

凡事豫則立的行銷策略—中國醫藥大學舉辦區域產學合作論壇

◎ 產學合作辦公室 吳嵩山 2010-06-18

『好產品、就要讓大家都知道！』文藻外語學院李彪博士受邀在中國醫藥大學舉辦的區域產學合作論壇表示，目前國內學術界的創新研發水準受到世界肯定，只是在相關產品的行銷與推廣上，必需要加一把勁，李彪形容說，公共關係是釘子，廣告是鐵槌。

中國醫藥大學為連結產學交流合作、技轉及商品化舉辦的區域產學合作論壇，昨天移師在大里工業區服務中心會議室舉行，邀請曾任中國時報南部總編輯的文藻外語學院李彪副教授傳授行銷與推廣的經驗心得，中國醫藥大學藥用化妝品學系周志謂助理教授講解奈米技術生醫及化妝保養品材料開發，為替產業界增加利潤，產學合作辦公室邱垂呈副理提供了政府相關法規及申請補助要領，吸引30多家廠商代表參加。

銷售與行銷是兩回事；李彪博士表示，銷售是以現有產品做推銷，創造利潤，行銷核心概念可從市場需求、慾望、品質、價值、滿足顧客需求為導向，近年來，由於市場細分與媒體細緻化，廠商在行銷過程不可打爛仗，凡事豫則立，要按部就班規劃媒體行銷策略。

李彪副教授分析，國內媒體的種類和特性為，報紙是文字、圖片，廣播是聲音，電視是影像，網路呈現多元特性。至於媒體趨勢現況，報紙的閱讀率快速滑落至四成五左右，廣播長期維持在三成上下，電視已是強勢媒體，仍居高不下，網路正逐年攀升，前景可期。

對於品牌的誕生，一般規則是：PR第一，廣告次之。李彪副教授認為，公共關係對廠商企業來說十分重要。如果廠商在產品行銷能想出一個有趣的故事，就可能被多家媒體爭相報導，而其效果與花費數百萬元的廣告一樣，其可信度可能更勝於廣告。

21世紀被稱為奈米科技時代，奈米技術利用於生醫及美容保養材料開發更是商機無限，學有專精的周志謂助理教授表示，隨著經濟與科技的進步，人類對於如何預防和延緩老化的方法更是不斷研究的課題，現階段許多化妝保養品以美白、抗老及防護為主軸；至於提升細胞之抗氧化能力、防禦能力，維持抗氧化物之穩定性與活性，是未來研究的新概念。

『綠色化學』是化妝品產業的新趨勢；對於女性朋友聚焦的護膚美容保養品，周志謂博士表示，近年來，化妝品逐步使用天然原料，也符合環保要求。

中國醫大產學合作辦公室專案副理邱垂呈在會中並指導廠商「運用學校政府資源，創造最大利潤」的撇步，同時說明了政府相關補助計畫類別與申辦條件；參與協辦的大里工業區服務中心徐益熊組長在致詞時，稱許中國醫藥大學暨醫療體系積極提升生醫產業的技術水準與推動產學合作的用心與努力。

中央社新聞網 <http://www.cna.com.tw/postwrite/cvpread.aspx?ID=00061284>

民眾時報 <http://www.macrocsm.tw/indexmain.php?mmenu=18000&sid=30002&cateid=10&imp=1>

記協·諍報 <http://homepage19.seed.net.tw/web@3/slnews99/index.files/head/head452.htm>

網路社區報 <http://www.u369.com.tw/>

【相關圖片】



資深媒體人李彪受邀參加中國醫大區域產學合作論壇與產業人士交流



好東西、要讓大家知道！李彪助理教授傳授行銷的經驗！



周志謂助理教授傳授奈米技術開發商機無限

資料來源：http://www.cmu.edu.tw/news_detail.php?id=958