

# 品牌策略與進入模式對知識移轉類型和移轉績效關係之研究-以大陸台商為例

劉權緯、封德台

E-mail: 9417998@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

近年來，台商紛紛前往大陸投資經營，開拓另一市場。然而隨著大陸競爭環境的轉變，台商被迫在策略佈局上做出回應。相關的品牌策略、進入模式與知識移轉等課題，對於欲赴大陸投資的台商，其重要性自然不言而喻。因此，本研究的目的是為（1）探討品牌策略與進入模式的相互配合下，對知識移轉類型的影響；（2）探討知識移轉類型對移轉績效的影響。本研究以到大陸從事投資設廠的台商為研究對象，以郵寄問卷的方式施測，共發出400份問卷，回收134份，經刪除無效問卷21份後，有效樣本數為113份。經由統計方法分析後，所得之研究發現如下：一、品牌策略與進入模式配合後，對知識移轉類型的影響為正相關。二、知識移轉類型對知識移轉績效的影響為正相關。三、不論是在移轉績效、技術能力或是整體知識移轉績效方面，大型企業的影響皆比中小型企業要來得大。

關鍵詞：品牌策略，進入模式，知識移轉類型，知識移轉績效

## 目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii 中文摘要.....
.....v 英文摘要.....	.....
.....vi 誌謝.....	.....vii 目錄.....
.....ix 圖目錄.....	.....xi 表目錄.....
.....xii 第一章 緒論.....	.....
.....1 第一節 研究背景與動機.....	.....1 第二節 研究目的.....
.....2 第三節 研究流程.....	.....2 第四節 論文結構.....
.....4 第二章 文獻探討.....	.....
.....5 第一節 知識管理.....	.....5 第二節 品牌策略.....
.....15 第三節 進入模式.....	.....21 第四節 知識移轉類型.....
.....27 第五節 知識移轉績效.....	.....
.....37 第六節 台商在大陸投資現況.....	.....42 第三章 研究方法.....
.....44 第一節 研究架構.....	.....44 第二節 研究假設.....
.....45 第三節 研究變項與操作性定義.....	.....
.....47 第四節 研究對象.....	.....51 第五節 研究工具.....
.....51 第六節 資料分析方法.....	.....54 第四章 資料分析與研究結果.....
.....56 第一節 實證研究之信度分析.....	.....
.....56 第二節 敘述性統計分析.....	.....57 第三節 品牌策略、進入模式與知識移轉類型之關係.....
.....61 第四節 知識移轉類型與知識移轉績效間之關係.....	.....64 第五節 企業基本特性與知識移轉績效之關係.....
.....67 第五章 結論與建議.....	.....
.....75 第一節 研究結論.....	.....76 第二節 理論與實務意涵.....
.....78 第三節 對後續研究的建議.....	.....80 第四節 研究限制.....
.....80 參考文獻.....	.....
.....82 附錄.....	.....89

## 參考文獻

- 中文文獻 1. 丁德樹（2003），「多角化策略與知識移轉績效之研究--以中鋼集團為例」，中山大學企業管理學 研究所未出版碩士論文 2. 于卓民等著（2000），國際行銷學，台北:智勝文化 3. 方世杰（1999），「台灣中小企業之產業網路構形與企業國際化關係研究」，企業管理學報，第45期，頁99-126 4. 王秀瑩（2000），「咖啡連鎖店市場區隔及其消費行為之研究」，東華大學企業管理研究所未出版碩士論文 5. 王琰玉(2003)，「咖啡連鎖店，加盟連鎖總部連鎖力之調查」，大葉大學事業經營研究所未出版碩士論文 6. 王嫻雯，商業週刊779期，pp.96-97 7. 呂鴻德、朱倍瑩（2002），中華管理學報，第三卷，第一期，P.59-74 8. 宋秩銘等著（1996），奧美的觀點，台北:滾石文化 9. 李仁芳（1990），管理心靈，台北:商略 10. 李淑華譯，Nancy M. Dixon 著（2001），知識共享型組織，台北市:商周出版

11. 林明杰 (1988), 「研究發展與製造之介面研究」, 政治大學企業管理研究所未出版碩士論文 12. 林振順 (1990), 「連鎖店主持人特質、策略選擇、績效關係之研究—以餐飲業為例」, 台灣大學商學研究所未出版論文 13. 林聖岳 (1997), 「知識資源的跨地域移轉與蓄積策略」, 政治大學科技管理研究所未出版碩士論文 14. 林永達 (2001), 「跨疆域的技术移轉與技術整合之研究--以台商鑫昌機械赴大陸投資為例」, 國立政治大學企業管理研究所未出版碩士論文 15. 胡定華 (2000), 「科技自主發展的關鍵任務:中興以人才為本」, 中美技術季刊, 31 卷3 期, 頁25-26 16. 洪秀琪(2001), 「知識移轉與績效表現之研究—以多層次傳銷為例」, 文化大學國際企業管理研究所未出版碩士論文 17. 洪如珊 (2001), 「探討多國籍企業組織內部知識移轉機制之移轉效果」, 中央大學人力資源管理研究所未出版碩士論文 18. 高登第譯 (民91), 品牌領導, David A. Aaker 與Erich Joachimsthaler 合著, 天下遠見出版 股份有限公司 19. 高孔廉 (2003), 「台商進入中國大陸市場時機與模式之研究—台商食品業為例」, 中原大學企業管理研究所未出版論文 20. 韋國亮 (2003), 「企業國際化進入模式影響知識移轉策略之研究」, 大葉大學國際企業管理研究所為出版碩士論文 21. 許瞻桂 (2001), 「國際企業海外投資進入模式適用情境之分析 - 交易成本觀點」, 國立屏東商業技術學院學報, 第三期, 頁179-196 22. 陳美佳 (2003), 「技術移轉與經營績效影響因素之研究-以台灣中小型製造業廠商赴大陸投資 為例」, 銘傳大學國際企業管理研究所未出版碩士論文 23. 陳彥良 (2003), 「外商赴大陸投資經營餐飲連鎖業之研究」, 淡江大學中國大陸研究所未出版 碩士論文 24. 陳冠華 (2003), 「連鎖咖啡店知識移轉之研究」, 中正大學企業管理研究所未出版碩士論文 25. 鈕撫民 (1995), 從我國連鎖經營看服務業環境變遷趨勢, 第一屆服務業管理研討會論文集, pp.2-14 26. 楊君琦 (2000), 「技術移轉互動模式失靈及重塑之研究--以研究機構與中小企業技術合作為例」, 台灣大學商學研究所未出版博士論文 27. 葉匡時 (2001), 「企業如何推動知識管理」, 商業現代化, 38-39 28. 經濟部商業司編印 (1995), 中華民國94 '連鎖店發展年鑑, 台北:中華民國經濟部商業司 29. 經濟部商業司編印 (1996), 連鎖店經營管理實務, 台北:中華民國經濟部商業司 30. 經濟部商業司編印 (1998), 連鎖店經營管理實務, 台北:中華民國經濟部商業司 31. 劉常勇 (1999), 知識管理與企業發展, <http://www.cme.org.tw> 32. 賴山水(1990), 加盟連鎖的行列, 台北:懋聯文化 33. 賴士葆 (1992), 「影響企業產品創新績效內部關鍵因素」, 科技管理論文集, 大葉文教基金會, 台北, 頁75-94 34. 薛英祺 (2003), 「專案之知識移轉類型與組織學習深度對專案績效之影響—以國內製造業跨國 知識移轉專案為例」, 大葉大學國際企業管理學系碩士班未出版論文 35. 魏宇達 (2002), 「國際企業品牌策略對組織網絡與知識移轉模式之影響—以高科技產業為例」, 中山大學人力資源管理研究所未出版碩士論文 英文文獻 1. Al Rise & Laura Rise (1998), "The 22 Immutable Laws of Branding," Harper-Collins Publisher, Inc., USA. 2. Aaker & Joachimsthaler (2000), The brand relationship spectrum: The key to the brand architecture challenge, California Management Review: Summer 2000, Berkeley 3. Agarwal, S. and Ramaswami, S.N. (1992), "Choice of Foreign Market Entry Mode: Impact of Ownership, Location and Internalization Factors," Journal of International Business Studies, pp.47-54 4. Chernatony, L. D. & McWilliam G. (1989), "Branding Terminology the Real Debate," Marketing Intelligence and Planning, July/Aug:29-32 5. David A. Aaker (1991), Managing Brand Equity, New York: The Free Press 6. Davidson, W.H. (1980), "The location of foreign direct investment activity: Country characteristics and experience effect," Journal of International Business Studies, pp.9-22 7. Doyle, P. (1990), "Building Success Brands: The Strategic Options," Journal of Consumer Marketing, 7(2):5-20 8. Fayerweather J. (1992), International Business Strategy and Administration, Dryden Press, 2 9. Gilbert, Myrna & Gordey-Hayes, Martyn (1996), "Understanding The Process of Knowledge Transfer to Achieve Successful Technological Innovation", Technovation, Vol.16, No.6, Jun, pp.301-312 10. Hamel, G. (1991), "Competition for Competence and Inter-Partner Learning within International Strategic Alliances," Strategic Management Journal, 12, Summer Special Issue, pp.83-103 11. Harem, Thorvald, Krogh, Georg von & Roos, Johan (1996), "Knowledge-based Strategic Change" in Georg von Krogh and Johan, Roos (ed.), Managing Knowledge-Perspectives on Cooperation and Competition, SAGE Publications 12. Hennart, Jean-Francois.(1988), "A Transaction Costs Theory Of Equity Joint Ventures," Strategic Management Journal, Vol. 9, Issue. 4 13. Hoffman, R. C. & Preble, J. F.(1991), Franchising: Selecting a strategy for rapid growth, Long Range Planning, 24(4), pp.74-85 14. Hwang, P. & Kim, W.C. (1992), "Global Strategy and Multinationals' Entry Mode Choice," Journal of International Business Studies, pp.29-53 15. Isobel Doole, Robin Lowe (2001), International Marketing Strategy, p248 16. Mansfield, E. (1975), "International Technology Transfer: Forms," Journal of American Economic Association, 68(2) 17. Mansfield, E. (1982), Technology Transfer, Productivity and Economic Policy, W.W. Norton and Company Inc. 18. Mason, J. B., & Mayer, M. L.(1987), Modern retailing-theory and practice (4th ed.), Richardson, Texas: Business Publication 19. Nonaka, I.(1994), "A Dynamic Theory of Organization Knowledge Creation," Organization Science, 5(1), pp.14-37 20. Nonaka, I. & H. Takeuchi(1995), "The Knowledge Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation," Oxford University Press, New York, NY 21. O' Dell, C. & C. J. Grayson (1998), "If only we knew what we know: the transfer of internal knowledge and practice," New York: Free Press 22. Onkvisit, S. & Shaw, J.J. (1991), "The International Dimension of Branding: Strategic Consideration and Decision," International Marketing Review, 6(3):22-34 23. Papows, J. (1998), Enterprise .com: market leadership in the information age.李振昌譯, 16 定位, 大塊文化出版, 1999 24. Pfeffer, J. and P. Nowak (1976), "Joint Ventures and Interantional Interdependence," Administrative Science Quarterly, 21, pp.398-418 25. Philip Kotler (1997), Marketing Management-analysis, planning, implementation and control (9th ed.), Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall 26. Philip Kotler(2000), Marketing Management (The Millennium Edition), Prentice-Hall International, Inc. 27. Polanyi, M. (1967), "The Tacit Dimension," New York: M.E. Sharp Inc. 28. Root Franklin, R.(1987), Entry Strategies for International Markets, D.C.:Health and Company 29. Schewe, C. D. & R.M. Smith(1983), Marketing: Concepts and Applications, N.Y.: McGraw-hill, pp.415 30. Solo, Robert A. (1972), "Organizational Structure, Technological Advance, and the New Tasks of Government," Journal of Economic Issues, Lincoln 31. Sounder, William E. (1987), "Technology, Innovation and Performance in Corporate Mergers: A Managerial Evaluation," Technovation, Jun 1987, pp.103-114 32. Teece, D. J. (1976), "The Multinational Corporation and the Resource Cost of International Technology Transfer," Cambridge,

