

Tienwei ' s Flowering Plants and International Marketing

董順隆、施能仁

E-mail: 9701091@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

In Taiwan, Tienwei Township of Changhua County has been the first district to grow and market flowering plants, and the pioneer to export them. Tienwei ' s flowering plant exports, however, has been coming down for the recent years. In view of this, I decided to look into the flowering plant producing process at Tienwei and the practice of Changhua flowering plant producers ' cooperative, so I can explore some problems about the sale of flowering plants and its international marketing. By visiting some flower-growing and marketing experts and through analyzing the operation details and financial reports of Changhua flowering plant producers ' cooperative of the last four years, I ' ve made a conclusion as follows: 1. Tienwei ' s flowering plant market still has its potentialities for exporting. 2. Tienwei ' s flowering plants have been so inferior to several competitive countries in improving their qualities such as the Netherlands that its exports have recently been greatly impacted. 3. It is Quality that makes good sales and better prices. 4. To better the international marketing of Tienwei ' s flowering plants, foreign experiences should be collected and applied, and by way of grasping the consuming situations in overseas markets, can the export business be expanded. Suggestions: suggest that the quality of flower production be improved, the foreign trader ' s experiences and trading information be always collected and made good use of, the function of Changhua flowering plant producers ' cooperative be strengthened, and the interactions among the local flowering plant growers, the international traders, and foreign flowering plant dealers such as Japanese ones, be elevated, through the advices and assistances of the authorities concerned.

Keywords : flowering plants ; Tienwei Township ; international marketing ; the analyses of the five powers in the financial reports

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	vi	內容目錄	vi
vii 表目錄	ix	圖目錄	ix
xi 第一章 緒論	1	第一節 研究動機	1
1 第二節 研究目的	2	第三節 研究範圍與限制	2
2 第四節 研究流程	6	第二章 文獻探討	6
8 第一節 田尾鄉花卉產銷	8	第二節 國內花卉產業	8
21 第三節 海外花卉市場	23	第四節 相關行銷文獻回顧	23
27 第三章 研究理論基礎	31	第一節 產品策略	31
31 第二節 價格理論	33	第三節 通路建構	33
40 第四節 促銷方法	41	第五節 波特五力	41
42 第六節 財務報表五力分析	44	第四章 花卉行銷	44
意見調查與五力分析	46	第一節 個體戶與相關人員訪談重點分析	46
彰化縣花卉生產合作社財務實證探討	51	第二節 個案結果與政策評估	51
結論與建議	63	第一節 研究結論	63
第二節 研究建議	65	第三節 對後續研究建議	66
參考文獻	68	附錄 彰化縣花卉生產合作社2003年到2006年所得稅申報書與資產負債表	74

REFERENCES

一、中文部分 Cateora, P. R., & Graham, J. L. (2005), 國際行銷學(瞿秀蕙譯), 台北:滄海書局出版。 Charles, W. L. Hill (2004), 國際企業(余明助譯), 台北:美商麥格羅·希爾國際有限公司。 Charles, W. L. H., & Jones, G. R. (1999), 策略管理(黃營杉, 楊景傳譯), 台北:華泰文化事業公司。 Drucker, P. F. (1998), 巨變時代的管理(周文祥, 慕心編譯), 中天出版社。 Drucker, P. F. (2002), 下一個社會(劉真如譯), 台北:商周出版。 王鳳生, 陳思慎, 鄭育仁(2005), 經濟學 - 生活世界之讀解, 台北:滄海書局。 王憲文(2003), 加入AWO後有機稻米產銷之因應策略 - 以朴子市農會為例, 南華大學非營利事業管理學系研究所未出版之碩士論文。 李育哲, 張朝旭(1996), 行銷學, 台北:華

立圖書公司。李瑩珊(2004), 高屏地區蓮霧產銷班關鍵成功因素之探討 - AHP方法之應用, 屏東科技大學農企業管理學系研究所未出版之碩士論文。吳明憲(2005), 涉入理論對市場價格離散的影響, 玄奘大學資訊管理學系碩士班未出版之碩士論文。吳基富(1987), 台灣花卉產銷組織之研究, 中國文化大學實業計劃農學組研究所未出版之碩士論文。邱文鎮(2000), 策略聯盟類型、關鍵成功因素與競合關係之研究 - 資源基礎觀點, 中原大學企業管理研究所未出版之碩士論文。林東清(2004), 知識管理, 台北:智勝文化事業有限公司。林榮瑞(2004), 高雄地區番石榴產銷關鍵成功因素策略之應用, 屏東科技大學農企業管理學系研究所未出版之碩士論文。施均宜(2006), 廣告與價格促銷對品牌權益的影響 - 以產品類別為干擾變數, 大同大學事業經營學系研究所未出版之碩士論文。施能仁, 施純楨(2006), 金融市場學理與實務, 台北:華立圖書公司。郭啟光(2006), 台灣花卉業取得歐盟植物品種專利保護之建議, 台灣花卉園藝月刊, 223期。許志光(1995), 共同研發聯盟之信任機制與承諾類型對聯盟績效關係之研究, 中原大學企業管理學系研究所未出版之碩士論文。莊銘國(2005), 經營管理實務, 台北:五南圖書出版公司。陳根旺(2004), 新加坡 - 台灣優質花卉貿易展專題報導, 台灣花卉園藝月刊, 204期。陳淑敏(2002), 關係行銷活動關係品質與成員行為意向關係之研究 - 以花卉合作社為例, 屏東科技大學農企業管理學系研究所未出版之碩士論文。黃永助(2004), 彰化國家花卉園區之成立對提昇彰化花卉產業競爭力研究, 大葉大學國際企業管理學系研究所未出版之碩士論文。陳雅慧(2004), 借鏡荷蘭 - 借美麗的競爭力(下), 台灣花卉園藝月刊, 204期。張雪美(2002), 台灣中小企業共同成立國際行銷公司之功能設計研究 - 以包裝機械製造業為例, 中原大學企業管理學系研究所未出版之碩士論文。張榮揚(2006), 韓國高陽花卉博覽會參訪實錄, 台灣花卉園藝月刊, 225期。農委會動植物防疫檢疫局(2000), 植物保護圖鑑系列, 8-14。葉春梅(2004), 花卉產銷班經營關鍵成功因素之探討 - 高屏地區花卉產銷班為例, 屏東科技大學農企業管理學系研究所未出版之碩士論文。蔡秋虎(1995), 影響產銷班組織營運績效優劣因素之研究 - 以蔬菜、花卉、果樹班為例, 國立中興大學農業推廣教育研究所未出版之碩士論文。劉亞秋, 薛立言(2005), 國際財務管理與金融, 台北:東華書局。謝登隆(2003), 個體經濟理論與應用, 台北:智勝文化事業有限公司。二、英文部分 Barney, D. F. (1991). Time Paths in the Diffusion of Product Innovations. Macmillan, London, 100. Drucker, P. F. (1988). Management and the world's work. Harvard Business Review, 66, 65-76. Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage. New York: The Free Press. Weigrich, H. (1982). The SWOT Matrix-A tool for Situational Analysis. Long Range Planning, 115(2), 60. 三、媒體網站 中央社 <http://www.cna.com.tw/>。田尾鄉公所資訊網站 <http://www.tienwei.gov.tw/>。台灣花卉園藝月刊 <http://www.tfd.org.tw/mazine/cate.phtml>。行政院農委會農業試驗所資訊網站 <http://www.tari.gov.tw/taric/>。行政院農業委員會農糧署網站 <http://www.afa.gov.tw/>。行政院農業委員會 http://www.coa.gov.tw/index_intro.php。李皇照(2003), 台灣園藝產品的生產與貿易, 農委會統計與出版品。 <http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=8267&print=1>。何陽修(2006), 日本花卉種苗公司與拍賣市場巡禮。 <http://ecaaser3.ecaa.ntu.edu.tw/weifang/lab551/flower/dsh1909.htm>。花卉研發中心網站 <http://frc.tari.gov.tw/frc.htm>。國立中興大學網站 <http://www.nchu.edu.tw/index-950414.htm>。彰化縣花卉生產合作社資訊網站 <http://www.cfca.com.tw/>。戴登燦(2003), 田尾花卉外銷策略聯盟之建構。 <http://www.tdais.gov.tw/search/book4/19/s19.htm>。