

參考文獻

一、中文部分

1. 大前研一，全球舞台大未來，台北市：培生教育，2005。
2. 王慧美，國際代工夥伴關係下之資產專屬性與能力建構－供應商觀點分析，國立台灣大學國際企業管理研究所博士論文，2001。
3. 司徒達賢，策略管理，台北市：遠流出版社，1995。
4. 司徒達賢，策略管理新論，台北市：智勝文化，2001。
5. 台北市電腦同業公會會員名錄，2005。
6. 立端科技股份有限公司，立端母子公司 93 年度合併財務報告書，2004。
7. 艾訊股份有限公司，艾訊母子公司 93 年度合併財務報告書，2004。
8. 吳思華，產業特質與企業經營策略關係之研究，政治大學企業管理研究所未出版博士論文，1984。
9. 吳思華，策略九說，台北市：臉譜文化，1998。
10. 宋國璋，資訊電子業委外設計製造代工之策略研究－供應商之觀點，國立政治大學經營管理碩士論文，2003。
11. 李小姐，產品的第二生命，台灣經濟研究月刊，第十二卷第二期，頁 41~43，1989。
12. 李仁芳，企業如何掌握競爭優勢－競爭策略的組織基礎，世界經理文摘，第 89 期，pp. 48~63，1994。
13. 林晉寬，從資源基礎理論探討資源特性於成長策略之關係，國立政治大學企業管理研究所博士論文，1995。
14. 林國隆，從EMS產業發展趨勢探討－台灣資訊電子業ODM/ODM廠商因應策略，國立清華大學高階經營管理碩士論文，2003。
15. 邱新球，企業相依性、影響策略、衝突與績效關係之研究，私立銘傳大學國際企業管理研究所碩士論文，2000。
16. 邱儀馨，資源基礎觀點論競爭策略與經營績效之關係，國立海洋大學航運管理研究所碩士論文，1999。
17. 俞玉敏，台灣個人電腦產業分工至整合趨勢之研究－契約製造服務 (CEM) 廠商為例，銘傳大學管理科學研究所碩士論文，2001。
18. 威達電股份有限公司，威達電母子公司 93 年度合併財務報告書，2004。
19. 施沛華，能耐基礎成長與垂直鏈佈局關係之研究，中原大學企業管理研究所碩士論文，2004。
20. 施振榮，IO聯網組織，2000。

21. 施振榮，再造宏碁，台北市：天下文化，1996。
22. 研揚科技股份有限公司，研揚母子公司 93 年度合併財務報告書，2004。
23. 研華股份有限公司，研華母子公司 93 年度合併財務報告書，2004。
24. 胡若堯，自創品牌關鍵成功因素之研究，台灣大學商學系碩士論文，1994。
25. 胡釗維，鴻海讓國內外代工廠從對手到攜手，商業周刊，937 期，2005/11。
26. 凌華科技，凌華科技上市公開說明書，2004/7。
27. 凌華科技股份有限公司，凌華母子公司 93 年度合併財務報告書，2004。
28. 張朝堂，少量多樣之電子專業代工製造優勢研究—以中小型電子公司為例，南華大學管理科學研究所碩士論文，2004。
29. 張殿文，虎與狐，台北市：天下遠見出版，2005。
30. 許文宗，主要客戶焦點之代工範疇變化—以台灣國際代工廠商為例，國立政治大學企業管理研究所博士論文，2003。
31. 陳介玄，台灣產業的社會學研究：轉型中的中小企業，台北：聯經，1998。
32. 陳勇安，台灣資訊電子業廠商自創品牌關鍵成功因素之探討-以相關上市電子公司之個案為例，東吳大學企業管理學系碩士論文，2004。
33. 陳振祥，ODM策略之理論架構與實證，國立台灣大學國際企業研究所博士論文，1997。
34. 陳振祥、李吉仁，ODM的成因與策略運作—水平式產業下的策略聯盟型態，中山管理評論，第 5 卷第 3 期，pp.553-572，1997。
35. 陳梧桐，經營策略之創新管理—以IC企業為例，國立交通大學科技管理學程碩士班，2001。
36. 湯明哲，策略精論：基礎篇，台北市：天下文化，2003。
37. 黃文博，品牌，原來如此！，台北市：經濟新潮社，2005。
38. 黃俊英，行銷學的世界，台北市：天下文化，2001。
39. 黃意丹，台灣OEM供應商能力組合類型對業務型態影響之研究-兼論資源依賴OEM客戶程度之干擾效應，大業大學國際企業管理研究所碩士論文，2003。
40. 黃銘章，影響代工供應商與顧客間夥伴關係因素之研究—以台灣電子資訊產業為例，國立政治大學企業管理研究所博士論文，2002。
41. 黃蕙娟，臺灣企業國際上自創品牌策略之研究，國立政治大學

- 企業管理研究所碩士論文，1999。
42. 瑞傳科技股份有限公司，瑞傳母子公司 93 年度合併財務報告書，2004。
 43. 詹曜鴻，工業電腦產業展望，富邦證券，2005/4。
 44. 資策會 MIC，經濟部ITIS計劃，2005
 45. 鄒龍群，供應商特質、產品創新過程與產品經理角色之關係研究以臺灣網路產業OEM/ODM/OBM業務型態為例，私立輔仁大學管理學研究所碩士論文，2003。
 46. 廖苓卉，專業電子製造廠商營運模式之研究--EMS與ODM廠商之比較，國立台灣大學國際企業研究所碩士論文，1999。
 47. 趙郁文，跨國委託製造對台灣資訊電子廠商營運能力之提升效果，中山管理評論，第六卷第四期，1998, p.1113-1136。
 48. 劉名崇，我國電子產品 OEM外銷競爭力與發展機會之研究，國立交通大學管理科學研究所碩士論文，1989。
 49. 劉欣靜，台灣廠商自創品牌之決策過程—以交易成本理論為分析架構，政治大學國際貿易學系未出版碩士論文，1997。
 50. 劉常勇，讓競爭者學不像，透視台灣標竿產業經營結構，台北市：遠流出版社，2005。
 51. 劉傳雄，國際資訊大廠選擇代工製造廠商之評量準則研究，國立交通大學科技管理研究所碩士論文，2003。
 52. 廣積科技股份有限公司，廣積母公司 93 年度財務報告書，2004。
 53. 鄭呈皇，廣達只成長 11% 創近 4 年新低，商業周刊，895 期，2004。
 54. 黎堅，自創品牌的檢討，台灣經濟研究月刊，第十二卷第二期，頁 19-25，1989。
 55. 謝杏敏，高科技產業品牌策略研究，南台科技大學企業管理研究所碩士論文，2003。
 56. 瞿大銓，工業電腦產業之資源能力與國際化動機，對其國際化策略影響之研究，淡江大學管理科學研究所在職專班碩士論文，2002。
 57. 顏孝芬，探討高科技業者如何自創品牌以建立競爭優勢-以A公司為例，大業大學事業經營研究所，2004。
 58. 寶晟科技股份有限公司，寶晟母公司 93 年度財務報告書，2004。
 59. 顧浚堂，消費性電子產品代工廠商經營策略之個案研究，國立政治大學經營管理碩士學程研究所碩士論文，2005。
 60. 酈怡德，談 2003 年台灣工業電腦族群之發展，台灣工業銀行，2004。

二、英文部分

1. Aaker, David A., Building Strong Brand, New York: Free Press, 1996.
2. Amit, R. and P. J. H. Schoemaker, Strategic assets and organizational rebut, Strategic Management Journal, 14 : 33- 46. 1993. Hardware Practice, December 2004, pp 2-3.
3. Anderson, E. & Weitz, B.A., Make-or-Buy Decision: Vertical Integration and Marketing Productivity, Sloan Management Review, spring, pp 3-19, 1986.
4. Barney, J. B., Organizational culture: can it be a source of sustained competitive advantage? Academy of Management Review, 11 : pp 656-665, 1986a.
5. Barney, J.B., Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, Journal of Management, 17, pp 99-120, 1991.
6. Caves, R.E., Multinational Enterprises and Economic Analysis, Cambridge University Press, New York, 1996.
7. Douglas K. Werner, Circuits Assembly Magazine, 1999.
8. Doyle, Peter, Building Successful Brands : The Strategic Options, Journal of Consumer Marketing Vol. 7, pp 5-20, 1990.
9. Electronic Trend Publications, Board-Level Embedded Computer Markets and Trends, 2004.
10. Finkelstein, S., Managerial Discretion: A Bridge between Polar Views on Organization, In L. L. Cummings & M. Staw (Eds.), Research in Organizational Behavior, Vol. 9, pp. 369-406, 1987.
11. Fiona Gilmore, Brand Warriors, Publisher: Profile Business, 1999.
12. Frazier, L. Gary and John O. Summers, Perceptions Of Interfirm Power And Its Use Within A Franchise Channel Of Distribution, Journal Of Marketing, Vol.23 (May) pp.169-176, 1986.
13. French, R. P. John and Raven, Bertram, The Bases Of Social Power, University Of Michigan Press, 1959.
14. Gary Hamel and C.K. Prahalad, Competing For The Future-Breakthrough Strategies for Seizing Control of Your Industry and Creating the Markets of Tomorrow, Harvard Business School Press. 1994.
15. Grant, California Management Review, 1991.
16. Hall, R. H., Patterns Pr Interorganization Relationships, Administrative Science Quarterly, Vol.22, pp.14-19, 1987.
17. Hamel, G. and A. Heene, The Concept of Core Competence, Competence-based Competition, John Wiley & Sons, England, pp.11-33, 1994.
18. H.Mintzberg and A.McGugh, Strategy Formation in an Adhocracy, Administrative Science Quarterly, 30, 2, June, pp.1-27, 1985.
19. Hill & Jones, Strategic Management: An Integrated Approach 5/e, Houghton Mifflin, 2001.
20. Hofer C.W. and Schendel D.E., Strategy Formulation: Analytical Concepts, West Publishing Co., St. Paul. 1978.
21. Iansiti, Macro, Real-world R&D: jumping the product generation gap, Harvard Business Review, 71(3), pp.139-147, 1993.
22. K.DouglasWerner, Economics of Board Testing & Process Cost Optimization, Speech in SMTA Conference, 1999.

23. Kohli, A.K., & Jaworski, B.J., Market Orientation: The construct, research proposition, and managerial implication, Journal of Marketing, 54(2), 1-18, 1990.
24. Kumar, Nirmalya, K. Lisa, Scheer and E. M. Jan-Benedict Steenkamp, Interdependence, Punitive capability, And The Reciprocation Of Punitive Actions In Channel Relationship, Journal Of Marketing, Vol.25 (May) pp.225-235, 1998.
25. Lomas Paul. N., The implication of outsourcing, Frozen Food Age, New York, Vol. 46, pp.33-38, 1997.
26. Mahoney, J. T. and J. R. Pandian, The resource-based view within the conversation of strategic management, Strategic Management Journal, 13 : 363-380, 1992.
27. Marino, K.E., Developing Consensus on Firm Competencies and Capabilities, Academy of Management Executive, Vol.10, No.3, pp.40-511, 1996.
28. Nalebuff B. J. & A. M. Brandenburger, Co-opetition, Harper Collins, 1996.
29. Onkvisit, S. & J.J. Shaw, International Marketing, 2nd edition, New York: Macmillan Publishing Company, 1993.
30. Penrose, E.G., The Theory of Growth of the Firm, Wiley, New York, 1959.
31. Peters T. J. and R. H. Waterman, In search of excellence: Lessons from America's best-run companies. New York: Harper & Row, 1982.
32. Pfeffer, Jefferey and Gerald R. Salancik, The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective, New York, NY: Harper And Row, 1978.
33. Pisano, Gary P. and Steven C. Wheelwright, The new logic of high-tech R&D, Harvard Business Review, 73(5), pp.93-105, 1995.
34. Porter, M. E., Competitive Strategy—Technique for Analyzing Industries and Competitors, New York: Free Press, 1980.
35. Porte, M. E., Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press, 1985.
36. Prahalad, C.K. and Hamel G., The core competence of the corporation, Harvard Business Review, May-June, pp.79-91, 1990.
37. Rumelt R.P., Towards a strategic theory of the firm, Competitive Strategic Management, Englewood Cliffs, N.J., Prentice Hall, pp. 556-570, 1984.
38. Selznick, P., Leadership in Administration, New York: Harper & Row, 1957.
39. Survey of Current & Potential Outsourcing End-Users, The Outsourcing Institute Membership, 1998.
40. Takeishi, A., Bridging inter- and intra-firm boundaries : Management of supplier involvement in automobile product development, Strategic Management Journal, Vol.22, NO.5, pp.403-433, 2001.
41. Venture Development Corporation, A White Paper on 2004 Merchant Computer Boards for Embedded/Real Time Applications Intelligent Programs: Slot Board Computers and Embedded CPU Blades, 2004.
42. Wernerfelt, B., A resource-based view of the firm, Strategic Management Journal, 5 : 171-180, 1984.
43. Yin, R.K., Case Study Research: Design and Methods, Sage, Beverly, 1st ed., N. J. : Hill, CA., 1984.
44. Yu-Cheng Wu, A Study of Industry Characteristics & Business Models- IPC Industry in Taiwan · EMBA Thesis in Tamkang University, 2002.

45. Wrigley, L., Divisional autonomy and diversification. D.B.A. Dissertation, Harvard University, 1970.

三、參考網站

1. 立端科技網站：http://www.lannerinc.com/about.php?content_id=27
2. 艾訊科技網站：<http://tw.axiomtek.com.tw/company/aboutus.php>
3. 威達電公司網站：http://www.icpems.com.tw/tw/a_goal.asp
4. 研揚公司網站：
[http://www.aaeon.com.tw/?TabIndex=About&TabID=Content&Article_ID={
C31A77F2-E7ED-41EB-9C47-356CA8233D38](http://www.aaeon.com.tw/?TabIndex=About&TabID=Content&Article_ID={C31A77F2-E7ED-41EB-9C47-356CA8233D38)
5. 研華公司網站：<http://www.advantech.com/about/>
6. 凌華科技網站：
[http://www.adlinktech.com/big5/about_adlink/basic_info.php?file=basic_info.
htm](http://www.adlinktech.com/big5/about_adlink/basic_info.php?file=basic_info.htm)
7. 瑞傳科技網站：<http://www.portwell.com.tw/spirit-big5.htm>
8. Kontron Website, <http://www.kontron.com/corporate/kontronfamily.cfm>
9. Radisys website, <http://www.radisys.com>