

摘要

多年來，台灣報業穩定的市場生態，於 2003 年 5 月《蘋果日報》正式創刊後，進入了一個全新的階段。《蘋果日報》是台灣首次以零售通路為主體，成功打開長期由三報所壟斷的市場通路，全新的版面風格及大膽的報導角度，不僅帶給本地讀者新的閱讀感受，更進一步促成台灣本土報業生態的重組，在《蘋果日報》的衝擊之下，台灣傳統報業所面臨的挑戰，除了同業之間的競爭，更可怕的是本土報業整體市場的萎縮。《蘋果日報》加入台灣當地讀者的資訊取得通路，憑藉本身強大的產品競爭力，對台灣本地的報業市場造成了嚴重的威脅。

有鑑於此，本研究將《蘋果日報》發行後的市場稱為台灣報業的「新競爭時代」，針對六位具有代表性的資深報紙從業人員，分別從市場環境、通路型態、通路控制、業務推廣策略以及報業未來挑戰等觀點，進行深度訪談，同時結合研究者親身參與觀察所蒐集的資料，以行銷學 4P 中的行銷通路（place）作為主軸，研究新競爭時代，台中地區四家主要報紙行銷通路的型態與作為，並分析未來所能採取的行銷策略。

關鍵詞：報紙發行、行銷通路、行銷策略、推廣、市場競爭