

記錄 編號	3153
狀態	NC088FJU00023011
助教 查核	
索書 號	
學校 名稱	輔仁大學
系所 名稱	大眾傳播學研究所
舊系 所名 稱	
學號	487096046
研究 生(中)	鄭呈皇
研究 生(英)	Chen Huang Cheng
論文 名稱 (中)	跨國傳播集團與台灣影視產業的競爭論述
論文 名稱 (英)	A discourse on competition between transnational media corporations and Taiwanese visual-audio industries
其他 題名	
指導 教授 (中)	李天鐸
指導 教授 (英)	Dr. Lee Tain Dow
校內 全文 開放 日期	
校外 全文	

開放日期	
全文不開放理由	
電子全文送交國圖.	
國圖全文開放日期.	
檔案說明	
電子全文	
學位類別	碩士
畢業學年度	88
出版年	
語文別	中文
關鍵字(中)	競爭優勢 策略構面 經營策略 跨國傳播集團 世界貿易組織 影視產業
關鍵字(英)	Competitive Advantage Strategy Dimension Strategy Transnational Media Corporation World Trade Organization Visual-Audio Industry
摘要(中)	本研究關心跨國傳播集團在華語區域整合與台灣影視產業變遷的背景 下，如何運用其策略與優勢對台灣的產業生態造成影響。華語影視圈是 區域經濟圈發展下的一個產業群體概念，包含了許多條件與要素的結 合，兩岸四地的經貿往來日趨緊密，隨著 WTO 架構下市場開放在即， 台灣與其他華語國家正積極透過經貿力量彼此加強聯繫，在這樣的時空 背景下，卻共同面臨了跨國傳播集團經濟勢力的整編；換言之，台灣與 華語市場逐漸相容至區域整合經貿概念的同時，兩個市場卻也被跨國傳 播集團逐步吸納至全球經濟利潤的管線上，因此在衡量台灣影視產業與 華語區域市場是否能夠發展成一個健全的市場體系時，必須考量跨國公

司的經略力量，他們與本土影視企業、國家產業結構與區域整合的互動為何？本研究挪用的主要理論為 Porter 的國家競爭優勢理論，原因是著眼於該論述能夠清楚將每一個影響國家產業發展的因素考量在內，有助於本研究的整理與論據；其次是因為在 WTO 架構下，台灣與華語影視區域必須以一個經濟性產業作為考量、發展為前提，開放市場成為既定事實，因此必須切除掉文化保護意識的觀點，從經濟產業的觀點來鋪呈跨國與本土互動的脈絡。文脈首先從跨國傳播集團的經營策略出發，並對應台灣本土的策略模式，並納入 Porter 的理論架構，深入分析，以企業、國家層次鋪呈跨國傳播集團與本土影視的互動關係。本論文在比較跨國集團與本土企業、國家層次與區域互動後，發現台灣事實上並沒有太多的優勢條件可以對抗跨國集團，而且本身的影視體質便不完善，但是 Porter 認為小國若未有一個可在國際市場中有效競爭的籌碼，或者只是大國底下的一個次要市場，並不會因此使一個國家的產業就此消逝，而是必須著眼於思索本身的位置，根據本身需求努力發展經營的產業環節，並將競爭的層次提昇到全球市場，如此還是可以有良好的競爭力。因此本研究將就未來台灣在面對全球化經濟浪潮下，如何著重自身的影視發展並納入區域整體的思考框架中，提呈出一些具體的建議，而這些建議將由企業層次、國家層次到區域層次作一清楚的陳述。

摘要
(英)

論文
目次

第一章 緒論 1 第一節研究緣起 2 一、華語影視圈的整合與競爭 2 二、跨國傳播集團的強勢運作 4 三、九〇年代台灣影視產業的轉變 6 四、華語影視發展的機會變數：WTO 7 第二節企業經營與市場策略 9 一、策略構面與類型 9 二、市場整合與經營 12 第三節波特的國家競爭優勢 15 一、生產因素 19 二、需求條件 21 三、相關與支援產業 23 四、企業策略/結構/競爭 24 五、政府角色 26 六、機會 27 第四節研究組織與架構 29 註釋 32 第二章跨國傳播集團在華語市場的經營策略與優勢論述 34 第一節跨國傳播集團的策略構面分析 35 一、產品市場 36 二、產業生態 41 三、核心資源 45 四、事業網路 49 第二節還原植入的伎倆：跨國傳播集團經營策略 53 一、產品策略 53 二、公司總體策略 55 第三節跨國傳播集團策略優勢及對台灣影視的影響 58 一、綜效的運用 58 二、政經勢力的結盟 60 三、規模經濟的效果 61 四、全球市場 61 五、成本優勢 62 六、差異化優勢 63 七、品牌優勢 64 小結 66 註釋 68 第三章跨國集團影響下的台灣影視策略 70 第一節台灣影視產業的經營策略剖析 71 一、產品市場：跨國主導 本土壓縮 71 二、產業生態：跨國積極整合 本土傾向內銷 77 三、核心資源：跨國無法競逐的本土文化市場 79 四、事業網路：本土業者整合度低 無法形成綜效 79 第二節跨國集團深耕後的本土影視企業策略 85 一、產品策略：與跨國產品呈現「高反差」並競相模仿 85 二、公司總體策略：跨國整合本土的態勢明顯 87 第三節策略概念下的跨國與本土市場經略 91 一、本土與跨國的產品策略 91 二、本土與跨國的公司總體策略 99 小結 103 註釋 105 第四章本土與跨國觀點下的國家競爭優勢分析 106 第一節台灣影視產業競爭優勢分析 107 一、生產條件 107 二、需求條件 110 三、相關與支援產業 116 四、企業策略/結構/競爭 121

五、政府政策 123 六、機會條件：WTO 125 第二節對位性思考：跨國與台灣影視的競爭優劣勢 128 一、生產因素與人力資源 128 二、內閉式的競逐市場 130 三、本土電影的「狗」延殘喘 132 四、有線衛星產業結構不良 133 五、政府政策 135 六、音樂產業的運作良好 138 七、資訊科技產業的發達 139 八、進入 WTO 後的影視市場 141 小結 150 註釋 152 第五章結論 155 第一節台灣與跨國傳播集團的競爭互動 156 一、企業策略 156 二、策略優勢與劣勢 158 三、市場整合度 159 四、影視商品工業線產製 161 五、產品通路的發行與映演 163 六、國家競爭優勢 165 第二節邁入新千禧：台灣未來角色定位與區域互動 167 一、企業：尋求創新動力的啟動 167 二、企業：應加強跨媒體整合 168 三、企業：應揚棄中小企業經營格局 避免島內廝殺 170 四、國家：確定經濟力量主軸 文化保護意識淡出 171 五、國家：從優勢產業中建立產業聚群 172 六、國家：政策應鼓勵媒體整合與開放市場 173 七、國家：資金挹注者的角色應更積極 175 八、國家：積極培育人力資源改善產業環境 177 九、區域：把握 WTO 後的影視開放 178 十、區域：整合華語影視圈 加強影視合作 180 第三節研究限制與建議 181 註釋 183 參考資料 184

**參考
文獻**

參考資料 中文部份 一、一般書籍與論文 《亞太媒體中心出國考察報告》，台北：行政院新聞局，1998。《發展台灣成為亞太營運中心計畫辦理情形與成果》，台北：行政院經濟政設委員會，2000。方世榮譯，Philip Kotler 著，《行銷學原理》，台北：東華書局，1997。中華經濟研究院，《亞太媒體中心計畫執行成果之研究》，台北：行政院經濟政設委員會，1999。司徒達賢，《策略管理》，台北：遠流出版社，1995。池祥綦，《台灣唱片事業國際化之研究》，台北：台灣大學國際企業研究所碩士論文，1996。行政院主計處，《中華民國統計年鑑 87 年》，台北：行政院主計處，1999。李天鐸、劉現成編著，《亞太媒介圖誌：無線／有線暨衛星電視的形構》，台北：亞太圖書出版社，1999。李天鐸編著，《重繪媒介地平線》，台北：亞太圖書出版社，2000。李天鐸等，《從兩岸三地影視發展與跨國媒體集團運作看華語影視產業未來展望》，台北：行政院新聞局，1998。李明軒、邱如美譯，Michael E. Porter 著，《國家競爭優勢》，台北：天下文化出版社，1997。李明軒、邱如美譯，Michael E. Porter 著，《競爭優勢》，台北：天下文化出版社，1999。吳思華，《策略九說》，台北：臉譜文化出版社，1998。周旭華譯，Michael E.Porter 著，《競爭策略》，台北：天下文化出版社，1995。夏鑄九等譯，Manuel Castells 著，《網路社會之崛起》，台北：唐山出版社，1998。梁良，《論兩岸三地電影》，台北：茂林出版社，1998。陳寶旭、王清華，《一九九九年電影年鑑》，台北：國家電影資料館，1999。陳思敬，《香港、新加坡、台灣影視工業發展分析》，台北：輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文，1999。馮建三譯，Robert G. Picard 著，《媒介經濟學》，台北：遠流出版社，1994。馮建三、程宗明譯，Vincent Mosco 著，《傳播政治經濟學—再思考與再更新》，台北：五南圖書出版社，1999。馮建三，《廣電資本運動的政治經濟學》，台北：唐山出版社，1995。彭芸，《國際傳播新焦點》，台北：風雲論壇出版社，1998。黃營杉譯，Charles W.L.Hill/Gareth R.J.，《策略管理》，台北：華泰，1998 黃營杉譯，David Fred 著，《策略管

理》，台北：新陸書局，1999。葉淑明，《全球與本土：台灣流行音樂工業的演變》，台北：輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文，1998。鄭淑儀，《台灣流行音樂與大眾文化》，台北：輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文，1992。蔡碧鳳譯，Wright & Kroll 著，《策略管理》，台北：台灣西書出版社，1999。顧淑馨譯，Gary Hamel 著，《競爭大未來》，台北：商周出版社，1998。魏玠譯，Janet Wasko 著，《超越大銀幕：資訊時代的好萊塢》，台北：遠流出版社，1999。二、研討會論文、期刊與報紙 方弓，〈全球衛星與有線電視普及狀況〉，《衛星與有線電視雜誌》，1999.2。李天鐸，〈有線電視的產業命脈是內容不是硬體〉，發表於《前瞻千禧新世界—第一屆有線視訊寬頻網路研討會》，台北：新聞局主辦，1999。李天鐸，〈亞太媒體全球化神化的建構與解構〉，發表於《第五屆電影與電視錄影暨學術會議》，台北：中華民國視覺傳播藝術學會與輔仁大學影像傳播系主辦，1997。李天鐸、蘇宇鈴，〈跨國媒介全球化的想像空間與認同危機〉，發表於《媒介全球化趨勢下本土文化產品的產製消費》，嘉義：中正大學，1998。李天鐸、陳思敬，〈影視媒介整合時代的跨國競爭〉，《廣播與電視》3卷4期：115-141，1998。李天鐸，〈台灣發展成為亞太媒體中心的步驟與實踐〉，《經社法制論叢》19期：71-93，1997。李天鐸，〈跨國傳播媒體與華語流行音樂的政治經濟分析〉，《當代》，125期：54-71，1998。吳榮義，〈海島經濟型國家因應 WTO 之教戰守則〉，《中衛簡訊》，137期：30-31，1998。官振萱，〈1999年 IMD 競爭力報告 新加坡不倒 台灣下滑〉，《天下雜誌》，216期：28-46，1999。周勝鄰，〈從網路技術發展看有線電視業進入電信業的商機〉，發表於《前瞻千禧新世界—第一屆有線視訊寬頻網路研討會》，台北：新聞局主辦，1999。岩淵功一，〈日本文化在台灣〉，《當代》，125期：14-37，1998。唐維敏，〈全世界都在聽/看?音樂電視與全球化〉，發表於《第五屆電影與電視錄影暨學術會議》，台北：中華民國視覺傳播藝術學會與輔仁大學影像傳播系主辦，1997。高凱聲，〈有線電視業者經營固定通信業務之商機與願景〉，發表於《前瞻千禧新世界—第一屆有線視訊寬頻網路研討會》，台北：新聞局主辦，1999。郭美芳，〈消費監控：廣告跨國策略與權力運作邏輯〉，發表於《第五屆電影與電視錄影暨學術會議》，台北：中華民國視覺傳播藝術學會與輔仁大學影像傳播系主辦，1997。梁良、徐秀珍，〈鐵船柔情偷走華人心〉，《亞洲週刊》，1998.3.16-3.22。陳碧玉，〈STAR TV 的亞洲經營〉，《廣電人雜誌》，22期：45-50，1996。張家偉，〈東方好萊塢絕處求生〉，《亞洲週刊》，1998.11.9-11.15。張震興，〈斷訊產業結構問題〉，《廣電人雜誌》，38期：50-55，1998。黃維明，〈台灣唱片席捲亞洲〉，《天下雜誌》，216期：89-115，1999。須文蔚，〈有線電視法修正後，寬頻網路市場風暴起〉，《資訊與電腦》，224期：68-70，1999。曾正儀，〈國內有線電視斷訊現象〉，《衛星與有線電視雜誌》，1997.12。葉淑明譯，Michael Curtin 著，〈跨國電視之意象顛覆〉，《當代》，1998 滾石雜誌編輯部，〈音樂新世代〉，《滾石雜誌》，166期：46-58，1998。劉現成，〈開創優勢：華語影音工業的創製與競爭〉，發表於《邁入新千禧—華語影視媒介與流行文化趨向學術研討會》，台北：中華民國視覺傳

播藝術學會與玄奘大學大眾傳播學系合辦，2000。鄭明旻，〈探索全球六大國際唱片集團(上)〉，《余光音樂雜誌》，185期：60-65，1998。機遇，〈中美世貿談判〉，《亞洲週刊》，1999.11.22-11.28。盧智芳，〈高科技業：不怕競爭只怕舞臺太小〉，《天下雜誌》，222期：36-38，2000。魏玓，〈傳播媒體的市場化?數位化與全球化〉，《當代》151期：4-13，2000。顏美惠，〈ISP的新秀：急起直追的東豐〉，《資訊與電腦》224期：53-55，1999。中國時報，〈波特當面批判亞太營運中心〉，1997.4.8。中國時報，〈台灣滾石投資拍電影〉，1998.10.28。中國時報，〈瓊瑤幫大忙，歐陽常林記者變台長〉，1999.4.20。中國時報，〈格格趙薇揮淚離台〉，1999.4.23。中國時報，〈中共禁止民間機構地方電台轉播鳳凰衛視〉，1999.5.7。中國時報，〈年底前中共可能加入WTO嗎?〉，1999.9.13。中國時報，〈全球唱片業龍頭又換人當，華納加科藝百代擠下環球加寶麗金〉，2000.1.24。中國時報，〈宏網投資嘉禾，發展數位娛樂服務〉，2000.4.12。中國時報，〈和信、年代、盈動聯盟打造華人網〉，2000.5.6。中國時報，〈3部文攻2齣武嚇進軍國際 台港新片坎城作伙籌資金〉，2000.5.13。中國時報，〈衛視大手筆購置中國星百部新片〉，2000.6.29。中時晚報，〈楊德昌影片賣出版權〉，2000.5.11。聯合報，〈台灣應定位為亞太科技中心〉，1997.4.8。聯合報，〈企業出走不能棄守台灣〉，1997.4.9。聯合報，〈四大頻道商 各有特色〉，1998.1.15。聯合報，〈台灣的優勢在創新科技〉，1999.4.30。聯合報，〈我們有什麼堅實的自製節目?〉，1999.12.17。聯合報，〈美商法商投入有線電視市場〉，2000.5.15。工商時報，〈提昇競爭力 應努力讓產業升級〉，1997.4.9。工商時報，〈電訊、金融、影視 中共嚴格把關〉，1999.11.11。工商時報，〈外國電影登陸增至 20 部 國產片將遭到排擠〉，1999.11.23。工商時報，〈台灣高科技產業表現亮眼〉，2000.4.8。自由時報，〈盜版猖獗片商頭痛〉，2000.4.3。自由時報，〈哥倫比亞成立亞洲製片部〉，2000.4.6。自由時報，〈衛視開拍電影〉，2000.6.13。新民晚報，〈雍正與還珠收視比為：1比7〉，1999.1.29。大成報，〈中西大合唱電影主題曲〉，1998.2.23。民生報，〈迪士尼暑期動畫又來了〉，2000.5.8。民生報，〈法國集團併購全球環球唱片〉，2000.6.29。民生報，〈楊紫瓊當護寶公主〉，2000.6.29。廣州日報，〈美國在線併購時代華納〉，2000.1.12。英文部份一、Books Asia Pacific Television: Cable and Satellite. New York: Baskerville Communication Co., 1997. Aaker, David. Managing Brand Equity. New York: The Free Press, 1991. Albarran, Alan. Media Economics: Understanding Markets, Industries and Concepts. Iowa: Iowa State University Press, 1996. Alexander, Alison, Owers James, Carveth, Rod eds. Media Economics: Theory and Practice. 2th eds. London: LEA, 1998. Barnet, Richard, Cavanagh, John. Global Dreams: Imperial Corporations and The New World Order. New York: Touchstone Book, 1994. Collis, David, Montgomery, Cynthia. Corporate Strategy: a resource-based approach. New York: Irwin, 1998. Cable and Satellite Year Book 1998. London: FT Media & Telecoms, 1998. Demers, David. Global Media: Menace or Messiah? New Jersey: Hampton Press Inc., 1999. Dun & Bradstreet. Research project to study the impact of 1997 on Hong Kong's

Media Industry and its implication on APROC as media center. Taipei: APROC,1997. Guback, Thomas. The Communications Industry in The American Economy. Westview Press,1997. Gershon, Richard. The Transnational Media Corporation Global Messages and Free Market Competition. London: LEA, 1997. Herman, S. Edward, McChesney, W. Robert. The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism. London and Eashington: CASSELL, 1997. IFPI. The Recording Industry in Numbers 98. London: IFPI,1998. Miyoshi, Masao. A Borderless World?From Colonialism to Transnationalism and the Decline of Nation-State,1993. McAnany, Emile, Wilkinson, Kenton. Mass Media and Free Trade: NAFTA and The Cultural Industries. Austin: University of Texas Press,1996. Olson, Scott. Hollywood Planet: Global Media and the Competitive Advantage of Narrative Transparency. London: LEA, 1999. Ryan, Bill. Making Capital from Culture: The Corporate Form of Capitalist Cultural Production. Berlin: De Gruyter,1991. Ritzer George. The Mcdonaldization Thesis. London: Sage,1995. Thussu, Daya. Electronic Empires: Global Media and Local Resistance. London: Arnold, 1999. Waters, Malcolm. Globalization.London: Routledge,1995. 二、Periodicals Ang, Penghwa, Tuen-Yu, Lau. "The Pacific Rim." In S. Chan- Olmsted, A. Albarran eds. Global Media Economics: Communication, Concentration and Integration of World Media Market. Iowa: Iowa State University Press, 1998. pp.310-327. Bogart, Leo. "What Does It All Mean?" In Woodhull, Nancy eds. Media Mergers. New Brunswick: Transaction Publishers, 1998.pp.17-27. Chan- Olmsted, Sylvia, Albarran, Alan. "Global Patterns and Issues." In S. Chan- Olmsted, A. Albarran eds. Global Media Economics: Communication, Concentration and Integration of World Media Market. Iowa: Iowa State University Press, 1998. pp.331-339. Chan- Olmsted, Sylvia, Albarran, Alan. "A framework for the study of global media economics." In S. Chan- Olmsted, A. Albarran eds. Global Media Economics: Communication, Concentration and Integration of World Media Market. Iowa: Iowa State University Press, 1998. pp.3-16. Chan- Olmsted, Sylvia. "Mergers, Acquisitions, and Convergence: The Strategic Alliances of Broadcasting, Cable Television, and Telephone Services." Journal of Media Economics, 1998:11(3),33-46. Chan- Olmsted , Sylvia. "Theorizing Multichannel Media Economics: An Exploration of a Group- Industry Strategic Competition Model." Journal of Media Economics, 1997:10(1),39-49. Clark-Meads, Jeff. "Sony 'Big' Ambitious." Billboard, 1998:110(8),76-79. Goff, David. "The United Kingdom." In S. Chan- Olmsted, A. Albarran eds. Global Media Economics: Communication, Concentration and Integration of World Media Market. Iowa: Iowa State University Press, 1998. pp.99-118. Murdock, Graham, Golding, Peter. "Common Markets: Corporate Ambitions and Communication Trends in the UK and Europe." Journal of Media Economics, 1999:12(2),117-132. Picard, Robert. "The Rise and Fall of Communication Empires." Journal of Media Economics, 1996:9(4),23-40. Rattner, Steven. "A Golden Age of Competition." In Woodhull, Nancy eds. Media Mergers. New Brunswick: Transaction Publishers, 1998.pp.9-14. Straubhaar, Joseph. "Distinguishing the Global, Regional and

	<p>National Levels of World Television.” In A. Sreberny- Mohammadi, D. Winseck, J. Mckenna, and O. Boyd-Barrett eds. Media in Global Context. New York: Arnold Publishing, 1997.pp284-298. Sussman, Gerald, Lent, John. “Who Speaks for Asia: Media and Information Control in the Global Economy. ” Journal of Media Economics, 1999:12(2),pp133-147. Tsang, Ann. “Perils & Opportunities.” Billboard,1998:110(20),1-6. Turow, Joseph. “The Challenge of Synergy.” Media System in Society: Understanding Industries, Strategies, and Power.New York: Longman,1992.pp230-246. Wong, Victor. “New Asia Talent: Taiwan.” Billboard, 1998a:110(20),13. Wong, Victor. “Taiwan’ s Rock Divided into 5 Lables.” Billboard, 1998b:110(25),65-66. “STAR TV.” Asia Pacific Television Cable and Satellite. 1995. “Cable mandarins tighten grip on market; new TV regulatory regime fights back.” AsiaCom. May,26 1998. “Consolidation, regulation bring new hope to chaotic market.” AsiaCom. November,25 1997. “DTH still a dream across most of Asia economic woes hamper development.” AsiaCom. January,12 1999. “Asia’ s giant tries to keep close control as broadcast media explodes.” AsiaCom. June,24 1997. “Lion city takes lion’ s share of Asian TV business as state keeps claws poised.” AsiaCom. May,27 1997. “Things can only get better for Asian ad market.” AsiaCom.July,27 1999. “TV industry holds its breath as it awaits saving deregulation.” AsiaCom.October,27 1998. “Cable mandarins tighten grip on market; new TV regulatory regime fights back.” AsiaCom. May,26 1998. “China leads Asia Pacific Ad spending.” Broadcasting & Cable International.October 1997 “Country specifics.” Cable.Satellite Asia. November/December 1998. “STAR of India.” Cable.Satellite Asia. May/June 1996. “Head To Head-STAR Movies.” Televisionasia.Nov 1996.</p>
論文 頁數	195
附註	
全文 點閱 次數	
資料 建置 時間	
轉檔 日期	
全文 檔存 取記 錄	
異動 記錄	M admin Y2008.M7.D3 23:17 61.59.161.35

