

新型自動校正高精度數位迴轉台經營策略與商品化分析

林慎旺、曾倫崇、陳世琦、廖學正、劉珮琳、彭士娟

遠東科技大學行銷與流通管理系、嘉南藥理科技大學休閒保健管理系、基益企業（股）公司協理、國立台南工業學校機械科、遠東科技大學-工商管理系

sw.lin999@msa.hinet.net、lunchunglct@yahoo.com.tw

摘要

台灣地區精密機械廠商大都為中小企業家庭式的經營模式，不但無長遠的策略規劃且資源和能力匱乏，無法有效地建立和提升核心的競爭能力和優勢，未來在國際市場競爭舞台中，不但將面臨嚴峻的挑戰且可能被淘汰出局，這是值得政府和產業內各家廠商高度重視和深思的問題。本研究的目的是在於發展其企業經營策略，進而將創意商品成功地商品化。本研究包含深入訪談、焦點訪談等不同研究方式。本研究發現，機械業從以往重視利基市場，掌握特定客戶，一年以維持幾億銷售額之時代已過去。新產品機種市場空間大，業者唯有致力突破技術瓶頸，開發出新產品，始能躋身世界級大廠。我國機械工業的發展向以單機為主，且和先進國家技術水準間仍存在一段差距，在下游產業製程自動化和精密化等的追求下，造成我國機械產品無法真正有效落實市場需求，機械市場年進口依存度居高不下。在此雙重壓力下，唯有致力於機械工業的升級發展，才能真正解決問題。在國內機械業中，業者一大困擾為同行低價競爭，建議業者惟有創造「差異化」才能建立「獨特競爭優勢」，而免於「價格競爭」，透過「較佳的創新」、「較佳的品質」及「較佳的顧客反應」，才能真正建立獨特的競爭優勢。本研究最後就產業產品之建議如下幾點：(1)產業群聚(2)再造工程，做好接班(3)尋找利基永續經營(4)提升售後服務，精益求精。

關鍵詞：商品化、經營策略、數位迴轉台

1、緒論

1.1、研究背景

精密機械為台灣地區機械出口重要的產品，但近年來整個產業的外在環境驟變，廠商面臨經營轉型的問題，包括(一)中國注塑機產業快速崛起，挾其成本之優勢，不但產量居全球第一，且嚴重侵蝕台灣原所擁有的傳統新興國家市場；(二)全球市場朝區域經濟整合，台灣地區因政治等因素，無法享有自由貿易和優惠關稅，勢必日益遭致邊緣化；

在國際化、自動化趨勢的衝擊下，加速推動工業自動化以促成產業升級，創造高附加價值並提高國際競爭力是國內各企業的當務之急。就目前產業界應用而言，傳統機械式迴轉台仍是主流，但從工業發展的未來趨勢和國內企業在國際化競爭中的長遠利益來看，為为了提高產品在國內乃至國際市場的競爭力，增強產品的生命力，把在機械工業加工中應用較多的迴轉台數位化、自動化以實現其高精度已刻不容緩。

台灣地區精密機械廠商大都為中小企業家庭式的經營模式，不但無長遠的策略規劃且資源和能力匱乏，無法有效地建立和提升核心的競爭能力和優勢，未來在國際市場競爭舞台中，不但將面臨嚴峻的挑戰且可能被淘汰出局，這是值得政府和產業內各家廠商高度重視和深思的問題。

1.2 研究動機與目的

契合顧客需求的新產品行銷策略一直是新產品（服務）成功的關鍵之一，而重視環境保護的綠色行銷和商品化也是近年來行銷領域研究的熱門話題。但如何將綠色產品從設計、採購、製造、行銷到商品化整合策略上面，國內一直較缺乏这方面的研討，綜合過去本人研究的領域，正適合此領域之