



SAMSUNG

三星：成功的戰略計劃
從廉價山寨品牌到世界尖端

組員：黨永煌 吳柏霖

三星：成功的 戰略計劃



壹、前言



貳、企業介紹



參、問題的建議與改進

前言

是三星集團旗下的子公司，韓國最大的消費電子產品及電子元件製造商，亦是全球最大的資訊科技公司。2017年，三星電子在Interbrand全球品牌排行榜中名列第六位，連續第六年進入世界品牌前十強。在美國《財富》雜誌2015年、2016年評選的財富世界500強排行榜中第13名。2016年，根據品牌諮詢機構 Reputation Institute 調查，為美國最受尊敬科技企業第2名。

截至2016年3月，三星電子共有156家子公司，其中包括在韓國17家、美國33家、歐洲41家、中東與非洲地區13家、亞洲（除韓國和中國大陸外）22家以及中國大陸30家。2015年，三星電子旗下17種產品的市占率位居全球第一，居全球企業之首。

前言

- 今日三星電子的主要經營專案是七大事業群：半導體、行動通訊、數位影像、電信系統、IT解決方案及數字應用。截止2014年5月初資料，三星年收入超過蘋果（1700億美元）與Google（598億美元）合計，除生產手機、電視、顯像屏、半導體及電池等，亦涉足金融、造船、免稅店、主題公園等領域，為韓國貢獻23%的GDP。2014年三星表明即將進軍生物製藥。

經營理念

- **尊重人才**
 - 三星秉承「人才即公司全部」的哲學，並貫徹「學以致用、各司其職」的理念，在三星，我們一直努力為我們的員工提供源源不絕的機會，讓他們盡展所長，充分發揮自己的才華。
- **正當經營**
 - 以符合倫理道德的方式經營是我們事業的基礎。任何工作都在相對應的道德標準下進行，尊重每位股東及員工，保證公平、公開、透明化的合理制度化經營。
- **主導變革**
 - 如今全球經濟快速發展、改變是必須的過程。只有不斷創新，企業才能繼續生存。過去70年間，我們始終如一，放眼於未來，主動預測市場需求及需要，成功實現源遠流長的企業繁榮發展。
- **共同繁榮**
 - 一個企業，如果不能為他人帶來機會與繁榮，那麼該企業就無法取得真正成功。三星致力於成為全球優秀企業公民，重視其社會與環保責任，追求每個地區、國家以及人類社會的共同繁榮。
- **追求卓越**
 - 盡我們最大的努力、力求擁有不屈不饒、追求卓越的激情，並承諾致力於提供全球最高水平的產品及服務。

歷代三星手機



討論與問題



1. 三星如何能夠從新興品牌轉變為品牌創新領袖？



2. 近年來，三星如何從幾乎沒有市場存在的智慧型手機市場實現目標？



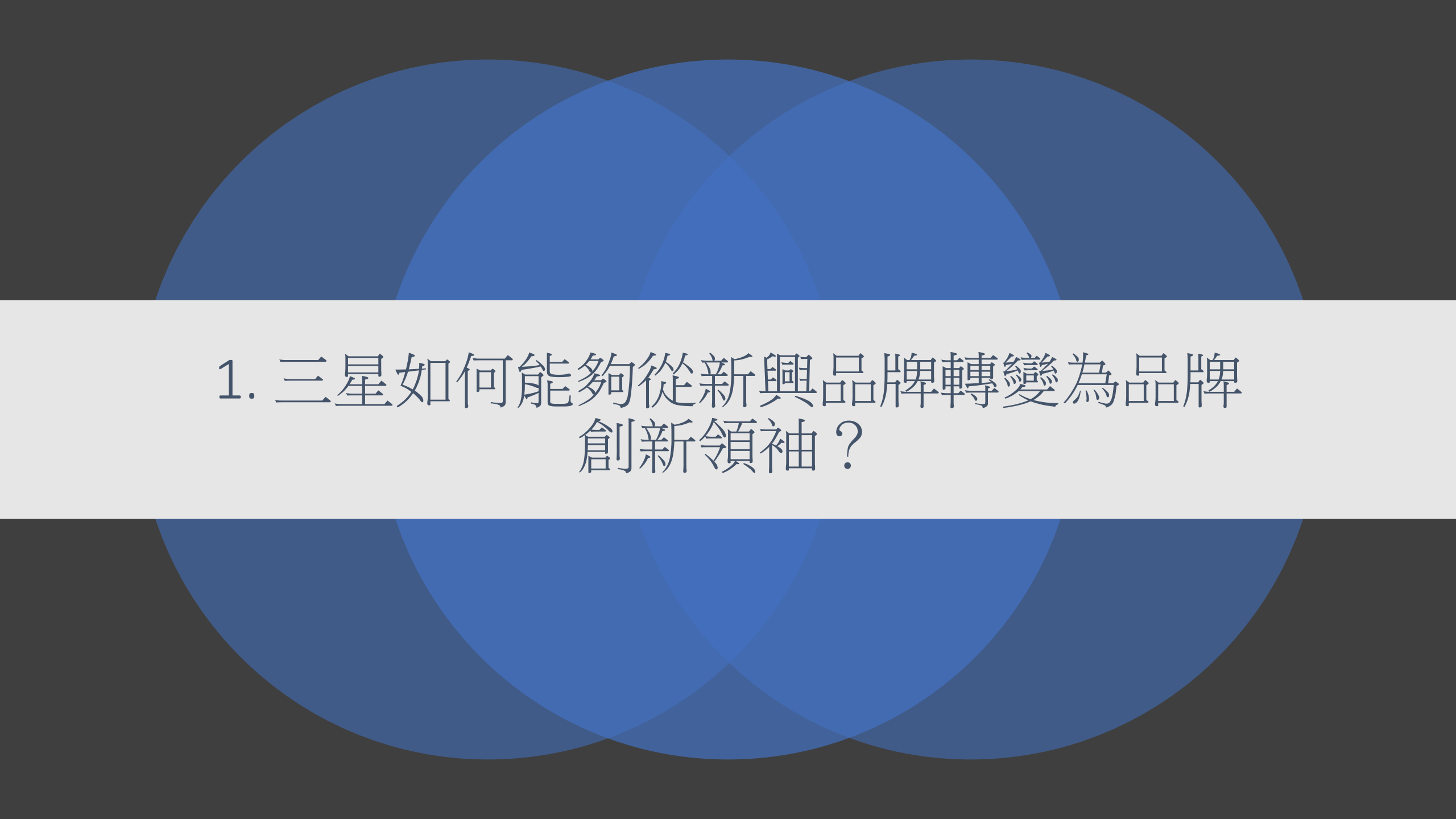
3. 三星如此多樣化的產品組合將會面臨哪些挑戰？有什麼好處？



4. 三星目前和未來的戰略是以客戶為關注焦點嗎？為什麼或者為什麼不？



三星是否會成功實現目標成為互聯網中的領先者呢？



1. 三星如何能夠從新興品牌轉變為品牌
創新領袖？

標誌



1938 - 1958



1969 - 1979



1980 - 1992



1980 - 1992



1993 - present

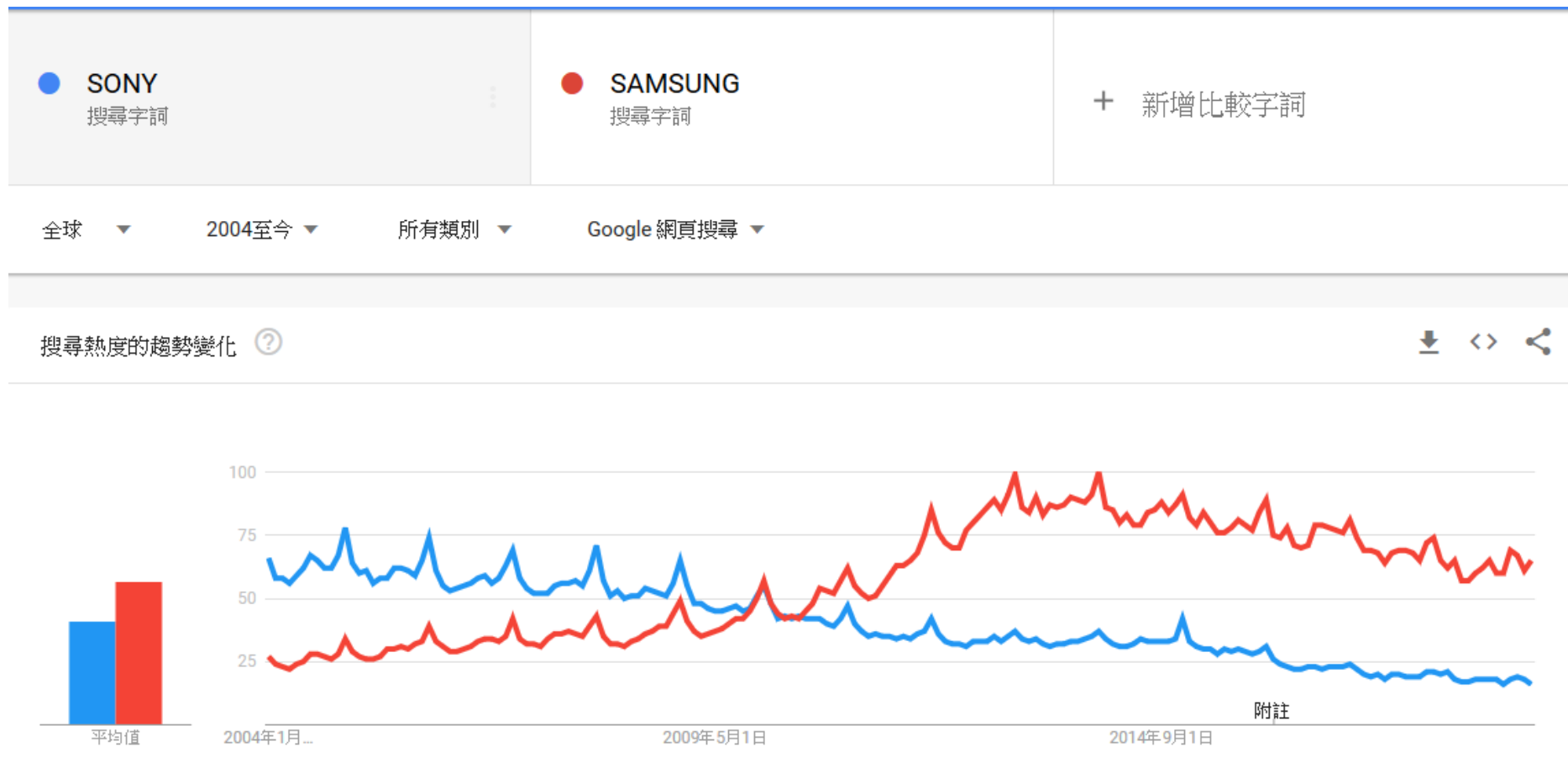
乾魚與水果時代→商會貿易時代→併購創立時代→國際化時代

歷代三星Galaxy手機



CP值性價比 → 創新設計

SONY



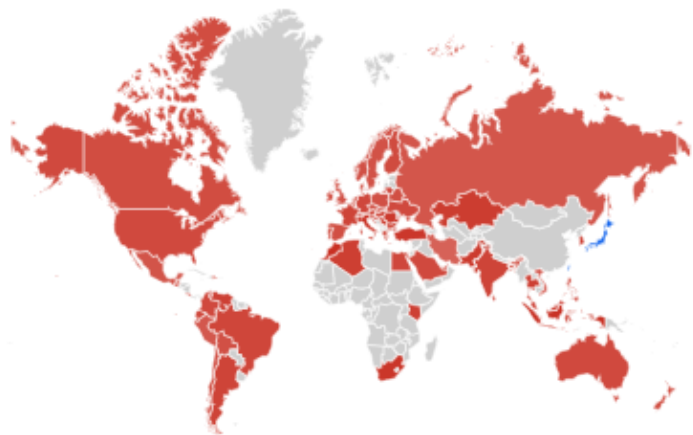
區域搜尋熱度

按區域比較細分資料

區域 ▾ ↓ <> 分享

● SONY ● SAMSUNG

排序依據：「SONY」的搜尋熱度 ▾



顏色深淺代表搜尋百分比 [瞭解詳情](#)



包括搜尋量偏低的區域

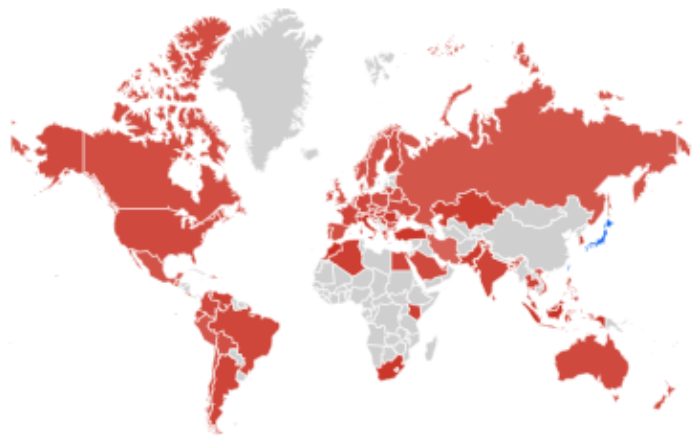
< 顯示第 1-5 個區域，共 70 個 >

區域搜尋熱度

按區域比較細分資料

區域 ▾ ⬇ ⏪ ⏩

● SONY ● SAMSUNG



顏色深淺代表搜尋百分比 [瞭解詳情](#)

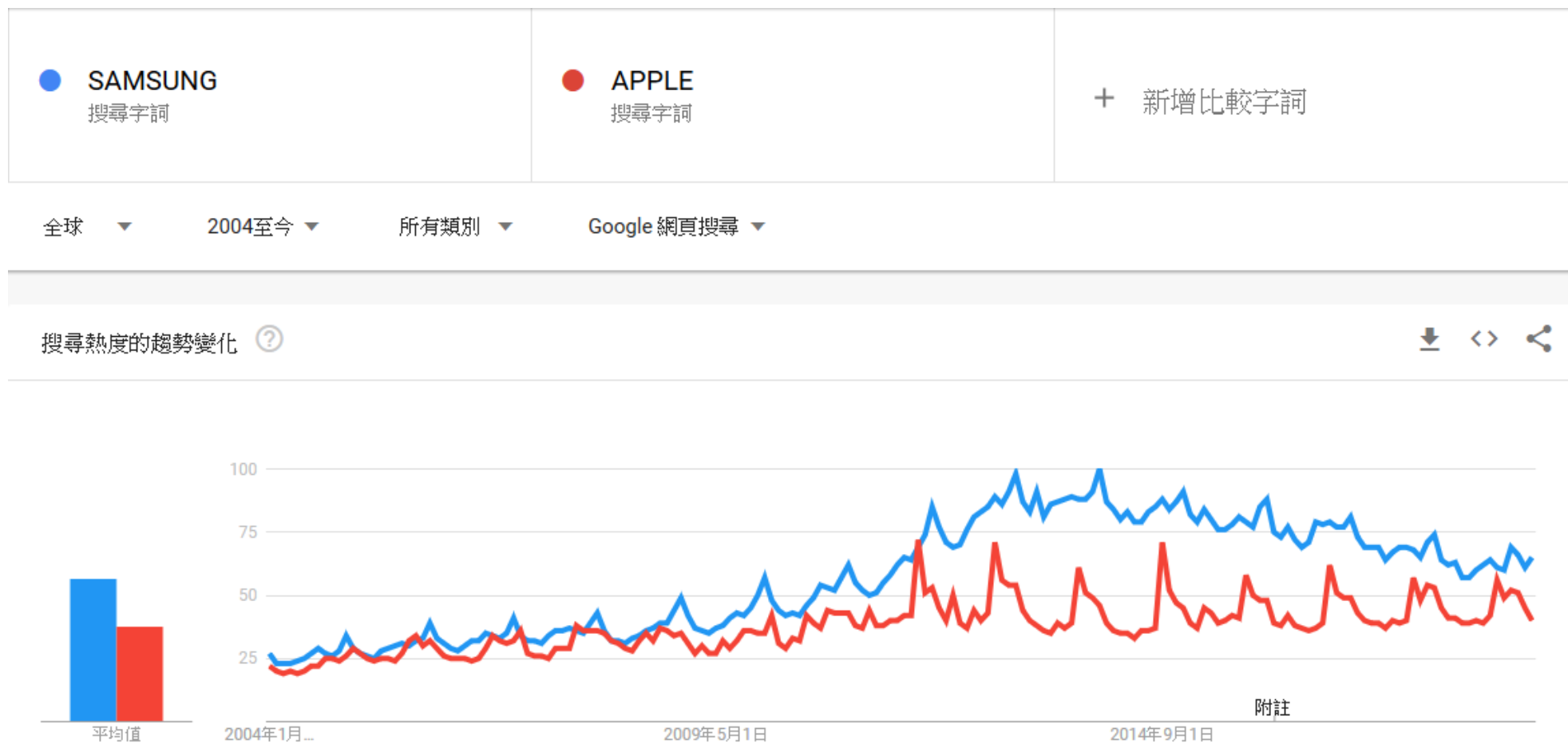
排序依據：「SAMSUNG」的搜尋熱度 ▾

1	摩洛哥	
2	印尼	
3	義大利	
4	南非	
5	土耳其	

包括搜尋量偏低的區域

< 顯示第 1-5 個區域，共 70 個 >

APPLE



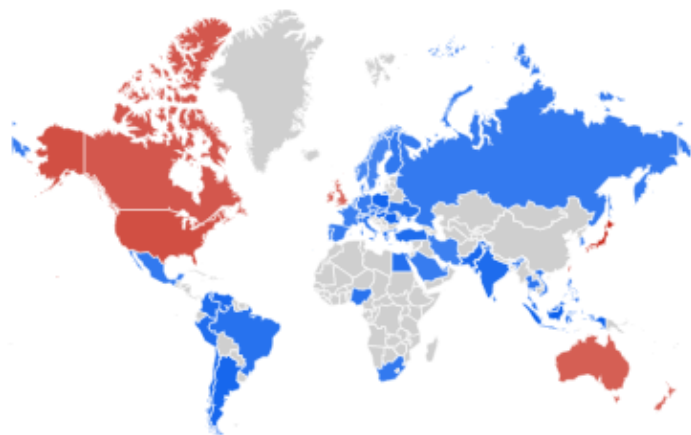
區域搜尋熱度

按區域比較細分資料

區域 ▾ ⬇ ⏪ ⏩

● SAMSUNG ● APPLE

排序依據：「APPLE」的搜尋熱度 ▾



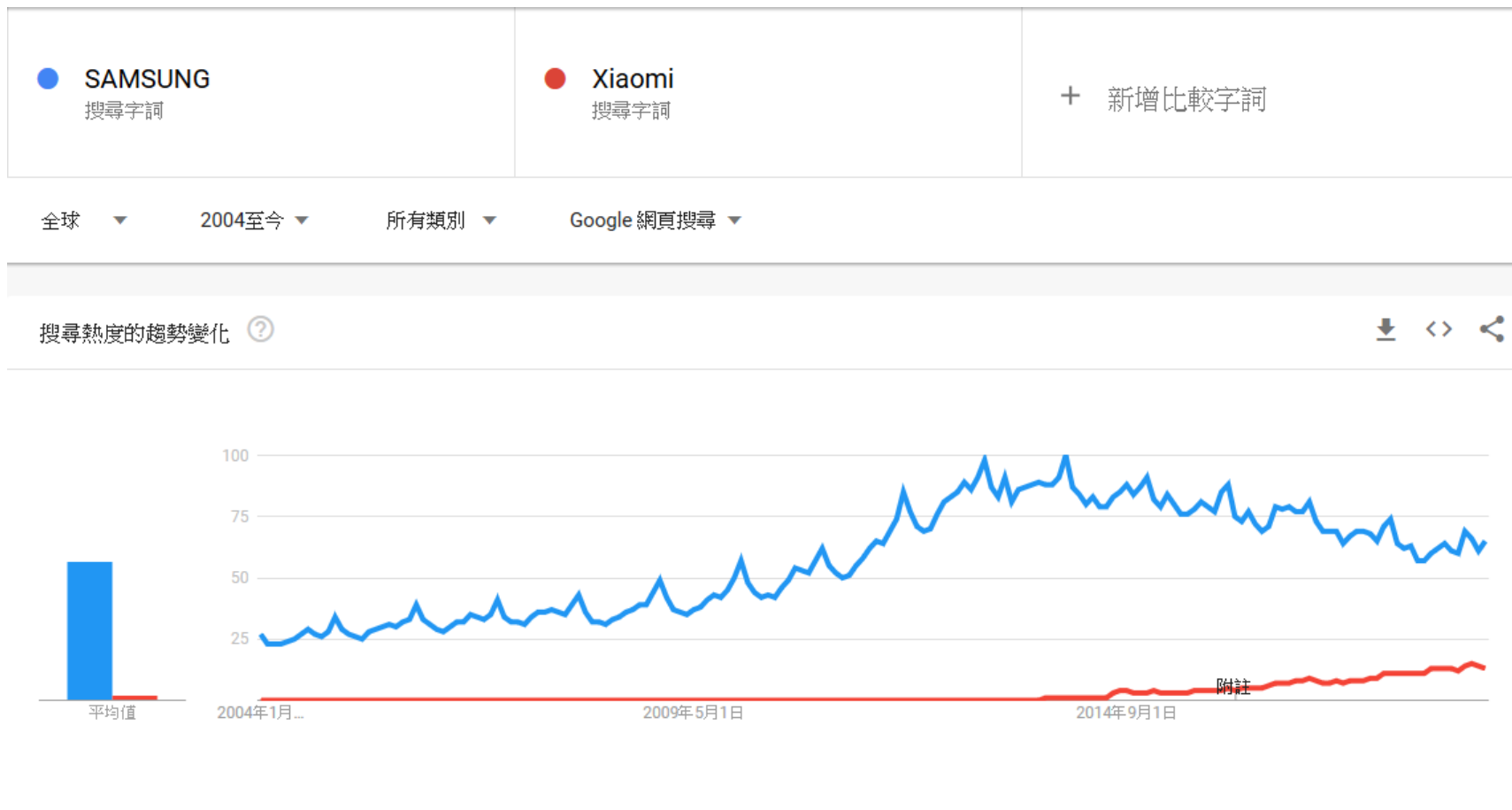
顏色深淺代表搜尋百分比 [瞭解詳情](#)



包括搜尋量偏低的區域

< 顯示第 1-5 個區域，共 55 個 >

Xiaomi



區域搜尋熱度

按區域比較細分資料

區域 ▾ ⬇ ⏪ ⏩

● SAMSUNG ● Xiaomi



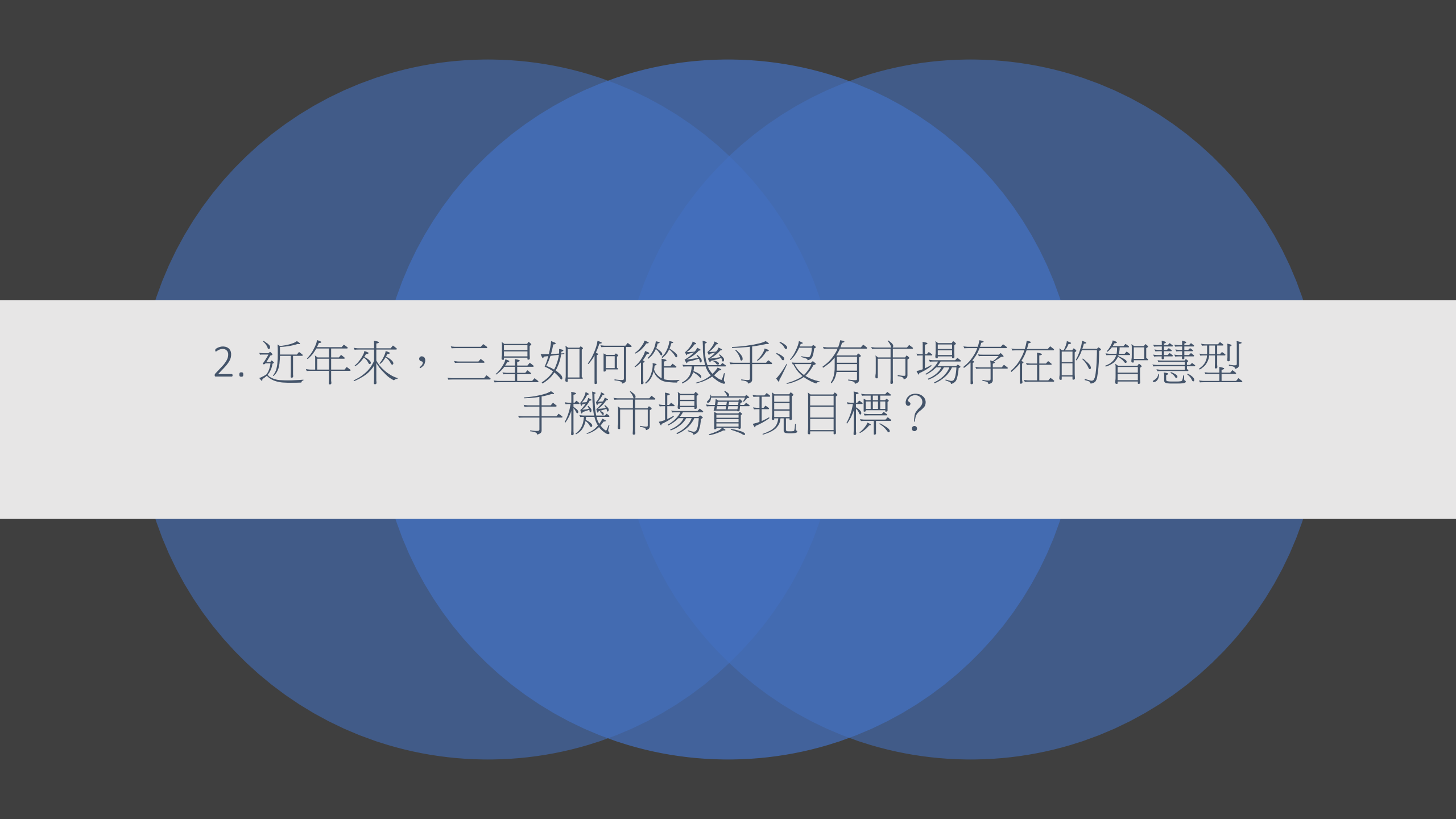
顏色深淺代表搜尋百分比 [瞭解詳情](#)

排序依據：「Xiaomi」的搜尋熱度 ▾

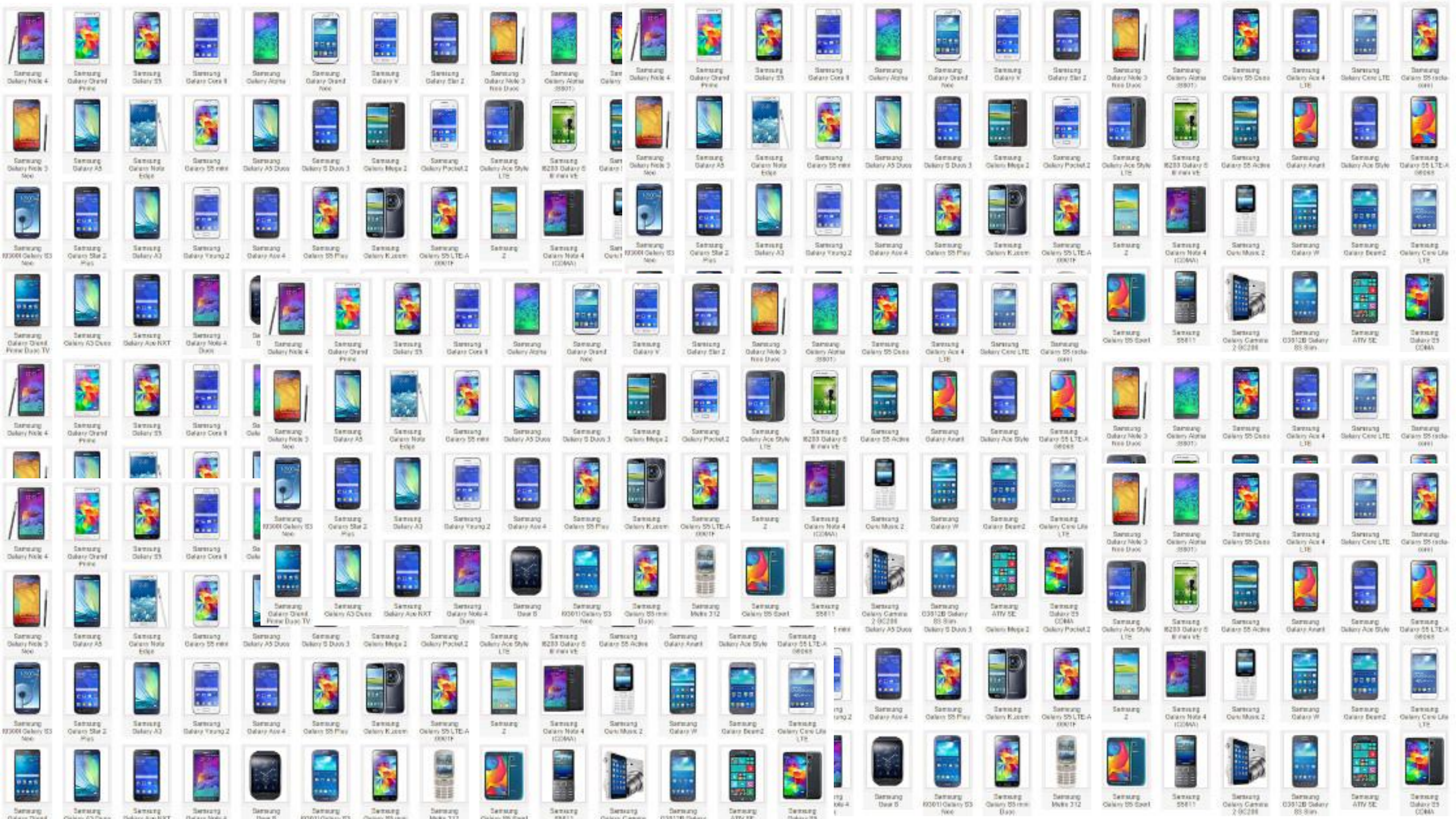
1	白俄羅斯	
2	印尼	
3	烏克蘭	
4	俄羅斯	
5	西班牙	

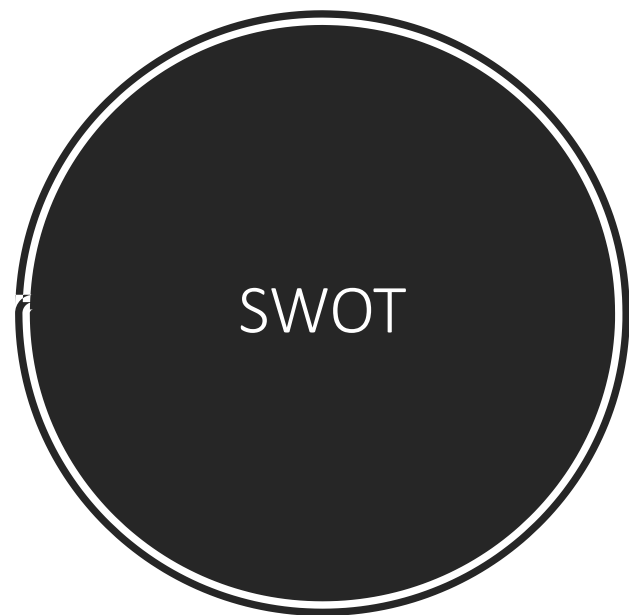
包括搜尋量偏低的區域

< 顯示第 1-5 個區域，共 59 個 >



2. 近年來，三星如何從幾乎沒有市場存在的智慧型手機市場實現目標？



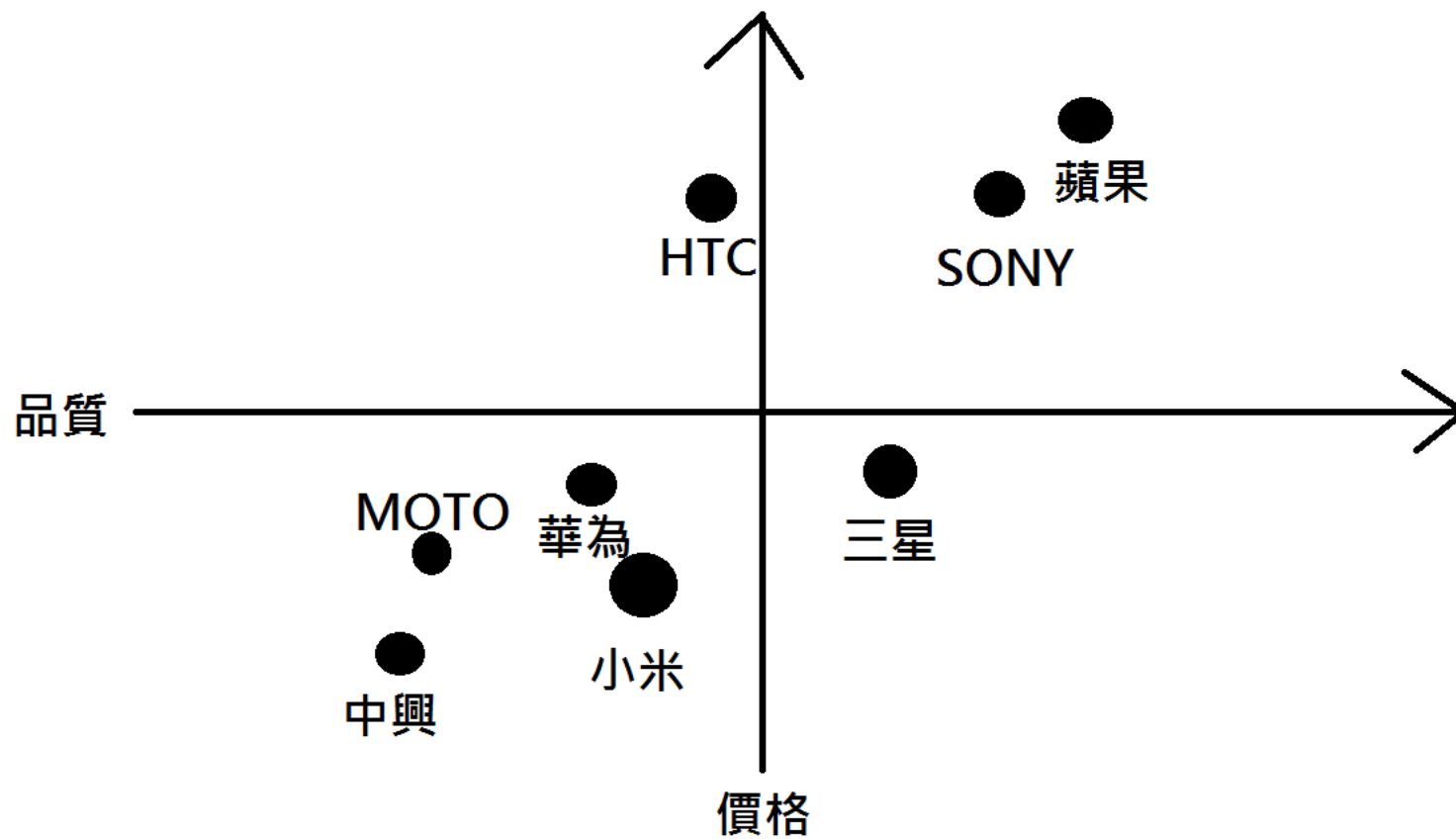


優勢(strength)	劣勢(weakness)
<ol style="list-style-type: none"> 1.在硬體設備方面比其他手機更為優秀 2.在設計方面符合人性化的理念 3.因為使用安卓系統，所以在系統開發能有效降低成本 4.自身同時生產手機配件，可更加符合手機的需要 	<ol style="list-style-type: none"> 1.外型差異不大 2.需要眾多人才跟精力投入 3.過於注重於高階手機，對低階手機嚴重忽視
機會(opportunity)	威脅(threat)
<ol style="list-style-type: none"> 1. 科技產品汰換率高，新機更換頻繁 2. 使用的安卓系統市占率高 3. 系統或相關內建軟體開發費用較便宜 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 業內競爭激烈 2. 消費景氣不理想 3. 市場將近飽和狀態 4. 作業系統更新頻繁

4P分析

- 產品Product: 產品穩定 · 設計感 · 高品質
- 價格Price: 高檔化 · 高價格 · 吸脂定價法
- 通路Placement: 代理商 · 直營店
- 推廣Promotion: 置入性行銷 · 廣告代言

市場定位矩陣



STP



市場區隔Segmentation

以功能、品牌、價格、用戶類型區分，滿足消費者不同的需求。



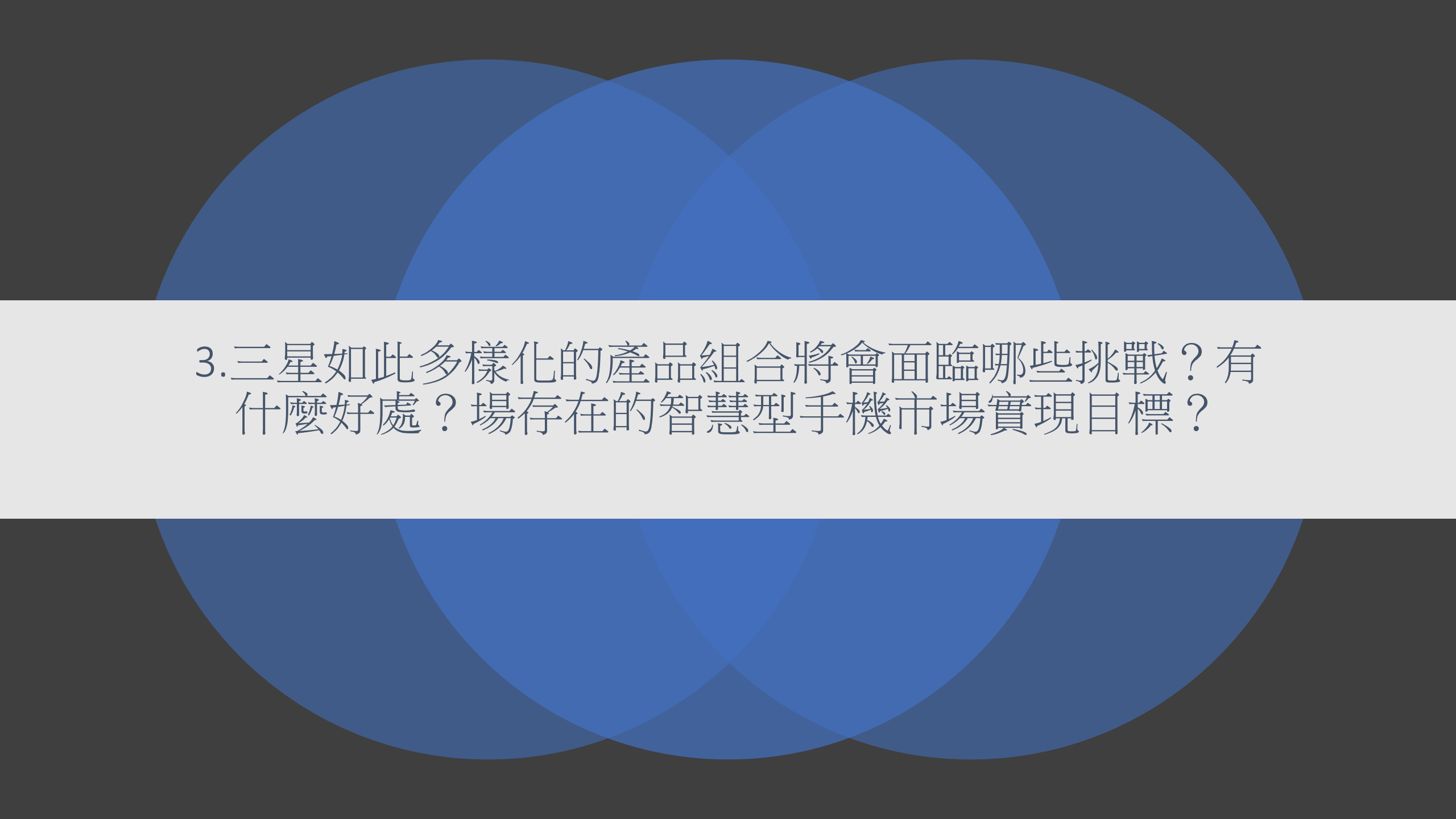
目標市場選定Targeting

透過全球市場區隔，逐漸地進軍全球市場，具有「行動更快速、更有彈性，比大型競爭對手的反映更敏捷」的優勢。



市場定位Positioning

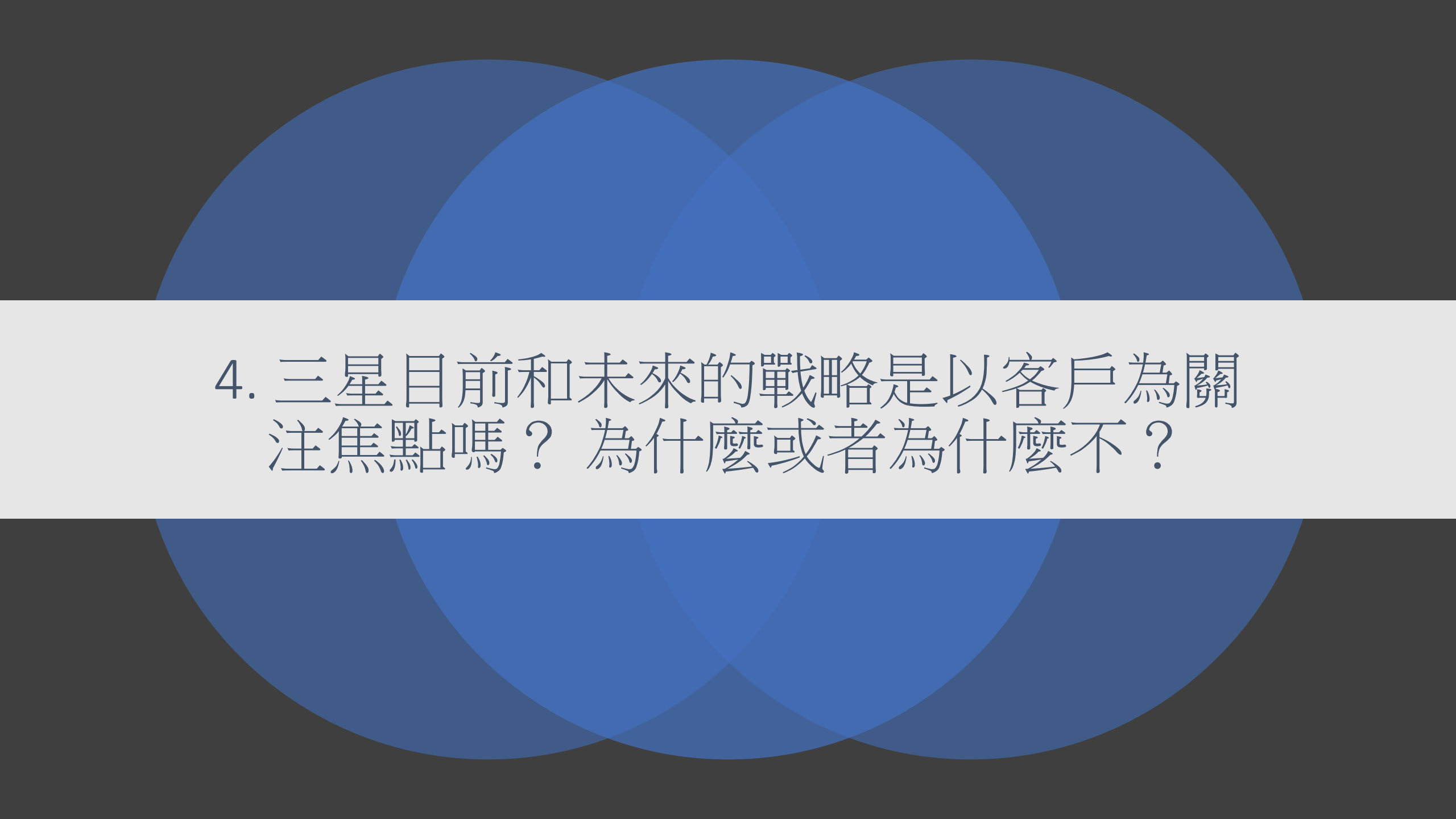
據不同市場和不同使用者，推出具有特色與功能性的手機。



3.三星如此多樣化的產品組合將會面臨哪些挑戰？有什麼好處？場存在的智慧型手機市場實現目標？

市場連結

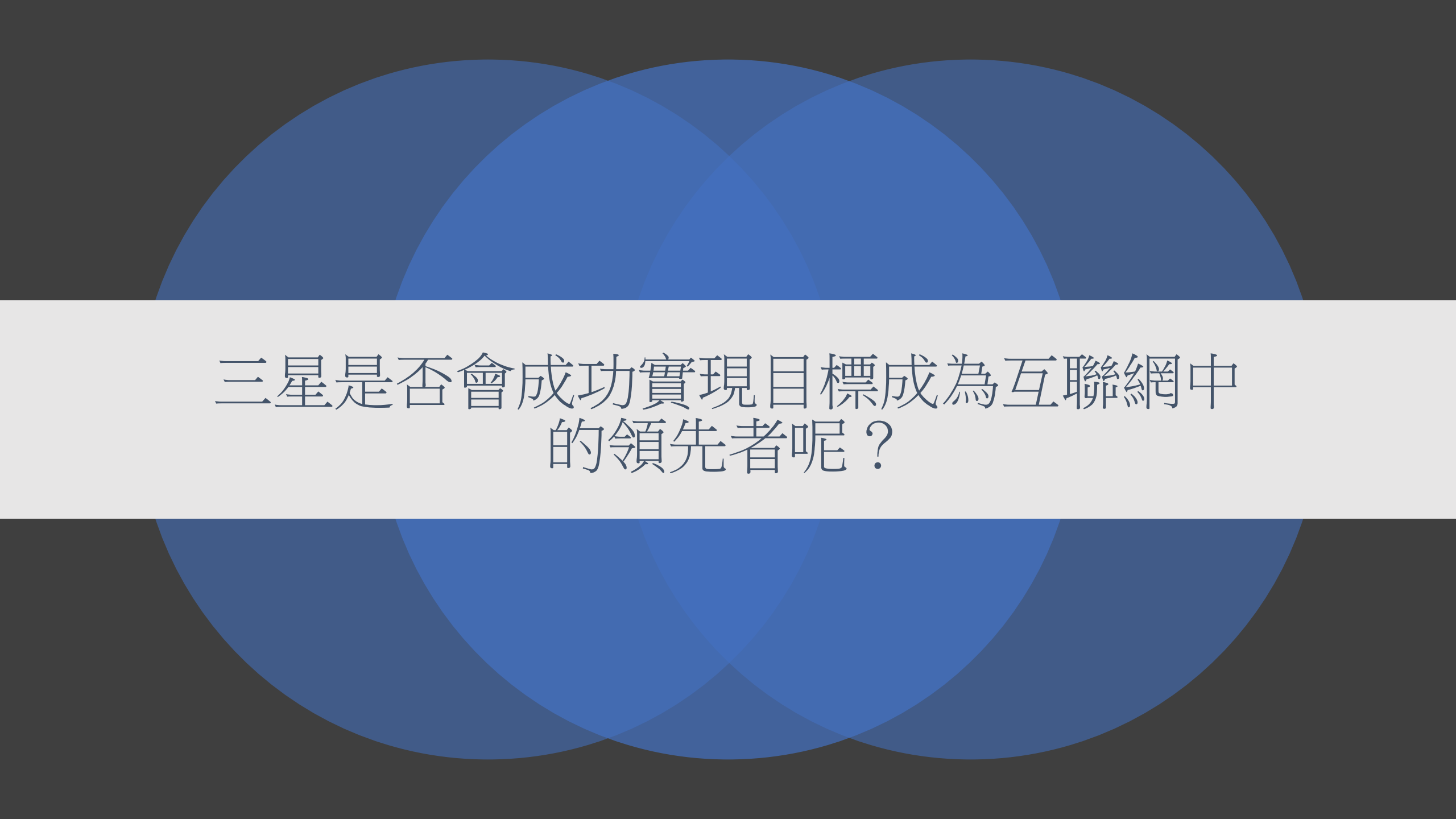
- <https://www.eprice.com.tw/mobile/buyerguide/?manu=Samsung&class=1>



4. 三星目前和未來的戰略是以客戶為關注焦點嗎？為什麼或者為什麼不？

經營理念

- **尊重人才**
 - 三星秉承「人才即公司全部」的哲學，並貫徹「學以致用、各司其職」的理念，在三星，我們一直努力為我們的員工提供源源不絕的機會，讓他們盡展所長，充分發揮自己的才華。
- **正當經營**
 - 以符合倫理道德的方式經營是我們事業的基礎。任何工作都在相對應的道德標準下進行，尊重每位股東及員工，保證公平、公開、透明化的合理制度化經營。
- **主導變革**
 - 如今全球經濟快速發展、改變是必須的過程。只有不斷創新，企業才能繼續生存。過去70年間，我們始終如一，放眼於未來，主動預測市場需求及需要，成功實現源遠流長的企業繁榮發展。
- **共同繁榮**
 - 一個企業，如果不能為他人帶來機會與繁榮，那麼該企業就無法取得真正成功。三星致力於成為全球優秀企業公民，重視其社會與環保責任，追求每個地區、國家以及人類社會的共同繁榮。
- **追求卓越**
 - 盡我們最大的努力、力求擁有不屈不饒、追求卓越的激情，並承諾致力於提供全球最高水平的產品及服務。



三星是否會成功實現目標成為互聯網中的領先者呢？

LINE Pay

