

量販業行銷策略之研究：台灣家樂福與美國 Wal-Mart 之比較個案研究

陳延育、杜強國

E-mail: 9901129@mail.dyu.edu.tw

摘要

2002年中國零售業版圖對外開放，全球外資湧入中國大陸，台灣被視為是開拓中國市場的跳板。台灣量販業經過多年的發展，零售市場競爭激烈，逐漸飽和，許多業者紛紛拓展形成連鎖體系或與國外業者策略聯盟，進入中國市場。所以了解表現卓越的零售企業的行銷策略是非常重要的，藉由相關文獻探討，選擇目標市場(STP)和行銷組合(4P)，作為探討零售企業行銷策略分析因素。本研究以台灣家樂福和美國Wal-Mart為研究對象，運用次級資料彙整比較分析兩家個案公司，認為量販店行銷策略主要以選擇正確的市場定位，發展不同零售型態；提昇企業自有品牌的品牌權益重視顧客服務；建立良好物流管理系統和供應商良好的合作關係；採取非常低價商品策略及塑造低價品牌形象來增加其他商品的銷售量；以及口耳相傳的口碑行銷比價格促銷，更能建立顧客忠誠度。最後依據兩家個案公司行銷策略比較分析，提出相關命題，進而歸納為量販業提出行銷策略管理的建議。

關鍵詞：目標市場；行銷組合；行銷策略；量販業

目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	2	第三節 研究流程	3
3 第二章 文獻探討	4	第一節 量販業	4
4 第二節 行銷策略	11	第三節 量販業行銷策略相關研究	21
21 第三章 研究方法	25	第一節 個案研究法	25
25 第二節 研究架構	25	第三節 研究對象	26
26 第四節 資料蒐集	29	第五節 研究限制	30
30 第四章 個案分析	31	第一節 美國Wal-Mart的行銷策略分析	31
31 第二節 台灣家樂福行銷策略分析	47	第五章 個案比較分析與命題推導	63
63 第一節 個案比較分析	63	第二節 命題推導	71
71 第六章 結論與建議	77	第一節 研究結論	77
77 第二節 管理意涵	87	第三節 後續研究之建議	87
87 參考文獻	89		

參考文獻

- 一、中文部份 Michael, B. (2005), 沃爾瑪經營的七大定律(郝麗珍譯), 台北:梅霖文化事業有限公司, (原文於2004年出版)。 Nancy, J. R., & Judy, K. M. (2002), 零售商品管理及個案分析(洪瑞璘譯), 台北:商鼎文化出版, (原文於1997年出版)。 Robert, S. (2004), 沃爾瑪王朝 - 全球第一大企業成長傳奇(黃秀媛譯), 台北:天下遠見出版股份有限公司, (原文於2003年出版)。 Stoward, T. (2003), 山姆的零售帝國 - 沃爾瑪稱霸全球的行銷之道(劉昕譯), 台北:博思騰文化事業有限公司, (原文於2002年出版)。 刁小倩(2003), 品牌化妝品行銷策略建構研究, 國立台北大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 中國沃爾瑪官方網站(2009), 沃爾瑪自有品牌[線上資料], 來源: <http://www.wal-martchina.com> [2009, December 21]。 台灣家樂福網站(2009), 家樂福自有品牌[線上資料], 來源: <http://www.carrefour.com.tw> [2009, December 21]。 田志龍(1998), 行銷研究 - 基本方法、應用與個案, 台北:五南圖書出版公司。 江北鑾(2007), 兩岸零售業之發展探討, 國立東華大學管理學院高階經營管理研究所未出版之碩士論文。 呂長民(2002), 行銷研究 - 研究方法與實例應用, 台北:前程企業管理有限公司。 吳明君(2004), 量販業產業動態分析, 2003連鎖店年鑑, 台北:台灣連鎖暨加盟協會。 吳正雄(2008), 以資源基礎觀點建構民宿業行銷策略評選模式之研究, 私立銘傳大學企業管理研究所未出版之博士論文。 李盈錫(2002), 量販店經營形態與行銷組合, 私立中原大學企業管理研究所未出版之碩士論文 李文德(2002), 量販店之經營管理與競爭策略 - 以大潤發為例, 國立清華大學科技管理學院未出版之碩士論文。 李敬(2006), 沃爾瑪銷售傳奇, 台北:牧村圖書有限公司。 林育嫻(2006), 全球化下國家文化對事業模式修正之研究 - 以Wal-Mart為例, 私立銘傳大學國際事務研究所未出版之碩士論文。 胡政源(2002), 現代零售管理新論

,台北:新文京開發出版有限公司。高旻暉(2007),不同生活型態下的商店忠誠度的影響 - 以高雄市家樂福為例,私立義守大學企業管理研究所未出版之碩士論文。夏立信(2008),台灣量販店競爭力量表之建構,私立亞洲大學經營管理研究所未出版之碩士論文。孫立武(2006),零售巨人沃爾瑪的11堂經營課,台北:旭昇圖書有限公司。徐心怡(2000),消費者促銷知覺價值與促銷偏好程度之研究,私立元智大學企業管理研究所未出版之碩士論文。張嘉伶(2004, June 20),法國量販店可望登台,蘋果日報(台北),A6版。張聰本(2003),多國籍連鎖零售業者國際聯合採購之研究,國立台灣大學國際企業研究所未出版之碩士論文。張保隆,伍忠賢(2005),零售業管理,台北:全華科技圖書股份有限公司。常百豪(2007),台灣量販店之競爭分析 - 以好市多觀點,國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。許英傑,黃慧玲(2004),台灣行銷中國;兩岸流通業競合,台北:中國生產力中心。黃俊英(1994),企業研究方法,台北:東華書局。黃俊英(2003),行銷學的世界,台北:天下遠見文化書坊。黃姿云(2005),零售業商店國際品牌和自有品牌對購買傾向的影響 - 以家樂量販店為例,國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。黃成忠(2004),量販店經營及獲利模式之研究 - 以家樂福及大潤發為例,私立義守大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。溫哲欽(2004),國內量販店物流體系之探討,國立成功大學交通管理科學研究所未出版之碩士論文。葉斯偉(2001),家樂福的全球佈局 - 個歐洲企業的個案分析,私立淡江大學歐洲研究所未出版之碩士論文。曾光華(2006),行銷管理 - 理論解析與實務應用,台北:前程文化出版社。邱繼智(2006),流通管理,台北:華立圖書股份有限公司。楊惠婷(2005),量販通事業無形資產建構之質性研究,國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所未出版之碩士論文。趙凡禹(2004),百貨零售巨頭 - 沃爾瑪的經營成功奧秘,台北:海洋文化事業有限公司。郭國良(2002),零售商選擇物流中心影響因素之探索性研究 - 以便利商店和量販店為例,國立台灣科技大學企業管理研究所未出版之碩士論文。蔡育政(2008),促銷活動、服務品質對經營績效之關聯性研究 - 以台灣量販店業者為例,私立東吳大學商學院企業管理研究所系碩士班未出版之碩士論文。劉智宏(2004),台灣綜合商品零售業之經營現況與趨勢分析,國立高雄第一科技大學行銷與物流研究所未出版之碩士論文。劉蘊儀(2005),1997-2003年台灣報紙、廣告數量與表現內容之研究,私立中原大學商業設計研究所未出版之碩士論文。陳函妤(2008),跨國公司在中國零售業的發展 - 沃爾瑪在中國的佈局研究,國立中山大學社會科學研究所未出版之碩士論文。陳淑麗(2003),商品價值認知與惠顧傾向影響之探討,國立中央大學企業管理研究所未出版之碩士論文。陳廣(2006),家樂福零售攻略,台北:大利文化股份有限公司。陳偉(2006),沃爾瑪零售奇蹟,台北:海洋文化事業有限公司。陳建智(2008),量販店區位選擇之研究 - 以大桃園為例,私立開南大學企業與創業管理研究所未出版之碩士論文。潘進丁,王家英(2006),當巷口柑仔店變Wal-Mart,台北:天下遠見出版股份有限公司。銳智(2006),沃爾瑪零售攻略,台北:大利文化股份有限公司。蕭瑞宏(2004),不同進入模式下之行銷策略與經營績效研究 - 以台灣汽車產業進入大陸市場為例,國立成功大學高階管理碩士班未出版之碩士論文。簡立婷(2000),量販店採購決策之研究,國立台北大學企業管理研究所未出版之碩士論文。謝金河(2009),贏家與輸家/美國五百大企業的財報真章[線上資料],來源: <http://www.cdnews.com.tw> [2009, December 20]。謝安田(2006),企業研究方法論,台北:著者發行。顏子璋(2008),回顧與展望,流通快訊雜誌, 507, 12-14。顏子璋(2009),國內量販店店數統計,流通快訊雜誌, 614, 26。鄭華清(2007),行銷管理(2版),台北:全華圖書股份有限公司。鄭愛齡(2008),量販店自有品牌商品策略之研究,國立台北大學企業管理研究所未出版之碩士論文。羅月婷(2005),全球最大連鎖零售商 - 沃爾瑪傳奇,台北:維德事業有限公司。嚴碧霞(2007),生活型態與居家紡織品開發研究 - 以家樂福寢室品為例,私立銘傳大學設計管理研究所未出版之碩士論文。黃俊英(2000),行銷研究概,台北:華泰文化事業有限公司。二、英文文獻 Abraham, M. M., & Lodish, L. M. (1980). Getting the most out of advertising M. E. porter, " competitive strategy " : Techiques for analyzing industries and competitors. *Journal of Advertising esearch*, 21(1), 34-46. Boyd, H., Jr., Westfall, R., & Stasch, S. (1991). *Marketing research: Text and cases* (7th ed.). Homewood, Illinois: Richard Irwin. Campbell, H. C. (2000). What have we learned about generic competitvie strategy: A meta analysis. *Strategic Management Journal*, 21(2), 127-154. Drake, J., & Millar, F. (1969). *Marketing Resrarch: Intelligence and Management*. Scranton, Pennsylvania: International, Textbook Co. Green, P., Tull, D., & Albaum, G. (1988). *Research for Marketing Decisions* (5th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentic-Hall. Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (1995). *Strategic management theory: An intergrated approach*. Boston: Houghton Mifflin. Huff, L. C., & Alden, D. L. (1998). An investigation of consumer response to sales promotions in developing markets: A three-country analysis. *Journal of Advertising Research*, 38, 47-56. Harvir, S. B., & Peter, A.V. (2000). Word-of-mouth processes within a services purchase decision context. *Journal of Service Research*, 3(2), 166-177. Kotler, P. (1999). *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control* (10th ed.). New Jersey: Prentice- Hall. Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (10th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall. Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Mela, C. F., Gupta, S., & Lehmann, D. R. (1997). The long-term impact of promotion and advertising on consumer brand choice. *Journal of Marketing Resrarch*, 34(2), 248-257. Mela, C. F., Gupta, S., & Lehmann, D. R. (1997). The long-term impact of promotion and advertising on consumer brand choice. *Journal of Marketing Research*, 34(2), 248-257. Michael, J. E., Bruce, J. W., & William, J. S. (2001). *Marketing* (12th ed.). New York: McGraw-Hill. Poter, B. (1995). *Dictionary of Marketing Term* (2nd ed.). Lincolnwood, Illinois: NTC Publishing Group. Roger, D. B., Paul, W. M., & James, F. E. (2007). *Consummer Behavior* (10th ed.). Orlando: South-Westerna Thomson Learning Company. Stern, L. W., & El-Ansary, A. I. (1992). *Marketing Channels* (4th ed.). Englewood Ciiffs, New Jersey: Prentice-Hall. Vernon, T. C., & Howard, L. B. (1979). *Business Research Methods* (2nd ed.). Columbus, Ohio: Grid Publishing. Inc. Wendell, R. S. (1956). Product differentiation and marketing segmentation as a alternation marketing strategy. *Journal of Marketing*, 21, 3-8. William, D. P., Jr., & McCarthy, E. J. (2005). *Basic Marketing: A Global-Managerial Approach* (15th ed.). New York: McGraw-Hill. William, O. B., Thomas, N. I., Raymond, W. L. (2002). *Marketing: Principles and Perspectives* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill. Woodside, A. G., & Wilson, E. J. (2003). Case study research methods for theory building. *The Journal of Business and Industrial Marketing*, 18(6/7), 497. Yin, R. K. (1994). *Case Study Research; Design and Methods* (2nd ed.). London, California: Sage.