



面臨脫胎換骨的新興產業 ——掃描消費電子產業前景

盱衡全球在3C產業趨向整合及數位化、網路化兩大浪潮激盪下，我國消費電子業正面臨了空前的產業結構性重大變革，在群雄環伺的國際市場上，如何提振自1988年來的產業頹勢，實嚴酷考驗著經營者的智慧…

林祐民

消費電子產品主要係指用於視訊、音訊及遊樂器等三方面之電子產品，與人們的生活息息相關，多屬於個人或家庭所擁有的電子產品。我國消費性電子產業過去在電子產業中，不論是產值或出口值均佔有相當重要的地位，唯近年來受到國內生產成本提高以及中國大陸與東南亞低價競爭的影響，消費性電子產業拓展不易。然而隨著資訊、通訊與消費性電子工業的技術整合與發展，各式新產品陸續推出。尤其自1996年以來，消費電子的發展環境有了明顯的變革，首先是數位電視在直播衛星系統上的進展漸有斬獲，同時刺激了有線電視和其他無線視訊網路積極邁入數位化。其次是網際網路普受歡迎之後，正嘗試和消費性電子產品結合。此外電漿顯示器技術的突破，包括數位直撥衛星和數位高密度光碟所提供的寬螢幕電視節目，以其較高的畫質，造就了對更大畫面電視的需求。由於產業領域的擴大，消費性電子產業正進行結構性的大調整，國內業者如能掌握新產品的發展方向，強化技術能力，

必可為消費性電子業再創另一高峰。

自1996年起消費電子受網際網路盛行及數位化技術突破的影響，結合半導體、資訊和通訊產業下，展現新的發展契機，全球產值達881億美元，成長2.1%。

世界消費電子業市場概況

近年來，消費性電子產業在消費市場中，傳統產品需求已趨成熟，新產品效應尚未突顯，成長漸趨緩和，1995年生產值約863億美元，僅較1994年成長0.9%。但自1996年起，受網際網路盛行及數位化技術突破的影響，消費性電子在結合半導體、資訊和通訊產業下，展現新的發展契機，全球產值達881億美元，成長2.1%（見表1）。根據Yearbook of World Electronics Data預測，1997年全球消費電子產業之市場值將成長約3.4%。

全球消費性電子產品生產向以日本居冠，惟近年來其國內傳統消費電子產業外移，產值平

表1 全球消費性電子生產概況

國別	單位:億美元				
	1993	1994	1995	1996	平均成長率(%)
日本	305	285	253	241	-7.6
馬來西亞	48	65	77	86	21.5
南韓	67	74	77	78	5.2
中國大陸	55	68	75	77	11.9
美國	62	70	74	76	7
德國	30	31	31	31	1.1
香港	26	28	28	28	2.5
新加坡	24	28	28	28	5.3
瑞士	24	27	27	27	4
巴西	23	25	25	26	4.2
台灣	17	18	18	17	-1.9
其他	120	136	150	166	11.4
合計（全球）	801	855	863	881	3.2

資料來源：Yearbook of World Electronic Data 1996
工業生產統月報；行政院主計處。

均每年減少7.6%，佔全球比重自1993年38.1%降至1996年27.4%。馬來西亞則因日、韓擴充投資生產，近四年平均年增率約21.5%，排名躍居第二，韓國居第三；中國大陸以其廣大的內需市場做後盾，排名第四，台灣則排名第十四。

美國一向是消費性電子產品主要需求國家，1996年消費額242億美元，佔全球市場29.3%。日本為第二大需求市場，約153億美元，佔18.5%，兩國合占比率達47.8%。第三大是德國，值得注意的是目前中國大陸已經是全球第四大市場（見表2）。就消費市場來看，全球前十大市場以德國的成長幅度最小，約為0.5%。美國市場規模雖大，價格競爭卻很激烈，根據美國消費電子製造商協會（CEAM）估計，1992至1996年美國消費電子產品的平均單價跌幅高達34%。就產品而言，1996年消費電子產品的銷售額中，約62%屬視訊產品，音訊產品

表2 全球消費性電子消費概況

國別	單位:億美元				
	1993	1994	1995	1996	平均成長率(%)
美國	211	224	234	242	4.0
日本	146	146	149	153	4.7
德國	64	62	63	65	1.6
中國大陸	41	42	43	45	0.5
法國	32	32	33	35	3.2
南韓	25	28	30	32	3.0
巴西	21	24	26	28	8.6
英國	17	22	23	24	10.1
義大利	21	22	23	23	12.2
加拿大	19	20	20	20	3.1
台灣	9	10	10	10	1.7
其他	120	135	143	150	1.9
合計(全球)	735	767	863	881	5.2

資料來源：Yearbook of World Electronic Data 1996
工業生產統月報；行政院主計處。

約占38%。

國內市場概況

由於資訊與通訊工業的迅速成長，傳統消費性電子工業在電子工業的地位逐漸褪色。尤其近年來國內產業環境惡化，製造成本節節上升，加以日韓消費性電子產品在國際市場大量傾銷、新興工業國家激烈競爭以及我國傳統產業逐年外移現象，使得一向以生產低價、成熟之傳統消費性電子產品為主力的我國，在國際上的競爭力大為減弱，而使消費性電子產品之產值和出口值呈現明顯的衰退。

（一）生產概況

1996年國內消費電子總產值約為新台幣641億元，較1995年衰退12.49%，但1997年1至10月總產值為新台幣495億元，僅較1996年同期衰退6.96%。在生產結構方面，1996年視訊、音響、