

## 參考文獻

### 中文部分

司徒達賢(2001)，〈核心能力、互補性資源與持久競爭優勢之研究：以電子商務為例〉，《行政院國家科學委員會補助專題研究計畫成果報告》，台北：國科會。

司徒達賢(1995)，〈資源基礎理論與企業競爭優勢關係之探討〉，《行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告》，台北：國科會。

司徒達賢(1996)，《策略管理》，台北：遠流。

洪正芳(2004)，〈看中電視購物市場大餅 集團紛搶進〉，《銘報》，2004年12月22日。

電視購物滿意度近93% (2003年2月20日)，中國時報，第三十七版。

李秀珠(1999)，〈有線電視購物頻道與觀眾特性研究〉。

李東松(2004)，《服務品牌權益、關係行銷和服務品質對關係品質與行為意向的關聯性研究—以資訊產品流通業為例》，南華大學管理科學研究所碩士論文。

李佳雯(2005)，〈東森購物自營品牌 ANGELITA 進駐實體通路〉，《銘報》，2005年4月26日。

李佳雯(2005)，〈東森購物規劃搶攻美容沙龍商機〉，《銘報》，2005年4月22日。

楊惠雯(2002)，〈台視調整內部結構 實行「減薪」計畫 新聞部8人高升 軟硬兼施提振士氣〉，《銘報》，2002年11月12日。

曾瑞媛(2001)，《品牌來源國及品牌權益影響消費者購買產品及服務意願之研究》，真理大學管理科學研究所碩士論文。

曾秉芳(2004) 〈型錄市場 雙雄較勁〉，《經濟日報》，2004年6月3日。

曾秉芳(2004)，〈型錄市場大洗牌〉，《經濟日報》，2004年6月23日。

江典嘉(2002)，《數位廣播業者經營策略分析—以中國廣播公司為例》，國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

葉華鏞(2001)，《有線電視收視戶對於「購物頻道」收視動機、收視行為與購買

行為之關聯性研究—以大台北地區為例》，國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。

張凱南(2004)，《探討加油站經營成功關鍵因素之研究：以中油、台塑與中油加盟為例》，長榮大學經營管理研究所碩士論文。

許士軍(1994)，〈贏得市場的企業特色競爭〉，《世界經理文摘》，第96期。

林逢春(1995)，《有線電視之產業競爭分析》，國立台灣大學商學研究所碩士論文。

林聖瀧(2004)，《電視購物消費者行為之研究—以大台北地區大學生為例》，國立臺灣師範大學圖文傳播所碩士論文。

林俊輝(2005)，〈工商時報，電視購物搶人前哨戰開打〉，《工商時報》，2005年5月25日。

黃鳴棟(2003)，《虛擬通路產業的經營模式與競爭策略分析—以「電視購物」為例》，國立台灣科技大學管理研究所碩士論文。

馬詠睿(2003)，《虛擬通路中電視購物顧客滿意度研究—以東森得易購為例》，國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士論文。

周岳曇(2002)，《台灣有線電視頻道外國節目之經營策略與現況分析》，淡江大學大眾傳播學系碩士論文。

周旭華譯(1999)，Michael E. Porter 著，競爭策略：產業環境及競爭者分析，台北：天下遠見。

何醒邦(2004)，《傳播企業提供互動電視服務之核心資源分析—以東森媒體科技、中嘉網路、中華電信為例》，國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。

陳本宗(1999)，《廣播電台競爭優勢與策略研究》，國立政治大學廣播電視研究所碩士論文。

陳世耀(2005)，〈富邦購物搶食電視購物千億大餅〉，《e天下》，3月。

陳世耀(2005)，〈無店鋪經營哲學-每個富邦員工都是 MOMO 台的促銷點〉，《e天下》，3月。

陳瑩真(2004)，〈東森購物年營業額逼近兩百億〉，《廣告雜誌》，2004年2月，pp.22~28。

施翠娟(2004)，《知覺品質、品牌聯想對品牌權益因素之研究—以新聞網站為例》，銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。張鴻友(2003)，《領導風格、勞資協商與工作滿足關係之研究》，中正大學勞工研究所碩士論文。

楊智元(2004)，《多角化經營能否降低非系統風險？》，輔仁大學金融研究所碩士論文。

劉幼琍(1994)，《有線電視經營管理與頻道規劃策略》，台北：正中書局。

劉映蘭(2004)，〈決戰千億商機 電視購物時代來臨在家血拼〉，《新台灣》，2004年12月，456期。

蔡宛儒(2005)，〈東森購物5月1日起跨足實體通路〉，《銘報》，2005年4月29日。

蔡宛儒(2004)，〈中信購併富躍購物〉，《銘報》，2004年12月30日。

謝柏宏(2002)，〈一分鐘賣出一·五輛車的超級收銀機〉，《商業周刊》，2002年10月，760期。

呂雅惠(2002)，〈銷售天后利菁90分鐘創下八千多萬業績〉，《突破雜誌》，2003年9月，pp.31~32。

郭昭琪(2001)，〈東森得意購-結合電視購物與電子商務〉，《商業現代化》，48期，pp.18-25。

鍾起惠(1996)，《多頻道環境觀眾收視行為之研究--以有線電視新店經營區為例》，國立政治大學廣播電視研究所博士班博士學位論文。

吳思華(2000)，《策略九說：策略思考的本質》，三版，台北：臉譜。

廖品眉譯，Max McKeown 著，尋找 e 消費者-E-Customer，台北：培生，2002年。

顧淑馨譯(1995)，Hamel, G. and Prahalad, C. K. 著，競爭大未來，台北：智庫文化。

尚榮安譯(2001)，Robert K. Yin 著，個案研究法，台北：弘智文化。

唐維敏譯(1996)，K.B. Jensen & N.W. Jankowski 著，《大眾傳播研究方法》，台北：五南。

袁素萍(民 92)，企業轉型成功關鍵因素之研究，成功大學管理學院碩士未出版論

文。30.許士軍，（民76），「管理學」，台北：東華書局。

《東森媒體集團簡介》

英文部分

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand Name,* New York: The Free Press.

Blackston, Max. (1992). *Observations: Building Brand Equity by Managing the Brand's Relationships.* *Journal of Advertising Research*, May-June, 79-83.

Bass, B.M. (1990). *Handbook of Leadership. Theory, Research & Managerial Applications.* New York: The Free Press.

Barney, J. B. (1991). *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage.* *Journal of Management*, 17 (1), 99-120.

Berry, Leonard L., Lefkowitz, Edwin F. & Clark, Terry (1988). *In Services, What's in a Name?* *Harvard Business Review*, September-October, 28-30.

Berry, L. L. (2000). *Cultivating Service Brand Equity.* *Academy of Marketing Science Journal*, 28(1), 128-137.

Chandler, A.D. (1990). *Scale and Scope-The Dynamics of Industrial Capitalism,* Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University Press.

Chandler, A. D., (1962) . *Strategy and Structure,* Cambridge, MA : MIT Press., 引述於 Goold, M., Campbell A., and Alexander M. (1994) .

Collis, D.J. & Montgomery, C.A. (1995). *Competing on Resources: Strategy in the 1990s.* *Harvard Business Review*, July-August, 118-128.

Collis, D. J., and Montgomery, C. A. (1997) . *Corporate Strategy-Resources and the Scope of the Firm,* Irwin.

Chatterjee, S. & Wernerfelt, B. (1991) . *The Link between Resources and Type of Diversification : Theory and Evidence,* *Strategic Management Journal*, 12,-34.

Copeland, Thomas E. & Weston, J. F. (1983). *Financial Theory and Corporate Policy,*

Reading, Mass. Addison--Wesley.

Collis, D. J. (1991). A Resource-Based Analysis of Global Competition: The Case of the Bearings Industry. *Strategic Management Journal*, 12, 49-68.

Collis, D. J., & Montgomery, C. A.(1998). Creating Corporate Strategy, *Harvard Business Review*, May-June,118-125.

Chaudhuri,Arjun and Holbrook,Morris B.(2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance : The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65, 81-93.

Doyle, P. (1990). Building successful brands: the strategic options. *Journal of Consumer Marketing*, 7(6), 5-20.

Gillette, (1970).A Profile of Urban In-home Shoppers. *Journal of Marketing*, July 110-115.

Grant, RM (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California Management Review*, 33(2), 114-135.

Glueck, W.F.(1980), Business Policy and Strategic Management. 3rd edition. New York: McGraw-Hill.

Gurhan, C. Z. & Durairaj M. (1998). The Effects of Extensions on Brand Name Dilution and Enhancement. *Journal of Marketing Research*, 35, 464-473.

Grant, R.M. (1991). The Resource-Based Theory of Competitive Advantage Implications for Strategy Formulation. *California Management Review*, spring, 114-135.

Grant, R. M. ( 1991 ) . The Resource-based Theory of Competitive Advantage : Implication for Strategy Formulation. *California Management Review*, Spring, 114-134.

Hamel, G (2000). *Leading the Revolution*. Boston: Harvard Business School Press.

Habann, F. (2000). Management of core Resources: The Case of Media Enterprise. *International Journal on Media Management*, 2(1).

Itami, H. & Roehl, T.W.(1987). Mobilizing Invisible Assets. Harvard University Press.

Kogut, B., Kulatilaka, N.(1994). Operating flexibility, Global manufacturing, and the option value of a multinational network. *Management Science* 40(1), 23-139.

Miles, R.E.& Snow C.C. (1978). *Organizational Strategy, Structure, and Process*. New York: McCraw-Hill.

Mjoen, H. and S. Tallman (1997).Control and Performance in International Joint Ventures. *Organization Science*, 8(3), 257-274.

Michael E. Porter(1985) . *Competive Stretery,Creating and Sustaing Superior Performance*. New York: Free Press.

Miller, D. & J. Shamsie (1996) . The resource-based view of the firm in tow environments: The Hollywood film studios from 1936 to 1965”, *Academy of Management Journal*, 39, 519-543.

Margaret C. Campbell. (2002). *Building Brand Equity*. *International Journal of Medical Marketing*, 2(3), 208-218.

Miller, D. & Shamsie, J. (1996). The Resource-Based View of the Firm in Two Environments: The Hollywood Film Studios From 1936 to 1965. *Academy of Management Journal*, 39 (3), 519-543.

Penrose, E.(1959).*The theory of the growth of the firm*. Oxford: Blackwell Press.

Peteraf, M.A. (1993). The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, 14, 179-188.

Porter , Michael E.(1980).*Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. N.Y.: The Free Press.

Prahalad, C.K. & Hamel, G. (1990). The Core Competence of the Corporation. *Harvard Business Review*, May-June.

Prahalad, C.K., & Hamel, G. (1994). *Competing For The Future*. Boston, Mass.: Harvard Business School Press.

Reed R. and Defillippi R.J. (1990). "Causal ambiguity, Barriers to Imitation, and Sustainable Competitive Advantage." *Academy of Management Review*, 15, 88-102.

Rumelt, R. (1974). *Strategy, Structure, and Economic Performance*, Cambridge, MA : Harvard University Press.

Stephens, D.L., R. P. Hill & K. Bergman (1996). Enriching the consumer - product relationship: Lessons from the QVC home shopping channel. *Journal of business research*, 37, 193-200.

Steiner, R. & Kelly, F. (1976). A Key Factors Approach to Assessing Management Development. *Personnel Journal*, July, 358-361, 344-348.

Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Thousand Oaks: Sage.

Weston, J.F. (1970). The Nature and Significance of Conglomerate Firms. *St John's Law Review*, 44, 66-80.

Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-180.

Yin, R.K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications.

Yoo, Donthu & Lee (2000). An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Equity. *Journal of Academy of Marketing Service*, 28 (2), 195-211.

Yin, R.K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications.

網頁部份

許梅鈺(2005年3月18日),〈虛擬通路購物型態一個樣?〉, [Online]  
Available : <http://www.ectimes.org.tw/>

曾秉芳(2005年3月18日),〈東森得易購掀起零售業通路革命〉,聯合新聞網,  
[Online] Available :  
<http://archive.udn.com/2003/11/12/NEWS/FINANCE/FIN7/1672045.shtml>

江昭倫(2005年3月19日),〈民眾日報、東森購物頻道結盟 在家就能開心

Shopping〉, ETtoday, [ Online ] Available :  
<http://www.ettoday.com/2003/02/14/10845-1412375.htm>。

李貞儀、唐玉書(2005年3月22日),〈王令麟千金 Wendy 為 Angelita 代言〉, ET today, [ Oline ] Available :  
<http://www.113850.net/2005/02/15/11177-1753267.htm>

鄭郁萌(2005年3月22日),〈東森購物客服團隊獲港五項大獎肯定 宋湘嵐勇奪傑出 CEO〉, ETtoday, [ Oline ] Available :  
<http://www.ettoday.com/2004/05/18/11177-1626513.htm>

陳世耀(2005年3月22日),〈一天一億元,東森購物超級秀〉, e天下雜誌, [ Oline ] Available :  
<http://www.techvantage.com.tw/content/051/051104.asp>

溫珮妤(2005年3月29日),〈東森購物讓35萬人購購購〉, Cheers雜誌, [ Oline ] Available :  
<http://www.cheers.com.tw/content/024/024140.asp>

貝月清(2005年3月30日),〈東森購物 ES 台開播引爆台灣零售業第三次革命〉, ETtoday, [ Online ] Available : <http://www.ettoday.com/2002/12/18/10420-1389178.htm>

彭慧明、周德惠(2005年4月1日),〈統一超商最快九月進軍電視購物〉,《聯合新聞網》, [ Online ] Available : <http://www.bosses.com.tw/T2/93052803.htm>

劉盈秀(2005年4月1日),〈怎麼抓住媽媽的心?網路購物與電視購物的挑戰〉,《電子商務時報》, [ Online ] Available : <http://www.ectimes.org.tw/aboutus.asp>

虛擬通路搶情人節商機,過年加班忙(2005年4月2日),中央社, [ Online ] Available : <http://www.epochtimes.com.tw/bt/5/2/8/n807803.htm>

Jennifer Lee(2005年4月2日),〈韓國流行居家購物。漢城辦事處〉, [ Oline ] Available :  
<http://www.tdctrade.com/mne/chinese/it/it020602c.htm>

東森購物與台灣微軟攜手打造購物新天地(2005年4月3日),台灣微軟網站, [ Online ] Available : [http://www.microsoft.com/taiwan/press/2003/1127\\_2.htm](http://www.microsoft.com/taiwan/press/2003/1127_2.htm)

AC Nielsen 2004年媒體大調查第二季報告

東森購物王令麟育英、傳播菁英頒獎 培育棟樑之材(2005年4月3日),東森電



視台官方網頁，〔Online〕 Available：<http://www.ettv.com.tw/ettv2003/intro.htm>

東森購物確保第一品牌(2005年4月5日)，經濟日報，〔Oline〕 Available：  
[http://udn.com/NEWS/notfound\\_BIG5.html](http://udn.com/NEWS/notfound_BIG5.html)

