

科技部補助專題研究計畫成果報告 期末報告

行銷華語詞彙與課程建置：以台灣品牌企業為主體之研究

計畫類別：個別型計畫
計畫編號：MOST 107-2410-H-003-047-
執行期間：107年08月01日至108年07月31日
執行單位：國立臺灣師範大學華語文教學系

計畫主持人：陳麗宇
共同主持人：李欣欣、曾元顯
計畫參與人員：碩士班研究生-兼任助理：陳毓婷
碩士班研究生-兼任助理：彭羚榛
碩士班研究生-兼任助理：鐘晨晏
碩士班研究生-兼任助理：孔繁好
大專生-兼任助理：鄭雅玲
大專生-兼任助理：曾偉紘

中華民國 108 年 11 月 06 日

中文摘要：本計畫以「行銷華語」為主軸，不同於大陸包容各種商務主題的「大商務」編寫教材。計畫建立「行銷華語」課程，在此課程中編入台灣的著名企業，融入本土的經濟現況，目的在吸引外籍人士來台學習及就業。已完成的研究成果有以下五項：

1. 檢核2000~2019年大陸出版的69本商務漢語教科書中和行銷相關的課文內容，以出現率最高的313個詞語，做為「行銷華語教材常用詞語」列表參考。
2. 由「行銷華語教材常用詞語」前100個詞語中選出38個種子詞語，使用「臺師大經濟日報語料庫」，38個種子詞語為主軸，篩選相關報刊文章，建置「行銷華語報章語料庫」，語料庫文本加以斷詞，從而統計詞語，選出最高頻313詞，做為「行銷華語報章常用詞語」列表參考。
3. 從「行銷華語報章語料庫」搜尋出現頻率較高的企業，做為課程內容的參考，包含「本土企業」和「國際企業」。
4. 徵詢商學院擅長分析本土企業的行銷學教授一名，在學期中進行完整的授課錄音，將課程內容整理為「行銷華語課程語料庫」，配合「行銷華語報章語料庫」選出台灣著名企業的群相。並諮詢三位大學商學院教授行銷學課程的教授，進行行銷實務教學參考內容和相關研究。
5. 從以上四項的研究成果，規劃「行銷華語」一學期十八周的課程架構完整的課程架構與研究論述。

中文關鍵詞：行銷華語、商務華語、常用詞語、詞彙計量分析、課程設計

英文摘要：The main theme of this project is “marketing Chinese”, different from what can be called “big business Chinese” on Mainland China which involves all sorts of topics in compiling textbooks. We planned to establish a course in “marketing Chinese”. This course includes the names of well-known enterprises in Taiwan and descriptions of current local economic situations so as to attract international professionals to come to Taiwan to study and work. We have completed five types of study as follows.

1. We combed through the lessons of the 69 Business Chinese textbooks published in Mainland China in 2000~2019 that have to do with marketing to assemble a "List of Highest Occurring 313 Words in Marketing Chinese Textbook" for reference.
2. A list of 38 words selected from the highest occurring 100 words from the Economic Daily News as Archived at the National Taiwan Normal University Library was used as seed words to select articles from the archive. The articles made up the Marketing Chinese Newspaper Articles Database. The texts of the articles were word-segmented by software, and the words were tabulated to show their frequency of occurrence. The 313 highest occurring words made up the Marketing Chinese News Articles High-Frequency Words.
3. We searched the Marketing Chinese News Articles Database

to assemble a list of "Taiwan enterprises" and "international enterprises" with higher instances of occurrence to be used as parts of the contents of the course.

4. We invited a Business College marketing professor who is well-versed in the analysis of marketing in local enterprises to give a complete course for a semester. The lectures were recorded, and the contents formed the "Marketing Chinese Course Database". The database was used along with the Marketing Chinese News Articles Database to make a group of well-known enterprises. We also consulted three Business College professors who taught marketing courses so as to gain the knowledge of practical matters and related research in this field.

5. The results of the four studies given above show how we built a complete "Marketing Chinese" course for a semester of 18 weeks with substantive deliberations.

英文關鍵詞：Marketing Chinese, Business Chinese, Frequently used words, Quantitative study of vocabulary, Course design

科技部補助專題研究計畫成果報告

(期中進度報告/期末報告)

行銷華語詞彙與課程建置： 以台灣品牌企業為主體之研究

計畫類別：個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：MOST107-2410-H-003 -047-

執行期間：107 年 8 月 1 日至 108 年 7 月 31 日

執行機構及系所：國立台灣師範大學華語文教學系

計畫主持人：陳麗宇教授

共同主持人：曾元顯教授、李欣欣副教授

計畫參與人員：陳毓婷、彭羚榛、鐘晨晏、鄭雅玲、孔繁好、
曾偉紘

本計畫除繳交成果報告外，另含下列出國報告，共____份：

執行國際合作與移地研究心得報告

出席國際學術會議心得報告

出國參訪及考察心得報告

中 華 民 國 一 〇 八 年 十 月 三 十 一 日

目錄

一、前言.....	1
二、研究目的.....	1
三、文獻探討.....	3
1.行銷學.....	3
1-1 行銷的定義.....	3
1-2 行銷的內涵.....	4
2.行銷英語相關研究.....	5
2-1商務語言與行銷語言之關聯.....	5
2-2行銷英語特徵.....	5
2-3行銷英語教材現況及分析.....	6
3.兩岸行銷華語之相關論文.....	6
四、研究方法及流程.....	7
1.補充口語專業語料庫.....	7
2.建立專業/學術口語語料庫.....	7
3.專業/學術口語語料的功能.....	7
4.研究樣本.....	9
五、結果與討論.....	12
1.行銷華語教材語料庫常用詞語.....	12
2.行銷華語報章語料庫常用詞語.....	21
3.行銷華語報章語料庫企業範例.....	32
4.行銷華語課程語料庫企業範例.....	36
5.行銷華語十一項行銷策略.....	41
6.行銷華語課程參考架構.....	45
六、參考文獻.....	47
七、附件.....	53
1.行銷學課程逐字稿範例.....	53
2.行銷華語十一項行銷策略之國際企業範例.....	57

一、前言

本計畫的研究主軸，在於追求台灣專業華語教學領域的創新性與實務推動的及時性。研究團隊這幾年在商務華語上的深耕研究，發現雖然大陸出版的商務華語教科書總量遠高於台灣，但以包容各種商務主題的「大商務」方向為主，對於商務領域項目下的分類教材如「行銷華語」、「貿易華語」、「金融華語」等，出版量極為少數，相關的研究也尚在起步階段，本計畫以「行銷華語」為研究主軸，是兩岸第一個嶄新的研究計畫。其次，大陸雖然還沒有出版「行銷華語」專書，但已出版大量的商務教材，如果我們深入分析其中和「行銷華語」有關的課程單元，不難發現書中所介紹的都是大陸的著名企業，與課程相應介紹的政經情勢也都是繁榮昌盛，讓外籍學習者心嚮往之。如何在本地的商務華語教程和教材中編入台灣的著名企業，以及在背景知識中融入台灣本土的經濟概況，以提升台灣的國際形象並吸引外籍人士來台學習及就業，研究團隊因此提出本計畫以掌握期程發展相關研究。

二、研究目的

本研究具有創新性、嚴謹性、實用性三個特質。首先，在創新性方面，目前兩岸在商務華語的研究上雖然已經有不少專書、期刊論文、學習教材等文獻與資料產出，但都以「大商務」方向為主軸，換言之，對於商務領域下的分類項目如「行銷華語」、「貿易華語」、「金融華語」等，在教材教法和課程規劃上都尚未開展，相關論文也寥寥可數，本研究可以在兩岸的商務華語領域上取得先機，開創新的研究視野與格局。

其次，在嚴謹性方面，研究團隊將首次在兩岸首次以嚴謹的計算語言學理論下進行「行銷華語常用詞語」篩選，這個研究的前導工作將建置兩個專業語料庫，第一個語料是「行銷華語教科書詞語表」，研究者目前所收集的商務華語教科書共有 138 本，在一位授課於大學商學院的行銷學專家帶領下，研究團隊耗費三個月以上時間仔細閱讀後，找出共有 69 本商務華語教科書中編寫了行銷有關的單元，我們使用這 69 本商務華語教科書中和行銷有關係的課文建立了一個「行銷華語教科書語料庫」。這些教科書涵概兩岸四地和美國，其中大陸出版的共有 61 本，新加坡出版的有 4 本，美國出版的有 2 本，台灣和香港出版的都僅有 1 本，共有 69 本教科書商務漢語教科書所建立的「行銷華語教科書語料庫」。這個教科書樣本語料以中、高級商務漢語教材為主，我們在前期研究中發現，初級商務漢語的教科書由於程度所限，較少有行銷方面的教學內容。

語料庫建置完成後，研究團隊使用中央研究院斷詞系統 CKIP 進行完整的斷詞處理，語料庫的總字數為 58,628 個，總詞語數為 23,190 個。研究者由這個語料庫中選出行銷華語出現率 50 以上的常用詞語前 313 詞。「行銷華語教科書語料」是一個以大陸出版的教科書為主體製作的語料，選出的詞語所呈現的是大陸的商務詞語特質。

第二個語料庫是「行銷華語報章語料庫」，所使用的是「臺師大經濟日報語

料庫」。這幾年來國立臺灣師範大學持續進行語料庫採購，已分次購入兩批臺灣的經濟日報語料庫，包含經濟日報 2002 年 1 月 1 日至 2009 年 12 月 31 日，以及 2010 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日，一共 4,384 天的報導，總共 728,121 篇商業新聞。這兩批連續日期的語料，均由臺灣師範大學圖書資訊學研究所曾元顯教授團隊，使用中央研究院斷詞系統 CKIP 進行完整的斷詞處理。本研究以「行銷華語教科書語料庫」出現綠最高的前詞中選出 38 個種子詞，篩選出相關的報刊文章，建置「行銷華語報章語料庫」，而後以計算語言學對詞語的處理方式，選出行銷華語常用詞語前 313 詞。經濟日報 2002/01/01~2013/12/31 日，共有 4,383 天的報導，有 6,687,870 個句子，196,206,516 個詞語，337,885,837 字。研究團隊以 38 個種子詞彙，在「臺師大經濟日報語料庫」比對到 2,778,172 個句子，其中總共有 667,728 個相異的詞彙，斷詞工具也使用中央研究院資訊科學研究所的斷詞程式 CKIP parser。研究者由這個語料庫中選出行銷華語出現率 24,584 以上的常用詞語前 313 詞，和「行銷華語教科書語料庫」選出的 313 詞進行比對。

「行銷華語報章語料庫」是一個以台灣報章為主體製作的語料庫，選出的詞語能呈現台灣的商務詞語特質，也是行銷華語課程詞彙編製的重要參考依據。

以上兩個語料庫融合了兩岸在行銷華語領域重要的參考素材，未來由台灣和大陸選出的前 313 詞合併後所選出的行銷華語常用詞語，將可做為課程教學和教材編寫的重要依據，這項詞彙計量分析工作除了具備嚴謹性，也是兩岸在「行銷華語」上的創新性研究。

在實用性方面，本研究以台灣著名企業為主軸，規劃完整一學期十八周的課程架構，這些著名企業以客觀方式選取，研究團隊參考計畫所建置的「行銷華語報章語料庫」，搜尋出現頻率較高的台灣著名企業，做為課程規劃的依據之一，未來每一課建議包含兩個主課文，第一單元是「企業介紹」，第二單元是「行銷策略」，此種課程架構可以在行銷華語教材中介紹台灣的著名企業，以及在背景知識中融入台灣本土的經濟概況，除了有助於教師的教學實務，也可做為其他商務華語教材的補充資料，在商務課程中深化台灣的國際形象並吸引外籍人士來台學習及就業，課程規劃具有很強的實用性。

其次，由於行銷華語具有很強的實務導向，研究團隊加強和商學院教授的學術合作，本研究積極拜訪北部大學商學院中，擅長分析本土企業的行銷學教授共三名，選出其中一位徵得同意後，在學期中（2018 年 9 月至 2019 年 1 月）進行完整的課程錄音，並將課程內容整理為「行銷華語課程語料庫」，此項工作也將做為課程規劃的依據之一，可以配合「行銷華語報章語料庫」的功能，選出台灣著名企業的群相，其他兩位教授為本計畫的諮詢對象，未來本階段的成果還可以進行相關的行銷實務和研究工作。在研究倫理方面，本研究依照研究倫理委員建議，已由商學院教授向學生說明課程會進行錄音，僅選取教授講授的內容，學生的發言不在搜集之列，可以不送審或是僅需要和授課教師簽署知情同意書。

整體而言，本計畫研究的主要項目有以下五項，在研究計畫進行中進行了若干調整，以期使計畫的研究成果更臻完善，目前研究計畫的主體都已圓滿完成，

敘述如下：

- 1.檢核 2005~2019 年大陸出版的 69 本商務漢語教科書中和行銷相關的課文內容，以出現率最高的 313 個詞語，做為「行銷華語教材常用詞語」列表參考。
---已完成，見本報告 12-21 頁。
- 2.由「行銷華語教材常用詞語」中出現率最高的前 100 詞中選出 38 個種子詞語，而後使用「臺師大經濟日報語料庫」，篩選出相關的報刊文章，建置「行銷華語報章語料庫」，再以計算語言學對詞語的處理方式，選出行銷華語常用詞語最高頻前 313 詞，做為「行銷華語報章常用詞語」列表參考。
---已完成，見本報告 21-31 頁。
- 3.使用項目二所建置「行銷華語報章語料庫」，搜尋出現頻率較高的台灣著名企業，做為課程內容的參考依據。
---已完成，見本報告 32-35 頁。
- 4.徵詢商學院擅長分析本土企業的行銷學教授一名，在學期中進行完整的課程錄音，並將課程內容整理為「行銷華語課程語料庫」，配合「行銷華語報章語料庫」選出台灣著名企業的群相，並進行行銷實務教學參考內容和相關研究工作。
---已完成，見本報告 36-45 頁。
- 5.從以上四項工作累積，建置「行銷華語」完整的課程架構與研究論述，包含「企業介紹」和「行銷策略」，規劃一學期十八周的課程架構參考。
---已完成，見本報告 45-46 頁。

三、文獻探討

1.行銷學

1-1 行銷的定義

「行銷」的概念複雜，自二十世紀以來已有許多不同的學者或單位提出「行銷」的定義，比如 Drucker (1954) 認為「行銷的目的是要使銷售成為多餘，行銷活動是要造就顧客處於準備購買的狀態。」；英國皇家特許行銷學會 (The Chartered Institute of Marketing, 簡稱 CIM) 對行銷的定義是「是識別、預測以及滿足客戶需求的有效管理過程。」(Lancaster & Reynolds, 1999: 1)；美國市場行銷協會 (American Marketing Association, 簡稱 AMA, 2004) 對行銷定義為「行銷是一種組織的功能；是一種創造、溝通並傳達價值給顧客的過程；是一種管理顧客關係而使組織本身及其所有社會關係人獲利的過程。」(Kotler & Keller, 2009: 28)；Kotler & Keller (2009) 則把行銷定義為「確定及符合社會需求」。簡而言之，就是要「有效地滿足需求」；還有，行銷就是公司為顧客創造價值，並和顧客建立鞏固的關係，再從顧客身上取得價值回饋的流程。(Kotler 等, 2011: 6)；另外，Emery (1923) 另一派有不同意見，認為行銷「只不過是一種文明的戰爭形式，大部分都是用文字，思想和有紀律的思想贏來的。」(Lancaster & Reynolds, 1999: 2)

雖然「行銷」的定義多元，但以美國市場行銷協會的定義最具公信力。目前

行銷的定義除了商業活動之外，也擴及非商業組織。

1-2 行銷的內涵

行銷所涉及的內涵極為繁雜，但其中又以行銷流程、市場與顧客需求以及行銷組合最為基本，以下則分別簡單說明：

1-2-1 行銷的核心概念

行銷的核心概念中以了解市場與顧客需求最為基本，又可分為以下三個層面來探討 (Kotler & Keller, 2009 : 28) :

(1) 需要 (need): 需要是人類最基本的生存要求。人類需要食物、空氣、水、居住空間才能存活，除此之外，人類也有對教育或休閒娛樂等強烈的需要。(Kotler & Keller, 2009 : 28)

(2) 慾望 (want): 「慾望是人類滿足需要所表現出來的方式」(Kotler 等, 2011 : 7)。但慾望會受到所在的社會而不同，例如，美國人所需要的食物可能是漢堡、可樂等，但位於印度洋的模里西斯島上的人民需要的食物可能是芒果、米飯等等 (Kotler & Keller, 2009 : 28)

(3) 需求 (demand): 「當擁有足夠的購買力時，慾望就會轉變成需求」(Kotler 等, 2011 : 7)。大部分的人都希望能擁有一台賓士車，但只有一部分的人有能力購買。因此，企業不只應該要思考有多少人想要自家的商品，也要考慮實際上有多少人能夠花錢購買。(Kotler & Keller, 2009 : 28)

1-2-2 行銷流程

Kotler 等人(2011)將行銷流程分為五個步驟，在前四個步驟中，公司需要先了解顧客需求進而建立良好關係，最後一個步驟是公司從顧客身上收取報酬利潤。以下為行銷流程簡易圖：

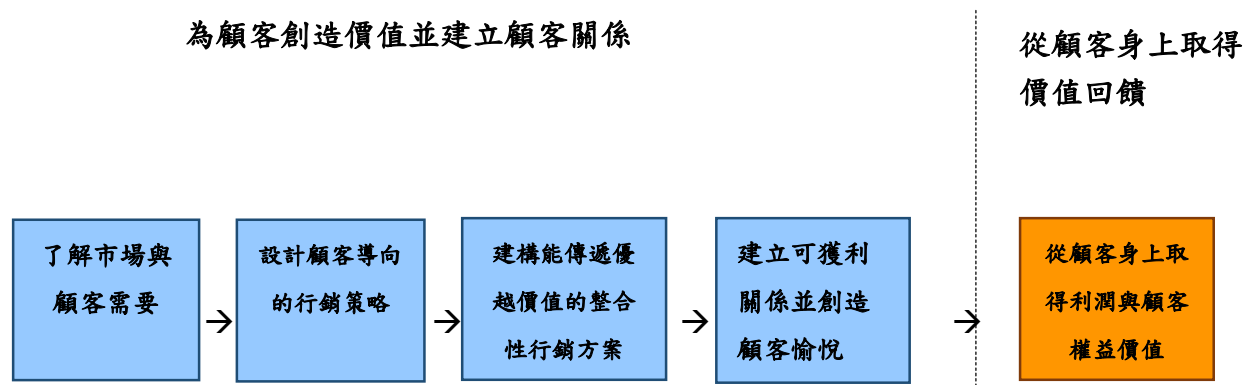


圖 1 行銷流程簡易圖(Kotler 等, 2011 : 6)

1-2-3 行銷組合

在設計完行銷策略後，公司便會建構一個整合型的行銷方案，這樣的一個方

案是由 Borden (1965)所提出的行銷組合 (marketing mix) 所構成。行銷組合的元素會依據不同學者而有不同的解釋，例如，Borden 認為行銷組合應包含 12 個元素：產品計畫、價格、品牌、通路、人員銷售、廣告、促銷、包裝、陳列、服務、賣場控制、找出問題與分析；McCarthy (1960) 則提出了行銷的四個元素，簡稱 4P--產品 (Product)、定價 (Price)、配銷(Promotion)、推廣(Place)。然而，隨著現代市場環境的改變，有些學者認為 McCarthy 的 4P 有所不足，並不適用於現代市場，因此，美國行銷學家 Booms 和 Bitner 在 1980 年提出了新的 7 個行銷元素，以原本的行銷的四個元素為基底，再加上了人員 (Participant)、服務環境 (Physical Evidence) 以及過程 (Process) 三項元素。

以上所論述的所有行銷元素都屬於行銷個體環境 (micro environment) 的範疇，而行銷總體環境(macro environment) 則相反，指的是企業能掌控以及處理的範圍，與行銷部門有直接關聯的元素。

2.行銷英語相關研究

2-1 商務語言與行銷語言之關聯

全球化的發展影響了人類的所有活動，其中又以經濟領域所受到的影響為最大。某些商務用語不只出現在商務領域，也被廣泛運用到人們的日常生活中。而行銷英語 (marketing English) 則又屬商務管理 (business administration) 的一個分支學科。Konovalova & Yepes (2016) 指出行銷是個極為複雜的領域，它牽涉到產品規劃、產出、顧客滿意度以及獲利等面向。兩位學者更進一步說，行銷不單只是個買賣的過程，更是涉及到影響消費者決定的心理過程。因此，行銷語言不但擁有商務語言的語言特色外，也包含了商業心理學的內涵。

在行銷英語課程方面，目前的研究較為不足。Xie (2018)在 TPACK 框架 (Technological Pedagogical Content Knowledge Framework)下進行了國際行銷英語課程教學方式的研究。他指出當今以商務英語為專業的學生對國際市場行銷專業課程的理解不清，學習動力不足，老師的教學效果也不明顯。為了改變當前的教學狀況，他從 TPACK 的理論框架出發，結合國際市場行銷課程的特點，以新的視角研究如何提高課程教學的質量。此外，他更指出行銷英語課程是商務英語專業課程體系中不可或缺的課程，因為這類課程對培養人才和競爭性人才有很大的幫助，更有利於擴大學生的思維能力和個性發展，進而培育出全方位的高素質人才。

2-2 行銷英語特徵

隨著各國企業交流逐漸密切，以及英語成為國際商務中共通的語言，如何用英語行銷自家產品，與客戶溝通亦或是了解行銷學相關知識成為重要的一門課。行銷英語的重要性不言可喻。行銷英語當屬專業英語 (English for Specific Purpose, 簡稱 ESP) 的一個分支。然而，目前對行銷英語 (Marketing English) 的

研究卻十分缺乏。沈玉堃 (2013) 歸納出許多行銷英語的語言特徵，並認為行銷英語除了擁有通用英語的語體特徵外，也同時具有詞彙、句法、語言篇章的特徵：

(1) 詞彙之專業性：在行銷英語範疇中，某些英語詞彙具有特殊的行銷語意，例如英語中「promotion」與「distribution」的原意分別為「提升」和「分發」，但在專業行銷英語中，它們的語意衍伸為「促銷」以及「分銷」。

(2) 詞彙的跨學科性：行銷學所涵蓋的領域非常廣泛，從生產、促銷、定價到人口學、地理學、消費心理學等等，因此行銷學詞彙具有跨學科性的特徵，其中又跟經濟學上的術語重複最多。

(3) 詞彙的美國化特徵：由於行銷學是由美國經濟學家所提出並加以發展的，因此現在的行銷的語言上有明顯的美式英語特徵。

(4) 詞彙的專業意義特徵：行銷英語中常存在著對立詞彙來形容行銷活動的狀態或發展，例如：supply (供應) 與 demand (需求)；increase (增長) 與 decrease (減少)；inflation (通貨膨脹) 與 deflation (通貨緊縮) 等等。此外，行銷英語中常利用加詞綴表語意的對應或反義詞。

2-3 行銷英語教材現況及分析

在台灣除了行銷英語相關研究尚未大量開展之外，目前出版的相關的教材也不多。如 Brian Foden (2007) 《搞定行銷英文》(初版一刷)(戴志中譯)、柯泰德 (2007) 《有效撰寫行銷英文》(初版)、陳超明 (2011) 《一生必學的英文單字：企劃行銷篇·談判合作篇》(初版)、胥淑嵐 (2013) 《用英語說出行銷力》(初版)、小林薰等人(2013) 《財務英文：會計財報 / 金融理財 / 企業經營 / 業務行銷---最實用的專業英文》、王建民 (2014) 《行銷英文》(初版)、江昀瑾，胥淑嵐 (2014) 《行銷公關英語超有料》(初版)、李純白 (2015) 《B2B 企業英語會話：行銷篇》(初版)、施孝昌，Roberts, W (2016) 《最潮行銷英語：用英語賺遍全世界》(初版)、Rosalie Maggio (2018) 《英文溝通寫作全技藝：求職、行銷、情書、慰問...50種工作與生活情境，面面俱到的英文書信寫作要點》等等。其中由 Foden 所撰寫的《搞定行銷英文》刊行最久，主要的內容分為三個部分：行銷、做廣告、銷售。由其內容可得知行銷英語所涉及之內容頗為廣泛，從研究市場、定位、擬訂行銷計畫等基本用語到廣告用語最後再到產品簡報、談判及促銷活動用語都可算是行銷的內涵。

3.兩岸行銷華語之相關論文

目前兩岸首先發表行銷華語方面的相關研究者為大陸的張黎教授，2007年6月他出版一部專書《商業漢語口語研究—現場促銷語言調查與分析》，這本專書共分六章，包含緒論、現場促銷語言詞彙及語音特徵、現場促銷語言的句法結構分析、現場促銷交際行為的會話分析、現場促銷各主要交際環節的語言特徵綜合分析、現場促銷語言研究的基本結論與啟示等，共 289 頁。同年 8 月他發表了一篇期刊論文〈現場促銷員的會話策略分析〉，刊行於《語言文字應用》第 3 期，主

要是專書部份章節內容的重點整理；在 2010 年他發表的論文〈商務漢語口語的話語特徵〉中，也有部份內容提及現場促銷人員的口語特徵；而 2016 年 1 月他出版專書《專門用途漢語教學》，第四章「語言分析與專門用途漢語教學」也有談論現場促銷口語的內容，是目前發表著作較多的研究者。雖然如此，其研究內容主要為行銷華語中的「現場促銷語言」，其他相關研究仍未開展。

2010 年之後，大陸還有一些論文與行銷華語相關，如王春月 (2012)〈國際高級商務漢語教學探討〉；趙悅 (2013)〈財經院校留學生漢語專業學歷教育課程體系創新研究〉、曹晉 (2015)〈試論中高級水準商務漢語教材的編寫〉、周紅 (2017)〈基於案例教學法的國際高級商務漢語師資培訓模式探究〉等，這些論文各有其研究主題，與行銷華語的關連性不夠緊密，也沒有提出行銷內涵上重要的論述，但討論到相關的商務交易場景，以及在商務漢語課程中包容了行銷課程，因此有部份參考價值。

此外，兩岸在商務華語詞彙的研究上有值得參考之處。這方面的研究是以較為宏觀的視角研究商務詞彙，如：季瑾 (2007)〈基於語料庫的商務漢語學習詞典的編寫設想〉，辛平 (2007)〈面向商務漢語教材的商務領域詞語等級參數研究〉，周小兵、干紅梅 (2008)〈商務漢語教材選詞考察與商務詞彙大綱編寫〉，丁俊玲 (2009)〈商務漢語資訊庫建設雜議〉，趙金銘 (2009)〈商務漢語論文標題的內容與詞語分析〉，沈庶英 (2011)〈《經貿漢語本科教學詞彙大綱》理念及特色分析〉，平麗芳 (2012)〈論電子商務漢語詞彙變化的最新趨勢〉，岳薇 (2014)〈試論商務語體〉，唐興全 (2015)〈商務漢語教材詞彙處理分析〉，王敬淳、陳浩然、潘依婷 (2015)〈應用網路商務華語語料庫—以搭配詞為例〉，劉玉林、虞昌亮 (2016)〈基於關鍵詞共現類聚的電子商務信用研究熱點分析〉，韓健 (2016)〈試析商務漢語學習詞典的實用性〉等。以上這些研究對於商務華語詞彙的特質與定量研究，都相當具有參考價值。

由於目前針對行銷華語的詞彙研究尚未開展，本研究已在執行時參考上述論文關於商務詞彙的研究成果，建置三個語料庫做為分析行銷華語詞彙的依據。

四、研究方法及流程

依據本研究目的，本研究步驟可分四階段，研究者依據階段性的研究目標採取不同的研究方法進行系列化的研究。第一階段檢核 2000~2019 年大陸出版的 69 本商務漢語教科書中和行銷相關的課文內容，使用內容分析法。內容分析係指對於文本或圖像等可傳播明確意義的內容進行客觀且有系統的分析，以量化概念進行統計，且加以描述內容的一種具有定性特色的定量研究方法。內容分析法是具有系統性、量化性、客觀性等特點的一種研究方法。在本研究中，研究者首先將使用內容分析法，逐一探究分析所選取之 69 本商務華語教材樣本，分析和行銷相關的課文內容。

本階段的研究進行以下幾項步驟：

(1)研擬分類項目單元：建立初步分析項目，以每部教材課文內容中的「企業介紹」和「行銷策略」為基本架構，做為分類項目。(2)製定類目單元表格：預先

製定類目單元表格，以便進行系統性的判斷並記錄客觀事實。(3)評析紀錄內容項目：按照預先製定的類目表格，按照分析單元順序，系統性的評斷並記錄大量教材中各類項目出現的客觀事實和頻率數目。(4)研究結果信度分析：本研究由兩位以上的研究者參與內容項目評斷分析，初步分析後進行比對，當研究者對相同內容項目判斷一致性愈高時，內容分析的可信度也愈高；一致性愈低，則內容分析的可信度愈低。因此研究過程必須採階段性，每一階段逐步檢視。本研究邀請北部某大商學院的行銷學教授進行指導，並擔任研究期間的行銷專業知識諮詢工作，對於研究資料仔細檢核，詳細比對任何有疑義之項目。由於信度直接影響內容分析的結果，內容分析必須經過信度分析，才能使內容分析的結果可靠，可信度得到提高。

其次，在第一階段至第四階段配合計算語言學對詞語的處理方式，共建置三個和行銷華語相關的語料庫，分別為「行銷華語教科書語料庫」、「行銷華語報章語料庫」和「行銷華語課程語料庫」(口語語料庫)。本研究所建置的語料庫除了是本計畫的重要參考項目，還有以下的意義和延伸功能：

1.補充口語專業語料庫

目前通用華語的語料庫發展較為完善，書面語語料庫成果顯著，例如中研院平衡語料庫、北京大學語料庫、北京語言文化大學的 BCC 語料庫等，都有數百萬甚至上億字詞數。漢語口語語料庫建設也是成績斐然，如 LDC 的 CallHome, CallFriend 電話談話語料庫。書面學術/專業中文語料庫也逐步形成規模，例如 UCLA 北京大學學術中文語料庫有兩千萬字。但是這些語料庫都不包含專業口語的語料。因此，華語專業/學術口語語料庫的構建是一個需要填補的空白。

2.建立專業/學術口語語料庫

首先，專業/學術語言是高級語言習得的一個重要內容。初級語言可以使學習者學到在一個外國社會文化中生存所需要的最基本的語言技能，高級語言是學習的最高階段。其次，當前大量的二語學習材料和教學研究以基礎語言和普通語言為主，專業/學術語言缺乏應有的研究和教學支持。專業語料庫為這方面的研究和教學提供必要的支持。第三，商業語言有重要的社會應用價值。經濟商業活動在當代社會以及國際政治經濟活動中的重要作用是不言而喻的。

3.專業/學術口語語料的功能

主要有以下兩個方面：

- (1) 專業/學術口語詞彙表，能購刻畫典型語彙面貌，也可分析專業/學術口語句式。
- (2) 教學應用：

華語學習者要達到高階語言水平，一個重要指針是專業語言的表達能力。專業口語語料庫可以幫助設計教材，例如在語言結構上，可以通過語料庫考察常用

詞彙、常用詞串、常用句法格式，為教材的設計提供科學的依據。在篇章話語方面，可以為課程單元類型的設計、對話設計、閱讀設計、口語書面語轉換設計等提供參考。最後，學術/專業口語的一個重要因素是有內容而且有效的長篇口頭表達，語料庫的樣板可以幫助學生觀察母語人士的表達方式，為教學提供教材、課堂活動以及評估等方面的參考和依據。

4.研究樣本

本研究分析 2002~2019 年兩岸四地和美國出版的 69 本商務漢語教科書中和行銷相關的課文內容，匯整後建立語料庫以搜尋出現率較高的詞語，做為「行銷華語教材常用詞語」列表參考。此 69 本商務漢語教科書以內容包含行銷單元者為選取目標，目前研究者所搜集的商務華語教科書共有 140 本，其中美國和大陸出版的商務漢語教材都有不少和行銷相關的課文設計。本研究發現，商務華語教材中約有半數教科書都設計了行銷內容的課程進行教學，可以得知在目前「大商務」的方向下，「行銷」是商務華語教材中重要的單元之一。本研究的 69 本教科書樣本如下文表 1 所示：

表 1 具行銷內容之商務華語教科書研究樣本一覽表 (69 本)

編號	書名	類型	主編	出版年	出版社
1	新世紀經貿漢語系列教程 中級教程	綜合	董瑾	2004	外語教學與研究
2	新世紀經貿漢語系列教程 高級教程 下冊	綜合	董瑾	2004	外語教學與研究
3	商業漢語	綜合	Jiaying Howard Tsengtseng Chang	2005	The Chinese University of Hong Kong
4	經理人漢語 商務篇 (下)	綜合	張曉慧	2005	外語教學與研究
5	在商言商	綜合	馮禹 戴曉雪 陳念湘	2006	Cheng & Tsui Company, Boston
6	體驗漢語 商務篇 (英語版)	綜合	張紅 岳薇	2006	高等教育
7	實用商務漢語	綜合	包文英	2007	華東師範大學
8	實用商務漢語 (Practical Chinese for Business)	綜合	黃為之	2008	華語教學
9	新絲路高級速成商務漢語 1	綜合	李曉琪	2009	北京大學
10	新絲路高級速成商務漢語 2	綜合	李曉琪	2009	北京大學
11	商務漢語一本通 (漢英雙語版)	綜合	王立非	2010	高等教育

12	商務漢語綜合教程 第二冊	綜合	仇鴻偉	2010	對外經濟貿易 大學
13	商務漢語綜合教程 第三冊	綜合	仇鴻偉	2010	對外經濟貿易 大學
14	商務漢語綜合教程 第四冊	綜合	仇鴻偉	2010	對外經濟貿易 大學
15	通用商務漢語 2	綜合	季瑾	2010	對外經濟貿易 大學
16	贏在中國—商務漢語系列教程 成功篇	綜合	季瑾	2011	北京語言大學
17	贏在中國—商務漢語系列教程 提高篇	綜合	季瑾	2011	北京語言大學
18	卓越漢語：商務致勝（4）	綜合	王惠玲 周紅	2012	外語教學與研究
19	卓越漢語：商務致勝（5）	綜合	王惠玲 周紅 李勁榮	2012	外語教學與研究
20	新絲路中級商務漢語綜合教程 （商務篇）2	綜合	蔡雲凌	2012	北京大學
21	新絲路高級商務漢語綜合教程 2	綜合	韓曦	2012	北京大學
22	縱橫商務漢語—高級綜合教程 1	綜合	郭曙倫	2012	高等教育
23	縱橫商務漢語—高級綜合教程 2	綜合	郭曙倫	2013	高等教育
24	卓越漢語：商務致勝（3）	綜合	周紅	2013	外語教學與研究
25	成功之道—中級商務漢語 案例教程(第2版)	綜合	袁芳遠	2014	北京大學
26	商務中文案例教程 策略卷	綜合	史中琦	2015	中國出版集團 中譯
27	公司漢語(第二版)	綜合	李立 丁安琪 王睿	2017	北京大學
28	基礎實用商務漢語(第3版)(下)	綜合	關道雄	2018	北京大學
29	商務漢語拓展 交易與合作篇 企業管理篇	綜合	張黎	2018	北京大學
30	求實商務華語（第二版）	綜合	陳青海	2019	Routledge
31	實用商業會話—修訂本 2	聽說	羅青哲	2001	台灣師大國語 教學中心
32	新世紀經貿漢語系列教程 聽和說 錄音文本	聽說	董瑾	2010	外語教學與研究

33	商務漢語金橋中級會話	聽說	孫冰	2005	北京大學
34	BBC 初級實用商務漢語	聽說	劉美如	2006	北京大學
35	經貿高級漢語口語(上)	聽說	黃為之	2007	北京語言大學
36	今日商務中級聽說	聽說	許福吉	2011	南洋理工大學孔子學院(新加坡)
37	今日商務高級聽說	聽說	許福吉	2011	南洋理工大學孔子學院(新加坡)
38	縱橫商務漢語—中級口語教程 1	聽說	李小萌	2012	高等教育
39	高級商務漢語會話教程(下)	聽說	劉麗瑛	2013	北京語言大學
40	經貿漢語高級口語—公司案例篇	聽說	黃為之	2013	北京大學
41	新商務漢語聽力與口語教程(上)	聽說	鄧如冰	2014	清華大學
42	放眼天下—國際商務漢語	讀寫	任長慧	2003	北京語言大學
43	新世紀經貿漢語閱讀與寫作	讀寫	董瑾	2003	外語教學與研究
44	高級經貿漢語—今日經貿縱橫	讀寫	袁芳遠	2004	Yale University
45	商務漢語金橋—中級閱讀(上)	讀寫	王惠玲 黃錦章	2004	北京大學
46	卓越商務漢語教程高級閱讀	讀寫	任長慧	2005	外語教學與研究
47	新世紀中級商用漢語(上)	讀寫	郭珠美	2005	北京語言大學
48	新世紀中級商用漢語(下)	讀寫	郭珠美	2005	北京語言大學
49	漢語商務通—中級閱讀教程	讀寫	董瑾	2005	北京大學
50	商務漢語金橋—中級閱讀(下)	讀寫	王惠玲 黃錦章	2006	北京大學
51	商務漢語經濟案例閱讀教程	讀寫	邢欣	2006	北京大學
52	經貿漢語中級	讀寫	梁鏞 王慶雲	2006	北京語言大學
53	商務漢語廣告案例閱讀教程	讀寫	邢欣	2008	北京大學
54	高級商務漢語閱讀	讀寫	華霄穎	2010	華東師範大學
55	今日商務中級讀寫	讀寫	許福吉	2011	南洋理工大學孔子學院(新加坡)
56	今日商務高級讀寫	讀寫	許福吉	2011	南洋理工大學孔子學院(新加坡)
57	高級商務漢語閱讀教程(上)	讀寫	沈庶英	2012	北京語言大學
58	高級商務漢語閱讀教程(下)	讀寫	沈庶英	2012	北京語言大學
59	經貿漢語閱讀教程	讀寫	錢玉蓮	2012	北京語言大學
60	縱橫商務漢語 跨文化交際 案例教程	讀寫	柳岳梅	2013	高等教育
61	商貿漢語閱讀與表達 3	讀寫	周磊	2013	華語教學

62	商貿漢語閱讀與表達 4	讀寫	許曉華	2013	華語教學
63	商貿漢語閱讀與表達 5	讀寫	鑾育青	2013	華語教學
64	縱橫商務漢語 中級閱讀教程 1	讀寫	陳琚	2013	高等教育
65	縱橫商務漢語 中級閱讀教程 2	讀寫	陳琚	2013	高等教育
66	新商務漢語精讀教程（上冊）	讀寫	周晨萌 曹晉 唐興全	2014	清華大學
67	新商務漢語精讀教程（下冊）	讀寫	羅陳霞 朱彤	2015	清華大學
68	新商務漢語閱讀與寫作教程(上)	讀寫	哈嘉瑩	2015	清華大學
69	新航道 高級商務漢語讀本	讀寫	郭珠美	2019	Cheng & Tsui Company, Boston

五、結果與討論

1.行銷華語教材語料庫常用詞語

檢核 2000~2019 年大陸出版的 69 本商務漢語教科書中和行銷相關的課文內容，匯整後建立語料庫，再使用中央研究院資訊科學研究所的斷詞程式 CKIP parser 處理生詞，採用計算語研學的方法得到出現率較高的詞語，以出現率最高的 313 個詞語，做為「行銷華語教材常用詞語」列表，此項成果期望能提供研究者和一線商務華語/行銷華語教師參考。

表 2 行銷華語教材語料庫生詞排序

排序編號	生詞	出現率
1.	中國	2086
2.	市場	1469
3.	企業	1247
4.	公司	1128
5.	產品	1109
6.	品牌	937
7.	廣告	853
8.	消費者	666
9.	發展	520
10.	銷售	429
11.	服務	347
12.	經營	331
13.	美國	317
14.	生產	316
15.	成功	311

16.	營銷	309
17.	汽車	295
18.	全球	277
19.	顧客	277
20.	海爾	275
21.	文化	271
22.	國際	247
23.	技術	243
24.	美元	242
25.	價格	237
26.	世界	235
27.	北京	222
28.	提供	217
29.	競爭	216
30.	管理	209
31.	方式	203
32.	合作	201
33.	推出	200
34.	上海	195
35.	星巴克	194
36.	商品	193
37.	策略	191
38.	沃爾瑪	186
39.	可口可樂	185
40.	需要	184
41.	行業	183
42.	傳統	179
43.	經濟	178
44.	耐克	173
45.	戰略	171
46.	需求	168
47.	業務	167
48.	選擇	165
49.	消費	164
50.	模式	164
51.	時間	162
52.	優勢	160

53.	投資	159
54.	客戶	158
55.	定位	155
56.	促銷	154
57.	員工	154
58.	國家	153
59.	擁有	152
60.	國內	151
61.	建立	147
62.	設計	143
63.	目標	143
64.	集團	140
65.	一家	138
66.	形象	138
67.	成本	137
68.	活動	136
69.	電子商務	132
70.	創新	128
71.	第一	125
72.	調查	124
73.	中心	122
74.	利用	121
75.	網路	119
76.	情況	118
77.	飲料	117
78.	肯德基	116
79.	年代	116
80.	日本	115
81.	採用	113
82.	能力	113
83.	老字號	113
84.	大眾	112
85.	渠道	112
86.	開發	111
87.	購買	111
88.	價值	111
89.	包括	109

90.	提高	108
91.	超過	108
92.	環境	107
93.	中國人	106
94.	海外	105
95.	增長	105
96.	宣傳	105
97.	希望	103
98.	王老吉	103
99.	跨國公司	102
100.	網上	100
101.	原因	99
102.	地區	99
103.	城市	99
104.	世紀	99
105.	規模	99
106.	咖啡	97
107.	經理	97
108.	工作	96
109.	柯達	96
110.	啤酒	96
111.	帶來	95
112.	吸引	95
113.	寶潔	95
114.	利潤	95
115.	社會	94
116.	研究	94
117.	物流	94
118.	億元	94
119.	生活	93
120.	本土化	93
121.	經銷商	92
122.	全國	91
123.	製造	91
124.	自主	91
125.	發現	90
126.	收購	90

127.	影響	89
128.	更多	89
129.	資金	89
130.	商務	87
131.	本土	87
132.	人員	87
133.	資源	86
134.	產業	86
135.	很大	85
136.	越來越	85
137.	電腦	85
138.	過程	84
139.	用戶	84
140.	領域	84
141.	行銷	82
142.	商業	82
143.	網站	82
144.	洗衣機	82
145.	食品	81
146.	購物	81
147.	瞭解	81
148.	質量	79
149.	銷售額	79
150.	人才	79
151.	研發	79
152.	核心	79
153.	分析	78
154.	推廣	78
155.	冰箱	78
156.	成立	76
157.	農夫山泉	76
158.	功能	75
159.	市場份額	75
160.	觀念	74
161.	品質	74
162.	零售	74
163.	手機	73

164.	上市	72
165.	經驗	72
166.	外國	72
167.	漢語	71
168.	特別	71
169.	概念	71
170.	基礎	71
171.	特色	70
172.	商店	70
173.	效果	70
174.	麥當勞	70
175.	大型	69
176.	家樂福	69
177.	理念	69
178.	喜歡	68
179.	接受	68
180.	有限公司	68
181.	宜家	68
182.	時尚	68
183.	閱讀	68
184.	投入	68
185.	同仁堂	68
186.	國外	67
187.	激烈	67
188.	提出	67
189.	聯想	67
190.	改寫	67
191.	獨特	67
192.	地方	66
193.	記者	66
194.	包裝	66
195.	資訊	66
196.	實力	66
197.	售後服務	66
198.	之間	65
199.	合資	65
200.	香港	65

201.	銀行	65
202.	廣州	64
203.	信息	64
204.	完成	64
205.	案例	64
206.	提升	64
207.	阿迪達斯	64
208.	變化	63
209.	競爭對手	63
210.	連鎖店	63
211.	創造	63
212.	雀巢	63
213.	階段	63
214.	二手車	63
215.	人民幣	62
216.	眾多	62
217.	心理	62
218.	空調	62
219.	品牌形象	62
220.	TCL	62
221.	機會	61
222.	收入	61
223.	長期	61
224.	專業	61
225.	專家	61
226.	形式	60
227.	第三	60
228.	空間	60
229.	正式	60
230.	歷史	60
231.	競爭力	59
232.	幾年	59
233.	資本	59
234.	降低	59
235.	媒體	59
236.	相比	59
237.	銷量	59

238.	表現	59
239.	設立	59
240.	體系	59
241.	標準	59
242.	不錯	58
243.	免費	58
244.	保證	58
245.	德國	58
246.	旅遊	58
247.	金莎	58
248.	供應商	57
249.	系列	57
250.	電影	57
251.	面對	57
252.	連鎖	57
253.	手段	56
254.	速度	56
255.	未來	56
256.	三星	56
257.	萬元	56
258.	廣告業	56
259.	組織	55
260.	口味	55
261.	代表	55
262.	面臨	55
263.	因素	55
264.	跨國	55
265.	格蘭仕	55
266.	電視	55
267.	拓展	55
268.	著名	55
269.	去年	55
270.	介紹	55
271.	市場營銷	55
272.	資料	54
273.	改變	54
274.	調整	54

275.	容易	54
276.	國際化	54
277.	全球化	54
278.	方案	54
279.	運動鞋	54
280.	知名度	53
281.	關係	53
282.	支付	53
283.	製作	53
284.	贏得	53
285.	傳播	53
286.	利益	53
287.	亞洲	52
288.	有人	52
289.	相關	52
290.	系統	52
291.	GE	52
292.	程度	52
293.	可樂	52
294.	運動	52
295.	廣告公司	52
296.	廣告宣傳	51
297.	每個	51
298.	工廠	51
299.	年輕人	51
300.	控制	51
301.	內容	51
302.	運作	51
303.	代理	51
304.	工業	51
305.	轎車	51
306.	具體	50
307.	很快	50
308.	快速	50
309.	超市	50
310.	多個	50
311.	作用	50

312.	三個	50
313.	樹立	50

在 69 本教科書語料庫中出現率最高的前 313 詞裡，出現都是大陸和美國企業，並沒有台灣的企業，出現率較高的企業名稱和種類如下：

表 3 行銷華語教材語料庫企業排序

排序編號	出現率	生詞	國別	產業類別
1.	275	海爾	中國	家電
2.	194	星巴克	美國	餐飲
3.	186	沃爾瑪	美國	零售業 (超市、賣場、購物中心)
4.	185	可口可樂	美國	飲料
5.	173	耐克	美國	運動用品
6.	116	肯德基	美國	餐飲
7.	103	王老吉	中國	飲料
8.	96	柯達	美國	攝影器材
9.	95	寶潔	美國	日用品
10.	76	農夫山泉	中國	飲料
11.	70	麥當勞	美國	餐飲
12.	69	家樂福	法國	零售業(超市、量販店)
13.	68	宜家	瑞典	家具
14.	68	同仁堂	中國	中藥業
15.	67	聯想	中國	科技(電子、電腦硬體)
16.	64	阿迪達斯	德國	運動用品
17.	63	雀巢	瑞士	食品製造
18.	62	TCL	中國	科技(電信設備、電器、數位媒體)
19.	58	金莎	義大利	食品製造(巧克力)
20.	56	三星	南韓	科技(電子產品)
21.	55	格蘭仕	中國	家電
22.	52	GE	美國	綜合企業(電子、航空、能源、醫療、金融)

2.行銷華語報章語料庫常用詞語

接著，我們由「行銷華語教材常用詞語」中出現率最高的前 100 詞中選出 38 個種子詞語。在選取的過程中，以下幾項詞語不列入考量：(1)企業名稱，如

海爾、星巴克；(2)國名或地名，如中國、美國、上海；(3)帶有數詞或量詞的詞語，如一家、第一；(4)詞義廣泛，可能連結的文章不夠聚焦的詞語，如全球、國際等。在考量以上四個標準之後，本研究選出 38 個種子詞語，38 個種子詞語內容如下文 4 所示。而後使用「臺師大經濟日報語料庫」，篩選出相關的報刊文章，建置「行銷華語報章語料庫」，再以計算語言學對詞語的處理方式，選出行銷華語常用詞語最高頻前 313 詞，做為「行銷華語報章常用詞語」項目，期望能提供研究者和一線商務華語/行銷華語教師參考。

我們的資料來源母體是經濟日報 2002/01/01~2013/12/31 日，共 4,383 files, 6,687,870 sentences, 196,206,516 terms, 337,885,837 characters。以 38 個種子詞彙在「臺師大經濟日報語料庫」比對到 2,778,172 sentences，其中總共有 667,728 個相異的詞語，斷詞工具使用中央研究院資訊科學研究所的斷詞程式 CKIP parser。「行銷華語報章常用詞語」前 313 詞如下文表 5 所示。

表 4 種子生詞排序 (38 詞)

排序編號	生詞	出現率
1.	市場	1469
2.	企業	1247
3.	公司	1128
4.	產品	1109
5.	品牌	937
6.	廣告	853
7.	消費者	666
8.	發展	520
9.	銷售	429
10.	服務	347
11.	經營	331
12.	生產	316
13.	成功	311
14.	營銷	309
15.	行銷	309
16.	顧客	277
17.	技術	243
18.	價格	237
19.	競爭	216
20.	管理	209
21.	合作	201
22.	商品	193
23.	策略	191

24.	行業	183
25.	需求	168
26.	業務	167
27.	需求	168
28.	業務	167
29.	消費	164
30.	投資	159
31.	促銷	154
32.	電子商務	132
33.	創新	128
34.	老字號	113
35.	購買	111
36.	價值	111
37.	宣傳	105
38.	跨國公司	102

表 5 經濟日報行銷華語語料庫生詞排序

排序編號	生詞	出現率
1.	市場	751829
2.	公司	735074
3.	投資	462810
4.	企業	390472
5.	台灣	371742
6.	產品	354493
7.	大陸	294647
8.	產業	234195
9.	發展	226278
10.	服務	197202
11.	全球	196177
12.	基金	189590
13.	技術	186668
14.	成長	182469
15.	目前	178591
16.	銀行	177739
17.	需求	175882
18.	管理	171494

19.	價格	171128
20.	經濟	169047
21.	美國	164141
22.	國際	158991
23.	未來	154962
24.	指出	152365
25.	業者	151348
26.	合作	147229
27.	品牌	145962
28.	中國	143138
29.	國內	138940
30.	去年	136892
31.	生產	135248
32.	提供	131910
33.	金融	131253
34.	經營	130730
35.	美元	130713
36.	客戶	126342
37.	業務	121881
38.	科技	117408
39.	銷售	116474
40.	商品	114403
41.	推出	113274
42.	營收	112723
43.	獲利	109671
44.	政府	107037
45.	持續	105855
46.	第一	105243
47.	消費者	105032
48.	集團	102448
49.	廠商	101565
50.	策略	98668
51.	投資人	96662
52.	資金	96386
53.	日本	93397
54.	研發	89587
55.	相關	88453

56.	開發	87218
57.	預期	87094
58.	中心	87058
59.	系統	86381
60.	創新	85464
61.	設計	84740
62.	影響	84305
63.	證券	83955
64.	表現	81598
65.	成本	81521
66.	提升	80278
67.	透過	79223
68.	新興	77582
69.	包括	77300
70.	價值	77144
71.	上市	76796
72.	競爭	75963
73.	電子	75288
74.	手機	74173
75.	電腦	74130
76.	國家	73876
77.	成功	73650
78.	資產	73407
79.	風險	72336
80.	計畫	71357
81.	股市	70965
82.	消費	70864
83.	明年	70365
84.	董事長	69446
85.	機會	69246
86.	網路	68852
87.	可望	68071
88.	專業	68047
89.	資訊	67565
90.	設備	67545
91.	營運	65151
92.	行銷	65143

93.	股票	64206
94.	兩岸	63389
95.	指數	61491
96.	成立	61422
97.	品質	61114
98.	債券	61023
99.	主管	60878
100.	方式	60774
101.	交易	60671
102.	政策	60609
103.	亞洲	60588
104.	總經理	60501
105.	希望	60102
106.	股價	59960
107.	超過	59805
108.	利率	58029
109.	員工	57708
110.	汽車	55622
111.	機構	55168
112.	大幅	55142
113.	目標	54754
114.	環境	54184
115.	提高	53508
116.	預估	53272
117.	規模	52919
118.	景氣	52424
119.	規劃	51848
120.	活動	51567
121.	帶動	51465
122.	時間	51215
123.	推動	50483
124.	人民幣	49294
125.	能力	49291
126.	顯示	49265
127.	趨勢	49030
128.	許多	48900
129.	外資	48771

130.	電視	48709
131.	研究	48623
132.	降低	48427
133.	工作	48354
134.	地區	48189
135.	法人	48091
136.	整合	47901
137.	協助	47395
138.	第三	47191
139.	事業	46579
140.	世界	45531
141.	金額	45316
142.	廣告	45250
143.	海外	44876
144.	製造	44639
145.	長期	44302
146.	資源	44253
147.	產能	44218
148.	看好	44189
149.	優勢	43914
150.	台商	43844
151.	整體	43805
152.	經驗	43632
153.	投信	43455
154.	選擇	43218
155.	擁有	43199
156.	數位	42850
157.	訂單	42813
158.	歐洲	42812
159.	日前	42802
160.	台股	42624
161.	發行	42240
162.	業績	41933
163.	購買	41749
164.	面板	41408
165.	傳統	41144
166.	香港	40387

167.	大廠	40372
168.	投入	40293
169.	工業	40288
170.	建立	40261
171.	分析	40214
172.	空間	40148
173.	通路	39916
174.	領域	39820
175.	快速	39601
176.	台北	39479
177.	開放	39468
178.	預計	39203
179.	建議	39119
180.	需要	39107
181.	電話	38975
182.	股東	38224
183.	情況	38175
184.	關係	37994
185.	財務	37933
186.	舉辦	37932
187.	競爭力	37828
188.	大學	37467
189.	上漲	37322
190.	商機	37032
191.	民眾	36845
192.	完成	36734
193.	團隊	36622
194.	功能	36534
195.	新台幣	36163
196.	昨天	36053
197.	穩定	36043
198.	平台	35930
199.	資本	35673
200.	調整	35616
201.	人才	35523
202.	人員	35503
203.	出貨	35484

204.	經理人	35427
205.	系列	35203
206.	建設	35109
207.	旗下	35058
208.	行情	34793
209.	模式	34738
210.	LED	34681
211.	更多	34570
212.	申請	34368
213.	創造	34277
214.	特別	34132
215.	方案	34109
216.	解決	33917
217.	上海	33780
218.	第四	33417
219.	期貨	33243
220.	資料	33117
221.	供應	32912
222.	平均	32596
223.	標準	32546
224.	能源	32525
225.	減少	32472
226.	吸引	32468
227.	軟體	32160
228.	收益	32064
229.	參與	32001
230.	因應	31972
231.	電信	31816
232.	部門	31782
233.	比重	31679
234.	提出	31584
235.	符合	31552
236.	最近	31515
237.	關鍵	31496
238.	經濟部	31402
239.	壓力	31298
240.	業界	31200

241.	晶片	31097
242.	近年	31053
243.	採用	30858
244.	高達	30672
245.	代工	30612
246.	配合	30390
247.	社會	29994
248.	操作	29929
249.	優惠	29856
250.	生活	29827
251.	進一步	29574
252.	貿易	29552
253.	貨幣	29445
254.	人士	29252
255.	顧客	28964
256.	單位	28932
257.	出口	28728
258.	面臨	28679
259.	利用	28610
260.	通訊	28591
261.	合併	28513
262.	陸續	28509
263.	設立	28446
264.	協會	28182
265.	衝擊	28114
266.	大型	28032
267.	改善	27936
268.	蘋果	27825
269.	分析師	27782
270.	文化	27457
271.	執行	27363
272.	代表	27322
273.	受惠	27320
274.	水準	27308
275.	下滑	27305
276.	因素	27267
277.	信心	26994

278.	央行	26873
279.	報導	26796
280.	最佳	26776
281.	組織	26667
282.	機械	26534
283.	金控	26500
284.	加工	26379
285.	製程	26291
286.	健康	26290
287.	內容	26272
288.	引進	26191
289.	績效	26125
290.	中華	26104
291.	組合	26054
292.	理財	25973
293.	基礎	25916
294.	現金	25839
295.	土地	25699
296.	半導體	25698
297.	年底	25672
298.	商業	25645
299.	調查	25629
300.	加入	25540
301.	國外	25421
302.	液晶	25226
303.	狀況	25219
304.	食品	25082
305.	雙方	24989
306.	醫療	24886
307.	IC	24777
308.	生技	24749
309.	環保	24685
310.	採購	24679
311.	效率	24667
312.	突破	24640
313.	統計	24627

3.行銷華語報章語料庫企業範例

本研究使用研究團隊所建置的「行銷華語報章語料庫」，搜尋出現頻率較高的台灣著名企業，選出排名前 65 名的企業，整理如下文表 6 所示，再由表 6 的內容區分為表 6-1 土企業排序，和表 6-2 國際企業排序。

表 6 經濟日報語料庫企業排序

排序編號	出現率	生詞	國別	產業別
1.	27825	蘋果	美國	科技業
2.	19450	微軟	美國	科技業
3.	18453	三星	南韓	科技業
4.	18287	英特爾	美國	科技業（半導體）
5.	17650	鴻海	台灣	科技業
6.	14564	華碩	台灣	科技業
7.	14237	富邦	台灣	金融業
8.	13537	國泰	台灣	金融業
9.	12727	中鋼	台灣	工業
10.	11988	聯電	台灣	科技業（半導體）
11.	11274	惠普	美國	科技業
12.	11241	友達	台灣	科技業
13.	11184	聯發科	台灣	科技業（半導體）
14.	11097	Google	美國	科技業
15.	10910	台積	台灣	科技業
16.	10533	花旗	美國	金融業
17.	10160	中油	台灣	工業（石化能源）
18.	9496	奇美	台灣	工業 （塑膠、橡膠材料等）
19.	9248	IBM	美國	科技業
20.	9083	宏達電	台灣	科技業
21.	9010	台積電	台灣	科技業
22.	8732	寶來	台灣	金融業（元大寶來證券）
23.	8636	元大	台灣	金融業
24.	8058	聯邦	台灣	金融業（銀行）
25.	7937	群益	台灣	金融業
26.	7528	裕隆	台灣	汽車業
27.	7472	戴爾	美國	科技業
28.	7303	廣達	台灣	科技業
29.	7250	新光	台灣	金融業（銀行）

30.	6981	摩根	美國	金融業
31.	6859	遠東	台灣	金融業
32.	6627	明基	台灣	科技業
33.	6583	高盛	美國	金融業
34.	6339	SONY	日本	科技業
35.	6156	台新	台灣	金融業（銀行）
36.	6053	匯豐	香港	金融業
37.	6053	卓越	台灣	科技業（卓越光纖）
38.	5937	MSCI	美國	金融業
39.	5934	大同	台灣	電子工業
40.	5903	長榮	台灣	運輸業（現包括飯店、文教、保全）
41.	5650	美林	美國	金融業
42.	5510	環球	美國	電影公司
43.	5275	ING	荷蘭	金融業
44.	5175	豐田	日本	汽車業
45.	5115	飛利浦	荷蘭	電子業
46.	5108	力晶	台灣	科技業（已轉移至力積電）
47.	5069	日月光	台灣	科技業（半導體）
48.	5065	福特	美國	汽車業
49.	5031	仁寶	台灣	工業
50.	4943	摩根士丹利	美國	金融業
51.	4879	華南	台灣	金融業（銀行）
52.	4870	南山	台灣	金融業
53.	4843	南亞	台灣	工業（塑膠）
54.	4822	中信	台灣	金融業
55.	4680	摩托羅拉	美國	科技業
56.	4651	東森	台灣	電子傳媒
57.	4325	中信銀	台灣	金融業（銀行）
58.	4199	三菱	日本	汽車業
59.	4088	威盛	台灣	科技業（電子）
60.	4063	安聯	德國	金融業
61.	3995	LG	南韓	科技業（跨足金融保險）
62.	3991	彰銀	台灣	金融業（銀行）
63.	3980	富邦金	台灣	金融業
64.	3949	台新金	台灣	金融業
65.	3926	夏普	日本	電子產品

表 6-1 經濟日報語料庫台灣本土企業排序

排序編號	出現率	生詞	國別	產業別
1.	17650	鴻海	台灣	科技業
2.	14564	華碩	台灣	科技業
3.	14237	富邦	台灣	金融業
4.	13537	國泰	台灣	金融業
5.	12727	中鋼	台灣	工業
6.	11988	聯電	台灣	科技業（半導體）
7.	11241	友達	台灣	科技業
8.	11184	聯發科	台灣	科技業（半導體）
9.	10910	台積	台灣	科技業
10.	10160	中油	台灣	工業（石化能源）
11.	9496	奇美	台灣	工業 （塑膠、橡膠材料等）
12.	9083	宏達電	台灣	科技業
13.	9010	台積電	台灣	科技業
14.	8732	寶來	台灣	金融業（元大寶來證券）
15.	8636	元大	台灣	金融業
16.	8058	聯邦	台灣	金融業（銀行）
17.	7937	群益	台灣	金融業
18.	7528	裕隆	台灣	汽車業
19.	7303	廣達	台灣	科技業
20.	7250	新光	台灣	金融業（銀行）
21.	6859	遠東	台灣	金融業
22.	6627	明基	台灣	科技業
23.	6156	台新	台灣	金融業（銀行）
24.	6053	卓越	台灣	科技業（卓越光纖）
25.	5934	大同	台灣	電子工業
26.	5903	長榮	台灣	運輸業（現包括飯店、文教、保全）
27.	5108	力晶	台灣	科技業（已轉移至力積電）
28.	5069	日月光	台灣	科技業（半導體）
29.	5031	仁寶	台灣	工業
30.	4879	華南	台灣	金融業（銀行）
31.	4870	南山	台灣	金融業
32.	4843	南亞	台灣	工業（塑膠）

33.	4822	中信	台灣	金融業
34.	4651	東森	台灣	電子傳媒
35.	4325	中信銀	台灣	金融業（銀行）
36.	4088	威盛	台灣	科技業（電子）
37.	3991	彰銀	台灣	金融業（銀行）
38.	3980	富邦金	台灣	金融業
39.	3949	台新金	台灣	金融業

表 6-2 經濟日報語料庫國際企業排序

排序編號	出現率	生詞	國別	產業別
1.	27825	蘋果	美國	科技業
2.	19450	微軟	美國	科技業
3.	18453	三星	南韓	科技業
4.	18287	英特爾	美國	科技業（半導體）
5.	11274	惠普	美國	科技業
6.	11097	Google	美國	科技業
7.	10533	花旗	美國	金融業
8.	9248	IBM	美國	科技業
9.	7472	戴爾	美國	科技業
10.	6981	摩根	美國	金融業
11.	6583	高盛	美國	金融業
12.	6339	SONY	日本	科技業
13.	6053	匯豐	香港	金融業
14.	5937	MSCI	美國	金融業
15.	5650	美林	美國	金融業
16.	5510	環球	美國	電影公司
17.	5275	ING	荷蘭	金融業
18.	5175	豐田	日本	汽車業
19.	5115	飛利浦	荷蘭	電子業
20.	5065	福特	美國	汽車業
21.	4943	摩根士丹利	美國	金融業
22.	4680	摩托羅拉	美國	科技業
23.	4199	三菱	日本	汽車業
24.	4063	安聯	德國	金融業
25.	3995	LG	南韓	科技業（跨足金融保險）
26.	3926	夏普	日本	電子產品

4.行銷華語課程語料庫企業範例

本研究徵詢北部某大學商學院教授行銷學的教授一名，獲得其同意，在學期中進行完整的課程錄音。本次的錄音日期由 2018 年 9 月 17 日開始，至 2019 年 1 月 7 日結束，皆為周一下午三堂課的課程，每堂課上課時間 50 分鐘。扣除 9 月 24 日中秋節和期中、期末考，以及 12 月 3 日播放影片等事宜，本研究共收集到 13 次完整的課程錄音，並將課程內容的逐字稿整理完成，交由授課教師確認內容無誤才存檔，逐字稿範例見附件一。本研究將所匯集的錄音逐字稿檔案整理為「行銷華語課程語料庫」，此「行銷華語課程語料庫」所提到的台灣企業名稱和次數，我們選出授課教師提及 3 次以上的企業，共 65 家，整理如下文表 7 所示。再由表 7 的內容區分為表 7-1 土企業排序，和表 7-2 國際企業排序。

表 7 行銷華語課程語料庫企業排序

排序編號	出現率	生詞	國別	產業類別
1.	22	宏碁 (19) Acer (3)	台灣	科技業
2.	14	寶齡 (7) 寶僑 (4) 寶潔 (3)	美國	P&G：日用品
3.	12	Apple (8) 蘋果公司 (4)	美國	科技業
4.	12	旺旺	台灣	食品為主
5.	12	Google	美國	科技業
6.	11	王品	台灣	餐飲業
7.	11	全家	日本	零售業（便利商店）
8.	11	燦坤	台灣	科技業
9.	11	西堤	台灣	王品：西提牛排
10.	11	台塑	台灣	塑膠、石化、醫療、教育
11.	10	Costco	美國	零售業（量販店）
12.	10	三星 (4) Samsung (6)	南韓	科技業
13.	9	NIKE	美國	運動用品
14.	8	華碩 (5) ASUS (3)	台灣	科技業
15.	8	三菱 (3) Mitsubishi(5)	日本	工業（塗料、機械、汽車、精工、運輸等）
16.	8	優尼聖	台灣	運動用品零售
17.	8	大葉高島屋	日本	百貨公司

18.	7	柯達	美國	攝影器材
19.	7	阿瘦	台灣	製鞋
20.	7	林鳳營	台灣	乳製品
21.	7	歐蕾	美國	P&G：護膚品牌
22.	7	開喜	台灣	德記洋行：茶飲品牌
23.	7	Hello Kitty	日本	三麗鷗（肖像授權）： 角色
24.	6	Lexus	日本	汽車
25.	6	麥斯威爾	美國	美國卡夫食品國際公司： 咖啡品牌
26.	6	長榮	台灣	運輸業（現包括飯店、文 教、保全）
27.	6	家樂福	法國	零售業（超市、量販店）
28.	6	寶來	台灣	元大寶來證券：金融業
29.	6	ROLEX	瑞士	鐘錶
30.	6	賓士 (3) Benz (3)	德國	汽車
31.	5	鼎泰豐	台灣	餐飲
32.	5	阿里巴巴	中國	科技業（電子商務）
33.	5	SAKURA	台灣	家電
34.	5	ICBC	中國	銀行
35.	5	中興	台灣	聯米企業股份有限公司： 中興米
36.	4	Adidas	德國	運動用品
37.	4	誠品	台灣	書籍、文化、旅館、不動產、 百貨零售
38.	4	鴻海	台灣	科技業
39.	4	司迪麥	丹麥	口香糖
40.	4	三洋	台灣	電器
41.	4	SWATCH	瑞士	鐘錶
42.	4	Toyota	日本	汽車
43.	4	Amazon	美國	科技業（電子商務）
44.	4	Trend	台灣	科技業
45.	4	飛柔	美國	P&G：護髮品牌
46.	4	黑松沙士	台灣	飲料
47.	4	欣葉	台灣	餐館
48.	4	白鴿	台灣	耐斯企業股份有限公司：白

				鴿洗衣精
49.	4	福特	美國	汽車
50.	4	金士頓	美國	科技業（記憶體生產）
51.	3	Gucci	義大利	精品業
52.	3	華為	中國	科技業
53.	3	宏達電	台灣	科技業
54.	3	LV	法國	精品業
55.	3	康師傅	中國	食品業
56.	3	星巴克	美國	餐飲業
57.	3	肯尼士	台灣	運動器材
58.	3	Gillette	美國	P&G：刮鬍刀品牌
59.	3	天美時	荷蘭	手錶/奢侈品製造
60.	3	Nikon	日本	光學產品（望遠鏡、相機、相機鏡頭等）
61.	3	舒潔	美國	金百利克拉克公司： 舒潔衛生紙
62.	3	SONY	日本	科技業
63.	3	PRADA	義大利	精品業
64.	3	黑面楊桃汁	台灣	台灣銘物企業有限公司： 飲料
65.	3	聯合利華	英/荷組合	日用品

表 7-1 行銷華語課程語料庫本土企業排序

排序編號	出現率	生詞	國別	產業別
1.	22	宏碁 (19) Acer (3)	台灣	科技業
2.	12	旺旺	台灣	食品為主
3.	11	王品	台灣	餐飲業
4.	11	燦坤	台灣	科技業
5.	11	西堤	台灣	王品：西提牛排
6.	11	台塑	台灣	塑膠、石化、醫療、教育
7.	8	華碩 (5) ASUS (3)	台灣	科技業
8.	8	優尼聖	台灣	運動用品零售
9.	7	阿瘦	台灣	製鞋
10.	7	林鳳營	台灣	乳製品

11.	7	開喜	台灣	德記洋行：茶飲品牌
12.	6	長榮	台灣	運輸業（現包括飯店、文教、保全）
13.	6	寶來	台灣	元大寶來證券：金融業
14.	5	鼎泰豐	台灣	餐飲
15.	5	SAKURA	台灣	家電
16.	5	中興	台灣	聯米企業股份有限公司： 中興米
17.	4	誠品	台灣	書籍、文化、旅館、不動產、 百貨零售
18.	4	鴻海	台灣	科技業
19.	4	三洋	台灣	電器
20.	4	Trend	台灣	科技業
21.	4	黑松沙士	台灣	飲料
22.	4	欣葉	台灣	餐館
23.	4	白鴿	台灣	耐斯企業股份有限公司： 白鴿洗衣精
24.	3	宏達電	台灣	科技業
25.	3	肯尼士	台灣	運動器材
26.	3	黑面楊桃汁	台灣	台灣銘物企業有限公司： 飲料

表 7-2 行銷華語課程語料庫國際企業排序

排序編號	出現率	生詞	國別	產業別
1.	14	寶鹼 (7) 寶僑 (4) 寶潔 (3)	美國	P&G：日用品
2.	12	Apple (8) 蘋果公司 (4)	美國	科技業
3.	12	Google	美國	科技業
4.	11	全家	日本	零售業（便利商店）
5.	10	Costco	美國	零售業（量販店）
6.	10	三星 (4) Samsung (6)	南韓	科技業
7.	9	NIKE	美國	運動用品
8.	8	三菱 (3)	日本	工業（塗料、機械、汽車、

		Mitsubishi(5)		精工、運輸等)
9.	8	大葉高島屋	日本	百貨公司
10.	7	柯達	美國	攝影器材
11.	7	歐蕾	美國	P&G：護膚品牌
12.	7	Hello Kitty	日本	三麗鷗（肖像授權）： 角色
13.	6	Lexus	日本	汽車
14.	6	麥斯威爾	美國	美國卡夫食品國際公司：咖 啡品牌
15.	6	家樂福	法國	零售業（超市、量販店）
16.	6	ROLEX	瑞士	鐘錶
17.	6	賓士 (3) Benz (3)	德國	汽車
18.	5	阿里巴巴	中國	科技業（電子商務）
19.	5	ICBC	中國	銀行
20.	4	Adidas	德國	運動用品
21.	4	司迪麥	丹麥	口香糖
22.	4	SWATCH	瑞士	鐘錶
23.	4	Toyota	日本	汽車
24.	4	Amazon	美國	科技業（電子商務）
25.	4	飛柔	美國	P&G：護髮品牌
26.	4	福特	美國	汽車
27.	4	金士頓	美國	科技業（記憶體生產）
28.	3	Gucci	義大利	精品業
29.	3	華為	中國	科技業
30.	3	LV	法國	精品業
31.	3	康師傅	中國	食品業
32.	3	星巴克	美國	餐飲業
33.	3	Gillette	美國	P&G：刮鬍刀品牌
34.	3	天美時	荷蘭	手錶/奢侈品製造
35.	3	Nikon	日本	光學產品（望遠鏡、相機、 相機鏡頭等）
36.	3	舒潔	美國	金百利克拉克公司： 舒潔衛生紙
37.	3	SONY	日本	科技業
38.	3	PRADA	義大利	精品業
39.	3	聯合利華	英/荷組合	日用品

我們發現這位在大學商學院教授行銷學的教師，其上課內容提到不少台灣本土企業，共 26 家。在國際企業中，以美國企業為主，共 15 家；其次為日本企業，共 8 家；歐洲國家中，德國、法國、義大利、瑞士各有兩家，另有丹麥荷蘭和英國荷蘭合資企業各 1 家。台灣人熟悉的韓國只提到三星 1 家，但提到的次數不少；另外，大陸企業共有 4 家，包含台商康師傅在內。這份由「行銷華語課程語料庫」所整理出來的企業名稱，和「行銷華語教材語料庫」、「行銷華語報章語料庫」中所提到的企業名稱有同有異，值得進一步深入研究。

5.行銷華語十一項行銷策略

本研究在北部某大學商學院行銷學的課程錄音結束後，繼續進行下一階段的行銷華語相關基礎研究。由於研究者在多次非正式訪談商務華語教師的過程中，聽到他們提及行銷內容是商務華語學習者感興趣的主題之一，然而目前的商務華語教科書主要提及的都是大陸和美國企業，他們需要能使用於課堂的台灣企業資料，以及一些行銷學的策略分析，以便在上課的過程中能引用本土企業行銷案例和外籍學生討論。因此本研究進一步查詢了三位在北部大學商學院教授行銷學相關課程的教授，這些教授都具有實際的商場工作經驗，在理論與實務的結合上具有參考之處。因此研究者對這三位教授進行諮詢，並整理出行銷學中常用的行銷策略，以及本土和國際企業的著名行銷案例。本研究所歸納整理的行銷策略共有 11 種，其中行銷學的前 8 項策略定義內容參考戴國良 (2016)《行銷學：精華理論與本土案例》第 3 版 (p.428-430)，第 9-11 項定義則在諮詢時由三位教授協助確認。這三位行銷學諮詢專家的基本資料如下文表 8 所示，和本土企業有關的範例如表 9 所示，和國際企業有關的範例見附件二。

表 8 行銷學諮詢專家基本資料

編號	性別	年齡	最高學歷	商務經驗、年資	行銷學教學年資	教授科目
T1	女	40-50	國立交通大學 管理科學研究所 博士	有，1 年	15 年	行銷管理
T2	男	50-60	國立台灣大學 商學研究所 博士	有，2 年	21 年	行銷學、國際企業管理、策略管理、海外直接投資
T3	男	50-60	國立交通大學 管理科學研究所 碩士	有，3 年	25 年	行銷學、行銷管理、行銷專題、管理學、國際企業管理

表 9 行銷華語十一項行銷策略之本土企業範例

策略構面	編號	策略名稱	策略定義	本土企業範例	
產品策略	一	產品創新	市場挑戰者可以自創一個新的產品，吸引市場注目，而達到攻擊領導者之目的，並建立自己的新地位。	T1	GOGORO 1. 《品牌志》，〈從創新價值看 Gogoro 貴嗎？〉，2015 年 7 月 9 日。 2. 《數位時代》，〈電動機車不只環保還很智慧！盤點 Gogoro 六大創新功能〉，2019 年 6 月 21 日。
				T2	永光化學(EVER CHEMICAL)的高科技染料技術 《往高處行》，第五章，中國生產力中心出版，曾玉明，2010 年， p.178-190。
				T3	蝦皮與淘寶 (*PC Home) 《商業周刊》，〈後進者別怕！攻對手弱點勝算更大〉，1558 期，2017 年 9 月 21 日。
	二	產品繁殖	市場挑戰者可以尾隨市場領導者暢銷之產品，而相繼推出不同形式、規格、包裝、口味之近似產品，以取得市場佔有率。	T1	路易莎咖啡 《今周刊》，〈一塊蛋糕 開啟路易莎咖啡打國際盃之路〉，1146 期，2018 年 12 月 5 日。
				T2	正新輪胎 MAXXIS 瑪吉斯品牌 《數位時代》，〈MAXXIS 瑪吉斯輪胎深耕市場，成為全球國際車廠指定夥伴〉，2019 年 8 月 20 日。
				T3	萊爾富超商 《今周刊》，〈走自己的路 萊爾富營收百億〉，1182 期，2019 年 8 月 14 日。
	三	名氣尊榮高品質	企業推出標榜高品質產品、以金字塔頂端人口為目標銷售客群，營造客戶尊榮感以及認同感。	T1	巨大捷安特 1. 《捷安特傳奇 全球品牌經營學》，第八章，林靜宜，天下文化，2018 年。 2. 《台灣光華雜誌》，〈打造台灣自行車島：巨大捷安特〉，2019 年 9 月。
				T2	法藍瓷 《天下雜誌》，〈法藍瓷/打造受人尊重的文創品牌〉，2013 年 5 月 15 日。

				T3	玉山銀行「登峰理財會員」 Money101,〈【財富管理系列】客戶分級資格知多少〉,2018年3月2日。
	四	改進服務	建議一種完善的售前、售後服務系統,提供客戶不同於市場領導者之附加服務功能,以爭取客戶之同情與認同,而取得市場佔有率。	T1	GOGORO 《能力雜誌》,〈聚集創新匪類,Gogoro電動機車不僅時尚更拯救地球〉,2016年4月8日。
				T2	華碩手機 《經濟日報》,〈華碩手機登陸印度 攜當地最大電商搶灘高階手機市場〉,2019年6月19日。
				T3	全國電子 《商業周刊》,〈二代操盤3年大店計畫全國電子營收逆襲老大〉,1660期,2019年9月5日。
定價策略	五	製造成本降低	透過產品成本降低,可以使產品價格更具彈性,強化市場競爭力。	T1	鴻海 《經營管理論叢》,〈台灣個人電腦產業的策略演化:以廣達、鴻海及宏碁公司為例〉,Vol.3, No.1, 2007, p.29-42。
				T2	台塑集團採取低毛利策略 《行銷學》,第十章,林建煌,華泰文化,2016年,P.243。
				T3	日月光 《商業周刊》,〈不做就沒訂單 日月光一滴水用三次〉,1606期,2018年8月23日。
	六	低價格折扣	提供在品質上與市場領導者相等,但價格更便宜之產品,以打擊市場領導者。	T1	100元理髮 《蘋果日報》,〈百元快剪 攻心術 大賣場內3坪小店 只剪你髮不減尊嚴〉,2007年11月14日。
				T2	壹咖啡的低價高品質策略 《今周刊》,〈顏文山從零出發 壹咖啡五十萬起家 創造億元營收〉,368期,p.86,2004年。
				T3	亞太電信 Gt 智慧生活,〈新戶199專案〉。

配銷策略	七	通路創新	市場挑戰者可以透過創新性的通路滲入市場，讓市場領導者出其不意、措手不及。	T1	美廉社 《商業周刊》，〈從縫隙找商機——美廉社用超商距離，賣超市商品〉，2018年4月26日。
				T2	宅急便 ，開創新的配銷通路 《行銷學》，第十一章，林建煌，華泰文化，2016年，P.276。
				T3	飛燕煉乳 《商業周刊》，〈飛燕從剉冰店配角，變食品解決方案商 49歲國民煉乳 靠百種秘密配方稱霸全台〉，1644期，2019年5月16日。
推廣策略	八	密集的廣告促銷活動	在短時間內強打大量廣告，營造品牌形象、傳播朗朗上口的行銷訴求與口號。	T1	多喝水 《數位行銷實戰家》，〈多喝水 20年〉，溫慕堯，2016年5月24日。
				T2	中華航空 《中時電子報》，〈華航獲 2017 年「新世代最嚮往企業 TOP 20」〉，2017年4月20日。
				T3	開喜烏龍茶 動腦新聞，〈反敗為勝的行銷策略〉，2009年6月29日。
市場進入與經營策略	九	本土化	外商進入在地市場之後，為提高此地消費者的產品接受度，而在其包裝、廣告上因應在地社經文化而做出與其母國市場不同的改變。	T1	85度C 1. 《品牌癮》，〈85度C大轉型—【從美國到台灣二代店，透視85度C海內外品牌策略】〉，2013年。 2. 每日頭條，〈超越星巴克，美國開千店，85度C憑啥這麼闊？〉，2017年9月1日。
				T2	HSBC(匯豐銀行) Direct(網路與電話銀行) (*結合匯豐銀行和東森購物) 《今周刊》，〈匯豐力求在地化 陳民康破中文表誠意〉，2006年11月23日，p.28。
				T3	台灣正新輪胎 《商業周刊》，〈鼓勵娶當地人、禁養小三 正新品牌打進180國戰法〉，1658期，2019年8月22日。

十	加 盟 與 合 作	外商在進入在地消費市場之前，為了減少溝通上下游廠商而另闢通路的成本，而採取與在地已有的通路合作之策略。	T1	華碩 1. 《數位時代》，〈華碩海外市場的挑戰：遭歐盟開罰巨額罰款，還要擠進印度市佔前五〉，2018年7月25日。 2. msn 財經，〈華碩在印尼的實體「陸戰」：就靠大量招牌跟「貼紙檢查員」〉，2019年7月14日。
			T2	無印良品與 7-11 的合作 《自由時報》，〈無印良品進統一超設櫃力創雙贏〉，2014年9月11日。
			T3	美國星巴克公司與統一集團的合作 《今周刊》，〈統一星巴克開始賺錢了〉，2011年5月17日。
十一	企 業 形 象 經 營	企業順應時代潮流、技術創新等，提升企業經營的核心能力，以達到改變消費者對該企業的印象並且增進營業額之目的。	T1	台積電 《藍海策略台灣版：15個開創新市場的成功故事》，〈台積電 價值創新坐穩代工龍頭〉，朱博湧，天下文化，2006年。
			T2	玉山金控 《中國時報》，〈玉山金控奪5金創最佳紀錄〉，2018年10月18日。
			T3	順發電腦企業 《遠見雜誌》，〈順發電腦 以公益型企業，讓418萬人行善〉，2011年5月號，2011年4月29日。

6.行銷華語課程參考架構

在研究中我們發現，美國和大陸所編寫的教材總計 63 本教材，這些商務漢語教材中，多數以美國和大陸的企業為編寫重心，對於大陸企業的介紹多是正面的，課文中提到的大陸經濟狀況也是欣欣向榮，這些現象值得我們設計課程和編寫台灣商務教材時深思。

本研究透過前面四項的研就成果，初步規劃了一個行銷華語課程藍圖，如下文表 10 所示。本課程可以在大學中教授大學部外籍學生，課程構想為一學期 18 周，除去期中考和期末考，規畫 16 周的課程內容，也可以做為國語中心學生學習的課程。課程內容依序為基本理論介紹、在台灣的美國、日本或韓國企業的介紹，以及做為課程主體的台灣企業介紹和行銷策略分析。課程規劃之所以選擇美、日、韓三國為前三堂課的目標，原因在於此三個國家來台學習者眾多，如此設計可以激發學習者的學習動機。

課程規劃的台灣企業，則以經濟日報語料庫和行銷學專家的建議合併考量，期望這樣的課程能讓學習者自然了解台灣商業發展與未來，同時吸收台灣著名企

業的相關背景知識，讓想在台灣長期定居或就業的外籍人士，能夠更深入的發現台灣產業的經營特色與行銷方式。

本研究所歸納出的台灣著名本土企業，做為課程規劃的目標。前兩周以行銷學基礎理論為主，其中可以帶入簡短的台灣企業介紹。第三周至第五周為在台灣的美國、日本或韓國企業的介绍；至第五周為止的課程，除了做為行銷華語的暖身課程之外，也希望能吸引學習者的興趣，加強學習動機。之後以十一種行銷策略的分析為主，每一課的課文都包括兩個學習重點，第一單元是「企業介紹」，第二單元是「行銷策略」，此種課程架構可以在行銷華語教材中介紹台灣的著名企業，以及在背景知識中融入台灣本土的經濟概況，除了有助於教師的教學實務，也可做為其他商務華語教材的補充資料，在商務課程中深化台灣的國際形象並吸引外籍人士來台學習及就業，課程規劃具有很強的實用性。

表 10 行銷華語課程規劃藍圖

課序	課程內容	企業名稱	產業類別
1	行銷華語基本概念 1：產品、定價	鼎泰豐、王品集團	餐飲業
2	行銷華語基本概念 2：配銷、推廣	誠品書店、 PChome 網路家庭	文創業、 電子商務
3	在台美國企業介紹與行銷內容	星巴克 Starbucks Coffee	餐飲業
4	在台日本企業介紹與行銷內容	優衣庫 UNIQLO	服飾業
5	在台韓國企業介紹與行銷內容	三星 Samsung	科技業
6	產品一：產品創新	GOGORO	電力機械器材 製造修配業
7	產品二：產品繁殖	路易莎咖啡	餐飲業
8	產品三：名氣尊榮高品質	巨大捷安特	機械工業
9	產品四：改進服務	全國電子	電子業專賣店
10	期中報告	-	-
11	定價：製造成本降低	鴻海	科技業
12	定價：低價格折扣	100 元理髮	理髮業
13	配銷：通路創新	美廉社	零售業
14	推廣：密集的廣告促銷活動	多喝水	飲料業
15	市場進入與經營一：本土化	85 度 C	餐飲業
16	市場進入與經營二：加盟與合作	無印良品與 7-11 的 合作	零售業
17	市場進入與經營三：企業形象經營	台積電	科技業
18	期末報告	-	-

參考文獻

一、中文文獻

1.行銷專書、期刊論文

- 王建民(2014)。行銷英文(初版)。台灣: 貝塔出版有限公司。
- 付合堂(2006)。如何改進銷售差異分析技術。中國石油石化, 2006(14), 65-65。
- 江昀璿, 胥淑嵐(2014)。行銷公關英語超有料(初版)。台灣: 立得出版社。
- 朱雪娟(2009)。解讀菲力浦·科特勒行銷理念探討高校管理中的行銷策略。無錫職業技術學院學報, 2009(06), 37-39。
- 沈玉堯(2012)。淺析行銷英語的語言特徵及其漢譯技巧。都市家教: 上半月, (11), 225-225。
- 李純白(2015)。B2B 企業英語會話: 行銷篇(初版)。台灣: 五南圖書出版股份有限公司。
- 李樑堅、陳英仁、王婷藝(2016)。壽險保戶購買長期照護險決策行為之研究—以南部地區為例。風險管理學報, 18(1), 63-94。
- 吳耿錚(2011)。“行銷 3.0”概念與“社會企業”商業形態的結合。現代商業, 2011(35), 90-91。
- 林文睿(1999)。從行銷的角度析論公共圖書館經營的利基。臺北市立圖書館館訊, 16(3), 14-18。
- 姜法奎(2000)。21 世紀的行銷管理寶典——評菲力浦·科特勒教授的千禧年版《市場行銷》。雲南財經大學學報, 2000(02), 93-94。
- 柯泰德(2007)。有效撰寫行銷英文(初版)。台灣: 揚智文化。
- 胥淑嵐(2013)。用英語說出行銷力(初版)。台灣: 倍斯特出版事業有限公司。
- 施孝昌, Roberts, W(2016)。最潮行銷英語: 用英語賺遍全世界(初版)。台灣: 布可屋文化出版社。
- 陳超明(2011)。一生必學的英文單字: 企劃行銷篇·談判合作篇(初版)。台灣: 聯經出版公司。
- 黃慶源、邱志仁、陳盈全(2004)。博物館在地區行銷中所扮演的角色與功能。科技博物, 8(1), 3-20。
- 楊菁(2005)。論酒店商場行銷形象。湖州職業技術學院學報, 2005(04), 23-25, 28。
- 楊璨瑜、范惟翔(譯)(2011)。行銷學原理: 全球觀點 (初版一刷)(原作者: Philip Kotler 等)。台北市: 東華書局。
- 董潔芳、董浩芳、裴亞潞(2014)。運用菲力浦·科特勒測評模式對解州關帝廟遊客滿意度測評研究。江蘇商論, 2014(04), 36-38, 57。
- 趙娟(2007)。世界管理大師連載之(6)現代行銷之父: 菲力浦·科特勒。施工企業管理, 2007(09), 65-65。
- 熊傑(2011)。旅遊產品的層次結構再思考。理論月刊, 2011(02), 93-95。
- 熊名甯、張勇(2013)。基於 STP 戰略的體驗行銷探討。中國商貿, 2013(36), 42-42, 43。

- 劉永(2007)。基於顧客讓渡價值的零售業行銷策略研究—以FS公司為例。商場現代化，496，192-193。
- 蔡綺慧(2011)。社交網路行銷在中國。中國外資(下半月)，2011(09)，136-137。
- 戴志中(譯)(2007)。搞定行銷英文(初版一刷)(原作者：Foden, Brian)。台灣:貝塔出版有限公司。
- 戴國良(2016)。行銷學：精華理論與本土案例(第3版)，428-430。台灣:五南圖書出版股份有限公司。

2.行銷碩士論文

- 丁威仁(2017)。地方行銷之研究—以臺中后里地區為例(碩士論文)。世新大學，台北市。
- 周維沛(2005)。銀行業房屋貸款行銷管理策略面及執行面之研究--以上海商業儲蓄銀行為例(碩士論文)。東吳大學，臺北市。
- 徐藍翊(2005)。健身俱樂部目標行銷之研究—以金牌健身俱樂部為例(碩士論文)。銘傳大學，臺北市。
- 陳俊元(2008)。客家文化古蹟與地方行銷策略之研究-以桃園縣大溪鎮為例(碩士論文)。國立中央大學，桃園市。
- 張鈺萱(2015)。農業創新成功關鍵因素個案分析 —以雲林荊桐鄉為例(碩士論文)。國立暨南國際大學，南投縣。
- 游潔如(2009)。探討部落格行銷之應用—以無名小站為例(碩士論文)。輔仁大學，新北市。
- 楊珮青(2005)。從 Michael Porter 與 Philip Kotler 理論看臺灣 c-GMP 國資藥廠的經營策略(碩士論文)。逢甲大學，台中市。
- 謝義良(2010)。高雄地區幼兒園對幼教用品社幼兒教材消費決策行為之研究(碩士論文)。國立高雄師範大學，高雄市。

3.商務華語相關論文

- 丁安琪(2004)。商務漢語寫作課教學行動研究報告。雲南師範大學學報:對外漢語教學與研究版，2(5)，34-38。
- 丁俊玲(2009)。商務漢語資訊庫建設芻議。教育評論，(5)，104-106。
- 丁存越(2010)。商務漢語立體化教學模式的探討。學術界，(8)，167-172。
- 王曉華(2002)。對外商務漢語新型教學模式——課外實踐教學。現代中文學刊，(5)，47-48。
- 王敬淳、陳浩然、潘依婷(2015)。應用網路商務華語語料庫—以搭配詞為例。華語文教學研究，12(2)，75-102。
- 毛悅(2010)。海外企業人員短期漢語教學模式研究。世界漢語教學，(1)，103-111。
- 平麗芳(2012)。論電子商務漢語詞彙變化的最新趨勢。外語教學與研究，(65)，74-75。

- 李憶民(1999)。視聽說對外漢語教材編制初探—[國際商務漢語] 的總體構想與編制原則。漢語學習，(1)，48-52。
- 李麗基(2015)。於認知解析的商務詞語搭配教學。北京第二外國語學院學報，(10)，73-79。
- 何敏(2005)。淺談問題導向教學模式在商務漢語教學中的運用。世界經濟情況，(19)，31-32。
- 辛平(2007)。面向商務漢語教材的商務領域詞語等級參數研究。語言文字應用，(3)，70-77。
- 沈庶英(2011)。《經貿漢語本科教學詞彙大綱》理念及特色分析。民族教育研究，22(6)(總 107)，87-91。
- 季瑾(2007)。基於語料庫的商務漢語學習詞典的編寫設想。語言教學與研究，(5)，15-21。
- 周小兵、干紅梅(2008)。商務漢語教材選詞考察與商務詞彙大綱編寫。世界漢語教學，(1)(總 83)，77-84。
- 岳薇(2014)。試論商務語體。人文叢刊，(8)，234-241。
- 陳麗宇、李欣欣(2012)。商務華語教材詞彙研析：師培需求暨觀點研究。臺灣華語教學研究，(總 5)，15-42。
- 陳麗宇(2015)。《經貿漢語本科教學詞彙大綱》書評。華語文教學研究，12(3)：153-161。
- 陳麗宇、曾元顯(2017)。新商務漢語考試詞彙選詞分析。點亮語言世界—鄭錦全先生八秩壽慶論文集，516-533。
- 唐興全(2015)。商務漢語教材詞彙處理分析。語文學刊，(1)，116-118。
- 張黎(2007)。現場促銷員的會話策略分析。語言文字應用，(3)，87-93。
- 張黎(2007)。商業漢語口語研究—現場促銷語言調查與分析。北京：中國傳媒大學出版社。
- 張黎(2010)。商務漢語口語的話語特徵。漢語學習，(3)，90-94。
- 張黎(2016)。專門用途漢語教學。北京：北京語言大學出版社。
- 曹晉(2015)。試論中高級水準商務漢語教材的編寫。現代語文：下旬。文學研究，(7)，142-144。
- 楊金華(2002)。漢語口頭交際能力的快速培養--談外企人士對漢語教學的要求及我們的措施。暨南大學華文學院學報，(3)，24-28。
- 趙金銘(2009)。商務漢語論文標題的內容與詞語分析。國際漢語教育，(2)，3-7。
- 劉玉林、虞昌亮(2016)。基於關鍵詞共現類聚的電子商務信用研究熱點分析。商業經濟研究，(18)，89-91。
- 韓健(2016)。試析商務漢語學習詞典的實用性。現代語文，(1)，136-138。
- 羅燕玲(2003)。商務漢語詞彙教學重點淺析。暨南大學華文學院學報，(4)，45-50。

二、英文文獻

1.行銷英語

- Drucker, P. (1973). *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. New York: Harper & Row.
- Goi, C. L. (2009). A Review of Marketing Mix: 4Ps or More? *International Journal of Marketing Studies*, 1(1), 2-15.
- Hunt, S. D., (1976). The Nature and Scope of Marketing. *Journal of Marketing*, 40(3), 17-28.
- Jones, D. G. B., & Monieson, D. D. (1990). Early development of the philosophy of marketing thought. *Journal of Marketing*, 54(1), 102–113.
- Konovalova, A., & Yepes, G. R. (2016). *The language of marketing and its translation: morphological and semantic aspects of terminology*. MonTI 8trans (2016: 1-25). ISSN 1889-4178.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *A Framework for Marketing Management* (4th ed.). Upper Saddle River, N.J: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong G. (1989). *Principles of Marketing*. Engleweed Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Lancaster, G., & Reynolds, P. (1999). *Introduction to Marketing*. London: Kogan Page.
- Levitt, T. (1986). *The Marketing Imagination*. New York: Free Press.
- Moules, J. (2010). Observe, Measure, Respond: The Keys to web Selling. *Financial Times FT Weekend*, June 26-27, pp. 30-31.
- O’Sullivan D., & Abela, A. V. (2007). Marketing Performance Measurement Ability and Firm Performance, *Journal of Marketing*, 71 (April), 79-93.
- Xie, X. (2018). *Research on Achieving the Ways of Efficient International Marketing English Course Teaching under the TPACK Framework*. Proceedings of the 3rd International Seminar on Education Innovation and Economic Management (SEIEM 2018), Malaysia.

2.專業英語詞彙研究

- Chen, L. (2008). *An Investigation of Lexical Bundles in Electrical Engineering Introductory Textbooks and ESP Textbooks*. Carleton University, Ontario.
- Chujo, Kiyomi & Genung, Michael. (2003). *Vocabulary-level assessment for ESP texts used in the field of industrial technology*. *English Teaching*, 58(3), 259-274.
- Hajiyeva, K. (2015). A corpus-based lexical analysis of subject-specific university textbooks for English majors. *Ampersand*, 2, 136-144.
- Menon, S., & Mukundan, J. (2010). Analysing collocational patterns of semi-technical

words in science textbooks. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 18(2), 241-258.

- Nor Mohamad, A.F., & Ng, Y. J. (2013). Corpus-based Studies on Nursing Textbooks. *Advances in Language and Literary Studies*, 4(2), 21-28.
- Parizoska, J.& Rajh, I. (2017). Idiom Variation in Business English Textbooks: A Corpus-Based Study. *ESP Today*, 5(1), 46-67.
- Puteh, S. N., & Mohamad, A. F. N. (2017). A Corpus-Based Evaluation on Two Different English for Nursing Purposes (ENP) Course Books. *Advances in Language and Literary Studies*, 8(2), 196-201.
- Sinturat, T. (2010). *An Analysis of Lexical Phrases in Business Letters: An Online. Business Letter Corpus and Textbooks*. Graduate School, Srinakarinwirot University, Bangkok.
- Skorczyńska Sznajder, H. (2010). *A corpus-based evaluation of metaphors in a Business English textbook. English for Specific Purposes*, 29, 30-42.
- Zia Tajeddin, & Ali Rahimi. (2017). A Conversation Analysis of Ellipsis and Substitution in Global Business English Textbooks. *International Journal of Society, Culture & Language*, 5(1), 1-14.

3. 專業英語教科書研究

- Ajideh, P. (2006). Schema-theory based considerations on pre-reading activities in ESP textbooks. *The Asian EFL Journal Teaching Articles*, 16, 1–19.
- Alemi, M., & Razzaghi, S. (2013). Politeness markers in English for business purposes. textbook. *International Journal of Research Studies in Language Learning*, 2(4), 109-123.
- Azarnoosh, M., & Ganji, M. (2014). ESP book evaluation: The case of management course book. *International Journal of Secondary Education*, 2(4), 61-65.
- Baleghizadeh, S. & Rahimi, A. H. (2011). Evaluation of an ESP Textbook for the Students of Sociology. *Journal of Language Teaching and Research*, 2(5), 1009-1014.
- Bogdanovic, V. (2014). Genre-Based Metadiscourse Analysis in two ESP Textbooks. *Facta Universitatis series Linguistic and Literature*, 12(2), 115-124.
- Chan, C. S. C. (2009). Forging a link between research and pedagogy: a holistic framework for evaluating business English materials. *English for Specific Purposes*, 28(2), 125-136.
- Danaye Tous, M., & Haghigi, S. (2014). Evaluation of ESP textbooks: Evidence from ESP textbook of computer engineering major. *International Journal of Research Studies in Language Learning*, 3(2), 55–68.
- Ghalandari, S., & Talebinejad, M. R. (2012). Medical ESP Textbook Evaluation In

- Shiraz Medical College. *Education Research Journal*, 2(1), 20-29.
- Karimnia, A. & Jafari, F. M. (2017). Critical ESP Textbook Evaluation: The Case of Visual Arts Textbook. *Sustainable Multilingualism*, 11, 219-236.
- Khoshsiman, H. & Khosravani, M. (2014). ESP textbook criteria: a case study of Iranian Universities. *International journal of studies in English language and literature*, 2 (7), 42-49.
- Langroudi, J., & Behrozi, E. (2015). Evaluation of an ESP Textbook for the Students of Accounting. *The Iranian EFL Journal*, 11(2), 109-125.
- Salehi, H., & Khadivar, Z. (2015). Evaluation of an ESP Medical Textbook: Instructors and Learners' Perceptions in Focus. *International Education Studies*, 8(7), 97-107.
- Salehi, H., Khadivar, Z., Babaei, R., Singh, J., & Kaur, H. (2015). An evaluating study on ESP medical textbook: instructors and learners needs analysis. *English Language Teaching*, 8(7), 142-151.

附件一 行銷學課程逐字稿範例

- 00:00 好 所以同學可以看到就是說行銷 行銷 到底什麼是行銷
其實每一個同學都知道 都聽過 行銷到底是一個什麼東西
只是每一個人對真正的行銷的定義 不見得 很清楚 不見得 很了解
- 00:20 有同學說 行銷是什麼 行銷就是在菜市場把東西想辦法賣掉
- 00:28 行銷到底是什麼 行銷可能是 我在電視上看到人家的廣告 這就叫行銷
- 00:31 行銷是什麼 如果一個藝人他今天出了一張新的唱片 他辦了一個簽唱會
這個也是行銷
- 00:39 或者是說 如果你今天看到 或是說 這個業務 登門拜訪遞上名片 這個也
是一種行銷
- 00:49 說對也是對 但是說不對也不對 為什麼 因為我們剛剛講過的這麼多
其實都是屬於行銷的一部分
- 00:58 那過去來講 可以看到 如果今天行銷有點類似像菜市場 我們賣東西
常常怎麼樣 如果今天你到菜市場買東西 會怎麼樣 我們叫銀貨兩訖 對不對
我今天看中了 我付了錢 東西我就拿走了 對不對
- 01:17 但是現在人講行銷 其實不是只有如此 他必須要怎樣 必須要怎麼能夠讓
你覺得 satisfy
- 01:25 How to satisfy your customer? 怎麼樣能夠讓你的顧客滿意 怎麼樣能夠讓
你的顧客的價值提高
- 01:32 我們都聽過兩個英文字 哪兩個英文字? 買東西的時候你常常會把它當作
一個評估的標準 哪兩個英文字
- 01:45 一個是 C 一個是 P CP CP CP 值聽過吧
- 01:58 每個同學知道 CP 值好高喔 C 是什麼 C 是什麼 很簡單嘛 C 是什麼 Cost
- 02:12 請問是甚麼 Cost 你說老師就是我們出去的錢嗎
- 02:16 你說對也是對 說不對也不完全對 為什麼 如果今天我如果告訴你說等一
下下課請你去買一罐舒跑
- 02:26 如果是從你的 Money Cost 金錢成本去考量的話 你知道在這個學校的附
近哪邊可以買到最便宜的舒跑 你們認為哪裡最便宜 便利商店嗎? 不是
- 02:43 哪裡? 有同學搭捷運 善導寺捷運站上面是什麼地方 善導寺捷運站上面
華山市場 那叫什麼 全聯社
- 02:58 請問全聯社的東西會不會比便利商店的便宜 會吧 所以那你為什麼不會
跑到全聯社去買一瓶水
- 03:07 如果從 Money Cost 剛剛講的 如果單純從金錢成本去考量 是不是會跑去
全聯社 斤斤計較 一塊錢我都要省
- 03:18 可是為什麼你一塊錢都不省 因為你還要付出甚麼 Time

03:25 Time Cost 還有什麼 Energy 精力 你要不要走過去 你願意嗎 你當然不願意 我剛剛講了 如果更便宜的話你就會到量販店 到 Costco 更便宜嘛 你為什麼不去

03:46 因為你覺得說 我寧願用金錢去換我的 Time 和 Energy 我不需要花那麼多的時間跟精力就可以買到一瓶水 所以我多付兩塊錢我也願意

04:02 要不然的話你家便利商店為什麼會生意好 因為所有的東西你如果在量販店都可以買的到的話 一定都會比便利商店便宜嘛

04:14 P P 是什麼 我剛剛講了 Cost 那 P 是什麼 聽過 performance 什麼叫 performance 這個英文字叫什麼意思 表現

04:35 老師在台上表演 我們叫 performance 我們把她翻成什麼 績效

04:44 就是你的績效 他可能這個東西我買來是不是實用 我有沒有品質的利益 我能不能夠去彰顯

04:56 買一支 iPhone X 手機 你看多少錢 一隻最貴五萬 2 光一個手機套要 4000 多塊

05:26 但是有沒有人買 還是有人買

05:33 手機以目前的發展來講 功能都差不多 該拍照的有拍照 該有 APP 的低階的也可以用阿

該有的都有 為什麼要換這麼貴的手機

因為我可以彰顯自己的地位嘛 我們要炫耀

06:19 其實消費者 現在的行銷 其實講的就是說 How to satisfy your customer and raise your customer value 提升你的顧客價值 怎樣讓你的顧客成為你的 right long customer 一輩子的顧客 終身的顧客

06:41 他再購的時候毫不猶豫考慮就是你的東西了 因為我用你的東西真好

06:48 這就是我們這學期我們要學的 你可以看到老師在這邊一開始放的圖片裡面 圈起來的是一些 Marketing 的字彙

customer 行銷最重要的是滿足顧客的需要

customer analysis 你是一個什麼要的顧客 什麼是目標

07:40 如果今天 Benz 公司業務代表 跟班代說 可不可以等一下下課的時候請大家下課的時候請大家留下來 是不是可以利用一點點時間來到貴班跟各位同學介紹 我們德國賓士公司今年所上市的最新的賓士跑車 請問會不會這樣講 你覺得會不會這樣講

08:11 不會嘛 他怎麼會浪費時間在你們身上呢 因為你們不是他的 target

08:21 可是如果今天有一家補習班 他進到這個班上來告訴你們說 各位同學 你們雖然是新生 但是呢 我真的也鼓勵大家 我今天是某某某英文補習班 我們有推出一個新生的專案 只要你是憑新生註冊單 我們就打五折 是不是可以安排個時間我們就到貴班安排做個說明會 鼓勵大家 機會非常難得

08:48 你們想想看 會不會來 他有可能就會來 因為你們是他的目標 所以等於就是說我們賣東西一定要掌握到我們的 target market 我的目標顧客到底是誰 我不會浪費我的子彈

09:04 行銷也是一樣 我今天資源有限 可是呢 我的顧客到底在哪裡 我如果把我的行銷資源花在那些不是我的顧客 不是我的可能的潛在顧客 那又有甚麼用

09:17 同學應該都聽過一個故事 甚麼故事 就是兩家公司都是賣鞋子 然後這兩家公司分別派就業務員去非洲的一個小國去做市場的考察

09:35 結果兩家公司的業務員回到公司以後所做出來的報告南轅北轍 一個業務員說這個地方實在是潛力太大了 因為所有的人都不穿鞋子 所以只要我們能夠給他們做衛生的講解 怎樣能夠去保護他們的腳 然後推出一些優惠方案 我相信在這個地方一定有很大的市場

10:05 但是另外一個業務員說甚麼 唉當地不可能啊 沒有人穿鞋子 這是他們過去的傳統

10:15 對不對 到底有沒有 你是哪一個業務員 顧客在那裏 你是準備要開發進度 還是就打退堂鼓

10:27 我相信這個其實在過去很多同學都有打工的經驗

10:34 所以我們有時候要分析顧客 analysis 是要分析什麼 要分析我們的 environment 甚麼是 environment 環境 對不對 請問你行銷會不會受環境影響 當然會嘛

10:49 對不對 可以看的到現在在台灣有一些行業都蕭條嘛 你看很多夜市現在陸客都不見了嘛 為什麼 誰不來 陸客不來 對不對

11:04 今年才剛剛開始 其實有很多學校已經在面臨生死交關 為什麼 因為少子化嘛 對不對 再加上甚麼問題 政府跟中國大陸交惡嘛 陸生不來嘛

11:18 所以我今天早上聽廣播 還說博生要招收甚麼地方的學生 還有國中耶 要招什麼地方的學生 新南向 要招收印尼的 泰國的來到台灣 國中生耶 你會覺得其實很令人匪夷所思 可是我請問一下 學校也是一樣阿 學校沒有學生他就關門嘛 一樣也需要跟政治有關

11:49 跟什麼有關 我們常常講 其實就是 PEST 簡單來講其實還有很多 P 是什麼政治的環境 Political 跟經濟有沒有關 有嘛 到底經濟的景氣是如何 是繁榮還是衰退 對不對 S 有沒有關 什麼是 S 社會嘛 對不對 如果社會的氛圍說欸大家都不要 尤其是同學都知道 最近的很多的這些行業遭受到一些困境 尤其是國內的旅遊業 你們知道誰不來 陸客 對不對 原來是陸客已經遭受到影響 現在還有一種原來他們主力的客源 現在也不見了 為什麼 因為從 7 月 1 號台灣有非常非常多的退休的公教員 怎麼樣 他們每一個月的退休金少了快 2 萬塊 少了一兩萬塊 我請問你 如果你今天已經 70 歲了 你本來跟政府是一個契約說 我已經在政府的機構工作 政府告訴我說我退休會領多少錢 就好像你在民間的企業 你不是一樣你也期待你退休能領多少錢 結果呢 政府現在到了最後 70 歲了告訴我說 請大家給我們時間 我們現在財政要落成 所以呢 要怎麼辦 就大家一起共度

時間要怎麼樣 就大家一起砍退休金 有些人就被砍了差不多兩萬塊左右 你想想看 對一個退休人員 70 歲 兩萬塊多不多 很多對不對 為什麼 因為它原來有計畫嘛 我一個月也許六萬塊 現在突然剩四萬塊 我 70 歲我又常常生病了 我原來 70 歲也許我本來有一點點能力可以幫助我的孩子 貸款 每天可以補助他一點 我每一個月也許我會帶家人出去吃個飯 也許孫子來看我我還給他們一點零用錢 可是現在我自己都少兩萬塊了 我怎麼給 我怎麼吃 乾脆就不要去吃大餐 孫子來 對不起 阿公沒錢 吃自己 都變成這個樣子阿

14:11 所以請問這個跟什麼氛圍有關 社會的氛圍 對不對 當大家都不願意再花錢去旅遊 因為過去很多退休的軍公教他們每一年也會安排個旅遊嘛 就是調劑自己的身心 可是現在怎麼樣 現在也沒了

14:26 T 影響更大 T 是什麼 Internet 對你們有沒有影響 Cell phone 對你們有沒有影響 什麼是 Cell phone 手機嘛 mobile phone 對不對 有沒有影響 有嘛 你看現在每個人 人手一機嘛 對不對

14:50 你過去回家要打開電腦 現在回家不打開電腦 每天就窩在你的沙發看手機嘛

14:56 你到中國大陸發展得更快 為什麼 從早上出門到晚上回家 你身上不用帶一毛錢 因為他們已經完全的怎麼樣 完全的已經透過科技用手機來付款 用手機就可以付款 所以這是什麼影響 T

15:18 T 是甚麼 Technological 科技嘛 有沒有影響 有阿 所以你可以看到為什麼現在在座的各位花了這麼多的時間 在幹嘛 每天在上網路購物嘛 上淘寶上蝦皮嘛

15:35 我想這就是因為科技帶來的衝擊 所以有時候對於一個行銷人員來講 有時候也必須要能夠隨時去了解整個社會的軌跡 廣告 市場 銷售 推廣 價格 定價 網路 其實這些都跟行銷有關 息息相關的字眼 那這些在我們這學期的課程當中 我們都會陸陸續續地跟同學做介紹

附件二 行銷華語十一項行銷策略之國際企業範例

策略構面	編號	策略名稱	策略定義	國際 企業範例	
產品策略	一	產品創新	市場挑戰者可以自創一個新的產品，吸引市場注目，而達到攻擊領導者之目的，並建立自己的新地位。	T1	MINISO 名創優品 每日頭條，〈盤點快時尚品牌，看MINISO 名創優品如何逆勢崛起〉，2017年2月17日。
				T2	P&G 在中國的創新促銷組合 《國際行銷與運籌實務》，彭玉樹，台北市進口商業同業公會出版，2007年，p. 205-207。
				T3	日本埼玉縣的赤城乳業 《商業周刊》，〈直擊狂銷四億支 國民冰棒產地〉，1664期。
	二	產品繁殖	市場挑戰者可以尾隨市場領導者暢銷之產品，而相繼推出不同形式、規格、包裝、口味之近似產品，以取得市場佔有率。	T1	小米 中時電子報，〈小米雙品牌 定位國民企業〉，2017年3月14日。
				T2	Pepsi Cola 《品牌之戰 COKE VS PEPSI-MOTIVE 行銷專欄》，〈可口可樂 Vs. 百事可樂：一窺世足賽的品牌行銷戰〉，創刊號第3期，2014年5月15日。
				T3	美國艾維斯租車(Avis) 《商業周刊》，〈「我們是業界第二」Avis 租車如何利用這個標籤，市佔率4年翻3倍〉，1665期，2018年9月19日。
	三	名氣尊榮高品質	企業推出標榜高品質產品、以金字塔頂端人口為目標銷售客群，營造客戶尊榮感以及認同感。	T1	LV BAZAAR，〈奢侈品代名詞—Louis Vuitton 的8個品牌關鍵字〉，2017年10月4日。
				T2	Rolex 手錶 《天下雜誌》，〈我愛勞力士〉，331期，2011年4月28日。

			T3	日本戶外用品商雪諾必克品牌 《商業周刊》，〈日本露營天王 釘子貴五倍密碼〉，1641期，2019年4月。	
	四	改進服務	建議一種完善的售前、售後服務系統，提供客戶不同於市場領導者之附加服務功能，以爭取客戶之同情與認同，而取得市場佔有率。	T1	西南航空 每日頭條，〈解密美國西南航空公司的成功因素〉，2014年12月16日。
			T2	Amazon's Global Supply Chains 《數位時代》，〈揭秘電商龍頭亞馬遜，不想讓你不知道的自動化策略〉，2019年10月24日。	
			T3	海底撈 《世界日報》，〈街邊4張桌子起家，張勇拚出百億火鍋王國〉，2019年8月31日。	
定價策略	五	製造成本降低	透過產品成本降低，可以使產品價格更具彈性，強化市場競爭力。	T1	UNIQLO 數位時代，〈UNIQLO，用技術達成消費者痛點，重新定位品牌印象〉，2015年7月16日。
				T2	IKEA 《今周刊》，〈總部大裁員 IKEA 卻敢加碼在台展店〉，1170期，2019年5月22日。
				T3	日本豐田公司 每日頭條，〈豐田汽車製造是如何節約成本的〉，2018年2月12日。
	六	低價格折扣	提供在品質上與市場領導者相等，但價格更便宜之產品，以打擊市場領導者。	T1	小米 《小米生態鏈：戰地筆記》，〈又要便宜又要好品質，小米到底怎麼賺錢？〉，洪華、董軍，商周出版，2018年。
				T2	MI(小米)手機 聯合新聞網，〈從飢餓行銷到利潤低於5% 小米一路以來創造的不可思議〉，2018年7月9日。
				T3	耐吉與愛迪達 《行銷管理[亞洲觀點]》，華泰文

					化，謝文雀編譯。
配銷策略	七	通路創新	市場挑戰者可以透過創新性的通路滲入市場，讓市場領導者出其不意、措手不及。	T1	阿里巴巴 《天下雜誌》，〈馬雲軍師獨家解密：阿里巴巴 20 年制勝關鍵〉，2019 年 2 月 25 日。
				T2	UPS” We Love Logistics” 中央社，〈力穩物流界導遊一哥 UPS 助企業打網購世界盃〉，2016 年 9 月 18 日。
				T3	星巴克進入台灣咖啡飲料市場 myKMC.com 管理知識中心，〈星巴克行銷的手法〉，2015 年 1 月 26 日。
推廣策略	八	密集的廣告促銷活動	在短時間內強打大量廣告，營造品牌形象、傳播朗朗上口的行銷訴求與口號。	T1	可口可樂 Flurry Mobile Taiwan，〈原始人行銷術？可口可樂用「故事」征服全中國〉，2015 年 12 月 7 日。
				T2	Samsung(三星)的運動贊助活動 《國際行銷管理》，〈三星藉由贊助奧運成就全球品牌〉，林建煌，華泰文化，2013 年，p.441-442。
				T3	Google 《金融時報》，〈Google 天價再戰串流音樂市場！〉，安娜·尼柯拉烏，2018 年 5 月 31 日。
市場進入與經營策略	九	本土化	外商進入在地市場之後，為提高此地消費者的產品接受度，而在其包裝、廣告上因應在地社經文化而做出與其母國市場不同的改變。	T1	麥當勞 《工商時報》，〈商業虛與實—台灣麥當勞經營模式變更啟示〉，2015 年 6 月 26 日。
				T2	跨國產品的入鄉隨俗：以日產 (NISSAN)、本田(HONDA)、豐田 (TOYOTA) 為例 「跨國產品入鄉隨俗」，林建煌，國際行銷管理，2013 年，華泰文化，p.75-76
				T3	麥當勞 《商業周刊》，〈跨國經營該主打在地化或核心產品？〉，1275 期，2012 年 4 月 26 日。

十	加盟與合作	外商在進入在地消費市場之前，為了減少溝通上下游廠商而另闢通路的成本，而採取與在地已有的通路合作之策略。	T1	蝦皮 INSIDE，〈蝦皮拍賣如何讓使用者不到一年突破 300 萬人？〉，2016 年 7 月 12 日。
			T2	星巴克的海外市場進入策略 《商業周刊》，〈咖啡龍頭星巴克，為什麼等到 2017 年才要進軍義大利？〉，2016 年 4 月 26 日。
			T3	長安福特馬自達引擎有限公司 U-Car.com.tw 網站，〈三國合作，長安汽車、Ford 與 Mazda 合資生產引擎〉，2005 年 9 月 29 日。
十一	企業形象經營	企業順應時代潮流、技術創新等，提升企業經營的核心能力，以達到改變消費者對該企業的印象並且增進營業額之目的。	T1	三星 《遠見雜誌》，〈韓國三星電子的藍海策略〉，2005 年 10 月號，2005 年 10 月 1 日。
			T2	蘋果(Apple)的品牌形象 獨立評論，〈「果粉」與他們的產地：Apple 是一個品牌，還是一種信仰？〉，史考特·蓋洛威 (Scott Galloway)，2018 年 9 月 3 日。
			T3	樂高公司 《天下 CSR 專題》，〈2017 全球最佳 CSR 企業 谷歌蘋果被這家公司打敗〉，2017 年 9 月 25 日。

107年度專題研究計畫成果彙整表

計畫主持人：陳麗宇			計畫編號：107-2410-H-003-047-				
計畫名稱：行銷華語詞彙與課程建置：以台灣品牌企業為主體之研究							
成果項目			量化	單位	質化 (說明：各成果項目請附佐證資料或細項說明，如期刊名稱、年份、卷期、起訖頁數、證號...等)		
國內	學術性論文	期刊論文		0	篇		
		研討會論文		0			
		專書		0	本		
		專書論文		0	章		
		技術報告		1	篇	本計畫結案報告。	
		其他		0	篇		
	智慧財產權及成果	專利權	發明專利	申請中	0	件	
				已獲得	0		
			新型/設計專利		0		
		商標權		0			
		營業秘密		0			
		積體電路電路布局權		0			
		著作權		0			
		品種權		0			
		其他		0			
	技術移轉	件數		0	件		
		收入		0	千元		
	國外	學術性論文	期刊論文		0	篇	
			研討會論文		0		
			專書		0	本	
專書論文			0	章			
技術報告			0	篇			
其他			0	篇			
智慧財產權及成果		專利權	發明專利	申請中	0	件	
				已獲得	0		
			新型/設計專利		0		
		商標權		0			
		營業秘密		0			
		積體電路電路布局權		0			
		著作權		0			
		品種權		0			
其他		0					

	技術移轉	件數	0	件	
		收入	0	千元	
參與計畫人力	本國籍	大專生	2	人次	鄭雅玲、曾偉紘
		碩士生	4		陳毓婷、彭羚榛、鐘晨晏、孔繁妤
		博士生	0		
		博士級研究人員	0		
		專任人員	0		
	非本國籍	大專生	0		
		碩士生	0		
		博士生	0		
		博士級研究人員	0		
		專任人員	0		
其他成果 (無法以量化表達之成果如辦理學術活動、獲得獎項、重要國際合作、研究成果國際影響力及其他協助產業技術發展之具體效益事項等，請以文字敘述填列。)			無。		

科技部補助專題研究計畫成果自評表

請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況、研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）、是否適合在學術期刊發表或申請專利、主要發現（簡要敘述成果是否具有政策應用參考價值及具影響公共利益之重大發現）或其他有關價值等，作一綜合評估。

1. 請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況作一綜合評估

達成目標

未達成目標（請說明，以100字為限）

實驗失敗

因故實驗中斷

其他原因

說明：

2. 研究成果在學術期刊發表或申請專利等情形（請於其他欄註明專利及技轉之證號、合約、申請及洽談等詳細資訊）

論文： 已發表 未發表之文稿 撰寫中 無

專利： 已獲得 申請中 無

技轉： 已技轉 洽談中 無

其他：（以200字為限）

3. 請依學術成就、技術創新、社會影響等方面，評估研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性，以500字為限）

本計畫以「行銷華語」為研究主軸，是兩岸第一個嶄新的研究計畫。計畫主體探討如何在本地的行銷華語教程和教材中編入台灣的著名企業，以及在背景知識中融入台灣本土的經濟概況，能有效提升台灣的國際形象並吸引外籍人士來台學習及就業，對社會、經濟、學術發展都有正面積極的影響。

4. 主要發現

本研究具有政策應用參考價值： 否 是，建議提供機關

（勾選「是」者，請列舉建議可提供施政參考之業務主管機關）

本研究具影響公共利益之重大發現： 否 是

說明：（以150字為限）