

A Study of Changes in Curtain Industry

蕭志舟、黃俊熹

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

ABSTRACT

In the early period of time, decorating in Taiwan was generally known as wallpaper, carpets and plastic tiles sticking; home decor fabrics and leather mounting; curtains producing and assembling. With the increase of national income and requirements and demands of the quality of life, manufacture of curtains is not subordinate to decorating business but growing into an important industry, due to the development of technology and variety of products. Curtains are not only for shading and privacy but also becoming a crucial part of interior design on situation display. Based on the development, operation style, and technological improvement of curtain industry in Taiwan over the past decades, the thesis focus on grasping the transition of curtains industry type and the current plight that curtains companies face, by interviewing senior managers. On the other hand, by the questionnaire from the consumers, we can gather the information about how do they use curtains, which curtains company they choose from, which factor they care about, and the configuration of products. By the analysis of information gathered from interviews and the questionnaire, it was suggested in order to meet customers' demands, curtains companies must be service-oriented: improving their professional competence and selling skills. Furthermore, we explore the pattern of the transition of curtain industry by using Michael Porter's Five forces model and the competitive advantage. It is showed that the transition is mainly from separation to cooperation for narrowing down the space of negotiating prices. That is, by cooperating with manufacturers we can cut down the cost of products, and as a result increase the profit. Curtain companies can establish their own style by strategy of diversification, which is based on the interaction among markets, production, and technology. From the thesis, we can know how consumers use curtains and the factors that customers care about most when purchasing the products so that curtains companies can fully meets customers' demands and that competition among them is healthy or constructive. Therefore, companies will offer fine service to consumers and benefit from offering fine service in return.

Keywords : Curtains、 Industry Type、 Service-oriented Industry、 Five forces analysis、 Competitive Advantage

Table of Contents

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

REFERENCES

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 Meindi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. Journal of Manufacturing Technology Management, Vol.21, No.4, 2010, pp.449-469