

臺灣蜜餞產業競爭策略之研究：以員林地區為例

劉永堯、羅世輝

E-mail: 9608336@mail.dyu.edu.tw

摘要

蜜餞曾是臺灣重要的產業之一，帶動臺灣經濟發展。但曾幾何時，環境變遷，面對消費者嘗鮮的選擇心態，與大陸低價競爭，搶奪市場商機，均使得臺灣蜜餞產業陷入瓶頸，風光不再。為使臺灣蜜餞重返榮耀，成為如同鳳梨酥、太陽餅等具代表性的臺灣伴手禮，及讓消費者重拾對蜜餞的傳統感情，並提升臺灣蜜餞產業之整體發展。本研究即透過員林蜜餞產業之現況分析，與員林地區個案公司競爭策略的探討，研擬如何提升員林蜜餞產業之整體發展。所得結論如下：一、蜜餞產業須改進生產衛生條件，提高生產流程透明度。二、蜜餞產業可與其他精緻產業結合，扭轉傳統零食形象。三、產品須符合多元、健康、養生、精緻、獨特之觀念。四、善用行銷，加強品牌知名度與形象，並取得產品認證。五、分析消費人口的結構與消費情形，調整供需。六、分析廠商與原料種植面積減少之因，以尋求政府輔導與補助。七、建議政府開放大陸原料進口，並補助農民原料生產成本。八、以高品質、高衛生標準搶攻華人社會。並調查西方人之口味與其蜜餞產品特性，以反攻歐美市場。九、與現今最火紅之醫療與生技科學結合，使發揮更大效益。十、尋求產業策略聯盟，透過產業間經營合作互補，創造雙贏利基。十一、以藍海策略為蜜餞產業的整體發展開拓更大的空間與可能。

關鍵詞：蜜餞產業；蜜餞；梅；競爭策略

目錄

中文摘要.....	iii	英文摘要.....	v	誌謝辭.....	vii	內容目錄.....	viii
表目錄.....	viii	圖目錄.....	x	第一章 緒論.....	1	第一節 研究動機.....	1
第一節 研究動機.....	1	第二節 研究目的.....	2	第二節 研究目的.....	2	第三節 研究流程.....	5
第二章 理論與文獻探討.....	7	第一節 臺灣蜜餞產業相關文獻.....	7	第二章 理論與文獻探討.....	7	第二節 產業競爭策略的探討.....	19
第三章 研究方法.....	38	第二節 產業競爭策略的探討.....	19	第三章 研究方法.....	38	第三章 研究方法.....	38
第一節 研究方法之選用.....	38	第三章 研究方法.....	38	第一節 研究方法之選用.....	38	第二節 研究架構.....	40
第二節 研究架構.....	40	第四節 資料來源與收集.....	42	第二節 研究架構.....	40	第三節 個案公司之適用性與概況.....	41
第三節 個案公司之適用性與概況.....	41	第五節 資料分析.....	44	第三節 個案公司之適用性與概況.....	41	第四節 研究限制.....	44
第四節 研究限制.....	44	第六章 臺灣蜜餞產業分析.....	46	第四節 研究限制.....	44	第四章 臺灣蜜餞產業分析.....	46
第五章 個案研究.....	57	第一節 蜜餞的基本概念.....	46	第五章 個案研究.....	57	第一節 臺灣蜜餞產業之發展歷史.....	49
第一節 員林蜜餞產業之現況分析與研究.....	57	第二節 臺灣蜜餞產業之發展歷史.....	49	第一節 員林蜜餞產業之現況分析與研究.....	57	第二節 臺灣蜜餞產業之現況.....	51
第二節 大陽食品工業股份有限公司之現況分析與研究.....	60	第三節 臺灣蜜餞產業之現況.....	51	第二節 大陽食品工業股份有限公司之現況分析與研究.....	60	第五章 個案研究.....	57
第三節 提升員林蜜餞產業整體發展之建議.....	66	第六章 結論與建議.....	72	第三節 提升員林蜜餞產業整體發展之建議.....	66	第一節 蜜餞的基本概念.....	46
第四節 臺灣蜜餞產業之未來展望.....	68	第一節 研究結果.....	72	第四節 臺灣蜜餞產業之未來展望.....	68	第二節 臺灣蜜餞產業之發展歷史.....	49
第六章 結論與建議.....	72	第二節 後續研究方向建議.....	74	第六章 結論與建議.....	72	第三節 臺灣蜜餞產業之現況.....	51
第一節 研究結果.....	72	參考文獻.....	75	第一節 研究結果.....	72	第六章 結論與建議.....	72
第二節 後續研究方向建議.....	74			第二節 後續研究方向建議.....	74	第一節 研究結果.....	72
參考文獻.....	75			參考文獻.....	75	第二節 後續研究方向建議.....	74

參考文獻

一、中文部份 Charles W. L. Hill & Gareth R. Jones (1999), 策略管理(第四版), 黃營杉譯, 臺北:華泰文化事業股份有限公司。 Michael A. Hitt., R. Duane Ireland & Robert E. Hoskisson (2001), 策略管理(第二版), 吳淑華譯, 臺中:滄海書局。 Pankaj Ghemawat (2002), 經營策略與企業宏景, 傅治天, 林修葺, 李亦泰編譯, 臺北:華泰文化事業股份有限公司。 Robert K. Yin (2001), 個案研究, 尚榮安譯, 臺北:弘智文化。 王家仁(1984), 蜜餞加工原理, 食品工業, 15(9)第17-21頁, 食品工業發展研究所。 王素鸞(2005), 地方特色產業應有完整規劃, 臺商電子報 中華經濟研究院。 朱博湧主編, 藍海策略臺灣版 15個開創新市場的成功故事, 臺北:天下遠見出版股份有限公司。 江榮俊(2004), 產品創新、新產品類型與組織網絡運用研究 - 以速食麵產業為例, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。 吳靜茹(2005), 市售蜜餞衛生品質之調查及其降低梅蜜餞添加物使用之加工條件探討, 國立嘉義大學食品科學系研究所碩士論文。 巫彬良(2004), 臺灣速食麵產業分析與競爭策略 - 進入與阻絕策略之探討, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。 林欣榜(1995), 梅子加工技術之改進, 農特產品加工研討會專刊(第56號)第319-324頁, 臺中:行政院農委會試驗所。 林國華(2004), 城鄉發展的策略規劃 - 彰化縣田尾鄉的個案探討, 逢甲大學公共政策研究所碩士論文。 林啟淵(2000), 臺灣青梅運銷通路概況, 國立中正大學經濟系, 行政院農業委員會委託計畫。 松本紘齊(2003), 青梅精驚人的16大效用, 廖梅珠譯, 臺北:青春出版社。 金偉燦(W.Chan Kim)、莫伯尼(Renee Mauborgne) (2005), 藍海策略開創無人競爭的市場, 黃秀媛譯, 臺北:天下遠見出版股份有限公司。 馬保之(1983), 蜜餞工業努力之方向, 《食品工業》15(9)第5頁, 食品工業發展研究所。 張世宜(1995), 梅、李蜜餞新式加工方法之研究, 私立大葉工學院食品工程研究所碩士論文。 張永欣(1995), 農特產品加工之輔導及展望, 農特產品加工研討會專刊(第56號), 第1-4頁, 臺中:行政院農委會試驗所。 張信彰(1986), 梅是天然健康食品

，食品工業，18(3)第43-48頁，食品工業發展研究所。張碧霞(2006)，番仔崙的鹹酸甜，彰化:彰化縣文化局。曹武賀主編(2001)，阿公的林仔街，彰化:彰化縣綠色資源人文保育協會。陳玉麟(2001)，臺灣鋼鐵產業網絡 - 不銹鋼之生產與行銷策略，國立中山大學管理學院高階經營碩士班碩士論文。陳首全(2007)，臺灣速食麵產業通路策略之探討 - 以統一公司及維力公司為例，大葉大學事業經營研究所碩士班碩士論文。黃永助(2004)，「彰化國家花卉園區」之成立對提升彰化花卉產業競爭力之研究，大葉大學國際企業管理學系碩士班碩士論文。趙傳銘主編(1997)，臺灣省精緻園特產品專輯 - 梅子推廣專輯，南投:南投縣農會。劉慧瑛，林子清主編(1995)，農特產品加工研討會專刊(第56號)，臺中:行政院農委會試驗所。戴登燦(2000)，青梅之產銷結構調整，臺灣地區重要農產品產銷研討會專集，第83-100頁，臺北:行政院農業委員會。戴肇洋(1999)，區域性小企業發展及政府相關支援政策之研究，臺北:經濟部中小企業處。謝安田(1998)，企業研究方法論，臺北:中國文化大學商學院。