

# 華夏導報

社址：中國文化大學 編輯室：八六一〇五一  
台北陽明山華岡 電話：二二三三

中華民國五十七年十月十日創刊 第三〇三號  
校刊 非賣品

創刊人：張其湖  
發行人：張其湖  
社長：鄭志福  
副社長：王淑卿  
編輯：吳淑卿  
執行：吳淑卿  
發行：吳淑卿

## 協會盃合氣道賽

### 明日假本校舉行

#### 計有北醫、台北商專等校與賽

(本報訊)由中華民國合氣道協會主辦、華岡合氣道社協辦之中華民國第三屆協會盃(大專組)合氣道錦標賽，於明日(二十)日上午九時起，假本校大義健身房舉行，與賽隊伍包括台北醫學院、中國海專、台北商專、樹德工專及本校。以往協會盃比賽皆由中華民國合氣道協會主辦，且社會組與大專組一併舉行，本屆首次分開，大專組更由本校合氣道社團協辦，盼同學屆時前往觀賽。

### 愛盲義賣

#### 今起登記

(本報訊)據課外組表示，台北市盲人福利協會呼籲同學們愛護殘胞，伸出溫暖的手，共同響應義賣活動。該項義賣活動計有保眼愛盲鉛筆、原子筆每套(二枝)卅元；平價海馬卅元；至九時卅分。

### 義務服務員

(本報訊)金車教育基金會第三期公益活動義務服務員備訓，至本月廿五日止接受報名。

### 華岡張創辦人行誼

(本報訊)中國文化大學史學研究所會、史學會七十四年度會員大會，於明日(十九)上午九時卅分，假本校慈孝堂舉行，邀請宋曉教授及程光裕教授，主講「華岡張創辦人行誼」。

### 宋晞、程光裕教授講

(本報訊)中國文化大學史學研究所會、史學會七十四年度會員大會，於明日(十九)上午九時卅分，假本校慈孝堂舉行，邀請宋曉教授及程光裕教授，主講「華岡張創辦人行誼」。

## 許之坤與霍豐宙主講 跨出成功就業的第一步

(本報訊)由畢業生就業輔導室主辦，天華及孟俠學社協辦的演講活動，定於本月廿一日下午五時十分假大恩館五〇一教室舉行，講題為「跨出成功就業的第一步」。

該項演講，將邀請本校秘書處許之坤主任及畢業生就業輔導室霍豐宙主任分別就自傳、履歷表的中文書寫與面試技巧、如何求職應徵等問題，作一精闢剖析，歡迎同學前往聽講。

人才各壹名。男女不拘，凡個性外向、富挑戰精神者，皆為前往應徵。有意者逕洽該公司郭先生，電話：五四一六〇二八，地址：一北市中山北路二段一八八巷四號。

## 華岡國劇社舉辦 國劇臉譜展

### 國劇臉譜展

(本報訊)華岡國劇社定於本月廿一日上午九時至下午五時，假本校興中堂舉辦「國劇臉譜展」。

展覽內容包括：國劇臉譜攝影、設計、繪畫、圖片及有關臉譜之書籍。此外尚有臉譜畫具及臉譜書籍專賣，其所得款項將充為國劇發展基金。歡迎對國劇臉譜有興趣的師生前往觀賞。

(本報訊)國劇社即日起於每日中午十二時至一時，假大仁四〇九旁之國劇社，開始招新報名。該社活動內容為教戲說腔、身段武功訓練、國劇化粧等。

## 申請減免學雜費 二十四日止登記

### 申請減免學雜費

(本報訊)據生活輔導組表示，本校七十四學年度第一學期就學之新生，含現役軍人子女、退除役官兵本人、榮軍(有傷殘證件)子女、功勳子女給卹期滿與功勳(公教)子女，就學申請減免學雜費，已於本月八日開始受理登記。

如有未登記者，速至生活輔導組董先生處登記，至本月二十四日截止。凡未自負負責，逾期不再受理登記。

## 球賽

(本報訊)國樂社於明日假大義排球場，舉辦排球友誼

(本報訊)電機、家政學社定今日假金山金銀島舉行迎新露營，凡參加的同學於下午一時至二時卅分準時在大成館門口報到。

△造園系今、明兩日，假味全埔心牧場舉辦迎新露營，盼參加者於今日下午二時在台北火車站門口集合。

△漁藝社於今日下午三時，假海生養殖池舉行釣蝦迎新。

△新開學社定今晚舉行迎新夜遊陽明山。參加

△化學、國劇學社定今、明兩天，假金山青年活動中心舉辦迎新露營。

△企管系今晚六時，假興中堂舉行「迎新之夜」。

△農服社今、明兩日，假陽明山苗圃舉辦露營活動。

△慧智社明日參訪農禪寺，訪問聖嚴導師。參加者於上午八時，假山上活動中心；八時三十分，假山下士林台電北區分處集合。

△真理社今晚七時卅分，假北市金山南路一段72號舉行詩歌福音晚會，六時廿分假大忠館前專車往返接送。

△海地三明日前往新店花園新城，作野外地質考察。

△會計、先培學社，假系圖，召開迎新協調會。

△俄文、館東學社今假俄文系辦，召開迎新郊遊籌備會。

## 迎新活動

### 迎新活動

△影劇學社與物理學社今、明兩日，假臥龍崗聯合舉辦迎新露營。參加同學於今午準時集合。

△企管系今晚六時，假興中堂舉行「迎新之夜」。

△農服社今、明兩日，假陽明山苗圃舉辦露營活動。

△慧智社明日參訪農禪寺，訪問聖嚴導師。參加者於上午八時，假山上活動中心；八時三十分，假山下士林台電北區分處集合。

△真理社今晚七時卅分，假北市金山南路一段72號舉行詩歌福音晚會，六時廿分假大忠館前專車往返接送。

△海地三明日前往新店花園新城，作野外地質考察。



# 連鎖商店探討系列(二)

## 新時代的便利服務

### 統一超級商店

企管學社逛街小組提供

在國內的零售市場，傳統的「爸爸媽媽店」一直扮演著重要的角色。

但隨著國民所得的提高，人們的消費習慣開始發生轉變。擁擠、陰暗、雜亂、貨品不全的傳統雜貨店已經不符合消費者的需求；於是強調貨品種類多、店面佈置乾淨、服務親切及營運現代化的便利商店(Convenience Store)便逐漸展現魅力。便利商店在國內以「統一超級商店」成立最早且有獨特的經營手法。

### 草創維艱·引入外援

「統一超級商店」是由統一企業公司超商部的前身——統一超級商店股份有限公司，於民國67年4月開始著手進行，包括一企劃案的產生、人員的甄選、整個組織結構的成立。經過一年多的詳細規劃，於次年5月27日同時在台北、台中、台南、高雄四大都市同時推出14家門市。強調「滿足消費者偶發性需求」(譬如麥茶時才發現缺鹽、缺醬油)和「消費者購買的便利性」(不須老遠跑到超級市場或舊市場購買)。但臺灣當時並沒有這一類型店面連鎖經營的經驗，統一超商在經營初期遭遇了許多問題；所以積極地找尋國外的合作對象，希望藉由國外成功的實例，吸收其全套經營管理制度。

Seven-Eleven是美國連鎖經營中相當成功的小型超級商店連鎖。目前在美國本土有七千四百多家，在日本擁有兩千三百家左右，甚至在香港也有一百一十家。民國69年「統一超商」正式與美國南方公司(Southland Corporation)技術合作，納入7-Eleven的經營Know-how，發展特許連鎖制度(Franchise Chain)營運體系。但統一超商在F.C.發展上一直不算成功。到目前為止，統一超商共有80家連鎖店分佈在全國各大都市，其中卻只有10家屬於契約式連

鎖，其餘70家都還是直營的(Regular Chain)。該公司預定於民國75年再度展開吸引更多之加盟店，其未來之發展當拭目可待。

### 營業時間·因地制宜

Seven-Eleven這個標誌成立當初指的是這種連鎖店的營業時間——從早上七點開店到晚上十一點打烊，16小時都在服務的意思。但各地區情況不盡相同，營業時間也就有部份差異，但不少於16小時為限。例如統一超商自民國69年推出24小時營業，目前為因應社會環境的改變，更不斷在擴大「二十四小時服務」的店數。

不同的營業時間，主要是考慮當地消費者的特性。當一般店舖都打烊了，對於上夜班的人們及晚上急需某些用品的顧客，此時統一超商就發揮它獨特的功能；尤其是「二十四小時服務」的連鎖店，給顧客很大的便利，它的服務性大於營利性。這種長時間的服務成為統一超商的一大特色。

### 何時?何地?

「Where you want」消費者他需要在那裡買東西。「When you want」消費者需要在什麼時候買東西。這些地方就有7-Eleven存在。「指出了統一超商的經營理念和方向。

由統一企業所做的市場調查結果顯示，統一超商的第一號顧客是青少年，第二位是男性職員，而應是購買主力的家庭主婦只排第三；所以按照目標市場(Target)來講，將來發展的方向，應針對青少年；青少年需要的東西，也就是7-11所要努力的一個方向，所以「我們一定要Catch整個青少年的需求」。最近所謂特殊商品(Special item)的開發，如思樂冰、熱狗、

茶葉蛋、咖啡等，就是為了吸引更多青少年消費者而設的。所以在產品策略上(Product)，統一超商也針對Target，做了適當的調整。

「家庭主婦對價格原就很敏感，而我們賣的偏偏是與家庭主婦關係密切的日用雜貨，所以早期在價格競爭上十分不利。」所以統一超商便降低家庭主婦經常採購的低毛利商品的比列；改以單身漢和青少年為訴求對象，以毛利率較高的速食品和特殊商品為重點商品，又由於貨品來源以統一企業提供的產品為多，所以統一超商的平均毛利率達23%以上。

### 面小點多·穩定拓展

在通路策略上(Place)，由於統一超商所銷售的商品重點放在便利品(Convenience goods)；而不是選購品(Shopping goods)；因此消費者在購買時，所考慮的因素以價格及便利性為主。所以在銷售地點(Location)的選擇上，超商部認為：「那個地方能夠24小時生存，就是我們開店的地方；也就是說24小時能營業的地方，就是我們Location的地方。」

地點選擇的條件，又可細分為內部結構和外部結構。所謂內部結構，即是店面的明顯度(例如叉路口的明顯度最大，店面越寬明顯度愈夠)，包括營業面積、整棟大樓的結構及所需投資的裝潢費用等因素的考慮；而外部結構的探討是指流動人潮、交通流量、商圈內的戶數及生活水準等。由內部、外部結構的探討後，再評估的工作，「是比較數據化的評估，而評估的結果與實際開店相差不會太大。」經過這些詳細的市場分析後，加上統一企業的龐大財力支持，統一超商成功的打入了消費市場，且成立了一統商家分店，目前正在以每月四家新店的速度在拓展。「點多」(商店數目多)「面小」(商店坪數不大)的經營方針，使統一超商有相當優良的市場競爭力。

### 促銷策略·偏重店面

在促銷活動方面(Promotion)，大部分是由超商總部的行銷企劃課負責。成功的廣告，就是利用最低的成本，在最短的時間將信息傳達給你的消費者。超商部指出：「目前我們比較重視店頭的廣告，人員的服務態度，店內的燈光和購物的環境。」

「即是偏重於銷售點的魅力展現。對於電視廣告和有聲媒體這方面，由於現在分店數量不算很多，且電視廣告成本極高，不適合目前的需求，「不過我們以後會考慮利用這方面的媒體。」

促銷手段經常是配合價格策略(Price)的。但統一超商為適應各區特性，有差異價格的實施外，平時並不以打折來吸引顧客，而致力於服務品質的提昇及便利性商品的開發。

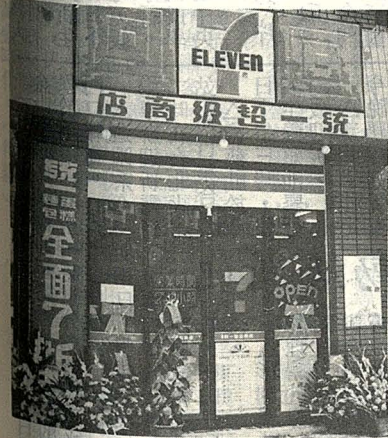
由於統一超商連鎖的成功，同行業的專門性商店、連鎖店和超級市場紛紛成立。但統一超商並不認為這些就是它的競爭對手。「便利商店是屬於販賣時間及情報的行業」，所以統一超商認為誰在販賣時間和情報，誰才是它的競爭對手；但國內其他零售業者，還沒有一家將其營業宗旨放在時間及情報販賣；所以它並不把味全加盟店、百貨公司的超級市場、軍公教福利中心，甚至傳統的雜貨店列為競爭對手。因為統一超商認為它所提供的服務是具有「前瞻性、區隔性的」。

### 結論

以往統一超商疏於與外界傳遞訊息。如今為了加強統一超商在消費者心目中的形象，超商部正努力著手建立一種親切服務的企业風格，例如全面推行「禮貌運動」、記憶顧客的姓名等作法，雖然目前的成效不很好，但超商部有信心地說：「我們前做得不好，企業與社會結合，才能長存長榮。所以統一超商未來的發展，應在於發揮「販賣時間、情報」的前瞻性功能，以符合社會未來需求！

整理：李金聰 戴必成

執筆：林剛華



迅速蔓延中的連鎖超級商店