

窗簾產業型態變遷之研究

蕭志舟、黃俊熹

E-mail: 385197@mail.dyu.edu.tw

摘要

台灣早期裝潢業泛指從事壁紙、地毯、塑膠地磚的黏貼、傢飾布及皮革的裱褙以及窗簾的製作與安裝。隨著台灣國民所得的提高及對住房品質的要求日益提高與重視，原附屬於裝潢業的窗簾製作與安裝，因技術的養成、產品的多樣化，已獨立發展成了一個重要的產業，由原本只具遮光、保護隱私的基本功能需求進而發展成室內設計情境呈現重要的一環。本研究針對台灣數十年來窗簾產業的發展歷程、經營型態及技術養成，深入產業界訪談資深業者，了解窗簾產業型態的變遷，以及目前產業經營的困境，並對消費者進行問卷調查，蒐集消費者對窗簾的使用情形、選擇窗簾業者及選擇窗簾產品的要素、窗簾產品配置的情形。透過訪談內容及問卷結果彙整分析，得到窗簾產業必須走向服務化的型態，提高從業者的專業能力、服務態度，才能符合消費者的要求。並以麥可·波特所提出的「五力分析」、「競爭優勢」進行探討其產業形態變遷的模式。得到產業型態變遷主要透過垂直整合來抵銷議價力量，向後整合能夠降低供應成本，並化解新進入者的威脅及既有廠商的競爭。向前整合不但能增強公司差異化的能力，並能提高實際利潤，更因專業能力的提升而降低客戶議價的力量。而橫向策略中的多角化經營，更以市場、生產和技術三方面不同的交互關係，導出各種不同的發展方向，創造出屬於自己獨特的風格。透過本研究之分析，可了解消費者對窗簾產品的使用狀況、消費者在選擇窗簾業者及產品時所在意的因素，以及在不同空間希望有不同的配置方式。讓窗簾產業同業間更能深入了解消費者的需求，使產業的競爭趨於良性，增強專業知識並提高服務品質，以提升消費者更多元的選擇，得到更適切的服務，並且擴大產業整體的獲利能力。

關鍵詞：窗簾、產業型態、產業服務化、五力分析、競爭優勢

目錄

目錄 封面內頁 簽名頁 中文摘要 iii 英文摘要 v 誌謝 vii 目錄 viii 圖目錄 ix 表目錄 xiii 第一章 緒論 第一節 研究背景 1 第二節 研究動機 2 第三節 研究目的 3 第四節 研究限制 3 第五節 研究範圍 4 第二章 文獻探討 第一節 國內有關窗簾的論文介紹 5 第二節 窗簾產業的發展歷程 7 第三節 窗簾產品分類 9 第四節 經營形態 13 第五節 技術養成 15 第六節 相關法規 17 第七節 五力分析 19 第八節 競爭優勢 22 第九節 產品服務化 25 第三章 研究方法 第一節 研究方法 29 第二節 研究流程 34 第四章 研究結果與分析 第一節 窗簾產業變遷過程 36 第二節 窗簾產業服務化發展軌跡 50 第三節 消費者意見調查 61 第四節 窗簾產業型態變遷分析 110 第五章 結論與建議 第一節 研究結論與發現 124 第二節 後續研究建議 127 參考文獻 128 附錄一 訪談紀錄 131 附錄二 問卷調查表 186

參考文獻

參考文獻 一、中文部分 1.朱武叔(1930)。窗飾術，弗爾著、朱武叔譯。中國上海:商務印書館發行。 2.李明軒、邱如美(1999)。競爭優勢Michael E.Porter著、李明軒、邱如美譯。台北市:天下遠見出版。 3.李明軒、高登第(2001)。競爭論Michael E.Porter著、李明軒、高登第等合譯。台北市:天下遠見出版。 4.吳宗諭(2009)。市場導向、關係行銷策略和新產品經營績效之相關研究 - 以台灣窗簾產業為例。國立中正大學碩士論文。 5.吳思華(1996)。策略九說:策略思考的本質。台北市:臉譜出版。 6.吳敘禎(2005)。台灣日治時期近代建築門窗五金之初探。中原大學碩士論文。 7.沈雪茹(2008)。台灣家飾布廠商行銷策略之研究-以緹花布廠商為例。輔仁大學碩士論文。 8.林志明(1997)。物體系，尚"布希亞原著、林志明譯。台北市:時報出版。 9.周旭華(1998)。競爭策略:產業環境及競爭者分析Michael E.Porter著、周旭華譯。台北市:天下遠見出版。 10.林建良(2010)。高階市場定位的反向選擇問題與策略 - 以台灣窗簾產業為例。中原大學碩士班研究生碩士論文。 11.林彥旭(2011)。台灣的玻璃產業分析。東吳大學國際經營與貿易學系碩士論文。 12.林暉舜(2004)。建築開窗與窗簾對室內熱環境舒適度之影響研究。中國醫藥大學碩士論文。 13.紀康寶(2010)。驚人的生活醫學常識 - 沒想到除了床，窗簾也能影響健康P162~P165。台北市:高寶國際出版。 14.徐炳欽(2008)。台灣裝潢木工技術變遷之研究。大葉大學設計研究所碩士論文。 15.張元蓉(2009)。法鼓山:「心五四運動」管理意涵 - 以窗簾窗飾產業為範例。國立台灣科技大學碩士論文。 16.陳世良(2010)。供應鏈管理，Sunil Chopra,Perter Meindl著、吳亞穎、賴勇成、李祺菁譯。台北市:台灣培生教育出版。 17.陳信宏(2011)。製造服務化的內涵和發展策略。中華經濟研究院。 18.張國雄(2004)。行銷管理。台北市:雙葉書廊出版。 19.康?錫(2011)。台灣古厝圖鑑P19。台北市:貓頭鷹出版社。 20.潘中道、胡龍騰(2000)。研究方法Ranjit.Kumar著、潘中道、胡龍騰譯。台北市:學富文化事業有限公司。 21.譚大純(2006)。行銷管理Gary Armstrong,Philip Kotler著、李孟訓等譯;吳奕慧編譯。台北市:台灣培生教育出版。 二、英文部分 1.Brax(2005)。A manufacturer becoming service provider-challenges and a paradox.Managing Service Quality Vol. 15 No. 2, 2005, pp.142-155 2.Martinez, Bastl, Kingston, Evans(2010)。Challenges in transforming manufacturing organizations into product-service providers.

