

一次消費性電池在台灣的通路研究：以統振公司為例

陳敦仁、潘振雄；邴傑民

E-mail: 8809464@mail.dyu.edu.tw

摘要

一次電池的使用在臺灣將近約有50年的歷史。大約是在20餘年前，當消費者想要買顆電池，不是透過家電行就是透過水電材料行。而隨著近幾年零售業的通路革命，電池的行銷通路產生了結構上的變化，以往透過水電材料行及家電行販售的通路佔有率有節節下降的趨勢，代之而起的是超級市場，百貨公司、量販店、3C連鎖專賣店以及CVS等新興的零售通路。而這實務上的變化，也引起了欲一探究究竟的共鳴。因此本研究透過文獻上次級資料的整理，歸納國內一次電池進出口的演變，以及使用個案研究法，針對個案電池代理商及經銷商進行深入與詳細的訪談及分析，探究以下的議題：（1）臺灣一次電池市場的發展與演進、（2）行銷通路結構的改變與現況、（3）零售業通路革命所造成電池中間商的影響與衝擊、（4）電池中間商採行的策略及轉型模式。研究結果發現，國內電池生產商與國外電池代理商在電池的銷售上有明顯的消長關係，當電池關稅調降，國外電池大量進口，國內電池不再受保護時，本土電池製造商的生存空間便不斷地減縮。而隨著關稅調降，國外電池的貨源供應轉為穩定，經銷商取貨較為容易，再加上國民所得達到一定的水平，消費者對於電池的需求逐漸提高，整個電池消費市場也跟著蓬勃發展到另一個階段。為了能在市場上獲得更大的利益，經銷商彼此之間常有越區及相互削價的舉動，無形中卻造成利潤的衰減。為了不被市場淘汰，經銷商加寬產品的組合，並通常從眾多商品中，挑選一項或兩項主力，例如文具、電料、燈管等，成為商品轉型上的對象。其次，零售通路革命所興起的CVS、量販店等，一方面因競爭上的優勢減損了經銷商下游的傳統零售店，另一方面也因規模龐大，往往讓經銷商在財力與人力上無法負擔，此時通路階層將縮短向上游整合，而由代理商直接來經營。面臨通路上的窄化，有些經銷商亦做了通路轉型，儘量將自己的通路轉移到與新興通路較不相衝突的市場區隔，成為在市場上繼續經營的競爭武器。而新興通路的市場雖由經銷商轉移至代理商，但相較於經銷商通路，新興通路所帶來的利潤卻十分有限，使得代理商在通路抉擇上面臨著數量與利潤的兩難。

關鍵詞：行銷通路；一次電池

目錄

目錄封面內頁	簽名頁	授權頁	iii	中文摘要	iv	英文摘要	vi	誌謝	viii	目錄	xi	圖目錄	xiii	表目錄	xiv	第一章 緒論	1	第一節 研究動機	1	第二節 研究目的	2	第三節 研究對象及範圍	3	第二章 文獻回顧	7	第一節 行銷通路的意涵與功能	7	第二節 通路的結構	13	第三節 行銷通路策略	17	第四節 行銷通路與中間商的選擇	20	第五節 中間商的行銷決策	23	第六節 便利品的特性與行銷策略	25	第七節 策略的定義	26	第三章 研究方法	31	第一節 研究流程	31	第二節 研究架構	32	第三節 研究方法	33	第四節 個案公司的選擇	36	第四章 產業描述與個案分析	37	第一節 國內一次電池產業市場分析	37	第二節 國內一次電池產品通路分析	50	第三節 一次電池供應商 - 統振公司	54	第四節 一次電池經銷商	71	第五章 個案綜合分析	91	第一節 個案基本資料綜合分析	91	第二節 個案策略型態綜合分析	96	第六章 命題建構	100	第七章 結論與建議	106	第一節 研究結論	106	第二節 研究結果在實務上的意義	108	第三節 研究限制	108	第四節 後續研究的建議	109	參考文獻	110	附錄一：國內一次電池年度進口總價值及總數量之海關資料（民67年至87年）	115	附錄二：統振公司經銷商合約書	143	附錄三：個案研究訪談對象	145	圖目錄		圖1.1.1 電池分類圖	4	圖2.2.1 消費性行銷通路階層圖	14	圖3.1.1 研究流程圖	32	圖3.2.1 研究架構圖	33	圖4.1.1 民國67年至87年一次電池年度進口總價值柱狀圖	40	圖4.1.2 民國67年至87年一次電池年度進口總數量柱狀圖	42	圖4.2.1 一次電池行銷通路流程圖	51	圖4.3.1 統振股份有限公司組織圖	61	表目錄		表2.1.1 通路功能之作業面分析	9	表2.1.2 通路成員之通路功能表	12	表2.3.1 新產品的通路選擇決策	17	表2.3.2 產品生命週期各階段的通路策略	18	表3.3.1 個案研究法之設計型態	35	表4.1.1 民國67年至87年一次電池年度進口總價值	39	表4.1.2 民國67年至87年一次電池年度進口總數量	41	表4.1.3 民國67年至87年一次國內電池出口總數量及其價值	43	表4.1.4 民國五十八年乾電池製造廠商	45	表4.1.5 各種電池生命週期階段	49	表4.1.6 碳性電池與鹼性各品牌之市場佔有率	50	表4.3.1 軍公教福利系統70年-80年年度營業額	59	表4.3.2 統振公司1995-1998年各電池產品營業比重表	68	表4.4.3 統振大事記	70	表5.1.1 受訪經銷商基本資料彙整表	95	表5.1.2 個案策略型態綜合分析	99
--------	-----	-----	-----	------	----	------	----	----	------	----	----	-----	------	-----	-----	--------	---	----------	---	----------	---	-------------	---	----------	---	----------------	---	-----------	----	------------	----	-----------------	----	--------------	----	-----------------	----	-----------	----	----------	----	----------	----	----------	----	----------	----	-------------	----	---------------	----	------------------	----	------------------	----	--------------------	----	-------------	----	------------	----	----------------	----	----------------	----	----------	-----	-----------	-----	----------	-----	-----------------	-----	----------	-----	-------------	-----	------	-----	--------------------------------------	-----	----------------	-----	--------------	-----	-----	--	--------------	---	-------------------	----	--------------	----	--------------	----	--------------------------------	----	--------------------------------	----	--------------------	----	--------------------	----	-----	--	-------------------	---	-------------------	----	-------------------	----	-----------------------	----	-------------------	----	-----------------------------	----	-----------------------------	----	---------------------------------	----	----------------------	----	-------------------	----	-------------------------	----	----------------------------	----	---------------------------------	----	--------------	----	---------------------	----	-------------------	----

參考文獻

一、中文部份 1.中華民國海關進出口統計月報（書面資料）。2.中華徵信所（民58），「乾電池國內產銷調查報告」，台北:中華徵信所。3.司徒達賢（民88），「策略管理」，台北:遠流。4.江顯新（民80），「行銷學」，台北:三民書局。5.林俊桐（民83），「套裝

軟體行銷通路之研究」，國立中央大學資訊管理研究所碩士論文。 6.林隆儀（民79），「多重批發策略-臺灣清涼飲料業之研究」，國立中興大學企業管理研究所出版之碩士論文。 7.沈文禎（民85），「資訊產品之行銷通路研究」，國立政治大學企業管理研究所碩士論文。 8.吳思華（民82），「策略管理的內涵與教學」，第五屆中華民國管理教育研討會論文集。 9.吳思華（民85），「環境變遷與策略性資源形成關係之研究」，台北:國科會。 10.胡建中（民66），「零售商選擇因素之研究-家用電器業之實例」，國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 11.郭崑謨（民80），「行銷管理」，台北:三民書局。 12.陳定國（民66），「現代行銷學-行銷管理之策略應用」，台北:華泰書局。 13.陳學怡（民80），「新企業建立配銷通路之研究」，私立文化大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 14.黃應豪（民84），「台灣國際觀光旅遊業經營策略之研究-策略矩陣分析法之應用」，國立政治大學企業管理研究所碩士論文。 15.張德發（民86），「個人電腦行銷通路結構與通路績效之研究」，國立中興大學企業管理研究所碩士論文。 16.葉國荃（民87），「臺灣資訊產品通路分析及發展趨勢研究」，大葉大學事業經營研究所碩士論文。 17.譚小金（民87），「電池產業專題調查」，新竹:財團法人工業技術研究院。 18.蘇嘉麒（民79），「便利品中間商行銷策略之研究」，私立中原大學企業管理研究所碩士論文。