

連鎖事業之品牌經營與管理：以美商吉的堡教育機構為例

黃金貞、劉原超

E-mail: 9808228@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This study is attempted to induce and share the development experience of chain brand through the example of brand establishment and brand change of Kid Castle Educational Institute which I have served during the past sixteen years, and to further discuss problems regarding brand management and brand handling of chain business. This study is divided into five parts: 1. To discuss the feature and type of chain business itself 2. To introduce and discuss various examples of self-establishing brand of the case study companies 3. To discuss the critical position of brand in the success of chain business 4. To describe and analyze the strategical value of chain business brand 5. Via the study on chain business, to provide academic field and chain business practical field the fundamental and structure for growth of the best practice of brand In addition to referring related literatures, in this study I myself, as a graduate student, fortunately become a witness and a propeller for the brand growing process. Based on my own experience of participation in the brand management and handling of Kid Castle Educational Institute in case study, I deduce that the chain business shall have long-term and critical developmental consideration for the permanent positioning of brand. That is my motive to study and discuss on this topic.

Keywords : chain business, brand establishment and brand change, brand management and brand handling

Table of Contents

目錄封面內頁簽名頁	授權書	中文摘
要	英文摘要	誌謝
錄	表目錄	圖目錄
緒論	1.1 研究背景及動機	1.2 研究目的
5	1.4 研究問題	5
5	第二章、文獻探討	2.1 連鎖經營型態之探討
5	2.1.1 連鎖經營的定義	6
6	2.1.2 連鎖經營的特性	9
6	2.1.3 連鎖經營型態之分類	10
6	2.1.4 連鎖經營型態之發展	18
18	2.2 連鎖經營事業之競爭優劣勢分析	24
24	2.2.1 發展連鎖的條件	24
24	2.2.2 連鎖經營的競爭優勢	27
27	2.2.3 連鎖經營的競爭劣勢	29
29	2.3 品牌之意義與分展	2.3.1 品牌的意義
29	2.3.2 品牌的定義	30
30	2.4 品牌之策略價值	31
31	2.4.1 策略性品牌的分析	35
35	2.4.2 品牌效益	38
38	2.4.3 品牌權益	45
45	2.4.4 強勢品牌優勢與競爭力的建立	49
49	2.5 塑造品牌文化對於連鎖經營事業之影響	49
49	2.5.1 塑造品牌文化的定義	50
50	2.5.2 品牌的中心主義	51
51	2.5.3 建立品牌產權目標	52
52	2.5.4 規劃品牌傳播的策略	53
53	2.5.5 完成品牌文化塑造的計劃	55
55	2.6 探討品牌在連鎖經營事業中關鍵成功因素	59
59	2.6.1 關鍵成功因素的定義與來源	59
59	2.6.2 關鍵成功因素之特性與功能	59
59	2.6.3 關鍵成功因素構面	60
60	第三章、研究設計	64
64	3.1 研究方法	64
64	3.2 本研究流程架構	64
64	3.3 本研究探討內涵及架構	65
65	3.4 資料蒐集方式	66
66	3.5 研究限制	66
66	第四章、個案公司的背景探討	67
67	4.1 公司沿革及連鎖經營發展成果	67
67	4.2 連鎖經營發展成果	72
72	第五章、個案公司之品牌實務分析	74
74	5.1 個案公司之品牌轉換	74
74	5.2 個案公司之品牌重整	75
75	5.3 個案公司之品牌經營策略	76
76	第六章、結論與建議	78
78	6.1 研究結論	78
78	6.2 本研究對實務界建議	78
78	6.3 後續研究建議	80
80	參考文獻	81
81	一、中文部分	81
81	二、英文部分	83

REFERENCES

一、中文部分: 1. 陳曉箏, 吉的堡美語的登陸加盟策略, 《投資中國》, 第98期, 69-72頁。 2. 黃星善, 吉的堡以美商姿態敲進大陸兒童教育市場, 《商業時代》, 第99期。 3. 王家英, 吉的堡 放眼大陸東南亞市場, 《經濟日報》, 2002年9月19日。 4. 邱建樺, 掌握市場變化 - 搶佔大陸商機的五大策略(上), 《創業搶鮮志》, 第9101期。 5. 尤子彥, 王國安:邁向國際化 須專注本業積累實力, 《中時電子報》, 2001年10月21日。 6. 段明峰, 中國連鎖企業如何打CI牌, 《山西高等學校社會科學學報》第14卷, 第6期, 2002年6月。 7. 鄭文

全，連鎖經營的競爭力:經濟學的分析，《財經問題研究》，第8期(總第225期)，2002年8月 8. 陳朝嘉，『連鎖體系總部與直營店和加盟店之間的知識移轉與經營型態選擇』，國立政治大學企業管理學系碩士論文，2001年7月。 9. 李承煒，『服務業如何導入標竿管理活動改善服務品質之研究』，國立政治大學企業管理研究所碩士論文，2001年6月。 10. 陳宏璋，『企業市場品牌經營之探討』，國立政治大學企業管理學系碩士論文，2001年7月。 11. 陳憲志，「影響連鎖體系經營策略選擇因素之實證研究」，國立台灣大學商學研究所碩士論文，1993年2月。 12. 陳慶得，「連鎖式經營關鍵成功因素之探討-以美語補習業為例」，私立淡江大學管理科學學系碩士論文，2000年。 13. 吳彥毅，「連鎖經營發展歷程之研究」，私立東吳大學企業管理研究所，1998年。 14. 陳浩武、常黃星、鄭菁菁，「優質教育的城堡-KID CASTLE」，上海交通大學，2002年採訪摘要 二、英文部分: 1. Erich Joachimsthaler, David A. Aaker, David Harding John A. Quelch, David Kenny, Regina Fazio Maruca, Vijay Vishwanath and Jonathan Mark, 『Harvard Business Review on Brand Management』, Feb, 2001. 2. Duane E. Knapp, 『The Brand Mindset』, Jun, 2001. 3. Abell, Mark, “ The Franchise Option: A Legal Guide ”, Waterloo 4. Anderson, Evan E., “ The Growth and Performance of Franchise Systems: Company versus Franchisee Ownership ”, Journal of Economics and Business, Vol. 36, Apr., 1984 5. Brickley, James A. & Dark, Frederick H., “ Choice of Organizational Form: The Case of Franchising ”, Journal of Economics. Vol. 18, No. 2, 1987, 6. Dow Jones-Irvin, “ The Source Book of Franchise Opportunities ” 7. Eroglu, Sevgin, “ The International Process of Franchise Systems: A Conceptual Model ”, International Marketing Review, Vol. 9, No. 5, 1992, 8. Hunt, Shelby D., “ Franchising: Promise, Problem, Prospects ”, Journal of Retailing, Vol. 53, No. 3, 1973 9. Justis and Judd, “ Master Franchising: A New Look ”, Journal of Small Business Management, Jul., 1986 10. Knight, Russell M., “ Franchising from The Franchiser and Franchisee Points of View ”, Journal of Small Business Management, Jul., 1986 11. Lucy Heckman, “ Franchising in Business: A Guide to Information Sources ”, Garland Pub.