



新星五國ICT發展趨勢與商機特輯 —緬甸



經濟部技術處國際技術知識服務計畫

委託單位：經濟部技術處

執行單位：財團法人資訊工業策進會

摘要

《新星五國 ICT 發展趨勢與商機特輯—緬甸》透過一系列研究，由緬甸近年社會經濟概況談起，探討其資通訊相關領域各產品或產業的發展機會。

緬甸在近年的民主化後快速茁壯，每年經濟成長可達 7%至 9%，然而，這樣的成長率是基於極低的發展程度，緬甸人至今仍大多處於貧窮狀態，多數家庭仍沒有穩定的電力、水源供應，教育程度普遍低落，生活條件偏向未開發國家，資通訊發展困難。

緬甸的家戶電腦普及率僅 3.4%，是全球發展程度最低的國家之一，企業電子化之比例也低於 1%，人民對資訊化認知程度低，有限的經費通常以購買智慧型行動電話為主，可同時滿足通話與部分電腦計算之功能，過於複雜的電腦對改善生活幫助不大，銷量約僅行動電話的 3.3%。

軟體與資服的發展上，受限極低的硬體基礎，需求僅來自少數零星各案，多以大型金融業、電信業等為主，整體市場規模極小，國內目前雖有少數業者投入開發，但產品相對單純，外資部分則以日資較為積極，已有少量投入當地發展。

電信業與行動產品方面，2014 年前由國營 MPT 獨占市場，僅提供 2G 通話服務，2014 年後政府陸續開放外資加入，門號的數量，特別是預付型門號暴增，以 3G 技術為主，但網路營收極低，不利電信業者持續投資，加上 3G 技術仍未普及，4G 前景不明朗。產品部分，低價、中等性能的智慧型行動電話是近年主流，大多來自地緣較接近的中國大陸，華為穩居市占之首。

電子商務方面，因消費端不成熟、發展緩慢，緬甸以 B2B 類型平台領軍發展，而消費性電子商務因市場不明朗，主要以本土業者為主，外商大多尚未設站，我國平台業者而言有發展機會。

Abstract

《 Emerging Market ICT Development and Opportunity -Myanmar》 A series of studies were conducted to analyze Market ICT Development and Opportunity based on the current socio-economic situation in Myanmar.

Myanmar has grown rapidly since its recent democratization. Annual economic growth is at 7%-9%, though the growth is based on a very low level of development. Most Burmese still remain in poverty. Developing telecommunications will be difficult because many homes do not have steady electrical or water supply. The level of education is generally low and living conditions are similar to undeveloped countries.

Computer to household ratio in Myanmar is a mere 3.4%, one of the lowest percentages globally. E-businesses are below 1% and information technology awareness is next to none. Limited funds usually go towards purchasing a smart phone, which allows for making calls as well as some basic computing functions. Complex PCs would not improve quality of life and estimated sales are projected to be 3.3% of cell phones.

Software and information service development is limited due to its small hardware foundation. The demands, few and sporadic, usually come from large financial industries, mainly telecom. The overall market is small. Though there are currently a small number of domestic developers, the products are relatively simple. A small amount of foreign investment comes from the Japanese.

Telecommunications prior to 2014 was monopolized by state-owned MPT and only 2G service was provided. After 2014, the government gradually opened up to foreign investments. Phone numbers increased, especially pre-paid numbers using 3G technology. The network generated low revenue, making it unfavorable for the industry to continue investing. Since 3G technology is still not

common, 4G outcome is unusually uncertain. Low cost, average capability smartphones are the preferred mobile product of recent years. Most come from nearby China, with Huawei at the top spot.

E-commerce development has been slow because the consumer market is not quite ready. Myanmar has begun developing B2B platforms. Due to market uncertainty, the businesses mostly comprise of local industries. Foreign businesses have not set up websites. This is a good chance for development for Taiwan.





目錄

第一章	緒論.....	1
一、	研究目的與對象.....	1
二、	研究架構與範疇.....	5
三、	研究方法.....	6
四、	研究限制.....	9
第二章	國家發展背景.....	11
一、	地理與人口.....	11
二、	歷史與政治.....	13
三、	生活與消費.....	15
第三章	經濟與競爭力.....	19
一、	經濟、金融與貿易.....	19
二、	國家競爭力.....	24
第四章	資通訊發展指標.....	29
一、	發展現況.....	29
二、	網路整備指數.....	30
三、	資通訊科技發展指數.....	32
第五章	電腦產品發展.....	35
一、	電腦產品發展背景.....	35
二、	個人電腦發展現況與趨勢.....	38
三、	平板電腦發展現況與趨勢.....	38
第六章	軟體與資服發展.....	41
一、	軟體與資服發展概況.....	41
二、	業者動態.....	43

► 新星五國 ICT 發展趨勢與商機特輯—緬甸

第七章	電信業與行動產品發展.....	47
一、	行動通訊技術發展	47
二、	消費者特性與營收	48
三、	智慧型行動電話市占	51
四、	主要電信業者與市占	55
第八章	電子商務發展.....	59
一、	電子商務發展	59
二、	主要業者流量排名與綜整	61
三、	消費性電子商務業者發展	64
第九章	結論	69
一、	緬甸資通訊發展潛力	69
二、	資通訊展望與布局建議	72
附錄一	WEF 全球競爭力指標構成	77
附錄二	WEF 網路整備指數指標構成	83



Contents

Chapter 1	Introduction	1
1.	Purpose and Targets.....	1
2.	Framework and Scope.....	5
3.	Methodology	6
4.	Limitaions.....	9
Chapter 2	Country Background.....	11
1.	Geography and Population.....	11
2.	History and Politics.....	13
3.	Living and Spending	15
Chapter 3	Economy and Competitiveness	19
1.	Economy, Finance and Trading.....	19
2.	Competitiveness	24
Chapter 4	ICT Development	29
1.	Current Development	29
2.	Network Readiness Index	30
3.	ICT Development Index.....	32
Chapter 5	Computer Products	35
1.	Background	35
2.	Personal Computer	38
3.	Tablet	38
Chapter 6	Software and Services	41
1.	Market Development.....	41
2.	Status of Main Vendors	43

► 新星五國 ICT 發展趨勢與商機特輯—緬甸

Chapter 7	Telecommunications and Mobile Products	47
1.	Technology Adoption	47
2.	Revenue and Subscriber Profile	48
3.	Smartphone Products	51
4.	Service Providers.....	55
Chapter 8	E-Commerce Development	59
1.	Market Development.....	59
2.	Top E-Commerce Sites by Network Traffic.....	61
3.	Key Players	64
Chapter 9	Conclusion	69
1.	Myanmar's ICT Potential	69
2.	Outlook and Suggestion	72
Appendix 1	WEF Global Competitiveness Indexes	77
Appendix 2	WEF Networked Readiness Indexes	83

圖目 錄

圖 1-1	全球、先進、新興國家 2006 年至 2016 年之經濟成長	2
圖 1-2	研究架構與範疇.....	6
圖 1-3	研究流程.....	7
圖 2-1	緬甸地理位置.....	11
圖 2-2	緬甸 2014 年人口結構圖	13
圖 2-3	緬甸 25 歲以上人口最高學歷占比	17
圖 3-1	緬甸 2012 年至 2019 年經濟發展與展望	19
圖 3-2	緬甸 2014 年各產業占 GDP 比重	21
圖 3-3	美元 2007 年至 2016 年第 1 季兌緬元走勢	22
圖 3-4	緬甸 2006 年至 2015 年消費者物價變化	22
圖 3-5	緬甸 2005 年至 2014 年進出口貿易統計	23
圖 3-6	WEF 全球競爭力指標架構	25
圖 4-1	WEF 網路整備指數架構與緬甸 2015 年評比結果.....	31
圖 4-2	ITU 資通訊科技發展指數架構與緬甸 2015 年評比結果.....	33
圖 5-1	太陽能行動貨櫃電腦學習中心開幕	37
圖 5-2	緬甸 2014 年桌上型電腦市占	38
圖 6-1	緬甸 2015 年資訊業者類型	42
圖 7-1	緬甸 2014 年至 2018 年行動電話技術比例與門號數	48
圖 7-2	緬甸 2014 年至 2018 年月租、預付門號比例	49
圖 7-3	緬甸 2014 年至 2018 年電信業語音、網路營收	50
圖 7-4	緬甸 2013 年至 2016 年連網智慧型行動電話主要品牌市占	52
圖 7-5	緬甸 Oppo 針對年輕族群喜好自拍進行行銷活動	53

► 新星五國 ICT 發展趨勢與商機特輯—緬甸

圖 7-6	緬甸 Oppo 針對年輕族群喜好自拍進行行銷活動	54
圖 7-7	緬甸 Oppo F1s 首賣排隊客群多為年輕族群.....	54
圖 7-8	緬甸 2015 年第 4 季主要行動電話服務供應商市占	56
圖 8-1	緬甸 Shop.com.mm 直銷訓練課程	65
圖 8-2	緬甸 Shop.com.mm 產品銷售頁面	66
圖 8-3	緬甸 Zawgyi Mart 產品購買頁面	67
圖 9-1	緬甸之消費潛力.....	70
圖 9-2	緬甸之資通訊基礎.....	71
圖 9-3	緬甸之經商環境.....	72





表 目 錄

表 3-1	緬甸近 3 期全球競爭力評量表現	26
表 3-2	緬甸 2015 年至 2016 年影響經商之主要負面因素	27
表 4-1	緬甸 2014 年資通訊發展數據	30
表 7-1	緬甸各電信業者語音預付方案比較	57
表 8-1	緬甸 2016 年 9 月流量進入國內百大網站的電子商務平台	61
表 A-1	WEF 2015 年至 2016 年度全球競爭力指標構成	77
表 A-2	WEF 2015 年網路整備指數指標構成	83

第一章 | 緒論

一、研究目的與對象

(一) 背景

全球經濟在 21 世紀初快速成長，在 2007 年達到 5.7%，是國際貨幣基金 IMF（International Monetary Fund，簡稱 IMF）自 1980 年有紀錄以來的最高點。在不斷成長的歷程中，各類投資擴張，房地產價格隨之走揚，在先進國家，銀行開始提供貸款給償債能力不足的貸款人以求得額外獲益，稱為次級貸款（Subprime lending）。2007 年後，房地產泡沫的跡象逐漸在許多國家浮現，特別是美國，在房地產價格鬆動後，大量的次級貸款出現違約，過度放款的金融機構資本因而大幅萎縮。在違約的情況延伸到一般信貸，並蔓延影響週邊的衍生性金融商品後，體質不良的大型金融機構如知名的雷曼兄弟等，點燃了一連串倒閉與收購的骨牌效應，最終導致了 2008 年開始的全球經濟大衰退，即「次貸風暴」。在歐元區，不穩健的金融體系在許多國家以公款紓困破產銀行並發放失業補助的情況下，主權債務占國內生產毛額（Gross Domestic Product，簡稱 GDP）比例逐漸增加惡化，以希臘為首，愛爾蘭、葡萄牙、義大利與西班牙的國家債務共飆升至 8 兆美元，5 國陸續被降低債信評等，最後在 2012 年爆發了歐洲國家的主權債務危機，即「歐債危機」。2014 年後，全球經濟眼見有機會邁入緩慢的復甦期，但原物料暴跌再次拖累部分新興國家如巴西、俄羅斯等，且近年左右全球與台灣最明顯的中國大陸市場逐漸飽和，經濟成長在 2015 年跌破 7% 為 6.8%，不僅創下 25 年來的最低紀錄，也對全球經濟展望再投入變數……

第二章 | 國家發展背景

一、地理與人口

緬甸聯邦共和國（緬甸語：ပြည်ထောင်စု သမ္မတ မြန်မာနိုင်ငံတော်），是中南半島最西側的國家，西臨孟加拉、印度，北臨中國大陸，東側則有寮國與泰國與其接壤。緬甸的國土面積約 67.7 萬平方公里，三面環山，西南側為孟加拉灣，中部則為依洛瓦底江平原。圖 2-1 係緬甸的地理位置。



資料來源：MIC (2016.03)，資策會 MIC 經濟部 ITIS 計畫，2016 年 3 月

圖 2-1 緬甸地理位置

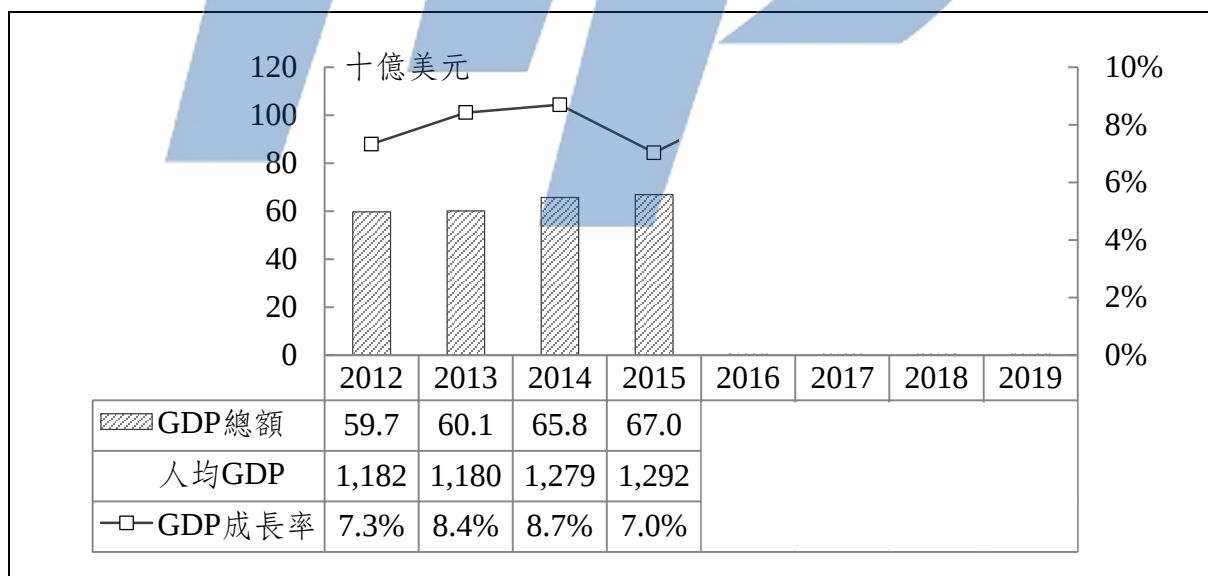
第三章 | 經濟與競爭力

本章透過數項經濟、金融與投資指標，加上國際組織對緬甸競爭力的客觀評分，由總體經濟的角度，協助讀者判斷緬甸在近年經濟上的發展，將如何影響整體資訊產品與產業。

一、經濟、金融與貿易

(一) 經濟發展回顧與展望

圖 3-1 係緬甸 2012 年至 2019 年的經濟發展與展望。根據 IMF 在 2016 年 4 月公布的資料顯示，緬甸 2015 年的 GDP 為 670 億美元，較 2014 年實質成長 7%，人均 GDP 則為 1,292 美元。



備註：人均 GDP 單位為美元；GDP 與人均 GDP 均採美元計價之名義 GDP 便於跨國比較，GDP 成長率則以實質 GDP 計算

資料來源：IMF (2016.04)，資策會 MIC 經濟部 ITIS 計畫整理，2016 年 4 月

圖 3-1 緬甸 2012 年至 2019 年經濟發展與展望

第四章 | 資通訊發展指標

本研究於第三章探討緬甸的經濟發展現況，並輔以全球競爭力指標解析其整體發展之優劣勢，本章將探討緬甸在資通訊方面的發展。首先，透過統計數據說明緬甸現今資通訊發展狀況，再以兩項國際評比指標客觀討論緬甸在全球資通訊發展之地位，指標包含：WEF 在全球資訊技術報告（Global Information Technology Report）中評比的「網路整備指數」（Networked Readiness Index）；以及 ITU 在資訊社會調查（Measuring the Information Society）報告中，對各國資通訊科技基礎建設與採用情況比較的「資通訊科技發展指數」（ICT Development Index）。其中，WEF 每年出版次年度的網路整備指數，指標涵蓋廣，從基礎發展、法規環境、專利申請，乃至對社會經濟的影響都列入考量，著重前瞻發展；ITU 則每年統整前年度的資通訊科技發展指數，指標涵蓋少，偏重基礎建設與教育，並以各國已知數據為主，著重事實呈現與比較，兩份報告之意涵不同，本章第二節與第三節各列出其評量結果，供讀者參考。

一、發展現況

在主要的統計數據方面，緬甸的有線電話滲透率僅 1%，連續 4 年無明顯變化，但因數據過低，未來仍有發展的可能性。固網寬頻部分，基礎建設極度薄弱、費用相對過高，使其滲透率低至今僅 0.3%，即使有較低的基礎，較 2013 年仍僅提升 0.1 個百分點，發展遲緩……

第五章 | 電腦產品發展

在討論電腦產品之前需留意，在緬甸近年因 3G 行動網路的布局較快，且行動電話價格較電腦產品更低，又可滿足通話需求，因此許多消費者已將有限經費轉向購置智慧型行動電話，銷量大約是電腦產品的 30 倍，本冊將於第七章探討緬甸的電信業與行動電話產品發展。另，因本章探討的電腦產品尚未成為緬甸的主流需求，銷量與市占之預估可能較不精確且未來變化大，宜特別留意。

一、電腦產品發展背景

(一) 基礎設施與背景

在電腦產品的使用上，根據 ITU 發布的 2015 年資訊社會調查顯示，緬甸 2014 年的家戶電腦普及率僅 3.4%，平均每 29.4 戶家庭才有 1 戶擁有電腦，在全球發展程度極低（約第 158 名），且使用電腦的家庭幾乎集中在城市，對鄉村地區的民眾而言，不僅對電腦產品不熟悉，甚至可說是毫無認識。另一份根據緬甸電腦工業總會（Myanmar Computer Federation）的資料指出，緬甸不僅一般消費者少用電腦，連企業電子化的比例也低於 1%，甚至有偏遠地區的金融業仍在依賴人力、毫無效率地計算繁複的金融業務，顯見當地人對資訊化的認知程度極低……

第六章 | 軟體與資服發展

軟體與資訊服務市場近年發展快速，在軟體方面，除基本的作業系統外，企業資源管理（Enterprise Resource Planning，簡稱 ERP）、顧客關係管理（Customer Relationship Management，簡稱 CRM）等應用，都是企業現代化的過程中常見的需求，也是促成資通訊投資的重要項目。

一、 軟體與資服發展概況

（一） 市場發展

緬甸因硬體普及程度低，軟體需求隨之表現不彰，根據調研機構 IDC 的預測，緬甸 2015 年軟體與資服市場規模僅各約 2,000 萬美元與 1,000 萬美元。在極低的基礎下，每年約可成長 10%至 13%，但軟體與資服占緬甸資訊支出的比例僅約 15%，且整體市場規模還不到鄰近國家泰國的 10 分之 1.....

第七章 | 電信業與行動產品發展

一、 行動通訊技術發展

在低滲透率的基礎上，緬甸行動門號數量飛速增長，自 2009 年僅 50 萬門門號、不到 1% 的滲透率，成長至 2015 年達 4,153 萬門門號、滲透率達 76.7%，是東協十國中增幅最大的國家，特別是 2014 年後，因國營的 MPT (Myanmar Posts and Telecommunications) 開始壓低 SIM 卡價格（早期緬甸門號核發數量有限，SIM 卡每張價格可逾 1,000 美元），且外資電信商 Ooredoo 與 Telenor 亦加入市場開通行動電信服務，讓行動通訊普及更加快速。不過，因門號數量暴增過快，就緬甸基礎建設貧乏、多數地區缺乏穩定電力供應的背景推測，這些門號可能有很大部分來自用畢即丟的預付門號，實際有效門號將不若外界預期。由於緬甸貧窮且低價導向的市場難快速改善，加上電信法規與監管環境仍不完備。當局可能對於門號資源的消耗尚無因應對策，有待未來觀察……

第八章 | 電子商務發展

電子商務在網路普及化後逐漸成為生活的一部分，凡是透過網路完成的交易、事務活動或管理等，都可歸納為廣義的電子商務範疇。對於消費端而言，最熟悉的電子商務即網路購物，也是最接近市場的數位流通管道。在先進國家，多數人已習慣於此類消費方式；在新興國家，無論網路購物業者或消費者，多正在摸索因地制宜的發展方式。由於各新興地區用戶的習慣、財務能力、上網裝置等特性都與先進國家有顯著不同，因此即使是全球性的大型電子商務業者也可能不得其門而入，本土營運商則經常發展出具有當地特色的通路，而緬甸，電子商務正處於極初期的發展階段，消費者、業者平台、政策皆離基本雛型尚有一段距離，故本章將就現有的消費者狀態、平台發展研究緬甸的電子商務發展，並探討消費者特性對其網路購物帶來的影響，未來變數仍然極大。

一、 電子商務發展

在緬甸，人們習慣每天上街購買需要的產品，路邊隨處可見的雜貨店、攤販，提供了各式各樣的產品，一般人對於網路購物的需求不大，以最大的消費性電子商務平台 Shop.com.mm 為例.....

第九章 | 結論



《新星五國 ICT 發展趨勢與商機特輯—緬甸》

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

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

匯款資訊 | 收款銀行：兆豐銀行南台北分行 (銀行代碼：017)

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：39205104110018 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五

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



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/>
