

競逐移動大商機-未來 3 年兩岸 手機產業競合策略研究

**A Study of Cross-strait Mobile Industry
Startegy for the next 3 years**

作者：黃建智

委託單位：經濟部技術處
執行單位：ITIS 專案辦公室

中 華 民 國 九 十 九 年 六 月

摘要

過去 20 年大陸成為「世界工廠」，但對於下一個十年，大陸可能成為全球第 1 大經濟體、全球第 3 大消費國，未來 10 年經濟發展對大陸而言相當重要。

對台灣而言，掌握大陸未來 10 年產業發展藍圖，是台灣不可缺少的產業布局，因為大陸已成為台灣後續產業發展重要的影響變數，除掌握大陸產業發展藍圖外，台灣該如何發展出對應戰略，透過競合布局並考量歐美日韓等地業者立場後，擬訂出台灣產業發展戰略。

針對未來 10 年兩岸資通訊產業布局策略研究，將採分階段方式進行，於每年進行下一階段預測，並修正前一年度預測。在此先期研究中，選定從手機作為切入點，以未來 3 年為研究範疇。藉由單一產業主題研究所建立起來的模式，以作為未來幾年其他產業領域研究的基礎。

Abstract

Over the past 20 years, Mainland China has become a "world factory", but for the next decade, China may become the world's largest economy, and the world's 3rd largest consumer country. The next 10 years is very important to mainland China's economic development.

How to analyze the industry development strategy of mainland China over the next 10 years is very critical to Taiwan's industry development strategy because mainland China has become the most important factor that will impact Taiwan's industrial development. In addition to understanding of mainland China's industry development blueprint, Taiwan's reactions to China's policy and relationships with Japan, South Korea, Europe and US companies are also keys to Taiwan Industry's future success.

目 錄

第一章	緒 論	1-1
第一節	研究範圍	1-3
第二節	研究方法	1-4
第三節	研究架構	1-6
第二章	2012 年全球手機市場與產業鏈預測	2-1
第一節	2010~2012 年全球手機市場變化分析	2-3
第二節	2010~2012 年全球手機產業鏈變化分析	2-8
一、	前 5 大手機品牌業者面臨洗牌變局	2-9
二、	白牌手機對品牌業者造成衝擊	2-14
三、	晶片業者欲將山寨供應鏈複製至 3G	2-18
四、	智慧型手機崛起帶動行動上網熱潮	2-20
五、	全球手機供應鏈往大中華區聚集	2-23
第三章	2012 年大陸與全球暨台灣手機產業互動分析	3-1
第一節	大陸市場吸引各方業者前進布局	3-2
第二節	大陸手機產業實力逐漸抬頭	3-9
第三節	台灣與大陸手機產業競合互見	3-13
第四章	2012 年大陸手機市場／產業商機	4-1
第一節	台廠布局動向影響大陸手機供應鏈關鍵環節	4-3
第二節	大陸本土業者發展動向	4-6
第三節	大陸 3G 商機分析	4-13
第四節	大陸行動應用服務發展商機分析	4-26
第五章	結論及建議	5-1

第一節	台灣手機產業現況與展望	5-2
第二節	台灣與大陸手機產業現況比較與未來可能變化 ..	5-11

SAMPLE

圖目錄

圖 1-1	研究架構與方法	1-6
圖 2-1	2009~2012 年全球 GDP 成長率變化與預測	2-4
圖 2-2	2007~2012 年全球行動用戶數暨滲透率的成長變化與預測 .	2-5
圖 2-3	2007~2012 年全球手機出貨量變化與預測	2-7
圖 2-4	全球手機產業鏈變化趨勢	2-9
圖 2-5	1Q'07~4Q'09 前 5 大手機品牌業者市佔變化與預測	2-10
圖 2-6	1Q'07~3Q'09 前 5 大手機品牌業者營益率變化	2-11
圖 2-7	前 5 大手機品牌業者 2010 年發展動向分析	2-13
圖 2-8	主要手機業者 2009 年出貨預估	2-14
圖 2-9	2007~2012 年前 5 大手機品牌業者市佔變化與預測	2-14
圖 2-10	白牌手機對品牌業者造成的衝擊—以諾基亞為例	2-17
圖 2-11	2007~2012 年前 5 大手機品牌業者調整後市佔變化與預測	2-18
圖 2-12	晶片業者欲將山寨供應鏈複製至 3G	2-20
圖 2-13	各方業者欲藉智慧型手機卡位行動上網	2-23
圖 2-14	2004~2009 年大陸地區手機出貨量變化與預估	2-23
圖 2-15	大中華區的手機供應鏈	2-25
圖 2-16	2004~2009 年 Chaiwan-phone 出貨量變化與預估	2-26
圖 3-1	2007~2012 年大陸行動用戶數與滲透率成長與變化	3-2
圖 3-2	2007~2012 年大陸手機市場規模成長與變化	3-3
圖 3-3	大陸本土手機市場吸引國際業者前往布局	3-5
圖 3-4	前 5 大手機品牌業者於大陸 3G 市場的布局	3-7

圖 3-5	2007~2012 年大陸手機市場變化與預測(不同業者比重) ..	3-11
圖 3-6	2007~2012 年大陸業者手機出貨量變化與預測	3-12
圖 3-7	2007~2012 年大陸業者手機出貨量變化與預測	3-15
圖 4-1	未來 3 年大陸手機市場與產業熱點	4-2
圖 4-2	台廠布局動向與大陸手機產業供應鏈的關係	4-5
圖 4-3	大陸手機產業結構	4-7
圖 4-4	2005~2009 年大陸主要手機業者出貨量變化	4-10
圖 4-5	大陸手機業者海外擴張模式	4-11
圖 4-6	2007~2012 年大陸業者手機出貨量變化與預測(依出貨地區別)	4-12
圖 4-7	2009~2012 年大陸 3G 用戶變化與預測(依電信業者別) ...	4-20
圖 4-8	2007~2012 年大陸 2G 與 3G 用戶變化與預測	4-21
圖 4-9	2009~2012 年大陸 3G 手機市場變化與預測(依傳輸規格別)	4-22
圖 4-10	2007~2012 年大陸 2G 與 3G 手機市場變化與預測	4-23
圖 4-11	電信業者布局為大陸 3G 發展觀察重點	4-23
圖 4-12	2005~2012 年大陸行動應用服務市場規模變化與預測 ...	4-27
圖 4-13	未來大陸行動應用服務市場變化趨勢	4-29
圖 4-14	移動互聯網時代中 電信業者角色愈加吃重	4-31
圖 5-1	2006~2009 年台廠與全球手機出貨量年成長率變化	5-3
圖 5-2	2005~2009 年台廠手機出貨組成變化	5-9
圖 5-3	2005~2012 年台廠與全球智慧型手機出貨量比重變化與預測	5-10
圖 5-4	台灣與大陸手機產業競爭實力比較概念示意圖	5-12
圖 5-5	台灣與大陸手機產業合作現況概念示意圖	5-13

圖 5-6	未來 3 年台灣與大陸手機產業競爭實力消長示意圖	5-14
圖 5-7	台灣與大陸手機產業未來可能合作模式概念一	5-15
圖 5-8	台灣與大陸手機產業未來可能合作模式概念二	5-16
圖 5-9	台灣與大陸手機產業未來可能合作模式概念三	5-17

SAMPLE

表目錄

表 2-1	2010 年手機市場規模計算模型	2-5
-------	------------------------	-----

SAMPLE

第一章 緒論

從 2008 年開始席捲全球的金融風暴，特別對成熟市場經濟發展帶來重擊，反觀部分衝擊較小的新興市場，卻得以在內需市場支撐、產業發展的成本優勢下，國際地位逐漸抬頭，與傳統大國平起平坐，甚至成為主導全球發展的關鍵。

其中，大陸更是所有新興國家中最不容忽視者。大陸自從改革開放以來，於 2008 年北京奧運首次向全球展現其成果。事實上，過去 20 年大陸成為「世界工廠」，但對於下一個十年，大陸已在為全球第 1 大經濟體、全球第 3 大消費國做準備，除此之外，2020 年大陸希望將城市化提高至 70%、全球有 3 分之 1 到 2 分之 1 的特大城市落腳大陸、更希望將上海塑造成國際金融與航運中心。可以看出，2020 年大陸企圖成為大國的心態相當明顯。因此，未來 10 年經濟發展對大陸而言相當重要。

台灣面臨兩岸關係走向新格局，對於大陸市場與產業亦須跳脫以往思維：產業從講究速度與規模的發展模式走向精緻成長；內需市場開始從量變到質變，出現成熟市場特徵；產業結構走向高價值化，企圖介入各式技術的先期發展；大陸業者除於本土市場稱雄外，更有機會在某些產業中成為全球重業者。

對台灣而言，掌握大陸未來 10 年產業發展藍圖，是台灣不可缺少的產業布局，因為大陸已成為台灣後續產業發展重要的影響變數，更進一步的是，台灣更深切思考，除掌握大陸產業發展藍圖外，如何發展出對應戰略、如何透過競合布局、並考量歐美日韓等地業者立場後，擬訂出台灣產業發展戰略，需求至為殷切。

針對未來 10 年兩岸資通訊產業布局策略研究，由於時間扮演相關

第二章 2012 年全球手機市場與產業鏈預測

歷經 2009 年金融風暴衝擊下的全球手機市場，2010 年起可望有較佳的成長表現，主要在於經濟好轉後，消費者信心提升，原本拉長的換機時間，回復到金融海嘯前的水準。此外，新興市場持續成長，亦帶動用戶與手機出貨量提升。根據 DIGITIMES 預測，未來 3 年全球行動用戶可望維持每年 9~11% 的成長，至於手機出貨量則可維持 5~8% 成長，全球手機市場整體而言於未來 3 年雖未出現爆炸性成長，但因用戶數與每年出貨量，仍是各項資訊電子產品中最具規模者。

不過，手機產業鏈卻將出現幾項重大變化。首先是傳統前 5 大手機品牌業者在未來 3 年出現變化，大陸業者與專業智慧型手機業者有可能在未來幾年超越陷於困境的摩托羅拉 (Motorola) 與索尼愛立信 (Sony Ericsson) 而挺進前 5 大，進而造成既有產業鏈變色。

此外，自 2006 年崛起，於 2009 年達巔峰的山寨手機 (白牌手機) 能否再創高峰，將影響品牌業者的市場布局。其次，手機關鍵零組件基頻晶片，不僅全球業者是佔展開洗牌，部分業者亦開始仿效聯發科 2G 做法於 3G，將對產業鏈上的手機代工業者、設計業者與品牌業者產生影響。

再者，隨著智慧型手機產品日趨成熟、價格門檻降低，消費者接受度大增。決定智慧型手機效能的作業平台，在 Google 等網際網路與軟體業者跨入後，逐漸改變行動產業風貌。

最後，整個手機產業鏈往大中華地區集中在所難免。大中華地區在大陸跨入 3G 後，不僅以市場規模吸引各方勢力集結，從零組件到代工製造等產業鏈各環節皆具，再加上充沛的人才，透過磁吸效應影響供給面業者往大中華區集中，然後再透過高效率的運籌系統向全球輻射，未來

第三章 2012 年大陸與全球暨台灣手機產業互動分析

大陸將如何與全球暨台灣手機產業進行互動呢？主要可分成兩個構面來看。

假如將大陸視為腹地廣大的內需市場，其不僅具最大的行動用戶市場，每年手機市場規模達 3~3.5 億支，對全球各方的行動產業相關業者都極具吸引力。以目前用戶規模進一步產生的加值應用服務市場，更是相當誘人，同時，業者也有機會透過大陸市場運作所汲取的經驗，可輕易地移植到另一塊市場。

根據大陸知名手機加值服務業者北京數字天域總裁何志濤表示，在大陸運作的加值應用服務，會員動輒超過 1,000 萬人，由於海外地區往往只需支持 50 萬用戶即可，因此可相當輕易地往海外擴張。

另一方面，大陸手機產業歷經過去幾年的發展更趨成熟，從電信設備業者、手機晶片業者、零組件業者、手機設計業者、製造業者到品牌業者，且不僅在本土市場取得一席之地，同時也開始進軍海外市場。如何與大陸手機產業進行互動，不論是正面對抗或相互合作，亦是目前觀察大陸手機產業的重要議題。

第四章 2012 年大陸手機市場／產業商機

未來 3 年大陸手機市場／產業商機將聚焦在 4 大熱點發展，首先是台廠布局，由於台廠在上游零組件供應鏈具有相當關鍵地位，其中，聯發科的布局更是動見觀瞻。

2009 年，聯發科整體產品線有幾項重大變化，包括單晶片解決方案、3G 晶片解決方案、智慧型手機晶片解決方案，這些新產品線的推出，對於大陸手機業者有相當重大的影響。此外，台系業者從 ODM、EMS 亦將大陸市場與業者進行重點耕耘，台灣與大陸關係不僅存在競爭，合作交流亦將更加密切，因此都對未來 3 年大陸手機市場與產業將有所影響。

其次，大陸本土業者的積極奮起，亦將是未來 3 年熱點之一。假如延續目前發展動能，未來全球前 5 大手機品牌業者將可望出現大陸業者，此外，大陸手機產業供應鏈，特別是白牌手機的發展能否維持過去幾年的高峰。再者，眾多大陸業者積極投注研發人力，希望開發出下世代終端，亦是值得關注焦點。

第三個熱點則是大陸 3G 發展，2009 年是大陸 3G 開啟年，2010 年能否進入 3G 起飛年，3 家電信業者的布局動向相當關鍵。而且大陸目前 2G 手機市場幾已成定局，但 3G 終端仍處於初步開展階段，即便是國際前 5 大手機品牌業者在大陸市場亦未有十足把握。

最後，大陸龐大的內需市場所孕育出的行動應用服務市場，亦是未來 3 年的觀察重點，特別是 3 家電信業者進入 3G 後，體認到語音服務絕非促使用戶使用 3G 的主因，何種數據服務始能催促用戶轉至 3G 服務，電信業者再次扮演關鍵角色。

第五章 結論及建議

第一節 台灣手機產業現況與展望

第二節 台灣與大陸手機產業現況比較與未來可能變化

SAMPLE

《競逐移動大商機-未來 3 年兩岸手機產業 競合策略研究》

紙本定價:5000 點

全本電子檔下載：10000 點;亦可依各章節下載

電話 | 02-27326517

傳真 | 02-27329133

客服信箱 | itismembers@micmail.iii.org.tw

地址 | 10669 台北市敦化南路二段 216 號 19 樓

劃撥資訊 | 帳號：01677112

戶名：財團法人資訊工業策進會

匯款資訊 | 收款銀行：華南銀行—和平分行

(銀行代碼：008)

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：98365050990013 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五

am 09:00-12:30 pm13:30-18:00



經濟部技術處產業技術知識服務計畫

如欲下載此本產業報告電子檔，

請至智網網站搜尋，即可扣點下載享有電子檔。

ITIS 智網：<http://www.itis.org.tw/>

版權所有© 2011 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)

經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦