

摘 要

本研究根據過去與策略聯盟有關的理論文獻歸納出影響策略聯盟類型的三大變數，分別為：產業環境、廠商特性、與策略聯盟目標。透過對我國汽車零組廠商的實證分析，研究結果發現：

一、國內汽車零組件廠商的合作關係並非僅只於中衛體系式的生產與後勤聯盟；研究發展聯盟與行銷、配銷及售後服務聯盟亦佔所有樣本的 59%。

二、雖無任何形成因素構面對所有策略聯盟類型均具有顯著影響，但研究結果仍可看出：

(一)產業環境對策略聯盟附加價值鏈分佈較具有顯著影響。