



資訊工業的再造行動策略—— 掌握網際網路新時代的來臨

傅清萍

近年來電腦價格的持續下跌、網際網路與電子商務的興起以及激烈的競爭等，在在迫使著國際資訊大廠為了維持既有的優勢，而必須對其業務經營展開大幅度的再造行動；因此，各廠商相繼祭出企業重整策略，而業務範圍也正擴大到PC以外的領域，以試圖創造任何可以帶來額外收益的業務…

網路產業是屬於資訊電子產業的後段產業，也就是說必須在個人電腦應用環境普及至相當規模時，網路的需求才會顯現出來，更何況網路產品的發展都是以增進不同電腦間的資料交換、存取便利性為主，所以網路的發展必須以個人電腦產業的技術進展為依歸。而身為全球資訊電子產業重要生產基地的台灣，又該如何重新定位以面對未來21世紀網際網路新時代的新挑戰？本文首先針對我國資訊工業概況做一介紹，其次分析與我國有密切關係的主要國際資訊大廠的再造行動，並試著提出我國資訊工業為掌握網際網路時代來臨所面臨轉型的因應策略，最後則是結語。

台灣資訊工業概況

我國資訊工業從1983年由國產IBM開發個人電腦相容機種上市以來，隨著全球個人電腦產業同步發展，生產值由4億美元，一路上揚，1995年達到195億美元，成長幅度高達34%，

且首度成為全球僅次於美、日的第三大資訊產品生產國。綜觀我國資訊工業的發展，主要是以代工業務為主，但因經過紮根、萌芽、茁壯的過程，加上垂直分工已趨完整、生產管理效率高以及產銷體系日趨完備，因此雖然過去一年（1998年）受到國際PC市場價格大幅滑落及亞洲金融風暴的衝擊，但產值仍能不斷擴大，1998年產值增加到337億美元，仍然穩居全球第三名的寶座，在國際市場已占得一席之地，不過成長幅度已漸趨緩，成長率僅有12%（表1），若不含海外產值，則國內產值只有2%的成長。至於海外產值仍保有29%的高度成長，探究其因，主要是多年以來我國資訊廠商在遭遇到國內投資環境的變遷，如生產成本增加與經營困難等，加上在國際市場上面臨強大的競爭壓力下，廠商為繼續追求本身的利潤及經營，自然向國外尋求投資設廠地點，因此已陸續將低階產品的生產線外移，使得近年來海外產值成長率明顯高於國內產值成長率，且其佔

表1 我國資訊工業產值統計

年	總產值		國內產值			海外產值		
	金額	成長率	金額	比率	成長率	金額	比率	成長率
1996	25,035	28.1	16,999	67.9	20.8	8,036	32.1	46.9
1997	30,174	20.5	18,889	62.6	11.1	11,285	37.4	40.4
1998	33,776	11.9	19,252	57.0	1.9	14,524	43.0	28.7

資料來源：資策會MIC，1998年12月。

我國資訊硬體產值比率逐年增加，1998年海外產值已達43.0%。

再就其海外生產基地來看（表2），早期由於東南亞的勞動力充沛、工資低廉、土地租金便宜，加上東南亞各國政府又給予免稅、減稅等優惠待遇，吸引台商前往投資設廠，尤以泰國及馬來西亞為主。然近年來，為了順應低價化趨勢，廠商善用大陸資源維持產業競爭優勢，大幅擴充在大陸的生產基地，使我國資訊產品在大陸的生產比例快速上升，由1992年的2.3%，竄升到1998年的29.0%，目前大陸已成為我國資訊工業最重要的海外生產據點。為了取得更多的競爭優勢，目前除了筆記型電腦之外，幾乎所有的資訊硬體產品如鍵盤、滑鼠、監視器等勞力密集產品都已經外移到更具競爭力的地區製造，並且還採取產業群聚的模式漸次移出台灣市場。基本上，台灣資訊產業外移大多是考量成本的因素，即產業發展的比較利益型態發生變化所致。台灣的產業發展已由過去符合比較利益原則的勞動密集產業，走向發展資本密集與技術密集的產業。

雖然台灣廠商是以原廠委託製造（OEM - Original Equipment Manufacture）的代工為主，然而廠商不斷努力研發出在同中求異的獨門技

術，於是從OEM走到ODM（Original Design Manufacture），幫客戶設計、依客戶需求於當地組裝電腦的自創式模組化產銷策略，甚至到全球運籌管理（Global Logistic）等新行銷業務模式。藉由此種更務實、專業的代工模式，不僅讓廠商藉以培養自我實力，將專業部分做的更為專精，同時也避開了庫存的風險，創造較為穩定的利潤，也才能渡過1993年底及1996年的降價危機。

另一方面，低價電腦的盛行，國際大廠紛紛將訂單轉移至品質和價格最具有競爭力的台灣，因此我國資訊工業廠商勢必與國際大廠脫離不了策略聯盟的關係（表3）。其中尤以康柏（Compaq）與我國資訊廠商的關係最為密切，目前是最大的資訊產品採購者，1998年的金額將近56億美元，估計1999年將更進一步增加到70億美元以上。康柏並於日前宣布將借重台灣資訊電子產業多年來形成的產業群聚資源，在台灣成立亞太製造技術研發中心。其次來台採購金額最大的則是IBM，1998年約為22.4億美元，估計1999年將達到30億美元。此外戴爾（Dell）的採購金額也將在1999年達到30億美元的規模，比上年同期大幅成長50%。惠普1998年的採購金額較1997年成長約30%，金額為15億美元，1999年估計在30億美元左右。