

產業經營發展與集中度之探討-以我國筆記型電腦產業為例

鄧瑞兆, 孫美玲

企業管理學系

管理學院

rjteng@cc.chu.edu.tw

摘要

從2007下半年起的全球金融風暴，造成電子產品市場消費力急遽下降。根據台灣國際數據資訊(International Data Group; IDG)研究顯示，2008年第四季歐洲、中東與非洲市場的迷你筆記型電腦(Netbook)出貨量達到361萬台，約佔30%的消費性可攜式電腦市場，原因在於其定位於低價的迷你電腦所致。故2008年台灣資訊硬體產業在筆記型電腦產業的支撐下，總體產業產值仍維持正成長。本文擬從筆記型電腦產業之經營發展及市場結構進行分析及研究，提供業者及政府一些相關建議，以提昇本國業者的競爭力。

本研究利用產業經濟學中Mason-Bain 的「結構-行為-績效」(Structure-Conduct-Performance; S-C-P)理論架構，探討筆記型電腦產業之市場集中度分析，將以最大四大廠商集中度(Four-firm concentration ratio; CR4)與賀氏指標(Herfindahl-Hirschman Index; HHI)作為衡量市場集中度之指標，並以SWOT及五力分析做為產業經營發展的理論基礎，以探討筆記型電腦產業的經營現況與發展策略。

主要研究成果為：(1) 台灣筆記型電腦產業從2001-2008年由市場集中度指標計算得知傾向於中、高度的集中市場。(2) 台灣筆記型電腦產業為成熟產業，各廠商為維持市場佔有率，大多以推出低價產品為主，市場競爭非常激烈。(3) 迷你筆記型電腦興起，品牌廠商面臨市場佔有率激烈變化，市場需求若轉向，廠商將面臨重大考驗，因此各種尺吋的產品應更齊全。

關鍵字：迷你筆記型電腦、市場集中度、賀氏指標、最大四大廠商集中度