

## 參考文獻

### 中文部份

- 王勝宏（2005）。台灣數位生活發展趨勢與商機探討－消費者需求研究觀點。財團法人資訊工業策進會。取自  
<http://www.mic.com.tw>
- 朱博湧（2006）。藍海策略台灣版。天下文化。
- 成章瑜（2005）。品牌革命，迎接BIT 品牌學。管理雜誌。
- 林育珊（民89）。行銷通路支援活動、競爭策略與績效之研究。未出版碩士論文。國立東華大學企業管理研究所。
- 高振偉、洪春暉（2007）。從DMA概念剖析Apple TV發展前景。財團法人資訊工業策進會。取自 <http://www.mic.com.tw>
- 高登第（譯）（2002）。品牌領導。台北：天下遠見，。
- 陳秀玲（譯）（2000）。行銷基本教練。台北：臉譜出版。
- 陳勝強（2005）。台灣液晶電視產業因應國際競爭之策略分析研究。國立台灣科技大學管理研究所碩士論文。
- 黃營杉（譯）（1999）。策略管理。台北：華泰書局。
- 黃秀媛（譯）（2005）。藍海策略。台北：天下文化。
- 張乘維（2006）。台灣LCD TV組裝廠商現況與未來發展分析。TRI\_資訊通訊研究中心。取自  
<http://www.topology.com.tw/report/people.asp>
- 張乘維（2006）。台灣 LCD TV 零組件成長可期。TRI\_資訊通訊研究中心。取自  
<http://www.topology.com.tw/report/people.asp>
- 崔晶（2007）。中國 LCD TV 市場上的台灣品牌。TRI\_區域研

究中心。取自

<http://www.topology.com.tw/report/people.asp>

曾而汶、周忠信（2005）。CEO 專訪—神達機構總裁蔡豐賜。*DigiTimes*

科技網。取自<http://www.digitimes.com.tw>

賴文漢（2006）。LCD TV發展商機分析展商機分析。*TRI\_資訊*

通訊研究中心。取自

[http://www.topology.com.tw/report/people.asp。](http://www.topology.com.tw/report/people.asp)

## 英文部分

A.Seetharaman,Zainal Azlan Bin Mohd Nadzir,S. Guanlan(2001), "A conceptual study on brand valuation", *The Journal of Product and Management*

Al Rise & Laura Rise(1998), *The 22 Immutable Laws of Branding*, Harper-Collins Publisher , Inc., USA.

Churchill,G. A. and J. Paul Peter(1998), "Marketing : Creating Value of Customers,2<sup>nd</sup> ed.", Boston,Mass. :Irwin/Mcgraw Hill.

Damanpour, F.(1991), Organization innovation:A meta analysis of effects of determinants and merators, *Academy of Management Journal*34 (3),pp. 555-590

David A. Aaker(1991), "Managing Brand Equity", New York , The Free Press

David A. (1992), "The Value of Brand Equity," *Journal of Business Strategy*, pp. 27-32.

Dess, G. G. and Davis, P.S. (1980), "Porter's (1980) Generic Strategies as Determinants of Strategic Group Membership and Organizational Performance", *Academy of Management Journal*, 27(3):467-488

Farquhar(1990), Managing Brand Equity, Journal of Advertising Research

Hambrick, Donald C. (1983), "Some Tests of the Effectiveness and Functional Attributes of Miles and Snow's Strategic Types," Academy of Management Journal, 26 (March), 5-26

Hill, C.W.L., Jones G.R. (1995), "Strategy Management Theory", 3, Mass:Houghton Mifflin, Boston

Holt, K.,(1988), The Role of the User in Product Innovation, Technovation, Vol. 12, No.5, Jun.

Kotler, P.(1994). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementing, Control(8th ed.). New York: Prentice-Hall.

L. W. Stern and A. I. El-Ansary (1992). Marketing channels(4th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall. Louis, 361.

Miller, D. (1986), Configurations of strategy and structure: Towards a synthesis. Stra. Manage. J., 7:233-249

Miller, D. and Peter H. Friesen (1986), "Porter's (1980) Generic Strategies and Performance: An Empirical Examination with American Data. Part I: Testing Porter," Organization Studies, 7, 37-55

Niraj Dawar(2004), "What Are Brands Good For", MIT Sloan Management Review

PAUL A. SMITH(2000), "GREAT ANSWER TO THOUGH MARKETING QUESTIONS",

Philips Kotler 、Sweet Hoon Ang 、Siew Meng Leong 、Chin Tiong Tan, Marketing Management(3<sup>rd</sup> ed) .

Sak Onkvist and John J. Shaw(1991)"The international Dimension of Branding : Strategic Consideration and Decisions" , International Marketing Review, 6(3), pp22-34 .

Quarterly Global TV Shipment and Forecast Report(2006/9),DisplaySearch,  
an NPD Group Company;

