

# 我國消費電子工業 2002年之產業構圖

羅世澤

即使未來世界消費電子產品市場，預估每年將有5%以上成長率。然而在消費電子產業逐漸高度科技化趨勢下，不可避免市場將面臨策略性競爭。因而，國內業者如何擬訂因應策略，以持續產業之發展，將是一個值得探究課題。

## 前言

HDTV高畫質電視、數位式收音機、家庭用衛星接收設備以及家庭用自動化產品的問世，充分展現消費電子產業將隨科技的發展，不斷開發新產品以因應市場需求的產業特性。

而在此產業科技化之高度競爭的環境下，國內業者將如何因應以持

續產業的發展，將是一重要課題。經濟部產業發展諮詢委員會曾針對此一問題，邀集產、官、學界共同擬定出相關之產業發展政策及輔導措施，以為國內業者未來發展之指標。

## 消費電子工業現況

1993年我國消費電子工業的生產值為21.4億美元；生產廠家有280家

，從業人員45,000人。平均每家工廠產值為760萬美元，平均每位員工之年產值為4.8萬美元。在內、外銷方面，1993年全年出口值為新台幣16.4億美元（約佔全體製造業2%），為年產值的77%，此顯示國內消費電子產業主要是以外銷為導向。至於其餘的23%之產值，計新台幣5億美元則為國內市場所吸收，若再加上全年10億美元的進口值，可以估算出國內市場約有15億美元左右（參閱附表）。

研究發展的費用約佔總營業額的0.7%；至於技術人員則佔所有從業人員的10%。

## 消費電子工業面臨問題

近年來國內、外市場環境產生急遽的變化，在國外環境方面，歐洲單一市場，北美自由貿易區的成立造成貿易保護主義的興起，東南亞及大陸等開發中國家低廉工資的競爭，國際對智慧財產權的重視以及環保意識的提昇，另外在國內環境方面，勞工不足、工資上漲、產業