

目 錄

摘要	- 1 -
第壹章 緒論	- 2 -
第一節 研究背景與動機	- 2 -
第二節 研究問題	- 3 -
第三節 研究範圍	- 4 -
第貳章 文獻探討	- 5 -
第一節 產業生命週期理論	- 5 -
第二節 品牌與代工	- 9 -
第三節 價值鏈與產業價值鏈	- 12 -
第參章 研究方法	- 14 -
第一節 個案選取	- 14 -
第二節 資料收集	- 15 -
第肆章 產業介紹	- 16 -
第一節 網路通訊產業	- 16 -
第二節 多媒體軟體產業	- 30 -
第伍章 個案介紹及訪問結果	- 37 -
第一節 友訊科技股份有限公司	- 37 -
第二節 明泰科技股份有限公司	- 40 -
第三節 友訊&明泰公司訪問結果	- 42 -
第四節 訊連科技股份有限公司	- 50 -
第五節 訊連公司訪談結果	- 54 -
第陸章 訪談結果分析	- 62 -
第一節 公司訪談分析 --- 友訊科技&明泰科技	- 62 -
第二節 公司訪談分析 --- 訊連科技	- 68 -
第三節 合併分析	- 74 -
第柒章 結論與建議	- 79 -
第一節 結論	- 79 -
第二節 研究限制	- 81 -
第三節 未來研究方向建議	- 82 -
第四節 管理意涵 -- 代工與品牌如何並行	- 83 -
參考文獻	- 87 -
附錄一	- 90 -

圖目錄

圖 2-1 產業生命週期圖-----	5 -
圖 2-2 多階段品牌示意圖-----	10 -
圖 2-3 價值鏈-----	12 -
圖 2-4 產業價值鏈-----	13 -
圖 4-1 網路產品分類圖-----	16 -
圖 4-2 網路通訊產業上下游示意圖-----	20 -
圖 4-3 網路通訊產品生命週期圖-----	21 -
圖 4-4 我國網路通訊類全球佔有率分析-----	22 -
圖 4-5 台灣網路通訊產業出貨地區分佈-----	22 -
圖 4-6 銷售通路圖-----	26 -
圖 4-7 影音軟體產業供應鍊圖-----	31 -
圖 4-8 藍光光碟機出貨量-----	34 -
圖 5-1 軟體產業（套裝軟體）上、中、下游關連圖-----	52 -
圖 5-2 訊連與競爭者市值比較圖-----	56 -
圖 6-1 友訊未分代工前之產業價值鏈圖-----	66 -
圖 6-2 友訊分割代工後之產業價值鏈圖-----	67 -
圖 6-3 訊連科技代工模式之產業價值鏈-----	72 -
圖 6-4 訊連科技自有品牌之產業價值鏈-----	72 -
圖 7-1 要素品牌產業價值鏈行銷圖-----	85 -

表目錄

表 2-1 產業生命週期各階段特徵.....	- 6 -
表 4-1 我國網通上市櫃公司一覽表.....	- 24 -
表 4-2 3COM 併購年表.....	- 28 -
表 4-3 COREL 購併年表.....	- 36 -
表 5-1 友訊科技主要地區銷售分佈圖	- 37 -
表 5-2 友訊科技產品類別銷售比重.....	- 38 -
表 5-3 明泰科技主要地區銷售分佈.....	- 40 -
表 5-4 明泰科技產品類別銷售比重.....	- 40 -
表 5-5 訊連科技主要地區銷售分佈.....	- 50 -
表 5-6 訊連科技產品分類.....	- 51 -
表 5-7 訊連科技產品類別銷售比重.....	- 51 -
表 6-1 訊連科技品牌與代工業務客戶與終端市場消費分析表.....	- 69 -
表 6-2 友訊科技與訊連科技綜合比較表	- 75 -

