

摘要

國外大廠為了因應產品需求下滑以及降低成本的壓力，不斷的將電腦、手機和半導體的設計與製造外包；而台灣長期以來便具有成本、設計與製造上的優勢，這使得台灣在全球資訊產業的價值鏈上，一直佔有舉足輕重的地位。從台灣資訊電子產業的發展過程來看，代工業務已經成為台灣資訊電子業極為重要的業務及策略形態。

本研究認為，瞭解代工關係的發展與變化，有利於協助國內代工供應商對於資源與策略的選擇。因此，代工關係是否會受到技術知識特質的影響？台灣產業網絡的特質與代工供應商自身的能力，又是否會影響代工關係的強弱？這些都是本研究想要探討的重要議題。本研究希望將代工業務視為代工供應商的根本策略定位，探討技術知識的特質、產業特性與代工供應商能力對代工關係強弱之影響。

本研究所選定之研究對象，以台灣資訊電子產業中前十大資訊產品製造商為目標對象，透過深入訪談的個案研究，瞭解個案公司不同產品事業部之技術知識連結性與產業特性之差異。另外，也請受訪者回顧該公司經營發展歷程中，公司與顧客間關係變化的程度是否會因技術特質、產業特性與代工人能耐的差異，而有所不同。本研究則針對個案公司與其合作顧客在某些個案或事件上，採用歷史回顧性的方式加以紀錄與分析。

本研究的幾個重要發現分別說明如下：（一）代工供應商的產品線廣度，對代工關係的發展具有正向的幫助。（二）台灣代工供應商以應用技術見長。（三）產業標準的形成，台灣代工供應商進入產業的障礙降低；使得代工供應商的產品差異化程度低，代工關係容易成為交易型關係。（四）當技術知識的累積性越高，代工供應商與客戶之間的代工關係就越緊密。（五）技術知識移轉的初期，知識的「內隱性」大過於「外顯性」，技術移轉的載具以「人」為主體，代工供應商與客戶間密切地交流，會使得代工關係更緊密。（六）產品生命週期的長短，並不影響代工關係的緊密程度。（七）台灣資訊/通訊產業網絡的基礎深厚，有利於代工產業的發展。（八）代工關係的初期，雙方合作的關係以產品開發為主體；當產業逐漸成熟後，合作的範疇會擴大到至行銷業務的價值活動。（九）代工供應商為客戶建立及投資專屬性資產，有助於代工供應商強化與客戶的代工關係。

(十一) 代工供應商的能力會影響代工供應商與品牌客戶的關係。(十二) 產業在成長期時,「產品研發能力」、「製造能力」與「關鍵零組件採購能力」是影響代工供應商與客戶之間,代工關係發展的關鍵因素。(十三) 當產業在成熟期,「全球運籌管理能力」與「關鍵零組件採購能力」則是品牌客戶特別重視的代工能力,也是影響代工關係變化的重要因素。

關鍵字：代工關係、技術知識、台灣產業特性、代工供應商能力