

南台科技大學 管理實務報告

演講主題：統一麵品牌介紹
主講人：張雍暉

系所：企管四甲
學生：謝涵如
學號：4a155035

課堂中了解了統一麵的歷史，從世界第一包有調味包的泡麵-統一肉燥麵開始萌芽，進而有滿漢大餐、阿 Q 桶麵、來一客、拉麵道、大補帖、科學麵...等，速食麵的快速發展使市場上競爭激烈，需要掌握供應鏈，並擴大銷售，才能從廣大的市場中脫穎而出。

一開始統一麵給人的感覺是熟悉的味道(媽媽的味道)，賦予一種古早味的情懷去演繹的品牌故事，他的故事微電影有親情、愛情的邂逅-青年、上班族、中年，這些故事能點醒消費者的回憶。經過不斷的創新，統一麵從「熟悉的美味」延伸到「以心情調味」，賦予一種青春的活力去演繹新的品牌故事，微電影的內容有校園友情、有 20 初頭的愛情、還有親情，這些故事比較貼近我們的年齡層，統一想要讓年輕一輩的人喜歡他們的產品，想把消費族群的年齡層降低。

統一拍的微電影相當成功，不僅是我，班上的同學也都很喜歡統一麵新拍的微電影，另外，統一麵還為微電影中的料理拍了料理傳授影片，泡麵雖然是中式料理，但她都是以西式料理的擺盤方式呈現，這跳脫了我們對泡麵的感覺，讓我們知道，原來泡麵不只是泡麵，還能創造出這麼特別的料理。

統一麵已經在台灣賣得很好，但它還是不斷的創新，這我了解到，就算能擁有一定的市場地位，也不能輕忽其他競爭者，必須正視自己的弱點，做改進，才能不被市場淘汰。另外，統一麵做出一套屬於自己的品牌行銷，這讓我學習到品牌管理，要成功打造專屬的品牌優勢，就必須有創新的思考，讓品牌產品更進化，同時達到維護與開拓的目標。