

東海大學社會學研究所博士論文

指導老師：高承恕 教授

**全球零售變革與資本主義支配結構轉型**  
**以台灣面板產業為例**

Global Retail Revolution and Transformation of Capitalist

Dominative Structure:

TFT-LCD Industry in Taiwan as An Example



研究生：陳迪暉

2010年1月

感謝 東海大學東亞社會經濟研究中心

暨我們的研究團隊

高承恕

劉維新

涂一卿

吳宗昇

何彩滿

林志遠

李育儒

徐秀琴

徐偉傑

張凱祥

黃湘霽

林宛蓉

戴盛柏

江聖哲

## 摘要

奇美和友達這兩家台灣規模最大的面板製造商在營收能力上皆呈現高度的成長表現，但營收能力的提升並無法同時帶動獲利能力的隨之提升。從供給面(supply side)的因素來看，面板產業仍在國家政策、資金取得、全球市佔規模、人才、生產組織、生產方式乃至於社會制度環境等面向上仍保有一定的優勢，因此面板產業在營收與獲利能力之間的重大落差就不能僅從供給面因素來解釋，當中必然有其他更值得分析的結構性因素存在。本文從需求面(demand side)的角度來重新看待面板產業，以供給面、交換面及需求面這三個面向之間的關聯檢視並考察台灣面板產業所處市場結構之形成與變遷，透過發現該產業的運作機制，探究其結構中具有支配力的主要因素，以及資本主義社會支配結構的轉型。

在供給和需求之間必須有一個機制產生，那就是中介需求(intermediary demand)的概念。這種介於製造供給端、交換端及消費需求端的行動者，在資本主義體系中的支配力愈來愈大。他們的議價能力愈來愈強，同時也往生產端傳遞預期的需求，進而改變了供應鏈的組織行動與競爭關係模式，在這個過程中往往決定了供應鏈廠商的成本結構和利潤。從本文的討論得知，大型零售商具有把個別需求集結起來的能力，在面對眾多供應商時，對於製造商很有講價能力，特別是他們又是最直接面對個別消費需求，因而對需求的預測及理解比起生產場域中的各個行動者具有更強的能力，供應鏈的組織行動可以說是對此的回應。

全球零售方式的演變，亦即大型零售商的興起，一方面改變消費者的採購方式；另一方面的影響則表現在全球製造供應商的競爭生態。大型零售商位居採購中間商的角色，站在具有主導性的制高點上，在一端它掌握了生產端；而在另一端則掌握了消費端，也就是通路。它決定販售商品的內容，甚至決定價格的調升或下降，製造業在這裡可以說是對於需求的回應。

需求面的研究取向是一種市場形塑過程，強調市場並非自主形成或自動連結

供需，市場是由有意識的經濟行動者意圖發展並且提升交易機會而形成的。市場製造者(market-makers)已來自全球大型零售業者，成為主導全球經濟的主要組織者以及驅動者，同時也創造了市場結構和定義市場部門的競爭。本文之所以從需求面觀點，重新理解台灣面板產業所面臨的問題及其供應鏈的運作關係，透過整個面板供應鏈如何回應國外買者需求的討論，所反映的正是全球零售變革與資本主義支配結構轉型的宏觀結構變化。

需求面的影響性日增，必須有別於過去側重生產技術面的單向討論。過去大多看重東西是如何被生產出來，卻很少談及這些東西是怎麼銷售出去又是賣給誰，因此需求面的研究取向將對經濟社會學產生相當大的典範移轉。本文側重全球通路與面板產業發展關係之研究，讓以往不被注意的消費、通路與需求，能夠與產業、政策及資本市場結合，共同開創面板產業之新局，並重新反省在供給面基礎上的觀點爭論。本文指出大型零售商與台灣面板產業之間的關係，以及與台灣廠商組織再造的關連性，理解台灣面板之生產與銷售的供應結構，除了據以重新解釋營收與獲利間落差的因素外，也能進一步發現台灣面板產業未來的潛在機會、發展策略與可能面臨到的危機以及困境。

本文並非意指大型零售商對生產者的關係是一種絕對支配(dominate)進而形成一種零合遊戲，而是另一種支配(steering)型式的出現。現今社會學對於產業研究必須開創一種新的視野，亦即不能再將供給面當成是支配經濟社會運作的唯一因素，從需求面來理解實在界可以對過去社會學的產業研究諸多觀點進行反省。因此，由面板產業現象所延伸的是面對不同於過去的經濟趨勢，那麼在經濟發展策略上就不能再像過去僅僅偏重供給面，同時也必須考量需求面的重要性。

關鍵字：面板、液晶電視、供給面、需求面、中介需求、大型零售商

## Abstract

Both of the largest TFT-LCD manufacturers in Taiwan CHIMEI and AUO have high degree of revenue growth performance, but the high capacity of revenue can not simultaneously make profit rise. From supply side factors, state policy, capital acquisition and human resource, scale of global market share, ways and institution of production, social institution all contributive TFT-LCD industry, so we can not explain the gap between revenue and profit from above reasons or OEM. In contrast with supply side approach, this doctoral dissertation uses demand side approach to review TFT-LCD industry, and to analyze the relationship among supply, exchange and demand fields for exploring the form and change of TFT-LCD market structure. Thus, by discovering operational mechanism of TFT-LCD industry, this dissertation can find the key dominative actors in TFT-LCD market structure and transformation of capitalist dominative structure.

Intermediary demand are necessary actors which exist supply, exchange and demand or consumption fields at the same time, they have more and more dominative power in capitalism. Because they have more and more ability or bargaining power to make price and deliver estimated demand for manufacturers, they also affect or change organizational action, cost structure, profit and competition model in supply chain. From discussion of this dissertation, giant retailers have the ability to integrate individual demand, cause they have bargaining power to make price when they consult with suppliers. In particular, giant retailers directly contact individual consumer demand therefore they have more ability to estimate and understand what demand is than manufacturers, thus, organizational action in supply chain could be response to giant retailers.

The evolution of global retail model and development of giant retailers have changed consumer behavior and affected the competitive environment of global producers or suppliers. Giant retailers are intermediary demand and commanding height position holding producers, suppliers and consumer demand channels. Producers or suppliers must react demand because giant retailers can regulate price and decide what product to sell.

The research approach of demand side is a process of market making, market does not automatically shape or link supply and demand, market is shaped by economic actors who intent to develop and create transaction opportunities. Giant

retailers are market makers, they steer and drive global economy, they also create market structure and define what market competition is. This dissertation using demand side approach can reflect global retail revolution and great transformation of capitalist dominative structure through analyzing and discussing the problem of Taiwan TFT-LCD industry and supply chain how to operate or react international buyers.

We do not only discuss supply side how commodities to make but also pay attention to the importance of demand side because demand side have obviously affected economic society, previous research still pay less attention to this dimension. The research of demand side approach will establish obvious paradigm shift of economic sociology. This dissertation focuses on the relationship between global channels and TFT-LCD industrial development, and combines ignored consumption, channels, demand with industry, policy and capital markets, in order to find the opportunities and strategies for Taiwan TFT-LCD industry, besides, this dissertation can reflect the argument about supply side perspective. This dissertation re-explains the gap between revenue and profit through pointing out the relationship between giant retailers and Taiwan TFT-LCD industry, its organizational reconstruction, and the structure of production and sale. By the way, this dissertation hopes to find further potential opportunities, developing strategies and limitations for Taiwan TFT-LCD industry.

This dissertation does not mean that giant retailers have absolute dominative power to manufacturers consequently become a zero-sum game, but there exists another steering model in the market. Current sociological research for industry must create a new vision, that is, supply side can no longer manipulate the economy as it is the only factor in the economic society. We can reflect a lot of perspective of past sociological research for industry from demand side perspective. Finally, this dissertation argues that economic situation is different from past through the phenomenon of TFT-LCD industry, then the strategies of future economic development can no longer focus only supply side, but also must consider the importance of demand side.

Key Words: TFT-LCD, LCD-TV, Supply Side, Demand Side, Intermediary Demand, Giant Retailer

# 目錄

第一章：序論.....	1
第一節 面板產業的困境：供給面優勢與獲利能力間不對稱性.....	3
一、台灣面板產業發展史與全球位置	
二、為何談面板產業？面板產業對台灣經濟的重要意義	
第二節 問題背景脈絡：供給面 需求面觀點的解釋困境.....	15
一、面板產業研究文獻的供給面、需求面觀點	
二、社會學在產業研究上的觀點	
(一)社會學在產業研究上的政治經濟學解釋	
(二)社會學在產業研究上的經濟社會學解釋	
(三)社會學在產業研究上的國際歷史脈絡解釋	
三、產業研究上的新古典經濟學解釋	
第三節 可能的解釋方式：本文擬採用的觀點 對話及概念工具.....	46
一、Fernand Braudel 與 Pierre Bourdieu：交換場域與場域區隔	
(一)Pierre Bourdieu：場域	
(二)Fernand Braudel：形形色色的交換	
(三)交換場域中行動者之角色界定與分析	
二、社會網絡、交易成本與有效需求：通路商種類、功能與位置	
(一)通路類型	
(二)通路商的功能	
三、Gary Gereffi：全球商品鏈	

四、 Gary Hamilton：全球零售革命與東亞經濟發展的國際歷史脈絡	
五、 Neil Fligstein：Marketing of Control 與資本主義支配結構	
六、 本文的概念工具及名詞界定	
第四節、 研究對象與研究方法.....	66
一、 研究對象	
二、 研究方法	
第二章：需求面經濟的驅動者：變革中的通路.....	69
第一節、 大型零售商的興起及社會影響.....	69
一、 促成需求面經濟成為可能的工業革命：從賣方到買方市場	
二、 通路結構變遷之全球零售變革發展史	
(一)零售產業分類及零售商類型	
(二)全球零售產業變革：大型零售商出現	
三、 零售變革對社會的影響力表現	
(一)對消費場域的影響力表現：消費行為模式改變	
(二)對全球經濟結構的影響力表現	
四、 品類殺手：大型零售商對傳統銷售通路的取代與寡佔	
五、 全球零售業之變革發展趨勢	
第二節、 大型零售商的經營模式與經營策略.....	83
一、 經營模式	
二、 低價策略	



- (一)改變製造商原有的利潤和成本結構
- (二)製造商之間降低生產成本以低價競爭取得大型零售商訂單

### 三、大量採購與大量銷售

- (一)捨棄經銷商直接向製造商大量採購
- (二)部份商品以組合包裝形式提高銷售量
- (三)以大量銷售的高營收彌補低的商品毛利

### 四、以低的營運成本減少商品毛利率低的衝擊

- (一)低運費的優勢
- (二)低薪資的非專業性員工
- (三)非精緻化及自助式的消費空間
- (四)經營通路商品牌

### 五、商品選美會場

- (一)陳列多樣化商品供消費者選擇比較
- (二)消費者比價造成品牌效應遞減

## 第三節、大型零售商的權力構成與優勢.....92

一、生產端到消費端的接連成為可能：功能及經營模式決定了位置

二、同時掌握生產端與消費端的制高點位置：位置決定了權力構成

- (一)對生產端的數量規格要求與議價能力
- (二)產業通路的掌控者
- (三)決定商品上架內容
- (四)具有定義有效需求的能力

## 第四節、小結.....98

## 第三章：台灣液晶電視面板產業分析.....101

第一節、廠商概況.....	101
一、台灣廠商	
二、主要國家廠商現況簡介	
(一)韓國廠商	
(二)日本廠商	
(三)中國大陸廠商	
(四)台灣與日本、韓國競合關係	
第二節、台灣液晶電視面板產業上中下游供應鏈.....	123
第三節、液晶電視面板廠商的通路構成.....	130
第四節、產業特性.....	134
第五節、小結.....	137
第四章：從終端需求出發：下游液晶電視品牌廠商到中游面 板製造商.....	139
第一節 液晶電視：痛苦的成長.....	140
一、誰定義主流尺寸	
二、市場現況	
(一)售價下滑的供給面和需求面因素解釋	
(二)降價刺激需求但仍未全面開出	
(三)痛苦的成長：降價誘發需求與獲利間的兩難	
(四)售價以外的需求關鍵：社會與心理因素	
第二節、終端大型零售商、下游液晶電視品牌廠商與中游面板製	

造商關係分析.....	152
一、 面板製造商面板報價與大型零售商液晶電視售價關係	
二、 大型零售商、 液晶電視品牌廠商與面板製造商權力關係	
三、 液晶電視品牌廠商回應大型零售商的組織行動	
(一)降低生產成本並提高出貨量	
(二)對面板價格施壓以降低產品成本	
四、 面板製造商回應液晶電視品牌廠商的組織行動	
(一)生產基地外移至生產成本較低的地方	
(二)以垂直整合方式取得零組件價格優勢	
(三)透過合併擴充生產規模以彌補低毛利	
第三節、 小結.....	176
一、 組織策略受到需求端的影響	
二、 以大型零售商觀點補充市場供需因素造成的低毛利解釋	
三、 需求端的權力影響與液晶電視面板產業特性有關	
第五章：從終端需求出發：中游面板製造商到上游關鍵零組 件廠商.....	187
第一節、 面板製造商低毛利對零組件廠商的影響.....	194
一、 面板製造商對零組件供應價格施壓以降低面板成本	
(一)零組件廠商毛利降低	
(二)零組件廠商降低生產成本以因應面板製造商施壓所造成的低毛利	
二、 面板製造商為降低成本自製零組件造成零組件廠商訂單流失	

(一)零組件廠商營收減少	
(二)零組件廠商訂單只能依賴面板製造商	
(三)零組件廠商進入中國面板市場尋求新訂單	
(四)面板及液晶電視生產線又隨零組件廠商地理空間移動	
第二節、終端需求做為面板製造商與零組件廠商權力關係的驅動者.....	225
一、大型零售商影響中游對上游供應鏈結構的權力關係	
二、面板製造商的權力影響與零組件產品特性有關	
第三節 小結：需求端建構供應鏈的組織行動.....	230
第六章：結論.....	233
第一節、研究總結.....	233
一、大型零售商影響上中下游供應鏈的重組、競爭生態、成本結構與利潤分配	
二、組織行動做為一種對需求端的回應	
三、需求端的影響力與產業特性有關	
四、從需求端重新回答台灣面板產業高營收與低毛利間的不對稱性	
第二節、觀點反省.....	248
一、經濟社會學從供給面到需求面取徑移轉的可能性	
二、對需求面文獻的再反省	
三、從需求面重新反省觀點爭議	

(一)通路與有效需求的連結	
(二)品牌與代工	
(三)紅海與藍海策略	
(四)規模經濟與利基市場	
(五)國家理論、世界體系理論與依賴理論	
四、任何供給面優勢最終都需配合強大通路才有意義	
五、經濟發展政策不只在於生產更重要的是如何賣及賣給誰	
第三節 資本主義支配結構轉型：從供給面到需求面.....	284
第四節 未來研究方向：具有中國特色的社會主義市場需求.....	288
附錄.....	293
一、訪談名單	
二、台積電營收毛利長期彙整紀錄	
三、奇美營收毛利長期彙整紀錄	
四、友達營收毛利長期彙整紀錄	
五、液晶循環的呈現狀態	
六、台灣面板產業歷史發展的四個階段	
七、台灣面板產業的初期發展因素及背景	
八、台灣大尺寸面板業者自日本引進技術情形	
參考書目.....	301
一、中文參考書目	

二、英文參考書目

三、翻譯書籍

四、官方資料

五、媒體資料

六、網路資料

七、產業研究機構報告

八、公司年報