



## Marketing: Meanings <sup>1/8</sup>

✦ Core concept of Marketing: **exchange** 交換

Why~

**英文PPT, 適合英文授課**

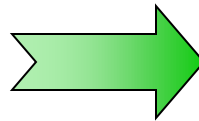
● pay tuition?



education



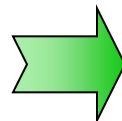
● buy movie ticket?



entertainment



● buy insurance?



safety needs



Exchange exists, therefore marketing exists.



Factors influencing trading areas include: geographic, traffics, outlet mix, competitors, product types, and marketing strategies.

### 16.3.3 影響零售商圈的因素

行銷人員除了應該瞭解不同商圈內的顧客與競爭者特性，也應瞭解商圈的形成與範圍大小受到哪些因素的影響。相關的影響因素如下：

1. 地形：河流、湖泊、山丘、叢林的橋樑、道路等基礎建設以及交通運輸能力，進而影響了商圈的形成與範圍。例如，某商店的北邊不遠處雖然人口密集，但卻隔著大片樹林與溪流，使得該地區只能成為次要或邊緣商圈。
2. 交通：交通建設影響消費者的購物時間與精力成本，因此商店所在地的交通越便利，越能吸引消費者前往購物，其商圈也就越大。例如，台北市捷運通車之後，由於市民的流動量增加，流動範圍擴大，因此使得捷運站鄰近商店的商圈也跟著擴大。

## 側欄英文重點提示

3. 商店組合：一家商店附近的商店組合會影響這家商店的商圈大小。如果商店組合多樣化或是形成互補關係，消費者會因為一次購物的方便性而集於前來，因此會擴大個別店購物中心就是仰賴商店的多樣性來拓

A well mix of retail outlets often extends the trading area.

5. 商品種類：商店內的商品種類會影響其商圈的大小。在各類產品中，便利品的商圈最小，原因是人們不願費時搜尋與採購，只會在鄰近的商店購買。選購品的商圈比便利品的商圈還大，因為消費者願意花費較多的時間與精力選購。而擁有特殊品的商家，商圈相當廣泛，因為特殊品具有相當高的價值與風險，而且多採用獨家式配銷，消費者願意花許多時間到遠地的商店購買。

Among various types of consumer goods, specially goods have the largest trading area, and convenience goods the smallest.

6. 行銷策略：行銷策略會影響商店的吸引力、消費者光顧的意願等，因而會影響商圈的規模。例如，產品組合越廣或越有特色、價格越低或推廣活動越積極，就越能吸引較遠的顧客而擴大商圈。許多量販店就是憑著產品廣度、價格低廉、促銷優惠等，而創造了比許多商店還廣大的商圈。



高鐵南港站投入服務，中南部民眾無需到臺北車站轉車就可直抵南港；對南港商店而言，零售商圈無形中擴大了。（照片由聯合報系提供）



統一阪急招來知名品牌入駐，並積極舉辦推廣活動，就是想透過商品種類與行銷策略來擴大商圈規模。