

兼容並蓄，跨業整合

九〇年代消費性電子產品的展望

李邦哲

產品將變得更富智慧與系統化……。
家電業者無不力求推陳出新，
展望九〇年代的全球趨勢，
產業景氣顯得低迷不振。
國內市場亦受外貨蠶食鯨吞，
去年我國消費性電子產品出口萎縮，

產業衰退景氣低迷

在國際貿易保護主義高漲，國內工資與匯率同步上升的雙重打擊下，我國的消費性電子產品的出口額已步著日本的後塵趨於萎縮（見表1），而國內市場受到關稅下降、購買力提升與追求更佳音質畫質享受的影響，外貨源源不斷進口，蠶食了不少市場。

又根據經濟部統計處的統計，去年，1至8月我國消費性電子產品的產值已從前年同期的77,541百萬元減少到71,183百萬元，負成長8.2%，顯示出本產業有明顯的衰退跡象。

未來的產品趨向

大部份的影視音響產品出現至今至少都在一、二十年以上，普及率也大都達到飽和程度，所以根據日本電子機械工業會的預測，今後世界與日本的AV機器市場將呈現持平或微幅的成長，而新部門將大幅成長。在這種情形之下家電廠商為了維持企業的發展，除了推出更好更多功能的現有產品之外，也開創不少新興產品，造成跨業的競爭與整合的現象。以下就產品的趨勢加以說明。

●音響產品可望整合在家庭資訊系統中

雷射唱機（CDP）傳統再生型除了用在放音之外，如表2所示將有數種產品踏入家用資訊部門，加上可重寫型的即將出現，這類產品