

## 附錄一：前置個案訪談大綱

您好，我是政治大學博士班學生，與指導教授司徒達賢博士與于卓民博士進行一項研究，主題是「代工廠商與品牌客戶的權力關係，專屬資產與策略運用」，希望進行個案訪問。非常感謝您對學術研究的支持，願意接受訪問。訪談時間約 45-60 分鐘。

我們主要想瞭解代工廠商與客戶之間的合作關係，會不會因為貴公司有專門性資產的投資，而有正面或負面影響。雙方的談判力量，會不會受到專門資產的投入而改變。雙方談判力量的變化，以及合作關係的維持，與貴公司自己的策略的關係。詳細問題如下列。

政治大學企管學系博士班研究生

康敏平 謹啟

### 訪談大綱

1. 貴公司目前主要的合作對象或客戶有哪些？合作時間多久？是否為夥伴關係？請列舉 1-3 個
2. 有沒有在交易之前，為交易對象或客戶，投資特殊的設備、模具、人力訓練配合，而且這種投資對其他客戶是沒有用的，如果要用到其他客戶身上，也需要花很大的成本或時間修改。
3. 如果有這種專門的投資，大概是屬於哪一類？設備，人力，地點，流程？請加以描述。
4. 當初為什麼要做這種投資？好處是什麼？有沒有壞處？當初是如何判斷？考慮了哪些因素判斷？考慮了哪些因素，一此做此決定如果不做專門的投資，結果會如何？
5. 如果專門的投資移轉成本很高，會不會怕被對方套牢，客戶會予取予求？
6. 有沒有對專門投資的資產，加以保護？用哪些方法？  
提示：契約上規範、對方也有相對投入、過去合作關係很好、信任、市場上聲譽作用

7. 決定專門資產投入的當時，貴公司的談判力大？客戶的談判力大？為什麼？
8. 可否描述買商和賣方的市場結構？如廠商家數，市場地位，市場集中程度。
9. 產業的供需狀況，產能是否過剩，價格競爭？
10. 貴公司是否有多重客戶？各佔交易比例？交易的內容以及策略重要程度？客戶結構從過去到現在的變化程度？為什麼或發生，誰先發起，有何影響？對公司的策略影響程度？
11. 貴公司是否是對方的唯一供應商？佔對方的交易比例？過去到現在的變化？客戶是否也是維持多個供應商，貴公司的地位如何？
12. 專門資產的投資，會不會讓自己更特別？改變了對方可選擇的供應商數目？還是限制了自己可以選擇的客戶，喪失了彈性？
13. 如果不跟對方交易，有沒有其他的選擇或出路？投資專門的資產會不會限制自己營運的彈性？
14. 貴公司為客戶提供什麼樣的價值？有沒有因為專門資產的投資，而創造了價值？這是如何運作？是雙方責任的改變（如幫客戶堆存貨）？還是替對方做了價值鍊上的某一活動（替客戶做研發）？
15. 貴公司的產業價值鏈有哪些？貴公司從事的價值活動有哪些？客戶從事的價值活動有哪些？這些價值活動的分配與組合，會不會影響貴公司的談判力或客戶的談判力？
16. 專屬投入的比重？占公司規模的比例？如果對方不跟你交易，損失會不會很大？
17. 是否從客戶身上獲取策略性資源，用以培養實力？所謂策略性資源包括：技術，管理能力，商譽，通路，訂單規模，未來發展等
18. 公司本身多角化的程度？
19. 影響貴公司對客戶的談判力最重要的因素是什麼？
20. 相對的談判力會不會讓雙方的合作關係更緊密？
21. 請描述合作緊密程度，包括哪些行動？資訊分享？共同行動？相互學習？

## 附錄二：後續個案訪談大綱

學長您好，

我是政治大學企管所博士研究生，與指導教授司徒達賢博士與于卓民博士進行一項研究，也是我博士論文的主題，題目是「代工廠商與品牌客戶的不對稱交換關係，以投入專門資產為例」，希望進行個案訪問。

我主要想瞭解代工廠商與客戶之間的交換關係。特別是代工廠商是否為客戶投資專門性的資產，當初投入的原因是什麼？另外，這些專門性的資產投入之前，貴公司是否有任何事先的約定，或是事後採取什麼樣的策略來保護？訪談所有資料僅供學術研究，絕不公開個別企業之名稱與關鍵資訊。非常感謝您對學術研究的支持，願意接受訪問，訪談時間約 60 分鐘。謹此致上誠摯的謝忱。

政大企管所博士研究生

康敏平 謹啟

(02) 2236-8225-3316

[mpkang@cc.shu.edu.tw](mailto:mpkang@cc.shu.edu.tw)

### 名詞定義

1. 專門資產：交易中為客戶投資的特殊專門性用途的資產。有沒有在交易之前，為交易對象或客戶投資特殊的設備、模具、專屬人力訓練配合，系統規格等。而且這種投資對其他客戶是沒有用的，如果要用到其他客戶身上，也需要花很大的成本或時間修改。
2. 主要客戶：代工廠商接單對象，與營運關係密切之品牌客戶，可以是國際客戶或本地客戶
3. 專門資產的保護：交易之前或是事後，代工廠商正式或非正式的作法，用以處理專門資產所產生的交易問題
4. 不對稱交換關係：代工廠商面對客戶時，在規模、能力、地位、談判力的差距。

訪談大綱：

**一、 客戶描述**

1. 貴公司（事業部）目前主要的客戶有哪些（請以 A, B, C 代表即可，不需揭露名稱）？合作時間多久？各佔比例多少？是否為伙伴關係？

客戶與貴公司之交易比例（%） （交易金額佔公司營業額之比例）	客戶之全球市場地位 （一級，二級…）	代工產品 系統產品 零組件 周邊設備 通訊產品 網路卡主機板（板卡類） 半導體 其他	合作時間（年）	是否為該客戶之核心供應商？	備註
A 客戶 %					
B 客戶 %					
C 客戶 %					
D 客戶 %					

**二、 交易情境與專屬資產性質**

2. 請先說明一下接單的性質：一個計畫為期多久，規模多大，技術和請求不確定性程度高低

3. 如果有這種特殊專門的投資，大概是屬於哪一類？請加以描述。

提示：實體設備，人力，地點，流程，特殊領域知識

貴公司為該客戶投入專門資產，占該客戶整體交易金額之比例（%）

**三、 投入專屬資產的前因與後果**

4. 當初為什麼要做這種投資？好處是什麼？有沒有壞處？當初是如何判斷？考慮了哪些因素，一此做此決定？如果不做專門的投資，結果會如

何？

5. 決定專門資產投入的當時，貴公司的談判力大還是客戶的談判力大？如果不跟對方交易，有沒有其他的選擇或出路？

6. 如果專門的投資移轉成本很高，會不會怕被對方套牢，客戶會予取予求？例如：殺價，抽單，轉單？

#### **四、專屬資產的保護方式**

7. 投入這些特定的專門性資產之後，貴公司是否用正式方式加以保護這項投資？用哪些方法？

提示：契約上規範，如：長期契約，保證價格、對方也相對投入（投入什麼）、過去合作關係很好、市場上聲譽作用

##### **(1) 共同行動**

8. 投入這些特定的資產之後，貴公司是否因此更願意配合客戶的各種行動，為什麼？

提示：更改生產或交貨地點（例如將工廠移至大陸…等）、大幅修改生產流程、更換原有供應商或增加新的供應商、材料來源及規格，是否改由客戶決定、共同決策與行動

##### **(2) 專業分工**

9. 貴公司為客戶提供什麼樣的價值？是雙方責任的改變（如幫客戶堆存貨）？還是替對方做了價值鍊上的某一活動（如：替客戶做研發）？貴公司與客戶之間在價值鏈上的分工方式，可替代性如何？

10. 和主要客戶合作一段時間，是否能力提升？那些能力？為什麼？

##### **(3) 相互專屬**

11. 貴公司投入這些特別的資產之後，客戶也較樂意相對投入時間和人力在貴公司而

提示：熟悉貴公司的人員和作業流程、溝通協調、協助改善產品品質與生產流程、客戶會修改自己的設計、規格或系統來配合貴公司、

12. 有那些作法會讓品牌客戶也會更依賴貴公司，而不會輕易更換供應商？

#### **(4) 策略性資源取得與移轉**

13. 跟 OEM 品牌客戶合作，有什麼訂單之外的好處？這些好處可以用在什麼地方，為公司帶來價值？

提示：聲譽效果更容易爭取到其他客戶、市場資訊、關鍵技術、經濟規模、管理能力、市場信心

14. 跟 OEM 品牌客戶合作，學習或是取得到那些資源？如何學習？

15. 投入這些特別的資產之後，貴公司除了該項代工業務之外，是否還藉此機會和能力，發展其他的業務範圍

提示：多角化到其他業種、不同地理範圍的客戶、為其他同等級客戶發展類似產品、為其他不同等級客戶（往低階客戶發展，或往高階客戶）發展類似產品、延伸 OEM 以外的價值活動，如設計、研發、品牌

#### **(5) 客戶結構的安排**

16. 貴公司是否有多重客戶？不同客戶的策略重要程度？客戶結構從過去到現在的變化程度？越來越集中還是分散？

17. 貴公司是否是客戶的唯一供應商？佔對方的交易比例？客戶是否也是維持多個供應商，貴公司的地位如何？不可被取代的特殊性。

18. 公司代工業務未來的策略

#### **四、不對稱交換關係**

19. 那些作法可以減少投入特別性的專門資產的威脅？這些表面上看起來吃虧的交易條件，是不是其實是在交換其它的資源？

20. 跟大客戶那裡交易吃虧，是不是可以在其他客戶身上得到補償？

21. 跟一級品牌客戶（如 IBM）交易過之後，或是成為其核心供應商之後，是否自己的市場地位就會提升？

22. 貴公司自己在面對大客戶和面對較小（差）客戶時，接單時或是涉及

重大投資時，是否有不同的作法？

23. 用這些話來描述貴公司和品牌客戶的關係，不知適不適合？

對該客戶而言，其他供應商很難取代貴公司所提供的品質和服務。

該客戶短時間之內不容易找到像貴公司這樣的供應商。

該客戶如果臨時抽單，客戶將損失慘重。

該客戶如果要結束跟貴公司的合作關係，客戶將要付出相當的成本

#### **五、 產業與技術特性**

24. 貴公司所屬產業，技術規格標準化，或是模組化的程度（可相互替代性）

25. 技術流程複雜程度（專業分工）

26. 流程相互銜接程度（技術相依性）

#### **六、 業界互動規範**

27. 可否描述自己和客戶的市場結構？如：廠商家數，市場地位，市場集中程度

28. 客戶的市場地位和階級，誰是一級或二級廠商，是否區分清楚？如果是一級廠商和次級廠商在市場上的作法或是交易行為是否有不同？

<訪談部分結束>

## 附錄三、關係專屬投資量表發展問卷

### 【對交易對象投資之研究】

司徒達賢、于卓民、康敏平、應公保、羅芳怡

#### 貴公司提供製造、服務、或產品給 A 公司

A 公司是貴公司一位重要的交易對象(例如、企業客戶、品牌商、通路商、零售商，代理商、授權廠商、原廠(OEM)客戶、組裝廠…)

以下問題想請教貴公司對某一交易對象(A公司)的投資狀況，答案並無好壞之分，請設定一特定公司為對象(以下簡稱A公司)，針對現況作答。

分數(1)代表投資很非常少、從未發生、非常不同意此說法；

分數越高(5)則代表投資很多、總是如此、非常同意；

如果該狀況不適用在貴公司，請勾選(NA)不適用的選項。

◎與 A 公司合作時間始於：

1998(含以前)  1999  2000  2001  2002  2003  2004

◎A 公司設籍： 台灣  美國  歐洲  日本  大陸  其他\_\_\_\_\_

一、貴公司對 A 公司的專門投資	不適用	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
此部分主要是想瞭解貴公司跟 A 公司交易，需要投入資源的多寡程度。此資源包括實體設備、人力、流程修改等方面。						
請根據貴公司狀況，回答您對下列說法的同意程度						
1 為了服務 A 公司，貴公司花費許多時間和精力調整自己的作業流程.....	NA	1	2	3	4	5
2 為了服務 A 公司，貴公司作了相當程度的內部調整，來配合 A 公司產品/服務的特殊需求和技術規格.....	NA	1	2	3	4	5
3 貴公司的產品/服務或製程，必須配合 A 公司產品/服務的某些特殊需求和技術規格.....	NA	1	2	3	4	5
4 為了服務 A 公司，貴公司需要整合自己的供應商，一起配合 A 公司產品/服務的特殊需求和技術規格.....	NA	1	2	3	4	5
5 為了服務 A 公司，貴公司需要和 A 公司的其他供應商相互配合.....	NA	1	2	3	4	5
6 貴公司為 A 公司投入的系統和流程等，和服務其他客戶	NA	1	2	3	4	5



	的流程非常不同					
7	貴公司為 A 公司所投入的系統和流程等，若拿來服務其他客戶或生產其他產品，其創造的附加價值大幅降低	NA	1	2	3	4 5
8	貴公司為 A 公司所投入的系統和流程等，若拿來服務其他客戶或生產其他產品，需要大幅修改或重新設計	NA	1	2	3	4 5
9	貴公司花費相當的時間和精神，瞭解 A 公司作業方式	NA	1	2	3	4 5
10	貴公司花費相當的時間和精神，熟悉 A 客戶的相關規定和人員	NA	1	2	3	4 5
11	貴公司需派人員接受 A 公司的訓練	NA	1	2	3	4 5
12	貴公司投入許多時間和經費訓練人員，專門處理 A 公司相關的業務	NA	1	2	3	4 5
13	貴公司為服務 A 公司所需要的專業知識，和服務其他客戶所需要的非常不同	NA	1	2	3	4 5
14	貴公司為服務 A 公司所投資的人員訓練，若轉去服務其他客戶，其創造的附加價值會大幅降低	NA	1	2	3	4 5
15	貴公司服務 A 公司專業人員，若轉去服務其他客戶，需要重新訓練	NA	1	2	3	4 5
16	為了服務 A 公司，貴公司在生產或測試設備方面作了重大投資	NA	1	2	3	4 5
17	為了服務 A 公司，貴公司在工程設計和模具方面作了重大投資	NA	1	2	3	4 5
18	為了服務 A 公司，貴公司在運籌系統方面作重大投資	NA	1	2	3	4 5
19	為了服務 A 公司，貴公司在資訊系統方面作重大投資	NA	1	2	3	4 5
20	貴公司為 A 公司投入的實體設備等，和服務其他客戶所需的設備非常不同	NA	1	2	3	4 5
21	貴公司為 A 公司所投入的實體設備等，若拿來服務其他客戶或生產其他產品，無法發揮相同效果	NA	1	2	3	4 5
22	貴公司為 A 公司所投入的實體設備等，很難轉用到其他客戶身上	NA	1	2	3	4 5
23	整體而言，貴公司為服務 A 公司作了重大投資	NA	1	2	3	4 5
24	貴公司為了服務 A 公司，投入了許多人力和資源（如：設備和流程配合）	NA	1	2	3	4 5

- 25 整體而言，貴公司為 A 公司所做的投資，若拿來服務其他客戶或生產其他產品，無法像服務 A 公司一樣，創造出類似的附加價值..... NA 1 2 3 4 5
- 26 整體而言，貴公司為 A 公司所投入的資源，若拿來服務其他客戶或生產其他產品，需要大幅修改..... NA 1 2 3 4 5

<b>二、為交易對象投資的因應措施</b>	從未如此	很少如此	偶爾如此	有時如此	經常如此	總是如此
此部分主要是想瞭解貴公司為 A 公司所做的重大投資，是否採取下列作法。請勾選您對各項作法的使用頻率。						

- |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 27 貴公司服務 A 公司所作的重大投資，會跟 A 公司簽訂正式長期契約來攤提.....      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 28 貴公司服務 A 公司所作的重大投資，A 公司會口頭承諾持續下單.....           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 29 貴公司為 A 公司提供的特殊設備，(如模具、工程費用等)，大部分是由 A 公司出資..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 30 貴公司和 A 公司進行多個交易和合作計畫.....                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

<b>三、公司基本資料</b>
-----------------

- 1 A 公司是： 1.原廠(OEM)/組裝廠/品牌商  2.通路商/零售商  
 3 其他 (企業客戶、代理商、授權廠商等...)
- 2 貴公司的產業別： 資訊製造業  傳統製造業  服務業  其他\_\_\_\_\_
- 3 您在貴公司的服務部門及職稱\_\_\_\_\_

<b>問卷到此全部結束，再一次感謝您的協助與付出</b>
------------------------------

聯絡人：康敏平 國立政治大學企業管理學系 台北市指南路二段 64 號 2005/11/4  
[g0355501@nccu.edu.tw](mailto:g0355501@nccu.edu.tw) tel:(02) 2236-2226, 0938-968-056 fax:02-2236-0283

## 附錄四、研究問卷

親愛的企業界先進，

您好，首先感謝您撥冗填答此問卷。OEM/ODM 代工是台灣最常見的經營模式，本問卷希望瞭解貴公司承接代工業務時，是否為特定客戶投資各種設備和人力。

這份問卷是國立政治大學企業管理研究所博士生康敏平之博士論文之一部分，所得資料僅作為學術分析，個別資料絕不公開，請您放心填答。此問卷也可以透過網頁方式填答，請連結 <http://mpkang.baby.idv.tw/>，以\_\_guest\_\_序號登錄。這份問卷需要花費您寶貴的時間，但是對於台灣經營智慧的傳承具有深遠的意義，我們由衷的感謝。敬祝萬事如意、鴻圖大展

指導教授：司徒達賢博士、于卓民博士  
博士生：康敏平 敬上

聯絡方式：(tel) 02-2236-2226; (fax) 02-2236-0283; [mpkang@cc.shu.edu.tw](mailto:mpkang@cc.shu.edu.tw)  
台北市指南路二段 64 號國立政治大學企業管理學系博士班 康敏平收

貴公司為「供應商」、客戶為「**原廠 (OEM) 或 ODM 客戶**」

◎請交給兩位熟悉 A 客戶的經理人（例如業務經理、產品經理 PM 等）回答。

◎請經理人挑選 1 家**原廠 OEM 或 ODM 客戶**為對象（近五年開始合作）。

我們不需要知道客戶名稱，但為了您方便作答，以下皆以「**A 客戶**」代替這位客戶的公司名稱。

◎與該客戶合作時間始於：

2004  2003  2002  2001  2000  1999 (含) 以前

◎A 客戶設籍：台灣 美國 歐洲 日本 大陸 其他

◎貴公司為 A 客戶代工的產品是：(可複選)

系統產品，零組件，周邊設備，通訊產品，網路卡主機板，  
半導體，醫療保健設備，自行車，紡織品，精密機械，  
休閒運動器材，其他 \_\_\_\_\_

該產品之產品生命週期約

1 年以內  1-2 年  3-4 年  5-9 年  10-14 年  15 年以上

一、為了服務 A 客戶，貴公司在設備、人力和流程各方面，投入的程度有多大？	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span>幾乎沒有投入</span> <span>-----&gt;</span> <span>投入程度非常大</span> </div>						
7 代表金額龐大的投資、非常大幅度的調整、花費許多時間和人力							
1 代表金額微乎其微、幾乎沒有調整、花費非常少的時間和人力							
1 生產或測試設備方面的投資 .....	1	2	3	4	5	6	7
2 工程設計和模具方面的投資 .....	1	2	3	4	5	6	7
3 資訊或運籌系統方面的投資 .....	1	2	3	4	5	6	7
4 熟悉 A 客戶的作業規定和相關人員 .....	1	2	3	4	5	6	7
5 調整貴公司的產品或製程，配合 A 客戶的特殊需求和技術規格 .....	1	2	3	4	5	6	7
6 調整貴公司的內部的作業流程，以配合 A 客戶的特殊需求和技術規格 .....	1	2	3	4	5	6	7
7 整合貴公司自己的供應商流程，一起配合 A 客戶特殊需請求和技術規格 .....	1	2	3	4	5	6	7

二、貴公司為 A 客戶所投入的設備、人力和流程，很難使用在其他的客戶身上或其他市場？	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span>非常不同意</span> <span>-----&gt;</span> <span>非常同意</span> </div>						
請針對投資當時的狀況回答							
8 為 A 客戶所投入的硬體設備（如生產設備、模具、資訊系統等），很難轉用到其他客戶 .....	1	2	3	4	5	6	7
9 為 A 客戶所投入的硬體設備（如生產設備、模具、資訊系統等），若拿來生產其他產品，無法發揮相同的效果 .....	1	2	3	4	5	6	7
10 為 A 客戶所設計的作業流程等，若拿來服務其他客戶，需要大幅修改或重新設計 .....	1	2	3	4	5	6	7
11 服務 A 客戶所需要的專業知識，和服務其他客戶所需要的專業知識差異很大 .....	1	2	3	4	5	6	7
12 服務 A 客戶的專業人員，若轉去服務其他客	1	2	3	4	5	6	7

戶，需要花費很多時間重新訓練 .....

三、貴公司為 A 客戶所作的重大投資，是否採取下列作法？	從未如此	----->					總是如此
13 貴公司服務 A 客戶所作的重大投資，會跟客戶簽訂 <u>正式長期契約</u> 來攤提 .....	1	2	3	4	5	6	7
14 貴公司服務 A 客戶所作的重大投資，A 客戶會 <u>口頭承諾</u> 持續下單 .....	1	2	3	4	5	6	7
15 貴公司為 A 客戶提供的特殊設備、模具、工程費用等，大部分是由 A 客戶出錢 .....	1	2	3	4	5	6	7

四、目前貴公司和 A 客戶之間相互依賴程度？ 請針對目前狀況（2004-2005）回答	非常不同意	----->					非常同意
16 貴公司非常依賴 A 客戶 .....	1	2	3	4	5	6	7
17 貴公司非常需要 A 客戶所提供的訂單 .....	1	2	3	4	5	6	7
18 短時間之內，貴公司不容易找到像 A 客戶這樣的客戶 .....	1	2	3	4	5	6	7
19 如果交易關係結束，貴公司會有重大損失 .....	1	2	3	4	5	6	7
20 A 客戶非常依賴貴公司 .....	1	2	3	4	5	6	7
21 A 客戶非常需要貴公司所提供的產品和服務 .....	1	2	3	4	5	6	7
22 A 客戶短時間之內，很難找到像貴公司一樣的供應商 .....	1	2	3	4	5	6	7
23 如果交易關係結束，A 客戶會有重大損失 .....	1	2	3	4	5	6	7

五、貴公司成為 A 客戶的供應商之後，可以得到那些效果？	非常不同意	----->					非常同意
24 ..... 可以大幅提升貴公司 <u>知名度</u>	1	2	3	4	5	6	7
25 ..... 大幅提升貴公司 <u>市場地位</u>	1	2	3	4	5	6	7

26	..... 更加容易爭取其他客戶的訂單	1	2	3	4	5	6	7
27	..... 取得即時市場資訊	1	2	3	4	5	6	7
28	..... 快速達到經濟規模	1	2	3	4	5	6	7

六、貴公司除了提供製造服務之外，目前還提供那些服務給 A 客戶？(可複選)

- 代工更高階產品       產品研發設計服務       售後維修服務  
 全球運籌服務       材料與零組件採購

七、貴公司和 A 客戶，是否雙方一起決策、共同執行下列活動？

		非 常 少 配 合	----->	雙 方 密 切 配 合				
29	..... 新產品設計	1	2	3	4	5	6	7
30	..... 降低生產成本	1	2	3	4	5	6	7
31	..... 擬定長期計畫	1	2	3	4	5	6	7
32	..... 人員訓練	1	2	3	4	5	6	7
33	..... 零件需求預測	1	2	3	4	5	6	7

八、此部分是有關 A 客戶和貴公司的基本資料，請依據 2004-2005 年狀況回答

- 34 貴公司代工的產品，A 客戶是否仍有其他的供應商代工？  
 僅貴公司一家    2-3 家    4-6 家    7 家以上    有，但詳細家數不清楚
- 35 2004-2005 年，與 A 客戶的交易金額占貴公司營業額的\_\_\_\_\_%
- 36 2004-2005 年，除了 A 客戶之外，貴公司還有其他的 OEM/ODM 客戶？  
 否，  是(貴公司前四大客戶的交易金額，占營業額比例\_\_\_\_\_%)  
 (可選填：貴公司第一大客戶\_\_\_\_\_%，第二大客戶\_\_\_\_\_%，第三大客戶\_\_\_\_\_%，  
 第四大客戶\_\_\_\_\_%)。
- 37 根據前兩年平均營業額，貴公司比 A 客戶的規模？  
 小很多    小    一樣    大    大很多
- 38 貴公司除了代工業務之外，是否擁有自有品牌？ 否，

---

是-營業額約\_\_\_\_\_ %

39 貴公司的資本額約 \_\_\_\_\_ 億新台幣，成立於 \_\_\_\_\_ 年

40 貴公司員工人數：約 \_\_\_\_\_ 人；研發人員數目：約 \_\_\_\_\_ 人

41 您的職稱：總經理 副總經理 產品經理 (PM) 業務經理  
其他\_\_\_\_\_

---

**問卷到此全部結束，再一次感謝您的協助與支持**