

# A Study of the Industry Analysis and Competitive Strategy for the Property-Liability Insurance Industry in Changhua

林振鏘、謝雅惠；邴傑民

E-mail: 9403677@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

“ It is impossible to prevent risks completely while running your business .The purpose of managing business is distributing your current resource, then wish to get maximum profit, but it can not be prevented the risks during you are running. ” Dr. Peter Ducker has been indicating .Therefore, whatever your position is in conventional industries or in Hi-Tech field, or in the same time when you expend your business size and increase your competitive competence you shall lower or prevent every kinds of risk which may cause from complicate of running your business. That means planning insurance of asset from every company is getting important. Through the research of this study by competition structure factor, competition strategy and key success factors for Changhua property-liability insurance, we find flowing conclusions: The main factors influencing the industrial competition environment for Changhua property-liability insurance industry: The main corporation's transports for business strategy, guarantees the ability, the nucleus again guarantees the policy and various departments matches properly; The insurance belongs to the non material goods, also the teaching of arts and crafts excessively are many, creates the customer negotiated price space greatly to increase; The new competitor has join of the financial group, the bank guarantees generation and the life insurance clerk and so on; The insurance intermediary person has affiliate to provide specialized insures consultant's role, affects the customer selectivity; The trade or craft competition has including the property —liability insurance company the teaching of arts and crafts, the service commodity difference and enters the difficulty. The main competition strategy develops for Changhua property-liability insurance industry: It must take low cost leadership strategy with price destroyed while you get into new market; It shall be taken differentiation by product which can create profit; Product innovation strategy has research & develop to suit every kind of insurance products; The competitive ability promotes and reduces the cost of operation, sells the tendency in many circuits. It is competitive advantage and the key success factors for Changhua property-liability insurance industry: For the future, competitive strategy should be decided to market infiltration, development new product and after service; Which can maintain the loyalty from your customer of the promotion service quality strategy.

Keywords : property-liability insurance industries ; competition strategy ; key success factors

## Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書	iii	中文摘要	v	英文摘要	v
要	vi	誌謝	viii	目	viii
錄	ix	圖目錄	xiii	表目	xiii
錄	xiv	第一章 緒論	1	1.1 研究背景	1
景	1	1.2 研究動機	4	1.3 研究目的	5
研究限制	6	1.5 研究流程	7	第二章 文獻探討	7
討	8	2.1 產業分析	8	2.1.1 產業的定義	8
2.1.2 產業的環境特性	11	2.2 產業結構分析	12	2.3 競爭策略理論研	12
討	15	2.3.1 策略的定義	15	2.3.2 競爭策略概念	18
勢之探討	25	2.4.1 競爭優勢的概念與定義	25	2.4.2 資源基礎觀點	27
2.4.3 資源基礎與競爭優勢關係	33	2.5 關鍵成功因素	35	2.5.1 關鍵成功因素之定	35
義	35	2.5.2 關鍵成功因素之特性	36	2.5.3 關鍵成功因素之確認	37
2.5.4 關鍵成功因素的功能	39	第三章 研究設計與方法	40	3.1 研究方	40
法	40	3.2 研究設計	41	3.3 訪談內容	43
第四章 彰化縣產物保險業概況分析	46	4.1 我國產險業之現況分析	48	4.1.1 產險業之現況	48
及保費之比較	48	4.1.2 產險市場價格競爭現況分析	51	4.2 我國加入WTO後對產險業之影	51
響	53	4.2.1 加入WTO之影響	53	4.2.2 費率自由化之影響	54
公司成立對產險業之影響	62	4.3.1 金控公司之現況	62	4.3.2 金控公司對保險子公司之影	62
響	66	4.4 彰化縣產物保險業之現況分析	69	4.4.1 彰化縣產險業業務概況	69
		4.4.2 業務	69		

結構分析-----	73	4.5 小結：SWOT分析-----	85	第五章 訪談資料分
析-----	88	5.1 資料分析-----	90	5.2 影響彰化縣產險業競爭環境的主要因
素-----	90	5.2.1 保險公司內部的環境力量-----	91	5.2.2 購買者的議價能力-----
者-----	92	5.2.4 替代者之威脅-----	92	5.2.5 現存企業間之敵對競爭程度-----
彰化縣產險業所發展之主要競爭策略-----	93	5.3.1 低成本領導策略-----	94	5.3.2 商品差異化策
略-----	95	5.3.3 集中化優勢策略-----	96	5.4 競爭優勢關鍵成功因素-----
成本領導優勢-----	96	5.4.2 差異化優勢-----	97	5.4.3 集中化優勢-----
經營優勢-----	98	5.5 小結：Kotler理論之運用-----	98	第六章 結論與建
議-----	100	6.1 結論-----	100	6.2 建議-----
產險業未來成功之要素-----	102	6.2.2 對產險業者的建議-----	104	6.2.3 對後續研究者之建
議-----	105	參考文獻-----	107	附錄-----
				111

## REFERENCES

- 一、中文部份
- 1.中華民國產物保險商業同業公會；網址: <http://www.pcc.gov.tw/>
  - 2.方至民，企業競爭優勢，三重市:方至民出版，前程企管總經銷，2000年。
  - 3.司徒達賢，策略管理，台北:遠流出版社，2001年。
  - 4.李文哲，台灣製造業、經營策略、關鍵成功因素與廠商研發行為相關性之研究，碩士論文，國立中央大學，1997年。
  - 5.吳思華，策略九說，臺北市，城邦文化事業股份有限公司，1996年，36頁。
  - 6.林文彬，台灣製鞋機械產業競爭優勢之實證研究，朝陽科技大學工業工程與管理研究所，2003年。
  - 7.周華旭譯，Michael E. Porter.原著，競爭策略，天下遠見出版，2002年，第5頁。
  - 8.保險雜誌第190期，2004年10月。
  - 9.洪瑞璘譯，Cornelis A. de kluyver.原著，企業策略管理概論，台北市:普林帝斯霍爾，2001年，第11頁。
  - 10.財團法人保險事業發展中心，我國產險行銷通路未來發展趨勢，2003年。
  - 11.黃明豐，台灣紡織產業-纖維織品經營策略研究分析，碩士論文，私立大葉大學事業經營研究所，2002年。
  - 12.黃文娟，我國財產保險行銷通路之研究，碩士論文，逢甲大學保險系 碩士班，2003年。
  - 13.陳志超，兩岸金屬飲料罐產業發展及競爭策略研究，碩士論文，國立交通大學科技管理研究所，2002年。
  - 14.陳立民，台灣地區製罐業轉型策略之個案研究，碩士論文，國立政治大學商學院經營管理研究所，2001年。
  - 15.陳雲中，人壽保險的理論與實務，三民出版社，1983年。
  - 16.張文學，台灣鍍塗面鋼產業競爭策略分析?以盛餘公司為例，碩士論文，國立中山大學管理學院，2001年。
  - 17.黃宏義譯，大前研一著，策略家的智慧，長河出版社，1984年，第45頁。
  - 18.湯明哲，策略精論-基礎篇，台北:天下遠見出版，2003年。
  - 19.鄭紹成，企業關鍵成功因素、競爭優勢及競爭策略之研究，碩士論文，中國文化大學，1991年。
  - 20.鄭濟世主持，我國財產保險團體行銷之研究，財團法人保險事業發展中心委託研究，1994年。
  - 21.劉森隆，製罐業競爭策略之探討-以A公司為例，碩士論文，私立大葉大學事業經營研究所，2004年。
  - 22.戴國良，策略管理，台北:鼎茂圖書出版，2004年。
- 二、英文部份
- 1.Aaker, David A. (1995), Strategic Market Management, NY: John Wiley & Sons.
  - 2.Ansoff, H. Igor. (1965), Corporate Strategy, New York, McGraw-Hill Book Co.
  - 3.Ansoff, H. Igor. (1988), The New Corporate Strategy, 3rd ed., NY: John Wiley & Sons, Inc., P.83
  - 4.Barrese, James, Helen I. Doeringhas, and Jack M. Nelson, (1995), " Do Independent Agent Insurers Provide Superior Service? The Insurance Marketing Puzzle " ,The Journal of Risk and Insurance 62,297-308.
  - 5.Chandler, Alfred D. (1962). Strategy and Structure: Chapters in the History of America industrial Enterprise, M. I. T. Press.
  - 6.David A. Aaker (1995). Strategic Market Management. NY, John Wiley & Sons, Inc. P.134
  - 7.David, R. Fred (1999), " Strategic Management:Concepts & Cases " , seventh edition, Prentice Hall, NJ.
  - 8.Glueck, W. F. (1980), Business Policy and Strategy Management, 3rd, New York: McGraw-Hill.
  - 9.Hill, W.L. Charles & Jones, R. Gareth (1998), " Stratrgic Management Theory:An Integrated Approach " ,Fourth Edition, Boston,MA:Houghton Mifflin Company.
  - 10.Kotler, P., (2000), Marketing management. Prentice-Hall: Upper Saddle River, N.J.
  - 11.Miles, R. E. and Snow, C. C. (1978), Organizational Strategy, Structure and Process, New York: McGraw-Hill, p.34
  - 12.Morris, H. Michael & Pitt, F. Leyland (1993), " Do strategy frameworks apply in the united sates and aborad? " , Industrial Marting Management, Vol. 22, Iss,pp.215-221.
  - 13.M, Yoshino & R.Rangan. " Strategic Alliances:An Enterprenurial Approach to Globalization " , 1995,p19.
  - 14.Nicole Voges, " Agents, Consumers See Differing Roles for Interent " , Business Insurance 36,p.12
  - 15.Porter, Michael E. (1980), Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competition, N. Y: The Free Press, p.4c
  - 16.Porter, Michael E. (1985), Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, New York: Free Press, p.12, p.23
  - 17.Positive Signs, The Canmaker, April 2003, p.31
  - 18.Regrds, Lauren, and Sharon Tennyson, (2000) " Insurance Distribution Systems " , Handbook of Insurance, Kluwe Academic Publishers.
  - 19.Rizzi, j., (2001), " In the Mix, " Target Marketing 24,p.13
  - 20.Steiner, George A. and John b. Miner. (1977) Management Policy and Strategy, Mc-millan Publishing co., N. Y.
  - 21.Teerie E.,George E. Borchie(1995), " Property-Liability Insurance Accounting and Finance " , 5:p185,American Institute for CPCU.