

CEO 概念思考力課程教材大綱	
編 號	課 程 單 元 名 稱
A002	單元1 概念思考
	單元2 Concept 的 power
	單元3 用 concept 思考實作企業 mission
	單元4 用 concept 思考實作企業願景
	單元5 用 concept 思考實作事業概念
	單元6 用 concept 思考創造戰略概念
	單元7 用 concept 思考創造商品概念
	單元8 用 concept 思考創造廣告概念
	單元9 成爲概念思考人

# CEO 概念思考力

< 目 錄 >

< 編 者 引 言 >

< 序 >

## Section I 概 念 思

考 ..... 4

- 瞭解 CONCEPT 的意涵
- 本質的意涵
- 本質的具現化
- CONCEPT THINKING
- CONCEPT THINKING VS 邏輯思考
- CONCEPT 的 POWER
- 商業 CONCEPT 的評價基準

## Section 2 用 concept 思考 企 業

mission ..... 38

- 瞭解 mission 的含意
- 陳述 mission 的方法
- 用 plan form 實作 mission
- 用 plan form 評價 mission

Section 3 用 concept 思考創造願  
景 ..... 58

- 瞭解願景的含意
- 陳述願景的方法
- 用 plan form 實作願景
- 用 plan form 評價願景

Section 4 用 concept 思考事業概  
念 ..... 84

- 瞭解事業概念的含意
- 用 plan form 思考事業概念
- 用 plan form 評價事業概念

Section 5 用 concept 思考戰略概  
念 ..... 108

- 瞭解戰略概念的含意
- 用 plan form 思考戰略概念

- 用plan form評價戰略概念

Section 6 用 concept 思考商品概念 ..... 160

- 瞭解商品概念的含意
- 用plan form思考商品概念
- 用plan form評價商品概念

Section 7 用 concept 思考廣告概念 ..... 190

- 瞭解廣告概念的含意
- 廣告概念的來源
- 用plan form思考廣告概念
- 用plan form評價廣告概念



# 課程單元 1 概念思考

( 試 讀 )

經營上的概念如「企業使命」、「願景」、「核心價值」、「事業概念」、「策略概念」、「產品概念」等，已成為現代CEO領導企業向前邁進的一貫思考脈絡。

概念是如何形成的？如何進行概念思考？如何從概念發現本質？如何讓本質具現化？如何評價商業概念？這些都是現代CEO提昇經營效能最需具備的能力。

## 課程目標

- 瞭解 CONCEPT 的意涵
- 本質的意涵
- 本質的具現化
- CONCEPT THINKING
- CONCEPT THINKING VS 邏輯思考
- CONCEPT 的 POWER
- 商業 CONCEPT 的評價基準

1-1

Concept 是什麼？

CONCEPT

=

本 質

CONCEPT 要有特徵

Guidance®

## 1-1 Concept 的 意 涵

探討近代不同事業領域中，具代表性企業的成功關鍵因素，我們發現歸納出的成功脈絡，最後總是回到「企業使命」、「核心價值」、「願景」、「事業概念」、「策略概念」、「產品概念」等原點；而使使命、價值、策略、產品等**概念都是由人腦中形成的一種 Concept**。

如十九世紀初亨利福特，一反當時把汽車當成奢侈品的概念，推出「T形車」的產品概念「提供操作簡單、價格便宜、滿足大眾需求的運輸手段。」獲得空前的成功，開創了福特的汽車王國；但卻敗於GM的中興始祖史龍二世的汽車概念。

史龍二世相信一九二〇年後，汽車的概念將轉為「提供適合不同所得、不同目的、不同品味的汽車給不同的人」。在這個概念下史龍二世推出了如凱蒂拉克、雪佛蘭……等車型，而每類型車型都賦於有其象徵的性格，這次的轉變，使原居汽車市場的領導者福特汽車，至今仍退居為第二位。

其它概念如華德狄斯奈的「**想像力**」、CNN的「**提供全天候新聞**」、聯邦快遞的「**隔日送達**」、

Google 的「整合全球資訊，讓每個人都能獲利」、台積電的「晶元專業代工」……等，這些經營上的獨特 Concept 造就出這些有特色的企業。

「Concept」這個字被解釋成概念的意思，概念也被直覺地認為是抽象的、理論的、不具體的；特別是藝術創作品，表達著藝術家獨特的概念，而這些藝術創作的概念表達，更加深概念是抽象的意涵。

由於務實在商業經營上是被強調的，因此人們較少對「Concept」做有系統的研究，往往只出現在少數個別題材上，例如管理大師羅勃卡滋（Robert L. Katz）將管理技巧分為三項：

專業技巧（Technical skill）

對人技巧（Human skill）

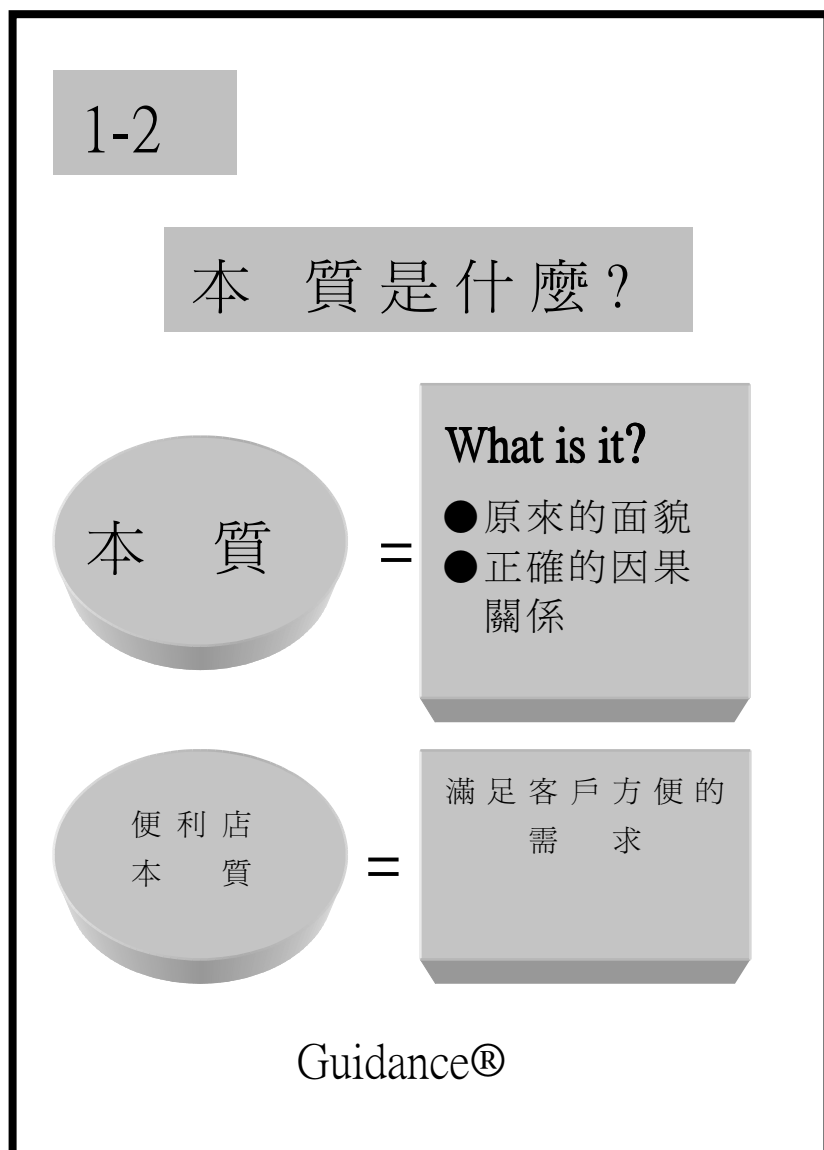
概念思考力（Conceptual ability）

羅勃卡滋的概念思考力，是一種綜合判斷力，從組織整體的視野判斷、解決問題，做成對公司整體最有利的決定。

「Concept」是否是抽象的？我們再仔細看看華德狄斯奈的「想像力」、CNN 的「提供全天候新聞」、聯邦快遞的「隔日送達」、Google 的「整合全球資訊，讓每個人都能獲利」、台積電的「晶元專業

代工」等「 Concept 」，的確初看起來是抽象的、不具體的；但仔細玩味，這些 Concept 卻是都具有與眾不同的「特性」，而這些特性正是代表這些企業經營的本質。

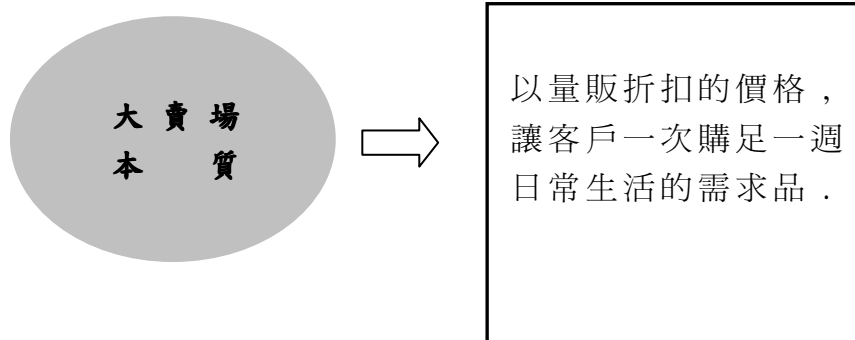
因此，我們對「 Concept 」的含意要更深層的了解，Concept 除了是概念外，它更是特性與本質。

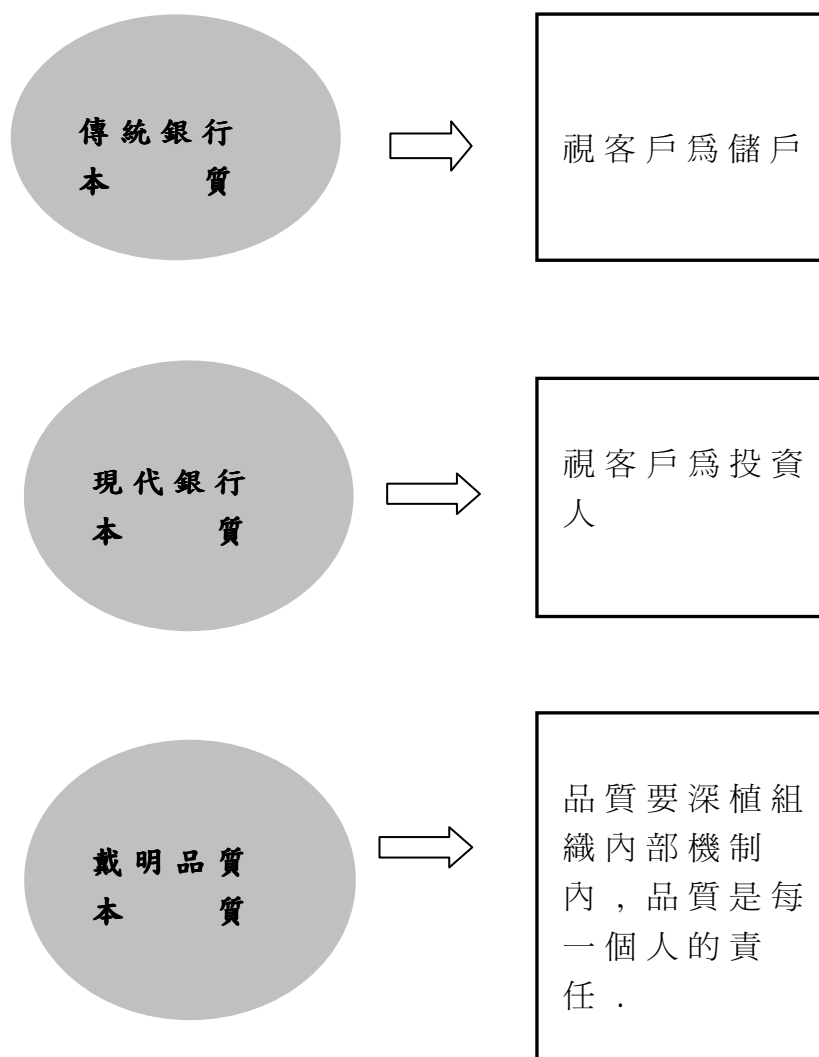


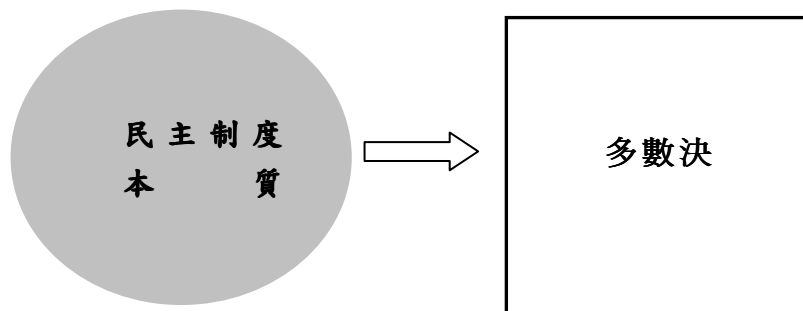
## 1-2 本質的意涵

本質是事物原來的面貌及正確的因果關係，例如您可在便利店、超級市場、百貨公司、量販店買到一罐飲料，但深夜時刻您只能在便利店買到這罐飲料。因為滿足客戶方便的需求是便利店的本質，所以便利店提供24小時的服務。

下面是一些本質的例子：







因此，任何事務都有代表它特性的本質，本質是由



