

# 台灣不銹鋼加工產業行銷策略之研究：以台灣某個案公司為例

張泰瑜、羅世輝

E-mail: 9608344@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

不銹鋼為一綠色材料，具有成型加工容易，生命週期長以及外觀精美等多項特點，產品附加價值相對較高，在環保意識潮流下，不銹鋼扮演著替代碳鋼及木材之角色；在不銹鋼煉鋼業者產能大幅增加下，台灣不銹鋼產業在國際市場已扮演重要角色並影響亞洲市場不銹鋼行情，也因此也造就了國內不銹鋼加工產業的蓬勃發展。本研究之個案公司為台灣地區重要不銹鋼專業加工廠之一，近幾年來大動作擴充營運面及各項產能，該公司民國九十一年時全年營收才三十億餘元，民國九十二年至九十五年的營收分別為四十三億餘元、七十八億元、八十六億元及一百六十八億餘元，營運規模成長相當快速，今年營收有機會挑戰二百億元關卡，本研究將針對個案公司、產業結構等等所面對之現況，從中探求擴大市場佔有率最適之行銷策略，以達成個案公司之中期規劃目標。

關鍵詞：不銹鋼；不銹鋼加工；競爭策略；行銷策略

## 目錄

中文摘要.....	iii	英文摘要.....	iv	誌謝辭.....	v	內容目錄.....	vi
表目錄.....	vi	圖目錄.....	viii	第一章 緒論.....	ix	第一節 研究背景.....	1
第一節 研究背景.....	1	第二節 產業概況.....	1	第二節 研究目的.....	4	第三節 研究方法的.....	4
第二節 策略管理.....	7	第三節 行銷策略.....	18	第二章 文獻探討.....	7	第一節 競爭策略.....	7
第一節 研究方法.....	25	第三節 研究設計.....	27	第一節 競爭策略.....	7	第二節 策略管理.....	15
第二節 個案研究.....	27	第四章 台灣不銹鋼加工產業概況分析.....	32	第二節 個案研究.....	27	第一節 研究方法.....	25
第三節 研究設計.....	28	第一節 不銹鋼概述.....	32	第三節 研究設計.....	27	第二節 個案研究.....	25
第四節 研究限制.....	31	第二節 鎳市場需與價格分析.....	33	第四節 研究限制.....	31	第二節 個案研究.....	27
第五章 研究結果與分析.....	32	第三節 台灣不銹鋼加工產業廠商現況.....	36	第五章 研究結果與分析.....	32	第三節 研究設計.....	27
第一節 個案公司銷售情形分析.....	44	第四節 不銹鋼材質選用應注意事項.....	37	第一節 不銹鋼概述.....	32	第四節 研究限制.....	31
第二節 個案公司主管訪談.....	48	第五節 個案公司介紹回饋與定期檢討.....	38	第二節 鎳市場需與價格分析.....	33	第五章 研究結果與分析.....	32
第三節 個案公司企業資源分析.....	52	第六章 研究結論與建議.....	65	第三節 台灣不銹鋼加工產業廠商現況.....	36	第一節 個案公司銷售情形分析.....	44
第四節 個案公司產業環境分析(五力分析).....	53	第一節 研究結果.....	65	第四節 不銹鋼材質選用應注意事項.....	37	第二節 個案公司主管訪談.....	48
第五節 個案公司之SWOT分析.....	55	第二節 研究建議.....	67	第五節 個案公司介紹回饋與定期檢討.....	38	第三節 個案公司企業資源分析.....	52
第六節 個案公司行銷策略探討.....	58	第三節 未來研究建議.....	68	第六章 研究結論與建議.....	65	第四節 個案公司產業環境分析(五力分析).....	53
參考文獻.....	69	參考文獻.....	68	第一節 研究結果.....	65	第五節 個案公司之SWOT分析.....	55
				第二節 研究建議.....	67	第六節 個案公司行銷策略探討.....	58
				第三節 未來研究建議.....	68	參考文獻.....	69

## 參考文獻

一、中文部份 大前研一，策略家的智慧，黃宏義譯(1982)，長河出版社。方至民(2000)，企業競爭優勢，前程企管。林棟波(2004)，台灣家用水處理設備廠商競爭優勢之探討 以A公司為例，大葉大學事業經營研究所碩士論文。李崇偉(2003)，台灣不銹鋼產業於大陸行銷策略之研究 以台灣鋼鐵個案公司為例，中山大學高階經營碩士班碩士論文。唐鴻霖(2004)，目標行銷策略之探討 以和太工業公司為例，逢甲大學管理碩士論文。陳明璋(1994)，台灣中小企業發展論文集，聯經。陳慧娟(2006)，金屬中心ITIS 鎳市場供需與價格分析。許士軍(1980)，管理學，東華書局。麥可波特(1998)，競爭策略：產業環境及競爭者分析，周旭華譯，天下文化。陳玉麟(2001)，台灣鋼鐵產業網絡 不銹鋼之生產與行銷策略，中山大學高階經營碩士班碩士論文。蕭世豐(2002)，兩岸加入WTO後我國汽車產業經營策略之研究 以C汽車公司為例，大葉大學事業經營研究所碩士論文。黃國材(2004)，食用油脂行銷策略之研究 以A公司為例，屏東科技大學食品學系碩士論文。Dolan, R. J., & Simon, H., (2000)，定價聖經，劉怡伶，閻惠群譯，藍鯨出版 Kotler, P., (2000)，科特勒談行銷：如何創造、贏取並主宰市場，高登第譯，遠流出版 Mc Carthy, E. J. & Perreault, W. (1999). 行銷學，第六版，余佩珊譯，滄海出版。Marconi, J., (1994). 品牌行銷：創造出價值與魅力來，李宛蓉譯，臉譜出版 二、英文部分 Barney. (1995). Looking inside for competitive advantage Philip Kotler, A Framework For Marketing Management, Prentice Hall. Chang, T. Z. & Wildt, A. R. (1994). Price, Product Information, and Purchase Intention: An Empirical Study, Journal of the Academy of Marketing Science, 22(1), 16-27. Faria, A. J. (1979). Generics: The New Marketing Revolution, Akron Business and Economic Review, Vol.10, Iss 4, 65-79. Maykut, P. & Morehouse, R. (1994). Beginning qualitative research: A philosophic and practical guide. London: The Falmer Press. Porter, Michael E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, N.Y.:The Free Press, 4. Theodore Levitt (1980). Marketing Myopia, Harvard Business Review, July- August, 45-56 Theodore Levitt (1976). The Industrialization of Service, Harrard Business Review. William F. Glueck & Lawrence R. Jauch, (1984). Strategic

