

# 亞東技術學院結案報告(1052)(教材編纂及教具製作)

作者姓名：張燕勤

服務單位：行銷與流通管理系

課程名稱：商品企劃

## 摘要

本課程以創新創意教案設計，首先請學生做理論閱讀與說明。包括：商品企劃策略導論、五 W 二 H 理論、商品計畫意義與結構、商品政策與觀念、商品系列化架構展開與應用、流行性商品計畫---流行性商品特徵、流行性商品計畫實施要點、庫存與實例運用、恆常性商品特徵、實施要點、恆常性商品庫存與實例運用、商品計畫與利益管理、利益管理實務與實例、商品類別之商品戰略系統運用。其次是請業界講師說明，商品企劃實務。

學生閱讀後，教師適時說明，確保學生了解理論，並於閱讀過程穿插作業，以讓學生確實了解學理之方向與目的。作業包括：一、使用五 W 二 H 理論做個人造型之商品企劃創新創意教案製作與發表。二、節慶商品企劃創新創意教案製作與發表。三、世大運商品企劃創新創意教案製作與發表。四、業界講師演講，商品企劃實務心得。五、商務會議旅行商品企劃與發表。

關鍵詞：商品企劃、流行性商品、恆常性商品、五 W 二 H、世大運、商務會議旅行

## 前言

在亞東技術學院行銷與流通管理學系的課程中，如何搜尋商品，再行銷給消費者，是一項重要課題。商品企劃課程在本系為選修課程，過去主要以創新創業為目的，先以理論授課，再教導學生挑選某一商品為企劃方針，撰寫創業企劃案，重著重於商品結構，多年來也有不錯成果。本學期以創新創意教案設計來實施教學，首先教導學生閱讀理論，並於閱讀期間穿插說明。之後請業界講師說明商品企劃實務，以了解實務業界的實際做法，最後是選取生活當中可用素材及時事做成各項報告。

理論架構參考商品企劃與開發(神田範明 2002)原著、維基百科等文獻。包括：商品企劃策略導論、五 W 二 H 理論、商品計畫意義與結構、商品政策與觀念、商品系列化架構展開與應用、流行性商品計畫---流行性商品特徵、流行性商品計畫實施要點、庫存與實例運用、恆常性商品特徵、實施要點、恆常性商品庫存

與實例運用、商品計畫與利益管理、利益管理實務與實例、商品類別之商品戰略系統運用。

105 學年第一學期以商品企劃各項理論綱要，與本校電子學系教師協同指導學生，以創新創意模式進入，商品創新開發由電子系師生完成，行銷企劃案由本文作者完成，於中華民國一〇六年六月取得新型專利。並參與馬來西亞創新創業競賽，取得銀牌獎。

## 第一章 五 W 二 H 個人造型商品企劃

5W2H 法是二世界大戰美國陸軍兵器修理部首創，簡單、方便，易於理解、使用，廣泛用於企業管理和技術活動，對於決策和執行性的活動措施也非常有幫助，也有助於彌補考慮問題的疏漏。發明者用五個以 W 開頭的英語單字和兩個以 H 開頭的英語單字進行提問，發現並解決問題，尋找發明思路，進行設計構思，從而搞出新的發明項目，這就叫做 5W2H 法。(維基百科)

提出疑問於發現問題和解決問題是極其重要的。創造力高的人，都具有善於提問題的能力，眾所周知，提出一個好的問題，就意味著問題解決了一半。提問題的技巧高，可以發揮人的想象力。相反，有些問題提出來，反而挫傷我們的想象力。發明者在設計新產品時，常常提出：為什麼 (Why)；做什麼 (What)；何人做 (Who)；何時 (When)；何地 (Where)；如何 (How)；多少 (How much)。這就構成了 5W2H 法的總框架。如果提問題中常有“假如…”、“如果…”、“是否…”這樣的虛構，就是一種設問，設問需要更高的想象力。(維基百科)

本章為學期課程剛開始，學生對於自己閱讀理論還沒有完整進入狀況。因此，本企劃案實屬前置作業。首先以個人造型為主題，以五 W 二 H 理論為基礎，做個人造型商品企劃。商品與造型結合完成後，必須是可以出外上學、訪友、逛街、運動、出遊或旅行等目的，不宜以居家或臥房為目的之造型。全數完成後，以威力導演軟體，配合音樂串聯成一檔案 (檔案見附屬檔)。

### 壹、緒論

#### 貳、五 W

- 一、WHY：為什麼？為什麼要這麼做？理由何在？原因是什麼？
- 二、WHAT：是什麼？目的是什麼？做什麼工作？
- 三、WHO：誰？使用者是誰？由誰來承擔？誰來完成？誰負責？
- 四、WHEN：何時？什麼時間完成？什麼時機最適宜？
- 五、WHERE：何處？在哪裡做？從哪裡入手？

#### 參、二 H

- 一、HOW：怎麼做？如何提高效率？如何實施？方法怎樣？
- 二、HOW MUCH：多少？做到什麼程度？數量如何？質量水平如何？費用產出如何？

肆、價格帶、色彩、活動項目說明  
伍、參考文獻

### 學生作業之一



**Who:**彭康芸今年 21 歲 處女座  
目前就讀亞東技術學院  
今年從材料與纖維系轉到行銷與流通管理系 2B

**What:** cosplay 活動 扮演成自己喜愛的動漫腳色和同好交流

**When:**2016/2/14 在台大舉辦的 CWT 活動

**Why:** CWT 是同人誌販售會的簡稱，場地外面的空間也會變成讓 cosplayer(簡稱 coser)扮演的場地

因為很喜歡一拳超人裡面名為傑諾斯的半機器人腳色，所以決定在這天扮演他。

**Where:** 台大體育館

**How:**用自己可能的方法扮成角色的樣子，呈現角色的外表與氣質，讓自己好像真的成為這個角色一樣，褲子夜市購入，手提箱、鞋子和朋友借，假髮淘寶購入，盔甲自行製作，化妝也是靠自己。

**How much:**褲子 NT:300 衣服成本 NT:100 箱子 NT:3000 鞋子 NT:690 假髮 NT:300 妝面:DIY

**盔甲:**成本 NT1000

**教師評語:**

有意思的裝扮

分數: 90

[請參閱檔案 5W2H](#)

## 第二章節慶商品企劃

節慶活動在現代人的生活和文化中扮演著重要角色，人們隨著收入和休閒時間增加，各種大眾節慶、活動和娛樂也因應而生。政府為了建構全民共同意識以及促進經濟發展，也開始大力支持和行銷各種活動。企業界舉辦活動，則是從商品企劃和形象提升切入。興趣、嗜好、訴求各異的社會團體和個人也基於自己對某種議題的關懷或熱情而消費或參與各項節慶活動，藉此讓活動的規模、主題和內容擴展到不同領域中。

節慶也是行銷業者的最愛，因為節慶能夠刺激消費，這種趨勢在全世界皆一樣，歐美的聖誕與新年假期，華人社會的農曆年，甚至中國大陸近幾年推動的五一與十一長假期，都能有效的開創市場。其中最明顯的是情人節，二月十四日是傳統的「西洋情人節」(Valentine's Day)，這個節日原始的涵意是在紀念 Valentine 主教，後來逐漸形成歐美年輕人之間傳達愛意的日子，由於這項主題非常浪漫，也容易造成回響，因此就被企業來擴大炒作，成為情侶間必需要送禮物來表達心意的日子。

然而中國的情人節，早期的七夕只是民間流傳牛郎與織女只能在這天藉喜鵲搭橋每年見一次面的神話傳說而已，最多也只是年輕女子在這天祈求天上的織女星賜子女紅方面的天賦與技巧，俗稱「乞巧節」。可是因為這種傳說同樣非常的淒美浪漫值得紀念，於是經過刻意的規劃炒作，同樣成功的被營造成為另一個商業上的重點檔期。當然情人節的商業炒作容易成功的原因，是因為除了百貨業以外，還有飯店旅館業與餐廳業的共同推波助瀾，更容易在社會上形成聲勢。

除情人節外，台灣還有母親節與週年慶都成功的被擴大炒作，父親節檔期的聲勢規模雖然不如母親節，但也開始升溫。歐洲精品節主推歐洲品牌精緻商品，或者是台灣風土物產展、加拿大商品週、美國商品嘉年華、德國工藝展、韓國週、英國週等等，各式各樣的商品促銷企劃。這也是運用行銷商品企劃的方式，著手創造差異化經營的重要策略。其實台灣企業除了結合傳統節慶與炒作一些紀念日以外，以商業手法炒作節慶檔期的內容，還是回歸到與商品結構的企劃較合適，也較具有開發創造的空間。

臺灣除了本國節慶之外，還承續西方及宗教方面的許多節慶，因此商人為取得商業機會也會特地企劃一些周邊商品來吸引消費者。定期企劃具有特色的商品節慶，例如糕餅甜點節、茶文化季、陶瓷工藝品年展、紡織品品牌嘉年華、玩具節…等，如此一來必可為台灣整體消費天空平添許多熱鬧有趣的氛圍，並且也可以提升購物消費的節慶感。

節慶檔期及商品企劃關係著企業行銷活動的活潑程度，並一定程度的扮演著刺激消費者購買慾望的角色。因此如果企業在賣場裏的品牌與商品力達到一定水



### 第三章 臺北世大運商品企劃

2011年11月29日晚間7時(臺北時間30日凌晨2時)，國際大學運動總會(FISU)宣布，臺北市獲得2017年夏季世界大學運動會主辦權。臺北代表團團長、前臺北市長郝龍斌表示：「有志者事竟成」，這是臺灣第五度申辦，將讓臺北世大運成為歷屆最好的世大運之一。由於巴西是非常強勁的對手，是世界第七大經濟體，且將舉辦奧運及世足賽，在這樣情況下，能夠擊敗巴西首都巴西利亞脫穎而出。

2017年台灣台北剛好承辦第二十九屆夏季世界大學運動會(the XXIX Summer Universiade)，簡稱2017臺北世大運(Universiade Taipei 2017)，將於2017年8月19日至8月30日在中華民國臺北市舉行[1]，是臺灣首次舉辦世界大學運動會，也是臺灣歷年來獲得主辦層級最高的國際體育賽事。競賽場館除了臺北市之外，部分場館設於新北市、桃園市、新竹縣、新竹市等鄰近縣市；開、閉幕儀式則預計均於臺北田徑場舉行。

本章以臺北世大運商品為主題，每一小組以世大運運作為前題，選擇商品或運作執行為小組之主題。報告內容，除封面之外應該包括：目錄、緒論、商品構成、價格帶(東西的價格介於多少到多少之間)、商品定位圖、6. 區域(大區域例如：台灣南部或台灣北部)、促銷模式、市場區隔STP(種族、年齡、性別...)、SWOT分析、商品生命週期、BCG矩陣、等競爭分析，預估損益表及資產負債表、結論及參考文獻等。各組主題包括：世大運開閉幕企劃、世大運票卷行銷企劃、世大運宣傳企劃、世大運維安企劃、世大運選手飲食企劃、世大運選手衣服行銷企劃、世大運選手鞋行銷企劃、世大運選手飲食企劃、世大運選手村，大綱如下。

[\(各組作業檔案見附屬檔世大運\)](#)

#### 一、緒論

#### 三、選手村地理位置

#### 三、選手村區域

#### 四、商品構成

##### 1.臥室

##### 2.寢具設備(見附屬檔)

##### 3.家電用品

##### 4.辦公設備

##### 5.衛浴設備

##### 6.廚房設備

##### 7.餐廳設備

##### 8.清潔用品

9.生活用品

10.遊戲室設備

11.體適能中心

12.醫療中心

13.宗教中心

五、預估損益表、資產負債表

六、參考文獻



#### 第四章業師演講商品企劃實務

本章配合協同教學，邀請藍海國際餐飲股份有限公司執行副總曲雅琪小姐，到校對本課程之修課學生講授其公司旗下各品牌之商品企劃。曲執行副總首先介紹該公司各品牌成立與營運項目之重點；其次也分享該公司不同特色之餐飲品牌，在商品企劃之重要特色。

藍海國際餐飲股份有限公司創立於2005年，以國際化與品牌化經營為目標，發展出中式、日式、義式、素食和新世代烘焙的餐飲新趨勢。許湘銘董事長期許未來能持續提供價格合理、品質卓越、兼顧口味與健康的產品給全球的消費者，打造華人連鎖流通服務業的指標品牌，發展成全球性的餐飲王國。2009年6月成立「幾分甜」烘焙品牌，打造出臺灣伴手禮的新形象。

2010年擴廠房，以潔淨、自動化的生產設備，打造出完善運作的生產空間；同年中央工廠並通過國際 ISO22000 與 HACCP 認證，確保產品生產流程的衛生控管，提供給消費者更多保障。2011年中央工廠榮獲經濟部「觀光工廠」認證，以烘焙產業結合文化創意，發展出品牌的豐富性與多元性，寓教於樂的觀光價值，在市場上獲得極佳的口碑。

2013年前進宜蘭，發展蘭陽地區觀光事業體系，成立「窯烤山寨村」，以蘭陽平原在地故事結合現代美食，打造出宜蘭文創新地標，成為一股山寨旋風。2014年打造以魔法風格為主的觀光主題餐廳，引起哈利波特魔法風潮；同年，推出以宜蘭在地素材櫻桃鴨為主的合菜餐廳，添增宜蘭觀光產業新景點。2015年以全新風格蔬食餐廳，結合宜蘭在地小農，設計無菜單料理，再創文創觀光新風潮，大綱如下。[\(作業檔案見附屬檔心得\)](#)



## 學生作業案例：

### 商品企劃

藍海國際餐飲股份有限公司一曲雅琪

行 2B 104112229 曾于倫

這次協同教學曲副總是一個很健談得講師，用互動與聊天的方式讓我們分分鐘都很認真的聽講，也用了很多在企業上活生生的例子讓我們了解，企業需要的人才及一家公司經營的生命週期曲線在甚麼時段會有甚麼樣的準備，我也清楚地知道了，維持一家店跟連鎖店的做法不能比較，兩者之間又很多的不同經營模式，一家店只需要創新的想法及特色又可以維持一年左右，而在這期間他也需要再想新穎的想法讓顧客的回客率高；而連



鎖店講究的是三個原則：簡單、標準、專業，這幾個因素就可以確保它的品質一定，無論在哪裡都是一樣的。

整堂課下來，其中我覺得很有深度得一句話是「創新(意)可以從模仿開始，抄襲是可以被超越的」學行銷的我們如果沒有創新(意)的想法或是點子，感覺界是無法在行銷的圈子存活的，隨時都有可能被取而代之，而這時「敏銳的觀察力」可能是沒有想法創新(意)的人需要的，有觀察力抄襲別人的點子再從新的利用他，變出一個具有說服且新穎的點子。這讓捉到，如果我未來真的要進入行銷的圈子，我需要注意的是我有沒有一個創新(意)的想法，或是敏捷的觀察力，如果我都沒有，至少可以朝其他業務的地方發展。

很開心認識有曲副總的分享，讓我學到很多東西以及了解企業上所需，這樣對未來似乎有這麼清晰一些，知道有哪些人成就了一間公司的成功，而我就是要當一顆可以讓一間公司成功的螺絲釘。

分數：95

教師評語：了解目前大企業的經營，是學習的好方法。

## 第五章商務會議旅行商品企劃

一個重要的商務會議是否成功，關鍵在於企劃者的企劃思路與方法是否正確，各方面細節考慮得是否周詳，會議行程安排是否合理，譬如會議主題的構思、會議費用預算、會議場地的布置、會議設備的安裝、參會者的住宿和餐飲安排、會議業餘時間的安排等等。面對會議企劃時遇到的諸多問題，作為會議策劃者的您是否已經找到合適的策劃思路和方法呢？到底怎麼做才使這次會議達到上級的要求，實現會議的主題思想，閃出商務會議的亮點？會議策劃即是對舉辦此次會議的一切工作的準備。好的會議策劃方案，應該從做好會議預算計劃開始。

商務會議旅行又稱商務旅行 (business travel)、出差，是旅遊業中細分出來的一個概念。主要涉及到交通，遷移，住宿，體育賽事，文化或者飲食活動和飯店行業的宴會活動等。工作期間的程序是很明確的和會議室、商務中心的安排聯繫在一起的，比如一些必備設施：紙張，投影儀，螢幕，網際網路接口，視頻

會議 ppmeet 等。食宿消費通常是由企業或者別的單位公費支付，那麼，個人旅遊則可以在購物和消遣上花費更多的錢。

商務會議旅行如何準備，才能讓商務旅行進行得順利又能達成任務呢？「清楚確定此行目的與會議議程、天數，這決定要帶什麼資料、穿什麼服裝，用什麼行李箱。這些看似小事，但卻影響旅途的順暢與心情」。行程的安排最好是一下機就立刻工作，一來可以充分利用時間，另外也可以讓自己習慣當地作息，避免時差問題。可能的話，第一天晚上盡量不要安排太正式的聚會，最好能充分休息，養足後續的體力。出發前一定要確認好所有的事項與資料，並備妥所有攜帶的服裝、電子用品等，列張清單一一收拾。

服飾部份要掌握可互相搭配的套裝、襯衫與色系，讓自己穿的得體，又不會造成出差時的困擾。出差用的電子資訊產品包括了 PDA、筆記型電腦及行動電話或是數位相機等，這些都幫助你在國外便於取得資料、收藏資料或與各方聯絡等。簡單保養神采奕奕 長途飛行中最怕缺水，除了多喝水最好加上敷臉。男性上班族也不可忽略保養，新世代上班族除了講求工作實力，面子也是很重要的，選用一些男性專用而簡易的保養品，讓你在商務旅途中一樣神采奕奕。一次出差雙重收穫。

本章主要目的是讓學生組成團隊企劃，商務會議旅行期間的會議、食宿消費、及個人旅遊、順道參加親友婚禮、參觀博物館、聽歌劇等活動項目依不同項目所要備齊之商品結構來做企劃案，大綱如下。[\(各組作業檔案見附屬檔 1、2\)](#)

- 一、人物介紹
- 二、基本配備
- 三、桃園—巴黎、行李
- 四、行程介紹
- 五、法國交通工具
- 六、飯店介紹
- 七、商務會議
- 八、參加婚禮
- 九、參觀相關商展
- 十、渡假
- 十一、巴黎—桃園國際機場
- 十二、財務報表
- 十三、參考文獻

