

## 摘 要

近年來我國電子資訊廠商在全球競爭結構中，展現了高度的成長；而刻畫此一成長軌跡的營運邏輯中，當屬運用以ODM業務為軸心的發展模式，最值得吾人深入探討。本文試圖從交易成本理論、與廠商資源能力觀點，討論產業價值鏈的垂直分工關係，以建構ODM業務運作之思考架構，並探討ODM動態運作策略的內涵。

本文認為，ODM業務類型係廠商間『產品能力』與『行銷能力』的互補連結，為水平式產業結構下的垂直分工策略聯盟型態；ODM業務穩定發展的基礎，取決於產品市場特性之『產品能力不可分割性』與『行銷能力不可分割性』程度，而ODM廠商的持續成長與發展，有賴於透由多重業務結構，創造營運綜效，從而形成廠商的產業影響力。

**關鍵詞：**ODM策略，產品能力，水平式產業結構，策略聯盟