

Innovative Strategies Of The Trimming Hardware Industry In Taiwan

白錫盈、唐啟發 博士；邴傑民 博士

E-mail: 9115143@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Abstract The total production for Taiwan's trimming hardware has an annual production of 7.5 billion New Taiwan Dollars in Year 2000, Mainly for leathersgoods accessories and Shoe and apparel accessories; however, it represents an important link among the related industries hence having a positive effect toward overall national product. The industry, due to its increasing costs in the recent years and its inter-national competition from other economic developing countries, has gradually losing its competition edge. The industry recognizes that it can regain its competitiveness only under the described circumstance and review the re-develop innovative strategy to withstand the competition to maintain its continuing survival. This study adopts individual findings through personal interviews with owners of production units, as well as high level management personnel and case study towards various individual industries. Through the interviews, the author analyzes the industry by using the five forces model and find the key success factors of the industry, namely: 1.Production efficiency 2.Flexible manufacturing 3.Reinforcing style development 4.Product differentiation through higher quality 5.Absolute costs for competition This study also explores the potential future directions for the industry, thus creates propositions for innovative strategy. This is done in hope to offer future continuance and possible directional assistances for those already working in this particular industry. Key words : Five forces model , Key success factor , Trimming hardware , Innovative

Keywords : Five forces model ; Key success factor ; Trimming hardware ; Innovative

Table of Contents

目錄封面內頁簽名頁授權書中文摘要	V	英文摘要	VI
誌謝	VIII	目錄	IX
圖目		IV 第一章 緒	
論	1	第一節研究動機與背景	1
第二節研究目的	2	第二章 文獻探	
第三節研究範圍	4	第四節論文結構	6
討論	8	第一節產業分析相關文獻探討	8
一、產業的定義	8	二	
二、產業環境分析	8	三、產業分析架構	10
四、產業生命週期理		論	16
五、產業競爭分析	17	六、關鍵成功因素	21
第二		節策略相關文獻探討	30
一、策略的定義	30	二、策略之構	30
面	33	三、策略層級	36
四、策略規劃	38	五、	
競爭策略	44	第三章 研究設計	48
第一節研究方	48	第二節研究架構	50
法	48	第三節研究限制	51
第四節研究流程	53	第四章 台灣裝飾五金產業分析	55
第一節產業分	55	第二節產業特質	62
析	55	第三節產業發展過程	64
第四節產業現況分析	65	第五章 台灣裝飾五金產業競爭力分析	71
第一節潛在競爭者威	71	第二節現有廠商之競爭	79
脅	72	第三節購買者議價力	88
第四節供應者議價力	95	第五節替代品威脅	106
第六章 個案分		析	111
第一節個案公司：璟合企業股份有限公司	111	第二節個案公司：元晟精密鋼模股份	
有限公司	120	第三節個案公司：宸昇電鍍工廠股份有限公司	130
第四節關鍵成功因素分		析	138
第七章 結論與建議	146	第一節結論	146
第二		節對產業界之建議	146

REFERENCES

參考文獻 中文部份 1.司徒達賢(1995), 策略管理, 台北 遠流出版社。 2.司徒達賢(1994), 台灣中小企業發展的經營策略, 第一屆中小企業研討會宣讀論文, 經濟部、中華經濟研究院、台灣經濟研究院、基層金融研究中心、中華民國中小企業協會、中小企業現代化基金會、中華民國管理科學學會主辦。 3.大前研一(1990), 企業戰略思考, 業強出版社。 4.大前研一(1983), 策略家的智慧, 長河出版社。

5.吳思華(1996), 策略九說: 策略思考的本質, 麥田出版社。 6.吳思華(1988), 產業政策與企業策略, 中華經濟研究所。 7.吳思華(1984), 產業特質與企業經營策略關係研究, 政治大學企管所出版PP50。 8.科特(1998), 企業成功轉型8 steps, 天下出版社。 9.王崙(2000), 台灣木工機械產業分析與競爭策略之研究, 國立台灣大學, 森林學研究所, 碩士論文。 10.邱吳梹(1996), 產業環境與資源特性對合作策略選擇之影響— 模具產業為例, 大葉大學事經所, 碩士論文。 11.蔡正雄譯(1985), 競爭策略, 華泰書局。 12.謝安田(1989), 企業經營策略, 作者自印。 13.經濟部(2000), 工業統計調查報告 經濟部編印。 14.行政院海關總署(1997), 中華民國進出口統計月報。 15. 行政院海關總署(1998), 中華民國進出口統計月報。 16.行政院海關總署(1999), 中華民國進出口統計月報。 17.行政院海關總署(2000), 中華民國進出口統計月報。 18. 張淑珍(1995), 我國沖壓、壓鑄、鍛造模具現況分析, 財團法人金屬工業研究發展中心。 19.賴士葆(1994), 中小企業生產策略研討會, 國立政治大學企業研究所主辦, 賴士葆主持。 20.賴士葆(1987), 企業技術特性與新產品發展績效相關之研究, 管理評論, 台北: 國立政治大學企業管理研究所。 21.劉仁傑(1992), 日本的產業策略, 台北: 聯經出版社。 22. 波特(1996), 國家競爭優勢, 天下出版社。 23.波特(1985), 競爭策略, 華泰書局。 24.波特(1999), 競爭優勢, 天下出版社。 英文部分 1.Aaker, D. A. 1984, " Strategic Market Management, " Humanities N. Y. pp.29. 2.Aaker, D. A. 1989, " Managing Assets and Skills: The Key to a Sustainable Competitive Advantage, " California management Review, pp.91-106. 3.Ansoff, H. I., 1965, " Corporate Strategy, " McGraw-Hill, N. Y.. 4.Barney, D. F., 1991, " Time Paths in the Diffusion of Product Innovations, " Macmillan, London, pp.100. 5.Barney, J. B., 1991., " Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, " Journal of Management Science, 17, pp.99-120 Boar, B. H., 1993, " the Art of Strategic Planning for Information Technology: Crafting Strategy for the 90s, " Fress press, N. Y., 6.Chandler, A. D., 1962, " Strategy and Struture, " Cambridge, Harvard University Press. 7.Charles, H. Fine, 1998, " Clockspeed — Winning Industry Control in The Age of Temporary Advantage, " Lotus Publishing Co., pp.64-65. 8.Charles,W. Hofer & Don Schendel, 1978, " Stragety Formulation: Analytical Concepts, " West Publishing Co., pp.18-19 9. Corey, R. E., 1975., " Key Options in Market Selection — Production Planning, " Harvard Business Review. 10. Donald, F. Harvey., 1988, " Strategic Management and Business Policy, " Merrill Publishing Co., Ohio. 11. Drucker, P. F., 1994, " The Theory of Business, " Harvard Management Review, Vol.72 No.5, pp.95-104. 12. Grant, R. M., 1991, " The Resource Theory of Competitive Advantage : Implication for Strategy Formulation, " California Management Review. 13. Harrigan, K., 1988, " Joint Venture and Competitive strategy, " Strategic Management Journal, 13, pp.135-144 14. Hill, C.W.L. & Jones G.R., 1995, " Stragetegic Management Theory — An intergrated approach, " 3rd ed. Houghton Mifflin, Boston, pp.10. 15.Hofer, M.A., 1991, " Development Psychobiology, " Oxford University, N. Y. 16.Hofer & Schendel, 1979, " Stragegic Management, " pp.15. 17.Kotler, Philip, 1991, " Marketing Management : Analysis Planning Implementation and Control, " 7th Edition, Prentice Hall, Inc. 18.Leidecker, J. K. and Bruno A. V., ' Identifying and Using Critical Success Factors, " Long Range Planning, Vol. 19.Miles, R. E. and C. C. Snow, 1978, " Organizational Strategy, Structure and Process, " McGraw-Hills.N. Y.. 20.Porter, M. E. 1980, " Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, " N. Y., The Press. 21.Porter, M. E., 1985, " Competitive Advantage, " N. Y., Free Press pp.39-43. 22.Rockart, M., 1990, " Corporate Restructuring: A Guide to Creating the Premium-valued Company, " McGraw-Hill, N. Y.. 23.Steiner, G. A. and John B. Miner, 1997, " Management Policy and Strategy : Text Reading and Case, " Mc-millan Publishing Co., N. Y. 24.Walker, O. C. and R. W. Ruekert, 1987, " Marketing ' s Role in the Implementation of Business Strategies, " A Critical Review and Concept Framework, Journal of Marketing. 25. William, F. Glueck, 1980, " Strategic Management and Business Policy, " pp.7.