

目 錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	ii
謝誌.....	iii
目錄.....	iv
表次.....	v
圖次.....	vi
第一章 緒論	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	1
第三節 研究流程.....	2
第二章 文獻探討	4
第一節 液晶電視產業現況描述.....	4
壹、液晶電視主要競爭市場.....	4
貳、液晶電視關鍵零組件.....	5
參、液晶電視產業供給鍊關係.....	6
第二節 藍海策略架構描述.....	7
壹、藍海策略中心精神.....	7
貳、藍海策略的重要準則.....	8
第三節 競爭策略相關文獻探討.....	11
第四節 品牌效益影響.....	14
壹、品牌定義.....	14
貳、品牌的重要性.....	15
參、品牌的優點.....	16

	肆、台灣品牌的困境.....	17
第五節	行銷通路影響.....	18
	壹、通路的重要性.....	18
	貳、通路的功能.....	19
	參、通路的類型.....	20
第六節	創新.....	23
	壹、創新的定義.....	23
	貳、創新的重要性.....	23
	參 差異化策略.....	24
第三章	研究設計與實施.....	27
第一節	研究架構.....	27
第二節	研究範圍與限制.....	27
	壹、研究範圍.....	27
	貳、研究限制.....	28
第三節	研究方法.....	29
第四章	資料分析與討論.....	30
第一節	台、日、韓、中液晶電視廠商分析.....	30
	壹、品牌市佔率.....	30
	貳、面板廠.....	42
	參、技術能力.....	47
	肆、消費者品牌形象分析.....	47
第二節	薄型電視消費者需求分析.....	50
	壹、薄型電視購買動機.....	50

	貳、薄型電視資訊搜集管道.....	52
	參、薄型電視購買通路.....	52
	肆、薄型電視購買考量因素重視度.....	54
	伍、薄型電視未來功能偏好.....	57
第三節	市場機會.....	57
	壹、廠商與產能.....	57
	貳、市場供給與需求.....	59
	參、台灣 LCD TV 供應商.....	62
	肆、台灣的機會.....	65
第四節	專家訪談與實際案例.....	66
	壹、駿林科技.....	66
	貳、瑞軒科技.....	66
	參、駿林科瑞與軒科技技營運策略分析.....	67
	肆、駿林科技執行長—王以德先生專訪內容.....	67
第五節	神達電腦.....	70
第六節	神達電腦競爭策略分析.....	71
第七節	LG Time Machine TV.....	72
第八節	Apple TV.....	73
	壹、Apple TV 所提供的整合服務模式.....	73
	貳、Apple TV 平實的功能與使用介面.....	74
第九節	未來消費電子流行趨勢.....	74
第十節	綜合分析與比較.....	75
	壹、韓國液晶電視廠商特性分析.....	75
	貳、日本液晶電視廠商特性分析.....	76
	參、中國液晶電視廠商分析.....	76

肆、台灣液晶電視廠商分析.....	77
伍、台灣、日本、韓國和中國液晶電視廠商分析比較..	78
陸、台灣 IT 類型製造商 SWOT 分析—以明基為例.....	79
柒、傳統家電製造商 SWOT 分析—以歌林為例.....	80
捌、專業代工廠 SWOT 分析—以廣達為例.....	81
第五章 結論與建議.....	83
第一節 結論.....	83
壹、品牌知名度.....	83
貳、產品創新力.....	83
參、面板供應能力.....	84
肆、技術能力.....	84
伍、生產組裝能力.....	84
陸、產品價格競爭.....	85
柒、全球行銷能力.....	85
捌、國內市場規模.....	85
第二節 建議.....	86
壹、品牌與通路.....	86
貳、市場.....	88
參、產品設計.....	89
肆、總結.....	89
參考文獻.....	91
中文部份.....	91
英文部份.....	92

表 次

表 2-1	液晶電視產業鍊關係表.....	7
表 2-2	紅海與藍海策略的對比.....	8
表 2-3	太陽馬戲團的四項行動架構圖	10
表 2-4	Porter 競爭策略類型指標相關文獻彙整表	12
表 2-5	品牌定義彙整表比較表.....	15
表 2-6	製造商有無品牌之優缺點比較表.....	17
表 2-7	傳統式與垂直式行銷通路系統構面分析.....	22
表 2-8	創新定義彙整比較表.....	24
表 2-9	差異化方法.....	26
表 4-1	北美市場 LCD TV 品牌出貨量	31
表 4-2	北美市場 LCD TV 品牌市佔率	32
表 4-3	歐洲市場 LCD TV 品牌出貨量	33
表 4-4	歐洲市場 LCD TV 品牌市佔率	34
表 4-5	中國市場 LCD TV 品牌出貨量	35
表 4-6	中國市場 LCD TV 品牌市佔率	36
表 4-7	日本市場 LCD TV 品牌出貨量	37
表 4-8	日本市場 LCD TV 品牌市佔率	37
表 4-9	其它地區市場 LCD TV 品牌出貨量	38
表 4-10	其它地區市場 LCD TV 品牌市佔率	39
表 4-11	2006Q2 全球 LCD TV 出貨量前十大	40
表 4-12	2006Q2 全球 LCD TV 市佔率前十大	41
表 4-13	2006 年全球 LCD 面板廠商預估出貨量	43
表 4-14	2006 年 1Q 全球 LCD TV 面板廠商排名	45

表 4-15	2006 年 1Q 全球各地 LCD TV 面板出貨比例.....	46
表 4-16	薄型電視品牌形象排名分析-進口品牌.....	49
表 4-17	薄型電視品牌形象排名分析-國產品牌.....	50
表 4-18	薄型電視購買動機.....	51
表 4-19	薄型電視資訊搜集管道.....	52
表 4-20	薄型電視資訊搜集通路.....	53
表 4-21	薄型電視購買通路.....	54
表 4-22	薄型電視購買考量因素重視度.....	55
表 4-23	薄型電視未來功能偏好.....	56
表 4-24	2006 Q2 LCD TV 及區域市場出貨比重.....	61
表 4-25	台灣 LCD TV 組裝與品牌廠分類表.....	62
表 4-26	2006 年台灣 LCD TV 供應商出貨預估.....	63
表 4-27	2006 年台灣廠商 LCD TV 代工出貨預估.....	64
表 4-28	2006 年台灣廠商 LCD TV 品牌出貨預估.....	65
表 4-29	明基電通的 SWOT 分析表.....	80
表 4-30	歌林企業的 SWOT 分析表.....	81
表 4-31	廣達電腦的 SWOT 分析表.....	82
表 5-1	台灣液晶電視產業四項行動架構.....	86

圖 次

圖 1-1 研究流程圖.....	3
圖 2-1 各地區液晶電視出貨預估量.....	5
圖 2-2 2006 年第三季 32 吋 LCD TV 關鍵零組件比重.	6
圖 2-3 四項行動架構圖.....	9
圖 2-4 太陽馬戲團的策略草圖.....	11
圖 2-5 傳統式與垂直式行銷通路系統.....	20
圖 3-1 研究架構.....	28
圖 4-1 LCD TV 面板出貨量.....	46
圖 4-2 全球各大液晶電視品牌影像處理技術.....	47
圖 4-3 全球與台灣 LCD TV 出貨量與成長率.....	58
圖 4-4 台灣 LCD TV 出貨全球市佔率.....	59
圖 4-5 2004 至 2008 年 LCD TV 各尺寸出貨比重.....	60
圖 4-6 全球 LCD TV 出貨分佈圖.....	61
圖 4-7 神達電腦四項行動架構.....	72
圖 4-8 消費電子流行趨勢.....	75
圖 4-9 韓、日、中、台液晶電視廠商競爭策略草圖...	79