

## 摘要

近年來，台灣工業電腦表現突出，產值幾乎年年提升，在台灣資訊硬體產業中是異軍突起的產業。但事實上台灣的工業電腦產業的產值並不大，不到台灣資訊硬體產業的百分之二，是屬於一種利基型的產業，故至目前為止，毛利都還是相當高，約在 30%~40%之間。但毛利高卻並未引起飽受低毛利之苦的國內資訊硬體大廠的垂涎，這與其產業的特性及文化有相當大的關係。

此外，台灣資訊電子工業是以代工模式起家，發展至目前全球第三大產值的規模，也有自創品牌；而台灣工業電腦產業也思循者類似的軌跡發展，但因產業特性有不同，故在業務模式的發展上有所差異。本研究探討下列議題：(1) 工業電腦產業的特性 (2) OEM/ODM/OBM 業務模式特性，以瞭解何種業務模式較適用在台灣工業電腦產業。

本研究藉由探討工業電腦產業的特性為基礎，再經由對 OEM/ODM/OBM 模式的業務特性之研究，輔以對國內上市上櫃的工業電腦廠商深度訪談，以了解台灣工業電腦在 OEM/ODM/OBM 三種業務模式的適用性。工業電腦的特性為少量多樣、密集的售後技術支援、長期供貨及應用在嚴苛的環境；而在業務模式方面，OEM 模式基本上是廠商提供產能及生產技術，因目前台灣資訊電子工業生產技術普遍成熟，故附加價值不大，廠商需要靠規模經濟以降低製造成本，但此與工業電腦的應用市場為利基型市場，講求少量多樣的特性不符合；且如研發設計與製造生產分由不同公司負責時，交易成本會增加，故 OEM 模式不適用於台灣工業電腦廠商；ODM 模式的研發與製造為同一廠商，對於講求產品需高度穩定性及需密集後續技術支援的工業電腦產品而言，可提供買主較為可靠的選擇，且工業電腦的應用市場多而分歧，亟需要具有研發實力的供應商針對不同的應用而設計出不同的產品；而對於台灣工業電腦廠商而言，由於提供了研發設計的部分，附加價值較高；故 ODM 模式對於台灣工業電腦廠商是具有相當的適用性。任何性質的產品想要獲得更豐厚的利潤或顧客忠誠度，抑或是市場佔有率的提升，除了獨占或技術專利之外，都必需走向品牌之路，工業電腦產業亦是如此，故對於工業電腦廠商來說，建立品牌有助於本身的發展；而對於買主而言，品牌代表可信任，代表產品具有相當的可信度，而這正是工業電腦產品市場所最重視的特質之一；故 OBM 模式在工業電腦是可以適用的。