

From Contract Manufacturing to Own Brand Management: The Role of Learning and Cultural Heritage Identity

从代工迈向自创品牌：学习和文化遗产认同感的影响

Ching Horng (洪清德) and Wayne Chen (陈韦宇)

一、

自創品牌績效問項

Horng,C. 2004.Mission, buyer network, and supplier network: Factors influencing the choice of OBM strategy in the computer and electronics industries in Taiwan. *Taiwan Journal of Management*, 21: 451–476. (In Chinese.)

用 7 点量表法回答以下问题：

1	2	3	4	5	6	7
非常不同意	比较不同意	有点不同意	中立	有点同意	比较同意	非常同意

1. 提昇我們公司的知名度.
2. 增加我們公司的成長率.
3. 提昇我們公司的利潤.
4. 培養我們公司的長期競爭力.

Its alpha is 0.93.

二、

製造績效問項

Schroeder, R. G., Bates, K. A., & Junttila, M. A. 2002. A resource-based view of manufacturing strategy and the relationship to manufacturing performance. *Strategic Management Journal*, 23: 105–117.

用 7 点量表法回答以下问题：

1	2	3	4	5	6	7
非常不同意	比较不同意	有点不同意	中立	有点同意	比较同意	非常同意

1. 降低製造成本佔營收的比例.
2. 提昇製造方面的良率.
3. 確保產品及時交貨.
4. 縮短取得原料到交貨的週轉時間.

Its alpha is 0.88.

三、

向主要客戶/子公司學習問項

用 7 點量表法回答以下問題：

1	2	3	4	5	6	7
非常不同意	比較不同意	有點不同意	中立	有點同意	比較同意	非常同意

開發 (exploitation)

1. 可以立刻運用到實際的日常業務運作。
2. 對公司營運績效在短期即有正面影響。
3. 提高目前的經營效率和降低成本。

探索 (exploration)

4. 改變公司基本的管理理念。
5. 有助於公司達成長期使命和目標。
6. 有助於公司面對未來轉型的挑戰。

Its alpha is 0.84.

四、

文化认同问项

Horng, C. 2004. Mission, buyer network, and supplier network: Factors influencing the choice of OBM strategy in the computer and electronics industries in Taiwan. *Taiwan Journal of Management*, 21: 451–476. (In Chinese.)

Horng, C. 2006. An empirical study of knowledge transfer and knowledge reciprocation in Taiwanese manufacturing industry. *Asia Pacific Management Review*, 11: 29–41.

用 7 点量表法回答以下问题：

1	2	3	4	5	6	7
非常不同意	比较不同意	有点不同意	中立	有点同意	比较同意	非常同意

1. 致力於提供優良產品以提昇我國產品形象.
2. 認為提昇台灣國際形象亦是企業社會責任.
3. 以華人企業為榮.

Its alpha is 0.86.