

市場結構、廠商行為與營運績效之研究-以臺灣充氣輪胎製造業為例

鄧瑞兆, 蔡俊男

企業管理學系

管理學院

rjteng@cc.chu.edu.tw

摘要

中國在2009年及2010年汽車銷售量分別達到1350萬與1560萬輛，連續兩年蟬聯全球第一。中國汽車產業快速崛起，加上近來兩岸簽訂ECFA協定等有利情勢，讓台資充氣輪胎製造廠—正新、建大、南港、泰豐、華豐等業者紛紛擴大在大陸設廠的產能。然而面對全球各大輪胎製造商相繼加入競爭與環保限制日益嚴謹之現況，業者未來的純益率有可能因為額外投資而漸趨平緩。因此本研究擬針對台灣橡膠產業中的充氣輪胎製造業之經營管理層面進行探討。內容主要以研究國內充氣輪胎製造產業市場之結構並了解各項生產、行銷與管理等議題，期能提供業者及政府相關有利建議，進而獲致理想的市場績效。

關鍵字：結構-行為-績效分析，市場集中度，HHI