

第一章 緒論

第一節 研究動機

液晶電視是最近兩年成長被相當重視的產業，所有的市場分析師都認為液晶電視即將全面取代傳統映像管電視，因此所有的專家都預估液晶電視成長是非常的驚人，所以有許多的公司都紛紛投入這個產業，希望能在這個市場佔有一席之地，但令人驚訝的是，液晶電視的市場成長率就如大家所預期一般，快速的成長，但市場價格相對地也快速下滑，這使得長久以來以代工模式的台灣，必須以削價競爭的紅海策略做為其競爭策略的主軸，使得從事液晶電視製造的公司，不論是傳統的家電廠，到後來進入這個領域的 IT 大廠，都面臨嚴重的利潤保衛戰，甚至是虧損的情形，台灣廠商的這種低價策略其實是一把兩面刃，這種低價、低品質的行銷策略也使得台灣廠商本身的利潤及市佔率普遍都不高，導致一堆同樣低價的台製液晶電視品牌只能競爭有限的市場空間。

第二節 研究目的

基於上述原因，本研究將針對液晶電視產業做全面的分析，以產業裏少數幾間獲利的公司做為參考案例，並借鏡其他行銷成功的產品做交叉分析，結合藍海策略的分析架構、SWOT 分析，以期能為這個產業開創出無人競爭的藍海，提供給台灣液晶電視製造商最佳競爭策略的參考。

本研究之研究目的如下：

- 一、液晶電視製造商所面臨的困境。
- 二、探討液晶電視產品未來整體的發展趨勢。
- 三、台灣廠商、日本廠商、韓國廠商及大陸廠商競爭條件分析。
- 四、台灣液晶電視廠商 SWOT 分析。
- 五、台灣液晶電視廠商最佳競爭策略分析。

第三節 研究流程

本研究流程如圖 1-1。首先對研究動機及目的做探討，並確立研究目的。之後，再分兩路進行，一是對競爭策略相關文獻做探討，二是對液晶電視產業及其他消費性電子產品做分析並蒐集國內、外次級文獻資料，然後結合這兩部分，定出研究架構。然後利用藍海策略的架構分別對日本、韓國、中國與台灣液晶電視廠商做競爭策略分析，產生出競爭策略草圖，再用四項行動架構來分析此策略草圖。另外一路則將台灣製造液晶電視的廠商分成 IT 廠商、代工廠商及傳統家電廠商，並分別對其做內、外部分析。將所蒐集的資料、專家訪談的結果，進行歸納與整理，最後提出適合液晶電視產業藍海策略的競爭主軸。

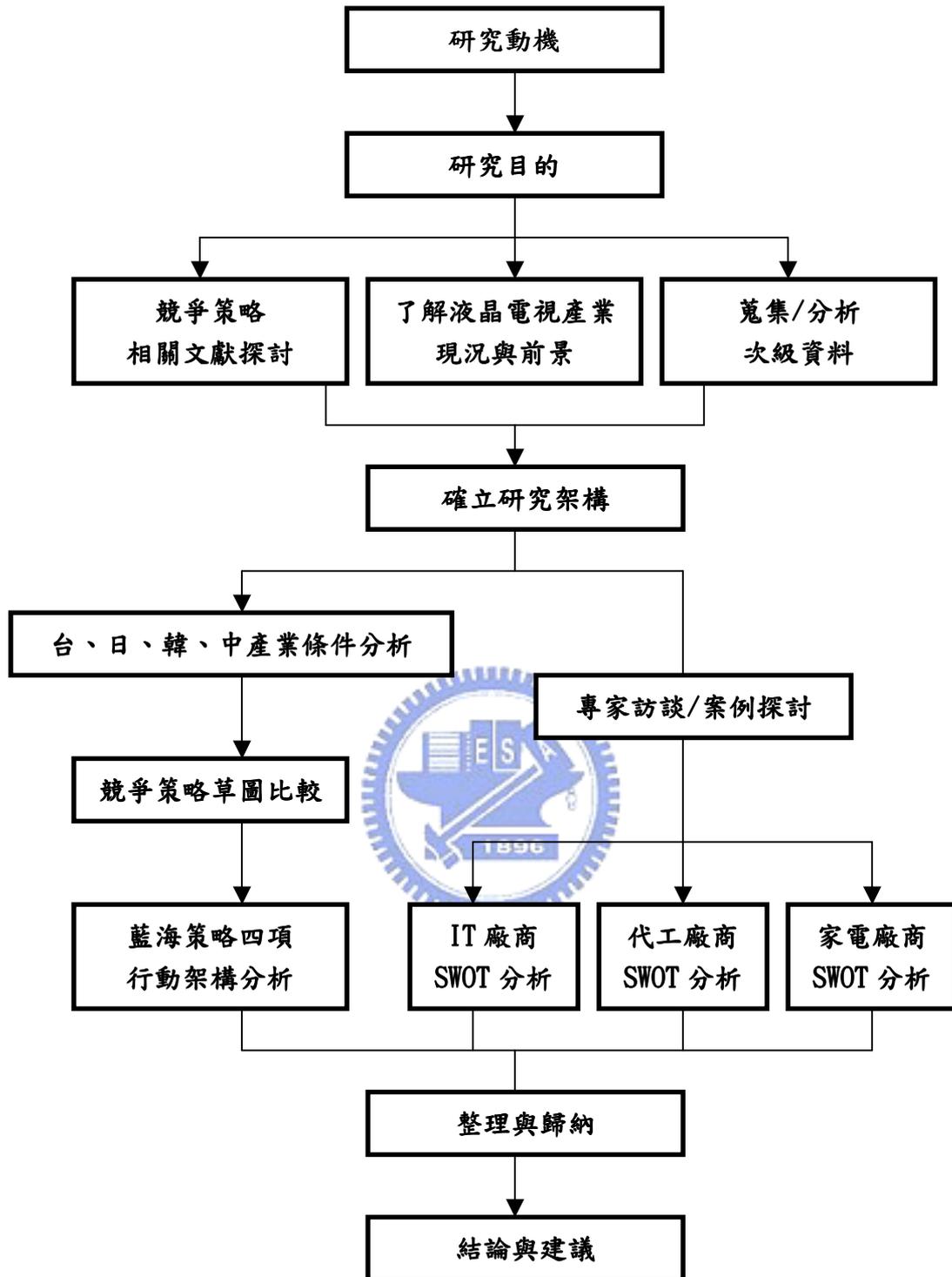


圖 1-1 研究流程圖