

大四工工專題摘要

25	大潤發自有品牌探討	
指導教授	朱詣尹 博士	
參與學生	u930847 廖霜瑜 u930857 游懿珊	
摘 要		
通路力量的興起使得以往只能由製造商主導的品牌商品變成眾家爭奪之地，通路商為了增加銷售利潤及塑造商店差異化形象，紛紛進行零售商自有品牌的開發。在國外這類商品已廣受消費者大眾的喜愛，其品質不輸領導品牌而價格深具競爭力；國內目前在自有品牌發展上尚未成熟。本研究旨在探討自有品牌的發展現況，藉由研讀國內外文獻、相關書籍資料及訪談大潤發滄雅店總經理，我們分別從零售商與消費者的角度來探討自有品牌的發展歷史、開發流程、利潤分析、與供應商間的合作關係、產品的行銷手法、及自有品牌的銷售概況。專題中探討大潤發在推行自有品牌過程中所使用的推行方法及遇到的困難與執行的成果，藉此瞭解國外與國內在自有品牌行銷手法及銷售實務經驗上的差異。		
關鍵字：自有品牌、大潤發、零售商、製造商、消費者		