【台北國際工商經營研究社】

要最好 您 非変不可

2012.10.17



HOTAI 和泰興業股份有限公司

蘇一仲董事長

日本DAIKIN空調台灣總代理

和泰興業股份有限公司





奧美集團（Ogilvy & Mather）調查:

- 演講之後，忘記一半；
- 一天之後，忘記全部；
- 唯一記得，？？？？



如果你同意我說的...

3、2、1

OH YES！



自我介紹



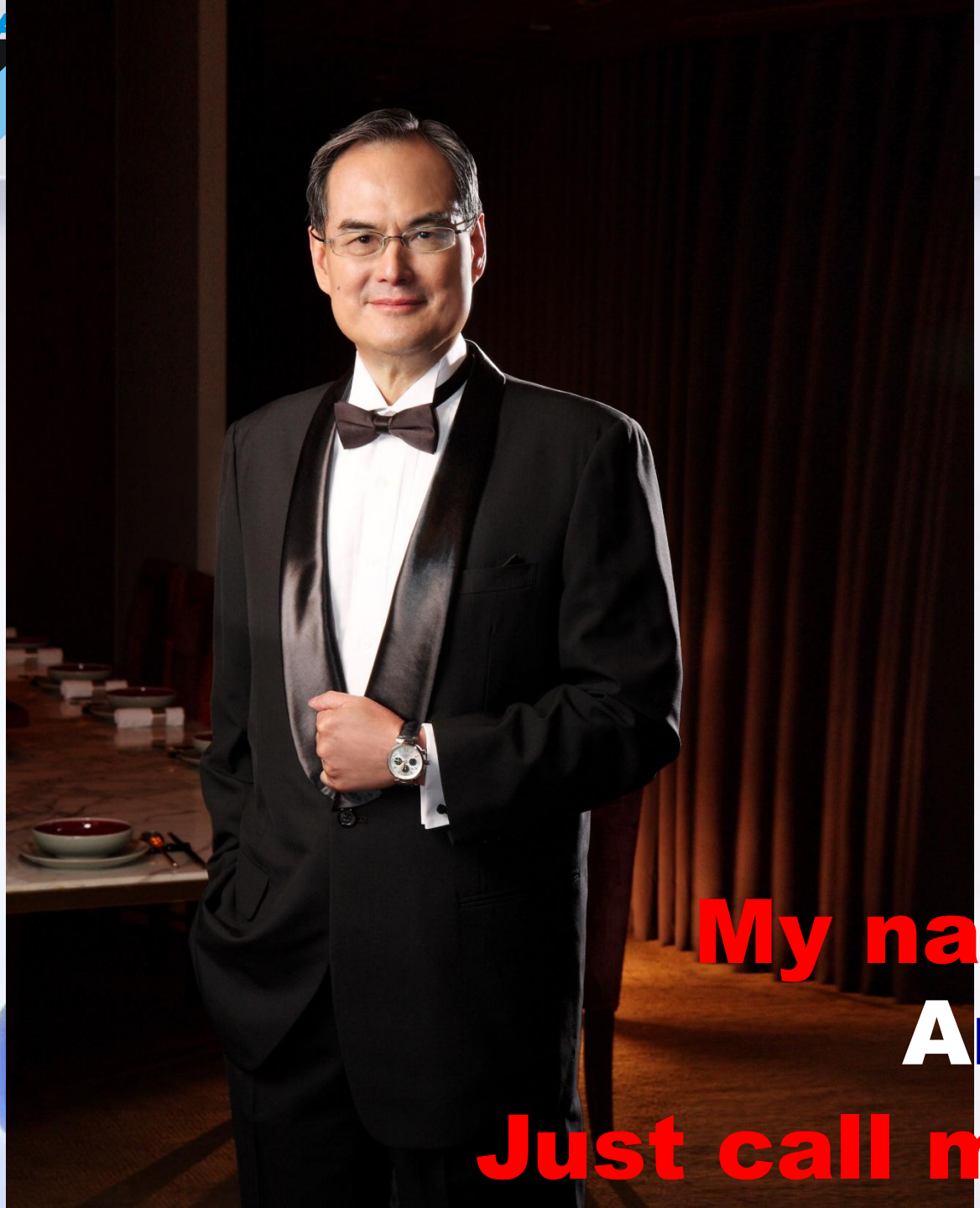
007式



My name is Bond

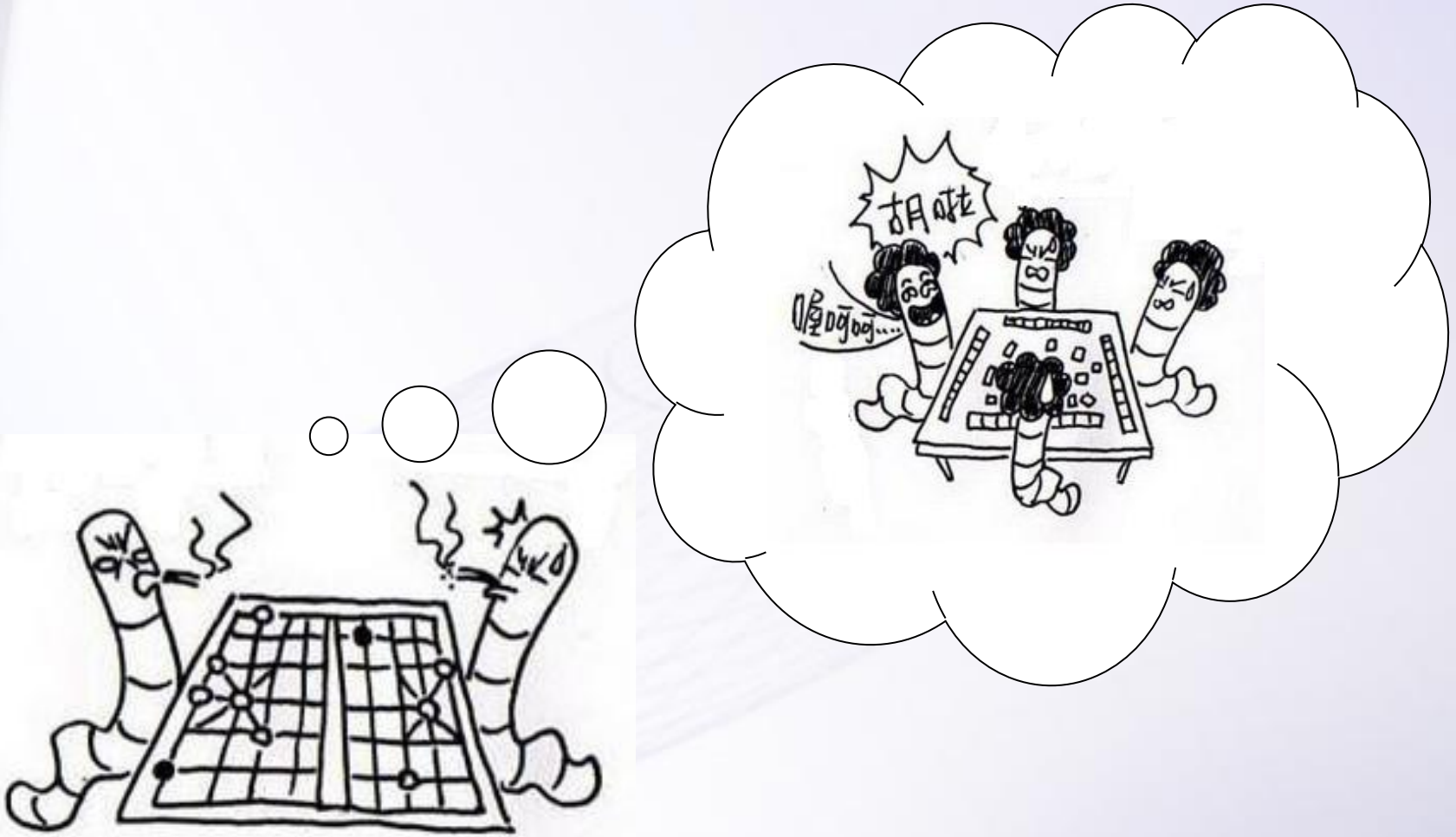
James Bond

Just call me James



My name is SOO
Antonio Soo
Just call me Antonio

兩隻蚯蚓，已厭倦了兩人下棋，想玩四人麻將...



結果...這一刀

大蚯蚓



小蚯蚓



聽到? ≠ 做到?

- 有聽沒懂
- 有做沒對



演練一下



My name is (Bond),

(James) (Bond) .

Just call me (James) .

個人簡介



個人簡介

- 年　　齡：　秘密
- 學　　歷：　學士班　政治大學外交系
  碩士班　ST.MARY's University(美)
- 專　　長：　好吃懶做，一無所長
- 興　　趣：　天文地理，無所不包
- 人 生觀：　日日是好日
- 喜　　愛：　錢多事少離家近
  位高權重責任輕
- 忌　　諱：　有毛的動物
- 家　　庭：　老婆x1、女兒x3、兒子x1、外孫x3
- 內孫on the way



正業

- **社會公益**

  財團法人黃烈火公益團體　　會　長
- **產業發展**

  台灣冷凍空調學會　　理事長
- **國際服務**

  國際扶輪3520地區2010-2011　總　監
- **宗教團體**

  法行會　　2008-2009　副會長
- **報章雜誌**

  工商時報『美好人生』專欄　作　家
- **社交聯誼**

  美生會　　理事長
- **演講活動**

  王品集團、西門子、遠雄集團、 台北產業協會、紡織資訊聯誼會、財團法人台灣連鎖暨加盟協會、新竹國企班、北中南各大扶輪社台大國企系、文化大學、台中勤益科大、海洋大學卓越大師講座、經濟部標準局、彰化菁英會、台灣衛浴文化協會等…

DAIKIN

美生會
Beautiful Life Club

－宗旨－

好酒好菜好所在　好朋好友好自在

美好人生人人愛　祥和社會自然來



副業

- 和泰興業　董事長　（日本DAIKIN空調總代理）
- 和安保代　董事長　（產物保險代理）
- 和泰汽車　常務董事（LEXUS，TOYOTA總代理）
- 國瑞汽車　副董事長　（中日合資汽車製造廠）



公司簡介



認識和泰興業

邁向50年

成　　立：1963 年由
黃烈火、蘇燕輝先生創立

營業項目：餐具, 爐具, 廚具, 家電, 空調

營 業 額：65億　(~2011)

員　　工：330人 (~2011)

資 本 額：4億9千2百萬

山不在高，有仙則靈
水不在深，有龍則名
公司不在大，有賺就行

空調現況



面對台灣市場 紅海氾濫

(按字母筆畫順序排列)

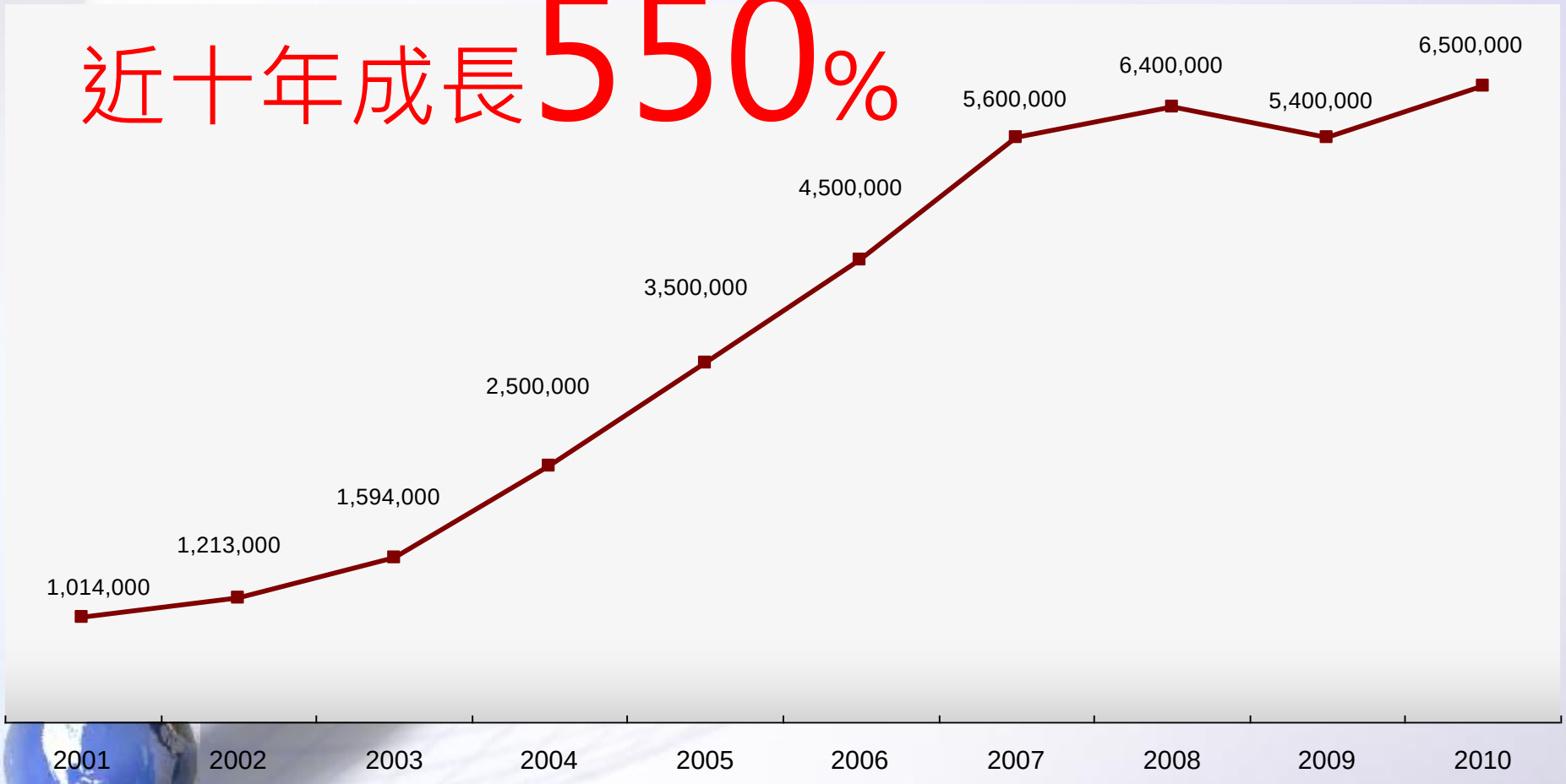
國產						日本		美國	
1	AIR FORCE	21	SYNCO (新格)	41	東麗 (AIR-TONY)	56	CORONA (可樂娜)	69	CALMAC
2	APTON (艾普頓)	22	TAISO (台碩)	42	松冷	57	DAIKIN (大金)	70	Carrier (開立)
3	BlueSky	23	TATUNG (大同)	43	松林夏	58	FUJITSU (富士通)	71	CENTURY
4	Fujimaru	24	TECO (東元)	44	松格	59	HITACHI (日立)	72	DUNHAM-BUSH
5	HERAN (禾聯)	25	U-POINT	45	金帝	60	MELCO (三電)	73	FRIGIDAIRE (富及第)
6	HI-TEC (日立)	26	YangFan (揚帆)	46	威爾富	61	MHI (三重)	74	GE (奇異)
7	KARO'S (嘉祿)	27	大阪	47	國友	62	Panasonic (松下)	75	GIBSON (吉普生)
8	KAWATANI (川谷)	28	中興	48	國品 (聲寶)	63	SANYO (三洋)	76	Kenmore(楷模)
9	KING (國祥)	29	天基 (TENKEY)	49	將能	64	SHARP (夏寶)	77	LENNOX(雷克斯)
10	Kolin (歌林)	30	太一	50	崧凌	65	SINKO (新晃)	78	MCQUAY
11	MAZHA (美家)	31	太亞	51	華菱	66	TOSHIBA (東芝)	79	PHILCO(飛歌)
12	M-CONSON (美康生)	32	日寶	52	順光			80	Renold(雷諾)
13	MIRANO (美萊利)	33	王子	53	萬世益			81	Trane (詮恩)
14	NEOKA (新禾)	34	世蒲	54	酷哥 (聲寶)			82	WestingHouse (西屋)
15	S&D	35	冰點					83	Whirlpool (惠而浦)
16	SAMPO (聲寶)	36	吉星	中國		韓國		84	YORK (約克)
17	SAPORO (莎普羅)	37	地中海						
18	SINOLL (欣諾)	38	旭光	55	TCL	67	LG (樂金)		
19	SOWA (首華)	39	良峰			68	SAMSUNG (三星)		
20	SWIFT	40	昆霖						

台灣大金表現



變頻第一　台灣第一

近十年成長550%



歷年空調營業額(單位:仟元/新台幣)

游出紅海，躍上藍天

2006『藍海策略』

Kim.W.Chan & Mauborgne Renee

1) 開創尚未被開發之全新市場

2) 創造獨一無二的價值



如何做到？



要最好 您非變不可



—理論篇—

為何變？



有人問：

好好的，為何要變？

因為... 世事無常

叢林法則

習慣領域

視野盲點



◎ 世事無常

人有生老病死；
物有成住壞空；
事有生住異滅。






◎ 叢林法則－Darwin

弱肉強食，適者生存



V.S.



It is jungle out there.

動物單純，人心難惻

◎ 習慣領域（HD）－游伯龍

阿嬤 VS 孫子



◎ 習慣領域（HD）－游伯龍

女皇 VS 燈塔



◎ 視覺盲點－你看到了什麼？



◎ 視覺盲點－我當然會算？

Of Course I Can Count

FINISHED FILES ARE

THE RESULT OF YEARS

OF SCIENTIFIC STUDY

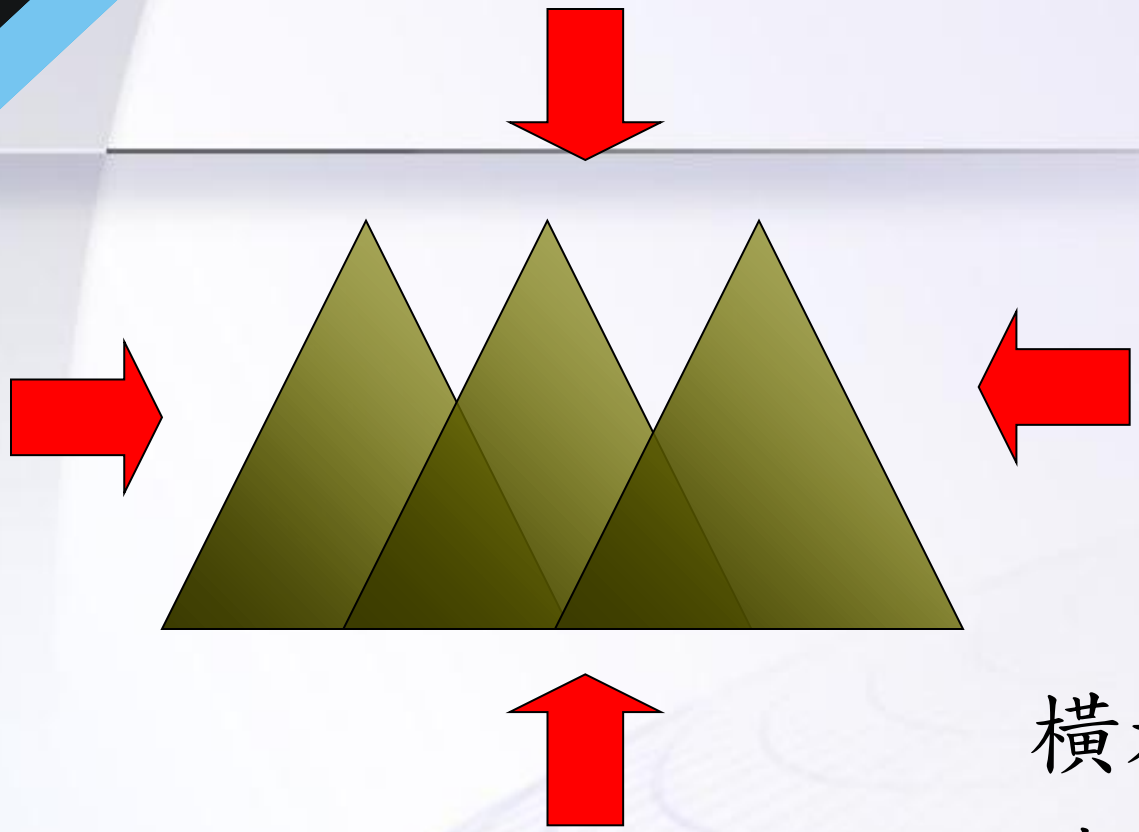
COMBINED WITH THE

EXPERIENCE OF MANY

YEARS.



答案:7個



橫看成嶺側成峰

遠近高低各不同

不識廬山真面目

只緣身在此山中

~蘇東坡~

為何不變？



- 怕麻煩
- 怕困難
- 怕失敗
- 怕…



◎圓桌分享

1) 過火



2) 蒙眼



因怕懼變

"the only thing we have to fear is fear itself" ~Franklin D. Roosevelt~

我們唯一要害怕的是害怕本身。

~羅斯福~



最大的敵人是自己

害怕後果？Don’t worry！

人生只有兩件事要擔心：健康或生病。
如果健康，就不必憂愁，

如果生病就有兩件事要擔心：康復或死亡，
如果康復，就不必憂愁，

如果死亡就有兩件事要擔心：上天堂或下地獄。
如果上天堂，就不必憂愁，
如果下地獄，你會遇到很多好朋友。

何必擔心？

DAIKIN

You'll never know if you don't try



如何變？



內涵



- 簡易：方法策略
- 變易：環境對應
- 不易：基本價值

DAIKIN經營



- 簡易：操作容易
- 變易：對應需求
- 不易：恆溫 舒適 靜音 省電

1) 垂直水平

如何在太空梭上寫字?









有試過鉛筆嗎?

2) 積極消極



大女兒



小女兒



先天下之憂而憂？

3) 未雨綢繆

魏文王VS.扁鵲

魏文王問名醫扁鵲：
「兄弟三人，到底誰醫術最好呢?」

扁鵲：「大哥最好，二哥次之，我最差。」

「大哥治於發作前，名氣不傳；
二哥治於剛發作，小有名氣；
扁鵲治於嚴重時，經脈扎針、放血、切膚鋸骨，
名氣才響遍全國。」

預防勝於治療

3) 易經



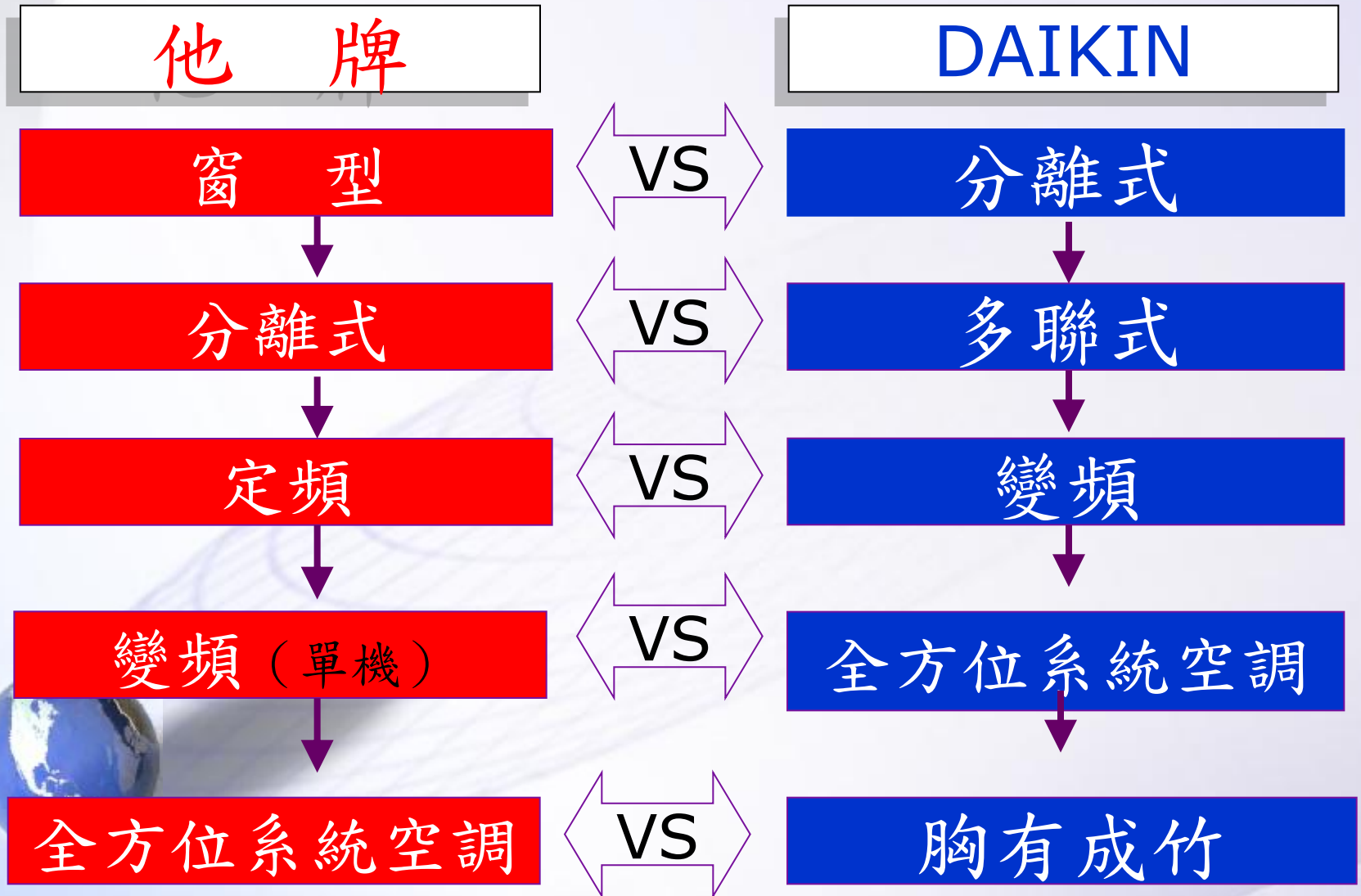
必然公式?

3) 易經



要最好 您 非變不可!!

洞燭機先 領先一步


他 牌
DAIKIN
窗 型
VS
分離式
分離式
VS
多聯式
定頻
VS
變頻
變頻（單機）
VS
全方位系統空調
全方位系統空調
VS
胸有成竹

DAIKIN

沒有最好

只有更好

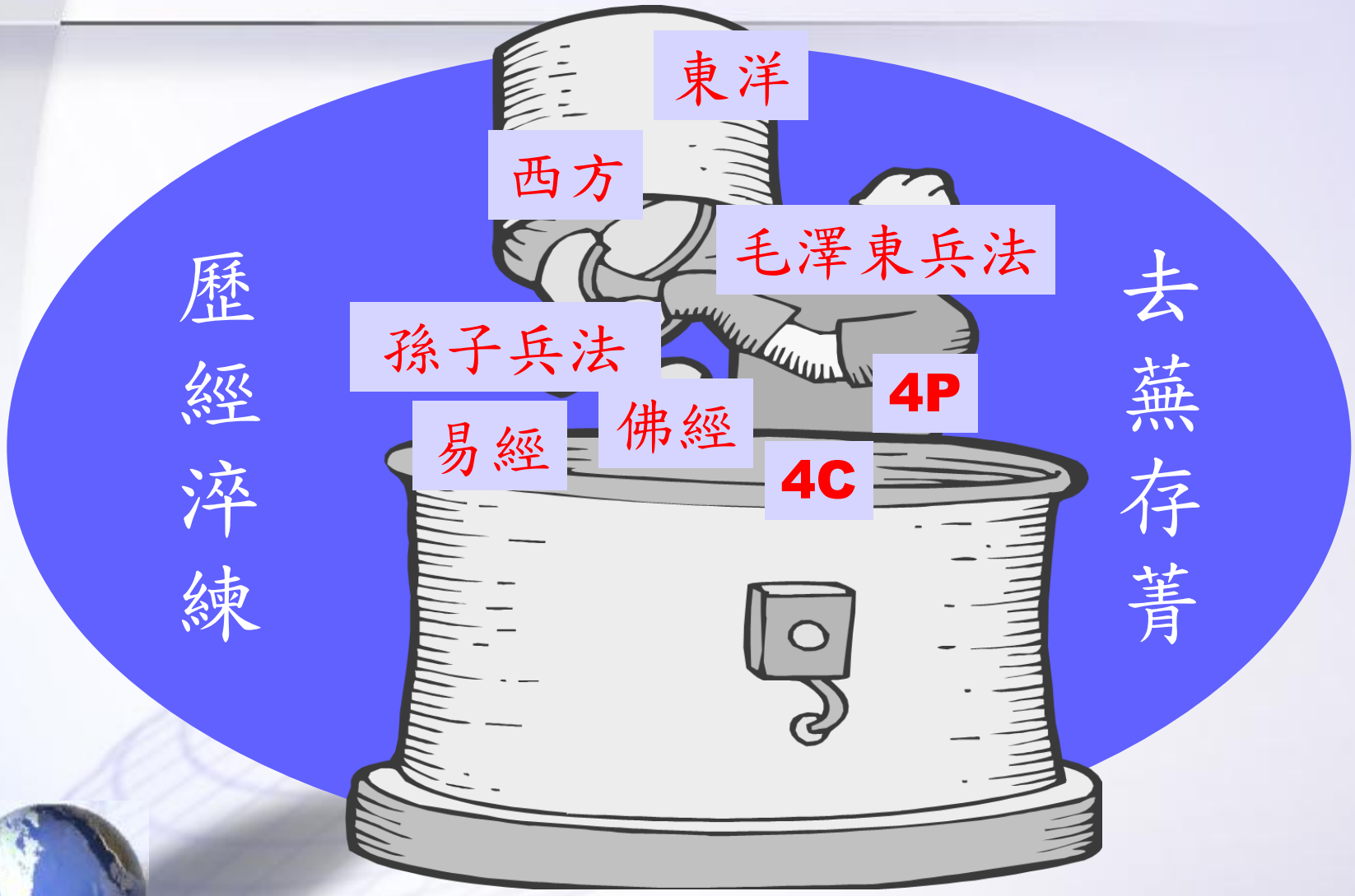


要最好 您非變不可



—實務篇—

實戰體驗



融合中西 貫穿古今


日本一番
新書發

一番兵法

攻無不克　戰無不勝



MP3 + PC7 一番兵法

	M	P	3
	Market Segmentation 市場分眾化	Positioning Differentiation 定位差異化	Multiple 三生萬物 世事多變化

	P		C	7 Keywords
1	Product	產品組合	Customers Needs 客戶需要	Total Solution 一次到位
2	Price	價格策略	Customers willing to Pay 預算考量	Cost and Value 物超所值
3	Place	販售通路	Convenient to Buy 方便購買	Total Coverage 無孔不入
4	Promotion	廣告促銷	Communication 有效溝通	AIDA 要好叫座
5	Public Relations	公共關係	Customers Confidence 品牌信賴	Words of Mouth 有口皆碑
6	Profit Assurance	三贏確保	Customers Loyalty 品牌忠誠	Care 誠懇門陣
7	People Organization	人員組織	Customers Satisfaction 客戶滿意	Execution 知道做到

謝謝大家

