



全球目標市場2004年行動方向

中國行動電話產業

孫明德

中國行動電話新增用戶數佔全球新增用戶數由1999年的9%突增至2002年的26%，且佔2002年全球市場銷售量4.1億支的14%，加上2003年產能的加速擴充成為世界行動電話廠商鎖定的目標市場；然而迅速發展竄起的中國行動電話，由於其產能規模不如國際大廠，隨著進入WTO，開放進口並解除內部市場產銷進入障礙後，諸如內需的趨近飽和、價格競爭、庫存壓力以及廢棄物回收致成本提高等不利因子的影響，預估2004年中國行動電話產能將趨向減緩、保守態勢…

前言

全球行動電話由於產品研發技術突破，使行動電話體積及重量適合個人攜帶，同時產量達成規模經濟後，售價也逐漸下滑，加上電信服務業者大幅降低使用費率等因素影響，行動電話整體市場規模由1997年的1.2億支快速擴增到2002年的4.1億支，四年之平均成長率為57%。自2001年起由於歐美日等主要國家使用普及率已高，這些先進國家的換機需求逐步取代新購

需求，使得換機需求由2001年市場比重49%，至2002年已接近60%，北美地區更高達70%以上，造成整體行動電話市場規模成長趨緩。

2001年起，行動電話的新購需求主要以亞洲國家為主，其中以中國新增用戶數相對於全球新增用戶數比重，由1999年的9%增加至2002年為26%，提高了17個百分點，並佔2002年全球市場銷售量4.1億支的14%，且2002年中國行動電話市場77%為新購需求，換機需求為23%，