

# 大陸電腦資訊市場之脈動

鄭文群  
義守大學國貿系

楊鈺池  
義守大學國貿系 副教授

大陸的個人電腦市場在 1992 年至 1997 年間，連續保持 3 年年平均 50% 的增長速度，1998 年因受外部因素影響，增長雖然有所放緩，惟大陸電腦廠商在與國外企業的激烈競爭中，聯想、方正、長城、同創仍有增長，且目前正逐步向綜合廠商方向發展，產品覆蓋整個大陸，實達、浪潮、海信、海星、東海等電腦廠商更構成了大陸個人電腦產能的另一個領域。

事實上，大陸電腦業由上游至下游所以能發展迅速，實得力於外資尤其是台灣企業資金和技術的大力支持，使大陸的電腦業者，在質量、價格、服務等方面能保有一定的優勢，能與國外電腦品牌相競爭。

## 一、發展歷程

大體而言，中國大陸資訊業的發展歷程，可分以下三個階段：

### 1. 第一階段:1956-1972 年的萌芽期

這一時期，主要是以科研單位、大專院校、工業部門等研究及生產為主，曾先後推出了真空管電腦、電晶體電腦和小型積體電路計程車器，由於是為特定工程服務的單機系列，因而沒有大量生產。

### 2. 第二階段:1973-1983 年的形成期

這一時期，大陸的電腦確立了以個人電腦為主的發展方針，使電腦工業生產逐步形成規模，確立了兩小，兩微的發展方針，開始組建了電腦軟體公司、電腦服務及設備等公司，電腦產業群亦開始逐步形成。

### 3. 第三階段:1984 年至今的發展期

當今活躍在市場上的電腦製造企業，大都是在此一時期產生及發展的。最初是一批自動化程度低的廠家進行原件組裝，其質量很難保證。80 年代開始有更多科技人員加盟，使電腦產品的質量有大的成長，大陸市場上長城、浪潮、長江個人電腦成為主流，太極電腦公司在此一時期研製的超級小型機在市場上佔 50%。1988 年，長城 0520 為主的個人電腦年產量超過萬台；浪潮、聯想等個人電腦年產量也超過萬台。1995 年大陸個人電腦市場銷售量突破百萬台，個人電腦產業進一步發展。1998 年 5 月 6 日第 100 萬台聯想個人電腦下線，大陸個人電腦市場逐漸形成群雄逐鹿的格局。

## 二、市場規模

1999 年大陸電腦市場的銷售額達 250 億美元，2000 年將可達 300 億美元。大陸本地市場品牌的聯想、同創、方正等主要生產商的產量正在向年產 50 萬台邁進。未來幾年內，大陸本土品牌電腦的市場佔有略將提高到約 40%。但儘管大陸個人電腦市場前景廣闊，但整體市場的競爭將越來越激烈，電腦製造業正面臨利潤微薄的衝擊。根據有關數字顯示，目前大陸個人電腦行業的利潤僅為 5% 左右。大陸有關部門有見於此，已決定實行重點扶持得政策，近期目標是在本世紀末形成二至三個年產量在 100 萬台以樣的電腦品牌和七個年產量在 50 萬台以上的品牌。業內人士預計，在不久的將來，20% 的品牌將佔有 80% 的大陸市場。

根據對大陸當局對於全國電腦市場所呈現的特點分析，中國大陸電腦市場由行業應用、企業應用和個人消費三個部份構成，其中行業應用範圍包括金融、電信、有線電視、資訊工程和教育行業等，當中教育行業將是今後最具有潛力的發展行業。企業應用主要集中於產值在 60 萬美元以上的三資企業、股份企業和私營企業。而個人消費市場則有兩個重點，其一是以家庭電腦化電視為中原因的資訊家電市場，其二以多媒體平臺電腦為中心的家用電腦市場。

大陸已將電子資訊業確定為支柱產業，並把資訊產業作為國民經濟發展的重點，這為資訊產業市場進一步發展奠定了基礎。根據『大陸九五』規劃，大陸資訊產業及配套設備的場容量年遞增 40% 以上。1999 年個人電腦本地市場需求量將近 600 萬台，銷售額超過 60 億美元，各類軟體和服務業的勞務收入將達到 50 億美元以上。2000 年估計大陸資訊業的產值將達到 200 億美元左右，電腦擁有量將可能超過 2000 萬台，其中 30% 接入電腦網路，這是一個需求量大，發展前景看好的市場。以金橋、金關、金卡、金稅、金貿等工程為主體的資訊化建設和發展，亦給大陸網路市場帶來更大的生機。

## 三、配銷通路

大陸電腦業在與國外電腦企業的激烈競爭中，聯想、方正、長城、同創日漸壯大，目前正逐步向綜合廠商方向發展，產品覆蓋全大陸市場，它們構成了大陸個人電腦領域的第一陣線。實達、浪漫、海信、海星、東海等各有所長，佔領了一地的區域市場和專業市場，構成了個人電腦產業的第二線。這想線的企業，以質量、價格、服務等，在與國外品牌的競爭中已顯露優勢。第三線中一些新興品牌，如中銀、托普、天府曙光、勝利等，在一定的地方市場也站穩了腳步，為個人電腦業的發展支援了大陸資訊產業的高速增長。

大陸電腦配銷發展有幾種方式，簡要說明如下：

### 1. 先貿易後硬體

即從經銷商轉為廠商。聯想、和光、海星、紫光等企業都經過了這樣的發展歷程，通過代理外商產品，學習先進的技術、管理、市場運作經驗，完成經驗的累積後轉而推出自己的產品。繼而是從軟體做到硬體，方正出版系統最初是代理國際上知名品牌，在方正品牌的影響下，1996 年方正開始生產個人電腦，去年方正生產之雷射印表機亦開始在市場銷售，方正亦逐步發展成一個資訊產品主流供應商。

## 2.從硬體發展軟體

即從傳統硬體不斷擴大業務，長城在生產出長城個人電腦後，又通過一系列的資本運作，向電腦零元件、軟體和系統整合、資訊服務業領域擴展。實達則進軍個人電腦業，成為主流資訊產品供應商。傳統的電腦廠商如曙光、銀河、東海、浪潮等，也都在不斷擴大自己的產業。此外，電子、家電企業亦進軍資訊產業，為數甚多的大陸資訊科技企業都是從無線電廠等國有企業發展而來的。廈華、海信、海爾、TCL、辰光等家電企業紛紛由做家電轉型向電腦業務。由於估計 2000 年大陸個人電腦需求量將達到 1600 萬台的數位吸引，全球較主要的計算機廠商及多家本地廠商均將目光描準了大陸個人電腦市場，從而引發大陸個人電腦產業品牌的空前競爭，這將促使大陸電腦企業在技術、質量和維修方面作出更大的改進，亦使電腦用戶獲得更多的實惠。

## 四、台商策略

九十年代以來，中國大陸電腦市場平均保持在 50%左右的高速成長，但 1998 年的增幅以明顯放慢，國產電腦的銷售量也僅只為 370 萬台，其主要原因除受亞洲金融危機的影響外，大陸市場已經由高速發展階段，進入了平穩增長的成熟發展階段，大陸國產電腦去年市場上出現了 42%的高增長，而海外廠牌則首次出現了負增長。大陸筆記型電腦市場需求快速增長，外國品牌進軍大陸市場動作相當積極，台灣廠商在筆記型電腦發展方面，一向居全球前茅，且台灣廠商因兩岸文化同種故更具競爭優勢。

最近台灣筆記型電腦業者赴大陸投資設廠的動作亦正加快，倫飛電腦與熟悉大陸經營環境的建大工業達成初步協定，將以股權各半的方式赴深圳設置最終組裝廠，這將是繼宏碁、仁寶之後，台灣業者明確公佈的筆記型電腦大陸設廠案，在去年 1999 年第三季已經成行，據悉倫飛的大陸投資設廠案計劃經其公司的股東大會核備後，深圳廠主要是生產中低階產品；倫飛電腦去年在大陸的筆記電腦市場佔有率達 17%，排名第二，與第一名的日商東芝只相差 5 個百分點。

多家國際級大廠如 IBM、東芝等公司，都與大陸電腦廠商有合作關係，在大陸設立筆記型電腦組裝廠以提升競爭力。目前台灣廠商除倫飛外，宏碁及仁寶也都對外宣佈了筆記型電腦大陸設廠計劃，地點分別選在廣東中山及蘇州。其中，宏碁在大陸也經營自有品牌，可配合當局開放時間表，先將生產出來的產品

就地銷售，未來再外銷至其他地區，至於仁寶之主要業務都是代工外銷，因此，赴大陸設廠必須等台灣當局允許將產品銷至大陸以外地區。

大陸資訊產品發展初期，因國外產品無法解決漢字上的問題，所以大陸國有品牌佔有大部份本地市場，很多大陸電腦廠商也因此蓬勃發展。後來，隨著電腦性能不斷提升及軟體技術的發展，國外廠商逐大批進入市場，使大陸本地品牌的電腦廠商一度陷入了困境。

為搶攻大陸軟體市場，據悉捷成、偉盟、正航、凌群、力新、巫佳、三慧、泗維等八家台灣軟體公司將集資 1500 萬美元，在大陸組成新公司，預計兩年內在大陸成立 92 個據點，這也是台灣軟體業第一次大規模進軍大陸市場。

## 五、市場限制

然而大陸資訊工業的發展正面臨一系列的困難，受亞洲金融危機的影響，一些國家的貨幣貶值使其出口產品的競爭力加大；全球個人電腦產業的技術與市場競爭日趨激烈，價格和利潤將會進一步降低；個人電腦製造業領域由於有更多的企業投入，生產能力過剩將使降價競爭在所難免；大陸企業技術創新能力不強，R&D 投入不足，高附加值的部份基本依賴進口，大額利潤讓外商賺取，都是制約大陸個人電腦業繼續高速發展的不利因素。

自 1995 年 1 月 1 日起，中國大陸已對電腦類機電產品等二十種商品，一律徵收關稅和進口增值稅，大陸對電腦產品之關稅及限制如下：

- 1.根據中國大陸稅法規定，進入大陸境內的電腦產品除須繳納進口關稅約 9% 至 12% 外，同時須繳納增值稅率 17% 才可以獲得大陸國家機電產品進出口辦公室申請的許可證。

- 2.有進口經營權營的公司(包括外商投資企業)必須事先取得該機構的批准才能申請進口許可證。除進口許可證，所有進口商品包括電腦產品均須接受檢驗，其中包括商品素質、重量，數量，包裝及檢查方法，相關標準不得低於相關的中國大陸國家標準。

最後困擾著大陸軟體產業發展的主要問題是資金和知識產權保護問題，軟體業的發展需要有資金、技術、人才等多方面的投入，尤以資金方面的投入最為重要。軟體業是一個風險極高的行業，軟體的前期開發和後期營銷都需要大量的資金投入，一旦產品開發失敗，投資者將蒙受巨大的損失。

在軟體發展方面的投入非常有限，又無類似矽谷的風險基金的存在，資金問題已成為阻礙大陸軟體業發展的一個主要問題。目前大陸軟體企業大部分為民營企業，資金實力有限，獲取銀行貸款又很困難，軟體企業的規模普遍偏小，軟體發展距離產業化和規模化還很遠，上市籌資將成為大陸資訊業發展的一條可行之路。