小企業在【品牌新五力】中最後一個階段，唯有整合內部與外部、上游與下游，品牌才能在市場生存及壯大。

我提出的【品牌新五力】是一個新觀念，完全迴異於【行銷的五力哲學】，大企業做品牌有其大企業的作法，中小企業作品牌也有自己的法則，希望這樣的觀念能協助台灣廣大的中小企業廠商另一個思考的空間。

品牌散彈式行銷與專精式行銷

品牌行銷的手法十分眾多。為了滿足不同的消費族群，品牌的企業主常常希望能夠有獨創性的作法與對策，來加深市場的銷售力道，進而增加銷售業績。

國內近年來的消費品市場贏家諸如林鳳營鮮乳、貝納頌咖啡、茶裏王、御茶園、愛之味油切綠茶、Airwaves口香糖、85度C咖啡等，無一不是專精型品牌行銷的經典之作，這些旗織鮮明的新興品牌，顛覆了傳統上人們對行業的定義，行業規模從此變小了，競爭只發生在傳統產業定義中的局部範疇。這些最主要的策略規劃的重心就在於企業主將品牌銷售的戰線拉短，品牌銷售範圍縮小，採取精兵策略，運用少量品牌資源，進行品牌的銷售戰爭，進而在小區域的品牌戰場中，取得領導品牌的地位，進而獲取較高的利潤。

反觀近年來的福特（Ford）、Sony、明基（BenQ），則仍是傳統全能型品牌的忠實信徒，戰線拉太長的代價是備多力分、資源稀釋、品牌失焦。這就是因為企業主的品牌散彈型行銷過於消耗資源，導致產品的行銷焦聚過於寬廣，影響了消費者對於該品牌要訴求的重心感到疑惑，進而對品牌的興趣下滑，影響了購買慾望。

但是產品線較為廣泛的品牌，目前仍然有些迷失在全面吸收消費者的盲點中，目前的消費市場非常混亂，在台灣市場的消費者可以選擇的產品項目也非常繁多，造成品牌行銷的極大困難度，因此也唯有專一化的行銷目的較易獲得明確的品牌行銷效益。

現今的品牌市場已經是微利的時代，除了運用量能的整體營業額外，是很難在零售市場上獲得高額的利潤，也因此帶動多品牌的行銷方式去吸收市場各個消費群，進而獲取高比例的市場佔有率，這樣的作法更需要專一化的品牌行銷去達成，投資有限的資源去獲取較易評估的效果，相信是現今最實際的品牌行銷作法。

（本文參考華文企管網〈全能型品牌不敵專精型品牌〉－文/陳富寶）

新加入會員簡介

巧點公司

巧點股份有限公司自民國75年成立至今，已逾20餘年，是歷史悠久並且也是業界最大的EVA海綿產品製造廠，在禮品業中我們是第一家將EVA發泡材質取代傳統的木質及塑膠材質的製造工廠。我們的EVA材質屬於環境保護材質，可折疊、無毒、可回收並通過歐規及美規安全標準，我們使用此種獨特材料研發出一系列流行文具，教育性玩具，兒童錶、時鐘，更進而發展出具有實用性的家用品，公文箱，桌燈，收音機等。

公司總部設於亞洲最先進的國家--台灣--，我們有10數位美工設計師來研究市場趨勢及創造可附和客戶需求的新產品，事實上我們除了原樣設計，同時也接受客樣生產。公司創業二十年來，致力於新潮文具及禮品之研發，創新產品及改進製程，提高附加價值，並每年參加世界各地大型專業展覽。固定的有英國倫敦家用禮品展、德國紐倫堡玩具展、法蘭克福家用禮品展、義大利米蘭文具贈品展、美國紐約禮品展、日本東京禮品展、香港春秋季禮品展等，同時也獲獎無數。

為了有效及迅速的生產，巧點股份有限公司於民國82年在大陸成立自己的工廠。工廠約3000立方米，生產線上有350位經驗豐富的工人，產程控管嚴格，使我們的產品品質優良，並且能夠完全的配合客人的交貨日期。

本公司經營八大類產品，文具、鐘、玩具、包袋、相框、桌燈、家用產品及海灘鞋等各式新潮文具、禮品，已開發建立之銷售通路有一百多個據點，分佈歐美及世界60餘國與地區，客戶群含蓋進口商、玩具禮品公司(玩具反斗城)、大型購物中心(特力屋、家樂福等)、連鎖公司(K-MART、WAL-MART)、廣告贈品客戶(麥當勞、雀巢食品)。

92、93年增加了瑞士、西班牙、土耳其、韓國、法國、義大利等地區代理商，以合作籌設發貨倉庫，鞏固歐亞市場。

我們在EVA材質創新生產的領域已經有22年經驗，現今不論在新款設計完全迎合市場的風潮外，仍然繼續努力研發更新的生產技術，並將以『自創品牌』建立完整的通路市場，使巧點股份有限公司在國際市場上茁壯強大，以臻永續經營的目標。

固緯電子

GW INSTEK

31年前國內第一家投入研發生產電子試測儀器的本土廠商，31年後的今天，綿密的行銷通路及具有競爭優勢的產品技術，固緯成功以「GW Instek」自有品牌行銷全球逾70餘個國家地區，成為全球電子儀器市場之知名品牌。

以電源供應器起家的固緯電子，開啟國人自製電子測試儀器先河，打破台灣電子儀器一切依賴進口貨局面，固緯的產品品質因可靠而廣為業界使用，為了不辜負這份信賴，固緯在研發與製造的加強上不遺餘力，從最基礎的電源供應器，到現在的數位儲存/類比示波器、3GHz頻譜分析儀、數位式任意波形產生器，以及安規測試儀器等，不僅技術與品質與歐美大廠並駕齊驅，其中數位儲存示波器、頻譜分析儀，已成為全球少數擁有此類技術之製造廠家。

固緯電子一方面強化研發實力，也花了二、三十年的時間佈局國際通路市場，如今GW Instek測試儀器已在全球逾70個國家銷售，並在日本、中國大陸、美國及馬來西亞直接設立行銷子公司，完整綿密的全球行銷通路及品牌知名度，成為最有利的競爭優勢。由於布局國際市場是近幾年的重點，除了現有已經觸及的地區之外，韓國、巴西、印度這些國家，更是未來拓展海外市場的重點地區，若以「金磚四國」--中國、俄羅斯、印度、巴西這四個最受矚目的國家來看，固緯就已經取下其中最重要的二國-中國與俄羅斯。

固緯電子在大陸營業據點的布署，除了蘇州設製造廠外，也在上海、東莞、深圳、南京、寧波設立營業據點，目前已是中國中高階電子測試儀器的領導品牌，未來的方向放在品牌知名度與技術提升，固緯今後將開發符合大陸內需市場的機種，積極布局學校與產業市場。

測試儀器市場具有少量多機種的特性，必須不斷開發新機種才能符合市場需求，固緯也將加強與國內外業者的合作，不僅「向下紮根」，更要「往上發展」，持續往高階產品領域邁進，保持永遠的競爭優勢。

固緯電子小檔案

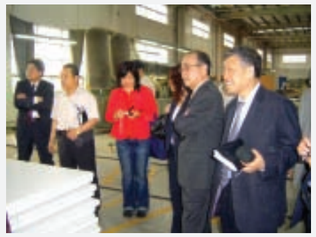
◇全球營運總部：台北縣土城市中興路7-1號
◇成立時間／1975年
◇上市時間／2000
◇全球員工／600人
◇產品線／示波器、頻譜分析儀、信號產生器、電源供應器、數位電錶、元件、安規測試器、其他量測儀器
◇生廠基地／台北(台灣)、蘇州(大陸)
◇銷售據點／台灣：台北、台中、高雄
馬來西亞：檳城
美國：加州
大陸：上海、東莞
日本：東京
◇認證／ISO-9001：2000（台灣、蘇州)、ISO：14001（台灣）

大陸經驗取經團 5/8～5/12 大陸華東參訪之旅

中華民國自創品牌協會暨中華民國台灣精品廠商協會特別於今（九十六）年度針對大陸品牌經營及廠務管理的議題，舉辦一次【大陸經驗取經團】的活動，很榮幸獲得協會的標竿品牌會員的熱心支持，開放了大陸工廠參觀的行程，並安排了專人進行有關廠務管理及大陸經營的經驗分享，讓所有參加的團員獲得了書本無法傳達的知識。

短短的五天的行程，我們充分掌握了時間參觀了九家公司，平均半天參觀兩家公司，使得整個行程既充實又緊湊。

參觀公司名單：
1 恩德公司　2 良機公司　3 優美公司　4 台灣視訊公司　5 麗嬰房
6 巨大機械公司　7 新光機電公司　8 羅馬崗石　9 雅博公司



品牌異業結盟交流會

指導單位：經濟部國貿局
主辦單位：中華民國自創品牌協會 暨 台灣精品廠商協會
舉辦時間：九十六年五月二十八日是下午兩點到五點
舉辦地點：台北國際會議中心二樓會議室
主講人：琉園王文山執行長 及 訊聯生技蔡政憲董事長
活動參加人次：五十人次

活動成效：

本次活動主要是以【品牌的創新與品牌的美感】為主要的經驗分享，在本次的會議中區分為兩個階段進行，參加的廠商朋友也以中高階主管為主，可以想見【品牌】的議題對於台灣業者有多麼重要。

第一階段：首先以訊聯生技蔡董事長為第一個品牌經驗分享的主講者，蔡董事長詳細並且完整的將訊聯臍帶血銀行的品牌行銷經驗及過程分享，第二位主講人為琉園王永山執行長，他清楚的分享琉園在品牌管理的困難與突破，並以琉園的案例來激勵在場的廠商朋友。

第二階段：接著讓在場參加的廠商朋友，以五到十分鐘的時間做公司的介紹，現場並規劃出一個特區作為參加廠商的展示區域，藉由這樣的自我介紹也可以讓在場的不同產業朋友瞭解其他來參加的異業朋友的產品，希望藉由這樣的活動，帶動一些經濟效益。

第三階段：在最後一個階段，本協會設計了一個【自由交流】的時間，讓在場的廠商可以自由且自在的交換彼此的品牌經驗及增加合作的氣氛。現場並有媒體記者China News來到現場做報導。

協會常務理事黃董事長授勳典禮

恭賀　本協會常務理事　光聯興業股份有限公司黃維祝董事長榮獲義大利政府頒發騎士勳章，本協會謝理事長及理監事們都一起參加了這次典禮，不僅分享黃董事長的榮耀，也代表本會所有會員表達誠摯的恭賀之意。