

教學成果報告書

從OEM演變到OBM思維之 服飾品牌經營管理

織品服裝學系

丁瑞華

一、教學發展的動機或目的

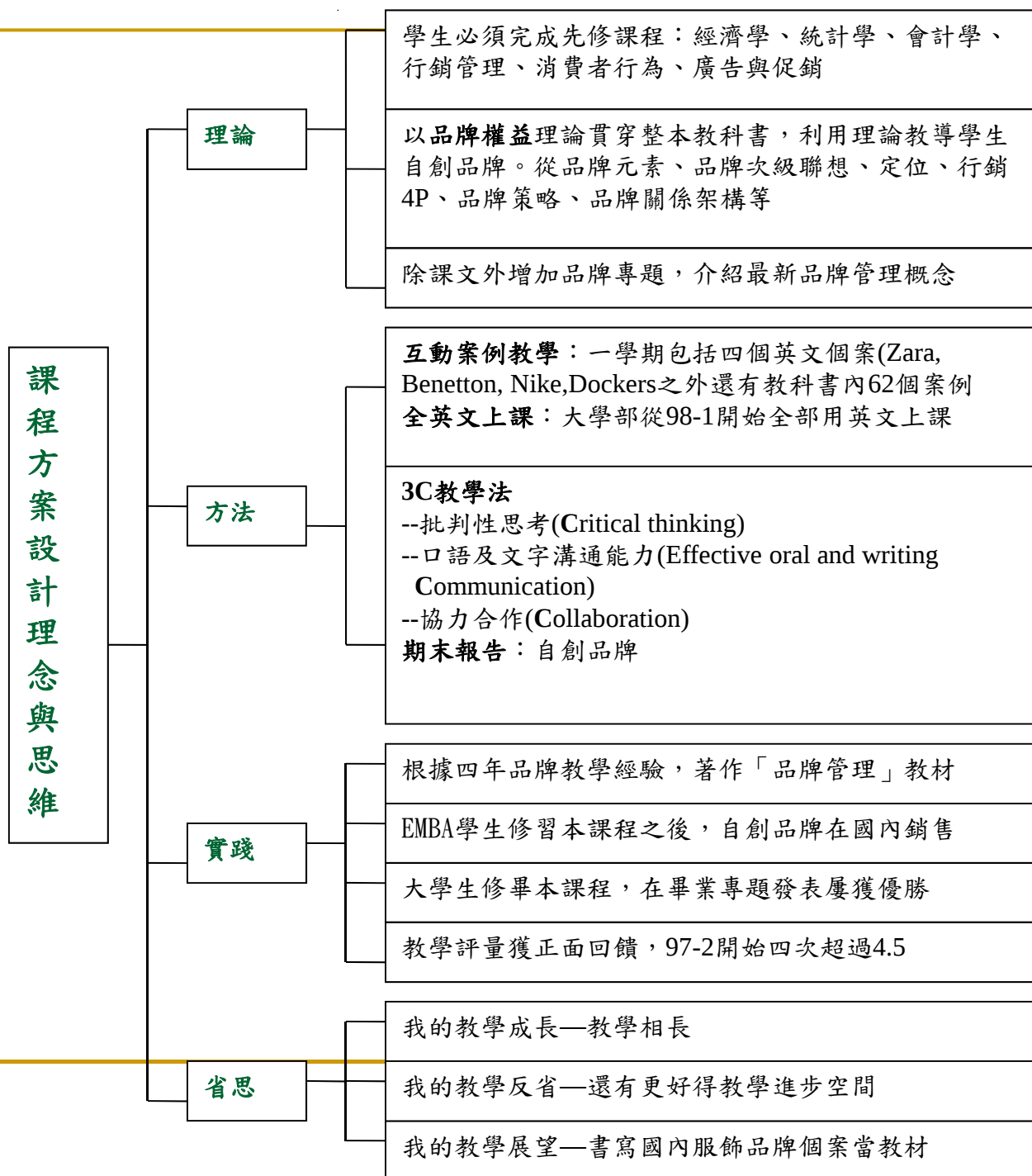
- 本人在紡織公司，從事成衣外銷及品牌內銷從品牌代理、授權到自創品牌共27年，深感在外銷的OEM與自創品牌經營兩者中，雖然OEM有很多好處但是附加價值低，主導權控制在品牌商手上。
 - 因此與其求助於國外進口商、品牌商的外銷訂單，不如推出自創品牌，將主導權掌握在自己手上，才能掌握企業未來的發展。
-

一、教學發展的動機或目的

- 從Interbrand 2011 最佳全球品牌100家，台灣主要競爭國家日本有7家進榜，如豐田(11，值277億美金)、本田(19)、佳能(33)、新力(35)、任天堂(48)、國際牌(Panasonic69)、日產(90)
- 韓國有兩家進榜，有三星(17)與現代(61)；台灣直到2011才有HTC第一次進榜(98)。
- 顯示台灣在品牌發展落後競爭國家甚多，有急起直追的必要性與迫切感。

一、教學發展的動機或目的

- 由於長年來在企業界工作之餘並兼任教職工作，對教育工作有非常的熱誠與興趣。
 - 因此從離開工作30年的職場後，決定進入教育界，將三十餘年累積的工作經驗，及所接受的學術訓練，融合在大學殿堂，為國家作育英才，希望能將自己在實務界的經驗與理論教導學生，為企業與國家培養更多的品牌管理人才，希望能有更多的台灣品牌能揚威國際。
-



二、課程方案設計之理念與思維

理論

- 先修課程：經濟學、統計學、會計學、行銷管理、消費者行為、廣告與促銷
 - 以品牌權益理論貫穿整本教科書，利用理論教導學生自創品牌。從品牌元素、品牌次級聯想、定位、行銷4P、品牌策略、品牌關係架構等
 - 除課文外增加品牌專題，介紹最新品牌管理概念
-

二、課程方案設計之理念與思維

方法

- 互動案例教學：一學期包括四個英文個案(Zara, Benetton, Nike, Dockers)之外還有教科書內62個案例
 - 碩士在職專班的學生除教科書及以上個案之外，還必須討論其他知名個案如老虎啤酒、虎標萬金油、LG電子、明基電通、Coca Cola、LVMH、Gucci、Heineken、Uniqlo
-

二、課程方案設計之理念與思維

七本品牌相關書籍：

1. 品牌領導 (Aaker 天下文化 2003)
 2. 三星品牌為何強大(天下 2011)
 3. 一勝九敗 Uniqlo 柳井正(天下 2010)
 4. No Logo Naomi Klein(時報出版 2004)
 5. 為什麼有些品牌比較強 (The Origin of Brand) Al Ries & Laura Ries(2006 遠流)
 6. 非品牌 (Brand Hijack) Alex Wipperfurth (2006 大塊文化)
 7. 勇往直前——我如何拯救星巴克(聯經 2011)
-

二、課程方案設計之理念與思維

■ 3C教學法

1. 結合理論與實務概念，以理論架構為主，案例為輔。

案例以國外為主，國內為輔，十足反映當代國內外品牌管理領域的最新發展趨勢，讓學生將理論實際進行思考上的運作，在個案討論過程教導學生必須要有批判性的思考(critical thinking)。

二、課程方案設計之理念與思維

■ 3C教學法

2. 將個案的教學方法融入教學。國外及具本土色彩的案例，讓學生在上課時進行互動，鼓勵學生以有效的口語溝通(**communication**)的能力參與討論。使上課時不會感到理論之枯燥與乏味，提升學生學習成效。

二、課程方案設計之理念與思維

■ 3C教學法

- 授課時以「品牌權益」為核心，深入淺出講授了貫穿其背後的原理、原則，幾乎涵蓋所有品牌管理相關議題。
- 使學生能了解從「OEM」進化到「ODM」思維的發想，畢業後有機會可以自行創立品牌。
- 所以課堂報告與期末報告都以團隊分組協力合作的方式(**collaboration**)進行，讓學生在學習過程中了解團隊合作之重要性。

三、具體教學之成果與評估

- 老師教學成果方面，出版「品牌管理」教材
 - 根據四年品牌教學經驗，著作「品牌管理」教材
 - 內容包括作者在企業界工作及進入大學及研究所任教時，一二十年對品牌研究心得，發表於報紙經營副刊的文章，有國內外品牌的經營發展概況，「品牌案例」與「品牌專題」共81篇是一般國內教科書比較缺乏的。
-

三、具體教學之成果與評估

- 老師教學成果方面，出版「品牌管理」教材
 - 作者在企業界工作三十年，歷經品牌的授權、代理與自創品牌，有豐富的實務經驗，在職期間獲國立大學企管碩博士學位，有管理科班的訓練。並於大學、研究所與EMBA任教，學術資歷完備。
-

三、具體教學之成果與評估

- 老師教學成果方面，出版「品牌管理」教材
 - 這本書是結合理論與實務的品牌教科書，以理論架構為主，案例為輔，每一章都有「品牌案例」與「品牌專題」。案例以國外為主，國內為輔，十足反映當代國內外品牌管理領域的最新發展趨勢。
-

三、具體教學之成果與評估

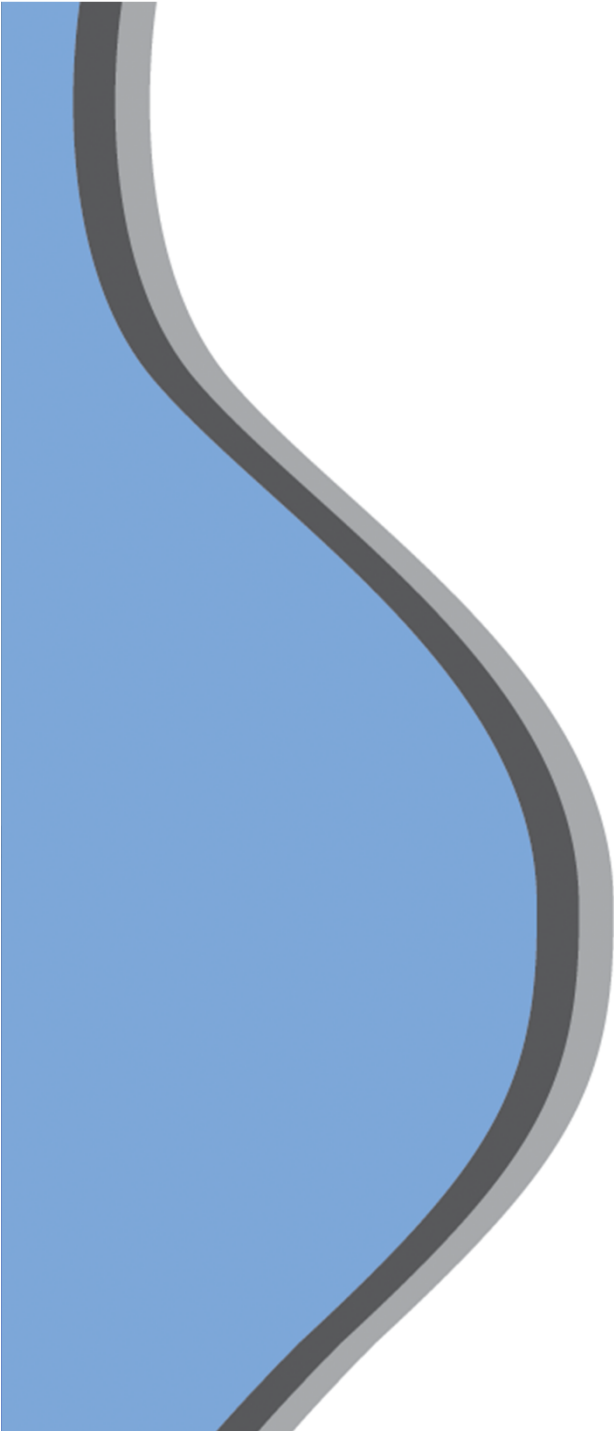
- 老師教學成果方面，出版「品牌管理」教材
 - 具本土色彩的案例，讓讀者閱讀起來較有親切感，不會感到理論之枯燥與乏味。
 - 章末提出「簡答題」是給一般大學生研讀；而具深度的「問題與討論」，適合研究生與企業界參考。
-

三、具體教學之成果與評估

- 老師教學成果方面，出版「品牌管理」教材
 - 以「品牌權益」為核心，深入淺出講授了貫穿其背後的原理、原則，幾乎涵蓋所有品牌管理相關議題。特別介紹品牌授權策略，對於有志於自創品牌的台灣中小企業，可以學習從授權、代理再跨入自創品牌，是一般教科書所缺乏的。
-

三、具體教學之成果與評估

- EMBA學生修習本課程之後，自創品牌在國內銷售
 - 五位學生劉承渝、趙惠芳、李如茵、徐豐棉與徐松竹，在修習本課程後之期末報告，已在市場上推出的自創品牌「M.Strength」。
-



自創品牌期末報告

M.Strength

指導教授：丁瑞華老師

參與同學：劉承渝 趙惠芳 李如茵
 徐豐棉 徐松竹

M. Strength / 生產履歷

包裝展示存放



三、具體教學之成果與評估

- EMBA學生已企劃，蓄意待發的品牌



USA • EUROPE • JAPAN • TAIWAN

Lychii運動休閒服飾品牌發展策略

100-1行銷管理

指導老師：丁瑞華教授

報告組員：紀函岑、楊珮琪、李尚豐

2011 / 12/30

Love
Lychii
Life





USA • EUROPE • JAPAN • TAIWAN

實體店面展示

未來發展
3/4

大型電視牆

搭配建議陳列方式



三、具體教學之成果與評估

- 大學生獲獎
 - 2011年大學畢業專題獲獎的有如下四組：
 - 優勝獎三組
 - 論文題目：自創品牌O/OUT (PERCENT OUT)
 - 學生：黃百瑜、曾元雍、陳彥方、王蔚川
 - 論文題目：NET事件行銷之研究－以大學生為例
 - 學生：陳杏瑋、梁嘉蓓、林柏叡
 - 論文題目：消費者對聯合品牌的評價——以紡織企業與咖啡品牌結盟為例
 - 學生：曾宜菁、羅舒怡、鄭致雅、李依憇
-

三、具體教學之成果與評估

- 2011年大學畢業專題獲獎佳作獎
 - 論文題目：對台灣製產品MIT微笑標章的建議
 - 學生：楊碩薇、王筠涵、周韋志、呂涵玲、
陳玉清
-



三、具體教學之成果與評估

- 2010年大學畢業專題獲獎的有如下二組優勝獎：
 - 論文題目：消費者對聯合品牌的評價——以線上遊戲與服飾品牌結合為例
 - 學生：翁任璇、辜曉彤、陳怡君、林咨雄、
張文俐
 - 論文題目：Fantasy 網路創意商品平台企劃書
 - 學生：張雅甯、許榕純、徐綺君、田 琳、
盧愛蓮
-

三、具體教學之成果與評估

- 2009年大學畢業專題獲獎的有如下組優勝獎：
 - 論文題目：雅虎奇摩關鍵字廣告對消費者購買意願的影響
 - 學生：林芳如、方妍琳、章家甄
-

三、具體教學之成果與評估

- 教學評量獲正面回饋，97-2開始四次超過4.5

四、省思與未來的展望

- 我的教學成長—教學相長
 - 我在企業界時雖然也在學校兼任過，但是真正投入教育界時，才開始學習如何當一位稱職的老師。
 - 老師除了教學外，還要研究、輔導與服務。開始教學的前三年幾乎每學期都在準備不同的課程，花費很多時間在準備課程。而在輔導與服務方面也絲毫不敢懈怠，比較遺憾的是無法花很多時間在研究上。
-

四、省思與未來的展望

- 值得欣慰的是從新手進入情況很快，從學生的教學評量在教學已能獲學生之肯定。
 - 特別是EMBA學生大部分來自國內的紡織大廠，教學中學生踴躍發言與互動，讓我知道很多產業最新的資訊與動態，讓自己在教學過程中也與學生一起成長。
-

四、省思與未來的展望

- 我的教學反省—還有更好得教學進步空間
 - 學生普遍對於個案教學非常喜歡，因此100-2開始，上課使用自己的「品牌管理」教科書，除課文外還有61篇「品牌案例」與21篇「品牌專題」，上課方式由學生報告，增加課堂上的討論與互動，增加上課的氛圍。
 - 也就是從上課中實踐3C的教學理念，所以在教學上還有很多進步的空間。
-

四、省思與未來的展望

- 我的教學展望—書寫國內服飾品牌個案當教材
 - 國內的品牌發展太慢，教授品牌的師資又不多，有品牌經營經驗的企業高階主管，真正能授課的老師更是有限。未來，希望能撰寫本土的品牌個案當教材，讓修習品牌的學生更有興趣來學習。
-