

第七章 參考文獻

● 網頁部分：

1. 工業總會服務網：眼鏡產業透視 <http://www.cnfi.org.tw/kmportal/front/bin/ptdetail.phtml?Category=100051&Part=9212-3>
2. 行政院主計處網站 <http://www.dgbasey.gov.tw>
3. 兩岸經貿月刊：台灣傳統產業成功轉型實例
http://www.seftb.org/mhpage.exe?HYPAGE=/03/03_content_01.asp&weekid=57&idx=2
4. 聯合理財網：研究報告，眼鏡產業 <http://money.udn.com/html/rpt/rpt90946.html>
5. 寶島眼鏡企業網站：<http://www.formosa-optical.com.tw/html/B-5.htm>

● 中文部分：

1. 「2007 年中國眼鏡行業研究諮詢報告」，北京中經縱橫經濟研究院。
2. 王健全等，2001，「再造傳統製造業競爭優勢」，P2-1~2-19，P6-1~6-19，台北：中華經濟研究院。
3. 丘永福，1994，「設計基礎」。台北：藝風堂出版社。
4. 朱正中，1996，「依比較利益強化產業競爭力」，P23-28，台北：台灣經濟研究月刊，第 19 卷第 9 期。
5. 李玉春、陳秀珠，1991，「各國中小企業升級政策之比較」，台北：台灣經濟研究月刊，第 16 卷第 8 期。
6. 宋同正與蔡登傳譯，1997，「產品設計與開發」。原著作：Ulrich, K. T. & Eppinger, S. D., 1995, Product Design & Development, 台北：麥格羅希爾，P131。
7. 彼得·杜拉克 (Peter F. Drucker)，1994，「後資本主義社會(Post Capitalist Society)」，傅振焜譯，台北：時報出版社。
8. 彼得·杜拉克 (Peter F. Drucker)，1999，「21 世紀的管理挑戰」，劉毓玲譯，台北市：天下文化出版公司。
9. 林崇宏，2000，「產品設計流程的模式分析與探討」。2000 年科技與管理學術研討會論文集，pp.67-73。
10. 官政能，1995，「產品物徑」。台北：藝術家出版社。
11. 吳俊杰著，2004，「設計意識與設計服務 觀念、管理與經營」，亞太圖書，台北市。
12. 徐文復與廖文芳，2000，「傳統產業的新春天」，管理雜誌第 318 期，P124~126。
13. 徐聯恩，1996，「企業變革系列研究」，台北：華泰書局。

14. 徐永道，1994，「監視器產業技術策略之研究」，政治大學企業管理研究所碩士論文。
15. 高熏芳、林盈助和王向葵譯、Maxwell, J.A.著，2001，「質化研究設計：一種互動取向的方法」，台北：心理出版社。
16. 畢恆達，1994，「詮釋學與質性研究」，台北：巨流圖書。
17. 陸定邦與林群超，2006，「整合專利迴避技術與極簡思維之創新產品設計程序—以站立式檔案夾設計為例」，設計學研究，Vol.9(1)。
18. 陳辰洧，2005，「創意、設計與科技」，生活科技教育月刊，Vol.38(8)。
19. 陳更生、林唐裕，1989，「OEM？還是自創品牌？」，台灣經濟研究月刊，第134期，P44-48。
20. 陳振祥，1997，「ODM 策略之理論架構與實證」，國立台灣大學商學研究所博士論文。
21. 陳明璋，1996，「企業轉型的策略與成功關鍵」，貿易週刊，第1690期，P 18~21。
- 葛洛夫(Andrew S. Grove)，1996，王平原譯，「10倍速時代—英代爾總裁葛洛夫的觀察與解讀」，大塊文化。
22. 湯明哲、李吉仁，1996，「外包與專業製造商雙贏的策略」，遠見雜誌，第162期，P172-175。
23. 曾玉明，1998，「矽統科技，掌握高科技快速度下的競爭利器」，能力雜誌，12月號，P40-P43。
24. 程娟娟，2003，「圖解思考在創意設計之應用」。台北：台灣師範大學美術系在職進修碩士學位班碩士論文。
25. 楊永鈺譯，1999，「貓掌與彈弓—當自然設計遇上人類科技」，台北：先覺出版社。
26. 蔡宏明，2000，「由產業演化看傳統產業競爭力的提升」，第5卷第4期，P37-64，台北：經濟情勢評論季刊。
27. 趙方麟與洪嘉聯，2005，「產品再設計造形推演—以數位相機為例」，科學與工程技術期刊，Vol.1(3)。
28. 趙郁文，1998，「跨國委託製造對台灣資訊電子廠商營運能力之提升效果」，中山管理評論，第6卷第4期，P1113~1136。
29. 歐用生，1995，「質的研究」，台北：師大書苑。
30. 鄧建國著，2002，「設計構成中的詮釋想像空間—設計語言發展之創意程序、理論與方法」，台北：亞太出版社。
31. 鄧成連著，2003，「設計策略：產品設計之管理工具與競爭利器」，台北：亞太出版社。
32. 諾爾·提區等三人(William Joyce, Nitin Nohria & Bruce Roberson)著，2003，「4+2：企業的成功方程式」，張玉文譯，台北：天下文化出版公司。
33. 鄭榮郎，2001，「傳統產業向上提升的轉型策略」，第504期2月號，P77-80，台北：能力雜誌。

34. 賴自堅，2001，「價值工程於產品再設計之應用—以多功能防身器為例」，大葉大學設計研究所。
35. 謝碧枝，2000，「企業轉型中的多角化策略選擇-以食品業為例」，屏東科技大學農企業管理研究所碩士論文。
36. 薩爾(Donald N. Sull)，2003，「成功不墜 (Revival of the Fittest)」，李田樹、李芳齡譯，台北：天下文化出版公司。

● 英文部分：

1. Abernathy William & James M. Utterback (1978), 「Patterns of Industrial Innovation」, Technology Review, June/July, P41-48。
2. Baxter, M(1995), 「Product Design, Practical Methods for the Systematic Development of New Products」, Chapman & Hall, London。
3. Booz-Allen and Hamilton(1982),「New Product Management for the 1980's」, New York: Booz-Allen and Hamilton Inc.。
4. Brown, S. T. & Duguid, P.(1991), 「Organisational Learning and Communities of ---Practice:Toward a unified view of working, learning, and innovation」, Organizational Science,2(1), P40-57。
5. Cooper, R. G. & Kleinschmidt, E.J.(1993), 「Screening new products for potential winners, Long Range Planning」, Vol. 266, P74-81。
6. Davies-Cooper, R., Jones, T.(1995), 「The interface between design and other key functions in product development」, in Bruce, M., Biemans, W.G. (Eds),Product Development: Meeting the Challenge of the Design-Marketing Interface, John Wiley & Sons, Chichester, P81-97。
7. Ellen H.M. Moors & Philip J. Vergragt (2002), Technology Choices for Sustainable Industrial Production: Transitions in Metal Making, International Journal of Innovation Management, Vol. 6, No. 3, P277-299。
8. Eisenhardt, K.M.(1989). Building theories from case study research. Academy of Management Review, 14: P532-550。
9. Gobeli, DH and Brown, DJ,(1987), 「Analyzing Product Innovations」,Research Management, 30(4), P25-31。
10. Golden-Biddle, K. and Locke, K., (1993), 「Appealing work: an investigation of how ethnographic texts convince」, Organization Science, Vol. 4, P595-616。
11. Griffin, Abbie and Albert L. Page (1993), 「An Interim Report on Measuring Product Development Success and Failure」, Journal of Product Innovation Management, Vol.10 (4), P291-308。
12. Hayes, R. H. and S. C. Wheelwright (1979), 「The dynamics of process and product life cycles」. Harvard Business Review. Mar.-Apr. P127-136。

13. Hayes, R. H., & Wheelwright, S.C.(1984), 「 Restoring Our Competitive Edge: Competing through Manufacturing 」 , New York : John Wiley and Sons.
14. Henderson, R., and Clark, K. B.,(1990), 「 Architectural innovation : The reconfiguration of existing product technologies and the failure of establish firms 」 . *Administrative Sciences Quarterly*, 35, P9-30 ◦
15. John P. Kotter, (1995), 「 Leading Change 」 , The President & Fellows of Harvard College ◦
16. Jones, J. C. (1984), 「 A Method of Systematic Design 」 , in N. Cross (ed.), *Developments in Design Methodology*, (1st edition), John Wiley & Sons Ltd., Chichester ◦
17. Levy, A. & Merry, U.(1986), 「 Organizational Transformation 」 ,Praeger Publisher,NY.
18. Mike Hobday,Howard Rush & Joe Tidd,(2000), 「 Innovation in complex products and system 」 ,*Research Policy*,vol.29,793-804 ◦
19. Montoya-Weiss, M. M.& R. J. Calantone,(1994), 「 Determinants of New Product Performance: A Review and Meta Analysis 」 , *Journal of Product Innovation Management* 11, no.5, P397–417 ◦
20. Neuman,W.L.(1997), 「 Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Apporoachers 」 . Boston:Allyn and Bacon ◦
21. Page, A.L.(1993), 「 Assessing new product development practices and performance establishing crucial norms 」 ,*Journal of Product Innovation Management*,Vol.10,P273- 290 ◦
22. Pisano, Gray P. and S. C. Wheelwright, (1995), 「 The New Logic of High-Tech R&D 」 , *Harvard Business Review*,P31-35 ◦
23. Porter, M. E.(1985), 「 Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance 」 , New York: Free Press ◦
24. Rindova, V. P. & Kotha, S. K. (2001), 「 Continuous “morphing:” competing through dynamic capabilities, form, and function 」 . *Academy of Management Journal*, 44(6), P 1263-1280 ◦
25. Robert J. Thomas(1993), 「 New Product Development : Managing and forecasting for strategic success 」 ◦
26. Ron Adner and Daniel Levinthal(2001), 「 Demand Heterogeneity and Technology Evolution: Implications for Product and Process Innovation 」 . *Management Science* 47, No. 5, P611-628 ◦
27. Shaheen, G.T.(1994), 「 Approach to Transformation 」 , *Chief Executive* 3, P2-5 ◦
28. Weick, K. E. & Quinn, R. E.(1999), 「 Organizational Change and Development 」 . *Annual Review of Psychology*, 50, P361-386 ◦
29. Taylor, A.(1975), 「 An emerging view of creative actions 」 . In I. A. Taylor & J.W.

- Getzels(Eds.). Perspectives in creativity.Chicago Aldine. P 297-325 ◦
30. Ulrich, Karl T. and Eppinger, Steven D.(1995), 「 Product Design and Development 」 , McGraw-Hill, New York, P162.
31. Utterback, James & Abernathy, William(1975), 「 A dynamic model of process and product innovation 」 . Omega. Vol3(6) P639-659 ◦
32. Utterback, J. M., (1994), 「 Mastering the Dynamics of Innovation 」 , Harvard Business School Press. ◦
33. Van Manen, M. (1997). 「 Researching Lived Experience : Human Science For An Action Sensitive Pedagogy 」 . (2ed Edition). The Althouse Press. London, Ontario, Canada: State University of New York Press ◦
34. Yin, R. (1994). 「 Case study research: Design and methods (2nd ed.) 」 . Thousand Oaks, CA: Sage Publishing

