

系所組：國際貿易學系碩士班在職生

日期節次：100年3月19日第2節 11:00-12:30

科目：國貿行銷個案分析

1. 假設您是一間洗髮精工廠的總經理，目前正在開發一瓶可以預防落髮的洗髮精。根據貴公司生產部經理給您的資料，此洗髮精的容量規格是 450ml，平均單位總成本為 50 元。
 - a. 在目標行銷的觀念下，選擇區隔市場是非常重要的工作，因此，試描述您欲選擇的目標市場；以及您將採行的通路策略（包含要在哪一類型的零售通路販售、通路密度，以及將採行的通路階層數）。以上皆必須要說明理由。（15 分，15%）
 - b. 制定價格的「方法」有很多種，舉出兩種常見的方法，並詳述其訂價的邏輯。（10 分，10%）
 - c. 依據您所舉例的其中一種訂價方法，來決定這款新洗髮精的零售價將設為多少？*提醒* 價格決策必須是融合行銷組合（marketing mix）的完整性思考，因此，需說明您制訂此價格所考量的事項有哪些，詳述您在各事項上的決策，需清楚解釋最終售價以及各階層報價（假若有中間商）以及各報價如何產生。（25 分，25%）

2. ● 個案題（50%）

請先閱讀完下列新聞個案內容後，回答以下問題。

據報載：某外商銀行發表之研究報告，分析中國大陸不同收入階層對各種商品和服務的消費額，並研究門檻價和平均價、文化和社會偏好，以及商品和服務的平均使用情況，根據潛在市場未來十年的成長狀況，挑出 2020 年最有發展潛力的商品，以空調（冷氣機）和奢侈品最有成長潛力，電腦則敬陪末座。

負責這分研究報告的分析師表示，具有發展潛力的行業包括空調和電視機，每戶居民將擁有的數量會增加；啤酒則受惠於平均每人的消費力上升，而有成長；至於因收入增加帶來的渴望性消費，則會帶動運動鞋、快餐及奢侈品成長。

若您為台灣家電行業之行銷經理人，負責中國大陸之販售，請根據上述簡單資料，擬定行銷策略。

1. 請說明您之產品（空調、電視機和洗衣機），依據理論，對於大陸市場，您會以何種市場變數進行區隔？主攻何種目標市場？而各個產品之定位又將為何？（25 分，25%）

2. 請說明對於個案產品，您會設計以何種通路進入中國市場？廣告策略之訴求重點又為何？廣告口號（slogan）您又會設計為何？（25 分，25%）