

第一章：序論

資本主義社會中的支配結構是什麼？這是一個大的問題。從古典社會學的討論或許可以讓我們得到一些線索，他們對資本主義社會的討論幾乎主要都著墨在工業生產上。的確，古典社會學家當時所身處的正是西方工業革命後的年代，當時資本主義社會的運作正是由製造部門佔據支配性地位，因而他們在這個基礎上能夠對當時的社會現象或問題提出許多寶貴見解。總的來說，古典社會學家對當時資本主義社會的分析雖然有些文獻涉及金融領域，但除此之外，幾乎所有的論述基礎都集中在工業生產的供給面(supply side)上，也就是將工業生產當成是社會變遷的主要支配力量。

然而，從二十世紀後半葉開始，我們似乎看到全球資本主義的支配結構正在進行轉型，而這種轉型的背後則是由許多的社會條件所促成。相較於過去，支配資本主義社會運作的力量是否不再只是來自工業生產的供給面？因為我們可以發現當代資本主義社會的發展，儘管工業生產的供給面優勢隨著時間不斷增長，但仍然不足以用來支撐全球資本主義的順利運作，甚至在歷史上還產生多次危機。如果說供給面優勢仍然支配著資本主義社會使其得以順利運作的話，為何整個資本主義社會還會發生週期性的危機？

上述問題說明，我們對資本主義支配結構的理解不能再停留在供給面的優勢上。需求面(demand side)可能是我們重新用來分析資本主義支配結構及其運作的切入點。若要從需求面來重新理解資本主義的支配結構轉型，首先會面臨到一些問題，那就是「需求面是如何產生的」以及「需求是由誰所導引的」？如果說將需求面當成仍然是由供給面所導引，也就是說只要有供給面的存在，需求面就會自動產生的話，那麼資本主義的支配結構就與過去無異，運作也不會發生問題，但情況似乎不是如此。

相對於供給面，需求面是否逐漸在資本主義社會結構中產生支配力？這是本

文最核心的關懷。若要回答這個問題，美國六十年代開始的零售革命是一個重大轉折。零售革命開始改變過去資本主義運作由生產者導引的態勢，特別是大型零售商(giant retailer)的出現，隨著時間的增長，在資本主義社會結構中的影響力似乎愈來愈大。本文認為，供給與需求的配對並不完全是來自市場機制，需求並不會自動形成，也不只是由生產者單方面的導引，背後有一個扮演中介者的角色來導引有效需求的形成，同時也可能形塑供給面的樣貌，進而使供給與需求產生連結，這個扮演關鍵性中介角色者的就是大型零售商。

在上述前提下，如果要說明需求面是支配當代資本主義社會運作的核心，就必須證明大型零售商在資本主義結構中的支配(steering)¹位置，也就是說明大型零售商能夠形塑需求面並且對供給端造成影響。問題是大型零售商如何且為何能夠形塑需求？對供給端又造成什麼樣的影響進而連結供給與需求？大型零售商是否真的能有如此力量，因而取代生產者，成為當代資本主義社會運作的支配者？

為了回答資本主義支配結構轉型的諸多問題，本文以台灣 TFT-LCD²產業為策略點，對此課題進行深入的分析。台灣面板產業是政府大力支持的產業之一，因為資本密集的產業特性不斷進行聯合貸款擴充供給面規模，以維持在全球的競爭優勢，問題在於儘管台灣面板產業的規模如此之大，但獲利能力始終不佳。為什麼面板產業能夠作為本文的研究策略點？從台灣面板產業身上發生的現象，讓我們可以再次回到前述提及的問題，就是生產的供給面優勢可能不再是支配資本主義社會運作的核心，需求面或許更為關鍵。特別是在需求渾沌未明的情況下，大型零售商對需求面的導引更為重要。因此，本文將有別於過去側重生產供給面的分析方式，改以需求面的研究路徑，除了用以回答台灣面板產業在規模與獲利

¹ 此處之所以用 steering 而不用 dominate 這個字的用意在於，大型零售商對資本主義的支配並非像福特主義時期的那種絕對支配，而是比較像是汽車方向盤那般具有導引市場需求方向的能力。

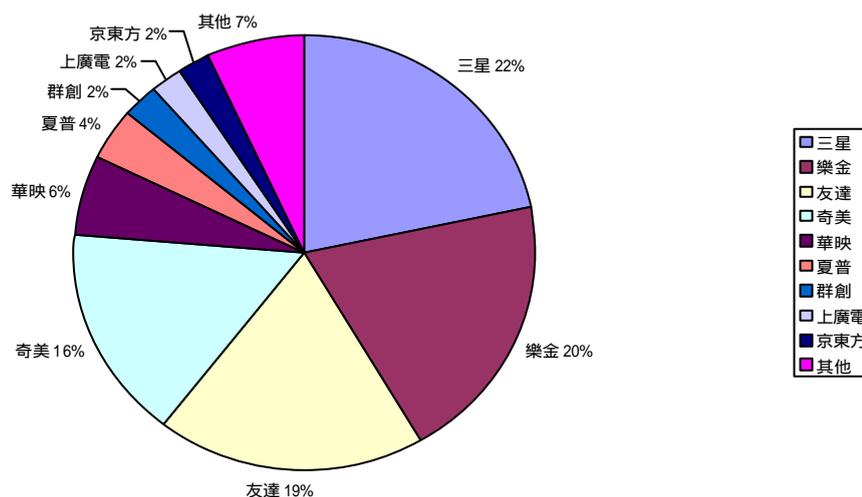
² Thin-Film Transistor Liquid-Crystal Display，中文可稱為液晶顯示器、平面顯示器、液晶面板、面板或稱為薄膜電晶體液晶顯示器，以下文中簡稱面板。

間產生落差的原因外，更重要的是試圖說明資本主義支配結構產生轉型的宏觀現象。

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

儘管台灣的面板產業規模在政府大力扶植下已成為全球第一，但問題在於獲利能力始終無法反映在供給面的優勢上。台灣面板產業在供給面的優勢上是不成問題的，那麼問題是出在什麼地方呢？從供給面來看，目前韓國、台灣及日本甚至是後起之秀的中國大陸在面板產業上蓬勃發展，10 吋以上大型面板市佔率及產值是全球的前三大(見圖 1-1 及表 1-1)。若以面板面積來計算，前五大廠商為 Samsung LPL³、友達光電(AUO)、奇美電子(CMO)與 Sharp；在液晶電視(LCD-TV)面板出貨排名上，LPL 則名列第一；其他依序為 Samsung、奇美、友達與 Sharp。當中台灣大型面板? 值全球佔有率由 2001 年的 24.3%，大幅攀升到 2004 年的 38%，已成? 超越日本，僅次於韓國的全球大型面板第二大生產國。

圖 1-1：2008 年台日韓中全球大型面板市佔率



資料來源：iSuppli 2008；本文繪圖

³ 韓國面板大廠樂金飛利浦公司已於 2008 年 3 月 3 日起，改名為樂金顯示器公司(LG Display，簡稱 LGD)。

表 1-1：2008 年台日韓大型面板產值

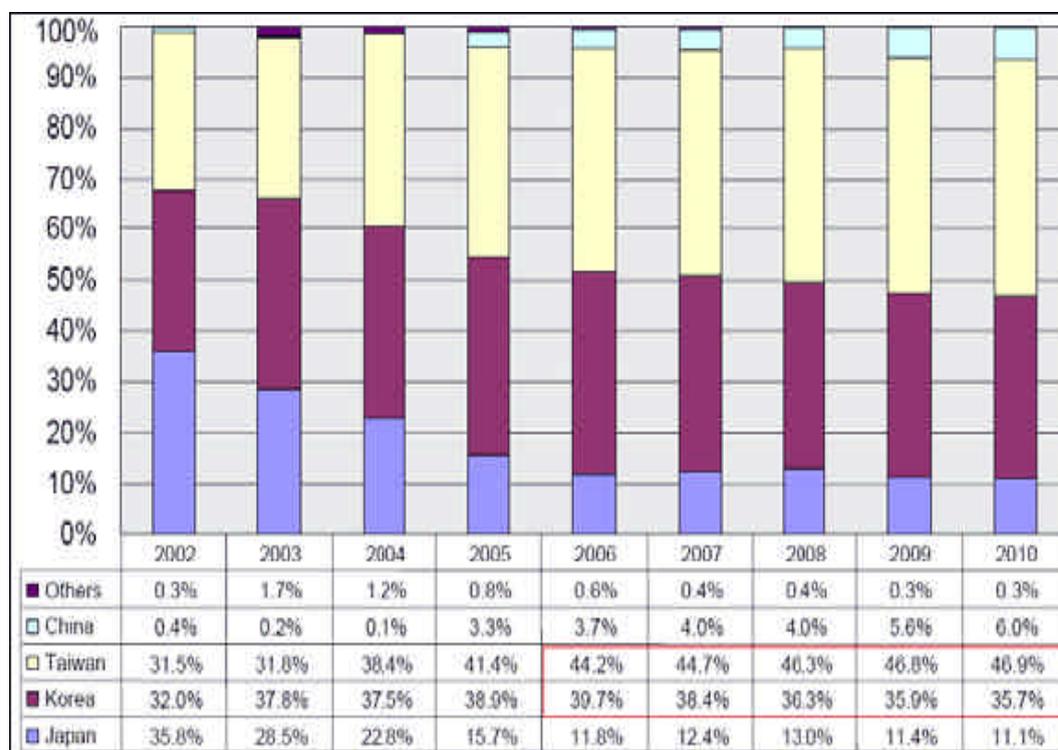
單位：新台幣億元

	產值	比重
台灣	13124	48.7%
韓國	11213	37.7%
日本	2560	9.5%

資料來源：工研院 IEK-ITIS 2008

雖然台灣投入面板產業的時點較日、韓晚，但台灣延續 IT 產業供應鏈(supply chain)的群聚效應與完全彈性生產優勢，加上日本廠商策略性的支持，隨著全球面板產業之發展，台灣業者積極擴產以因應市場的需求。因此，2005 年第四季台灣業者的總產能已領先韓國，2006 年成為全球面板產能最大的國家(見圖 1-2)。

圖 1-2：台日韓大型面板產能



資料來源：Display Search 2006/08

如前所述，面板產業投入巨大，獲利能力為何不佳？面板產業本身有何獨特

性？由於面板和半導體是目前台灣最具國際影響力的產業，學界在研究面板產業時常將兩者對照。如葉惠娟 (2001a) 認為面板和半導體產業同時都具有技術密集、資本密集、下游應用產品生命週期短以及景氣循環等特性。的確，對面板產業而言，所呈現出的現象雖然也和半導體產業一樣是高資本投入與高營收，但本文認為面板產業在獲利能力的表現上卻是值得深究的。若對照於半導體產業，半導體產業是一種高資本投入、高營收，但同時卻也是具備高獲利能力的產業。本文僅以半導體產業的龍頭企業台積電(TSMC)與面板產業的龍頭友達、奇美作比較，可以從一定程度上檢視面板產業的獲利能力高低以及獲利能力的特性。

台積電的營收表現皆呈現正向成長，且獲利能力皆有百分比二位數的表現⁴。對照面板產業，奇美和友達的獲利走勢非常相同⁵，兩家公司在 2001 年第二季至第四季獲利能力皆呈現負數，但從 2002 年開始一直到 2004 年的三年時間中，兩家公司的獲利能力卻都和半導體一樣呈現百分比二位數的獲利表現。2005 年開始是變化重大的一年，雖然營收與規模或不斷增加或是沒有太大的變動，也就是營收並沒有減少，但兩家公司的獲利能力卻沒有隨之增加，反而皆呈現大幅衰退的現象。即使兩家公司在 2005 年第三季的獲利能力呈現個位數的正數成長，但與該季營收增減率相較之下，獲利能力的增加卻無法反映營收增減率的比重，也無法與前三年的獲利能力相提並論，但這樣的情形並沒有發生在半導體產業身上。2005 年台積電的獲利能力相較於過去並沒有太大的差異，且呈現穩步提升態勢。

由此比較觀之，可知面板產業獲利能力呈現較大波動特性，亦即具有與產業景氣循環特性相似的液晶循環(crystal cycle)⁶之特性⁷。

⁴ 見附錄二。

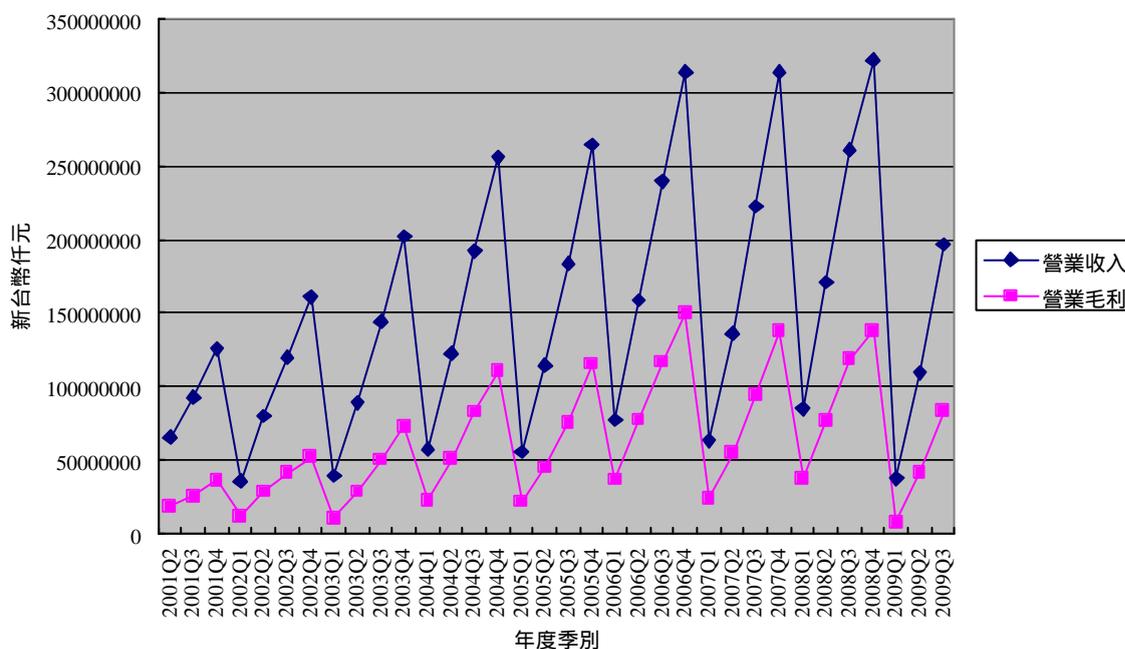
⁵ 見附錄三及附錄四。

⁶ 液晶循環意指面板供給與需求的失衡，所造成的面板價格週期性波動現象。從供給面與需求面觀之，上游原物料與零組件的供給會影響中游面板製造廠商的產能擴張與建置新世代生產線的限制；而當需求前景樂觀時，面板廠商往往會採取產能擴張策略，高昂的投資成本成為廠商的退出障礙，更反過來造成生產鏈的各環節不確定性提高，最終造成面板供給與需求難以達到均衡狀

雖然奇美和友達這兩家台灣最大的面板供應商皆於 2002 年至 2004 年期間在獲利能力上呈現二位數百分比的表現，但換個方式從圖 1-3、圖 1-4 及圖 1-5 的營收毛利走勢圖來對照於半導體產業，可以發現面板產業在毛利跟隨營收上揚的程度上不及半導體產業，且面板產業在營收與毛利曲線間的距離也較半導體產業來得大，也就是營收能力的提升並無法充分反映在獲利能力的提升上。

由此可以發現，儘管面板產業在 2002 年至 2004 年間擁有不錯的獲利能力，但從長期趨勢來看，營收能力即使維持穩定或是不斷增加，但獲利能力卻無法和半導體產業一樣完全跟著提升。面板產業的整體獲利能力呈現出的是一種液晶循環的特性，波動較大，且循環週期愈來愈短。

圖1-3：台積電營收毛利走勢圖

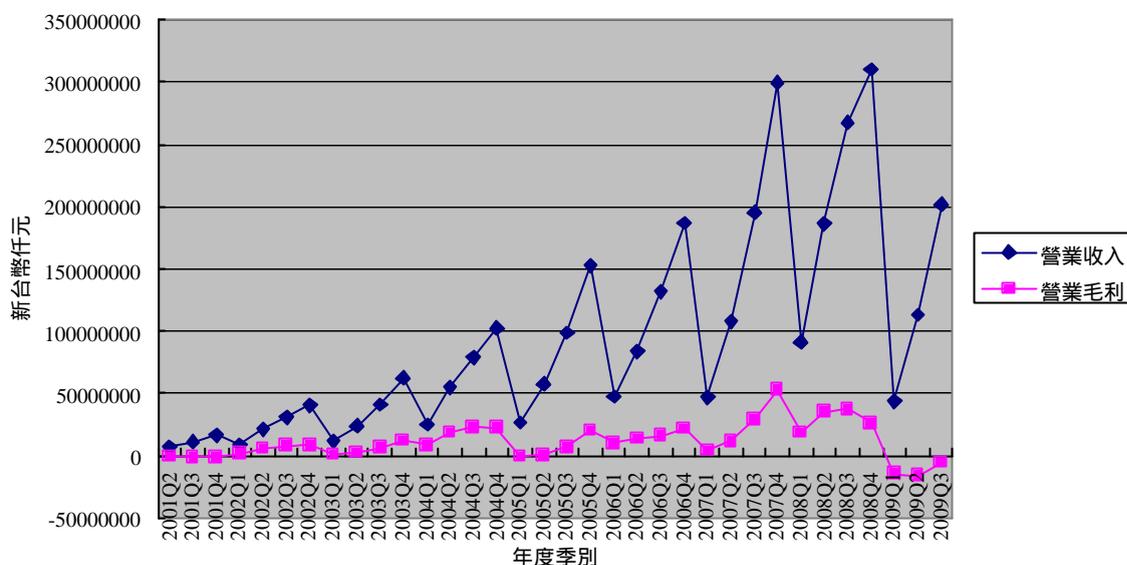


資料來源：<http://newmops.tse.com.tw/>，公開資訊觀測站；本文繪圖

態。液晶循環也代表產業結構的轉變，從 1990 至 2005 年間，已有數次明顯的液晶循環，液晶景氣循環第一波由筆記型電腦帶動；第二波成長則由液晶面板監視器取代傳統映像管監視器；第三波的成長則是寄望液晶電視取代傳統映像管電視，且 07 年面板的主戰場已由 06 年的 6 代線轉移到 7~7.5 代線。

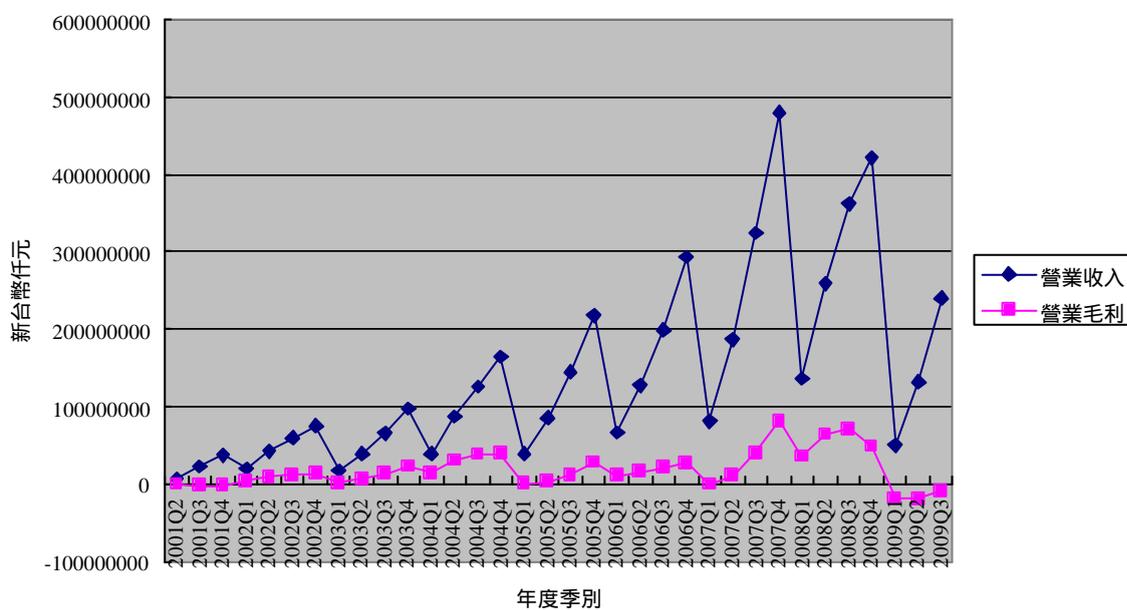
⁷ 見附錄五。

圖1-4：奇美營收毛利走勢圖



資料來源：公開資訊觀測站；本文繪圖

圖1-5：友達營收毛利走勢圖



資料來源：公開資訊觀測站；本文繪圖

回顧台灣過去的產業發展過程，鮮少有一項產業和面板產業一樣投入龐大的資本，但從產業開始發展至今卻沒有太過耀眼的獲利表現，甚至面板產業的獲利

能力在其液晶循環低點時，還不如許多傳統產業。儘管半導體產業和面板產業都一樣投入大量的資本，但從半導體產業的發展過程來看卻都一直維持著極佳的獲利表現。面板產業是否可以被稱之為「高科技產業」是可以再被討論的。

雖然奇美和友達是兩家不同的公司，但再次從圖1-4及1-5來看，其營收毛利卻呈現出極為相同的走勢。這表示面板產業獲利不佳和液晶循環的成因並非微觀的組織能力因素所能解釋，當中一定是有兩家公司同樣面對的更宏觀結構因素所造成。因此，為何台灣面板產業之獲利能力不佳且呈現出液晶循環之波動性？本文關注的焦點將是什麼宏觀結構因素導致此種情境的出現。

探究其原因，是「供給面」出現問題使然？亦或者是代工經濟所必須面對的必然結果？從供給面的因素來看，面板產業仍在國家政策、資金取得、出口導向、人才教育、規模、高儲蓄率、組織管理、製程與供應鏈整合、成本控制及技術創新、社會環境、社會制度與文化等面向上保有一定的優勢與決定性。例如在國家政策的協助上，政府透過獎勵措施、工研院技術小組、工業局資推小組、人才延攬機制及技術教育等政策，提升其生產技術（王淑珍 2003：265-305）。行政院長謝長廷也在2005年8月17日表示，全球面板業朝向大者恆大，台灣面板業者太多，不利競爭，應走向合併，將由經濟部推動面板業合併，由政府主動協助，達到此目標（張義宮 2005a）。

為了突破面板設備進口壟斷的困境，化解國內面板業的成本障礙，同時提高面板產業的附加價值，經濟部工業局投入新台幣十五億元，推動平面顯示器設備及零組件的國產化，輔導120家以上國內廠商共同開發平面顯示器生產設備，以達到2008年國內面板全製程設備自給率50%以上、產值840億元以上、零組件自給率達70%及產值175億元以上的目標，和日、韓一拚高下（黃玉珍 2006）。南部科學園區管理局也運用現有的優勢，與工研院、金屬中心與地方政府，以及優貝克、大福科技、東台精機、帆宣科技等設備廠，共同發展建設為平面顯示器設備製造整合中心。並根據南科廠商採購委員會整理的下游優良廠商名單，使面板

產業所需的相關設備，可以在當地生產，並結合奇美電與優貝克兩大廠商建立的設備供應鏈體系，與園區廠商採購委員會的訊息互通，共同在南科建立設備製造整合中心，使光電產業聚落得以形成。

此外，由於光電產業在南科已形成聚落，為響應政府政策，協助南部八縣市的傳統產業升級和轉型，工研院特投下鉅資，興建六甲園區，規劃成綠色、數位與健康產業科技研發與應用園區，並以優越的交通網，做為南科、南科工及高雄園區等南部科技產業鐵三角的後盾，從事創新研發事務，希望有效改善南部研發環境（吳國棟 2005）。在資金取得上，政府也扮演相當重要的影響角色，為了面板廠的競爭力，主管機關對增資的審核，依承銷券商不同，改採差異式的管理，另外也會針對個別公司、產業去評估是否有增資的需要（黃智銘 2005）。

若從代工的因素來看，對於同屬代工經濟的半導體產業而言，在獲利表現上就沒有出現前述面板產業的狀況，因此面板產業在獲利能力上的表現就不能僅從供給面以及代工的理由予以解釋，當中必然有其他更值得分析的因素。對面板產業來說，高度的資源投入為何沒有高利潤的產出？其獲利能力為何呈現波動性？只是經濟學的市場供需說法或其他學科的理论就可以給出解釋嗎？還是有其他資本主義結構因素的影響呢？背後因素、關鍵機制何在？

本文在此可以有何作為呢？以台灣面板產業為例，藉由需求面的研究路徑，檢視面板產業所處的整個產業鏈(industry chain)之運作機制，探究資本主義支配結構及其變化，這是本文所要回答的最主要問題。

一、台灣面板產業發展史與全球位置

廣義的面板最早是用於軍事用途，爾後才由日本廠商 Sharp 導入日常生活之中，用於電子計算機上，並加以商業化。而台灣第一家從事較為低階面板生產製造是由敬業電子所引入，一方面創業者(周天祥與李逸士)剛好在美國研發軍事設備，具有這方面的長才；另一方面則是台灣電子錶市場快速成長，使得電子錶零

件的需求激增⁸。1970 年代台灣發展電子裝配產品，其中電子錶堪稱代表，由於李逸士牽線，敬業電子周天祥承接休斯的顯示器代工(OEM)，還派遣工程師前往休斯飛機受訓，美國也派工程師赴台協助機器設備與安裝（王淑珍 2003）。當時技術雖高，但是可以看出產業關聯還未形成，因為驅動 IC 得從美國進口，液晶材料則自行調配。對照當時的日本，其產品線完整，三大材料也齊全，台灣還要從日本進口。因此幾個已經成立的電子企業，例如敬業還是在 1981 年結束營業，不過，散流出來的人才則成為這個產業的技術種子。

這是台灣面板產業的最原初起點，主要以小企業為主體，尚未成氣候。直到 1990 年，才由具規模的碧悠電子挹注新台幣十二億元向日本 Sharp 購買相關製程設備，將既有的人才與技術加以整合，開啟台灣面板產業的新頁⁹。但是，無論在技術的研發、良率，或者是產量規模，皆不及於日、韓大廠。同年，聯華電子成立聯友光電，決定從半導體跨足至面板產業，市場定位於日本柏青哥顯示器，但是由於產品良率不佳，且市場規模不大，所以一開始幾乎年年虧損。直到 1998 年與日本松下策略聯盟，進行技術轉移與客戶下單，才略有起色，但是仍舊停留在小尺寸的生產上。而台灣真正邁入大尺寸面板生產是在 1998 年之後，主要起於筆記型電腦的需求前提下，國內各大廠才紛紛投入量產，但技術來源及關鍵零組件仍須仰賴於日本進口¹⁰。

事實上，台灣在 1990 年左右才導入這項技術，在 1997 年才大量擴展生產線，卻在 2001 年就躍居全球產能第二的位置。對全球電子產業而言，台灣繼「矽產業」後又創下一項奇蹟，在短短十年內將技術引進，並迅速量產成為全球面板的供應大國。台灣面板產業被期許為「兩兆雙星」產業，在資本投資、人才聚集及產業網絡等長期結構的形成過程，儼然成為明日之星，在各家面板大廠快速擴產下，已是全球市場的領先指標。2005 年後，台灣的面板產業正式超越韓國，產

⁸ 見附錄六。

⁹ 見附錄七。

¹⁰ 見附錄八。

值正式破一兆元新台幣成為全球第一大生產國。2006 年台灣面板佔全球市場比率更高達 44%，遠超過韓國的 32% (邱馨儀、宋健生 2006)。而在台灣半導體產業部份，其全球市佔率更達四分之三之多，且全球有三分之二的晶圓製造設備在台灣 (Addison 2001)。若從產值以及與全球市場接軌程度這兩項標準來衡量一種產業的重要性程度，面板和半導體可以說是目前台灣最具重要性的兩項產業。

二、為何談面板產業？面板產業對台灣經濟的重要意義

從前述的台灣面板業發展史以及在全球中所處位置，可以發現台灣面板產業現今對台灣的經濟發展具有極其重要意義。究其原因，一個重要因素是面板已成為台灣、韓國及日本共同的競爭產業，且具有高度的利基重疊。過去台灣和韓國在組織型式與所生產的商品上較沒有利基的重疊，但在面板產業上，由於產品的同質性高，使得競爭成本逐漸擴大，以產品區隔的方式來同時滿足兩國的出口利基也逐漸產生危機。造成由於台灣擠壓韓國，韓國則擠壓日本，日本包括松下已宣佈將建立全世界最大的電漿面板(PDP)廠，日立也宣佈擴廠，為的就是韓國 40 吋等級液晶面板大幅度產出，將吃掉原有 42 吋電漿面板市場，日本電漿面板大廠不得不大規模同步擴產，以降低單位成本，與韓國一較長短 (蕭君暉 2006a)。

此外，雖然過去台灣經濟快速發展的一個主要原因是美國的零售革命，促成台灣出口的高度發展 (Feenstra and Hamilton 2006)，但當時在出口產品上仍保有區隔，使台灣能夠享受到特有的利基。但在面板產業上，雖然台灣仍然以出口導向為策略，且出口佔全球需求比重極大，但在產業性質上卻有許多的共同競爭要素。例如自 2004 年開始，面板產業逐漸走向一個重大的分水嶺，那就是整體產業從以個人電腦為中心的時代轉換成為以電視為生產重心的時代，隨著數位訊號的陸續開播，消費者對於可接收數位訊號的數位電視之需求正逐漸上升。面對成長迅速的液晶電視市場，包括台、日、韓等面板大廠都加緊腳步進行次世代線的投資，企圖在競爭激烈的市場中奪得一席之地 (劉美君 2006)。因此在全球面

板廠 2006 年進入七代廠世代之際(見表 1-2)，友達倍增 7.5 代廠產能至 6 萬片玻璃基板，奇美把 7.5 代廠產能由 3 萬片基板增至 5 萬片，面板雙虎同步擴增 7.5 代廠產能，鎖定生產 40 吋以上電視面板，為的就是與韓國一較長短 (蕭君暉、邱馨儀 2006a)。

因此面板產業對未來整個台灣的經濟發展結果扮演著極關鍵性的角色，分析面板產業遂變成是重新理解資本主義支配(dominate)結構及其轉型的策略點。

表 1-2：台、日、韓七代以上之生產線量產時程表

國家	公司名	世代	地點	基板尺寸 (mm*mm)		量產時間	產能規劃
台灣	友達	7.5	台中	1950	2250	2006Q4	30K
	奇美	7.5	台南 fab6	1950	2250	2007Q3	30K
日本	Sharp	8	龜山第二工場	2160	2400	2006Q4	30K
韓國	Samsung	7	湯井 L7-2	1870	2200	2006Q1	45K
	LPL	7.5	坡州 P7	1950	2250	2006Q1	90K

資料來源：工研院 IEK 2005/11

再從面板產業所聚集的資金情勢觀察對台灣經濟所構成的影響。過去台灣的經濟起飛是由為數眾多但規模較小的中小企業所帶動，傳統中小企業對金融體系的依賴較淺，資金來源較小且大多數是透過社會網絡與非正式金融體系來進行籌資，個別中小企業的資本需求量佔台灣整體資本市場的比例較低且較分散。如果籌資來源是正式金融體系，通常一家金融機構就足以滿足某企業的資本需求，因此個別中小企業的死亡對台灣整體資本市場的影響較小。企業存亡所影響的大多僅限於個別企業或企業主本身，不論對國家、經濟發展、資本市場、金融機構乃至於人民來說，其衝擊程度和感受度較不顯著，這也是為何台灣在經濟快速發展時期中小企業的平均生命週期短暫且形成一種高度競爭與不斷替換的原因。

但對台灣面板產業而言卻是一種迥然於過去的情況。面板製造涉及光學、半導體、電機、化工、材料等各項領域，上下游所需技術層面極廣，技術障礙頗高，

而由於成本競爭考慮，大型化面板產能規劃已不可避免，因此設廠成本¹¹愈來愈高，投資規模快與晶片廠無分軒輊。台灣的大尺寸面板廠商就規模而言絕非屬於中小企業，雖然這些廠商的數量截至 2006 年 4 月之前嚴格來說只有奇美、友達、中華映管、廣輝¹²及瀚宇彩晶五家，但這五家甚至只是其中一家面板廠的資本需求量佔台灣資本市場的比例卻遠遠超越過去的中小企業資本需求總量。例如廣達轉投資的廣輝，林口一廠投資金額約 550 億新台幣，而友達擴大在中科后里和七星基地投資 2540 億元，總計友達在中科的投資金額將超過 7000 億元，可謂極度高資本密集產業，資金取得已成為重要課題。

面板廠的高資本投入特徵造成單一金融機構無力供給面板廠的資本需求量，因此不論是台灣或韓國面板廠的資本取得來源，除了一些大型企業集團轉投資而成，本身擁有一定的財力之外，大多是透過銀行聯合貸款來完成資金需求，這些從許多金融機構聯合貸款取得的資本又是來自人民的存款。同時也運用不同的籌資工具，如公司上市、櫃向大眾籌措，還有發行一些海外公司債、或者存託憑證，一方面可以提升自己在海外的知名度，另一方面也可以籌措較為低廉的資金成本。例如奇美為擴增新廠，2006 年資本支出將高達新台幣 1000 億元以上，奇美除向銀行辦理近 600 億元聯合貸款外，董事會也決議辦理 3.5 億股普通股，募集 100 億元以上資金（邱馨儀 2006a）。同年 10 月 26 日，宣佈再辦 400 億元聯貸，加上之前已辦了 600 億元聯貸、私募普通股取得 167 億元，以及大陸廠取得 1.8 億美元的聯貸，還有新台幣 100 億元應收帳款證券化，在市場上取得超過新台幣 1200 億元的資金，應可算是籌資最高的面板廠（蕭君暉 2006b）。

短短幾年之間，面板廠動輒百億元的投資金額輕易的把銀行融資金額推到頂點，銀行再無更多的額度可以貸給面板龍頭廠，如果依據現有的法令規定，面板

¹¹ 華爾街日報亞洲版報導，面板價格持續下滑，而新建一座 50 吋以上液晶電視面板廠的成本竟高達 40 億美元，讓許多面板大廠不禁懷疑這樣大手筆的投資是否值得。

¹² 友達與廣輝 2006 年 4 月 7 日宣布合併，友達為存續公司，換股比例為廣輝 3.5 股換友達除權後 1 股。兩家公司合併後，全球大尺寸面板市佔率達 19.4%，將與韓國面板雙雄 Samsung、LGD 旗鼓相當，並列全球三雄，為全球面板產業的競合投下新變數。

廠想再擴大投資，就得等銀行慢慢長大、淨值增加，才能再借到錢。因此，友達與奇美電兩大面板龍頭同聲呼籲，希望政府儘快解決銀行對面板廠授信受阻法令上限的困擾，若不修改現行法令或以專案核准，面板廠就無法繼續興建新世代面板廠，屆時台灣面板出貨全球第一的寶座將再度讓給韓國，甚至落後的大陸也將迎頭趕上。但會發生這種事情，主要的原因是面板產業成長的速度比銀行快，尤其是國內銀行業的產業規模有限，對國內產業提供服務的銀行業，卻不能滿足面板廠的資金需求，也許應該歸責在銀行業成長太慢，也或許要怪面板業投資速度太快了（邱馨儀 2006b）。另外，從資產負債比來看，幾家主要的面板廠透過銀行聯合貸款、發行公司債券等金融工具，從貨幣市場和債券市場又籌得更多資金，其負債比（見表 1-3）遠遠高於傳統產業，甚至高過於許多經營良好的高科技產業。

表1-3：台灣面板廠負債資產比

	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000
友達	45.00%	50.00%	58.00%	51.00%	41.00%	41.00%	39.00%	58.00%	48.95%
奇美	62.18%	53.60%	54.35%	47.43%	50.58%	42.33%	59.82%	N/A	未上市
華映	51.42%	51.08%	61.84%	56.67%	46.04%	41.73%	44.27%	52.47%	36.16%
廣輝	已合併	已合併	已合併	62.15%	54.43%	53.27%	57.16%	55.35%	31.63%
彩晶	31.42%	33.68%	43.63%	48.98%	49.11%	48.96%	40.72%	58.33%	41.28%

資料來源：<http://www.cnyes.com/chn/finance/>，鉅亨金融網

面板業大量使用融資工具，通過大量生產設備的投資，以求在產能和技術上可以在全球市場中領先，這使的其負債比一直居高不下。以2004年平均負債比48.28%來看，此產業又從銀行或債券市場中取得1500億元以上新台幣資本，因此總計在5年內投資超過4500億，這個金額足夠組成上萬家的台灣中小企業了。此外，台灣之外投入台灣面板產業的資金將近新台幣2558億（見表1-4），台灣面板廠商存亡所造成的衝擊將非常巨大，特別是資本市場的穩定性程度，這將影響全球將近2558億元的資本移動，也會對每位國民造成影響。換句話說，這件事不僅是個別企業和台灣的事情，也是全球資本家的家務事，但也正因這種流動性很高的

間接投資，才使得台灣面板產業也被全球的資本流動「綁架」。一旦發生危機，資金迅速抽離，這個產業亟需的資金也會馬上暴露出投資的風險。這也是面板產業現今對台灣的經濟發展乃至於整體社會其他層面具有重要意義與指標的原因，所以面板產業絕對不僅僅是產業政策所要處理的問題，更重要的它也是社會學的問題。

表1-4：外資持股比例與金額

公司	外資持有張數	外資持有比例	外資佔資本額(億)	投資市值(億)
友達	3,056,754	52.42%	305.6	1528.0
奇美	1,377,053	27.01%	180.9	832.1
華映	846,997	10.31%	84.6	93.0
廣輝	672,575	13.01%	62.1	74.5
彩晶	428,788	7.08%	25.9	31.0
合計			659.1	2558

資料來源：<http://www.twse.coml.tw/ch.index.php/>，台灣證券交易所；鉅亨金融網

鑒此，以面板產業為研究對象，重新檢視與反省資本主義支配結構及轉型就顯得尤為必要了。

第二節、問題背景脈絡：供給面、需求面觀點的解釋困境

由本文第一節所述，面板產業存在著液晶循環¹³特性，惟其獲利能力亦呈現類似的週期波動性。於是，對於面板廠商而言，如何預測整個產業的生產或需求的供應，進而預測價格和利潤的走勢就成為了關鍵。而面板產業的供給曲線與需求曲線目前看來，較為複雜，正如茂德公司陳總經理所述：

生產的因素相對來說比較好預測，但是面板的需求和供給不太一樣。面板的生產會蹦地一下子就增加，比如說五代廠到七代廠，產能並不是慢慢增加，而是

¹³ 見註腳 6。

往上跳躍式的增加。但是需求的曲線，相對來說就比較平滑地增加。管理這種循環是為了讓兩條線盡量接近。為了讓兩條線接近，所以我們也必須對 Samsung、友達等公司有專門的研究人員，瞭解其價格及產能的動態。(FD-07)

可見，面板產業的運作邏輯與以往傳統產業甚或半導體產業有著不同的特質，這顯示了面板產業所處的市場結構發生某些改變。而面板產業應該如何應對？新的產業競爭邏輯是否正在出現呢？現有的各學科各派理論是否可以解釋？為了探究上節所提出本文要回答的主要議題，確立本文的經濟社會學之產業研究進路，下面將探討關於面板產業的文獻，以及探討社會學在產業研究方面的文獻。由於業界所謂的面板產業液晶循環是從經濟學的市場供需面加以定義的，因此本文亦將相關文獻暫且分為供給面與「需求面」兩類加以回顧、檢視。但是這並非表示本文認同僅從或供給面、或需求面、或兩者結合的研究取向，就可以解釋台灣面板產業獲利能力為何呈現液晶循環之波動性。本文的研究旨趣在於以經濟社會學的視角，完整地檢視、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，以及資本主義支配結構是否出現轉型、出現了怎樣的轉型。

一、面板產業研究文獻的供給面、需求面觀點

有關面板產業的研究，過去大多以理工學院及管理學院的論述分析為主，這些研究的取向及內容大多針對技術內容與細節之科學研究。除此之外，多數研究仍是著重在技術或制度供給的面向上，在這個面向上包括 Michael Porter 的策略分析 (李錦芳 1994；童恩寧 1996；李秀玉 1998；周建佑 1999；蔣漢旗 2002；浦漢婷 2003；蔡林展 2004)、技術提升與創新 (何玄政 1999；袁韋昌 1999；黃繼寬 2004)、產能與製程 (袁韋昌 1999；張嘉麟 2000；黃琮斌 2001；馮寬中 2003)、技術合作與學習 (袁韋昌 1999；陳玠甫 2002；李易聰 2003；熊毅晰、蔡耀駿、張漢宜 2003)、成本控制 (袁韋昌 1999；馮寬中 2003)、專利與

組織制度管理績效 (林于婷 2003)、人才培育 (鄭晃忠 1999; 黃俊其 2003)、供應鍊整合 (杜欽清 2002; 王燕清 2003; 黃俊其 2003; 石瑞道 2004; 吳佳霖 2004; 郭振家 2004)、公司合併 (王聲仁 2002)、鑲嵌與群聚效應 (陳玠甫 2002; 蕭如嵐 2003; 潘美玲 2004) 以及發展品牌價值 (中井豐撰 2003; 蔡耀駿 2004) 等。另外也有同時整合供給及需求面 (李秀玉 1998; 李明亮 2001; 洪秀齡 2001; 葉惠娟 2001b; 王敏政 2002; 陳建男 2002; 梁爾謙 2002; 李輝鈞 2003; 魏永康 2003; 詹詮凱 2005) 以及單從市場需求面 (葉惠娟 1999; 吳相勳 2002; 邱垂洲 2003) 等面向做為研究主軸的文獻。

在 Michael Porter 策略分析的研究面向上, 皆提出向後垂直整合策略所具備的競爭優勢, 因此各家廠商莫不積極投入上游原物料關鍵零組件的整合, 垂直整合程度將明顯影響公司競爭優勢, 在面對六代與七代產線陸續開出之際, 整合造成的優勢將會愈趨明顯。在技術提升與創新的研究面向上, 論述方式認為如何在產品開發及製造技術上持續創新, 是競爭要素中最重要的一環。面板產業發展之道在於自行生產控制晶片、光阻、導光板、背光模組(back light module)¹⁴等關鍵元件; 彩色濾光片(color filter; CF)¹⁵、導電玻璃基板以及偏光板(polarizing film)¹⁶等材料, 藉週邊產業體系全面提昇相關技術, 建構出完整的上、中、下游產業體系。同時廠商除了要加強產品開發, 也要掌握市場脈動與切入時機, 加強研發及與國外技術合作, 努力提高產品良率及降低生產成本。

技術合作與學習觀點認為後進者從生產技術層次較低的產品開始, 透過學習而邁向技術較高的產品, 通常後進者的發展路徑與先進國家的組織相反, 是逆向工程的學習(reverse engineering), 強調的是學習和改善既有科技, 而非創新的能

¹⁴ 背光模組為面板的關鍵零組件之一, 由於液晶本身不發光, 背光模組之功能即在於供應充足的亮度與分佈均勻的光源, 使其能正常顯示影像。

¹⁵ 彩色濾光片為面板彩色化的關鍵零組件, 基本結構是由玻璃基板搭配驅動 IC 與液晶控制形成灰階顯示(gray scale), 而後透過彩色濾光片的 R、G、B 彩色層提供色相(chromacity), 形成彩色顯示畫面。

¹⁶ 偏光板為面板重要關鍵零組件之一, 其功能在於將非偏極光轉為偏極光, 而面板就是利用此偏極光加上液晶扭轉特性, 來達到控制光線的通過與否。

力 (Hobday 1995; Kim 1997) 。但是隨著學習曲線，學習最後會超越技術從而進入市場行銷的領域，企業組織終將學會包裝、分配、與行銷他們自身的產品。與技術一樣，能夠對市場進行出口行銷，企業組織也要學習技巧與投資。至終，最大的後進者建立了本身海外的自有品牌，組織了他們自己的配銷倉庫，以及直接對消費者投資 (Hobday 1995: 191) 。

因此，技術合作與學習的研究觀點認為應以持續興建新一代廠以擴大規模經濟，並與技術先進的日本廠商採取策略聯盟的方式以彌補現在的技術不足，今後要如何的利用跟日本的產業合作關係來保持台灣的產業競爭優勢是發展重點。台灣經過多年與日商技術合作，一步步累積實力，因此台灣面板產業的競爭力應該從中日雙方的技術轉移合作、管理與核心技術的提升來累積更大的競爭力。

成本控制觀點認為低成本優勢之競爭優勢為首要，唯有不斷地推出新生產線世代，透過量產上的競爭，提高良率，進而不斷地降低成本，才能在面板產業中勝出，這正是為何面板產業產品生命週期短及生產線技術更替速度快的原因。

專利與組織制度管理績效研究則是以專利資料衡量並表現台灣面板產業發展之成果，以解釋台灣面板產業發展至今成果之原因。而強調人才培育重要性的研究也指出人才之培育為此項快速發展產業中重要之一環，因此如何結合政府、學界、研究單位與業界合作，辦理人才培訓與教育，實為當務之急。

公司合併研究是以合併模擬的方式來預估面板廠商資源互補後所能帶來的競爭優勢。群聚效應觀點的研究則以產業經濟學的空間區位選擇的觀點出發，建構一個相似於台灣面板產業發展順序的多階段非合作賽局模型，探討外部成本、運費與產業垂直關聯性等因素，對上下游產業廠商群聚行為所產生之影響。

潘美玲 (2004) 研究的取向是從供給面來對組織內部進行分析，並針對台灣和日本、韓國廠商的組織制度進行比較，認為面板產業鑲嵌與群聚是有助於市場競爭的優勢條件，但同時也某種程度限制了其他選擇的可能性。但是若從組織面

向來看供應關係，以韓國 Samsung 為例，本身就佔有五成的面板採購量，另外有 17% 是來自三洋，台灣的奇美約佔 Samsung 採購量的 13% 位居第三。從奇美的角度來看，日本富士通約佔三成比重成為最大客戶，依次則是 Dell 電腦及佔出貨比重約 15% 的 Samsung。上述現象可以發現，廠商已經突破國家疆界，致使彼此間的供應關係經常呈現出互相交錯情形。

本文認為以上這些研究主要是從生產商或製造商角度，或者所處組織環境出發，就經濟學視角看，此類研究是構建於「供給決定需求」之假設上的。但是即便我們懸置「需求決定供給」亦或是「供給決定需求」這類雞和蛋關係之爭，此類研究在競爭策略上亦是側重於供給面的研究取向，而忽略了當產能提昇甚至過剩情形下，面板產業如何因應的議題即忽視了需求面研究。況且目前面板產業之下游應用端如液晶電視需求未明，在競爭策略上忽視面板產業之需求面，這也不能不說是產業競爭策略研究的一種疏漏。再者，結合本文提出的面板產業面臨的獲利能力波動性甚或低下之現象，以該研究取向是無法解釋的。

產能與製程觀點的研究認為廠商必須培養設計、製程與量產之核心能力，供應商必須有快速反應的能力、良好的生產技術、極高的品質良率及達交率，才能使此產業繼續成長。在量產能力上，規模論者就認為國家應發展大規模的集中性產業，重新帶回國家的力量，以增加其世界市場競爭力 (Amsden 1985)，或以擴大規模(up-scale)，在成本尋租效應(rent seek)中勝出 (瞿宛文、安士敦 2003)。如上所述，此類研究亦是側重供給面，但本文認為如何與全球性市場進行有效的接連才是產業發展重點，而非將產業侷限在某一地域性，對已經進入全球性供需網絡的面板產業更是如此。

強調供應鏈整合重要性的研究方法，主要是以流程面和策略面來探討面板產業供應鏈應用模式與架構。流程面的探討主要分析產業供應鏈流程概況，對產業現況流程調查後，並以價值系統分析方法找出此產業資訊流動，再經由供應鏈構面模式探討後，訂出產業供應鏈發展策略，及供應鏈應用模式發展方向。供應鏈

整合研究認為面板廠在思考整合之路時，必須以各上游產業的報酬率來評估面板廠向上垂直整合在財務上的適當性，並剖析各上游產業之技術門檻、原材料供應及市場狀況來分析面板廠整合上游產業的可行性，更需要思考是否能夠掌握零組件產業的上游產業，唯有以此透徹的分析，才能確保整合的成功。但要注意的是供應鏈體系中的時間延遲導致訂單資訊被擴大或扭曲的牛鞭效應現象(bullwhip effect)¹⁷，如此的資訊失真會造成上游存貨的擴大與生產計劃的不稱，進而使得整體供應鏈必須承擔這些因素所造成的成本增加與效率低落的問題。

以面板廠商所處產業之整個價值鏈(value chain)的供應鏈模式研究取向，將面板產業所處市場結構中的價值節點、連接以及因應措施，進行了檢視及探究，對於面板產業的獲利能力呈現波動性的確有著一定解釋力，亦有本文可借鑒之處。惟大多供應鏈結構研究，在價值鏈上忽略了下游應用端之銷售通路(channel)如大型零售商。換言之，對於面板產業的價值鏈界定不夠長，一般而言是：上游原物料、關鍵零組件——中游面板廠——下游應用端(如液晶電視)，廠商的供應鏈應用一般也只是關注到下游應用端廠商為止。這裡的問題在於：下游應用端至銷售端即通路的價值環節，本文認為也是必須考量進去的。因為對於下游應用端如液晶電視品牌供應商而言，它向中游面板廠的下單行為也是需要評估通路端所連接的市場需求量的。於是，面板及零組件的價格、利潤呈現一種向上的傳導。

同時整合供給及需求面的面板產業研究文獻大多認為，技術並無法促成產業成為核心要素，而是必須具備商品化的能力，面板產業主要是靠市場驅動，而非靠技術驅動。面板產業發展的重要不確定性因素包括世代技術發展的不確定性、液晶電視市場需求的不確定性、替代性技術產品的不確定性以及經濟情勢與成長的不確定性。台灣面板廠商之主要競爭優勢在於彈性之製造管理能力及良好之市場行銷通路，而日本廠商則為先進之產品設計、製造技術及良好之市場行銷通

¹⁷ 牛鞭效應牽涉到整個產業鏈，主要描述市場的細微變化會引起供應鏈環節廠商產量的急劇變化，供應鏈環節離終端顧客愈遠，這種放大效應愈明顯。通常用戶端 10%的市場需求變化會導致元器件供應商訂單量 200%的變化。

路，故台灣面板廠商皆為藉由與日本廠商進行某些型式的策略聯盟以進入此新興產業，並快速地擴建生產規模以獲取市場佔有率，並藉大量製造以尋求低成本之競爭優勢。除了此橫向策略聯盟外，各廠商亦積極進行垂直策略聯盟以尋求與供應商及銷售通路間的垂直連結，使得相關的價值活動達到最佳化或改善協調情況，以增強企業之競爭優勢。在研究策略上，分別從面板的價格趨勢、供給面的產能擴建、設備投資等技術變化、需求面的市場變化及產業環境結構變化等面向來解析未來的面板產業。

此類研究表明了面板產業所處的市場、需求混沌未明。唯對於面板廠商之銷售通路在整個產業鏈之市場結構中，所佔位置與功能未予以深究，從而亦無法回答面板產業獲利能力低下及波動性問題。

詹詮凱 (2005) 以全球價值鏈(global value chain)架構下的三種變項來考察台灣和韓國面板廠商發現，台灣面板產業成形的最大關鍵在於「高良率量產技術的移轉」與「供需關係的確定」，核心優勢與競爭資產在於生產製造能力，且發展模式是類似於馬歇爾主義式的「集體效率」，亦即強調中小企業的彈性、企業之間的網絡關係和彼此之間密切的互動，進而有利於創造出一個適合科技學習和創新的外部經濟環境。但在供給面仍具有強大優勢下，為何獲利能力不佳？詹詮凱 (*Ibid*) 認為產量與產值的不對等發展一直是台灣面板廠商在獲利能力上不如韓國兩大廠的主要原因，因為台灣面板廠商不論是在交易的複雜度、資訊交易能力與供應基地生產能力的高度上，均不如韓國。縱使台灣面板廠商具有高度的量產能力與製程創新，但是一旦進入了全球面板產業的供應網絡中，許多相對交換價值會在交易過程中喪失，進而使得台灣廠商的獲利能力下降。

但問題是韓國面板廠商的獲利能力真的比台灣好嗎？即便從兩國面板業整體獲利水準觀之，韓國略勝一籌的話，韓國大型面板廠商的獲利能力若和營收能力對照之下，皆呈現出微利甚至負利的現象，其獲利能力亦具有液晶循環之波動性。如此，就不能只從資訊交易能力和供應基地生產能力的層面來解釋。

惟這種同時從供給面和需求面來說明獲利能力不佳的原因之解釋方式，在其研究中注意到了面板產業進入全球市場中「交換」這一行為，造成面板廠商價值有所喪失，這也是本文認為值得關注的焦點之一。那麼我們可以進一步反省：面板產業在進入全球產業鏈中，是如何進行交換的？其機制若何？於是，本文認為還需要將兩國面板廠商的通路形態¹⁸因素考量在內，例如大型零售端的變化對面板廠商所產生的影響。

此外，有些市場需求面的研究則是從應用市場概況與使用者觀點的角度切入，以探討台灣大型面板的市場機會與進入策略，並提出將來之可能發展方向及競爭力分析。本文以為此類研究取向是在於消費場域(consumed champs)¹⁹，而消費場域中的主導角色是誰呢？這是值得進行深究的議題。

綜上，從研究面板產業的文獻中可以發現，當中以技術或制度供給面做為切入點來論述的研究最多。雖然這些研究文獻數量頗為可觀，但分析比較之後可以發現其論述方式同時具有一些共同點，那就是皆認為台灣面板產業如欲提升競爭力與獲利能力，必須加強技術的學習、合作與提升，專利的取得與創新，產能與製程良率的提升，成本控制能力的提升，組織制度管理績效的精進，人才的培育與取得，上下游整合的能力，產業群聚效應的優勢以及國家政策的輔導。

本文不否認技術或制度供給面的強化對產業發展的重要性，這些研究和比較雖然可以提出一些可供參考並提升產業競爭優勢的價值。但是這種研究主流卻因忽視供給端與需求端的連結關係與過程、商品的交換機制變遷，而使得過去的研究始終有著侷限，看不到當今資本主義邏輯正在改變，也就是交換面、需求端的影響力不斷顯現出來的事實，同時亦無法有效地解釋本文之主要議題。當然，很多文獻研究關於供給面之研究，以及關注的一些焦點亦有諸多可借鑒之處，如面板產業之價值鏈、供應鏈整合等，這也是本文在確立研究架構時將要採用的。

¹⁸ 後文將通路界定於交換場域中的角色。

¹⁹ 後文將對此概念加以界定。

透過上述文獻回顧與探討，與其說大多數文獻研究取向側重於面板產業之供給面，忽視了其交換面及需求面的研究，毋寧說是忽視了供給面、交換面及需求面這三個面向之間的關聯。有鑒於此，本文認為必須藉由社會學對面板產業作一個全景式探討，發現其產業運作機制。下文擬檢視、整合社會學在產業研究上的思維脈絡，構建本文之研究架構，或將使此一領域的產業研究更具有社會學的意涵而有別於理工及管理學院的研究，對此一產業也能有更深一層的瞭解。

二、社會學在產業研究上的觀點

一般而言，台灣的產業發展有三大特色，即出口導向工業化、發展型國家以及密切的政商關係。而過去社會學在產業研究上的路徑或解釋方式(paradigm)，以最大的概念來進行區分可以分為強調國家或強政府在產業發展過程中扮演重要角色的政治經濟學解釋，例如 Evans (1997a) 的詮釋脈絡，當中也包括出口導向工業化、發展型國家和管理市場的解釋；以及不同於強調國家或強政府角色，改以強調社會結構因素影響產業運作過程的經濟社會學解釋。社會學在產業研究上除了政治經濟學和經濟社會學兩大解釋路徑外，尚有國際歷史脈絡以及非社會學的新古典經濟學等解釋路徑。

(一)社會學在產業研究上的政治經濟學解釋

政治經濟學從「國家中心論」的角度來理解台灣的產業，包括從世界體系理論(world system theory)、依賴理論(dependence theory)、雁行理論(the flying-geese model)²⁰以及發展型國家(developmental state)理論來解釋。其中，陳玉? (1995)

²⁰ 1935 年由日本學者赤松要(Akamatsu)提出。指某一產業，在不同國家伴隨著產業轉移先後興盛衰退，以及在其中一國中不同產業先後興盛衰退的過程。發展經濟學學者研究戰後東亞國家經濟及產業結構變遷，認為東亞國家是雁行理論的經濟發展型態：以日本為雁頭，其次為亞洲四小龍(包含韓國、台灣、香港、新加坡)，其後是中國大陸與東盟各國(包含印尼、馬來西亞、菲律賓、泰國等)。即日本先發展某一產業，當技術成熟，生產要素也產生變化時，這些產品在日本的競爭力轉弱。接著亞洲四小龍自日本移轉技術或產業轉移，開始發展此一產業。在此同時，日本產業結構升級到另一個新的層次。同樣地，當亞洲四小龍在該一產業發展成熟後，這些產品的生產又轉移到相對更落後的國家發展。亞洲四小龍的產業結構也相應升級，呈現出有先後順序的發展。

以「依附的發展」修正了依賴理論對台灣產業的無效解釋，而王振寰等人則著重探討發展型國家的政策統理模式如何帶動台灣產業的發展（王振寰 1993; Evans 1995; Wade 1990）。

國家理論 (Amsden 1989; Evans 1995; Gold 1986; Kim 1997) 的觀點主張，台灣的產業受到國家政策與政府官僚的強力介入與主導，國家或強政府的政治經濟學說明台灣產業發展為一種典型的政治過程。王振寰 (1993) 將國家的領導能力和組織視為國家機器，台灣以各種不同的政策手段來發展和扶植國內幼稚工業，因此也扮演了經濟的協調中心，這也是 Evans (1995) 所討論的發展型國家的「鑲嵌自主性」(embedded autonomy)。對台灣而言，產業型態與經營策略是受到政府制定並實施經濟發展戰略，特別是出口導向型的工業化戰略或外向型的經濟發展戰略所影響，並且因地制宜地對這種發展戰略進行了適時適度的調整，從而形塑出台灣的產業型態與經營策略 (王春法 2002 : 2)。

出口或許是台灣產業最令人印象深刻的地方，例如戰後台灣工業化一個重要的特色是由進口替代轉向出口導向的經濟活動，並在全球商品鏈(global commodity chain)的「製造加工」環節扮演舉足輕重的角色。熊瑞梅和陳美智 (2002) 就認為，台灣「加工出口區」經濟制度的形成，背後有其重要的國家機器內涵，加工出口區經濟制度的形成，在當時主要是做為帶動整體經濟發展的主要策略之一。亦言之，台灣以「代工策略」成功地切入商品鏈的國際經濟分工體系，在六十年代之後逐漸取得高速的經濟成長。

國民黨主政的時空背景，包括接收日本人遺留下來的產業以及接受美援，乃至因應美援停止的各項政策²¹，固然是台灣邁向工業化不可或缺的一環，更重要的是，由於國營事業壟斷國內市場，政府政策在壓抑民間重工業和大型商業的同時，反而意外地促成民間企業的向外出口 (谷浦孝雄 1995 : 5-8)。整個高成長

²¹ 如 1960 年的獎勵投資條例，1962 年的保稅加工制度及引進技術條例，1965 年的加工出口區管理條例以及匯率的合理化等。

表現的亞洲經濟體所佔的世界貿易比例一直呈穩定的增加狀態²²，從 1965 年的 8 個百分點到 1980 年的 13 個百分點，乃至於在 1990 年達到 18 個百分點。製造出口方面的百分比甚至更高，1990 年佔世界貿易總數的 21.3%，尤其在日本、韓國、台灣以及香港地區，他們就佔了總出口數的百分之九十。儘管如此，卻少有文獻探討出口導向的經濟活動如何作用於台灣產業的承攜者(carriers)。換言之，即使那些大力抨擊市場論因素的國家論者，也經常將市場過程視之為當然 (Amsden 1989, 2001; Evans 1995, 1997b; Wade 1990)。

從社會學在產業研究上的政治經濟學解釋來看，和土地、資本和勞動力等其他生產資源的供給相比，制度的供給更為重要。面對著市場不發育或殘缺的狀況，政府必須構築啟動市場運行的規則和制度框架，從所有權安排、經濟決策和運行控制等方面，直接地參與市場的形成和運作，實現對不發育或殘缺市場的部分替代。因此，由政府自覺做出的這種制度創新和安排的結果，不是否定和排斥市場，而是通過政府直接組織市場的過程來培育和擴張市場，實現在有組織的市場運行基礎上的經濟增長。如果把政府替代僅僅看作一種靜態的制度創新和安排，則無法充分理解政府替代的目的及其功能。當政府以替代形式發育了市場，基本上實現了經濟增長和工業化目標之後，政府替代必將趨於弱化，由強制性的替代轉換成適度的替代。

國家在產業上的政策選擇可以分為兩個大類，即基本政策和選擇性干預 (World Bank 1993)。最重要的基本政策包括宏觀經濟穩定，對人力資本的高投資以及穩定可靠的金融系統，有限的價格扭曲，對外國技術的開放等；選擇性干預包括溫和的金融抑制、直接信貸、有選擇的產業促進以及出口推動型貿易政策等。宏觀經濟管理通常是很好的，而且宏觀經濟政策通常也是穩定的，這為私人投資提供了一個至關重要的基礎框架。促進銀行系統融合並使之更易於為非傳統

²² 1993 年世界銀行所出版的一份 'The East Asian Miracle' 報告，討論了日本、東亞四小龍(香港、新加坡、韓國與台灣)以及其他三個東南亞新起的工業國(馬來西亞、泰國與印尼)等八個高成長的經濟體其獨特的經濟成長與維繫之道。

儲戶所利用的政策提高了財政儲蓄水準，重點放在初中級學校教育的教育政策使勞動力技能迅速提高。農業政策則強調勞動生產率的重要性，並且對於鄉村經濟不過多地徵稅。然而，這些重要的政策措施並不能解釋台灣產業的全部故事。在台灣，大多數採用政府干預，系統地並且是通過多重管道來促進經濟發展，而且在某些情況下是促進特定產業的發展。

在 80 年代中後期，社會學對產業的研究比較強調政府的主導作用，其解釋方式是政治學中所謂「新權威主義」。在這些學者看來，不管用什麼詞語來對台灣產業的研究結果進行解釋，所有的學者都承認，政府的性質起到了積極的和領導的作用。進入 90 年代中期以後，以制度供給和制度需求以及制度變遷為主要內容的新制度經濟學成為學術界產業研究的利器，許多學者將政府在制度創新與制度變遷方面的積極作用視為成功的關鍵。持這種觀點的學者認為，對台灣產業的研究必須放在制度創新及變遷的結果上，首先是集權政治的結果，它本質上是一種後發展經濟歷程中特有的政治經濟過程，政治組織與經濟組織之間的制度安排及其變遷（王春法 2002：6）。

政治經濟學對台灣產業的研究，發展型國家是一個很大的概念，也是極具爭辯的一個議題。發展型國家被認為是介於英美市場模式與社會主義計畫經濟之間的一個國家介入但採取市場經濟的模式，以 Johnson (1982) 的話來說，就是「計畫- 理性」(plan-rational)的形態而與英美的「市場- 理性」(market-rational)類型不同。簡單的說，所謂發展型國家是指國家官僚有意識地將發展視為優先，利用政策工具和能力，將國內稀有資源投入重要產業部門，以提升生產能力和競爭能力 (Weiss and Hobson 1995: 148)。Johnson (1982) 以日本為例，認為國家透過一批技術官僚適度的干預市場運作，並且提出正確的產業政策導引市場，而這批技術官僚以通產省(MITI)為核心，成為產業的重要推手。

在台灣高科技產業的發展上，張晏傑 (2000) 針對生物技術產業進行研究，指出面對國內研發資源不足和技術研發活動意願不高等發展障礙，政府運用政策

工具強化產業研發工作之意願，縮減與西方工業國家研發投入及產出之差距，鞏固國際競爭力之優勢。國家機器在高科技產業發展中，所扮演的角色，應該由早期以資源直接移轉資方，或轉變為國民經濟體系整個生產力的提升為主，並把關注的焦點，放在所有產業上，以防止特定產業的不景氣導致國民經濟體系的不景氣（段旭銘 2000）。張哲嘉（2000）也認為台灣在發展新興產業的政策帶領下，所造成國家相關資源排擠以及其他產業發展空間受到壓縮或是國民所得分配失衡。

在這以後，發展型國家的概念不斷提出與討論，被視為是台灣產業研究的重要模型，當中可以歸納出企業政策實施成功的三階段模式，即政府干預²³、市場處置²⁴及條件²⁵。

管理市場理論也是產業研究的政治經濟學解釋之一，將資源累積視為主要力量。台灣在產業上的不同組合投資，尤其是數量的差異，此乃由於政府強制及加速競爭的措施，這些措施係由相當強權的組合政府所執行。管理市場理論在產業研究上的解釋認為，台灣產業發展大部分由於下列各項併合所致：1、高度水準的生產性投資，使新技術快速移轉至實際生產；2、在某些關鍵性工業上投資很多，似無政府干預；3、很多工業國際競爭的影響，在國外市場而非國內市場，這些是直接的原因。但是，台灣組合主義與權力主義政治安排是提供市場領導的基礎。市場領導發生效應，係因擴充投資資源的供應，長期投資風險分散或社會化，引導投資分配而以政府及企業選擇聯合運作（Wade 1994: 27-28）。

除了台灣之外，國外一些社會學的產業研究也說明瞭政治與產業之間的緊密關係。類似的研究（Dobbin and Dowd 1997）也說明美國麻州早期的鐵路產業競爭如何受到政策的形塑，不同的政策制度將影響產業競爭結果，因此競爭的結果不只是市場機制所造成，也來自國家政策的影響力。而 Guthrie 和 Roth（1999）的

²³ 政府支持或獎勵某一企業，在市場供當的資金之外，導引其他資金支援。

²⁴ 額外資金該怎樣使用的細密決定，政府讓業界、創業者、市場力去作。

²⁵ 政府定條件、規則、獎勵辦法、業績標準，以提高額外資金發揮預期效果的機率。

研究也說明國家制度與產業組織的政策之間時常保持動態互動關係。不論歐市統合、美國十九世紀國內市場由超國家或者國家出面進行整合的管制經驗，乃至社會主義國家的市場轉型，在在說明市場制度的建立乃是一步接一步，緩慢而充滿痛苦的過程。若沒有相關的規則可供依循，市場的交換可能滯礙而充滿風險，對照目前包括 GATT、WTO 或者 NAFTA 等超國家機構，即清楚看出規則訂定及治理機構的重要性。

從產業研究的政治經濟學解釋路徑來對台灣面板產業進行理解是有缺陷的，例如：從政治經濟學觀點來看，購併的波動是一種集體的現象，是政治以及經濟環境的影響，購併的產生並不是來自資本本身而已，也來自資本在資本市場的制度性結構中位置，以及國家的角色而定 (Stearns and Allan 1996)。但從需求面來看，面板廠商購併上游零組件廠商的原因也來自大型零售端在終端消費性產品售價上的調降壓力，導致面板廠必須進行向上購併，以垂直整合的方式來降低面板生產成本，回應終端消費的價格要求。

可見，雖然國家制度對該產業的發展具有不可置疑的結果，但國家制度的正向影響並不能被當成是一個可以任意移植到其他國家進而當成是一種可供借鏡的模式，因為每個國家的社會文化特質、生產方式、國際關係與歷史脈絡都有不同。例如東北亞國家的政府干預政策確實使這些國家的某些特定產業獲得高度發展，但有一些國家試圖採取相同干預方式的結果卻沒有成功，所以也必須考慮其他不可或缺的元素。

此外，若將威權體制在經濟制度上的建構用以說明經濟發展的產生是有問題的，因為世界上威權體制國家眾多包括共產主義國家在內，為何這些威權體制國家在經濟成就上卻不一樣？問題在於策略的問題，是採取出口促進策略而非進口替代策略而使經濟有高度的成長，因此策略選擇與經濟情勢相互配合得宜與否對經濟發展就會產生不同的結果。

國家制度分析是解析台灣在面板產業發展上的一個最佳視角嗎？比如說，制度分析可以解釋日本、韓國，也可以解釋台灣、印尼以及新加坡，但是，它怎麼能夠解釋香港？另外，各個國家和地區在政治經濟體制上的差異是如此之大，要準確地歸納出他們在制度方面的共性也並不容易，要從中確認是哪些制度因素具有決定性尤為困難。況且，即使是各個國家及地區在制度方面體現出一些制度共性，那麼，是否這此共性就是關鍵也很難說。換言之，制度分析能夠解釋個別國家及地區，但它如何解釋台灣在面板產業上的發展？制度能夠保障台灣在面板產業上的發展前景嗎？政治對經濟事物的干預，加速了工業化，但是日漸龐大的官僚體制和因而造成的低效率，可能是進一步發展的主要障礙。顯然，這些問題並不是國家制度分析所能給予完美回答的。

國際經濟環境的壓力也促使國家制度對經濟場域的涉入愈來愈不具合法性，經濟發展依賴國家制度的情況將愈來愈不可能獲得成功。戰後初期，由於經濟實力小、國際競爭力弱，以及市場的不完善，台灣曾實行過政府主導型經濟管理體制，該體制在促進各國基礎設施建設和主導產業的形成方面曾發揮過一定的作用。但是，隨著國內和國際環境的變化，這種經濟管理體制因窒息市場機制的作用而暴露出一系列弊端，已與經濟的進一步發展不相適應。因此，必須開始對政府主導型經濟管理體制進行調整與改革，逐步減少政府對經濟活動的直接干預，採取了放鬆進口數量管制、調整利率和匯率、降低關稅以及國有企業私有化和鼓勵私人資本的發展等措施。過去台灣經濟發展階段中政府的支持與保護是很重要的，但是目前全球化或是 WTO 的時代，過去政府控制的角色會慢慢退去，因為這樣的角色是違反 WTO 遊戲規則的。當國家欲進行政策干預的程度愈是增加，所面臨的挑戰也就愈大，更何況面板產業已經是一個高度全球分工的產業，這使得國家的界限已經日趨模糊，在地化的意義也已愈來愈薄弱。

當代資本主義的發展趨勢也逐漸超越了政治經濟學的解釋能力，對於經濟或產業發展的分析不能再以國家做為單位。冷戰之後，社會學在產業研究上若仍以

國家和公司做為單位，則會產生對產業理解的高度或視野不足的情形，因為國家和公司之間的關係改變了，原有的區域空間概念也不斷的正在進行重組過程。隨著全球化以及台灣經濟結構的變化，政治經濟學的國家中心思維出現了發展型國家或發展型國家理論是否終結的爭議。

就本文研究對象台灣面板產業而言，台灣面板與硬體資訊產業規模已成為全球第一，但這些企業並不僅侷限在台灣內，企業在國外掛牌上市就成為世界性的公司，誰都可以買，而外資持股比重更是不斷地增加²⁶。台灣面板廠商已成為超越國家界限的世界性企業，全球因素對企業的影響力將大幅超越國家政策所能產生的效果。因此，政治經濟學這種以國家為分析單位元的解釋方式，對台灣面板產業發展的解釋力就變得與現實情況產生脫節，以國家為單位來做面板產業的跨國比較分析也就較無意義。

(二) 社會學在產業研究上的經濟社會學解釋

文化是經濟社會學在產業研究上的解釋方式之一，特別是儒家文化對台灣產業運作的影響。儒家傳統關於倫理道德和正確人際群體關係的亞洲式價值觀念體系，對企業運作的方式以及企業之間的關係具有相當的影響力。黃光國（1988）甚至認為，在本質上講，儒家思想對於企業運作具有正面效應，何況儒家還有濃厚的自由經濟色彩與價格機能主張，並有一套明確而合理的經濟發展策略。Herman Kahn 即認為，以工作勤奮、敬業樂群、和睦人際關係、尊敬長輩、強調配合協調與合作為主要內容的新儒教文化比西方的新教倫理更適合於產業的發展與企業的運作。

從文化解釋來看，戰後主流派的西方產業研究有兩個重大缺陷，一是單純經濟觀點，忽視了後進現代化的啟動是非經濟因素重要經濟因素；二是歷史觀點很薄弱，忽視地區性的悠久歷史聯繫與文化資源。只有從歷史、現狀、理論的結合

²⁶ 以台積電為例，外資持股比重已達百分之七十以上。

與整體關聯的角度來看待產業，才可能獲得有關台灣產業的正確圖像。具體說來，儒家文化在產業的研究上主要表現在三個方面，即儒家的仁政思想轉換為一種國家導向的發展主義；儒家的家庭本位思想與家族倫理秩序在經濟現代化過程中轉換為推動家族資本主義發展的契機；儒教重視教育與機會均等的教育思想轉化為對產業人力資源的大力開發。

以 Hamilton (1991) 為首的學者則認為必須從資本主義的組織特性不同於西方來理解台灣的產業。西方社會的企業，如 Max Weber 所描述的，具備清楚的組織界線，以及高度發展的會計與人事制度；相對的，台灣則普見鑲嵌(embedded)於人際關係、親族關係的家族企業。台灣、日本以及韓國三個地區的文化統理方式不同，因此產生完全不同的企業組織形式，經濟學家原本強調市場取向的經濟特質，現在必須加上文化模式的表現，以及權威管理形式才能看到其全貌。與韓國非常不同的是，台灣政府對於民間企業並沒有很明確的政策執行手段，因此中小企業並沒有受到「指令式」的計畫控制 (Hamilton and Biggart 1988)。由此而言，台灣的企業帶有非常濃厚的「家父長制」的文化結構，「家族公司」和「家庭式」的管理是最一般化的形式，對於小資本的中小企業而言，這種文化結構所形成的「政府/企業」關係，是台灣社會結構的發展結果。

產業研究的文化解釋必須從「理想文化」與「現實文化」來對研究方法作出反省。陳介玄 (1994) 認為文化的解釋是一種「社會共識」，有別於理想文化的現實文化，若轉而從現實文化的角度來思考經濟與文化的關連，應該可以清楚掌握到其中的機制。這是文化解釋在產業研究上的優勢，也就是文化的解釋必須從現實文化層面而得到結果，而非以一種從理想文化層面來探討經濟生活而得的結果。所以，就產業研究而言，對於文化的探討，展現了一種根深蒂固的文化價值驅力，是一個長期歷史時間所形塑的實體。

文化是一種文化樣貌，必須著重在現實文化而非理想文化，否則會在知識論及方法論上誤用了 Weber 的概念架構，將其廉價的應用到產業研究的解釋上，更

顯示對於台灣產業的理解過度表面化。因為現實文化較易在社會底層運作，穿過日常生活的各個面向，而非思想家及道德家所建構出的理想文化，較不易與社會基本特質產生親近性。文化在產業研究的解釋應設定為現實文化的層面，文化規範可以是一種在經濟生活中的價值理念，穿透在經濟生活中並成為營利的正當性基礎及合法性的理由，是一種普遍在社會中經濟生活領域的共同價值理念。

文化在產業研究上的解釋可以充份展現出地域性的社會特質，解釋日常生活結構對經濟活動的形塑，更可以看出一個深耕於一個社會底層的價值觀對經濟活動的影響。當生產方式、制度與國際歷史脈絡的特徵皆相同時，地域性的文化在產業研究上的解釋就變得是重要的。因此，文化對經濟活動表現具有最根本的影響力，而這種文化對經濟活動的支配卻是當事人視為理所當然(taken-for-granted)而不自知的。但是，文化在產業研究的解釋上仍有其缺陷存在，文化是一種過度概括化(generalize)的解釋方式，企圖用一種鉅觀且自上而下的方式統括整個解釋，忽略了內部各個經濟活動群體的差異性。同時也將文化與產業這兩個變項作一種過度化約的連結，就好比是 Coleman (1990) 對許多人在基督新教倫理與資本主義興起這兩變項間作過度化約的批評一樣。

從文化的觀點來進行產業研究，對 Weber 的理性資本主義理論提出挑戰，例如以特定的社會關係為主軸的商業社會，在台灣市場中屢見不鮮。這種特殊關係取向的社會網絡觀點，在台灣社會學的產業研究文獻中履見不鮮，但這對 Weber 而言應該是發展的絆腳石。由關係而發展開來的商業活動，和重視僱傭關係的管理方式及概念，成為台灣企業的象徵，以區別強調工具理性和利益計算的西方理性主義 (呂大樂 2001) 。而且，家族倫理對台灣企業而言，確實具有重要而正面的角色，但家族倫理也阻礙家族公司轉變成大規模垂直整合的公司。

此外，文化的解釋太著重於一個單獨社會的特質，在產業研究的解釋上並不能簡單的化約成是一個社會特質。例如 Frank (2000) 對歐洲特質論者的批判，也就是不能獨立的從一個社會來看待經濟，進而忽略了國家制度的影響力，也忽略

了從整個國際關係與歷史發展來進行產業研究的全觀視野，因為一個國家的產業會受到國際間的經濟分工關係與歷史過程的形塑。對面板產業的發展而言，所受到的國際經濟分工影響遠比在地文化特質要來得深遠。

其實，今日在國際資本主義的體系內，值得分析的，不是文化與產業之間的關係，而是 Weber 所說的資本主義的「世俗化」趨勢，對固有行為規範的衝擊。世俗化的威力，不僅粉碎了過時的宗教神話，而且以市場需要來決定價值的傾向，也使得舊有的社會秩序面臨重大的挑戰。建立在家族關係和傳統行為模式上的企業結構，也因不合乎現代資本主義的經營管理原則而產生困難。親屬之情，朋友之義在經濟行為上逐漸失去了保障的作用。這些現象說明瞭政治法統和社會倫理規範，迫切需要奠立在一個新的法律制度的基礎上。理解這方面的問題，遠比空洞地把文化的偉大作用附會在面板產業的研究上，要切乎實際得多。

經濟社會學由社會的角度探討企業的自主發展模式，特別是生產的組織型態。從生產方式來進行產業研究，必須從微觀的社會特質來分析，這是一種強調非國家因素的解釋，認為社會鑲嵌的網絡與制度環境所形塑而成的組織類型是產業研究的主題。例如日本的 Keiretsu (Lincoln, Gerlach and Ahmadjian 1996)、韓國的 Chaebol 以及台灣和香港等華人的家族形式企業 (Biggart and Hamilton 1997; Granovetter 1985; Hamilton and Biggart 1984; Whitley 1992, 1999)。循著這個路線，東海大學東亞社會經濟研究中心產出許多寶貴的經驗性研究，包括台灣紡織、製鞋和機械業「擬似家族連帶」及「情感與利益加權關係」的彈性代工協力網絡、「班底與老闆」(陳介玄 1995, 2001)、「頭家娘」(高承恕 1999) 及「黑手變頭家」(謝國雄 1990) 等。

擬似家族團體連帶作為企業內部勞動組織之管理及推動其生產力的有效機制，可穿透相對封閉體系的界限，同時也是企業經營的資源 (陳介玄 1994: 206-209)。擬似家族團體連帶，基本上都是生活的東西，他們給生活帶來秩序，而生活也不斷形塑其面貌，強化其特質，而擬似家族團體連帶，便是用來說明台

灣產業運作底層生活秩序的一個初步藍圖 (*Ibid*: 217-218) 。謝國雄 (1989 : 30) 也認為過去台灣中小製造業中規模較大的正式工廠將完整產品的生產過程，分解成許多細節，並透過外包或轉包制(subcontracting system)，將許多工作細節分給許多中小企業老闆分別完成，這也就造成製造業中許多中小企業創業與生存發展的機會。

研究中國商業的學者如 Redding 和 Hamilton (1995) 都同時指出，中國商業的特質，是強大的關係網絡及脆弱的組織架構，他們認為，關係網絡是中國家族企業成功的主要因素，包括同宗、同鄉、同業、同窗、同門及相同信仰等的關係網絡。Keister (1998) 也認為網絡在中國對廠商的正面績效具有相當影響力，透過董事會連結所建立的網絡關係改善了廠商內部的資訊流通，並因而減少了個別廠商獲取和處理資訊的成本。

陳介玄 (1994) 對於台灣產業之生產網絡研究結果，從協力關係將其分為「內包型代工廠連帶」、「外包型代工廠連帶」、「平行的協力生產加工關係」以及「平行的產銷合作關係」四種，所謂協力廠或協力關係之形成，最少必須是來自於這四種型態的任何一種情形。在這種協力網絡經濟體中，雖然廠商之間的互動，交易價格有其一定的影響力，但是對於較具固定互動關係的協力廠家而言，我們常可以見到一種擬似家族連帶存在其中，這種彈性協力機制依賴的主要是社會的信任網絡 (陳介玄 1994, 1995 ; 張維安、朱燕華 2001 ; 趙蕙鈴 1992) 。

在美國的研究文獻中，網絡指的是社會關係網(social relationships)，這種關係有別於經濟上的契約和利益關係，特別是 Granovetter (1985, 1998) 所提出來的鑲嵌概念，指的就是經濟行動會附著在社會結構的基礎上。Ruef Aldrich 和 Carter (2003) 也提出「關係」與「結構」兩種網絡鑲嵌會影響團隊的組成。但網絡裡面並非靜態的過程，從原來 Polanyi (2001) 的指涉中，可以看出這是比較大的「結構」，包含了建構完成的政治、經濟和文化關係，也包含了動態進行中的各種政治利益的鬥爭。最近的經濟社會學研究則擴展了這種論證，在實證研究中網絡還

指涉了商業活動所形成的穩定化關係，其社會行動者的對象變成「組織」或「企業」這種團體 (Uzzi 1996, 1999)。

社會學在高科技產業的技術網絡研究上，Podolny 及 Stuart (1995) 引進技術利基(technological niche)的概念，此概念包含焦點創新(focal innovation)以及在利基之內的創新技術連帶。研究發現：利基的大小以及行動者在利基內的位置對於技術創新有正面的影響，但是在利基之內的競爭強度卻對於技術創新有負面的影響。這意味著技術的創新不僅來自於組織本身自己以前的努力，還來受自其他行動者的影響，這表示組織在技術創新時是相互鑲嵌在社會技術的網絡中。

上述研究展現在高科技產業中某些技術領域中逐步演化的網絡動態特質，但 Podolny、Stuart 和 Hannan (1996) 卻認為組織與演化網絡連結之觀點同時便意涵了與其他知識生產者互利共生和競爭的關係，並發展了一技術網絡中組織特殊利基的概念，此利基由兩特性所定義：擁擠(crowding)與位置(status)，假設擁擠使組織的生存機會(life chance)減少，而位置則提高其生存機會，特別是當組織處於非擁擠的利基時。此外，他們聚焦於以組織開放系統的觀點來看待技術的研發，1960 年代末及 1970 年代初期，社會學家投注相當多的心力於技術在形塑組織及影響市場結果上所扮演的角色。

然而 1970 年代中晚期，組織生態論(organizational ecology)、新制度論(neo-institutionalism)、資源依賴理論(resource dependence theory)、交易成本(transaction cost)經濟學，開始視組織為具結構及內部過程的開放系統，主要受環境因素所決定。但對面板產業的組織技術來說，必須跳脫出 1960 年代末期技術形塑組織和影響市場結果的觀點，改從需求市場端的變化來理解對組織網絡關係和技術變遷所造成的影響，以因應面板產業供需週期加快之產業特性。即使 1970 年代中晚期社會學已注意到環境的影響，但當時所指的環境顯然還沒有考慮到零售革命所造成的影響力。

Zucker、Darby 及 Brewer (1998) 主張，近二十年來美國生物科技公司的
大幅成長，生物科技商業化是與基礎科學的發展相互交織在一起的，且智慧人力資
本的成長受組織本身在網絡關係中的位置所決定。Rush (2001) 對製藥公司進行
的研究認為，知識管理和技術創新的挑戰在於能否或者如何促使組織成員在網絡
及社群進行知識的創新與分享。Stuart (2000) 也認為企業間技術聯盟與公司績效
之間存在正向的關係，聯盟關係接近，核心公司取得策略聯盟有價證券的好處取
決於聯盟夥伴的資源，特別是大公司和那些擁有領導技術資源的廠商成為最有價
值的合夥人。

這些研究從組織間的網絡關係位置來理解企業組織在技術上的發展，仍然是一
種供給面的研究取向。對面板產業來說，技術的發展進程不可否認會受到組織
本身和網絡關係的影響，但也必須考慮時至今日技術研發可能是來自需求端的驅
動，也就是市場的需求屬性引導了組織在技術研發上的方向。企業組織在策略聯
盟或網絡上所形成的技術優勢，如果僅從技術本質與供給優勢來想像「市場需
求」，卻與真實的「社會需求」產生脫離，則在技術上所投入的成本將對組織本
身甚至是整個網絡造成巨大的損失。於是本文後續研究將會把關注點聚焦於是誰
發現、決定了「有效需求」，以及其中的需求傳遞機制。

許多的產業活動都產生地理集中化的現象，例如：美國矽谷的資訊業、洛杉
磯的娛樂產業、北義大利的紡織及皮革工業等等。對於產業集中化的經濟學解釋
特別強調此種現象可以提高企業的效率並降低企業的死亡率，原因在於產業集中
化的現象可以降低廠商間的交易成本或促進知識的傳播 Sorenson 和 Audia (2000)
則從社會學的角度來解釋產業集中化現象的產生原因，也就是從企業機會的結構
來解釋產業集中化的現象，認為某一區域中處於結構對等的企業所產生的高度集
中化現象，將有助於增加相關企業在此區域中的資源取得與創業機會。

但是，這仍是一種從供給面優勢來談產業群聚為何形成的做法，若從需求面
來解釋產業群聚現象，將會得到一種截然不同的觀點。例如面板或相關零組件產

業會紛紛外移至勞動力成本較低的中國大陸進而產生群聚現象，原因可能在於需求端的價格壓力迫使生產者必須往能夠降低生產成本的區域集中，而不只是為了有利資源的取得而已。

以往在世界體系或全球商品鏈的角度中，低成本貨品將往勞動密集的地理區位移動，以降低成本的方式來提昇產品競爭力，以致於形成兩端的支配結構。但現在這種情形有相對性的變化，在生產流程切割後(彈性生產流程)，兩種後段模組廠往兩個區位移動，即廉價勞動成本(中國大陸)與市場密集區域(一樣是中國大陸)。如果只是考慮生產成本，面板相關產業的廠區移動不會如此快速，但是，居於供給與需求間的「中間採購商」(intermediary buyer)在其中扮演了神秘力量，諸如採購者要求降低成本和貿易配額等問題，使得廠商必須往這些區位移動。

就本文的議題即資本主義支配結構而言，上述社會學對產業的組織關係研究，雖然包含了市場、空間區位、技術關係、人際網絡、信任、共識等因素對互動之影響，但較可惜的就是缺少對「權力關係」的關照。陳東升(1997)從技術的層面切入來看待權力關係為何形成，認為組織間的權力關係是多樣化的，並不能侷限在高科技產業這一個大的概念架構下。例如在設計公司與晶圓代工廠、封裝及測試代工廠間，因為在資源掌握的關鍵性與替代性以及組織規模條件不同而有不同的權力關係。這種從組織關係類型來考慮組織間的權力關係是重要的，並發現高科技組織間網絡具有「質的彈性」、平行廠商間權力關係較為平衡、垂直廠商間關係還是存在門當互對與權力關係，藉此說明在組織間所存在的權力關係在關係網絡中對互動所造成的影響。

戴佳雯(1999)也同樣發現權力與網絡不再是難以打破的定局，人情關係的存在使得連帶強度增加，但人情關係對網絡連帶鍵結的牽成作用有其限制。人情關係的內容由專業網絡，以及累積的成功合作經驗取代了傳統產業以親友間的擬似家族連帶為主的關係，同時具有全球化及在地化的特性。高科技產業網絡運作邏輯既為傳統產業網絡運作邏輯之接續，也受到高科技產業獨特的產業特性影響，

隨著產業外在環境變化加劇以及內在技術升級，傳統產業網絡也會逐漸脫離既有的傳統特性而發展出與高科技網絡相似之特性。

在權力支配對組織網絡關係的形成上，陳東升（1997）將組織間權力關係形成的焦點置於關鍵資源的掌握、技術條件、生產成本、替代性、組織規模與資金等資源的差異上。事實上，權力關係對組織間網絡互動關係的影響程度甚大，但問題在於不同組織權力關係的形成只是基於這些因素的差異上嗎？雖然透過這些因素的分析能得知組織在產業中的位置及權力，但這些仍屬於供給面的因素。

對本文研究對象台灣的面板產業而言，組織規模和資金絕對夠大，技術條件、生產成本與不可替代性也具有一定優勢，但台灣面板廠在全球產業鏈中的權力位階卻不必然是居於主導性的一方。因此，組織間權力關係的形成除了供給面因素外，更重要的是必須從面板產業所處的交換面、需求面出發，對該產業所處的市場做出一個全景式觀察，才能重新理解面板產業之價值鏈上不同組織間權力關係的圖像，而不僅僅是組織規模及資金等供給面因素的問題。此外，這些研究所提的權力關係是一種單邊依賴的，例如提及設計公司對晶圓代工廠資源是依賴的，似乎設計公司是處於劣勢的。但從整個長期的產業發展來看，這種依賴係可能易位或是形成辯證關係，因為組織的權力關係不只是資源、規模及技術等因素，若將其他因素例如需求端對供應鏈的影響考慮進來，也許整個權力關係是另一風貌。

相較於傳統產業，陳東升（1999）認為在高科技產業中合作廠商的信任大多是透過一套正式化技術認證程式來建立的，而制度性信任與內部市場競爭配套成為封裝廠與委託工客戶組織網絡關係的統理架構。在高科技產業中，建立在人際關係的非正式互動機制共同的條件就是必須要在一個特定的地域，而且要有一些既存的社會基礎促進人際關係的形成，但對一個經營特質是全球性且不斷尋求新的組織間合作以擴展其企業規模的面板產業來說，地域性與封閉性的人際關係所建立起來的組織關係就無法完全符合這樣的目的。代工廠成為虛擬工廠的主要原

因是來自產業組織間的競爭，將內部生產資訊透明化並提供給客戶，以利於和客戶彈性生產的配合與生產品質的監督。

但基於社會網絡中的人情信任關係在面板產業中是否完全為制度性信任所取代，或許可以從人情信任模式的特徵來重新檢視這種關係模式是否已完全隨著面板產業的正式化與組織化而完全消失。網絡形式對於台灣面板產業的運作成敗是否具有關鍵性的作用，可以參照國外高科技產業的網絡研究得到啟發。Podolny 等人 (1996) 認為高科技產業中的不確定性增加了網絡位置上位置的依賴，在位置與結構洞(structure holes)的關係上，Podolny (2001) 也認為位置的效用在於降低利他的不確定性，在結構洞中網絡的豐富性對於解決利己的不確定性是有幫助的，高位置的網絡對於解決利他的不確定性是有幫助的。而 Saxenian (1996) 對於美國矽穀(silicon valley)與一二八公路區(route 128)高科技產業網絡特質的比較研究中，發現矽穀在網絡特質上是屬於開放、水平式的，而一二八公路區則是封閉、垂直式的，而開放、水平式的網絡特質是矽谷能後來居上，取得區域優勢的主要原因。

在開放、水平式的網絡特質上，廠商間相關技術互相牽連，可促進集體學習和彈性調整，開放的人力市場可促進區內不斷地實驗與創新，而鬆散的小組結構可促進公司各部門之間及公司與結構外的供應商及顧客之間的橫向溝通，打破企業內部與各企業間之藩籬；而封閉、垂直式的網絡是由少數公司所掌控，以各個獨立自主的公司為基礎，公司內部即整合了各式各樣相關的生產活動，公司內部階層明確，採取威權集中及資訊垂直傳達的運作模式，因而強調隱密的作業習性與強調企業的忠誠，造成公司各部門之間、各公司之間之公司與區內各機關間，都存在相當明顯的鴻溝。

所以，從美國高科技產業的比較研究中可明顯看出，網絡化的生產關係加上充滿合作與競爭的矽谷文化，才是形成區域優勢的重要元素。地緣關係促進了頻繁的互動與相互信任，而互動與互信正是維持合作關係與加速技術重組的必要因

素。當生產內嵌於區域的結構及制度時，公司之間便會爭相把當地的知識與關係，轉化為創新的產品及服務。

連帶關係使其在生意互動上，多了一層彼此相互認同的方便性，因此易於進行超時間或臨時性的支援配合。更重要的是因為在擬似家族連帶下，廠家彼此有相當的信任感，所以在重要訊息的互通與公司人員的互動上也很容易進行，有助於其取得市場上的競爭優勢。關係網絡是一種建構的過程，是做為對比西方企業管理體制的便利參考架構。強調台灣企業的倚重關係，並非表示西方企業缺乏關係網絡，也並不表示關係網絡是進行台灣產業研究的必然元素。關係網絡的存在，並非決定企業成敗的因素，因為，關係本身是中性的、可塑的、可變的。在長期發展過程中，關係時常因環境而改變，因不同的操控方法而產生不同的意義。同樣的關係，可以作為企業成功或失敗的解釋。

如此一來，網絡中的行動者就包含了個人和企業團體兩個層次。一旦企業體在地理空間聚集在一起，互相交換知識、技術、貨物或人才時，就成為一個互相監視的競爭結構（White 1981）。在台灣的研究經驗中，競爭之外也可能動態合作，就稱之為學習型的區位，特別是政策刻意設立的產業區位，如科學園區或工業區等案例。在此空間中，高階勞動力、技術知識的轉換更為通暢，可說是政策引導出來的網絡模式（徐進鈺 1999；王振寰、高士欽 2000）。一旦人際網絡與企業組織網絡與政府制度作較佳的資源的結合時，從勞力密集產業轉型到資本密集、技術密集產業的可能性就會提高許多（陳東升 2003）。這些高科技產業的網絡研究結果，都是從供給面因素來解釋組織網絡優勢的形成，雖然可以做為研究台灣面板產業網絡形成的參考，但更重要的是也必須從需求端、交換機制形成為起點，來重新解釋台灣甚至是全球面板產業在組織網絡形成過程中所受到的影響或支配力。

從經濟社會學的方式來看待台灣產業的發展能得到一種具體的解釋，以生產網絡與人情網絡相互結合而成為一種更具彈性的生產方式來促進生產並減少成

本與風險。如果台灣在生產上的社會體制，比其他地區更為強大，更能促進經濟的發展，那麼其原因究竟何在？這些體制比較強大的原因可能有二：其一，傳統的家庭體制極為強大，極具凝聚力；其二，戰後政治經濟的某些面向，促使家庭更為強大。台灣的社會體制究竟與其他地區有多大不同？不同地區社會體制的不同，究竟對面板產業有多大影響？對各地區與全球體系的結合又有多大關係？要回答這些問題，還必須作更多的研究工作。對於所有地區，尤其對於台灣，我們都應當給予社會力量更多的重視。如果社會力量確實具有重要的經濟作用，那麼，不同地區在社會組織方面的差異，應能說明不同區域在發展、分配、以及與世界體系的融合模式方面的某些區別。

但上述這些觀點在面臨面板產業時，卻出現不同程度之困窘的情況。如面板產業既是國家政策發展的戰略性產業，卻也是處在商品鏈下游、直接面對消費者的產業；既是資本密集的產業，但也仰賴大量的廉價勞動力進行後段模組的加工。它在技術和專利上既被定義為高科技產業，但台灣的廠商卻大量向日本及美國購買專利，快速地商品化並進入市場。其人力資源網絡類似半導體產業，但卻又向日本直接雇用許多退休工程師，究竟面板產業與其他產業比起來，差異在哪裡？因此經濟社會學解釋的缺點在於不能將生產方式從時空中抽離出來進而當成是促進台灣面板產業發展的「真理複印說」，因為生產方式的解釋有其時空及國際情勢脈絡限制，必須相互配合才能發現這種生產方式的利基所在。

一些經濟社會學路徑在產業研究上的解釋也強調社會結構，例如從優秀而充沛的人力資源，均衡發展的農業部門，所得分配的平均，以及高昂的國內儲蓄率等主要因素來解釋台灣的產業發展。台灣在執行其出口導向的發展策略之初，大多曾利用其國內充沛的人力資源，發展勞力密集的加工出口業，而政府在規劃並執行其教育政策時，一方面全力提高其教育水準，另一方面使國內技術人才的供給和產業互相配合，避免使受過高等教育的人口發生太高的失業率。教育政策的成功，使台灣產業擁有優秀的工程師，勤勉的技術工人，以及有強旺成就動機的

企業家 (World Bank 1993) 。但國家干預可以分為有形和無形兩種，尤其是政府通過市場這隻無形的手進行的干預是不可能進行測量和比較的。此外，國際貿易是雙軌制的，一個國家不可能只從事出口，而不進口，況且，外向出口工業的發展必然會增加資本貨物和中間? 品的進口。從另一個面向來看，政府在危機過程中的應對與改革措施也有所差異，危機之後的經濟發展戰略與政策的調整更是千差萬別。

然而，在有利的社會結構因素下，台灣才能提出有利的產業政策，來克服地理因素的不利，造成面板產業的高度發展。反之，如果缺乏有利的社會文化條件，即使制定出有利的政治及法律制度，亦不可能。政治經濟學與經濟社會學的解釋對台灣面板產業發展的瞭解都有重要的貢獻，但是只用其中任何一個解釋都是不足的。Biggart 和 Hamilton (1997) 就更直接指出，無論是文化、管理或國家能力等途徑，都不能當成在產業研究上進行解釋的單一模式，解釋的自變數在於不同的產業策略，以各自不同的文化與社會條件為基礎制定的產業策略。例如人們經常忽略社會發展出來的制度性模式之多樣性和限制性，這些模式間的互動和經常變動的世界經濟間的辯證關係，都是不應該被忽略的，在這個背景下，我們可以說有利於某些產業發展的制度，對其他產業部門不一定有利。

市場觀點正確的引導我們注意政府的產業政策及企業的責任，但是市場觀點無法說明企業組織安排上所顯現的特殊性和實質上的差異；文化解釋可使我們正確的將日本、韓國及台灣的企業組織運作視為歸屬感、忠誠和服從等重要社會因素的一些性表現，但是只有考量文化本身無法瞭解，雖然企業組織也會配合其文化信仰，但基本上乃是對市場機會與市場條件的一種反應。企業可能具有其文化性，但是企業仍然是企業。再者，文化因素在清晰解釋的要求下，無法做到有效的區別。

綜上，關於經濟成長的解釋或理論儘管有著不同的論辯，但基本上都是一種供給面的觀點，例如國家中心論、生產者導向、網絡鑲嵌與制度環境 (Feenstra and

Hamilton 2006: 216-217)。因此，過去從供給面來進行產業研究是主要的路徑，但是否可以從另一種面向來看？面對台灣面板產業目前出現的問題，社會學是否應該從供給面、交換面及需求面三者之間的關聯，來重新檢視台灣面板產業的發展呢？本文認為這是一個可以嘗試的研究取向。

(三)社會學在產業研究上的國際歷史脈絡解釋

過去社會學對台灣產業為何以代工為主體的解釋其實有著強烈的世界體系理論和依賴理論色彩。為什麼是代工？從這兩個理論的角度，國家在全球經濟分工的位階下，核心國家跨國公司挾其資本的力量，讓處於邊陲的後進國家成為「血汗工廠」，然後透過剝削工人的勞動力，將製成的最終產品輸出運回母國消費市場，再以名牌化的商業行銷手法提高商品的交換價值，藉以從中謀取更高的利潤空間。在相同的研究路徑下，路徑相依(path dependence)的鎖進效應(lock in effect)解釋了何以台灣製造商仍會以代工做為主要的升級策略（黃崇憲 2005；瞿宛文 2006）。

但對台灣面板生產者而言，這並不代表代工是生產者迫於無奈譬如技術或者資金受限所做出的被動選擇。代工一方面是生產在國際歷史脈絡下，需求買者給予台灣的機會，然而，沒有製造商積極組織生產以爭取訂單的行動，來回應全球買者需求的話，亦不會奠下台灣今日的代工產業。

如果從社會學在產業研究上的政治經濟學和經濟社會學解釋方式等供給層面來看，台灣面板產業發展與內部的國家權威、文化與社會脈絡可能都具有重要關係。國際歷史脈絡下的需求面解釋是否高估了國際間的經濟互動對一個國家經濟發展的影響甚於國家本身政治、文化與社會脈絡在經濟發展上的效果，是值得思考的問題。沒錯，美國的零售革命是創造了對勞力密集產品的大量需求，但同樣在二次大戰後美國零售革命造成需求面增加及全球商品鏈形成的歷史脈絡下，為何以出口導向來創造經濟成長利基的優勢會發生在台灣身上，而不會對其

他發展中國家甚至是未開發國家產生相同優勢？所以儘管需求面的確在歷史過程中迅速增加，唯有強健的供給面優勢才能搭上全球商品鏈所賦予一個國家的經濟發展利基。

但是，用世界體系或依賴這種以國家做為分析單位的理論來理解台灣面板產業在今日國際脈絡下的位階，已經沒有辦法解釋全球生產體系網絡化的生成與演化。當組織的分工朝向專業化的方向推展，誰是核心？誰是邊陲？似乎變得無從檢驗。可見，社會學在產業研究上需要提出新的概念工具或理論。

三、產業研究上的新古典經濟學解釋

新古典經濟學的詮釋角度主張市場力量的重要性，對台灣產業的研究主張競爭優勢來自於以低工資策略所推動的勞力密集出口產業，特別是解釋 1970、1980 年代的成長，企業組織在生產要素的討論下，變得無關緊要。Wade (1994) 認為事實上許多有關於台灣產業研究的論述均依新古典經濟學見解來論斷。簡單地講，台灣能優於其他國家乃因其市場運作較佳、價格扭曲情事甚少以及資源分配很有效率。新古典學派能應用到台灣產業的研究上有兩種觀點：1、政策主要為功能性的而非部門性的，該項政策能抵消在任何情形下的小型市場扭曲；2、關於產業政策主要促進之特定產業，不過是追隨若干分散的私人生產者，並不需協助太多，無論如何其都會達成工業目標的。

實際上，在台灣，政府確實指導市場其程度遠大於符合新古典主義的條件或英美經濟學說實務經驗，可是政府此項引導幾乎全為新古典主義所忽略，新古典學派所述政府在對外導向期間所居之位置，重量猶嫌不夠。

至於產業與政府角色之辯論，問題在於國家干預的份量或政府規模的觀點。新古典經濟學認為最成功的事例表示市場較少干預，其成就較少者則有較多干預，並要求政府緊縮其規模及廢除多數市場干預。政治經濟學派方面認為新古典學派說法事實上是錯誤的，認為最成功例證顯示乃因強力的干預，政府能在有些

環境下指導市場產生較佳工業表現，比自由市場更好。若用來檢視台灣的面板產業，兩方面均未強烈地指出何項例證與其立場一致，兩者都使用不甚完整的資料，因而足以推翻其說法，因此對國家角色的辯論實非辯論，只不過是機械式地重覆過去論點。

上述觀點儘管各有主張以及側重面向，惟他們都同時建構了一組經濟活動的結構限制、誘因變數以及組織邏輯，認為是這些因素導致了企業組織與經濟活動的表現。對比面板產業之組織行動而言，雖然近來研究發現日本、韓國以及台灣廠商在不同的根本方向上皆進行了升級，但是呈現出一定差異。例如日本的財團主要在東南亞以及美國，擴張了他們的海外生產網絡，且建立了本身擁有的分銷管道；韓國的財團則透過強調他們的品牌，並且擴大規模，盡量供應自身需求在面對西方大型買者時有更多的自主性；台灣廠商則由於大型買者的要求，有為數不少的企業所形成的生產網絡皆移往中國大陸下，卻也因此而與全球生產網絡扣得更緊。而對產業組織這些行動及差異的解釋，現有理論觀點是值得反省的。

綜上，過去社會學在產業研究結果上的解釋已累積許多不同的模式及觀點，那一層次的分析最能解釋台灣在面板產業上的發展？一方面，利潤和效率的觀點由於太過於專化而且狹隘，以至於無法解釋不同的組織形式，經濟模式只能在非常表面的層次預測組織的結構如成功的企業追求利潤；另一方面，文化的觀點所掌握的是如此普遍的、無所不在的價值模式，因此也難以解釋同一文化區之內，於不同的歷史時間與不同的社會間所具有的差異性，文化無所不在，因此什麼都無法解釋；權威的解釋也不能用在每個不同的國家身上；生產方式與社會結構又只看到供給面的一端而看不見市場形塑的過程。

本文認為，企業結構呈現出既存組織形式對特殊政治經濟條件情境的適應性，組織結構並不是不可避免的，它既非受到文化的因素也不是受到特殊的經濟任務與科技所影響。實際上，組織結構是受情境所影響，因此最適當的分析形式就是：不只是考慮過去社會學在產業研究觀點上所著重的供給面向，交換面、需

求面分析及三者之間關聯的探究對台灣面板產業而言更具有重要的意義與新的視野。在這種結論下，解釋經濟的關鍵性因素可能不是經濟，至少不是經濟學者所常用的意義。

從過去在產業研究上所呈現的論點來看，不管是政治經濟學、經濟社會學或是新古典經濟學等解釋方式，均呈現一種稱之為供給面論述 (supply-side narrative)。此外，對面板產業的研究無論是從供給面或改以需求面來切入，都呈現出一種僅從單面向來討論的結果，而未能將供給面與交換面、需求面之間的關係進行有效的接連及說明。從過去所累積的不管是其他產業或面板產業的研究文獻來看，從供給面來解釋一切現象的取徑實有修正的必要，而對面板產業的理解不能僅僅如過去般只從供給面來進行分析，也必須將焦點重新置放在交換面、需求面的分析上。台灣面板產業最大的挑戰已不僅止於克服技術和產能的創新能力，如何掌握產品週期與生產週期已經成為該產業的最大課題。

以本文對交換面、需求面的關心，比較相關的應是對價值鏈和交換場域 (exchanged champs) 的探討，細言之，是對面板產業所處經濟場域中的位置及其中的支配結構進行探究。顯見對面板產業的研究若能以社會學的觀點，來與面板產業的供給面、需求面、通路(如大型零售商)之角色、功能分析等研究面向進行整合及對話，將會是一個具有突破性的研究。故此，本文下節將藉由與本研究可能採用的觀點進行對話，從而構建出本文之分析框架。

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

本文以面板產業為策略點，重新理解資本主義支配結構及其轉型。由於台灣、韓國及日本在生產規模上幾乎囊括了全球所需，因此從資本投入與獲利能力的關係來分析台灣在面板產業上的發展問題，可以使我們對未來經濟發展趨勢的理解有所啟發，這種經濟發展的新趨勢和過去差異何在，產業結構及市場結構是否發生了變化以及怎樣的變化。透過上節之文獻探討，本文認為在面板產業研究

以至產業研究上，與其說以往產業研究忽視了交換面與需求面的研究，毋寧說是忽略了社會學意義上的²⁷供給面、交換面及需求面這三個面向之間的關聯研究。

究其原因，從經濟學之產業研究言，本文認為這是其經濟學之學科特質 (character) 決定的。由於幾乎所有經濟學概念都具有化約 (reduction) 特質，例如：經濟學從人類的交換活動中抽象 (abstract) 出「供給」與「需求」，來作為他們研究交易行為²⁸的概念工具，而「市場」(market) 則被稱作了那隻著名的「看不見的手」(invisible hand)，因此導致經濟學在研究即便是所謂傳統意義上的「市場行為」²⁹時，有意或必須、暫時地忽視或放棄市場、供給、交換、需求等是如何產生和形塑而成的議題。如經濟學對市場的預設往往視為理所當然，市場是給定的 (market as a given)，市場是自主形成的，而且自動連結供給與需求，這是因為經濟學並不關心或無法關心市場形塑過程 (market-making processes)。但社會學並不承認這種「自主性」以及「自動性」，社會學認為市場是不確定性的，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，所以社會學在產業研究中關注供給、需求以及市場是如何產生、如何形塑的過程。

此外，經濟學強調「可計算性」之分析方法，導致其在分析市場行為時，常常出現過於側重某個面向之現象。例如一旦經濟學必須或被迫進入供給與需求如何連結的研究領域，大部分都只強調供給面的組織與條件，卻很少關於需求如何被組織起來的討論。這正是由於所謂供給面研究涉及到的行動者大多為有序的組織，其行為、過程及結果是可計算的，而需求面涉及到的「部分行動者」³⁰如大

²⁷ 此時、此處這些名詞的應用，暫時還是限定在經濟學意義上的概念。在本節界定了社會學意義上的供給、交換、需求等有關概念後，本文所言之供給面、需求面、交換面與通常意義上的供給面、需求面、交換面就有了方法論意義上之區隔。

²⁸ 本文所言交易為經濟學上的經濟活動，而交換則是社會學意義上的，泛指人類的一切交換行為。

²⁹ 此處用「傳統的市場行為」是從經濟學研究對象發展言，由「有限資源的配置」及「產出的配置」之「市場行為」，發展到一般經濟學意義上被稱為非市場的經濟活動即「社會行為」。如晚近的 Gary Becker 相應地，經濟學的定義也在不斷發展，如 Stockman (1999: 7) 給出的定義是：Economics is the study of how a society uses its limited resources to produce, trade, and consume goods and services... Economics is the study of people's incentives and choices and what happens to coordinate their decisions and activities.

³⁰ 因為就本文的觀點及分析框架而言，社會學意義上的需求面研究涉及到的行動者意指交換場

量的、散亂的、無序之個體消費者的很多具體行為過程是不可計算的³¹。所以經濟學產業研究側重於供給面忽視需求面，目前及今後一段時期來看，亦會是一種常態。

從社會學進行經濟現象、產業研究而言，其概念、分析工具的不夠或不夠清晰³²，惟其中關鍵因素(key point)在於社會學之產業研究，借用了經濟學等諸多概念，卻極少或沒有給這些概念以社會學意義，更沒有將其真正置於社會學意義上的分析框架(frame)內。於是，很多社會學之產業研究，名義上是經濟社會學、政治經濟學，惟其分析框架大多是順著經濟學的視角而構建³³(此種狀況，其他學科在產業研究上亦有呈現，見本章第二節第一點)，所以出現如同經濟學所謂「側重供給面、忽視需求面」的現象亦屬自然。

上述之分析，是基於本章第二節大多數文獻中所呈現的單面向(one-dimension)研究取向，惟本文並非否認經濟學或其他學科的概念工具及分析方法在產業研究中的有效性及解釋力。例如：在上文所述個體消費者行為研究中，經濟學就發展出了一套如「選擇」、「效用」及「成本」等解釋力極強的概念工具，對個體消費者「為何買」之行為的解釋就非常有力。所以，在本文從需求面出發、透過文獻回顧與探討後，本文認為：經濟學的概念工具不是不可用，僅是由於經濟學學科特質，限制了它在產業研究的某些方面之作為，如經濟學產業研究之單面向特點。而社會學藉由其「想像力」及敏銳性(sensibility)，在產業研

域和消費場域內的所有行動者。其需求以經濟學觀之，一部分行動者如中間採購商、零售商的需求是可計算的，另一部分行動者的需求如個體消費者的需求是不可計算的。所以，本文此處用了「部分行動者」一詞。

³¹ 如個體消費者行為之「如何買」，經濟學暫時還無能為力或無暇顧及。

³² 如 Gary Gereffi 在全球商品鏈之「生產者驅動(producer-driven)」與「買者驅動(buyer-driven)」中，關於所謂「買者」的界定就很模糊，造成該觀點在某些產業研究應用中的困境，本文將在本節第三點中進行詳細說明。

³³ 事實上，社會學與經濟學在其他研究領域中的對話，亦呈現本文所述類似情形。正如鄭陸霖(2004)所言：「主流經濟社會學大致上以三種姿態來展現「社會鑲嵌」：(1)經驗地詮釋現實經濟的豐富面貌，這是跟經濟學平行喊話的路線；或者，(2)把社會關係的變數放到模型中來評比，譬如比較人際網絡變數與人力資本變數對職業地位取得的解釋量，這是先共存再求壯大的作法；最後，(3)直接向經濟學內強調制度重要性的新制度學派靠攏，這是帶槍投靠、抽自己銀根的方法。」

究中考察經濟過程與經濟結構，將極有可能「超越」此一局限(limitation)，對產業研究作出貢獻。於是，本文嘗試從供給面、交換面及需求面，對面板產業做一個全景式的探究，即考察面板的製造、被製造完成後之應用、其銷售到個體消費者手裡的整個流程，分析這整個流程中之各個行動者³⁴的操作及其關係，以及這些行動者連結而成的體系之運作機制。

惟在此工作展開之前，根據上述分析，應該藉由社會學視角，透過對話，借鑒、吸納相關文獻之觀點，針對面板產業所處之市場空間，有必要提出本研究的社會學之意義框架(meaning framework)，以構建出本文之概念工具與分析框架。

一、Fernand Braudel 與 Pierre Bourdieu：交換場域與場域區隔

(一) Pierre Bourdieu：場域

場域是 Bourdieu 社會學理論的一個重要概念。在 1992 年的《藝術的法則》一書中，Bourdieu 提出了場域的概念，構建了一個慣習(habits)——場域之間的社會學分析框架。Bourdieu (1997: 83) 說：「文學場是一個力量場，也是一個鬥爭場。這些鬥爭是為了改變或保持已確立的力量關係：每一個行動者都把他從以前的鬥爭中獲取的力量(資本)，交托給那些策略，而這些策略的運作方向取決於行動者在權力鬥爭中所佔的位置，取決於他所擁有的特殊資本」。

場域是 Bourdieu 移用物理學「磁場」的概念，指涉社會空間。對於社會結構的分析他以場域作為基本的分析單位。社會空間乃由許多場域的存在而結構化的，而場域是一個結構化的社會空間，一個力場。它其中有宰製者和被宰製者，也有持續的、恆常的不平等關係在內部運作。場域也是一個鬥爭場，鬥爭的目標是改變或保存這個力量。在這個小世界裏，每個人運用他所有的相對力量和其他人競爭，這個力量也決定他在場域中的位置，以及由此而來的策略。

³⁴ 管理學上一般言之為組織，價值鏈理論稱其為「價值鏈節點(node of value chain)」。

場域不是一個實體存在，而是一個在各個個人之間、群體之間想像上的領域，場域其實有邊界，但是各個在特殊場域內的行動者，都難以說清楚場域為何，但是如果他真的從屬於各個場域，就會知道該如何行動。

Bourdieu 認為，人類活動的目標在於各種不同資本的累積和獨佔，以維護或提升在場域中的位置。因此社會生活本身即是一種持續的位置鬥爭，而每一場域乃成為衝突的地方，由於場域中每一行動主體，都具有特定的份量和權力，因此場域也是一種權力的分配場 (Bourdieu and Wacquant 1998)。

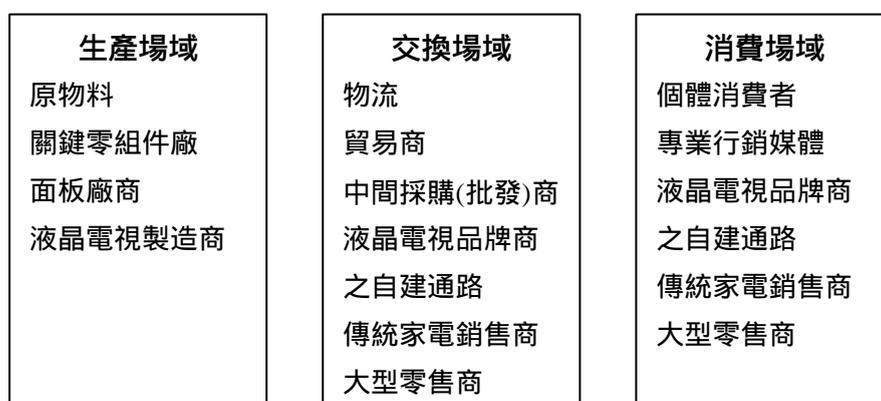
從建構的觀點而言，Bourdieu 場域的建構是以客觀關係的結構為基礎，以解釋具體的互動形式，並以此思考工具應用到各種不同的場域。對 Bourdieu 來說，社會學的任務，就是要清楚描繪場域範圍、場域特質，裡面有何種角色、角色功能、籌碼(各類資本)是什麼，其中的遊戲規則是什麼。

那麼，我們能否將面板產業所處之市場空間，根據其各類行動者之角色，區隔為不同的場域，從而建構出考察面板產業之市場空間構成及結構變遷的分析框架，以此來分析不同場域中的各類行動者互動與關係呢？事實上，Bourdieu 曾經詳細分析了文化場域的一些普通特質。從 Bourdieu 的觀點而言，文化場域是由不同功能角色且彼此相互關連的行動主體和機構所組合而成，其工作劃分如文化貨物的生產者、再製者和傳播者等。可以看出，Bourdieu 以文化類產品為研究對象，對身處該場域的行動者之角色以功能界定，分析了文化類產品之生產、交換與消費流程。

就面板產業而言，由於其產業鏈、價值鏈長且複雜，其中涉及到功能不同的眾多行動者(actor)，為了清晰、全景式探討其中組織互動、市場結構變遷及組織間權力，本文將面板產業之市場空間進行區隔(segmenting)為：生產場域(produced champs)、交換場域及消費場域。生產場域的行動者構成包括面板產業鏈上、中、下游的生產或製造商，且該場域之所謂生產商僅僅或純粹地(purely)負責生產或

製造；交換場域的行動者構成包括諸如物流、貿易商、中間採購(批發)商、廠商(如液晶電視品牌)之自建通路、傳統家電銷售商以及大型零售商如沃爾瑪(Wal-Mart)等。簡言之，交換場域內的行動者不從事生產，僅僅或純粹地完成產品從生產場域至消費場域方向的層次性(layered)買賣³⁵，亦即通常意義上的通路或中間採購商、大型零售商等；消費場域的行動者構成即某產品的大量個體消費者，以及直接面對消費者的銷售者如專業行銷媒體、液晶電視品牌商之自建通路、傳統家電銷售商和大型零售商等。

圖 1-6：面板產業市場空間之場域區隔



資料來源：本文自製

藉由對面板產業所處市場空間所作之場域區隔(見圖 1-6)，本文構建了一個重新檢視面板產業市場結構組成、變遷以及權力關係的認識框架，然後透過依次分析場域中角色種類、角色功能、各場域間角色互動及各類角色之權力大小，來探究場域間權力關係，及資本主義支配結構轉型。

(二) Fernand Braudel：形形色色的交換

Braudel 早已說過資本主義邏輯是在交換這一端，惟本文上述認識框架之形

³⁵ 此處之所以使用層次性買賣，是因為通路型態的多樣性。很多產品並非直接到達消費者，需要透過物流、批發商、中間採購商，如生產商—>大批發商—>區域批發商—>小批發商—>零售商—>個體消費者，呈現了一種層次性的傳遞。這表明通路形態是隨著社會變遷而不斷變革中，詳細過程本文將在第二章加以描述。

成也是借鏡了 Braudel 的研究取向。Braudel (1999) 在《15 至 18 世紀的物質文明、經濟和資本主義》一書中，將十五至十八世紀這四百年的經濟活動劃分為三個層次，分別進行地毯式的檢證，對於資本主義怎樣和為什麼在西歐萌芽、發展，商業資本和工業資本的關係如何，各地區之間的橫向聯繫對資本主義有什麼影響等議題做了詳盡的研究。第一層是最底層，稱之為「物質生活」，涉及人們最基本的物質生活(衣、食、住、行)。在這個時期的大量經濟生活是自給自足、以貨易貨、範圍狹窄的日常生產與消耗；第二層是市場經濟，即生產與交換的機制，沒有這種按照供需關係建立的市場，就沒有一般意義的經濟，市場意味著解放和開放，是與另一個世界接近的媒介，市場經濟不一定是資本主義性質的，它有時甚至是反資本主義經濟的；第三層是資本主義，這是一種由少數商人組成的壟斷經濟，這種壟斷最早是與集市並存的。一些小型資本家利用信貸與遠距離貿易來操縱市場價格，逐漸發展成大資本家、批發商、銀行家，成為一個有錢有勢的社會統治集團，不僅控制國內外市場，也往往對市場經濟產生阻礙、破壞的作用。

其中，Braudel (*Ibid*: 26-28) 在第二冊《形形色色的交換》中，說道：「...在消費與生產兩大領域之間，有一個第三者擠了進來，它像河流一樣細長和活躍，也一眼便可認出：交換，或者說，市場經濟。在本書探討的幾個世紀裡，市場經濟既不完備，又不連貫，但已帶有強制性，肯定還具有革命性。在頑固地趨向習慣的平衡、稍有偏離便立即糾正的整體中，市場經濟是變化和革新層出不窮的區域。Marx 稱之為流通領域，我深信這個說法是相當恰當的。...可見有三個領域。在本書第一卷中，我們談的主要是消費。我們在後面幾章將研究流通。...最後，生產要求分工，分工迫使人們進行交換。」

可見，Braudel 也是從三個領域即生產、交換、消費三個面向來研究資本主義支配結構的。就市場形塑觀點而言，在 Braudel 的脈絡中，市場本來就是慢慢出現的。在研究方法上，Braudel 正是透過對交換場域中的角色功能、角色變遷進行詳盡的描述，來探究市場的形成與結構。Braudel (*Ibid*: 29-30) 描述交換場域

中的角色：「...倫敦集市的形成帶來了另一個後果，即傳統貿易不可避免的被破壞(由於承擔的責任很重)，而所謂傳統貿易，即生產者兼銷售者與城裡的收購者兼消費者面對面的公開交易。兩者之間的距離現在拉得太長，一般人走不完全程。城鄉之間扮演第三者的角色——商人——早在十三世紀前已在英國出現，他們最初主要從事小麥貿易。中間環節逐漸使大商人一方面與生產者，另一方面與零售商建立聯繫，黃油、乳酪、家禽、水果、蔬菜、牛奶等貿易大部份通過這些中間環節進行。為此，種種傳統、習慣和規定全都開始垮台。」

本文注意到，Braudel 在此極其細致地描繪了交換場域中的「商人」角色之變遷，同時，闡述了各場域角色之間的連結關係，即：生產者——大商人——零售商。此外，更是點出由於大商人角色的出現，使得市場結構發生了根本性變化。

(三)交換場域中行動者之角色界定與分析

由於現在的市場情境相較於 Braudel 所描述的時代有了結構性變遷，其市場空間中的行動者類型也隨之發生了變遷，因此，依照前述本文之分析架構，需要對交換場域中的角色作出更進一步細致的界定與分析。

交換場域中的角色，雖然以經濟學之供給與需求概念觀之，皆具有供給/需求雙重身份，從事著買/賣行為，皆為交換場域內之雙重角色者，惟由於其交換或交易對象的不同，這些角色也具有不同種類。本文將那些把產品直接銷售給消費者的這一類行動者取名為「中介需求」(intermediary demand)者³⁶。中介需求者力量強大，除了位居交換場域外，也同時橫跨生產和消費場域。本文使用中介需求的概念有著類型學意涵，以此說明中介需求者這種雙重角色的功能³⁷與行為。

³⁶ 中介需求者類似電影駭客任務(Matrix)中的角色尼奧(NEO)。尼奧也叫湯瑪斯安德森(Thomas Anderson)。在希伯萊語中，湯瑪斯的意思是雙生，這象徵著尼奧呈現的雙重身份：一個是程式師湯瑪斯安德森，另一個是駭客尼奧。組成 NEO 的三個字母轉換順序後即可組成「ONE」，表示尼奧就是那個拯救人類的救世主「The One」。中介需求者類似尼奧，既在交換場域中活動，亦在消費場域中活動的雙重角色之行動者(或組織或個人)，以及這類雙重角色者在其所處的市場空間中，所具有的支配力。

³⁷ 如連接供需雙方、串列於生產場域、交換場域與消費場域，其功能之詳細探討在本節第二點進行。

他們站在制高點(commanding height)，一方面與生產場域中的行動者進行交易，影響供應鏈成員的利潤分配、成本結構和組織行動；另一方面也與消費場域的行動者進行交易，並建構或定義市場需求，透過其交易(或買/賣)行為，將生產場域與消費場域連結起來。

就面板產業而言，其交換場域中的行動者構成包括諸如海外買者、中間採購商、廠商(如液晶電視品牌)之自建通路、大型零售商(如 Wal-Mart)等，這是由於社會變遷導致通路形態變遷，即各通路種類呈現出多樣性。惟本文研究重心放置於中介需求行動者即大型零售商上，所以藉由本文前述之場域區隔，在此借用中介需求者的概念來強調此類角色之雙重性，以對大型零售商進行角色分析。此外，全球通路的變革一直在進行中，透過考量其中的角色變遷，分析通路形態變遷之結構因素，發現通路權力變化狀況，角色分析也有助於理解全球零售變革與資本主義支配結構。

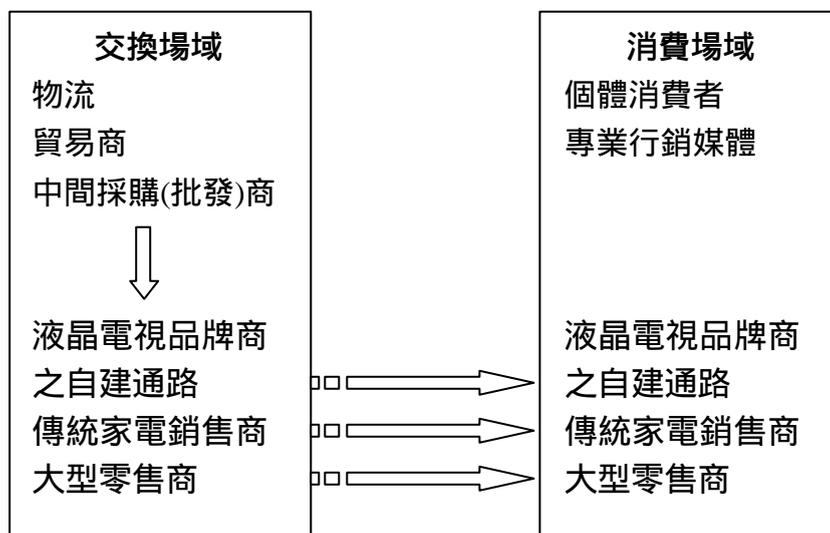
事實上，Bourdieu 在其研究中亦曾提到過此類雙重身份者，描述了此類角色的行為與一些功能。Bourdieu 認為，哲學與社會科學的文化生產的場域，現在已經由新聞場域取代，而執行這場轉換的，主要是透過身跨兩個場域的人，他們的身影並不確定，錯落在新聞場域與專業場域之間。他們利用雙重身份的優勢，躲開兩界的特定要求，但是卻將取諸兩界的或多或少的權力，引進彼此 (Bourdieu 2000)。他在此雖然沒有特別指出此類雙重身份者具體為何類人群或組織，但是卻描述了其連接兩個場域的功能及權力。

綜上所述，藉由場域區隔，可能讓以往不被注意的交換場域、消費場域進入產業研究的視野，從而能夠與產業、政策、資本市場結合，共同開創面板產業研究之新局。就本文之主題而言，將側重交換場域之全球通路與面板產業發展關係之研究，而角色分析有助於本文在產業間之連結(inter-industry linkages)分析層次上的聚焦。故此，本文將於第二章著手分析大型零售商的角色、功能及變革，以及由此導致的消費型態變化。藉此，從需求端的變化來回溯觀察對供應鏈結構所

產生的影響，以理解面板產業的生產與供應節奏、競爭結構的形成與變遷所涉及之統理形式。

此外，需要著重指出兩點：第一，交換場域中的各類行動者只有中介需求角色之行動者才會進入消費場域，換言之，中介需求行動者既在交換場域裡，亦在消費場域中，這才是本文所界定的買者(buyer)。而交換場域中之非中介需求行動者，如物流、貿易商及中間採購(批發)商並不進入消費場域(見圖 1-7)。此點亦表明本文所謂的角色雙重性，並非以經濟學意義上之供給/需求來界定，而是透過場域區隔，進行其角色界定與分析。亦即：依照某個行動者所處的某個場域，藉由行動者之交換對象，來描述該行動者之角色雙重性。於是，透過對中介需求此類雙重角色的行為、功能、位置等分析，對於探究供給與需求連結的過程、以及各場域之行動者的關係連結、權力機制，提供了一種可能性。

圖 1-7：中介需求行動者的雙重性表現



資料來源：本文自製

第二，交換場域內存在著兩類雙重角色者，即非中介需求行動者與中介需求行動者。惟兩者型態變化的結構因素之分析，亦是探求通路權力變化狀況的一個策略點。

行文至此，本文初步構建了一個面板產業市場空間的場域區隔之分析框架，提出了中介需求行動者之概念，惟對於此概念及分析框架的合理性還需要進一步與一些觀點展開對話，以檢視其在產業研究理論層面上可能的解釋力。

二、社會網絡、交易成本與有效需求：通路商種類、功能與位置

交換場域中的行動者，具有供給/需求雙重角色，從事著買/賣活動，由於其交換對象的不同，這些角色也具有不同種類。惟學界、業界對交換場域中不同種類行動者之稱謂也不盡相同，如仲介、代理商、國際貿易商(或海外買者)、中間採購商等。由於行銷學上所言之通路³⁸與交換場域具有相同的功能，因此，本文將處在交換場域中的行動者、行銷學意義上的中間商，統一稱為通路商。藉由與社會網絡理論、交易成本理論及有效需求等觀點的對話，分析通路商角色的功能及市場結構之位置。為了下一章論述通路結構變遷及全球零售變革，先對通路類型、通路商的種類加以簡單介紹。

(一)通路類型

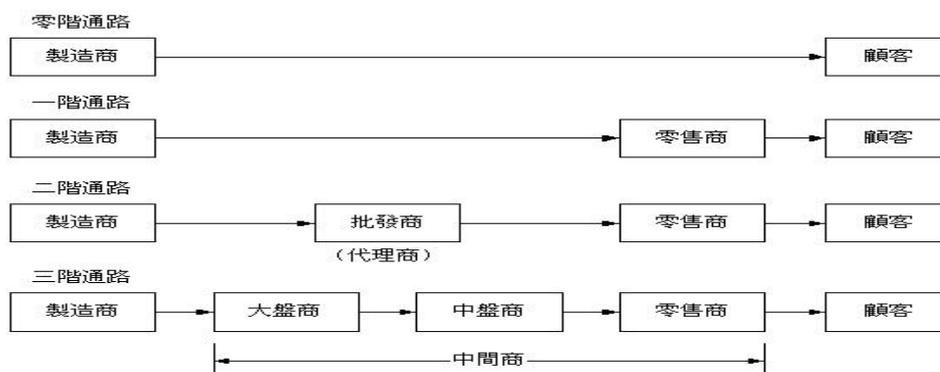
一般而言，通路結構上的主要行動者有：批發商、零售商、以及配銷商等中間商，而根據通路上通路商之數目，通路種類可劃分為：零階通路、一階通路、二階通路及三階通路(見圖 1-8)。由圖中觀之，所謂通路類型之劃分是藉由通路商數目多少，而通路商的種類或通路商業態也是隨著市場情境變遷而不斷變革中，亦即通路結構的變遷反映了交換場域中的行動者即通路商與市場的互動。關於此點，本文將在第二章加以詳細論述。

這裡需要特別強調的是，本文所指通路商(即圖 1-8 中之中間商)是基於場域區隔意義上的，意即其他場域的行動者一旦進入交換場域，則其角色就發生了轉換，成為了通路商。以 Samsung 液晶電視製造商為例，若其自建了通路，則同

³⁸ Kotler(1994) 指出在產品傳送的過程中，必需透過一系列的中間機構(intermediaries)以傳送至使用者或消費者的手中，而此一系列的過程稱之為行銷通路或配銷通路(channel of distribution)。

時也就具有了通路商的功能，因為交換場域控制權之歸屬則是市場結構形塑的關鍵因素之一。

圖 1-8：通路類型



資料來源：本文自製

(二) 通路商的功能

交易成本分析一般是聚焦於「效率」的探討，Williamson (1981) 認為，經濟組織的主要目的和效果在於「節約交易成本」。在液晶電視市場上，大型零售商主要的功能如果從交易成本理論來看在於解決液晶電視品牌廠商與個人消費者雙方在資訊上的不對稱性，降低了蒐尋的成本以及資訊的成本，使雙方達到最大的適配(match)度。因此，大型零售商與液晶電視品牌供應商在售價的談判上，或是對個人消費者的消費習慣，都同時具有愈來愈強的支配能力。但交易成本理論只解釋了生產者與大型零售商在交易過程中的部份及表面關係，無法用來完全解釋交易關係的完整圖象。交易成本理論無法處理總體經濟與交易過程中權力關係的問題，並假設交易過程是自願與對等的，而真正的交易過程並不全然如此。儘管交易行為從表面上看來是出自於對等雙方的自願性行為，但當中卻是存在許多因結構性因素壓力所產生的非自願性交易並隱含非對等的權力支配關係於其中。

由於大型零售商在售價、規格乃至於掌控消費通路的強大權力，致使大型零售商對液晶電視品牌廠商的獲利影響遠大於品牌因素，液晶電視品牌供應商即使

受到大型零售商的權力控制或剝削也不得不依附之。大型零售商的低價策略影響了液晶電視品牌供應商的利潤結構，可能造成液晶電視品牌供應商的抵制，但液晶電視品牌供應商在愈來愈依賴大型連鎖零售商強大的銷售通路能力、掌握龐大消費者來源能力、大量採購與大量銷售能力，以及精密的庫存管理能力下又不得不屈服，變成對大型連鎖零售商愛恨交織的情形且不得不與大型連鎖零售商建立穩定的合作關係。

三、Gary Gereffi：全球商品鏈

在對台灣產業的研究中，全球商品鏈是一個與本研究議題極為密切的分析框架。Gereffi 和 Korzeniewicz (1994) 在討論不同產業商品鏈的統理時，粗略地區分了兩種主要的型態：生產者驅動與買者驅動。在生產者驅動的全球商品鏈中，控制住關鍵零組件的大型跨國製造商在協調整合生產網絡中扮演著主要角色，一般是屬於資本與技術密集的產業，例如汽車、航太工業、及半導體。另一方面，買者驅動的商品鏈則經常由大型的連鎖零售商、自有品牌的設計商以及大型貿易公司在分散的生產網絡中扮演關鍵的整合角色，這一般言屬於勞力密集的產業，例如成衣、鞋業、玩具、家庭用品與消費性電子產品。對照於產品週期理論，技術隨著商品標準化與大量生產成熟擴散，終而給予具低廉勞動成本的台灣製造的優勢，因此造成了產品製造地點的跨國橫向移動。

Gereffi (1998) 研究台灣產業的代工型態興起，特別是在成衣業由買者驅動的全球商品鏈，透過該商品鏈，生產者會逐漸將生產過程移轉到勞動力成本較低的區域，形成「接單」、「代工」及「轉單」的三角製造模式。在後來的論證中，Gereffi 將商品鏈進一步修正為價值鏈，強調全球經濟的生產網絡與領導廠商在產業生產網絡中所扮演的控制位階。此概念以全球買者為核心(通路、品牌商、沒有工廠的生產者)，論證商品在全球生產和分配的網絡，並比較買者驅動鏈和生產驅動鏈產生的作用。其實際的經驗研究，亦在台灣的成衣業和其他國家的產業

得到補充性的說明 (Bonacich 1994; Gereffi 2005 ; 潘美玲、 Gereffi 2001) 。

這種產業研究解釋方式最重要的意義是，以往由買者驅動的美國消費市場，必須與國家或地區的統理結構配合起來，才能進入能高價值的供應位置。換句話說，國家的政策必須在發展戰略性工業之外，也提供中小企業或消費性產業有利的制度環境，其戰略性的位置是由全球商品的角度出發的。此論點補充原來只注重於國內產業完整結構的戰略因素，注意到由消費市場提供切入的利基點，並回頭檢視進入消費市場者，並擴大生產規模時，需要什麼樣的戰略性工業。但事實上台灣並沒有刻意進入消費市場的領域中，至少在1990年之前並沒有看到國家支持大企業，試圖進入擁有全球品牌的消費市場。可是台灣的中小企業和電子業卻自己找到在商品鏈中的位置，並擠進利潤微薄的代工領域，相對來說，也可說台灣的政策環境提供適合代工的勞動力條件。

全球商品鏈概念的提出能夠轉化世界體系理論以進入更具體的產業分析層次，同時也能引進組織作為解釋因素。而不同產業的全球商品鏈分析，能夠具體而微展現更宏觀的全球性資本運作過程，這樣的分析架構提供我們處理跨越國界但是內在於產業交易平面的啟發性觀點。尤其是買者驅動商品鏈的提出，能夠由世界體系的角度對所謂「第三世界工業化」的發展意義作出更準確完整的重新詮釋。此外，全球商品鏈的概念也能夠提供我們由個別產業的全球層次同時處理位於先進與後進國家之企業活動的分析平台，幫助我們檢視結合上下游部門的跨界組織平面中所進行交易互動的控制與學習。

而全球商品鏈的研究取向，則是少數留意到亞洲成長的拉力因素 (pull factors)。 Gereffi 等人 (Gereffi 1994; Gereffi and Korzeniewicz 1994) 檢驗特定的例如成衣及鞋類產業部門，發現生產者驅動與買者驅動商品鏈乃立基於不同的生產與貿易網絡類型，他們協調了不同國家的組合以整合進各自的區域層級裡，因而在亞洲各自的次區域(sub-area)裡，就產生不同產業升級後的結果。

對面板產業而言，全球商品鏈的概念解釋力卻是有其相當大的限制，因為在生產過程高度分工化下的結果，我們實在難以明確地定義面板產業究竟是屬於生產者驅動或是買者驅動的產業。生產者驅動和買者驅動這種二分概念也在零售革命變化下造成分類的差異性不再顯著，即使目前生產者驅動的情況仍存在於少數產業中，但所能產生的支配性已愈來愈小。此外，所謂第三世界工業化應該並非僅是廉價勞動力的單純投入，例如後進國家範圍內的製造出口集中在非常狹小的東亞地區。這個迅速工業化地區的勞動加工成本優勢早在 1970 年代便已經開始流失，但是傳統製造業大規模的製造外移卻一直要等到 1990 年代的中後期才發生。因此，這第二波的產業外移應該要如何理解？是否全球商品鏈再結構後的這個中間製造部門不能僅以「簡單勞力加工」(simple labor processing)來解釋？Gereffi (1994) 透過跨區域比較邊陲國家的廠商聯繫到外部核心經濟的分工組織形式來進行分析。然而以台灣為例，問題是：什麼樣的原因使得廠商能夠以代工的方式出口？換言之，究竟是產業自主與升級的能力維繫住了代工製造的出口，還是代工造成了產業自主與升級？這些都是當全球商品鏈的概念被用來分析台灣面板產業時可能會出現的問題。

全球商品鏈未能針對生產者或是買者的驅動力量如何形成，以及亞洲供應商如何回應的連結關係深入討論，而這部分卻是理解全球經濟活動以及亞洲區域發展歷史構成的關鍵因素之一。其中最大的問題在於，對於生產者與買者驅動的分析，商品鏈架構儘管做了區分，但卻沒有指出支配力的光譜與範疇，因為此驅動程度(drivenness)是否會影響升級的不同選擇，而且因此消解了買者與生產者區別之意義。對那些握有關鍵技術者而言，愈來愈往通路領域佔領，尤其是電腦與跨國公司，即使是生產者，他們將製造與生產活動全委外，只要堅持保留最終組合與品牌的控制。這種現象不但擠壓了上游，同時卻增加了控制市場進入的優勢。

可見，全球商品鏈理論使用中，對於買者、生產者之角色界定，在產業研究應用中尤為重要。實際上，在使用全球商品鏈分析台灣汽車電子產業網絡結構

中，林正國 (2006：76) 將整車廠界定為：同時具有生產者驅動之製造商角色與購買者驅動之名牌製造商角色；而將台灣電子產業為：同時具有生產者驅動之國內外子公司或次級合約關係廠商角色，與購買者驅動之工廠角色。這說明學界使用此理論時亦注意到全球商品鏈理論的不足之處，但是如上所述，在以此架構分析產業支配結構及變化時，由於買者、生產者之角色界定不明，從而在產業結構中支配力光譜及範疇之分析環節，陷入困境。

因此，本文會依照前述構建的分析框架，借鑒全球商品鏈架構，透過場域區隔、藉由角色分析，彌補其不足之處，對全球通路種類及變革展開分析，來解釋全球零售變革對於台灣面板產業因應競爭的調適過程，以觀察產業支配結構與轉型。

四、Gary Hamilton：全球零售革命與東亞經濟發展的國際歷史脈絡

在研究通路變遷對經濟發展的影響研究中，Hamilton (2003) 認為，這屬於從需求面來解釋，亦即市場形塑過程面向，台灣的產業並不只是一種追趕西方的簡單過程，而是全球消費性產品市場與這些產品的全球生產面出現所致。惟這種需求面的成形在 Hamilton 看來是美國所發生的零售革命，使得二次戰後美國對勞力密集產品的大量需求。Feenstra 和 Hamilton (2006) 以美國 1970 年代零售革命的發生來重新理解台灣的出口導向經濟成長如何成為可能。美國大型零售商的發展帶動對廉價勞力密集產品的大量需求，造成美國對台灣進口金額從 70 年代開始不斷攀高，給了以出口導向為主的台灣生產者銷售管道，帶動這個時期整體台灣工業化的發展。若沒有美國零售革命所創造出的市場需求，台灣的出口導向經濟能否創造高度成長仍是個問題。

故此，社會學在產業研究上必須思考全球化分工的成形，也就是台灣在參與全球化特別是與美國關係的過程中得到了許多出口利基進而造就經濟的高度成長。在面板產業研究上，就必須將台灣的面板產業置入經濟與國際環境的變化關

係、全球消費市場的成形與歷史脈絡中來談，特別是在地條件與大型零售商組織的互動形塑了生產組織。

美國在二次大戰後，零售革命造成大型賣場的成立使得對勞力密集的传统製造業所生產的商品需求量提高，民間企業的生產是專為適應發展資本主義國家的進口商，尤其是大型零售商的訂單需求而進行專項加工生產，說台灣是「世界雜貨工廠」一點也不誇張（谷浦孝雄 1995：3-5）。此時台灣和韓國不但在組織型式與所生產的商品上沒有利基的重疊，在生產這些商品上也有充足的廉價勞動力來源，因此此時的台灣和韓國正好在供給和需求面的利基上能夠結合在一起。台灣六十年代產業的發展，並不能只從供給端在生產能力上的優勢來解釋，也必須瞭解當時台灣出口商對日本貿易商(商社)的依賴，乃至於日本商社與美國買者在其中所扮演的關鍵性角色。吳惠林與周添城（1987）就認為當時台灣大多數的中小企業只需從事製造，根本不必擔心其製品的市場問題，因為行銷責任在國際分工的模式下有專門負責的對口單位，台灣的中小企業可以專業於製造和生產勞動密集的產品。

日本貿易商或美國買者做為交換場域中的行動者，類似一個中介需求，將生產與銷售端做一個有效的接連，使得當時台灣所生產的產品能夠銷售到西方大型賣場中。如果沒有六十年代中期以後的世界貿易市場擴大這一機運，沒有跨國公司藉機開拓海外市場的努力，台灣的出口型工業能否取得如此成就仍是個疑問。此外，美國零售革命也形塑了台灣產業的組織形式與生產方式，也引導了國家的經濟政策，這些都是基於制度環境的選擇結果。在生產組織的面向上，生產方式透過垂直分工的方式以增加彈性與效率，在與歐美需求美國一方建立起契約的連結下，使得台灣的製造商不要擔心產品行銷通路的問題，美國的大賣場向台灣大量進貨，然後透過市場交易再賣給美國人民。所以二次戰後美國的需求拉動台灣的產業發展，並與台灣製造業的組織形式與生產方式產生良好的結合，也使得出口替代的經濟政策得以成功。

交換面、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，市場是由有意識及考量成本的經濟行動者，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。

總體而言，從交換面、需求面來看台灣面板產業的發展不同於過去社會學在產業研究上的供給面解釋，可以將整個解釋延伸至更宏觀的視野上，但解釋的方式必須在供給面、交換面與需求面上相互解釋，任何一方都只是必要條件而非充份條件。若沒有需求面的支撐，儘管有著強壯的供給面優勢，但過度生產和行銷問題就產生了，根本無法從出口導向的方式來獲取經濟的快速成長；若沒有供給面的支撐，儘管有來自於美國的需求面優勢，也無法在生產的成本與效率上符合美國的大量需求；而沒有交換面的配合即中間採購商連接生產端與銷售端，市場亦無法形塑而成。

此外，Feenstra 和 Hamilton 的分析方式雖然一改過去供給面的觀點，改以需求因素來重新理解產業發展。但是，其分析方式比較是停留在靜態結構的分析上，將台灣供給與美國需求這個配對關係看成是既存的靜態結構來理解，並沒有深入分析經濟行動者的行動關係是如何使這個結構成為可能，也就是使供給和需求得以透過雙方行動者的能動性連接起來。換言之，以本文前述之分析框架，生產場域與消費場域是如何連接起來的，其方式如何？其中的運作機制是什麼？即交換場域中的行動者扮演了一個怎樣的角色，所起的作用是什麼？若要從供給面、交換面及需求面來理解台灣面板產業，對供需雙方行動者互動關係的動態分析，仍是重要的一環，不能將此供需關係僅僅看成是既存或自然形成的靜態結構。

針對通路的研究，Spector (2005) 以大型零售商需求做為研究主軸，認為大型零售業的出現改變了過去的利潤和成本結構，改變了個人的消費模式與對消費的定義。這種消費模式對消費者會成為一種經驗與習慣，且當連鎖零售商規模愈

來愈大時，會引起獨立零售商或供應商的抵制。原因在於連鎖零售商改變了供應商的利潤結構，供應商又變得愈來愈依賴連鎖零售商強大的銷售能力和精密的庫存管理能力，使得供應商對大型零售商變得愛恨交織，這個觀點是否可應用在面板產業的研究上？本文擬在後續章節進行嘗試。

五、Neil Fligstein：Marketing of Control 與資本主義支配結構

為了探究資本主義支配結構是否發生結構轉型，有必要在本文中界定何謂資本主義支配結構，藉由與 Fligstein「市場社會學」核心觀點之對話，結合前述相關探討，來完成此一工作。

Fligstein (1990) 首先提出「控制」的概念，控制指的是一套結構性的認知，這套體系將使行動者理解到市場如何運作，得以詮釋市場的世界，並採取行動以控制市場情境。十九世紀以來美國的企業有幾個控制概念的轉變，分別為直接控制(direct control)、製造概念的控制(manufacturing concept of control)、銷售與行銷概念的控制(sales and marketing conception of control)與財政工具的控制(financial conception of control) (*Ibid*)，這些概念分別在不同時期替美國大企業製造成長與利潤。

總之，Fligstein (1996) 認為產業研究必須考量場域特性特別是國家與政治的邏輯，是一種控制的概念，不能只是看到社會關係而忽略政治的面向，推翻了看不見的手之概念，取而代之的是背後有一隻「dirty hand」。國家甚至可以在制度框架下具有正當性的控制市場競爭，以及企業在市場中的追趕策略 (Fligstein 2001: 87)。例如 Fligstein (2002) 對於歐市統合的經驗研究，就分別與經濟學以及社會學的「市場」觀念進行對話，說明建構歐市統合的諸多法理條約與機構說明，並非要完全「去管制」(deregulation)才能提昇市場運行，如果適當的管制能提供市場行動者獲取貿易市場，管制並不一定是件壞事。Fligstein 提出的市場構造，結合了制度和文化兩個面向，結構性的解釋現代工業市場中國家扮演的角色。

市場的誕生與穩定，並不只有經濟學所看到的自由競爭邏輯，這對於國家力量解釋市場經濟有正面的助益。但可惜的是他的理論中沒有辦法看到「另一隻看不見的手」，亦即零售革命造成需求端對製造及市場關係的控制，並重新塑造經濟行動者對銷售或行銷概念的理解。

由本節前述對中間商之角色分析可知，隨著全球市場情境的改變，如果某產品之消費者主導市場得以確立，中介需求中間商的力量就將愈來愈強。

生產商、供應商？ 中介需求中間商？ 消費者

從功能上而言，一方面，中介需求中間商藉由為消費者提供資訊搜尋、配對、便利購物等增值服務，作為最直接面對個體消費者的供給者，刺激消費者之消費慾望、誘發有效需求，具有集聚需求、引導消費之能力，使得其在消費場域具有了支配力，是消費場域的導引者；另一面，藉由眾多個別需求之代理人(agent)角色，在面對眾多供應商時，以其巨大的、確定的需求量，就很有議價能力，成為了產品價格之形成的關鍵因素之一。由此，可以看出中介需求中間商對生產場域與消費場域均可能產生主導性。而這種橫跨兩個場域的主導性，將導致中介需求中間商逐漸成為市場支配結構之支配組織之一。

六、本文的概念工具及名詞界定

消費者：本文意指買入產品之目的為直接使用，不再賣出的購買者。

市場：藉由本研究之場域區隔，本文所言市場是：由處在不同場域的行動者，依照各自目的產生的行為互動，形塑而成的空間。靜態觀之，市場為生產場域、交換場域與消費場域構成；動態觀之，不同場域內存在不同種類的行動者，為了因應市場情境變遷，行動者種類亦在變遷，而行動者種類的變遷造成了市場空間結構變遷。以供給/需求觀之，對於消費場域而言，生產場域、交換場域的行動者、以及消費場域中除消費者外的行動者都是供給者；對交換場域而言，生產場

域的行動者都是供給者；而對生產場域而言，交換場域、消費場域的行動者都是需求者。而身處交換與消費兩個場域的供給與需求雙重角色者就是中介需求行動者，比如零售業中的大型零售商 Wal-Mart。在上述市場界定下，供應鏈、需求鏈 (demand chain)就具有了新的意涵。

第四節、研究對象與研究方法

一、研究對象

本研究的主要目的在於和過去台灣產業研究結果進行對話與比較，並重新理解資本主義及其支配結構的轉型，也對台灣面板產業發展過程中規模與獲利之間關係的分析，以提出目前面板產業發展的新趨勢，並回答由此延伸的問題。例如如果資本主義結構已經產生改變，面板產業或行動者的經濟行動方式有何不同？

在分析對象上，將安置在台灣的奇美和友達前兩大面板供應商及其相關的關鍵零組件廠商、使用奇美和友達面板的液晶電視品牌廠商以及大型零售商身上。雖然最主要的分析核心單位是面板供應商，但是廠商的行動路線並非由一己之意所能造成，國際環境、制度因素，以及廠商本身發展策略與全球買主的關係包括技術學習、組織運作、金融工具和市場行銷策略等，無一不影響市場的構成以及台灣面板產業發展之前景。

二、研究方法

本文依據產業特質 (industry-specific)，對台灣面板產業發展軌跡展開更深入的理解與掌握。首先在全球因素方面，我們必須考量國際生產體系之所以擴張之原因，這與各國傾向制定投資開放的政策有關，使得跨國買者得以擴張供應基地的選擇空間；其次，區域因素與產業特質將會影響區域的哪些生產要素而被納入構成商品的要件；最後，隨著時間的演變，採購者的競爭生態所引發的經營控制變遷，台灣面板廠商的回應與調整，以及組織之間的互動如何反過來構成經濟活

動的新秩序變遷。

在具體操作方式上，初步將從終端需求往回推溯，先分析在大型零售商中由奇美和友達所供應面板的液晶電視品牌售價變化，然後就奇美和友達在生產規模與獲利能力上的數據資料來檢視規模與獲利能力兩者之間的關係變化，以支持本研究提出需求端消費型態變化已影響到供應端回應方式的觀點。在此趨勢下再來分析大型零售商背後運作的網絡系統如何可能，與面板產業的供應鏈結構變化為何，最後回答所提出的相關問題並找出资本主義邏輯的新趨勢。

由於現成可依靠的文獻不多，而且相關文獻大多只是觸及到需求面而非將需求面當成主題來看待，因此本文研究的第一步先對要處理的現象進行類似於人類學研究的「濃描述」，不急著用既有理論對現象進行詮釋，而是先把現象描述出一個整體的圖象，這也就是 Alfred Schutz 所謂知識的「一度建構」(primary construction)。然後把常識性和蒐集到的實際現象資料進行重構，找出內在關聯性，以「二度建構」(secondary construction)的方式去詮釋當中所隱含的意義為何，以進行需求面的研究。用一般的話來說就是「先知其然然後知其所以然」，並輔以歷史文獻分析法及深入訪問法。

囿於空間與能力限制，對於跨國買者的瞭解，除了蒐集公司對外公開的年報與財報等資料之外，將倚賴各種二手文獻與報導作為分析之基礎。基本上，為了輔助分析，有關歷史文獻資料的來源包括各協會和公會的統計資料、相關議題的研究報告和二手文獻，以及公司與各平面媒體的資料等。此外，本文也安排相關產業人士進行深度訪談，針對台灣當前面板供應商的發展過程以及行動選擇的重要特定事件、議題及決策，透過深入訪談來取得關鍵決策者或相關行動者的一手經驗與回溯資料，藉此瞭解組織背後的行動過程。

本文以交換場域、需求面為研究主題，分析層次將擺在產業間之連結，在策略上先著手分析通路變革與種類、大型零售商的消費型態變化，從需求端的變化

來回溯觀察對供應鏈結構所產生的影響，以理解面板產業的生產與供應節奏、競爭結構的形成與變遷所涉及之統理形式，這就不同於過去產業研究從供應端出發的方式；其次，找出該產業是否存在有某一類型組織具有生產與消費節奏等時間與空間的支配力量，並因此形成該產業的競爭秩序；最後，釐清台灣面板產業發展的條件與基礎。

而為了回應全球買者的需求面研究觀點，本文也將依據圖 1-9 的架構，來呈現台灣面板產業與全球買者之間的組織連結關係，分析組織行動結果所產生的組織場域現象和相關的社會機制，進一步探討組織實踐所涉及的結構慣性與運作邏輯。從制度論的觀點來看，必須關懷全球產業供應鏈對新興國家產業組織發展型態與轉型的影響力，並進一步從微觀層次來分析跨國買者的支配策略以及本地企業組織因應策略的調適過程。

圖 1-9：台灣面板產業與全球買者組織連結關係圖

