

The Influence of Market Position and Cultural Innovation on Competitive Advantage: A Case Study of Eslite Bookstore

游淑雅、劉子歆

E-mail: 9805508@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Among intense competition, enterprisers have to put emphasis on the discovery and position of their markets. Besides, in the aspect of products and service, moving forward in the step of cultural innovation, they should find out competitive characters better than their contenders'. Eslite Bookstore, as a case study of this paper, is probed that how they can create competitive advantage with market position and cultural innovation in such an intense competition. In the 90's, innovation, qualified by acceptance of certain amounts of customers, has been the root of competitiveness for enterprisers, who thoroughly explore new ways of service and new goods. This study is conducted by the strategy of Michael E. Porter (2001) and my definition of cultural innovation. Facing challenges, though, Eslite Bookstore sees into potential demands of customers, adopts effective and "dynamic" strategy of market position; practicing in the path of cultural innovation and focusing on the extension and adjustment of their profitable events. Not only do they meet general demands, but they also meet practical and mental demands of general public. Hence, Eslite Bookstore has become an important cultural landmark in Taiwan. By studying the market position and successful strategy of cultural innovation, Eslite Bookstore is worthy of reference resources. In the end of this paper, conclusion and recommendation are presented.

Keywords : market position、 cultural innovation、 competitive advantage

Table of Contents

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	v
內容目錄	vi
表目錄	viii
圖目錄	ix
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 研究流程圖	4
第二章 文獻探討	5
第一節 市場定位	5
第二節 文化創新	10
第三節 競爭優勢	20
第四節 市場定位與文化創新對競爭優勢之關係	24
第三章 研究方法	27
第一節 研究對象	27
第二節 個案研究方法	28
第三節 資料蒐集及分析方法	29
第四章 誠品書店之個案分析	31
第一節 產業概況	31
第二節 誠品書店簡介	34
第三節 誠品書店之競爭優勢分析	39
第五章 結論與建議	63
第一節 研究結論	63
第二節 實務貢獻	65
第三節 未來研究建議	66
參考文獻	68

表目錄

表 2-1 創新的種類 17
 表 2-2 競爭優勢相關定義 23
 表 3-1 訪談人員資料表 29
 表 4-1 2007年服務業Top5行業營收成長率 32
 表 4-2 台灣連鎖書店的發展 33
 表 4-3 誠品書店基本資料 35
 表 4-4 誠品書店重要紀事 37
 表 4-5 誠品書店市場定位變化 61

圖目錄

圖 1-1 研究流程圖 4
 圖 2-1 競爭優勢來源 22
 圖 2-2 企業核心競爭力的建立 23
 圖 2-3 觀念性架構圖 26
 圖 4-1 台北市及台灣地區文具雜誌年度花費 31
 圖 4-2 台灣地區逛書店、看書刊之比例 32
 圖 4-3 誠品書店營收狀況 38

REFERENCES

一、中文部份Charles, W. L. H., & Gareth, R. J. (1999), 策?管?(4版)(黃營杉譯), 台北:華泰文化(原文於1989年出版)。David, T. (2003), 文化經濟(張維倫譯), 台北:典藏藝術家庭公司出版(原文於2001年出版)。Harrison, L. E., & Huntington, S. P. (2003), 為什麼文化很重要(李振昌, 林慈淑譯), 台北:聯經出版(原文於2000年出版)。John, L. N. (2006), 絕對競爭優勢(朱灼文譯), 台北:天下雜誌(原文於2005年出版)。Porter, M. E. (1996), 國家競爭優勢(上)(李明軒, 邱如美譯), 台北:天下雜誌(原文於1990年出版)。Porter, M. E. (1999), 競爭優勢(李明軒, 邱如美譯), 台北:天下遠見(原文於1990年出版)。Porter, M. E. (2001), 競爭論(上)(高登第, 李明軒譯), 台北:天下遠見(原文於1996年出版)。Richard, T. S. (2005), 社會學(劉鶴群, 房智慧譯), 楊文山審閱, 台北:巨流圖書(原文於2001年出版)。Ries, A., & Trout, J. (1989), 行銷定位(李定健譯), 台北:遠流出版(原文於1986年出版)。Ries, A., & Trout, J. (1992), 定位行銷策略 - 進入消費者心靈的最佳方法(張佩傑譯), 台北:遠流出版(原文於1981年出版)。Yin, R. K. (2001), 個案研究法(尚榮安譯), 台北:弘智文化, (原文於1994年出版)。丁文玲(2008), 博客來搶客源-打出廿四小時到貨[線上資料], 來源: <http://www.kmv.ctgin.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048> [2009, March 25]。大前研一(2006), 創新者的思考:看見生意與創意的源頭, 台北:商周出版。王曉晴(2006), 2006新世代最嚮往企業, Cheers 雜誌, 69, 94-112。王曉晴(2009), 書店還是商場?誠品小當家的大考驗, Cheers 雜誌, 103, 48-51。行政院新聞局主計處(2002-2007), 台灣地區家庭收支調查報告[線上資料], 來源: <http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=19882&CtNode=3241> [2009, April 3]。何定照(2005), 他們讓夢想成為品牌, 聯合報(台北), 4版。吳思華(2004), 文化創意的產業化思維(上), 典藏今藝術, 136, 114-117。吳思華(2005), 吳思華談創新 - 跳躍的拳擊手, 商業周刊, 893。宋建生(2004, July 5), 誠品醫院商場做得有聲有色, 經濟日報[線上資料], 來源: <http://udndata.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048/library/> [2009, March 27]。李至和(2007, March 6), 薛良凱領軍重塑誠品網路, 經濟日報[線上資料], 來源: <http://udndata.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048/library/> [2009, March 25]。李至和(2008, December 20), 吳清友結合在地文化, 經濟日報[線上資料], 來源: <http://udndata.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048/library/> [2009, March 25]。李翠瑩(2006), 文化力新加值, 台北:大康出版, 47-48。杜啟華, 陳渭淳(1999), 企業競爭策略成本之建構與分析, 會計研究月刊, 169, 80-90。周銳行(2000, February 1), 創造虛擬價值高手按兵不動, 數位時代電子報[線上資料], 來源: http://www.bnext.com.tw/Locality_View_0625 [2009, April 6]。林洲民(2006), 誠品文化創意空間, 室內雜誌, 156, 92-103。林欣誼(2009, March 3), 誠品廿歲宣言:二年內登陸, 中國時報[線上資料], 來源: <http://www.kmv.ctgin.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048> [2009, March 10]。林欣誼(2009, March 22), 談經營誠品應找到新的賣書方式, 中國時報[線上資料], 來源: <http://www.kmv.ctgin.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048> [2009, March 22]。花建(2003), 文化金礦:全球文化投資贏的策略, 台北:帝國文化, 60-61。邱莉玲(2006, November 13), 閱讀文化的城市學 - 從誠品書店形象廣告談閱讀文化市場, 工商時報[線上資料], 來源: <http://udndata.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048/library/> [2006, November 28]。邱莉燕(2005), 站在理想與商業的天平上, 今週刊, 440, 68-71。施振榮(1994), 創新的6種形式, 台北:大塊文化。施振榮(1994), 影響創新的9種因素, 台北:大塊文化。洪美娟(1997), 誠品、金石堂掀起書店風雲, 天下雜誌, 193, 106。洪美娟(1997), 誠品以品味引動商機, 天下雜誌, 193, 108-112。洪美娟(1997), 金石堂憑效率量販書香, 天下雜誌, 193, 114-118。韋麗文(2006, January 1), 誠品旗艦店開幕, 聯合晚報[線上資料], 來源: <http://udndata.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048/library/> [2006, January 28]。張荳雲(2000), 文化產業:文化生產的結

構分析。台?遠?出版。梁任瑋(2007, March 11), 誠品台灣精緻文化代名詞, 經濟日報[線上資料], 來源:

<http://udndata.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048/library/> [2007, March 24]。莊素玉(2006), 上海級的企圖心:吳清友與誠品, 天下雜誌, 338, 188-197。莊素玉(2006), 誠品要成為華文知識的典範, 天下雜誌, 338, 198-199。庄素玉(2006), 南誠品激起微粒之光, 天下雜誌, 338, 200-204。許士軍(1994), 贏得市場的企業特色競爭, EMBA世界經理文摘, 5(1), 38-50。陳邦杰(1991), 新產品行銷, 台北:遠流出版社。陳依萍(2004), 競爭能力、關係能力與競爭優勢, 國立中興大學企業管理學系研究所未出版之碩士論文。陳宛茜(2007, July 16), 跨世紀的解嚴記憶人文書店怕警總, 聯合報[線上資料], 來源: <http://udndata.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048/library/> [2007, July 24]。陳宛茜(2007, July 23), 敦南誠品復出封街開派對, 聯合報(台北), A3版。陳慧敏(2004, February 11), 誠品複合經營有聲有色, 經濟日報[線上資料], 來源: <http://udndata.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048/library/> [2004, February 27]。陳慧敏(2004, March 6), 誠品打造2000坪旗艦店, 經濟日報[線上資料], 來源: <http://udndata.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048/library/> [2009, March 27]。曾琬琇(2006), 從關係行銷之觀點探討連鎖書店IMC應用對顧客中程度的影響 - 以誠品書店為例, 私立世新大學公共關係暨廣告學系未出版之碩士論文。馮九玲(2002), 文化是好生意。台北:臉譜文化。黃玉芳(2009, April 29)新世代最嚮往的100大企業, 聯合晚報[線上資料], 來源: <http://udn.com/NEWS/main.html> [2009, April 30]。黃良杰(2005), 組織文化塑造之研究 - 以誠品書店為例, 國立中山人力資源研究所未出版之碩士論文。黃俊英(2003), 行銷學的世界(再版), 台北:天下遠見。黃慧娟(1999), 領先全球, 誠品零時差書店經營成功術, 商業週刊, 598, 116-117。楊正敏(2004, December 27), 不打烊誠品不只是書店, 聯合報[線上資料], 來源: <http://udndata.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048/library/> [2009, March 25]。楊倩蓉(2005, December 5), 誠品旗艦多壯觀, 3Q雜誌[線上資料], 來源: <http://forum.30.com.tw/Board/show.aspx?go=238&auth=11381&keyword=%e8%aa%a0%e5%93%81> [2008, October 10]。溫曼英(1989), 賣書也賣人生哲學, 遠見雜誌, 41, 70-72。誠品書店不打烊的傳奇書店(2004, April 28), 經濟日報[線上資料], 來源: <http://udndata.com.ezproxy.lib.nchu.edu.tw:2048/library/> [2009, March 25]。廖慧淑(2004), 書店轉型殺出生路, 遠見雜誌, 215, 260-263。廖慧淑(2004), 讓閱讀成為身體的一部分, 遠見雜誌, 215, 264。廖慧淑(2004), 把創意帶進書店, 遠見雜誌, 215, 265。劉子歆(2004), 策略創業與價值創造:一個比較性個案研究, 國立清華大學工業工程與工程管理學系未出版之博士論文。劉潔妃(2004), 書店的體驗行銷策略研究:以Page one 書店、誠品敦南店、金石堂「我的文學書房」為例, 私立世新大學傳播研究所未出版之碩士論文。劉慧蘋(2006), 誠品信義旗艦店, 室內雜誌, 154, 102-115。歐聖榮, 張集毓(1995), 遊憩區市場定位之研究, 戶外遊憩研究, 8(3), 15-45。吳清友(1991), 深耕書店精品文化, 天下雜誌, 80, 200。鄭淑麗(2001), 華文網路書店探索之八 - 淺談金石堂網路書店, 全國新書資訊月刊, 90(8), 10-13。鄭智鴻(2000), 北台灣休閒農場市場區隔與市場定位分析, 私立世新大學觀光學系碩士班未出版之碩士論文。蕭瑞麟(2006), 不用數字的研究, 台北:台灣培生教育出版。蕭維文(2002), 吳清友讓誠品不只是書店, 遠見雜誌, 194, 138-139。蘇明如(2000), 90年代台灣文化產業生態之研究, 私立南華大學美學與藝術研究所未出版之碩士論文。二、英文部分Barney, J. B. (1991). Firm Resource and Sustained Competitive Advantage. *Accounting Journal of Management*, 17(1), 99-120. Betz, F. (1993). *Managing Technology Competing Through New Ventures*. New York: Prentice Hall. Betz, F. (2003). *Managing Technological innovation: Competitive Advantage from Change*. New Jersey: John Wiley. Chamberlin, E. H. (1993). *The theory of monopolistic competition: A reorientation of the Theory of Value*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press. Clark, J., & Guy, K. (1998). Innovation and Competitiveness: A Review. *Technology Analysis & Strategic Management*, 10(3), 363-395. Aaker, D. A., & Shansby, G. J. (1982). *Positioning Your Product*. New York: Business Horizon. Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and Principles*. London: Heinemann. Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550. Fiske, J. (2001). *Understanding Popular Culture Class*. New York: Routledge. Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (1998). *Strategic management theory: An integrated approach* (4th ed.). Boston: Houghton Mifflin. McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory*. (4th ed.). London: Sage Publications. Porter, M. E. (1996). What is Strategy. *Harvard Business Review*, 74(6), 61-78. Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage Creating & Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press. Rothwell, R., & Zegveld, W. (1985). *Reindustrialization and Technology*. Harlow, United Kingdom: Longman. Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of development*. Boston, Massachusetts: Harvard University Press. Selznick, P. (1957). *Leadership in Administration: A Sociological Interpretation*. New York: Harper & Row. Sralk, G., Evans, P., & Schulman, L. E. (1992). Competing on Capability: The New Rules of Corporate Strategy. *Harvard Business Review*, 70(2), 57-69. Teece, D. J. (1998). Capturing value from Knowledge assets: The new economy, markets for know-how, and intangible assets. *California Management Review*, 40(3), 55-79. Thorsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University press. Tidd, J. J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2001). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. New York: John Wiley & Sons. Yin, R. K. (1994) *Case Study Research: Design and Methods*. (2nd ed.). London, California: Sage.