

068

**Development Scheme of Corporate Brand in the Traditional Chinese
Medicine Enterprises of Guangdong, Hong Kong and Macau:
Explore the Behaviour of Applying Corporate Brand to Drugs**

by

Chon Iao Pang

Master of Science

2009



**Institute of Chinese Medical Sciences
University of Macau**

碩士學位論文

粵港澳中藥企業品牌發展構想 ——藥品利用企業品牌的行為研究

研究生姓名：秦祐鵬

導師：王一濤 教授

專業：醫藥管理

日期：2009 年 6 月



澳門大學中華醫藥研究院

目 錄

致 謝.....	-i-
Abstract.....	-ii-
摘 要.....	-iv-
文中圖示.....	-viii-
文中列表.....	-ix-
第一章 緒論.....	-1-
1.1 粵港澳背景下的企業品牌必要性.....	-1-
1.2 研究目的和思路.....	-3-
第二章 品牌概念理論回顧.....	-6-
2.1 品牌定義和作用.....	-6-
2.2 企業品牌的理論回顧.....	-8-
2.3 品牌延伸和品牌等級架構.....	-11-
第三章 藥品中企業品牌性質和形式分析.....	-18-
3.1 藥品品牌的特殊性.....	-18-
3.2 藥品中企業品牌表現途徑.....	-19-
3.3 企業組件重要性測試.....	-21-
第四章 藥品利用企業品牌動因假設.....	-25-
4.1 影响藥品利用企業品牌決策的框架.....	-25-
4.2 藥品利用企業品牌多因素假設.....	-26-
第五章 藥品利用企業品牌動因實證.....	-30-
5.1 研究設計.....	-30-

5.2 結果驗證.....-38-

5.3 討論.....-50-

5.4 案例研究方法的有限性.....-52-

第六章 利用粵港澳優勢建立中藥企業品牌.....-53-

6.1 理論上探討粵港澳地區產品引用企業品牌.....-53-

6.2 實踐上探討粵港澳地區產品引用企業品牌.....-53-

6.3 結合粵港澳地區特色建立企業品牌.....-55-

6.4 基於企業品牌問題上的粵港澳合作.....-57-

第七章 結語..... -60-

7.1 研究總結.....-61-

7.2 局限性與未來研究方向.....-61-

參考文獻..... -62-

附錄(半結構式問卷)..... -66-

攻讀學位期間發表文章.....-69-