

The key success factors of internationalization of cultural creative industry : 以電影產業為例

廖惠如、王學銘

E-mail: 343890@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This study aimed to explore the critical success factors of internationalization of movie industry. The dimensions and evaluating indexes were constructed by way of literature review, inducing experts' opinion, and interviewing experts from related public service departments, industry and academics. The study uses Analytic Hierarchy Process(AHP) to determine the required dimensions and its weight by Expert Choice 2000. The results are as follows: 1. Viewing the opinions given by experts of industry, public service, and academics, it is the cognition of movie industry representatives that obviously differs from the other two sectors; while experts from the movie industry thoughts that earning "government support" matter the most, the other two sectors take "industry environment" as their first priority. 2. As a whole, the weighing ranks on the main dimensions of critical success factors of internationalization of movie industry are as follow: government supports come first, followed by industry environment, and international marketing strategy was the last. 3. In all of the twelve evaluating indexes, the most important five indexes are integrating the supply chain, movie aesthetics education, setting up the movie councils, cultivating talents, and strengthening the theatrical channels. The important of government support is way too obvious, that three out of the above five indexes were within these dimensions. Finally, it is hoped that these results can be heeded by authority departments or civic groups for promotion of the film industry internationally.

Keywords : Cultural Creative Industry、Movie Industry、Analytic Hierarchy Process(AHP)、Internationalization、Key Success Factors

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝	iv	vi 內容目錄	vi
vii 表目錄	vii	ix 圖目錄	ix
xi 第一章 緒論	xi	1 第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的與範圍	1	7 第三節 研究流程	7
8 第二章 文獻探討	8	9 第一節 文化創意產業	9
9 第二節 國際化	9	22 第三節 關鍵成功因素	22
26 第四節 電影國際化關鍵成功因素之相關研究	26	30 第三章 研究方法	30
47 第一節 層級分析程序法(AHP)理論	47	47 第二節 研究架構	47
57 第三節 問卷設計	57	59 第四節 資料收集	59
65 第四章 研究結果	65	65 第一節 主要構面之研究結果	65
67 第二節 各構面之評估指標研究結果	67	74 第三節 整體面之研究結果	74
78 第五章 結論與建議	78	78 第一節 研究結論	78
85 第二節 研究建議	85	85 第三節 研究限制	85
87 第四節 後續研究建議	87	87 參考文獻	87
98 預試問卷	98	98 正式問卷	98
100 表目錄	100	表 2-1 文化創意產業之範疇	13
表 2-2 台灣電影事業登記數量統計	19	表 2-3 台北市首輪院線映演國產影片、港陸影片暨其他外片之票房歷史統計	20
表 2-4 國際化定義	22	表 2-5 關鍵成功因素定義	27
表 2-6 電影國際化成敗因素整理	36	表 2-7 電影產業國際化關鍵成功之因素整理	46
表 3-1 層級分析法(AHP)評估尺度	51	表 3-2 AHP階數及其相對隨機指數表	54
表 3-3 問卷發放與回收	64	表 3-4 專家訪談	64
表 4-1 產、官、學各界專家學者於電影產業國際化關鍵成功之因素主要構面層級權重排序	66	表 4-2 全體專家學者「電影產業國際化關鍵成功之因素」主要構面之層級權重及排序	67
表 4-3 產、官、學各界專家學			

者「政府支持」構面各評估指標之層級權重及優先排序	69	表 4-4 全體專家學者「政府支持」
構面各評估指標之層級權重及優先排序	69	表 4-5 產、官、學各界專家學者「產業
環境」構面各評估指標之層級權重及優先排序	71	表 4-6 全體專家學者「產業環境」構面各評
估指標之層級權重及優先排序	71	表 4-7 產、官、學各界專家學者「國際行銷策略
」構面各評估指標之層級權重及優先排序	73	表 4-8 全體專家學者「國際行銷策略」構面各評估指
標之層級權重及優先排序	74	表 4-9 全體專家學者在「電影產業國際化關鍵成功之因素
」主要構面及整體評估指標之權重分配及優先排序	76	表 5-1 產業界、公部門、學術界在主要構面重視程度
	79	圖目錄 圖 1-1 研究流程圖
	18	圖 2-1 影視媒體產業價值鏈
	21	圖 2-2 電影產業旗艦計畫之發展計畫
	25	圖 3-1 AHP層級結構示意圖
	50	圖 3-2 AHP流程步驟
	56	圖 3-3 研究架構
	58	圖 4-1 全體專家學者
「政府支持」構面評估指標權重分配長條圖	70	圖 4-2 全體專家學者「產
業環境」構面評估指標權重分配長條圖	72	圖 4-3 全體專家學者「國際行
銷策略」構面評估指標權重分配長條圖	74	圖 4-4 全體專家學者電影產業國際
化關鍵成功因素主要構面權重分配長條圖	77	圖 4-5 全體專家學者在評估指標權重分
配長條圖	77	

REFERENCES

- 一、中文部份 大前研一(1985), 策略家的智慧, 台北:長河。文建會(2010), 文化創意產業發展法[線上資料], 來源: http://www.cci.org.tw/cci/cci/law_detail.php?c=240&sn=3731。文建會文化創意產業推動小組(2008), 文化創意產業的範疇[線上資料], 來源: <http://www.cci.org.tw/cci/cci/news.php>。王俞翎(2009), 台灣文化創意產業國際化之研究-以玻璃工藝為例, 國立宜蘭大學經營管理研究所未出版之碩士論文。王義欽(2006), 台灣報業導入全面品質管理之關鍵成功因素指標研究, 私立銘傳大學傳播管理研究所未出版之碩士論文。司徒達賢(1996), 策略管理, 台北:遠流。行政院新聞局(2005), 放眼國際締造台灣電影傳奇[線上資料], 來源: <http://tc.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=53071&ctNode=258&mp=1>。行政院新聞局(2002), 文化創意產業計劃 振興電影產業計劃[線上資料], 來源: <http://www.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=28441&ctNode=1530>。行政院新聞局(2010), 旗鑑計畫[線上資料], 來源: <http://info.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=68326&CtNode=5243&mp=1>。何瑞珠(2009), 2008台灣電影票房總覽, 2009年台灣電影年鑑, 台北:電影資料館。李天鐸(2006), 全球競爭時代臺灣影視媒體發展的策略與政策規劃專案研究計畫期末報告, 台北:行政院新聞局。李建民(2001), 台灣廠商國際化之策略、營運組織與協調機制之研究 - 以台達電子和宏碁電腦為例, 國立臺灣大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。李亞梅(2008), 困境與創意—談現階段台灣電影的行銷與宣傳, 2008台灣電影年鑑, 台北:行政院新聞局。李亞梅(2005), 從印度寶萊塢看台灣商業電影的發展與困境, [線上資料], 來源: <http://www.taiwancinema.com/IVaTrackback/trackback.asp?id=52448>。李永萍(2008), 華語電影與國際影壇接軌的挑戰, 收於余智虹整理, 打造一座電影城市座談, 台北:行政院新聞局。吳碧玉(2003), 民宿經營成功關鍵因素之研究-以核心資源觀點理論, 私立朝陽科技大學企業管理研究所未出版之碩士論文。吳思華(1988), 產業政策與企業策略, 台北:中國經濟企業研究所。吳青松(1999), 國際企業管理理論與實務, 台北:智勝文化事業有限公司。吳錦錕(2001), 廠商核心能力之研究-從國際化與技術構面探討, 國立暨南大學國際企業研究所未出版之碩士論文。何雍慶(2000), 實用行銷管理。台北:華泰書局。林雅莉(2007), 超越美學的經濟思維:皮克斯的數位美學與娛樂經濟探索, 私立崑山科技大學視覺傳達設計研究所未出版之碩士論文。林瑞華(2009), 從價值鏈的觀點探討台灣農業轉型-建立農產品產銷履歷制度關鍵成功因素之研究, 私立清雲科技大學經營管理研究所未出版之碩士論文。林俊良(2003), 瑞典電影產業發展之研究 面臨全球化挑戰因應之突破, 私立淡江大學歐洲研究所未出版之碩士論文。卓珊(2004), 創新與管理:台灣電影產業的結構探索, 輔仁大學大眾傳播學研究所未出版之碩士論文。周瑋倫(2006), 台灣有線電視導入全面品質管理之關鍵成功因素指標研究, 私立銘傳大學傳播管理研究所未出版之碩士論文。范博毓(2006), 從動畫事業角度探討迪士尼集團之經營模式, 國立臺灣大學商學研究所未出版之碩士論文。施顏祥(2002), 文化創意產業發展計畫挑戰 2008 國家重點發展計畫, 台北:行政院經濟建設委員會。胡家瑜(2005), 文化創意產業關鍵成功因素評估指標之研究, 私立立德管理學院國際企業管理研究所未出版之碩士論文。夏學理等編(2008), 文化行政, 台北:空大。涂春河(1991), 光電產業關鍵成功因素, 國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。許家豪(2006), 文化全球化下的韓國影視文化產業發展之研究, 私立銘傳大學國際事務研究所未出版之碩士論文。陳志寬(2009), 2009年台灣電影年鑑, 台北:電影資料館。陳虹米(2004), 全球化之下的台灣電影產業發展策略, 國立中山大學企業管理學系研究所未出版之碩士論文。陳忠正(2007), 台灣動畫電影產業之國際競爭力研究, 國立臺灣藝術大學多媒體動畫藝術學系研究所未出版之碩士論文。張心穎(2009), 推動文創產業的火車頭 - 電影產業:借鏡美國、韓國、印度作法, Smile Newsletter, (21), 4-6。張哲維(2010), 文化創意產業國際行銷策略之研究—以台灣電影產業為例, 國立台北大學公共行政暨政策學系研究所未出版之碩士論文。張維倫等譯(2003), David Throsby, 文化經濟學, 朱庭逸編, 劍橋大學出版社。張一喬(2008), 李安看台灣電影—國際大導對我國電影困境的建言[線上資料], 來源: <http://tc.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=53178&ctNode=258&mp=1>。崔德昌(2001), 網路企業成功關鍵成功因素的研究, 私立中華大學資訊工程研究所未出版之碩士論文。曾文俊(2006), 全球化趨勢下跨國華語電影的發展, 國立臺南藝術大學音像藝術管理研究所未出版之碩士論文。黃琬玲(2007), 建構電影文化產業之成功行銷模式:以美國賣座票房電影為例, 國立彰化師範大學行銷與流通管理研究所未出版之碩士論文。黃科誠(2006), 文化創意產業國際化之探討 - 以法藍瓷有限公司為例, 國立政治大學企業管理研

究所未出版之碩士論文。黃茂昌(2008), 台灣電影產業必須面對的真相, 中國時報。黃雅君(2000), 資訊電子業導入企業間電子商務之關鍵成功因素, 國立雲林科技大學工業工程管理研究所未出版之碩士論文。黃營杉編著(1993), 企業政策, 台北:國立空大。黃營杉(1999), 策略管理, 台北:華泰書局。黃建業(2008), 華語電影與國際影壇接軌的挑戰, 收於余智虹整理, 打造一座電影城市座談, 台北:行政院新聞局。黃文英(2008), 華語電影與國際影壇接軌的挑戰, 收於余智虹整理, 打造一座電影城市座談, 台北:行政院新聞局。黃崇岳(2003), 好萊塢電影產業分析 產業矩陣分析法之應用, 國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。創意台灣—文化創意產業發展方案行動計畫98—102年(2009), 行政院文化建設委員會。馮偉明(2006), 以資源基礎觀點探討台灣IC設計產業關鍵成功因素, 國立中山大學企業管理學系研究所未出版之碩士論文。楊嘉文(2009), 日本電影產業競爭策略研究以製作委員會制度為中心, 私立淡江大學日本研究所未出版之碩士論文。楊士賢(2003), 台灣電影產業國際競爭力與全球化策略情境規劃 波特「鑽石體系」之應用, 國立中山大學企業管理學系研究所未出版之碩士論文。楊元鈴(2008), 各尋出路的新銳台灣[線上資料], 來源:
<http://tc.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=56144&ctNode=343>。溫源鳳、湯凱喻(2005), 知識管理--科技、研發、資訊與績效, 台北縣:普林斯頓國際。經濟部文化創意產業推動小組(2008), 2007台灣文化創意產業發展年報。台北:經濟部工業局。經濟部(1998), 台灣中小企業白皮書。台北:經濟部中小企業處。葉軒晨、陳儒修(2007), 綜觀2005年台灣電影產業起落[線上資料], 來源:
<http://tc.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=54249&ctNode=219>。臺灣電影網[線上資料], 來源: <http://tc.gio.gov.tw/mp.asp?mp=1>。廖金鳳(2007), 台灣電影教育因應全球化與數位化趨勢的可能之道[線上資料], 來源: <http://tc.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=54251&ctNode=219>。廖金鳳(2008), 開創「台灣華語電影」的可能[線上資料], 來源: <http://tc.gio.gov.tw/lp.asp?ctNode=258&CtUnit=2&BaseDSD=7&mp=1>。蔡山和(2003), 我國半導體零組件通路業之關鍵成功因素研究, 台北大學企業管理研究所未出版之碩士論文。鄭自隆、洪雅慧、許安琪(2005), 文化行銷, 台北縣蘆洲市: 空大。鄭嘉詩(2009), 從中國電影發展策略看台灣電影進入中國市場之機會與挑戰, 國立政治大學國際經營與貿易研究所未出版之碩士論文。劉義中(2006), 全球化趨勢下台灣文化創意產業發展策略之探討, 私立銘傳大學社會科學院國家發展與兩岸關係碩士在職專班未出版之碩士論文。劉嘉明(2009), 佳映娛樂總經理劉嘉明談國際影展與電影行銷[線上資料], 來源:
<http://tc.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=59596&ctNode=258&mp=1>。蔡淑娟(2010), 以博物館做為文化知識供應平台研究—以文化創意產業為例, 國立中山大學管理學院高階經營研究所未出版之碩士論文。鄧振源, 曾國雄(1989), 層級分析法(AHP)的內涵特性與應用(上), 中國統計學報, 27(6), 5-22。鄧振源, 曾國雄(1989), 層級分析法(AHP)的內涵特性與應用(下), 中國統計學報, 27(7), 1-20。盧美惠(2009), 台灣電影產業進軍大陸市場關鍵成功因素之探討, 私立中國文化大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。謝彩妙(2004), 從臥虎藏龍產銷模式論華語電影國際化, 國立臺灣藝術大學應用媒體藝術研究所未出版之碩士論文。羅苑韶(2007), 台灣電影朝國際化發展導演片商皆積極推動[線上資料], 來源: <http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/070522/5/epnt.html>。二、英文部分 Aaker, D. A. (1984). Strategic market management. New York: John Wiley & Sons. Daniel, D. W. (1961). Management Information Crisis. Harvard Business Review, 39, 111-121. Govindarajan, V, & A., Gupta. (2000). Analysis of the emerging global arena. European Management Journal, 18, 274 – 284. Grant, R. M. (1995). Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques, Applications(2nd ed.), Blackwell Ltd. Hitt, M. A., Robert E. Hoskisson, & Hicheon Kim (1997). International Diversification: Effects on Innovation and Firm Performance in Product-Diversified Firms. Academy of Management Journal, 40 (4), 767-98. Hill, W. L., & Jones, G. R. (2001), Strategic Management Theory, Fifth Edition, New York: Houghton Mifflin Co. Kotler. (2002). Marketing Management(11th ed), NJ: Prentice-Hall. Keeney, Raiffa, H., & Ralph, L. (1993). Decisions with multiple objectives and value tradeoffs. New York: Cambridge University Press. Leidecker, J. K., & A.V. Bruno (1984). Identifying and using critical success factors, Long Range Planning, 17(1), 23. Matlay, H., & Fletcher, D. (2000). Globalization and strategic change: some lessons from the UK small business sector, Strategic Change, 9,437-449 Rockart, J. F. (1979) Chief Executing Define Their Own Data Need, Harvard Business Review, March-April, 20-25. Rockart, J. F., (1990).Current Uses of the Critical Success Factors, Proceeding of the Fourteenth Annual Conference of the Society of Information Management, 17-21. Smith. (2005). The capital structure puzzle: the evidence revisited, Journal of Applied Corporate Finance, 17, 8-17. Saaty, T. L.(1986). Axiomatic Foundation of the Analytical Hierarchy Process. Management Science, 32(7), 841-855. Saaty T. L.(1986). Exploring Optimization Through Hierarchies and Ratio Scales. Socio-Economic Planning Sciences, 20(6), 355-360. Saaty T. L.(1987). Risk-Its Priority and probability: the analytic hierarchy process. Risk Analysis, 7(2), 159-172