

高科技 VS. 傳統產業

統卒

手機是近年成長最快的商品，去年全球銷售 5.2 億支，成長 23%，銷售總值 400 億美元，已超越筆記型電腦全球 370 億的市場規模，但與桌上型電腦 2,000 億美元比較，也僅及 23%。

新科技產品成長雖快，但與許多傳統商品比較，仍屬小巫。世界一年軍火交易 9,000 億美元，今年原油產值 1 兆美元（日產 8,000 萬桶，平均價 35 美元），均約台灣 GNP 3,200 億的三倍。很難想像的，市場規模最大的單一商品，可能還不只原油，更古老的行業—菸品，去年銷售值亦達 1.05 兆美元，難怪幾年前一場反菸害聯盟官司，菸商敗訴判賠多年上千億美元案件中，口叨雪茄的菸商老板面不改色的埋了單。

中國大陸、印度、俄羅斯等人口眾多新興市場崛起，讓工業國家原本看似平淡（難以再大幅成長）的許多傳統產業或商品再現生機。單以汽車為例，去年中國大陸新掛牌 397 萬輛（成長 36%），俄羅斯 145 萬輛（12%），印度 99 萬輛（14%），最大市場的美國則衰退 1%（年銷量 1,668 萬輛），日本僅增 1%（588 萬輛），德國持平（352 萬輛），世界排名則被中國大陸擠至第四。在今年六月北京全球汽車展中，業者更預測大陸至 2010 年市場需求將突破 1,000 萬輛。今年全球汽車產銷估計 6,000 萬輛，市值 1 兆美元。台灣許多汽車零組件製造廠商，表現始終相當優異。

對高科技與傳統產業的國際發展趨勢，國內股市似亦有些感受。自 2000 年春高科技及網路巔峰期至今，加計配息配股，代表前者的台積電股價腰斬，聯華電子跌幅三分之二，中華汽車及裕隆汽車漲幅則超過一倍。