

參加大陸廣告行銷訪問團出國報告

一、出國行程說明

- (一)、91年5月16日搭華航及中國南方航空公司班機經由香港前往廣州。
- (二)、91年5月17日參訪廣東白馬信息產業集團，聽取其簡報，並與其經驗交流。
- (三)、91年5月18日到91年5月19日參加2002年世界華文廣告論壇系列活動(含第九屆時報世界華文廣告頒獎典禮)。
- (四)、91年5月20日搭中國南方航空公司及華航班機經由香港返國。

二、出國報告

2002年世界華文廣告論壇系列活動，今年選擇在大陸廣州舉辦，參與本活動的單位有我國、新加坡、香港、加拿大與大陸等之華人廣告專家及主辦與贊助第三屆金手指網路獎的廠商，如中國時報，PChome、中華電信數據分公司、Nokia公司、智冠科技公司、BBOD廣告公司、台灣聯廣公司、泛太網際公司，新加坡10 AM Communication公司，加拿大多倫多共鳴廣告公司，香港靳與劉設計顧問公司，廣東白馬信息產業集團、黑馬廣告公司及上海隆圖廣

告公司等。

世界華文廣告論壇中由來自各地之華人廣告專家發表專題演講及專題座談，茲摘錄與中華電信數據通信公司相關重點如下：

(一)、廣告與整合行銷策略運用：整合傳播係指整合運用二種以上的傳播工具，以達最有效的傳播的過程。須做策略思考找出傳播課題，再以創意力搭配不同的工具，選擇妥正確的課題及工具決定傳播主軸，確實執行，期達成有效的行銷。

(二)、網路新商機

1. Internet 是新工具、新界面，並非商業模式，要運用它找到新商業模式，如網路管理、客戶管理、供應鏈等。
2. ISP 與 ICP 結合是一成功的因素，未來營運會愈來愈好，營收亦會愈來愈好。
3. 未來贏家是懂得網路，在傳統有良好績效的商家。
4. 網路是工具、媒體(非主流媒體)。
5. 網路廣告的定位、方式不應依傳統廣告方式來衡量，應當一新工具來運用。
6. ICP 提供良好的、完美的資訊，客戶將願付費。

7. 網路要收費最好做到不顯著、不外加，較易成功。
8. 未來實體與虛擬網路整合，網路是媒體鏈的一環，是所有工具中最強者。
9. 有痛苦就有商機，商機在 B2B、B2C Model 較有機會。

三、觀感

- (一)、廣州是大陸經濟發展的新星，從這次廣州地區報名參加世界華文廣告論壇之熱絡，可一睹大陸廣告界人士亟於吸收廣告新知，提升競爭力。
- (二)、從廣東白馬信息產業集團介紹其精彩廣告，可知廣州廣告界在廣告作業較之台灣地區並不遜色，且其認真打拚的態度，頗值我們警惕。