

# 臺灣速食麵產業通路策略之探討：以統一公司及維力公司為例

陳首全、羅世輝

E-mail: 9601154@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

台灣速食麵在歷經39年長期經營下，從產品生命週期觀點來看應已屬於成熟期，也呈現相當穩定的狀態；近年來也由於行銷通路上的變革，速食麵從早期透過傳統零售雜貨店通路陳列販售，演變至今的連鎖便利商店、量販店及生鮮超市的販售，使得廠商在價格上不再有絕對的控制，而通路商的主導權則相對愈來愈高，因此，更形成各廠商在通路上的操作策略更多樣化。本研究主要以台灣速食麵產業中的統一及維力兩家公司，探討在企業資源不同的情況下對其通路策略之影響，得到研究結論如下：（1）統一公司及維力公司在通路型態、通路長度、通路密度、推式及拉式的通路策略，實有差異。

（2）統一公司所採取的是垂直整合行銷系統策略，維力公司則是以垂直整合行銷系統策略及傳統行銷系統策略。（3）維力公司在一般通路有部份區域採用營業所直營減少通路階，對其行銷執行力較為落實。（4）統一公司藉由另一組織協助銷售公司經營統一之友店以及積極開發學校及中盤通路。（5）台灣速食麵產業通路推拉式策略上，統一公司及維力公司在零售商處有明顯的異同。（6）台灣速食麵在推拉策略也會隨著產品生命週期及其品牌知名度考量在適當時機採以拉式策略。（7）台灣速食麵產業，統一公司在在企業資源充沛的情況下，通路策略的作法有顯著的差異，甚至於通路的表現結果也較佳。

關鍵詞：資源基礎理論、通路策略、推拉策略、速食麵產業

## 目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	vi
謝.....	viii	目錄.....	ix	圖目錄.....	xiii
錄.....	xiv	第一章 緒論.....	1	1.1 研究背景與動機.....	1
的.....	4	1.3 研究流程.....	5	1.4 本論文結構.....	6
討.....	7	2.1 通路策略.....	8	2.1.1 通路的定義.....	8
略.....	9	2.2 資源基礎理論.....	17	2.2.2 資源的涵義.....	21
結.....	24	第三章 研究方法 3.1 個案研究適用性.....	25	3.2 研究架構.....	26
研究對象.....	27	3.4 資料蒐集與研究限制.....	27	第四章 台灣速食麵產業概況分析 4.1 速食麵定義.....	30
義.....	30	4.2 台灣速食麵的類型.....	31	4.2.1 依照麵體製造方式分類.....	31
方式分類.....	32	4.2.3 包裝型態分類.....	33	4.3 速食麵產業發展沿革.....	33
況.....	35	4.5 速食麵的消費型態.....	37	4.6 台灣速食麵廠商現況.....	40
結.....	41	第五章 研究結果與分析 5.1 個案公司介紹.....	42	5.1.1 統一公司.....	42
42	42	5.1.2 維力公司.....	49	5.2 個案公司資源之探討.....	53
維力公司.....	55	5.3 個案公司通路策略探討.....	57	5.3.1 通路型態.....	57
度.....	58	5.3.3 通路密度.....	58	5.3.4 推拉式策略.....	59
之探討.....	64	5.5 小結.....	66	5.4 資源同異與通路策略之探討.....	64
建議.....	68	第六章 研究結論與建議 6.1 研究結果.....	67	6.2 策略建議.....	68
部分.....	72	6.3 未來研究建議.....	69	參考文獻 一、中文部份.....	70
度.....	75	二、英文部份.....	72	訪談綱要.....	75
	75	一、通路型態.....	75	二、通路長度.....	75
	75	三、通路密度.....	76	四、推拉式策略.....	77

## 參考文獻

- 一、中文部份 1.方至民(民92)，企業競爭優勢，台北：前程企業管理有限公司p66-p67。 2.方至民(民92)，企業競爭優勢，台北：前程企業管理有限公司p145-p146。 3.江榮俊（2004），產品創新、新產品類型與組織網絡運用研究-以速食麵產業為例，大葉大學事業經營研究所碩士論文。 4.巫彬良（2004），台灣速食麵產業分析與競爭策略-進入與阻絕策略之探討，大葉大學事業經營研究所碩士論文。 5.邱志聖(民79年)，台灣新型零售機構導入演進之研究，政治大學企研所碩士論文。 6.吳思華(1988)，「產業政策與企業策略」中國經濟企業研究。 7.吳思華(1996)，策略九說：策略思考的本質，麥田出版社。 8.尚榮安譯(民90)，個案研究法，(原著Yin, Robert K. 1994.，Case Study Research)，台北，弘智文化。 9.許長田(2004)，「策略行銷管理」，弘智出版社。 10.姚文心（2003），速食麵消費者行為之研究-以高雄地區居民為例，碩士論文，屏東科技大學農企業管理系。 11.張逸民(民88)，「行銷學」，華泰書局，初版。 12.張治國（2004），速

食麵即食性商品與消費者購買行為影響之探討-以彰化縣市地區居民為例，大葉大學事業經營研究所碩士論文。 13.黃俊英(2001)，行銷學的世界，天下遠見出版股份有限公司。 14.蔡忠翰(2004)，大學生對速食麵產品偏好與市場定位之研究-以輔仁大學為例，輔仁大學碩士論文。 15.黃營杉，楊景傳譯(2004)，策略管理，(原著Charles W.L.Hill & Gareth R.Jones，(2004)。Strategic Management Theory (6e))，出版地點:台北市，出版商:華泰出版社。 16.魏上凌，黃麗霞，邱郁琇，廖本摺譯(2005)，行銷管理，(原著Lamb Hair McDaniel(2004)，Marketing Management)，台北，新加坡商湯姆生亞洲私人有限公司台灣分公司。 17.魏啟林(民89)，策略行銷，時報文化出版企業股份有限公司。 18.陳瑜清，林宜萱譯(2004)，通路管理的第一本書，(原著Linda Gorchels & Edward Marien & Chuck West(2004)，台灣，美商麥格羅·希爾國際股份有限公司台灣分公司。 19.陳世斌(2006)，成熟期產業經營策略研究 - 以台灣速食麵產業為例，東海大學食品科學研究所碩士論文。 20.謝安田(民87)，企業研究方法論，台北 21.謝佳穎(民84)，3C產品通路選擇策略及個案研究，台灣大學商學系研究所論文。 22.劉奕鐘(2004)，行銷通路管理初探，台肥季刊，4(1)，31-36。 二、英文部分 1.Ansoff KR. 1965. Corporate Strategy: An analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion. Mcgraw-Hill: New York. 2.Andrews, K. R. 1971. The concept of corporate strategy. Homewood, IL: Irwin. 3.Anderson, E. and Coughlan, A. (1987), " International Market Entry and Expansion via Independent or Integrated Channels of Distribution " , Journal of Marketing, 51, pp. 71~82. 4.Amit, R.& PaulJ.M.Schoemaker(1993) " Strategic Assets and Organizational Rent " Strategic Management Journal vol.14,pp.33-46. 5.Barney, J.B., " Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, " Journal of Management (17), 1991, pp: 99-120 6.Barnard, C.I. (1938), The Functions of the Executives, Cambridge, MA: Harvard University Press. 7.Barton Weitz, " The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels, " Journal of Marketing Research, 29, February, 1992, pp.18-34. 8.Bensbasat, I. et. al. (1987). The Cse Research Strategy in Studies of Information Systems. MIS Quarterly, September. 9.Bucklin, L. P. (1966), " A Theory of Distribution Channel Structure " , Institute of Business and Economic Research, University of California,Berkeley,USA, 10.Chandler, A. D. (1962), Strategy and Structure, Harvard University Press, Boston. 11.Charles W.H. Hill & Gareth R. Jones.(1998), " Strategic Management Theory:An Integrated Approach " , 4th ed., Houghton Mifflin 12.Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel ( 2004 ) , Marketing with Infotrac , South-Western University 13.Chatterjee,S.and B.Wernerfelt(1991) " The Link Between Resources and Type of Diversification: Theory and Evidence. " Strategic Management Journal vol.12,pp.33-48. 14.Collis,D.J.,and C.A Montgomery.(1997), Corporate Strategy:Resources and the Scope of the Firm, Chicago: IRWIN. 15.Grant, R.M.(1991) " The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implication for Strategy Formulation. " California Management Review vol.33,pp.114-135. 16.Hall.R.(1992) " The Strategic Analysis of Intangible Resoures. " Strategic Management Journal vol.13, pp.135-144. 17.Hofer , C.W.and Shendel(1978) " Strategic Management and Business Policy " McGraw-Hill Book Co.,pp.99-100 18.Jain, S. C. (1990), Marketing Planning and Strategy 3rd ed, Cincinnati, Ohio: South Western Publishing. 19.Koter , P.(1994).Marketing Management:Analysis, Planning, implementing ,control(8thed.).New York:Prentice-Hall. 20.Lilien, G. (1979), " Advisor 2: Modeling the Market Mix Decisions for Industrial Products " , Management Science, 25, pp.191~204. 21.McCammon(1970) , " Prespectives for Distribution Programming , " p43 22.Penrose, E. T. (1959), Theory of The Growth of the Firm , Oxford University 23.Prahalad c.k.and hamel(1990) " The Core Competence of the Corporation. " Harvard Business Review,Vol.68,pp.79-91 24.Remult, R. P. (1974), Strategy, Structure, and Economic Performance, Harvard University Press, Cambridge, MA. 25.Rosebloom, B. (2003), Marketing Channels – A Management View, 7-th ed, 26.Stern, Louis W. and Adell. El-Ansary. (1992), " Marketing Channel, " Englewood Cliffs,N.J.: Prentice-Hall, 4th ed.Stern, Louis W.,Adell. El-Ansary and Anne T. Coughlan(1996), Marketing Channels, 5th ed., New Jersey: Prentice Hall. 27.Selznick, P. (1957). Leadership in Administration: A Sociological Interpretation. New York: Harper & Row. 28.Wernerfelt, B. (1984), A Resource-Based View of The Firm, Strategic Management Journal, Vol.5, pp. 171-180.. 29.Yin, R. K. ( 1984 ) , " Case Study Research Design and Methods " , London : Sage.