

# The Analysis of Management, Marketing Strategies and International Competitiveness for the Industry of Eel in China and

黃文和、賴文魁

E-mail: 9806289@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

The industry of eel in Taiwan had begun to be engaged in improving and cultivating by Fisheries Research Institute, COA at initial stage of 1951. At that time, this industry is few. Until 1971, because the cultural technique in Taiwan had been becoming riper and there are generous demands in the Japanese market, so that impelling the industry of eel in Taiwan to grow up rapidly. Since 1981, the fishery of eel in Taiwan had developed the native market actively and causing the output of eel to tend towards stability gradually. But in recent years, the market has progressed rapidly in international trade and the fishery of eel in China competes at low price to prevent the industry of Taiwan from developing in the Japanese market. This research discusses that the factors of management, marketing tactics and international competitiveness for the industry of eel in China and Taiwan. This research probes into the problem of eel's industry and possible solution by literature review and expert's interview thoroughly. And develop AHP questionnaire, to test through the experts of the industry, government, academic, in order to make weight and importance of every level indicator. We find that: The quality of eel in Taiwan is superior to China's, but the enterprises of Taiwan have short fund, and insufficient with the communication among the government and research unit, therefore has reduced the competitiveness. The good relation with Japanese company, the service mechanism of cooperative society is strong and the drug test cooperates more safely.

Keywords : management strategies、 marketing strategies、 international competitiveness

## Table of Contents

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	vi
內容目錄	vii
表目錄	ix
圖目錄	xi
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究範圍及對象	4
第四節 研究流程	4
第二章 文獻探討	6
第一節 經營策略之相關文獻探討	6
第二節 行銷策略之相關文獻探討	27
第三節 國際競爭力之相關文獻探討	35
第四節 層級程序分析法(AHP)相關理論	48
第三章 研究方法	51
第一節 研究架構	51
第二節 研究方法	53
第三節 研究設計	58
第四節 信度分析與效度分析	61
第四章 研究結果與分析	63
第一節 深入訪談之結果	63
第二節 AHP與指標賦權	66
第三節 本章小結	85
第五章 結論與建議	88

第一節	研究發現與結論	88
第二節	建議	94
參考文獻		965
附錄A	AHP問卷調查	102
附錄B	訪談紀錄	107

## 表目錄

表 1-1	鰻魚本身營養價值成分	2
表 2-1	1998年1999年鰻苗佔養鰻總成本比率	12
表 2-2	超級約循環水養鰻與傳統養鰻比較	12
表 2-3	傳統魚塢與超集約養鰻系統用地、用水、飼養密度、時間與飼料換肉率之比較	12
表 2-4	經營策略學者專家之研究	20
表 2-5	產品、市場、特異能力與一般性競爭策略	25
表 2-6	經營策略之研究觀點與分類	25
表 2-7	台灣鰻魚2007~2008外銷數量及金額	29
表 2-8	行銷策略的定義	32
表 2-9	行銷策略學者專家之研究	34
表 2-10	2008鰻年度日本活鰻進口情況	36
表 2-11	鰻年度日本烤鰻進口情況	37
表 2-12	鰻年度中國活鰻出口數量	37
表 2-13	2007~2008鰻年度中國加工鰻出口數量	38
表 2-14	台灣白燒鰻出口統計	38
表 2-15	歷年日本烤鰻進口單價(年度)	39
表 2-16	歷年日本烤鰻進口量(鰻年度)	40
表 2-17	探討國際競爭力學者專家使用之研究	42
表 3-1	使用AHP層級分析法衡量分析研究的論文	53
表 3-2	數值內涵表	56
表 3-3	隨機指標值表	57
表 3-4	專家樣本歸納	61
表 4-1	開放式問卷重點彙整表	63
表 4-2	問卷發放與回收匯總表	68
表 4-3	衡量構面分析表	69
表 4-4	評估準則分析表 - 對鰻魚產業各項產品的市場需求	72
表 4-5	評估準則分析表 - 鰻魚產業發展的各項生產要素	75
表 4-6	評估準則分析表 - 鰻魚產業發展的各項相關支援性產業	77
表 4-7	評估準則分析表 - 鰻魚產業發展的廠商策略結構與競爭情況	80
表 4-8	評估準則分析表 - 政府對於發展養鰻產業應扮演的角色	83
表 4-9	層級權重彙整表	85
表 4-10	評估準則對目標之權重分析	87
表 5-1	文獻整理、專家訪談與調查問卷之結論比較分析表	91

## 圖目錄

圖 1-1	研究流程圖	5
圖 2-1	自動化超集約式循環水養殖設備	11
圖 2-2	台鰻養殖生產過程	13
圖 2-3	競爭策略矩陣	22
圖 2-4	Hill and Jones的策略規劃架構	24
圖 2-5	Porter( )的鑽石模型	46
圖 2-6	Porter( )的鑽石模型	47

圖 2-7 陳正男與譚大純的「五角鑽石模型」	48
圖 3-1 研究架構圖	52
圖 3-2 應用分析層級法之流程圖	55
圖 3-3 本研究層級分析法初步層級架構圖	59
圖 4-1 層級指標結構圖	67
圖 4-2 產業單位群體衡量構面分析長條圖	70
圖 4-3 政府單位群體衡量構面分析長條圖	70
圖 4-4 學術單位群體衡量構面分析長條圖	71
圖 4-5 產業單位群體評估準則分析長條圖 - 對鰻魚產業各項產品的市場需求權重分析	72
圖 4-6 政府單位群體評估準則分析長條圖 - 對鰻魚產業各項產品的市場需求權重分析	73
圖 4-7 學術單位群體評估準則分析長條圖 - 對鰻魚產業各項產品的市場需求權重分析	73
圖 4-8 產業單位群體評估準則分析長條圖 - 鰻魚產業發展的各项生產要素	75
圖 4-9 政府單位群體評估準則分析長條圖 - 鰻魚產業發展的各项生產要素	76
圖 4-10 學術單位群體評估準則分析長條圖 - 鰻魚產業發展的各项生產要素	76
圖 4-11 產業單位群體評估準則分析長條圖 - 鰻魚產業發展的各项相關支援性產業	77
圖 4-12 政府單位群體評估準則分析長條圖 - 鰻魚產業發展的各项相關支援性產業	78
圖 4-13 學術單位群體評估準則分析長條圖 - 鰻魚產業發展的各项相關支援性產業	78
圖 4-14 產業單位群體評估準則分析長條圖 - 鰻魚產業發展的廠商策略結構與競爭情況	81
圖 4-15 政府單位群體評估準則分析長條圖 - 鰻魚產業發展的廠商策略結構與競爭情況	81
圖 4-16 學術單位群體評估準則分析長條圖 - 鰻魚產業發展的廠商策略結構與競爭情況	82
圖 4-17 產業單位群體評估準則分析長條圖 - 政府對於發展養鰻產業應扮演的角色	84
圖 4-18 政府單位群體評估準則分析長條圖 - 政府對於發展養鰻產業應扮演的角色	84
圖 4-19 學術單位群體評估準則分析長條圖 - 政府對於發展養鰻產業應扮演的角色	84

## REFERENCES

- 一、中文部份 Hill, W. L. (2007), 國際企業(6版)(余明助, 李威龍, 何啟銘譯), 台北:滄海書局, (原文於2007年出版)。方煒(1998), 室內循環水養魚工廠介紹(I), 台灣農業機械, 13(2), 1-5。林阿蓮(2000), 鰻魚促銷心得報告, 台灣鰻訊, 193。陳君如(2002), 鰻魚產學概況及重要課題分析, 台灣鰻訊, 222。朱華文(2004), 地方政府委託專案管理廠商工程人員工作壓力與工作滿意度之調查研究, 國立中央大學土木工程學系碩士在職專班未出版之碩士論文。余宗榮(2004), 高屏地區農會信用部被合併後經營策略之研究, 國立屏東科技大學農企業管理系碩士班未出版之碩士論文。吳子和(2006), 豬肉全面開放進口後國產豬肉行銷策略之研究, 私立亞洲大學經營管理研究所未出版之碩士論文, 6-82。郭憶蓉, 吳岳勳, 蔡尚仁, 蔡子傑, 吳逸秋, 楊珮妤, 許舒怡, 詹德耀, 郭長餘, 王耀族, 許惠喬(2005), 鰻魚生產合作社競爭力分析之探討 - 以保證責任「雲林縣第二鰻蝦生產合作社」為例, 2005年逢甲大學合作社經濟學系學生論文發表會發表論文, 89-109。李永彬(2007), 以層級程分析法探討距離急彎曲推進工法技術移轉評估準則, 私立中華大學科技管理研究所博士班未出版之博士論文, 66-67。李逸歆(2001), 台灣流行音樂行銷策略之研究, 私立世新大學傳播研究所碩士班未出版之碩士論文, 33-99。沈祺琳(2004), 運用AHP層級分析法探討電視業者經營電視商務之決策, 私立世新大學傳播管理學研究所未出版之碩士論文。林啟淵, 李仁耀(2007), 海峽兩岸農產品在日本市場的競爭分析, 農政與農情, 183, 61-67。施能仁, 施純楨, 施若竹(2004), 計量經濟, 台北:高立圖書, 291-294。施煥錡(2003), 企業經營策略與創新績效關係之研究 - 以A公司為例, 國立中央大學企業管理研究所未出版之碩士論文。

洪煌景(1999), 當前環境下成功廣播電台的經營策略 - 以大眾電台 Kiss999 為例, 國立中山大高階經營碩士班未出版之碩士論文, 18-38。

洪瑞龍(2003), 以行動代理人為基礎的工作流程管理系統 - 以請假管理服務系統為例, 私立靜宜大學資訊管理學系研究所未出版之碩士論文。

胡興華(2003), 鰻魚王國的起落, 漁業推廣, 196, 26-35。

夏萬浪(1997), 漁業眺望大陸鰻苗業今昔, 漁業推廣, 134, 45-48。

徐承堉(2002), 箱網養殖產業國際競爭力之分析與比較 - 以挪威、日本及台灣為研究對象, 國立臺灣海洋大學應用經濟研究所未出版之碩士論文。

許書銘(2000), 產業國際競爭力之發展及其影響因素分析, 國立台灣大學商學研究所未出版之博士論文。

陳正男, 譚大純(1997), 麥可波特「鑽石模式」量化之初探 - 以「世界競爭力報導」為效標, 管理評論, 16(2), 1-21。

陳建中(2004), 台灣水產加工發展策略之研究, 國立中山大學高階公共政策碩士班未出版之碩士論文。

黃俊哲(2007), 區段徵收及市地重劃開發方式評選 - 以台北縣為例, 私立輔仁大學管理學研究所碩士班未出版之碩士論文。

黃群涵(2002), 台灣軟體產業於知識經濟時代之競爭策略, 私立文化大學國際企業管理研究所未出版碩士論文。

黃靖文(2002), 知識管理、人力資源管理與經營策略間關係之研究 - 以高科技公司為例, 國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。

楊千慧(2005), 企業永續經營策略之研究 - 以台灣穩定期中小企業為例, 私立東吳大學企業管理學系碩士班未出版之碩士論文。

楊士賢(2003), 台灣電影產業國際競爭力與全球化策略情境規劃 - 波特「鑽石體系」之應用, 國立中山大學企業管理學系研究所未出版之碩士論文。

葉士青(2003), 台灣公路橋樑重要等級評估之研究, 國立中央大學土木工程研究所未出版之碩士論文。

廖木發(2003), 我國廠商水產品海外行銷經驗分享(日本市場), 漁業推廣, 197, 24-29。

蔡坤達(2001), 影響我國生物科技產業國際競爭力相關因素之研究, 國立成功大學企業管理學系碩士班未出版之碩士論文。

諸葛俊(2001), 中國大陸環渤海地區都市行銷策略之研究 - 以大連市為例, 國立中山大學公事所碩士在職專班未出版之碩士論文。

鄧振源, 曾國雄(1989), 層級分析法(AHP)的內涵特性與應用(上), 中國統計學報, 27(6), 5-22。

鄧振源、曾國雄(1989), 層級分析法(AHP)的內涵特性與應用(下), 中國統計學報, 27(7), 1-20。

賴廷彰(2006), 私立大學行銷策略運用之探討 - 以玄奘大學為例, 教育暨外國語文學報, 3, 37-50。

魏惠娟(2006), 台灣地區學校行銷研究評析及其對學校行銷策略規劃的啟示:1984-2004的探索, 教育政策論壇, 9(2), 131-154。

譚大純(1998), 產業國際競爭力之衡量: 以Porter鑽石模式為基礎之量表建構與跨國實證, 國立成功大學企業管理研究所未出版之博士論文。

鐘乃光(2004), 農民團體品牌水果行銷策略之研究, 國立中興大學行銷學系碩士班未出版之碩士論文。

二、英文部份

Chandler, A. D. (1962). *Strategy and Structure*. Massachusetts: The MIT press.

Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (1995). *Strategic Management Theory-an integrated approach* (3rd ed.). Massachusetts: Houghton Mifflin.

Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (1998). *Strategic Management Theory: An Integrated Approach* (4th ed.). Massachusetts: Houghton Mifflin.

Porter, M. E. (1980). *Comfitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: The Free Press.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage*. New York: The Free Press.

Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nation*. New York: The Free Press.

Thoms, L. S. (1980). *The Analytic HierarchyProcess*. New York: McGraw-Hill.