

## 參考書目

### 一、中文部份

- (1) 工研院(1987), 積體電路專案計劃對產業影響之追蹤與分析, 新竹: 工研院。
- (2) 工研院 IEK 電子組(1997), 1997 半導體工業年鑑, 新竹: 工研院 IEK 電子組。
- (3) 工研院 IEK 電子組(1998), 1998 半導體工業年鑑, 新竹: 工研院 IEK 電子組。
- (4) 工研院 IEK 電子組(1999), 1999 半導體工業年鑑, 新竹: 工研院 IEK 電子組。
- (5) 工研院 IEK 電子組(2001), 2001 半導體工業年鑑, 新竹: 工研院 IEK 電子組。
- (6) 工研院 IEK 電子組(2002), 2002 半導體工業年鑑, 新竹: 工研院 IEK 電子組。
- (7) 工研院 IEK 電子組(2003), 2003 半導體工業年鑑, 新竹: 工研院 IEK 電子組。
- (8) 方世榮譯(1995), 行銷管理學: 分析、計劃、執行、與控制, 第 2 版, 台北: 東華, 譯自 Kotler, Philip。
- (9) 王興毅(2000), 2000 年半導體工業年鑑, 新竹: 工研院 IEK 電子組。
- (10) 司徒達賢(1995), 策略管理, 台北: 遠流。
- (11) 台灣半導體產業協會 TSIA(2005), 「台灣半導體產業對國家的貢獻」, 2005 年 3 月。
- (12) 台灣半導體產業協會 TSIA(2006), 「TSIAIC 產業動態觀察季報解讀暨數位家庭專題研討會」, 2006 年 3 月。
- (13) 吳青松(2002), 國際企業管理理論與實務, 台北: 智勝。
- (14) 吳思華(2000), 策略九說: 策略思考的本質, 第 3 版, 台北: 臉譜文化。
- (15) 段承璞(1992), 台灣戰後經濟, 台北: 人間。
- (16) 紀秋煌(2002), 「通路控制力、通路類型與通路績效之研究—以兩岸台商工具機業供應鏈為研究對象」, 中原大學企業管理研究所碩士論文。
- (17) 范哲豪(2005), 2005 半導體工業年鑑, 新竹: 工研院 IEK 電子組。

- (18) 張翊丹(2002)，「半導體產業選擇通路商之研究—灰層級分析法之應用」，大葉大學工業關係研究所碩士論文。
- (19) 陳文一(2002)，「我國電子通路產業之競爭策略研究—以半導體零組件通路商為例」，輔仁大學管理學研究所碩士論文。
- (20) 陳盟琚(2003)，「半導體產業對下游產業的互動影響」，國立中山大學經濟學研究所碩士論文。
- (21) 舒勤(1986)，「起飛之後的聯華電子目標 100 億」，資訊與電腦，第 12 期，1986 年 12 月。
- (22) 黃思明(1994)，「台灣物流業者的類型與核心管理技術」，物流管理系列學術研討會暨座談會，1994 年 12 月，pp. 124-130。
- (23) 楊丁元、陳慧玲(1996)，業競天擇—高科技產業生態，台北：工商時報。
- (24) 電子時報(2005)，「下一世代半導體產業環境建構與發展分析結案報告」，2005 年 8 月。
- (25) 劉常勇(1998)，「台灣本土企業個案集—系列 4」，資訊科技與作業管理，1998 年 5 月。
- (26) 蔡山和(2003)，「我國半導體零組件通路業之關鍵成功因素研究」，國立台北大學企業管理學系碩士在職專班碩士論文。
- (27) 蕭峰雄(1994)，我國產業政策與產業發展，台北：遠東經濟研究顧問社。
- (28) 蕭鏡堂(1999)，產業行銷學，初版，台北：華泰。
- (29) 謝文雀譯(1998)，亞洲管理實務，台北：華泰，譯自 Philip Kotler。
- (30) 謝孟玆(2004)，2004 半導體工業年鑑，新竹：工研院 IEK 電子組。
- (31) 羅正忠、張鼎張譯(2001)，半導體製程技術導論，台北：台灣培生教，譯自蕭宏(Xiao, Hong)。

## 二、英文部份

- (1) Cox, Reavis and Thoms F. Schutte(1969) , A Look at Channel Management, Philip.
- (2) Fish and George(1967), Marketing Systems, 1st ed. , N. Y. : Harper and Row.
- (3) Gehrig and Thomas(1996), "Natural Oligopoly and Customer Networks in Intermediated Markets" , International Journal of Industrial Organization, Vol. 14, pp. 101-118.
- (4) Guirdham and Maureen(1972), Marketing : The Management of Distribution Channels, N. Y. : Oxford Program Press, p. 106.
- (5) Hutt, Michael, and Speh Thomas(1989), Business Marketing Management: A Strategic View of Industrial and Organizational Markets, Chicago: The Dryden Press.
- (6) Kotler, P. (1994), Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, 8th. ed. , Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.
- (7) Louis, P. Bucklin(1966) , A Theory of Distribution Channel Structure, Borkeley: Institute of Business and Economic Research, University of California.
- (8) Perreault, William D. , Jr. and E. Jerome McCarthy(1997), Essentials of Marketing: A Golbal - Managerial Approach, 7th ed. , Chicago: Irwin.
- (9) Peterson, Bent(1995), "Kontrol, Risiko Og Eksportformidlere" , Control, Risk and Intermidary, Denmark: Ledelse Erhvervokonomi, Vol. 59, January 1995, pp. 26-43.
- (10) Philip Kotler(1999), Marketing Management, 10th ed. , N. J. : Prentice-Hall.
- (11) Porter, M.E. (1985), Competitive Advantage, N. Y. : Free Press.
- (12) Rosenbloom and Bert(1987), Marketing Channels: A Management View, 3rd ed. , Chicago: The Dryden Press.
- (13) Stern, Louis W. , Adell. El-Ansary, and Anne T. Coughlan(1996), Marketing Channel, 5th ed. , Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.

### 三、網站部份

- (1) 台經院產經資料庫：<http://tie.tier.org.tw/tie/index.jsp>
- (2) 帆宣系統科技：  
[http://www.micb2b.com/C\\_home/Press\\_Room/mic\\_news.asp](http://www.micb2b.com/C_home/Press_Room/mic_news.asp)
- (3) 崇越科技：<http://www.topco.com.tw/page/home.asp>
- (4) 華立企業：<http://www.wahlee.com.tw/>
- (5) 經濟部半導體產業推動辦公室：<http://www.sipo.org.tw/index.asp>
- (6) 電子時報：<http://www.digitimes.com.tw/>