

參考文獻

一、中文部分

- 〈文化一致性 vs. 文化歧異性〉。《工商時報》，經營知識版，1996/05/10。
- 《東南亞投資雙月刊》，第 15 期，2000/12/28。
- Cengage Learning Asia (2008)。〈以市場行銷通路談科技管理與創新——以沃爾瑪為例〉。Cengage Learning Asia Inc。
- David Crystal (2000) 著，鄭佳美譯。《英語帝國》(*English as a Global Language*)。台北：貓頭鷹。
- W. L. Hill Charles (2006) 著，陳一民導讀。《國際企業》，頁 480-504。台北：麥格羅·希爾國際。
- 于卓民、巫立民、蕭富峰等合著 (2009)。《國際行銷學》(三版)。台北：智勝。
- 山口廣太 (1987)。《麥當勞經營策略：超級公司麥當勞成功秘訣》。台北：國豐。
- 工商時報 (2009/06/19)。〈中華徵信所調查，500 大企業去年 115 家虧損〉。全球華文行銷知識庫，A4 版、A1 轉 A3 版、A3 版。
- 工商時報 (2009/06/19)。〈台灣貿易夥伴〉。A10 版、A2 版。
- 王昭正譯，Alastair M. Morrison 著 (1999)。《餐旅服務業與觀光行銷》(*Hospitality and Travel Marketing*)。台北：弘智。
- 中央社 (2005/1/1)。〈提升台灣產品競爭力，許志仁，品牌通路並重〉。中央社。
- 中國時報/中央社 (2010)。〈世銀：2010 年全球經濟預計成長 2.7% 中國 9%〉，2010/01/21。
- 中國新聞網 (2010/05/18)。〈IMD2010 年世界競爭力排名：香港躍居全球亞軍〉。
- 中華民國外銷企業協進會 (2011)。《國際行銷 1000 題庫》。台北：前程。
- 中華民國交通部觀光局 (2003)。觀光業「危機管理」及「目標行銷」研討會講義。
- 中廣新聞網 (2008/11/14)。〈以低價做出市場區隔——低價迷你筆電，台灣全球市佔率 99%〉。
- 方世榮譯 (1999)，P. Kotler、G. Armstrong 著 (1994)。《行銷學原理》。台北：東華。
- 方世榮譯 (2004)，P. Kotler、G. Armstrong 著。《行銷學原理》(*Principles of Marketing, 10th Edition*)，頁 464。台北：東華。
- 方世榮譯，P. Kotler 著 (2003)。《行銷管理學》(第十一版)。台北：東華。
- 方威尊 (1997)。《休閒農業經營關鍵成功因素之研究——核心資源觀點》。國立台灣大學農業推廣學研究所碩士論文。
- 王至誠 (1993)。《企業併購之法律規範研究》。國立政治大學法律研究所碩士論文。
- 王勝 (2002)。〈管理新革命——企業再造〉。《中國企業報》。
- 王滄田 (2002)。〈談臺鹽公司的轉型〉。《鹽光雜誌》，創刊號，頁 17-19。
- 世華財訊 (2010/07/16)。〈洋和尚念經 Facebook 如何畫出中國臉譜？〉。鉅亨網新聞中心。

- 台灣經濟研究院 (2010)。〈解讀 2010 年國際管理學院 (IMD) 世界競爭力排名〉。台經社論。
- 史黛西·布雷斯勒、查爾斯·葛雷森著，蔡舜玉，丁惠民譯 (2002)。《社群行銷》。台北：麥格羅·希爾國際。
- 司徒達賢 (2001)。《策略管理新論——觀念架構與分析方法》。台北：智勝。
- 任惠光 (1998)。《企業集團進入有線電視產業之競爭與併購策略規劃》。國立台灣大學國際企業研究所碩士論文。
- 伍忠賢 (2007)。《宏達電股王捍衛戰——王雪紅的慧眼雄心》。台北：五南。
- 吉宓 (2008)。《藍海策略的六大誤讀》。管理學家。
- 朱文儀、黃廷聰 (2002)。〈國際策略聯盟中廠商間知識移轉與廠商能力發展〉。《臺灣管理學刊》，第 2 卷第 1 期，頁 105-124。
- 朱博湧 (1999)。〈競爭與合作的新思維〉。《遠見雜誌》，7 月號，第 157 期。
- 江榮吉 (1998)。〈休閒農漁業的經營管理〉。《農業經營管理會訊》，17，頁 8-10。
- 江靜玲 (2009)。〈全球三成機率陷蕭條，台穩定度高〉。《中時電子報》，2009/03/25。
- 何中達、周冠男、周賓凰、邱慈觀、張傳章、張森林、陳錦村、鄭漢鐔、史綱 (2002)。《企業併購與重整：企業金融的十二堂課》。台北：天下文化。
- 余朝權 (2001)。《現代行銷管理》。台北：五南。
- 余朝權、陳振燧、江啓先、謝依靜 (2007)。《國際行銷學》。台北：國立空中大學。
- 余朝權、謝依靜、陳振燧、江啓先 (2009)。《國際行銷學》。台北：國立空中大學。
- 吳明隆 (2003)。《SPSS 統計應用學習實務》。台北：知城出版社。
- 吳明機 (2005)。《台灣 IT 產業發展現況與展望》。台北：經濟部工業局。
- 吳青松 (1997)。《國際企業管理理論與實務》。台北：智勝。
- 吳思華 (1998)。《策略九說》。台北：臉譜。
- 吳修辰 (2005)。〈製造業 100 大、服務業 50 大精華版〉。《商業周刊》，第 908 期，頁 140-149。
- 吳清山 (2004)。〈學校行銷管理的理念與策略〉。《北縣教育》，47，頁 23-34。
- 吳清山、林天祐 (2005)。〈教育名詞解釋：公共關係〉。《教育研究月刊》，131 期。
- 吳韻儀 (2003)。〈星巴克傳奇：一個 Sales 用咖啡統一世界〉。《CHEERS 雜誌》，1 月。
- 呂長民 (2009)。《行銷研究：企業研究方法實務應用》(6/e)。台北：前程。
- 宏達國際電子股份有限公司股東大會 (2008)。「2001~2008 年年報」。
- 李力昌。〈英語環境與國際行銷策略〉。國立高雄應用科技大學觀光管理系。
- 李光耀 (2006)。〈不面對中國，台灣將輸掉競爭〉。《天下雜誌》，349 期。
- 李芳齡譯 (2002)，丹·史坦巴克原著。《NOKIA！——小國競爭者的策略轉折路》。台北：商智。
- 李郁怡 (2006)。〈文化差異全球化商機難賺〉。《管理雜誌》，中時電子報。
- 李郁怡 (2006)。〈全球華文行銷知識庫〉。《管理雜誌》，第 383 期。
- 李郁怡 (2006)。〈跟全球 500 大做生意〉。《管理雜誌》，第 383 期。
- 李智婷 (1993)。《金融業行銷資料庫系統之研究》。淡江大學資訊管理研究所碩士論文。
- 李麗滿 (2005)。〈鮮活管理——精典泰迪的龍風服裝進口高檔童裝一路發〉。《工商時報》，30 版。

- 李櫻穗、林育鴻 (2008)。〈併購風潮下之公司評價與決策〉。《空大學訊》，第 13 卷第 2 期，頁 84-91。
- 汪浩譯，U. Beck (2003)。《風險社會：通往另一個現代的路上》(*Risikogesellschaft: Auf dem weg in eine andere Moderne*)。台北：巨流。
- 辛巴譯 (2001)，Marc Gobe 原著。《高感性品牌行銷》。台北：藍鯨。
- 周文明、李利為、何偉菁、許瑋真、黃冠燁、楊芝菁、彭詩傑、辜怡菁、蔡沛鵠 (2003)。〈組織員工對企業再造之認知——個案以臺鹽為例〉。真理大學資管系畢業專題。
- 周向民、田力男譯 (1999)。朱麗安·西沃卡著。《美國廣告 200 年經典範例》，頁 478。北京：光明日報出版社。
- 周盈成 (2009/09/08)。〈WEF 全球競爭力排名，台灣進五名排行 12〉。中央社。
- 周若男 (1999)。〈休閒農業區輔導措施〉。《農政與農情》，89，頁 71-72。
- 周逸衡等譯 (2007)。《服務業行銷》(第六版)。台北：華泰。
- 尚容安譯 (2002)，Robert K. Yin 著。《個案研究》(初版)。台北：弘智。
- 彼得·薛佛頓 (Peter Cheverton) 著，吳國卿譯 (2007)。《好行銷：讓買的人與賣的人都滿意的真本事》。台北：臉譜。
- 拉里·薩默瓦、理查德·波特主編，麻爭旗等譯 (2003)。《文化模式與傳播方式》，頁 127、221、279。北京：北京廣播學院出版社。
- 拓璞產業研究所 (2008)。〈全球科技產業動態大預測〉。TRI 產業分析報告，拓璞產業研究所。
- 拓璞產業研究所 (2008)。〈智慧型手機大未來〉。TRI 產業專題報告，拓璞產業研究所 (TRI)。
- 東南亞投資雙月刊 (2000/12/28)。〈東南亞投資的政治風險——以菲律賓與印尼為例〉，第 15 期。
- 林佳誼 (2010)。〈星巴克 3 種加味咖啡 上架〉。《工商時報》，2010/05/18。
- 林佳靜 (2009)。〈中國是最大的禽肉消費國嗎？〉。《飼料營養雜誌》，第 9 期，頁 33-34。
- 林孟彥譯 (2006)，Stephen P. Robbins、Mary Coulter 著。《管理學》(八版)(*Management, 8/e*)。台北：華泰。
- 林孟儀 (2008)。〈亞洲精品名牌即將趁勢而起，獨家專訪《亞洲名牌聖教》作者羅哈·切哈 (Radha Chadha)〉。《遠見雜誌》，2008 年 1 月號。
- 林信元 (1996)。《台灣大型企業資訊對行銷管理程序之支援分析研究》。淡江大學資訊管理研究所碩士論文。
- 林奐呈 (2009)。〈五力分析：剖析產業環境，掌握企業優勢〉。《經理人月刊》，第 52 期。
- 林奐呈 (2009)。〈麥可·波特：競爭策略核心概念，徹底解析〉。《經理人》，3 月號。
- 林建煌 (2005)。《國際行銷管理》。台北：華泰。
- 林建煌 (2006)。《行銷管理》。台北：智勝。
- 林昭儀 (2010/07/07)。〈IMD 綠色科技競爭力排名台灣排名全球第六、亞洲第二〉。鉅亨網。
- 林柏村、廖昭昌 (2009)。〈Transcend 創見，行銷與通路個案分析〉。工業設計系行銷與通路個案分析《行銷個案研究》。
- 林國平、洪育忠編著 (2007)。《行銷資訊系統——E 世代的行銷管理》(第二版)。台北：東華。

- 林淑媛 (2010)。〈經部：碳足跡可能造成非關稅與關稅貿易障礙〉。中央社中央商情網，2010/01/02。
- 林殿唯 (2010)。〈當星巴克遇到 85 度 C〉。《工商時報》，2010/01/10。
- 林漢森 (2005)。〈麥當勞餐廳的經營與國際行銷〉。
- 林蕙薰 (2009/10/30)。〈台灣企業成熟度競爭力亞洲第 2 位〉。經建會綜合計劃處。
- 邱玉蟬 (1996)。〈台鹽・老衙門賣新鹽巴〉。《天下雜誌》，第 186 期，頁 100-106。
- 邱志聖、巫立宇、陳仲熙 (2001)。〈產品知識及來源國形象對顧客滿意度之影響—Elaboration Likelihood Model 之理論應用〉。《管理學報》，第 18 卷第 2 期，頁 185-212。
- 邱莉玲 (2008)。〈西式速食對味東方市場〉。《工商時報》，經營知識，31 版。
- 邱碧英 (2008)。〈廠商應如何面對與因應貿易障礙〉。國際經貿專欄，2008/06/19。
- 金偉燦、莫伯尼著，黃秀媛譯 (2006)。《藍海策略——開創無人競爭的全新市場》。台北：天下文化。
- 保羅史密斯著，陳琇玲譯 (2000)。《行銷基本教練》。台北：城邦文化。
- 施振榮 (2000)。蕭富元／整理。《iO 聯網組織——知識經濟的經營之道》。台北：天下雜誌。
- 查淑妝 (2009)。〈蕭萬長：台灣核心競爭力應改弦更張，以大陸為「市場」〉。鉅亨網台北綜合報導，2009/05/15。
- 段兆麟 (1997)。〈頭城休閒農場經營診斷分析〉。《台灣農業》，33(4)，頁 22-38。
- 洪順慶 (2006)。〈台灣風雲品牌・躍昇世界舞台〉。《天下雜誌》，10 月 11 日。
- 胡仲英 (2010/05/19)。〈競爭力排名，反映海嘯後全球經濟消長〉。中廣新聞網。
- 范振光 (2010)。〈別讓文化差異 毀了生意〉。《聯合報》，2010/03/10。
- 郁南之、高鴻翔 (2006)。〈中國大陸 3C 商機分析〉。《Intelligent Times》。
- 郁馥馨 (2002)。〈青春再生與企業轉型的契機〉。《鹽光雜誌》，第 2 期，頁 10-13。
- 倪慈緯 (2007)。〈以明基經驗看品牌台灣〉。《RUN!PC 月刊》。
- 夏鑄九、王志弘譯，M. Castells (2000)。《網絡社會之崛起》。台北：唐山出版社。
- 徐光輝 (1998)。《台灣休閒農業之消費者行為分析》。國立台灣大學農業經濟研究所碩士論文，台北。
- 徐志宏 (1999)。《企業再造工程之理論探討與實證研究：以個案企業為例》。國立臺灣科技大學管理技術研究所工業管理學程碩士論文，頁 8-10、23-27。
- 紡織品產銷知識應用服務資訊 (2010/05/26)。〈亞洲在全球的競爭力排名躍升〉。
- 高樹軍 (2005)。〈IBM 矩陣式的組織結構〉。《管理學》。河北大學。
- 張在山譯 (1991)，P. Kotler、A. R. Andreasen 著 (1987)。《非營利事業的策略性行銷》。台北：授學。
- 張佩傑譯，Al Ries、Jack Trout 著 (1992)。《定位行銷策略——進入消費者心靈的最佳方法》。台北：遠流。
- 張素梅 (1997)。《統計學》。台北：三民。
- 張紫菁 (1998)。《行銷組合策略在休閒農場經營上之應用——以頭城休閒農場為例》。國立政治大學地政研究所碩士論文。
- 張順凱 (2002)。《企業再造或企業組織精簡：以一家無線電視公司為例》。國立中央大學資訊

管理學系碩士論文。

- 張銘欽 (2009)。〈台灣 3C 產品跨海拚內銷〉。《國際商情雙週刊》，第 263 期，2009/03/25。
- 張篤群譯 (1995)。《速食之王——麥當勞精神》。台北：絲路。
- 張鴻 (2010)。〈案例篇：太古可口可樂「多通路定價法」〉。《經理人月刊》，4 月號，第 65 期。
- 曹宇帆 (2010/05/19)。〈台灣競爭力驟升首度擠入前 10 強〉。台灣新聞，中央社。
- 莊閔越 (2003)。《企業員工的組織學習因素認知與員工工作滿足關聯之研究：以金融產業為例》。朝陽科技大學企業管理學系碩士論文。
- 郭子瑋，廖昭昌 (2009)。〈台灣可口可樂飲料市場產品組合〉。工業設計系行銷與通路個案分析《行銷學個案研討》。
- 郭美卿 (2004)。〈淺談行銷與市場策略〉。香港理工大學專業進修學院講師 (College Lecturer) 及英國特許市務學會 (CIM) 特許市務師 (Chartered Marketer)。
- 郭振鶴 (1996)。《行銷管理》。台北：三民。
- 郭振鶴 (1999)。《行銷研究》。台北：華泰。
- 郭晉彰 (2006)。《3%的超越——透視杜書伍的聯強國際經營學》。台北：天下文化。
- 陳水竹 (2003)。〈企業的人力資本與高績效團隊之關連性研究——以統一企業與鍊德科技兩集團為例〉。人文、科技、e 世代人力資源發展學術研討會 (高雄應用科技大學主辦)。
- 陳水竹 (2010)。〈人力資本與全球運籌管理的核心策略之研究——跨世紀電子化企業競爭優勢之觀點分析〉。
- 陳世昌編譯、田思怡報導 (2010)。〈GDP 超越日本中國 成爲世界第 2 大經濟體〉，聯合新聞網，2010/08/17。
- 陳正男 (1992)。《行銷管理》。台北：三民。
- 陳正昌，程炳林 (1998)。《SPSS、SAS、BMDP 統計軟體在多變量統計上的應用》(第二版)。台北：五南。
- 陳兆桐 (1986)。《行銷資訊系統與行銷研究》。淡江大學出版中心，11 月。
- 陳成良編譯 (2009)。〈PERC 評比，迥異其他國際調查〉。《自由時報》，2009/4/9。
- 陳明哲 (2008)。〈後波特時代的企業優勢〉。《哈佛商業評論》，第 25 期，全球繁體中文版，台北：天下遠見。
- 陳明哲著，林豪傑、喬友慶、侯勝宗譯 (2008)。《動態競爭策略探微：理論、實證與應用》。台北：智勝。
- 陳思倫，劉錦桂 (1992)。〈影響旅遊目的地選擇之地點特性及市場區隔之研究〉。《戶外遊憩研究》，5(2)，頁 39-70。
- 陳柏豪 (2007)。《區域統合對跨國企業之全球佈局及國際進入策略的影響~以福斯集團與戴姆勒賓士爲例》。大葉大學國際企業管理學系碩士在職專班碩士論文。
- 陳紀元 (2005)。《行銷烏龜哲學》。台北：商周。
- 陳振燧 (1996)。《顧客基礎的品牌權益衡量與建立之研究》。國立政治大學企業管理研究所未出版博士論文。
- 陳振燧、張允文 (2001)。〈品牌聯想策略對品牌權益影響之研究〉。《管理學報》，第 18 卷第 1 期，頁 75-98。

- 陳凱俐、吳菁樺、簡雅鳳、鍾毓芳、林筑君 (1996)。〈觀光果園之消費意向調查與經濟效益評估——以宜蘭縣為例〉。《農業經營管理年刊》，2，頁 94-122。
- 陳朝福 (2009)。〈經濟部推出「新鄭和計畫」〉，大紀元報導。《中央社》，2009/04/13。
- 陳瓊琪 (2004)。《從台灣智慧型手機設計代工個案探討其競爭優勢》。企業管理學系碩士在職專班，國立中央大學。
- 陳麗玉 (1993)。《台灣居民對休閒農場偏好之研究》。國立中興大學農業經濟學研究所碩士論文，台中。
- 陶幼慧 (1999)。〈行銷資訊系統架構〉。第一屆永續發展管理研討會，November 5-6，1999，國立屏東科技大學。
- 彭玉樹 (2007)。《國際行銷與運籌實務》。台北市進出口商業同業公會出版。
- 彭曉瑩 (2002)。〈教育行銷之理論與實務〉。《人文及社會學科教學通訊》，13(3)，頁 108-119。
- 彭蕙珍 (2010)。〈創意生活專賣店，揪粉絲團做口碑〉。《經濟日報》，2010/07/12。
- 曾彩文 (1999)。〈台鹽休閒文化村，不讓鹽業沒入歷史：2001 年前完成將夕陽工業轉型為觀光文化〉。《新臺灣新聞周刊》，第 147 期，頁 52。
- 曾富洪 (2009)。《產品創新設計與開發》。成都：西南交通大學。
- 游誌明、林育慈 (1996)。〈台灣發展休閒農場可行性之研究——以中部酪農農村休閒農場為例〉。《台灣土地金融季刊》，33(4)，頁 91-122。
- 湯宗益 (1995)。〈行銷資訊系統：延伸企業經營視野〉。《管理雜誌》，第 255 期。
- 湯堯 (2000)。《學校經營管理策略：大學經費分配、募款與行銷》。台北：五南。
- 賀雪飛 (2006)。〈文化差異：跨文化廣告傳播中的變量〉。《新聞記者》，第 6 期，2006/06/16。
- 黃文章 (2010)。〈IEA：中國大陸超過美國成爲全球最大能源消費國〉。《精實新聞》。
- 黃俊英 (1987)。《行銷研究：管理與技術》(第三版)。台北：華泰。
- 黃俊英 (2002)。《行銷學》。台北：華泰。
- 黃俊英 (2003)。《行銷學的世界》(第二版)。台北：天下文化。
- 黃英忠 (2003)。《人力資源管理》(二版)，頁 29。台北：三民。
- 黃啓乙 (2010)。〈中國空調市場有大商機〉。《先探投資週刊》，1560 期。
- 新華網 (2010)。〈三巨頭把脈世界經濟：復甦強勁但不可大意〉，2010/01/22。
- 楊幼蘭譯 (2004)。Martha Barletta 原著。《女性行銷：如何了解、接觸這全球最大的市場區隔，提高你的占有率》。台北：藍鯨。
- 楊玫欣 (2010)。〈產業動態——將提升產品美感競爭力〉。《工商時報》，2010/7/30。
- 楊振富譯 (2000)，Donald Kennedy 著 (1997)。《學術這一行》。台北：天下遠見。
- 楊穆郁 (2007)。〈順應國際化潮流，王金來帶領致遠變革〉。《工商時報》，工商經營報，戰略高手，D1 版。
- 經濟日報 (2008/02/25)。〈法律對國際行銷組合的影響〉。企管副刊，A14 版。
- 經濟日報 (2009/10/10)。〈併與被併都是好漢——資源整合與合作〉。經濟日報社論。
- 經濟日報 (2009/10/8)。〈2009 年台灣最有價值國際品牌 20 強〉。
- 葉大經 (1995)。《組織結構與企業內外環境對企業再造認知態度之實證研究：以國內 600 大企業爲對象》。國立臺灣工業技術學院管理技術研究所資訊管理學程碩士學位論文，頁

3-9。

- 葉日武 (1997)。《行銷學：理論與實務》(初版)。台北：前程。
- 葉進成 (1989)。《行銷資訊系統之建立——以個案公司為例》。淡江管科所碩士論文。
- 葉慧心 (2008)。〈有望簽 MOU——9 家具兩岸題材金融股分析〉。《經濟日報》，2008/06/02。
- 資策會 (2008)。〈Google 投入行動電話產業的策略意含與可能影響〉。MIC 產業分析報告，資策會 (MIC)。
- 資策會 (2008)。〈智慧型手機市場之 Linux 應用趨勢，Linux 與智慧型行動裝置市場發展現況〉。
- 賈凱傑 (2006)。〈想像力創造新通路奇蹟 (可口可樂、百事可樂為例)〉。
- 廖武正 (2006)。〈農產品國際行銷及目標市場策略〉。中國生產力中心農漁業產品外銷拓展專班。
- 榮泰生 (1992)。〈90 年代的行銷資訊系統〉。《自動化科技》，5 月。
- 蒙特婁議定書。
- 趙文衡 (2004)。《不完美復甦：全球化關鍵報告》。台北：御書房。
- 趙琪 (1999)。〈交易成本對品牌延伸方式決策的影響〉。《管理學報》，第 16 卷第 1 期，頁 43-68。
- 遠見雜誌 (2008)。〈行銷關鍵，混種消費〉。《遠見雜誌》，7 月號。
- 齊思賢譯 (2000)，Benjamin Gomes-Casseres 著。《策略聯盟新紀元》。台北：先覺。
- 齊若蘭譯 (2004)。Peter F. Drucker 著。《彼得·杜拉克的管理聖經》。台北：遠流。
- 劉文良 (2007)。《網際網路行銷》(第二版)。台北：碁峰。
- 劉紀平 (1997)。〈大陸市場進入策略與通路策略配合類型對經營績效影響之研究——交易成本觀點之實證〉。
- 劉首英主編 (2002)。《對話：傾聽 46 位世界級商業領袖的聲音》，頁 93。北京：中國發展出版社。
- 劉菊梅 (1999)。〈新消費型態之探討〉。《流通世界》，107，頁 91-100。
- 劉菊梅 (2000)。〈企業全球策略聯盟的管理與評估〉。《經濟情勢暨評論》，第 6 卷第 1 期，頁 114-126。
- 歐聖榮，張集毓 (1995)。〈遊憩區市場定位之研究〉。《戶外遊憩研究》，8(3)，頁 15-45。
- 蔡培村 (1998)。《學校經營與管理》。高雄市：麗文文化。
- 蔡進發 (1996)。〈從資源基礎觀點看國內休閒農業的策略制定〉。《台灣農業》，32(6)，頁 16-25。
- 鄭呈皇、曾如瑩 (2005)。〈人病了沒留下抗體就白痛了〉。《商業周刊》，第 909 期，頁 46-50。
- 鄭健雄 (1998a)。《台灣休閒農場企業化經營策略之研究》。國立台灣大學農業推廣學研究所博士論文，台北。
- 鄭健雄 (1998b)。〈從服務業觀點論休閒農業的行銷概論〉。《農業經營管理年刊》，4，頁 127-148。
- 鄭健雄，陳昭郎 (1996)。〈休閒農場經營策略思考方向之研究〉。《農業經營管理年刊》，2，頁 123-144。
- 鄭啓良 (1996)。《企業再生工程實施方式與企業特質之關聯性探討》。國立政治大學資訊管理學系碩士論文。

- 鄭紹成 (2005)。《國際行銷管理》。台北：前程。
- 鄭紹成 (2008)。《國際行銷管理：亞洲觀點與全球思維》(2/e)。台北：前程。
- 鄭麗文譯 (2009)，Nicholas Stern 著。《全球新政》。台北：如果出版社。
- 盧復國 (1999)。〈臺灣企業策略聯盟發展之研究 (上) (下)〉。《產業經濟》，卷 209-210，頁 1-56，頁 1-64。
- 蕭富峰 (1994)。《行銷組合讀本》。台北：遠流。
- 戴曉霞 (2000)。《高等教育的大眾化與市場化》。台北：揚智文化。
- 謝奇明 (1990)。《台灣地區休閒農業之市場區隔研究－以消費者需求層面分析》。國立台灣大學農業經濟研究所碩士論文。
- 謝金河 (2009)。〈2010 世界經濟大變化——「中國生產，美國消費」重新解構〉。《今周刊》，第 679 期，頁 138-142。
- 韓定國譯 (1999)。《麥當勞——探索金拱門的奇蹟》。台北：遠見。
- 瞿秀蕙譯 (2005)，Philip R. Cateora、John L. Graham 原著。《國際行銷學》(*International Marketing, 12e*)。台北：美商麥格羅希爾。
- 簡國帆 (2010)。〈進軍行動市場臉書「位置」定位廣告商機〉。《經濟日報》，2010/08/20。
- 顏光華、劉正周 (1994)。《企業再造》。上海財經大學出版社。
- 羅之盈 (2010)。〈3.5 億會員超級平台，Facebook 行銷學崛起〉。《數位時代》，2010 年 1 月號。
- 譚天譯 (2000)，Cyrus Freidheim 著。《策略聯盟》。台北：智庫出版社。
- 嚴如恆 (1996)。《行銷資訊系統使用者態度與使用者現況關析之實證研究》。國立政治大學資訊管理研究所碩士論文。
- 蘇雲華 (2005)。《行銷管理》。台中：滄海書局。
- 顧萱萱 (1999)。〈產品延伸策略對母產品及競爭產品影響之研究〉。《管理學報》，1999 年，第 16 卷第 2 期，頁 349-370。

二、英文部分

- Aaker, D. A. (1990). Brand extensions: The good, the bad, and the ugly. *Sloan Management Review*, Summer, 47-56.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Aaker, D. A., & Keller, K. L. (1987). Consumer response to brand extensions. Working paper. School of business administration. University of California, Berkeley. 1-47.
- Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of consumer expertise. *Journal of Consumer Research*, 13, 411-454.
- Alipour, Habib (1996). Tourism development within planning paradigms: the case of Turkey. *Tourism Management* 17(5), 367-377.
- American Marketing Association (1960, 1985). *Marketing Definition: Glossary of Marketing Term*. Chicago, IL: American Marketing Association.
- Anderson, E., & Gatignon, H. (1986). Mode of foreign entry: A transaction cost analysis and

- propositions. *Journal of International Business Studies*, Vol. 17, 1-26.
- Bartlett, C. A., & Ghoshal, S. (1989). *Managing Across Borders: The Transnational Solution*. Harvard Business School Press.
- Berman, Barry (1996). *Marketing Channels*. N.Y.: John Wiley and Sons.
- Billkey W. J. & Nes, E. (1982). Country-of-origin effect on product evaluation. *Journal of International Business Studies*, Vol. 13, No. 1, 89-99.
- Bleeke, J., & Ernst, D. (1991). The way to win in cross-border alliance. *Harvard Business Review*, Oct-Nov, 127-135.
- Boorstein, Daniel (1992). *The Image of Pseudo-Events in America*. New York: Vintage.
- Bowersox, Donald J. and M. Bixby Cooper (1992). *Strategic Marketing Channel Management*, N.Y.: McGraw-Hill.
- Brandenburger, Adam M., & Nalebuff Barry J. (1998). *Co-opetition: 1.A Revolutionary Mindset that Combines Competition and Cooperation. 2.The Game Theory Strategy that's Changing the Game of Business*. Currency & Doubleday, New York.
- Brien, R. H. & Stafford, J. E. (1968). Marketing information systems: a new dimension for marketing research. *Journal of Marketing*, Vol. 32, No. 3, 19-23, July/Fall.
- Brown, James R., & Ralph L. Day (1981). Measures of manifest conflict in distribution channels. *Journal of marketing Research*, Vol. 18, Aug, 263-274.
- Cano, Lucero Morales and Avis Mysyk (2004). Cultural tourism, the state, and day of dead. *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No.4, 879-898.
- Churchill, G. A. (1983). *Marketing Research: Methodological Foundations*, 3rd ed., Reprinted by Taipei: Hwa-Tai.
- Clark, B. H., & Montgomery, D. B. (1999). Managerial identification of competitors. *Journal of Marketing*, 63, 67-83.
- Cox, D. F. & Goode, R. E. (1967). How to build a marketing information system. *Harvard Business Review*, Vol. 45, No. 3, 145-154.
- Czinkota, M. A., & Ronkainen, I. A. (1993). *International Marketing*. 3rd ed, p. 323, Chicago: The Dryden Press.
- Czinkota, M. R., Rivoli, P., & Ronkainen, I. A. (1992). *International Business*. 2nd ed., Dryden Press.
- Daniel John D., & Radebanh, Lee H. (1989). *International Business*. 5th ed., New Jersey, Addison Wesley.
- David, A. Brummersted (1988). Host country behavior: issues and concepts in comparative political risk analysis. Figure 1, pp. 92-93. In Jerry Rogers (ed.), *Global Risk Assessments*. California: Global Risk Assessments, Inc.
- der Borg, Jan van, Paolo Costa; Giuseppe Gotti (1996). Tourism in European heritage cities. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 306-321.
- Deresky (1994). *International Management-Managing Across Borders and Cultures*. New York,

HarperCollins College Publishers.

- Dibb, S., & Simkin (1996). *The Marketing Segmentation*. New York: McGraw-Hill.
- Dicken, P., & Thrift, N. (1992). The organization of production and the production of organization: Why business enterprises matter in the study of geographical industrialization. In *Transactions of the Institute of British Geographers*, 17, 279-92.
- Douglas & Wind (1987). The myth of globalization. *Columbia Journal of World Business*, Vol. 22, 19-30.
- Downes, Larry & Chunka Mui (1998). *Unleashing the Killer App-Digital Strategies for Market Dominance*. Harvard Business Review Press.
- Doz, Y. Z., & Prahalad, C. S. (1991). Managing DMNCs: A search for a new paradigm. *Strategic Management Journal*, Vol. 12, 145-164.
- Duncan, C. P., & Nelson, J. E. (1986). Meaning transfer in a brand extension strategy. Faculty working paper 86-11, College of business administration, University of Colorado, Boulder, 1-50.
- Dunning, J. H. (1988). The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions. *Journal of International Business Studies*, Vol. 19, Issue 1, 1-31.
- Dunning, J. H. (1993). *Multinational Enterprise and The Global Economy*. Addison-Wesley.
- Dwyer, Larry, Peter Forsyth, Ray Spurr (2003). Evaluating tourism's economic effects: New and old approaches. *Tourism Management*, 25, 307-317.
- Edgell, Sr., Daved, L. (1995). A barrier-free future for tourism. *Tourism Management*, 1(2), 107-110.
- Eiteman, D. K., & Stonehill, A. I. (1979). *Multinational Business Finance*. 2nd eds. Addison Wesley, Reading, Mass.
- Eugene D. J., & Nebenzahl, I. D. (2001). *National Image and Competitive Advantage*, p. 53. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Farquhar, P. H. (1990). Managing brand equity. *Journal of Advertising Research*, August/September, RC7-RC12.
- Fayos-Sola, Eduardo (1996). Tourism policy: A midsummer night's dream? *Tourism Management* 17(6), 405-412.
- Gamble, T. R. (1967). Brand extension. In Lee Adler(ed.) *Plotting Marketing Strategy*, pp. 167-178, New York: Simon and Schuster.
- Hartman, C. L., Price, L. L., & Duncan, C. P. (1990). Consumer evaluation of franchise extension product : A categorization processing perspective. *Advances in Consumer Research*, 17, 120-127.
- Hertenstein, J. H., & Platt, M. B. (2000). Performance measures and management control in new product development. *Accounting Horizons*, 14(3), 303-233.
- Hill C. W. C. (2005). *International Business: Competing in the Global Marketplace*, p. 433. New York: McGraw-Hill Irwin.

- Hill, C. W., Hwang, P., & Kim, W. C. (1990). An eclectic theory of the choice of international entry mode. *Strategic Management Journal*, *11*, 117-128
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, Inc.
- Johanson, J., & Vahlne, J. (1977). The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign commitments. *Journal of International Business Studies*, *8*(3), 23-32.
- Kale, P., Singh, H., & Perlmutter, H. (2000). Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: Building relational capital. *Strategic Management Journal*, *21*(3), 217-237.
- Keegan, W., & Green, M. (2005). *Global Marketing*. 4th ed., Pearson Prentice Hall.
- Kendall, K. E. (1997). The significance of information systems research on emerging technologies: Server information technologies that promise to improve managerial effectiveness. *Decision Sciences*, Vol. 28, No. 4, 775-792.
- Kogut, B. (1988). Joint venture: Theoretical and empirical perspectives. *Strategic Management Journal*, *9*, 319-332.
- Kotler, P. (1994). *Marketing Management-Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 8th ed., Prentice-Hall International, Englewood Cliffs, NJ.
- Kotler, P. (1994). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. NY: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (9th ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Fox, K. F. (1995). *Strategic Marketing for Educational Institutions* (2nd ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice -Hall.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1996). *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong (1999). *Principles of Marketing*. 8th ed., New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 9th ed., New Jersey: Prentice Hall.
- Li, E.Y., McLeod, R. Jr., & Rogers, J. C. (1993). Marketing information systems in the fortune 500 companies: Past, present, and future. *Journal of Management Information Systems*, Vol. 10, No. 1, 165-192, Summer.
- Marshall, K. P. (1996). *Marketing Information Systems: Creating Competitive Advantage in the Information Age*. Boyed & Fraser Publishing Company.
- Marshall, K. P., & Lamotte, S. W. (1992). Marketing information systems: a marriage of system analysis and marketing management. *Journal of Applied Business Research*, Vol. 8, No. 3, 61-73.
- McLeod, R. Jr. & Rogers, J. C. (1982). Marketing information systems: uses in fortune 500.

- California Management Review*, Vol. 25, pp. 106-118, Fall.
- Millward Brown Optimor (2010). BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands 2010.
- Millward Brown Optimor (2011). BrandZ's Top 100 Most valuable global brands 2011.
- Moriarty, R. T., & Swartz, G. S. (1989). Automation to boost sales and marketing. *Harvard Business Review*, Vol. 17, No. 1, 100-108, January-February.
- Myers, J. (1996). *Segmentation and Positioning for Strategic Marketing Decisions*. Chicago: American Marketing Association.
- Nagashima, A. (1979). A comparison of Japanese and U.S. attitudes toward foreign products. *Journal of Marketing*, Vol. 34, Jan, 68-74.
- Onkvisit S., & John J. Shaw (1994). *International Marketing Analysis and Strategy*. 3rd edition, Prentice Hall.
- Onkvisit, S., & Shaw, J. J. (1990). The international dimension of banding: Strategic consideration and decision. *International Marketing Review*, 6(3), 22-34.
- Peter, J. P., & Donnelly, J. H. (1991). *A Preface to Marketing Management*. IL: Irwin.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (1978). *The External Control of Organizations: Are Source Dependence Perspective*. New York: Harper & Row.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press, New York.
- Powell, W.W. (1987). Hybrid organizational arrangements: New form or transitional development. *California Management Review*, 30, 67-87.
- Proctor, R. A. (1991). Marketing information systems. *Management Decision*, Vol. 29, No. 4, 55-60.
- Robertson, T. S. (1967). The process of innovation and diffusion of innovation. *Journal of Marketing*, Vol. 36, No. 1, 10-16.
- Robinson, R. D. (1984). *Internationalization of Business: An Introduction*. Taipei. Hwa-Tai publishing co.
- Root, F. R. (1994). *Entry Strategies for International Markets*. New York: Lexington Books.
- Rosenbloom, Bert (1999). *Marketing Channels: A Management View*. 6th ed., Fort Worth: Dryden Press.
- Schnnars, S. P. (1991). *Marketing Strategy-A Customer Driven Approach*. New York: The Free Press.
- Schooler R. D. (1965). Product bias in Central America common market. *Journal of Marketing Research*, Vol. 3, Dec, 394-397.
- Seifert, Bruce & John Ford (1989). Are exporting firms modifying their product, pricing and promotion policies?. *International Marketing Review*, Vol. 6, 53-68.
- Shaw, R., & Stone, M. (1990). *Database Marketing: Strategy and Implementation*. New York: John Wiley & Sons.
- Sisodia, R. S. (1992). Marketing information and decision support systems for services. *The*

- Journal of Services Marketing*, Vol. 6, No. 1., 51-64, Winter.
- Smith, W. R. (1956). Product differentiation and market segmentation as alternative marketing strategies. *Journal of Marketing*, 12, 3-8.
- Stern, Louis W., Adel I. El-Ansary & Anne T. Coughlan (1996). *Marketing Channels*. 5th ed., N. J.: Prentice Hall.
- Subhash C. Jain (1987). Standardization of international marketing strategy: Some research hypotheses. *Journal of Marketing*, 53, 70-79.
- Sujan, M. (1985). Consumer knowledge: Effects of evaluation strategies mediating consumer judgment. *Journal of Consumer Research*, 12(June), 31-46.
- Szilagyi, Andrew D., Jr., & Mare J. Wallar, Jr. (1980). *Organizational Behavior and Performance*. 2nd ed., California: Good-Year.
- Talvinen, J. M. (1994). Information systems in marketing: Identifying opportunities for new applications. *European Journal of Marketing*, Vol. 29, No. 1, 8-26.
- Terpstra, V. (1983). Looking Ahead in International Marketing. Paper presented to the Annual Meeting of the Academy of International Business, San Francisco.
- Tse, D. K., & Gorn, G. J. (1993). An experiment on the salience of country-of-origin in the era of global brands. *Journal of International Marketing*, 1, 57-76.
- UNCTAD/DITC (2008/2). 2008 創意經濟報告全文 PDF 檔(Creative Economy Report 2008: The challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making)
- Urban, G. L. & Star, S. H. (1991). *Advanced Marketing Strategy: Phenomena, Analysis, Decisions*. New Jersey: Prentice Hall.
- Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190-207.
- Vidal de la Blache, Paul (1996). Meaning and Aim of Human Geography, In Agnew, J. Livingstone, N. D. & A. Rogers (eds.), *Human Geography : An Essential Anthology*, pp. 181-191, Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Wallerstein, Immanuel (1979). *The Capitalist World-Economy*. New York: Cambridge University Press.
- WEF (2010). The Global Competitiveness Report. Geneva, Switzerland.
- Winston (2004). *A History of English-Speaking Peoples* 《英語民族史》。台北：左岸。
- Yoshino, Michael Y., & Srinivasa Rangan, U. (1995). *Strategic Alliances: An Entrepreneurial Approach to Globalization*. Harvard Business School Press.

三、網路資源

- chinalabs.com (2008)。資產槓桿：解讀 Intel 的品牌戰略管理，<http://www.songyan.com.tw/>
- Fcic.org, <http://www.fcic.org.tw/92031902km.htm>
- G77, Wiki, http://en.wikipedia.org/wiki/Group_of_77

HBS Working Knowledge (2007), Businesses Beware: The World Is Not Flat,
<http://hbswk.hbs.edu/item/5719.html>

Journal Of Life , Facebook 今日將召開說明會向大眾介紹新款定位服務, 2010/08/18 ,
<http://gooogle-money.blogspot.hk/search?updated-max=2010-08-21T07:14:00%2B08:00&max-results=3&reverse-paginate=true>

May 編撰 (2010)。2010 年 BrandZ 全球最具價值品牌 Top 100 排行榜。科技產業資訊室, 2010/04/29 , http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/analysis/2010/pat_10_A016.htm

MBA 智庫百科。
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E8%B4%B8%E6%98%93%E5%A3%81%E5%9E%92>

MBA 智庫 (2008)。貿易壁壘的形式,
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E8%B4%B8%E6%98%93%E5%A3%81%E5%9E%92>

MBA 智庫百科 (2010)。目標市場選擇策略, <http://wiki.mbalib.com/zh-tw/>

MBA 智庫百科 (2010)。廣告定位,
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E5%B9%BF%E5%91%8A%E5%AE%9A%E4%BD%8D>

MBA 智庫百科。灰色市場的對策,
<http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%81%B0%E8%89%B2%E5%B8%82%E5%9C%BA>

Peter Chiang (2009)。icebin 撰文, 癮思考: 中國灰色山寨機達到 1.45 億部出貨量,
<http://chinese.engadget.com/2009/11/10/1-45-china-shangzai-sale/>

Ritz-Carlton 飯店網站, <http://www.ritz-carlton.com>

Skype 新聞室 (96/1/18)。Skype 全球新定價策略, http://skype.pchome.com.tw/news_960118.jsp

UNESCO (1994-2003), International Flows of Selected Cultural Goods and Services,
http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/IntlFlows_EN.pdf

United Nations, <http://www.unctad.org/Templates/StartPage.asp?intItemID=2068>

Wiki, <http://en.wikipedia.org/wiki/Marketing>

Wiki, <http://en.wikipedia.org/wiki/Sales>

World Development Report (WDR) (2000/2001), Attacking Poverty: Opportunity, Empowerment, and Security, <http://go.worldbank.org/L8RGH3WLI0>

World Journal (2008)。全球新民族主義興起帶來貿易障礙,
http://ekm92.trade.gov.tw/BOFT/web/report_detail.jsp?data_base_id=DB009&category_id=CAT1802&report_id=149875

一週新聞筆記 (2009/12/25)。後危機時代世界經濟金融發展趨向,
<http://tw.myblog.yahoo.com/jw!w833sNOGGRIwNsUijzVecg--/article?mid=10310>

大潤發網路購物官網, <https://www.rt-drive.com.tw/>

山上的小孩 (2004)。汽車產業概況及裕隆經營策略分析,
<http://www.shute.kh.edu.tw/~93at11/write%20pape/pape/1-18/1-18.html>

工業總會貿易發展組, 廠商應如何面對技術性貿易障礙, 國際經貿服務網,
http://www.cnfi.org.tw/wto/all-module9.php?id=65&t_type=s

中小企業處 (2007)。品牌台灣發展計畫, 2007 中小企業白皮書, 第 8 章中小企業品牌經營

模式，<http://www.moeasmea.gov.tw/public/Attachment/7991492771.pdf>
中央社（2010/02/04）。<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/100204/5/200w0.html>
中國網（2009/12/16）。後金融危機時代世界經濟格局的變化，
<http://world.people.com.cn/BIG5/10591321.html>
中華民國全國工業總會貿易發展組國際經貿服務網，〈全球新民族主義興起帶來貿易障礙〉。
http://www.cnfi.org.tw/wto/all-news.php?id=6595&t_type=s
中華民國消費者文教基金會（92/2/27）。微軟是最大贏家，消費者權益被公平會犧牲了！
<http://www.consumers.org.tw/unit412.aspx?id=159>
巴塞爾公約，
<http://www.twword.com/wiki/%E5%B7%B4%E5%A1%9E%E7%88%BE%E5%85%AC%E7%B4%84>
手機王（2002）。Microsoft Smartphone 英國倫敦正式上市，宏達國際電子無線通訊領域中再
現鋒芒，
http://www.sogi.com.tw/articles/Microsoft_Smartphone%E8%8B%B1%E5%9C%8B%E5%80%AB%E6%95%A6%E6%AD%A3%E5%BC%8F%E4%B8%8A%E5%B8%82/3979625
王湘江、白潔（2010/01/20）。2010 年世界經濟形勢與展望新華網聯合國，
<http://financenews.sina.com/sinacn/000-000-107-114/202/2010-01-20/17191287515.html>
北京晨報（96/8/2）。微軟單獨對中國發動罕見降價，Vista 最低 499 元，新華網，
http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/tech/2007-08/02/content_6463643.htm
卡蘿拉·霍約斯（2010）。中國超越美國成爲全球最大能源消費國。金融時報，2010/07/20。
檢索自 FT 中文網中國經濟，<http://www.ftchinese.com/story/001033650>
台灣可口可樂有限公司官網，<http://www.coke.com.tw/brands/coke-light.aspx>
台灣因應氣候變化綱要公約資訊網，<http://www.tri.org.tw/unfccc/Unfccc/UNFCCC01.htm>
台灣英文新聞（2009/09/09）。瑞士取代美國成爲全球競爭力排名第一，
http://www.etaiwannews.com/etn/news_content.php?id=1052360&lang=tc_news&cate_img=259.jpg&cate_rss=ED,HD
台灣經貿網。單一品牌策略奏功，GIANT 馳騁國際－巨大集團總經理特別助理黃菁嬋專訪，
http://www.taiwantrade.com.tw/CH/query.do?Method=showPage&name=cetraNewsDetail&id=30127&table_class=I
台灣經貿網。鯨貿計畫簡介，
<http://www.taiwantrade.com.tw/CH/resources/MAIN/TC/S2/zplan/zplan3-1.jsp>
外貿協會（2007）。產品國際護照主題館台灣最佳形象大使，10 月 3 日第五期，
<http://www.taitronics.org/UserFiles/Image/taipei/edm5/ch/Topic3.htm>
生物多樣性公約，
http://grbsearch.stpi.narl.org.tw/GRB_Search/grb/topic_service/publish/%E3%80%8A%E7%94%9F%E7%89%A9%E5%A4%9A%E6%A8%A3%E6%80%A7%E5%85%AC%E7%B4%84%E3%80%8B%E5%85%A8%E6%96%87.pdf

石計生 (2000)。現代社會單元九：國際社會與地球環境，東吳大學社會學系，
http://vschool.scu.edu.tw/Class01/Book.asp?Data_Code=347

石計生。現代社會，課程單元九：國際社會與地球環境，東吳大學社會學系，東吳大學虛擬教育學院，http://vschool.scu.edu.tw/Class01/Default.asp?C_Code=19

交通部觀光局行政資訊網，<http://202.39.225.136/indexc.asp>

安麗 (2010)。安麗之國際行銷，<http://www.amway.com.tw/1knewamw/from.asp>

旭海國際科技 (2006)。何謂整合行銷服務，<http://www.surehigh.com.tw/inner5-1.php>

江誠榮 (2007)。藉策略聯盟破繭而出，
<http://www.cnfi.org.tw/kmportal/front/bin/ptdetailphtml?Part=magazine9603-444-3>

何黎 (99/2/4)。谷歌 Android 系統走俏中國灰色手機市場，FT 中文網，
<http://www.ftchinese.com/story/001031170>

吳克振 (2003)。何謂國際性品牌？92 年 7 月品牌管理演講資料，
<http://taiwaninnovalue.com/chinese/NewsList.asp?id=1397>

李全興 (2009/11/17)。全民發聲共創行銷效應，
http://tw.emarketing.yahoo.com/ems2/trend/news/news02_014.php?menu_tree=A&menu_sub_tree=g

貝月清、歐陽宜珊 (2003/12/02)。微軟全球統一定價？泰國踢鐵板？今日新聞網，
<http://www.nownews.com/2003/12/02/517-1550615.htm>

周慧如 (2008/06/23)。鴻海 3 億贊助北市前進上海世博會，工商時報，
<http://www.hometaiwan.com.tw/news/index.php?id=475>

東吳大學賈老師的部落格 (2006)。如何在人口統計資料與顧客重視的價值之間搭起橋樑，制定出有效的市場區隔？市場區隔－行銷管理閱讀，John Forsyth, Sunil Gupta，
<http://blog.sina.com.tw/kjscu/article.php?pbgid=10843&entryid=8838>

林欣宏 (2000)。聯網組織：引領宏碁集團走向極度分權，管理雜誌 2000 年 11 月號第 317 期，
<http://www.stantalk.com/DataBase/protopic/120500A.htm?frf1115652549031=1>

林玲妃，有效管理資源，施振榮提出聯網組織，中時電子報，
<http://money.chinatimes.com/WCIT/shih02.htm>

林祖嘉、譚瑾瑜 (2009)。南韓、新加坡拓展新興市場因應策略。財團法人國家政策研究基金會，2009/12/16，
<http://www.npf.org.tw/post/2/6832>

邱光輝 (2006)。移動價值鍊－裕隆汽車，國立台北大學企業管理學系，
http://ebrc.ntpu.edu.tw/~kmcc/case_single/3-04007-11.htm

邱達生 (2010)。2010 年全球經濟展望，產業新聞，
http://www1.industry.net.tw/busnews.php?busnews_id=12627429146981&key=view、
<http://www.cnfi.org.tw/kmportal/front/bin/ptdetailphtml?Part=magazine9901-478-3>

邱碧英 (2008)。廠商應如何面對與因應貿易障礙。國際經貿專欄，2008/06/19。檢索自中華民國全國工業總會貿易發展組國際經貿服務網，
http://wto.cnfi.org.tw/all-module9.php?id=65&t_type=s

科技產業資訊室 (2005)。波特五力分析的合作觀點，財團法人國家實驗研究院科技政策研究

與資訊中心資訊服務處，http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/pclass/pclass_A022.htm
科技產業資訊室（2007）。集競爭與合作於一身的價值網分析模型，財團法人國家實驗研究院
科技政策研究與資訊中心資訊服務處，
http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/analysis/pat_A098.htm
美通社（亞洲）（2010/01/13）。麥當勞為全球顧客帶來奧運會的滋味，
<http://www.prnasia.com/story/27172-1.shtml>
美感經濟與風格社會的對話（2008）。被遺忘在角落的美學經濟：發展中國家的創意產業，
<http://www.aestheticeconomy.com/blog/?p=25>
胡文豐（2004/01/28）。台商藉策略聯盟變大變強，工業總會服務網，
<http://www.cnfi.org.tw/kmportal/front/bin/ptdetail.phtml?Category=100060&Part=9203-3>
胡文豐（2004/01/29）。全球營運專欄—藉併購擴版圖，中華民國全國工業總會，
<http://www.cnfi.org.tw/kmportal/front/bin/ptdetail.phtml?Category=100054&Part=9209-3>
胡文豐（2007/10/02）。藉美元貶值進行全球擴張，中華民國全國工業總會，
<http://www.cnfi.org.tw/kmportal/front/bin/ptdetail.phtml?Part=magazine9610-451-14>
胡文豐（2010）。氣候峰會後各國因應之道，產業新聞，中華民國全國工業總會，
http://www1.industry.net.tw/busnews.php?key=view&busnews_id=12627428886992、
<http://www.cnfi.org.tw/kmportal/front/bin/ptdetail.phtml?Part=magazine9901-478-5>
衍龍資訊股份有限公司（2010/02/04）。Boss33 批貨創業通的網路行銷調查，
<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/100204/5/200w0.html>
韋奇宏。施振榮新書發表 iO 聯網組織-知識經濟的經營之道，
<http://www.myjob.com.tw/activity/weekly3.asp?sn=17>
香港政府一站通（2001）。香港向國際推廣嶄新品牌形象，
<http://www.info.gov.hk/gia/general/200105/10/0510184.htm>
孫明德（2010）。2010 年台灣經濟展望，產業新聞，
http://www1.industry.net.tw/busnews.php?key=view&busnews_id=12627436109140、
<http://www.cnfi.org.tw/kmportal/front/bin/ptdetailphtml?Part=magazine9901-478-2>、
http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/IntlFlows_EN.pdf
孫傳雄（2009/06/15）。微網誌行銷個案講座，
<http://www.gururu.tw/dell-twitter%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E5%80%8B%E6%A1%88%E7%A0%94%E7%A9%B6.html>
家樂福官網。
<http://www.carrefour.com.tw/sale/sale02.asp?getpage=1&First=1&KeyWord=%AA%E2%B9F>
徐尚禮（2010/02/05）。無促銷活動所帶來的影響：重利潤，日立家電中國苦戰，發展策略出
問題，陸媒唱衰，旺報，
<http://news.chinatimes.com/2007Cti/2007Cti-News/2007Cti-News-Content/0,4521,11052101+112010020501046,00.html>
神州企業管理培訓網，<http://www.szceo.com/Byinxiaoguanli/369.htm>

財政部關政司。世界貿易組織反傾銷協定簡介，

www.wtocomcenter.org.tw/SmartKMS/fileviewer?id=1260

財政部關政司。我國反傾銷制度簡介，<http://doca.mof.gov.tw/ct.asp?xItem=83&CtNode=53>

商業周刊（2010）。特別企劃—輕鬆搞懂 MOU、ECFA，商業周刊，第 1157 期，2010/01/25，

<http://www.businessweekly.com.tw/feature/detail.php?id=161>

國家政策研究基金會。南韓、新加坡拓展新興市場因應策略，<http://www.npf.org.tw/post/2/6832>

宿景祥（2010/02/23）。金融全球化呼喚全球化監管（經濟透視）人民網，

<http://world.people.com.cn/BIG5/57507/11005427.html>

教育部（2006）。教育統計資料庫。線上檢索日期：2006 年 12 月 17 日。網址：

http://www.edu.tw/EDU_WEB/EDU_MGT/STATISTICS/EDU7220001/service/sts4-2.htm?TYPE=1&UNITID=95&CATEGORYID=0&FILEID=87615

曹逸雯（2009）。金融風暴重挫百大企業，6 月 18 日，

http://tw.myblog.yahoo.com/jw!9NbIIN2XRkPa4NpSZ_PF/article?mid=1658

曹逸雯（2010/01/26）。Nownews，<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/100126/17/1zhi5.html>

統一茶裏王—市場馳騁，

<http://tw.myblog.yahoo.com/anmy1328/article?mid=-2&next=1340&l=a&fid=1>，

<http://tw.myblog.yahoo.com/jw!ssi2XDzHQkNPzsy2Lez6jQ--/article?mid=7>

荷寶投資管理（2009）。新興國家聚焦式投資策略~顛覆傳統的新興市場投資，

<http://www.moneydj.com/kmdj/report/reportviewer.aspx?a=2682b15c-269c-4da2-b0bd-54898f9a7ec6>

透明國際 CPI 指數，2009 年列表，

http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi/2009

陳淑娟（2010/02/03）。國際/豐田大規模召修，公關策略招致抨擊，中央日報網路報，

http://www.cdnews.com.tw/cdnews_site/docDetail.jsp?coluid=109&docid=101056151

陳維聰（2007/09/03）。世銀報告：貿易障礙損失逾一千四百億美元，法新社雪梨三日電，

<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/070903/19/ju4i.html>

陶令、李寶花（91/01/31）。叫板機場高價餐飲，麥當勞開國內首家機場餐廳，中新網，

<http://news.sohu.com/10/24/news147802410.shtml>

創業基礎／楊東震：市場定位與消費者行爲.ppt，<http://www.sysme.org.tw/youth>

智冠。智冠集團對於海外市場發展的策略（國家多元化而市場區隔集中化策略），

<http://www.soft-world.com/investment.htm>

曾蕙逸（93/3/29）。美國反傾銷法之簡介，中華經濟研究院（台灣 WTO 中心），

http://www.wtocomcenter.org.tw/SmartKMS/do/www/readDoc?document_id=15294

曾蕙逸（93/4/2）。歐盟反傾銷法之簡介，中華經濟研究院（台灣 WTO 中心），

http://www.wtocomcenter.org.tw/SmartKMS/do/www/readDoc?document_id=15294

曾蕙逸（93/4/2）。澳洲反傾銷法之簡介中華經濟研究院（台灣 WTO 中心），

http://www.wtocomcenter.org.tw/SmartKMS/do/www/readDoc?document_id=15294

華夏經緯網（2004）。臺貿易結構重大變化，電子零組件業對大陸出口激增：3 月 4 日訊，

<http://big5.huaxia.com/xw/00182564.html>
華夏經緯網 (2007)。康師傅贏得大陸市場的品牌競爭策略，
<http://big5.huaxia.com/zt/sw/07-039/587274.html>
華盛頓公約簡介，<http://www.wow.org.tw/traffic/archives/150>
黃志偉 (2009/02)。中國將取代美國 2009 年有機會成爲全球最大汽車市場？今日新聞網，
<http://www.nownews.com/2009/02/11/1138-2406574.htm>
黃志偉 (2009/02/11)。中國將取代美國 2009 年有機會成爲全球最大汽車市場？，
http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:T_UVy5YMLYcJ:forum.u-car.com.tw/thread.asp%3Fforumid%3D83693+&cd=1&hl=zh-TW&ct=clnk&gl=tw
匯豐中華投資理財網 (2009)。美國退位，跳躍式消費將使中國成爲消費大國，2009/02/19，
<http://www.funddj.com/y/FundBlog/Article.aspx?aid=3688>
匯豐中華投資理財網 (2009/02/19)。美國退位，跳躍式消費將使中國成爲消費大國，
<http://www.funddj.com/y/FundBlog/Article.aspx?aid=3688>
新加坡觀光局網站，<http://app.stb.com.sg/asp/index.asp>
新光投信 (2009)。新興國家聚焦式投資策略~顛覆傳統的新興市場投資，
http://www.skit.com.tw/011_information/002_News_Paper/20090925_NewStars_information/NewStars_information-03.asp
楊伶雯 (2008/12/22)。海外策略聯盟——旺矽與德 SUSS 集團跨國合作，
<http://www.nownews.com/2008/12/22/320-2384309.htm>
經濟部 (1998)。如何提升台灣產品國際競爭力，
<http://www.moea.gov.tw/~meco/paper/issue/6.htm>
經濟部企業輔導網 (2010)。新鄭和計畫，
<http://assist.nat.gov.tw/GIP/wSite/ct?xItem=11155&ctNode=22&mp=2>
經濟部國際貿易局。世界貿易組織 WTO，國際經貿組織單元，<http://www.moeaboft.gov.tw>
葉肅科 (2000)。現代社會單元九：國際社會與地球環境，東吳大學社會學系，
http://vschool.scu.edu.tw/Class01/Book.asp?Data_Code=347
遊戲橘子 (2004/07/24)。遊戲橘子、SOE 策略聯盟首推「無盡的任務 2」，
<http://www.oc-gamer.com/readvarticle.asp?id=594>
銀河互動網路集團 (2003)。麥當勞「I'm lovin' it (tm)」(我就喜歡)，
http://www1.iwant-song.com/d-c0001/?sn=d-c0001_20030923_05
劉大俊，蔣成 (2003)。破繭而出，摸索台灣經濟的未來芻議「國際採購平台」構思修正版，
<http://tff.textiles.org.tw/market/business/>
劉大俊、蔣成 (2003/07)。破繭而出，摸索台灣經濟的未來，
<http://tff.textiles.org.tw/market/business/%AF%7D%C3%B5%A6%D3%A5X%B1%B4%AF%C1%A5x%C6W%B8g%C0%D9%AA%BA%A5%BC%A8%D3.htm>
劉常勇 (1999)。新產品開發程序，劉常勇管理學習知識庫，中山大學企管系，
cm.nsysu.edu.tw/~cyliu/fi
劉靜瑀 (2009)。新鄭和計畫效果顯現，新興市場搶單 35 億美元。12 月 30 日，

<http://money.twgg.org/page/2773>

數位時代。Amazon 效率超過 Wal-Mart，所以將來虛擬通路會比實體通路大？

<http://www.bnext.com.tw/article/view/cid/0/id/6318>

鄭羽蓉、藍羿茹、黃淑雅（2010）。打遍天下無敵手，機會商機無限大，淺談 HTC 智慧型手機之經營策略研究。<http://wenku.baidu.com/view/ed7cafc38bd63186bcebbcc5.html>

環境資訊中心，<http://e-info.org.tw/column/eccpda/2004/ec04062201.htm>

聯合國防治荒漠化公約，<http://www.zwbk.org/MyLemmaShow.aspx?zh=zh-tw&lid=288662>

聯合國海洋法公約，<http://maritimeinfo.moi.gov.tw/marineweb/pdf/D02.pdf>

聯合新聞網（2010/08/17）。GDP 超越日本，中國成爲世界第 2 大經濟體，

<http://udn.com/NEWS/WORLD/WOR1/5790264.shtml>

聶建中（2009）。全民「蜈蚣精神」降低「國家風險」，www.hult.edu/masters-program/