



前進東協一 掌握印尼智慧行動終端產業新商機

印尼智慧手持裝置市場蘊藏龐大商機，
透過印尼政策與經濟發展環境與產業現況的盤點，
找出台廠進軍新市場的潛在商機。

委託單位：經濟部技術處 出版單位：財團法人工業技術研究院

科技專案成果



經濟部技術處產業技術知識服務計畫

ITRIEK-104-A201

Contents

Chapter 01	印尼智慧手持裝置市場總體環境介紹	001
	1-1：印尼總體經濟介紹	003
	1-2：印尼通訊基礎建設概況	009
	1-3：印尼手機及零組件進口概況	017
	1-4：印尼智慧手持裝置相關政策法規介紹	025
Chapter 02	印尼行動通訊市場環境及主要業者分析	033
	2-1：印尼行動通訊發展與手機市場	035
	2-2：印尼主要電信業者現況分析	047
Chapter 03	印尼當地手機業者暨國際領導廠商競爭分析	059
Chapter 04	印尼智慧手持裝置供應鏈分析	073
	4-1：印尼智慧手持裝置供應鏈生態分析	075
	4-2：印尼智慧手持裝置通路業者分析	089
Chapter 05	台灣智慧手持產業切入印尼市場之策略分析與建議	103
	5-1：台灣智慧手持裝置產業進入印尼市場面臨之課題	105
	5-2：切入印尼供應鏈生態之建議	111

Chapter

01 >

印尼智慧手持 裝置市場總體 環境介紹

- 1-1：印尼總體經濟介紹
- 1-2：印尼通訊基礎建設概況
- 1-3：印尼手機及零組件進口概況
- 1-4：印尼智慧手持裝置相關政策法規介紹

第一章 說明

- 印尼人口年齡大多為**30歲**以下，擁有低廉的勞動成本，且具備龐大手機內需市場，然因島嶼型國家型態，基礎建設開發布建相較落後。
- 因應印尼電信基礎環境的不穩定，出現一人多卡/多機的現象，且**4G**政策加持與年輕族群的消費力持續提升，預期智慧型手機的滲透率逐年攀升。
- 印尼本地僅能供應低階手機零組件，如鍵盤、外殼及充電器等，但因當地技術能力不足，仍須依賴進口關鍵零組件如積體電路等，多數廠商採進口**SKD**零件，以配合在印尼當地組裝出貨。
- 配合印尼未來預計推動零組件自製化、培植在地製造業的相關政策配套措施，促使外資/當地業者到印尼設廠製造；目前因印尼當地技術能力不足，印尼手機或相關零組件生產有**7成**以上仰賴國外進口。

Chapter

02

印尼行動通訊 市場環境及主要 業者分析

- 2-1：印尼行動通訊發展與手機市場
- 2-2：印尼主要電信業者現況分析

第二章 說明

- 印尼受惠於人口紅利，手機市場規模無論是值與量皆優於其它東協國家；加上智慧型手機普及率仍低，對於國際手機大廠來說印尼具有高度的市場潛力。
- 印尼年輕人口數多，具潛在消費力，在導入新產品的接受度高，且使用新產品障礙較低，有助於智慧型手機與4G網路的導入，然此年輕消費群對於手機價格敏感度較高，因此目前需求仍以中低價手機為主。
- 印尼三大電信商掌握八成以上移動通訊市場，其中，受到基地台建設成本較高的因素，多集中於爪哇島，故民營兩大電信商主攻爪哇重要城市，而國營電信商則因應政府需求於印尼全區建設基地台，故其用戶平均分散印尼全區。
- 觀察印尼3G、4G為電信業者下階段重要的發展目標，其中3G、4G分別為成長與導入階段。與4G費率相比，3G費率較便宜，預期發展初期消費者會先採用3G行動服務，部分用戶到後期為了追求上網速度會升級為4G服務，至於成長速度是否可以加快，得視4G資費方案、手機價格是否具吸引力而定。

Chapter

03 >

印尼當地手機業者 暨國際領導廠商 競爭分析

第三章 說明

- 印尼政府為了培植在地生產能量，提出手機進口商條件限制與關稅政策，促使外資廠商於印尼設廠。2014年與2015年開始有國際品牌廠規劃設廠並生產，國際大廠(如三星)與本土業者(如Evercoss、Advan)開始調整印尼組裝的比重。
- 2015上半年智慧型手機市場的銷售，三星仍位居第一，除了兼具進口商資格可多元調整產品銷售通路外，其產品布局完整涵蓋高中低階機款，滿足各階層消費者的需求。
- 本土品牌在當地市場佔3-4成，主攻中低價位的手機；Google聯合當地Evercoss/ Nexian/ Mito業者，為Android One手機搭配優惠綑綁方案。
- Google 提供手機參考設計平台Android One給當地廠商，可降低業者生產及開發門檻，加快新興市場業者擺脫中國大陸代工業者的依賴，建立當地生產能量。
- 大陸業者除了昔日為印尼本土品牌代工之外，也紛紛將戰線延伸到品牌業務，如Oppo主打中高階機種，在積極的廣告宣傳下，在2014年第四季打進智慧型手機前五大的市佔。
- 台灣業者以Asus為例，主打中高階機種，在2015年第二季的表現優異，晉升智慧型手機銷售排行第五大。

Chapter

04

印尼智慧手持裝置 供應鏈分析

- 4-1：印尼智慧手持裝置供應鏈生態分析
- 4-2：印尼智慧手持裝置通路業者分析

第四章 說明

- 印尼產業鏈集中在電信服務與行銷通路活動，自主生產能量微弱，缺乏本土關鍵零組件供應鏈，手機整機或零組件多仰賴進口。
- 手機整機(851712)亦或手機零件(851770)的進口稅額皆相同，惟產品供應商是否具備進口准證會產生5%收入稅差，加上進口商擁有通路行銷的彈性，其通路經手的費用可再降低3-8%。
- 以三星的供應鏈經營模式，由於掌握自有零組件與品牌的優勢，加上具備進口商資格，故在成本掌控具有一定的優勢；大陸品牌的產業鏈模式，則在昔日山寨模式影響下，創造出完整的零件生產與組裝能力，藉由低價與鄰近印尼的優勢，成為目前印尼零件與手機主要的進口來源。
- 印尼本土品牌業者不論零件、整機或代工多依賴大陸廠商，然大陸業者除了代工業務之外，也將自有手機品牌業務延伸至印尼手機市場，在印尼手機品牌業者與陸商雙方的競合情況下，提供台灣業者取代並打入印尼供應鏈的契機。
- 三大本土通路廠商Erajaya、TriKomsel與TiPhone，藉由旗下上萬個傳統與新型零售據點的合作，掌握主要市面品牌的銷售；除了實體店面帶來的主要營收之外，目前Erajaya與TriKomsel也推出電子商務平台，開發線上消費市場。

Chapter

05

台灣智慧手持產業 切入印尼市場之 策略分析與建議

- 5-1：台灣智慧手持裝置產業進入印尼市場面臨之課題
- 5-2：切入印尼供應鏈生態之建議

前進東協-掌握印尼智慧行動終端產業新商機

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

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/>