

### 第三章 研究方法

本章共分成四節。先在第一節說明本研究的研究架構，第二節說明展覽守門機制的研究變數操作型定義，第三節描述本研究的研究方法，第四節提出本研究的幾項研究限制。

#### 第一節 研究架構

本研究希望透過守門機制理論的觀點，從展覽的「策展單位」角度出發，進而觀察整個展覽的所有組成要素（參展者、參觀者、策展單位、週邊產業），最終得以探討展覽在產業上守門機制的展現，以及策展單位守門機制的執行。因此，本研究根據文獻探討中 Hsiang et al. (2006) 所提出的「Gatekeeping innovation: an interactive model」理論為依據，檢視展覽的產業守門機制，其中包括策展單位守門機制之執行，進而將展覽活動內容的守門類型加以分類，並且探討策展單位的守門能耐，以及透過展覽的產業守門機制在展覽上展現的創新概念、技術、產品的守門成果。

因此，本研究將透過研究架構研究策展單位如何在展覽前期將自己定位，透過劃定邊界、篩選遞送內容來扮演好守門機制的功能與角色，並配合自身的守門能耐，進而影響到展覽活動內容的呈現，使其能夠在不同的活動內容中扮演不同類型的守門機制，以及最終其在守門成果對於產業上創新概念、技術、產品的影響為何，並且是否會因而影響參展者與參觀者的參與意願。本研究的架構如圖 3-1 所示。

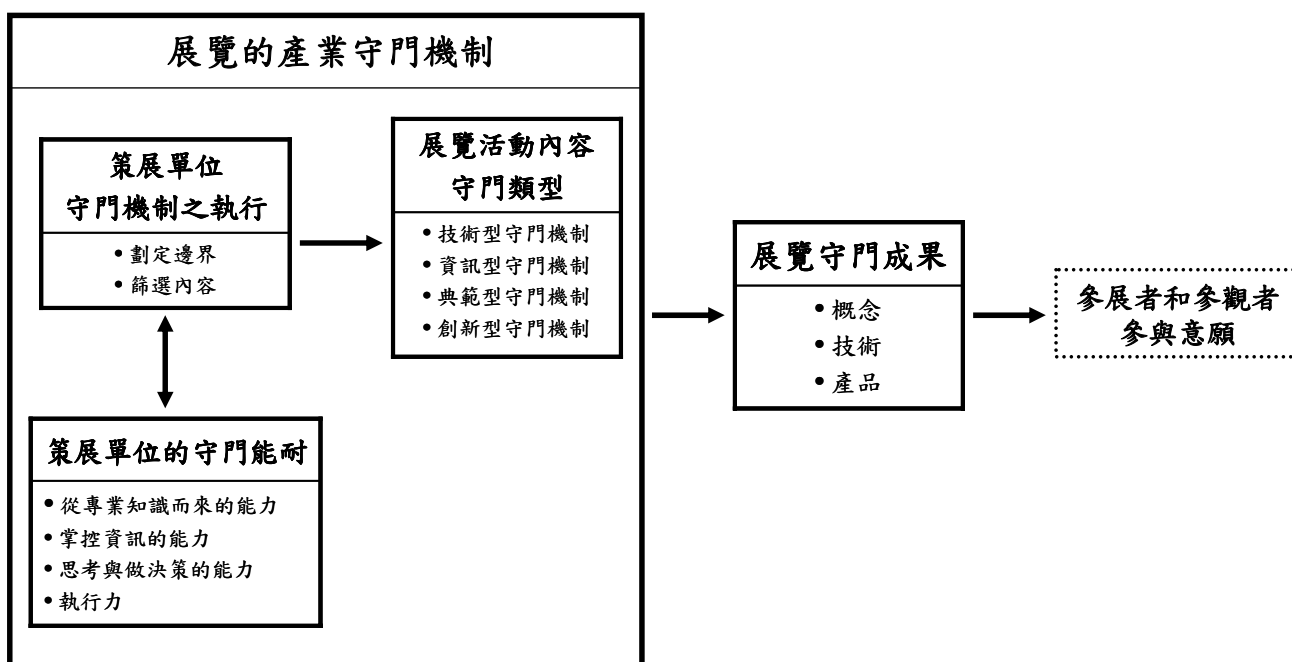


圖 3-1 研究架構

資料來源：本研究整理

## 第二節 研究變數之操作型定義

研究是由一連串的操作所構成，因此以下將有關的變項從抽象的概念，轉換成可以實際操作的定義。本研究操作性變數可分為「展覽的產業守門機制」和「展覽的守門成果」兩部分，而「展覽的產業守門機制」則又包含了「策展單位守門機制之執行」、「展覽活動內容的守門類型」、以及「策展單位的守門能耐」三個研究變數；此些研究變數中，亦又各自細分成幾項組成變數。以下便將分別簡述這些研究變數之操作型定義。

### 一、展覽的產業守門機制

由於本研究將「展覽」定義為「具有商業意義的展出活動」，因此展覽為產業中重要的宣傳、交易的場所，皆會吸引許多產業中的參展廠商、參觀者參與其

中。對於世界三大電腦展而言，更是如此。

而其中 Hsiang et al. (2006) 藉由守門人/機制的理論回顧、推演，認為獎項、展覽、獎助為組織、機構或社會中常被忽略的守門機制的特殊角色。溫肇東 (2006) 根據 Jolly (1997) 「從想像到商品化」的研究並結合守門人/機制理論，認為「獎助」、「競賽」、「展覽」為商品化過程中「守門機制」的展現，其中「展覽」可以促進商品的實體展示跨越促銷到持續擴散階段，同時亦作為與外界「連結」的守門角色，使該領域的各種新資訊、新技術、人力資源…等得以進入，協助發展。

因此，對於展覽產業守門機制的角色，本研究便根據 Hsiang et al. (2006) 所探討的守門人/機制的定義與概念、守門人/機制的角色與功能、創新歷程與守門概念的連結、守門人與守門機制間的相互關係，並提出四種守門人/機制類型的相關推論為基礎，進而推演出「展覽的產業守門機制」的三項研究變數：「策展單位守門機制之執行」、「展覽活動內容的守門類型」、「策展單位的守門能耐」，以下將分別簡述之。

#### (一) 策展單位守門機制之執行

Lewin (1947) 以「守門人」一詞稱呼能掌握媒體管道的人，而 White (1950) 認為「守門人」是資訊傳送的必經之路，所以守門人對於「資訊內容」的掌握和傳播扮演著重要的角色。而 Tushman (1977) 認為守門人/機制僅存在於「邊界」出現時，其並認為在創新過程中，守門人/機制其中一個重要的角色與功能，即為「邊界角色」。所以，綜合上述，在整個創新的過程中，守門人/機制有兩個最基本的角色與功能，此即為守門人/機制的「內容」與「邊界」角色。

因此，守門人/機制對於其守門功能的執行便亦會根據此來展現，首先守門人/機制會決定其要守的「門」的樣子，決定在此場域中的參與者為何，此即為透過劃定邊界，決定「邊界類型」；再來守門人/機制會決定「讓什麼樣資訊內容通過」，並且決定「讓這些資訊內容通過、遞送到什麼程度」，此即為決定並篩選守門的「內容」。

### 第三章 研究方法

所以，展覽的策展單位對於守門機制之執行便亦會透過「劃定邊界」、「篩選內容」的方式來展現，進而明確瞭解展覽的產業守門機制所守的「門」的邊界為何？並且從此「門」所篩選、遞送的內容為何？下表 3-1 為策展單位守門機制之執行的操作型定義。

表 3-1 策展單位守門機制之執行的操作型定義

構面	變數	操作型定義
策展單位 守門機制之執行	劃定邊界	<p>策展單位在展覽的各項活動內容（展覽會、會議、獎項）中，利用主題設定與規劃、參加限制與邀請、參與方式與費用…等方式，來對於參加者（參展者、參觀者）的設定、邀請、篩選，此即為策展單位進行「劃定邊界」的動作。然而，其中的邊界類型可分為兩類：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 障礙牆：一個固定、既有、既定存在的疆界，策展單位一定得透過其將展覽資訊內容進行傳播，例如：展覽活動內容中既定的開幕式活動、新聞的編輯與發佈，以及既定的大會主題演講。</li> <li>● 封閉性邊界：策展單位對於其守門的領域，有特地限定某一目標參與廠商和群眾的劃定。</li> </ul>
	篩選內容	<p>策展單位透過大會活動主軸、各展館主題的制訂，以及展後的商情資訊服務，對於展覽活動訊息內容的呈現進行刪除、選擇、遞送，此即為策展單位所進行「篩選內容」的動作。其中內容又可分為兩類：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 區段性：在展覽活動內容中，所篩選、遞送給參與者的內容是區塊的、不完整的、不連續的。例如：一般展覽現場的產品、資訊與知識的傳播。</li> <li>● 系統性：在展覽活動內容中，所篩選、遞送給參與者的內容呈現較為完整的、連續性的，亦或持續提供參與者相關支援性的內容。例如：策展單位對買主所提供的長期、持續且全面的商情資訊。</li> </ul>

資料來源：本研究整理

(二) 展覽活動內容的守門類型

在一般的展覽活動中，除了提供現場展示、商談的「展覽會」現場外，亦會舉辦相關的高峰論壇、研討會和產品發表會…等「會議」活動，希望能發揮「展」、「會」合一的加乘效果。此外，策展單位為了為展覽活動現場氣氛的加溫，並增加展覽本身的影響力以及製造新的、好的輿論點，往往亦會增加「獎項」的競賽、選拔與頒發。因此，在一個展覽的活動現場中，一般皆會具有「展覽會」、「會議」與「獎項」三大類型的活動內容。

而展覽的策展單位對於這三大類型展覽活動內容守門機制之執行便亦會透過「劃定邊界」、「篩選內容」的方式來展現，由於 Hsiang et al. (2006) 根據守門人/機制的行為與邊界類型，並結合兩種「邊界」類型與兩種「內容」類型，進而發展出四種守門人/機制的角色類型：「技術型守門人/機制」、「資訊型守門人/機制」、「典範型守門人/機制」、「創新型守門人/機制」。因此，本研究便據此應用在展覽的產業守門機制上，藉由策展單位對於展覽活動內容「展覽會」、「會議」、「獎項」守門機制的執行，來加以探討此些活動內容的守門類型。下表 3-2 為展覽活動內容的守門類型之操作型定義。

表 3-2 展覽活動內容的守門類型之操作型定義

構面	變數	操作型定義
展覽活動內容 守門類型	技術型 守門機制	展覽的活動內容在策展單位守門機制之執行上，對於活動參與者邀請與篩選的邊界劃定方式，是以一道「障礙牆」方式隔開，控制著邊界之間的流通；對於展覽活動訊息內容的篩選與遞送則屬於「系統性」的內容，此即為「技術型守門機制」。
	資訊型 守門機制	展覽的活動內容在策展單位守門機制之執行上，對於活動參與者邀請與篩選的邊界劃定方式，亦是以一道「障礙牆」方式隔開，並從中篩選、傳遞著「區段性」的展覽活動訊息內容，此即為「資訊型守門機制」。
	典範型 守門機制	展覽的活動內容在策展單位守門機制之執行上，對於活動參與者邀請與篩選的邊界劃定方式，與資訊型、技術型守門機制的邊界類型不同，其屬於對於參與者有特別限定某一目標族群劃定的「封閉性邊界」，並且從中篩選、傳遞著「區段性」的展覽活動訊息內容，此即為「典範型守門機制」。

### 第三章 研究方法

	<p>創新型 守門機制</p>	<p>展覽的活動內容在策展單位守門機制之執行上，對於活動參與者邀請與篩選的邊界劃定方式，屬於需要自行定義與劃定目標參與族群的「封閉性邊界」，並且從中篩選、遞送與維護「系統性」的展覽活動訊息內容，此即為「創新守門機制」。</p>
--	---------------------	---

資料來源：本研究整理

#### (三) 策展單位的守門能耐

Hsiang et al. (2006) 認為守門人/機制的專業能耐之一，便是描述著用來裁決評斷新點子的專業是如何被所屬領域接受，以及對新點子的創新與創造力評價是如何影響其新點子的歸屬過程。Hsiang et al. (2006) 並且認為決定守門人/機制辨識創新程度高低的因素，主要是根據於守門人/機制的四個專業能耐：「從專業知識而來的能力」、「掌控資訊的能力」、「思考與做決策的能力」、以及「執行力」。

然而，在此本研究更認為原本研究屬於「個人」或「群體決策」層次的守門功能之專業能耐，依然可以運用在同為一個或多個群體決策模式所構成的產業「守門機制」上，而且對於展覽的策展單位之守門能耐，不僅是決定展覽此守門機制辨識創新程度高低的因素外，本研究認為更是讓策展單位能夠扮演好其守門機制的主要專業能耐。本研究對策展單位守門能耐的操作型定義如表 3-3 所示。

表 3-3 策展單位守門能耐的操作型定義

構面	變數	操作型定義
<p>策展單位的 守門能耐</p>	<p>從專業知識而來的 能力</p>	<p>策展單位組織本身的核心能耐，以及策展單位在展覽的所有大小活動內容、主題、細節的執行規劃上，長久累積下來的專業能力、策展經驗。</p>
	<p>掌控資訊的能力</p>	<p>策展單位透過本身的網絡體系來令其有足夠且順暢的管道來獲得產業的發展趨勢、廠商的產品訊息、買主的产品需求，進而輔助策展單位守門機制之制訂、執行。</p>
	<p>思考與做決策的 能力</p>	<p>策展單位在展覽規劃執行的一般決策性思考、展覽主題發想的思考、活動內容的創意思考、以及展覽營運發展的批判性思考，進而輔助策展單位決策的形成，以及守門機制之制訂。</p>

### 第三章 研究方法

	執行力	策展單位在一場完整展覽活動中，在展覽籌備、展前作業、展中和展後作為，從主題制訂、選擇參展和參觀者、活動內容的設計、甚至到整個展覽的服務系統，加以將展覽活動內容和守門機制實際執行、落實的能力。
--	-----	---

資料來源：本研究整理

## 二、 展覽的守門成果

藉由展覽策展單位的守門機制之展現，讓產業中世界各地的廠商、買主、專業人士齊聚在展覽這平台上，彼此進行交易、交流、商談、展示、宣傳、促銷，甚至是獲得市場和互補性的資源，對於 COMDEX Fall、CeBIT、COMPUTEX Taipei 此世界三大電腦展而言，其更是產業中創新概念、技術、產品的擴散地。表 3-4 為本研究對展覽守門成果的操作型定義。

表 3-4 展覽守門成果的操作型定義

構面	變數	操作型定義
展覽的守門成果	概念	策展單位藉展覽各項活動內容的舉辦，讓廠商和產業專業人士透過展覽會現場的展示、產業大老的主題演講、廠商在會議論壇中的發表宣示、獎項的競賽，進而來傳播、交流、擴散產業中年度最新的想法、觀念、產業發展趨勢以及對於未來技術應用和產品發展的想像，此即為「創新概念的擴散」。
	技術	在展覽的各項活動平台上，策展單位讓廠商和產業專業人士藉由展覽會現場的技術展示、技術論壇中的發表宣示交流、以及獎項的競賽，進而來傳播、交流、擴散資訊電子產業中年度最新的技術發展與應用，此即為「創新技術的擴散」。
	產品	透過展覽的平台，聚集產業中眾多的廠商、買主和產業專業人士，讓其藉由展覽會現場的產品展示、廠商的產品發表會、國際買主的下單、以及獎項的競賽，進而來傳播、交流、擴散產業中各領域年度最新的產品及其週邊相關的應用，此即為「創新產品的擴散」。

資料來源：本研究整理

## 第三節 研究方法

理論在發展初期或是尚未發展成熟的研究階段，有國外學者認為此階段適用個案研究法來進行研究。王秉鈞（1993）亦主張個案研究法適用於描述性或開拓性的研究主題。由於本研究對於展覽在產業創新過程中守門機制的探討屬於初探性的研究，而且產業創新守門機制的研究目前尚處於發展階段，此外我國對於展覽策展單位的角色與營運亦甚少討論、研究。因此本研究便採取個案研究法，希望透過世界三大電腦展 COMDEX Fall、CeBIT、COMPUTEX Taipei 的完整歷史發展脈絡，三大電腦展策展單位的營運、執行，以及其在 ICT 產業發展上所扮演的角色，經由個案的種種現象觀察所得到的具體意涵，將展覽在守門機制的展現勾勒出整體清楚的脈絡，以其對所設定的研究問題提出合理的解釋與回答。

### 一、資料收集方法

本研究的主要資料收集方法有二：一為初級資料為主，以訪談結果為主；二是次級資料的收集，以文獻與個案相關資料為主。

#### （一）初級資料：訪談結果

由於本研究主要是從策展單位的角度切入來探討展覽在產業上守門機制的展現，因此在初級資料方面，本研究將以訪談策展單位負責展覽相關業務的同仁為主，進而實際瞭解策展單位在展覽從主題制訂、選擇參展和參觀者、活動內容的設計、甚至到整個展覽的服務系統，如何在這些種種作為中展現守門機制。然而，由於 CeBIT 和 COMDEX Fall 為國外的展覽，策展單位亦為國外的組織，本研究只能透過此兩展覽在台的徵展、代理公司來間接瞭解 CeBIT 和 COMDEX Fall 策展單位的實際作為。因此，本研究的訪談對象為 COMPUTEX Taipei 策展單位之一：台北市電腦商業同業公會，和 CeBIT 在台徵展單位：德國漢諾威展覽會台灣辦事處，以及 COMDEX Fall 在台代理廠商：亞廣展覽公司，如表 3-5 所示。



### 第三章 研究方法

表 3-5 策展單位個案受訪名單

展覽	受訪人員	任職單位	職稱	受訪日期
COMPUTEX Taipei	張笠	台北市電腦商業同業公會	海外拓銷服務群 副總幹事	2007/5/7
	張雅茜		COMPUTEX Taipei 展覽組 專案經理	
	洪嘉伶		COMPUTEX Taipei 展覽組 專員	
COMDEX Fall	阮宗海	亞廣展覽股份有限公司	總經理	2007/6/8
	余清慧		國際展覽組 經理	2007/5/31
CeBIT	張玉華	德國漢諾威展覽會 台灣辦事處	副總經理	2007/6/20

資料來源：本研究整理

此外，本研究為了更確實地深入瞭解 COMDEX Fall、CeBIT、COMPUTEX Taipei 現場實際執行的情形，以及參展廠商和參觀者對其執行成效和展覽成果的反應，本研究亦於 2006 年 6 月 10 日透過實際參觀 COMPUTEX Taipei 2006 的展覽會現場，進一步實際瞭解展覽的實際執行狀況。

並且亦訪談實際參觀觀察的媒體和產業專業人士，以及訪問實際參展的品牌科技大廠、OEM/ODM 科技廠商、小型新興自有品牌科技廠商…等三種類型的參展廠商，希望進而能夠瞭解在 COMDEX Fall、CeBIT、COMPUTEX Taipei 展場上參實際的參展、參觀的情形，表 3-6 為參觀者訪問名單，表 3-7 為參展廠商訪問名單。

表 3-6 參觀者訪問名單

受訪人員	任職單位	職稱	受訪日期
林信昌 <sup>3</sup>	經濟日報	前產業記者 主跑電腦硬體	2007/7/20

<sup>3</sup> 現為智榮基金會副執行長，1998 年 7 月進入到經濟日報，2000 年 7 月主跑電腦硬體，參觀採訪過 COMDEX Fall、CeBIT、COMPUTEX 於 2000 年~2002 年間的展覽。

### 第三章 研究方法

受訪人員	任職單位	職稱	受訪日期
何心宇 <sup>4</sup>	資策會 資訊市場情報中心	多媒體消費性電子 產業分析師	2007/7/30

資料來源：本研究整理

表 3-7 參觀者訪問名單

受訪人員	任職單位	職稱	受訪日期
盧君毅	FunTwist 方土司科技 <sup>5</sup>	業務行銷處 協理	2007/8/14
蔡秋霞	宇亨資訊 <sup>6</sup>	專案經理	2007/8/16
許秀珍	詮欣股份有限公司	國外業務部 專案經理	2007/8/16
John Lysfjord	宇達電通 (Mio)	全球品牌行銷處 品牌經理	2007/8/17

資料來源：本研究整理

#### (二) 次級資料：文獻與個案相關資料

文獻資料方面的收集，以國內外論文、期刊、雜誌、書籍、網站以及相關產業報導作為資料搜尋的範圍，藉由相關資料的歸納、整理，將展覽、世界與台灣的展覽產業做一系統性的瞭解，並藉由文獻的探討，參考整理技術或產品從想像到商品化的過程、守門機制理論、以及策展單位組織其功能…等相關文獻與前人研究結果，以建立本研究之研究架構。

個案相關資料來源，除了展覽會各自的網站外 (COMDEX Fall 由於已停辦，所以已無網站)，亦透過自行收集、整理、歸納國內外的雜誌、期刊、網站，和

<sup>4</sup> 擔任產業分析師至今三年，觀展經驗大約是這兩年，實際參觀觀察過近兩年 COMPUTEX Taipei，今年亦負責代表 MIC 參觀觀察 2007 的 CeBIT 展覽現場。

<sup>5</sup> 方吐司科技創立於 2003 年，並以「將數位娛樂放進每個人的口袋」作為願景，將長期致力於提供高品質且價位合理的隨身娛樂產品，產品範疇包括隨身音樂產品、隨身影像產品、隨身遊戲產品以及隨身訊息娛樂產品。

<sup>6</sup> 宇亨資訊為詮欣股份有限公司的子公司，產品範疇除了在連接器、電腦線製造領域持續開發成長外，更延伸到 KVM 切換器、讀卡機、全系列記憶卡轉換卡、以及 HDMI 相關系列產品。

相關的電子資訊產業的展覽報導，例如資策會資訊市場情報中心的 MIC-AISP 情報顧問服務網站、電子時報 (DIGITIMES) 產業會員網...等。此外，更藉由三大電腦展的策展單位或在台徵展單位取得電腦展的展覽相關資料。希望藉由此些個案的次級資料，結合初級資料共同做違建夠個案背景知識的基礎。

## 二、 資料分析方法

本研究將訪談資料與所有蒐集的資料加以整理，將三大電腦展的個案從展覽的歷史沿革、策展單位的營運，和展覽在主題制訂、活動內容、系統服務上的呈現，以及展覽最終的成果一一加以說明。然後再使用本研究架構分別研究分析「資訊電子產業參展者和參觀者的質與量」、「策展單位的守門機制」、「策展單位的守門能耐」、以及「展覽的守門成果」，進而加以探討策展單位如何在展覽前期將自己定位，透過劃定邊界、篩選遞送內容來扮演好守門機制的功能與角色，並配合自身的守門能耐，進而影響到展覽活動內容的呈現，使其能夠在不同的活動內容中扮演不同類型的守門機制，以及最終其在守門成果對於產業上創新概念、技術、產品的影響為何，最終以回答本研究所設定的研究問題。

## 三、 選擇個案之理由

由於世界三大電腦展的消長有著完整的歷史，其參展廠商和展覽內容的變化亦猶如資訊電子產業歷史發展的縮影，而且其不管是對於世界資訊電子產業或是台灣資訊電子產業皆是一個重要的展示、銷售、宣傳、交流的平台，也是各項創新概念、技術、產品被宣示、揭露的場合，在整個資訊科技產業中，此三大展有著舉足輕重的地位，更是扮演著資訊科技產業發展中重要的守門人角色。此外，由於三個展覽策展單位的背景、角色亦皆不同，亦可觀察研究出其守門機制之運作之差異，因此本研究便選擇以 COMDEX Fall、CeBIT、COMPUTEX Taipei 此世界三大電腦展為個案，探討在產業創新上，其守門機制的功能、角色、類型、能耐、成果各為何。

#### 第四節 研究限制

本研究力求嚴謹與完整，期望能填補學術與實務理論上的缺口，但因研究時間與資源的限制，仍有下列幾項研究限制存在：

- 1、 本研究探討的是，從守門機制理論的角度研究分析策展單位對展覽的規劃執行，以及其在產業創新上的影響，然而整個展覽的規劃、執行、營運極其繁瑣，可能有從守門機制角度無法觀察、探討到的觀點。
- 2、 本研究所採用之架構為綜合文獻探討、個案初探與欲之研究問題所建構而成，並且透過個案研究來修正此架構，然而因為個案數量有限，且主要採用質性研究，在架構的完整性上，仍有待後續研究來完成。
- 3、 本研究在個案的選取上探討資訊科技產業中最重要的三大電腦展，而且此三大展發展近二十幾年，近年來有著明顯的消長，此三個個案具有一定的代表性，然而由於產業的不同，亦會使得策展單位與展覽在產業中的守門機制有所不同。因此，展覽在不同類型產業的守門機制研究仍有待後續研究來完成。
- 4、 本研究在個案資料採深度訪談的形式，並輔以相關次級資料的收集，研究者力求完整周詳來讓個案能完整呈現，然而由於 COMDEX、CeBIT 為外國公司，所以只能透過在台的辦事處與代理商來加以瞭解。此外，COMDEX Fall 展覽已於 2005 年走入歷史，雖然相關的歷史報導甚多，但多為介紹參展廠商在展場上的介紹，而非從策展單位角度切入報導，因此相關次級資料的收集雖力求完整周詳，但仍有力有未逮之處。