

行業概覽

本節載有關於全球及部份地區的消費電子業的若干資料和統計數字，該等資料和統計數字部份摘錄自政府官方及行業來源或iSuppli和NPD編製的報告。摘錄自該等來源的資料未必與香港境內外其他機構編製的資料相符。由於收集任何行業和經濟數據本身存在時間滯後因素，本節所載部份或全部數據或僅足以描述數據收集時的事實和情況。因此，閣下於評估本節所載資料時，應同時考慮消費電子業和全球經濟的後續發展變化。

投資者亦應注意，本集團已委託市場情報公司iSuppli(該公司提供電子和技術研究和諮詢服務)編製消費電子產品的若干資料、統計數字和數據，以供載入本●。

董事認為，該等資料來源乃有關資料的適當來源，並已合理審慎摘錄及轉載該等資料。董事無理由相信該等資料失實或有誤導成份或當中遺漏任何事實，致使該等資料失實或有誤導成份。本集團、●、●、●或其各自任何董事、高級職員、聯繫人、顧問或代表並無獨立核實該等資料，其他參與●的任何人士亦無獨立核實該等資料或統計數字，且並無就上述資料的準確性發表聲明。

資料來源

iSuppli

iSuppli於一九九九年成立，總部設於美國加州El Segundo，其為提供電子及技術研究和諮詢服務、分析報告和數據庫的市場情報公司。iSuppli為獨立第三方。本集團以總固定費用總額12,000美元委託iSuppli進行消費電子業的市場分析，並就該行業編製iSuppli消費、記憶、預測報告(有關報告於二零一零年五月發佈，「報告」)，以供載入本●。iSuppli為技術價值鏈研究及諮詢服務的全球翹楚，並提供有關整體電子價值鏈的資料。iSuppli於美國開設總部，並於歐洲及亞洲設有辦事處。

iSuppli就編製報告所採用的方法包括從多個來源(如訪問、調查及第三方來源)進行基本及進階研究，以及利用其長期行業專業知識及數學模型確立消費電子業的市場預測及過往表現。

行業概覽

報告所載的分析及預測乃基於編製時作出的下列假設：

- 宏觀經濟復蘇步伐仍將緩慢，現有投資水平不會暴跌或飆升。
- 消費電子品的技術發展速度將繼續與現時的研發投資水平一致。

考慮到iSuppli於消費電子業的悠久研究經驗、積累的行業專業知識與資歷、採用的研究方法及聲譽，董事認為該等資料和統計數字來源乃有關資料和統計數字的適當來源，且董事已合理審慎摘錄及轉載該等資料和統計數字。

國際電訊聯盟

國際電訊聯盟為規管資訊和通信科技事宜的聯合國機構，亦為全球各地政府和私營公司於發展網絡和服務的集中點。國際電訊聯盟為獨立第三方。本●披露國際電訊聯盟發佈的資料乃摘錄自非由本集團或●委託編製的報告。

日本總務省

日本總務省負責日本基本審查及統計數字調查。日本總務省負責(i)規劃及進行大型審查及統計數字調查；及(ii)編製及發佈統計資料。日本總務省為獨立第三方。本●披露日本總務省發佈的資料乃摘錄自「資信及通信服務訂購者及合約」報告，該報告並非由本集團或●委託編製。

NPD

NPD(前稱National Purchase Dairy)於一九六七年創立，為北美一家領先市場研究公司，負責向製造商和零售商提供消費和零售資訊。NPD善用零售商及分銷商的實際銷售數據及消費者呈報的購物行為，提供消費群及零售銷售追蹤服務、特別報告、模型和分析以及行為習慣研究，涵蓋行業包括服裝、電器、汽車、美膚、消費電子品、飲食、食品服務、鞋類、家居裝修、家庭用品、影像、資訊科技、電影、音樂、軟件、玩具、電子遊戲和無線產品。NPD的總部設於紐約華盛頓港，於美國、日本、英國、歐盟均設有辦事處。NPD為獨立第三方。本●披露NPD發佈的資料乃摘錄自非由本集團或●委託編製的報告。

行業概覽

消費電子業

概覽

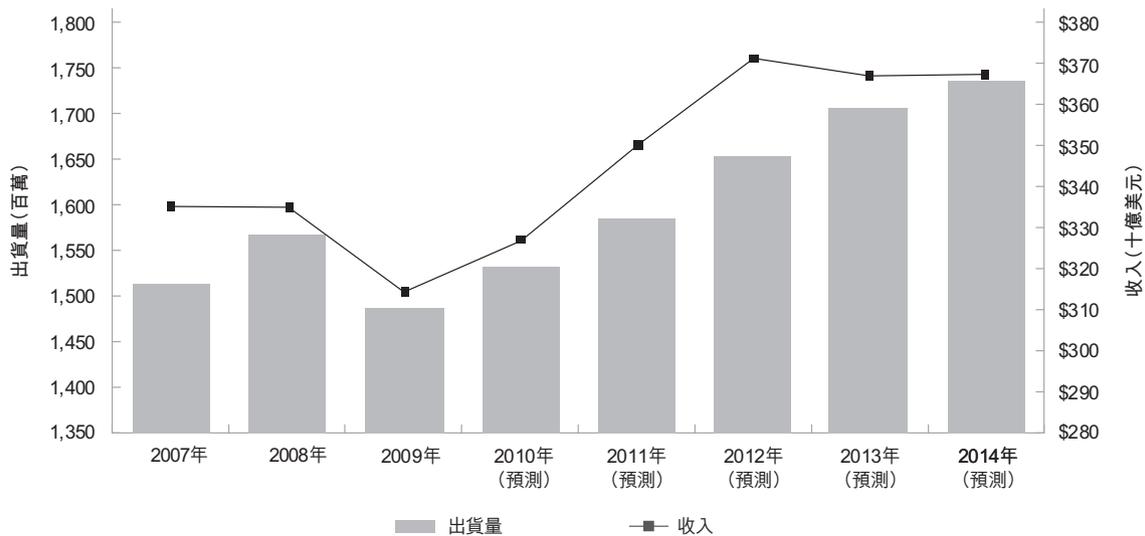
消費電子品指日常使用的電器設備，該等電器設備一般擬用於娛樂、通信和辦公室。過去數十年，消費電子品由模擬格式轉為數碼格式，最終目標是用戶可以打破實際屏障，隨時隨地利用裝置傳送和接收數據。

二零零九年爆發全球金融危機，消費者面對不明朗的經濟前景，故消費電子行業收益下跌。消費開支疲弱、延後購買非必需品、價格大跌、加上美元轉弱，消費電子製造商的收益隨之減少。然而，高質量電訊產品、影音系統及電腦儲存器的需求不斷上升，加上全球經濟復蘇，消費電子產品的開支預計於二零一零年恢復增長。

消費電子品的需求

二零零九年，全球消費電子品市場的收入約為3,148億美元，二零一零年的收入預計將約為3,275億美元，二零一四年預計將進一步增至約3,682億美元。二零一零年至二零一四年的年複合增長率約3.0%。經過二零零九年市況不景，二零一零年好轉情況全球樂見。根據iSuppli的資料顯示，增長乃受消費電器等主要消費產品所帶動，現時預計二零一零年的收入將約為770億美元。

全球消費電子品的出貨量和收入(二零零七年至二零一四年)



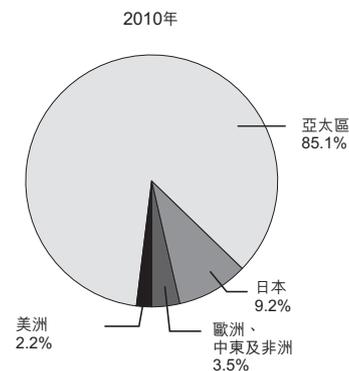
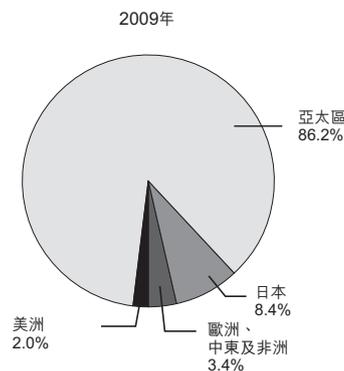
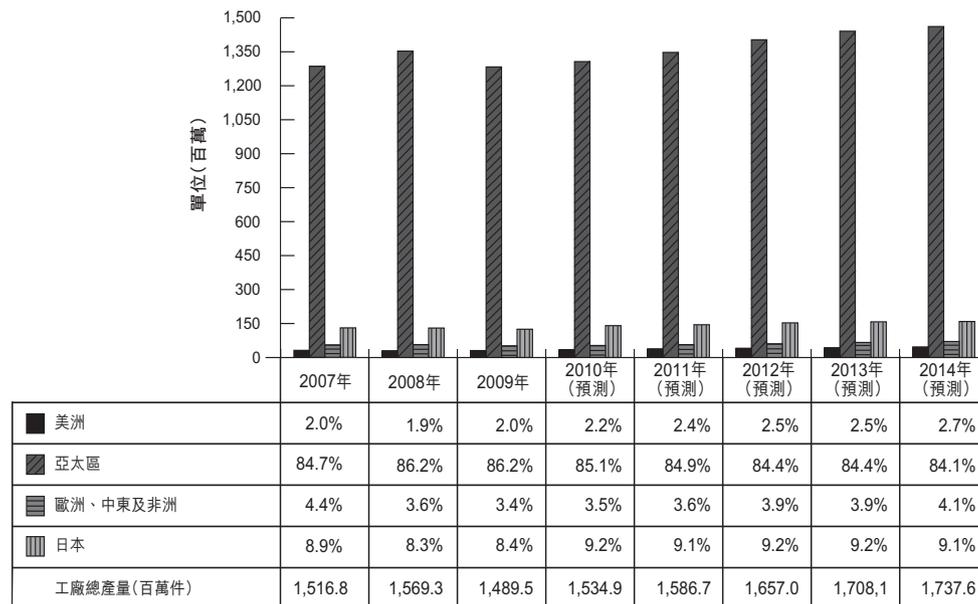
資料來源：iSuppli

行業概覽

亞太區消費電子品製造商的主導地位

儘管二零零九年消費電子品的需求疲弱，但與日本、歐洲、中東、非洲和美洲等地區相比，現時及將來繼續有大量消費電子品於亞太區製造。根據iSuppli的資料顯示，二零零九年於亞太區市場生產的消費電子品約12.832億件，iSuppli預測二零一零年於亞太區市場生產的消費電子品約13.066億件。二零一四年，亞太區市場生產的消費電子品預計將進一步增至約14.614億件。

按地區劃分全球消費電子工廠產量的份額(二零零七年至二零一四年)



資料來源：iSuppli

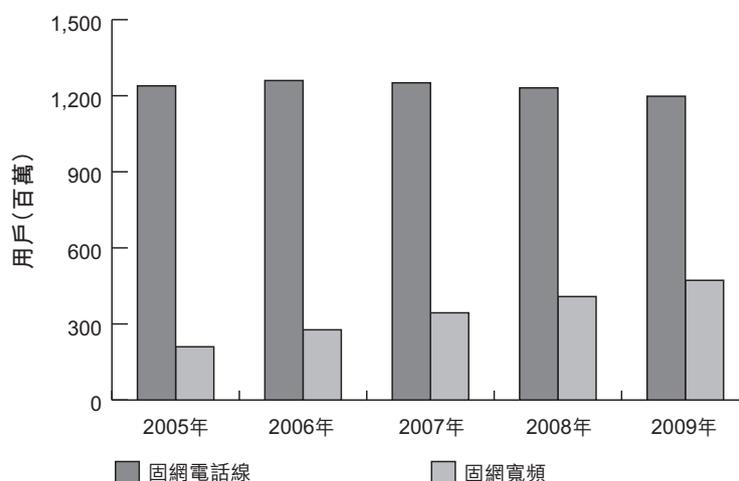
行業概覽

主要發展趨勢

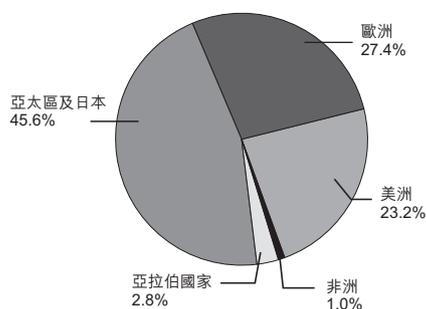
電訊產品

電訊產品於消費電子市場舉足輕重。全球固網寬頻用戶增加，利用互聯網等網際網絡通訊協定網絡或其他封包交換網路以VoIP電話進行話音通信的情況日益普及。二零零五年，國際電訊聯盟報告，全球的固網電話線及固網寬頻用戶分別約12.39億名和2.10億名。根據國際電訊聯盟的資料，二零零九年的全球固網寬頻用戶增至4.72億名，二零零五年至二零零九年的年複合增長率約22.4%。

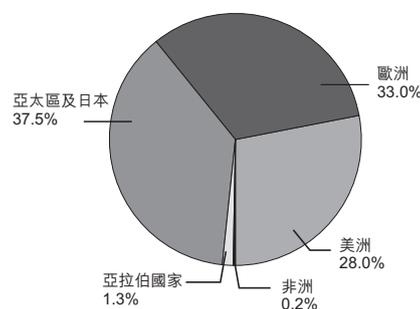
全球固網電話線及固網寬頻用戶(二零零五年至二零零九年)



二零零九年固網電話線



二零零九年固網寬頻用戶

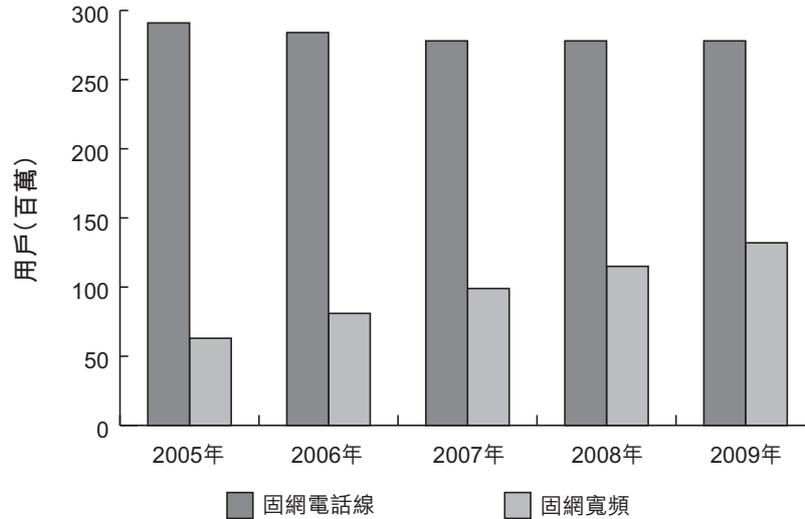


資料來源：國際電訊聯盟

二零零九年，亞太區、日本和美洲佔全球固網寬頻市場約65.5%。美洲固網寬頻用戶人數由約6,300萬名增至1.32億名，二零零五年至二零零九年的年複合增長率約20.3%。

行業概覽

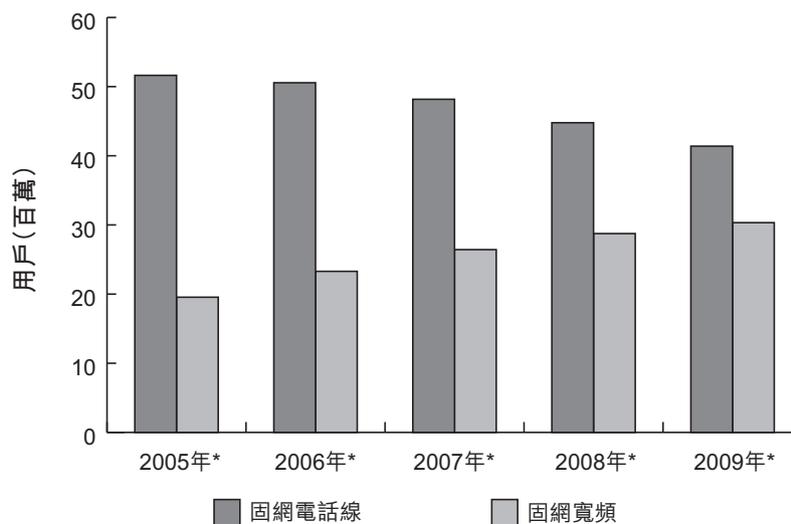
美洲固網電話線及固網寬頻用戶(二零零五年至二零零九年)



資料來源：國際電訊聯盟

二零零九年三月底，日本的固網寬頻用戶總人數約3,030萬名，較去年增加約5.5%。寬頻用戶當中，數碼用戶線路用戶約1,120萬名，佔固網寬頻用戶總人數約36.9%。同時，利用寬頻電路為連接線的VoIP服務於二零零二年至二零零三年全面投入運作。於二零零九年三月底，VoIP用戶總人數約為2,020萬名。

日本固網電話線及固網寬頻用戶(二零零五年至二零零九年)



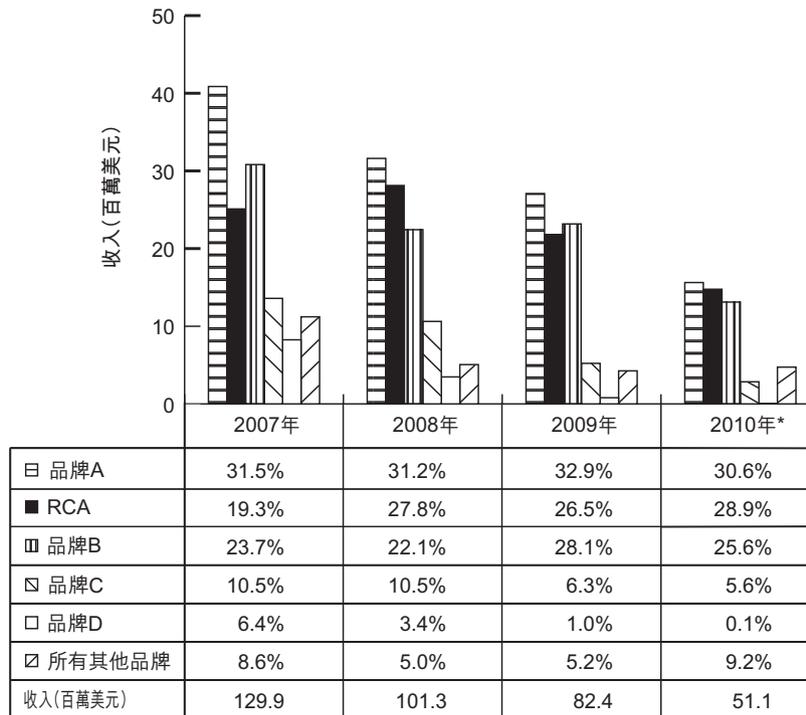
*截至三月三十一日止各年度

資料來源：日本總務省「資訊及通信服務訂購者及合約」

行業概覽

據NPD的資料所示，截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度以及截至二零一零年八月三十一日止八個月，「RCA」品牌的中小企電話系統的零售收入分別排名全美國第三、第二、第三及第二位，市場份額分別約佔19.3%、27.8%、26.5%及28.9%。

美國中小企電話系統的零售收入(二零零七年一月至二零一零年八月)



* 數字涵蓋截至二零一零年八月三十一日止八個月

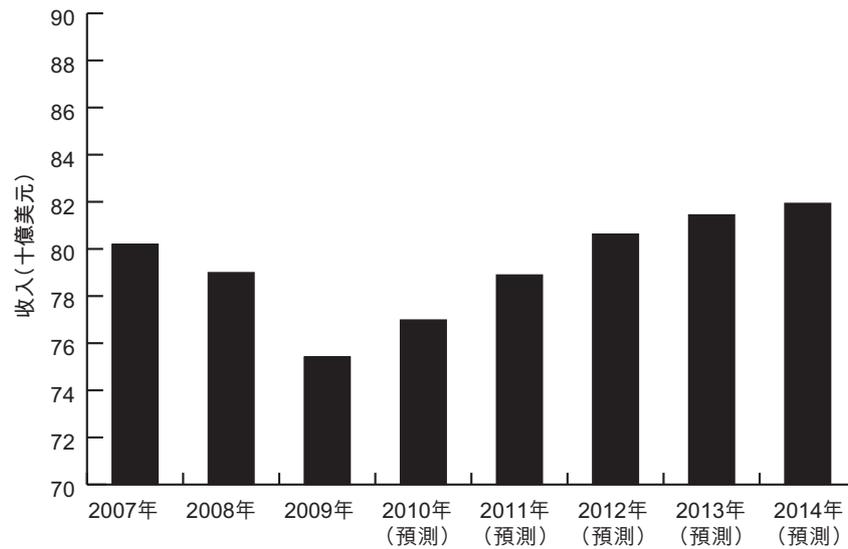
資料來源：NPD

行業概覽

電器及電器控制產品

全球來自洗衣機、烤爐及冰箱等品牌電器的收益預計將由二零零九年約754億美元上升約2.1%至二零一零年約770億美元。根據iSuppli的預測，此數額於二零一四年將進一步增至約819億美元，二零一零年至二零一四年的年複合增長率約1.6%。鑒於全球各國政府繼續推行刺激經濟方案，此領域於二零零九年回落約4.6%後將於二零一零年回升。

全球消費電器收入(二零零七年至二零一四年)



資料來源：iSuppli

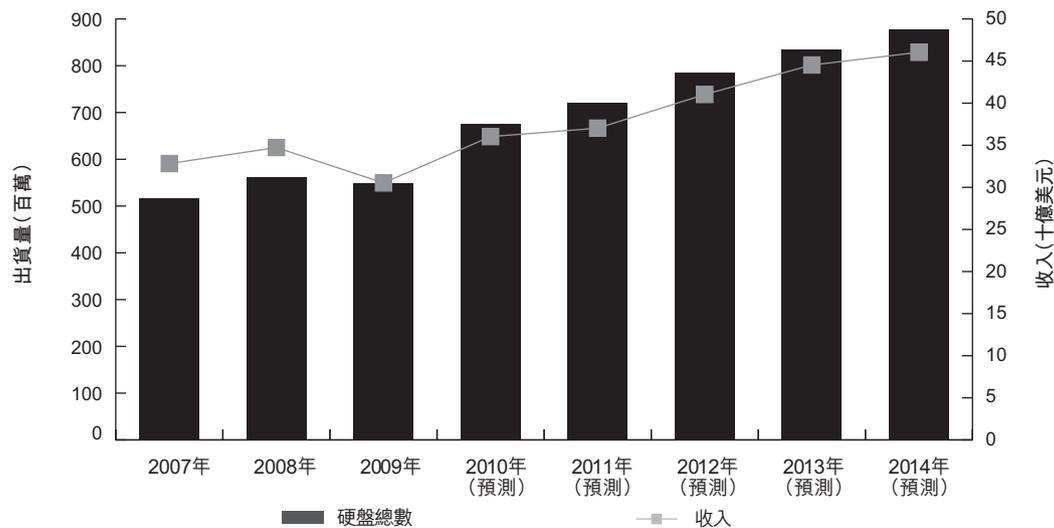
行業概覽

電腦存儲器

電腦存儲器指可於某時程保存數碼數據的電子組件。此等組件乃現代消費電子品的必要組件，包括但不限於便攜式硬盤(「硬盤」)、電影播放器和個人媒體播放器。此等產品的增長受多項因素推動，如降價及市場競爭力。

電腦儲存器的部份仍然強勁，預計未來增長將遙遙領先其他消費電子品。就存儲器部份而言，絕大部份存儲器公司於二零零九年均錄得豐碩成果。此部份的硬盤成績斐然。根據iSuppli的資料顯示，由於經濟前景普遍樂觀，二零零九年的硬盤收入及出貨量均有所增加。因此，iSuppli預計二零一零年的硬盤需求將持續上升，主要因筆記本電腦及上網筆記本部份較桌上電腦部份的增長為快。

全球硬盤收入及出貨量(二零零七年至二零一四年)



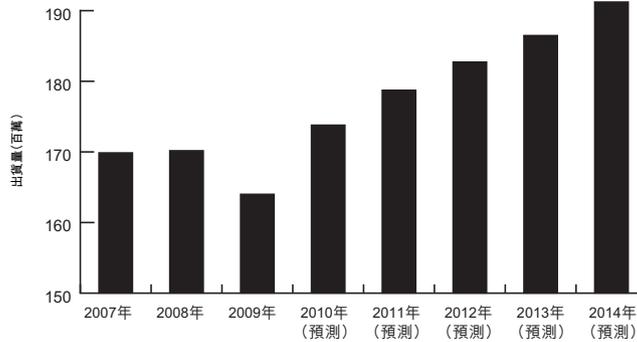
資料來源：iSuppli

行業概覽

多媒體及影音部份

影音產品包括精密的互聯網大屏幕顯示器至基本口袋裝MP3播放器不等。根據iSuppli的資料顯示，消費者提升影像系統級別，帶動對質素較高的家庭音響系統組件的需求，家庭音響系統組件於二零零九年至二零一四年的出貨量預計由約1.64億件(收入相當於約218億美元)升至1.913億件(收入相當於約233億美元)。

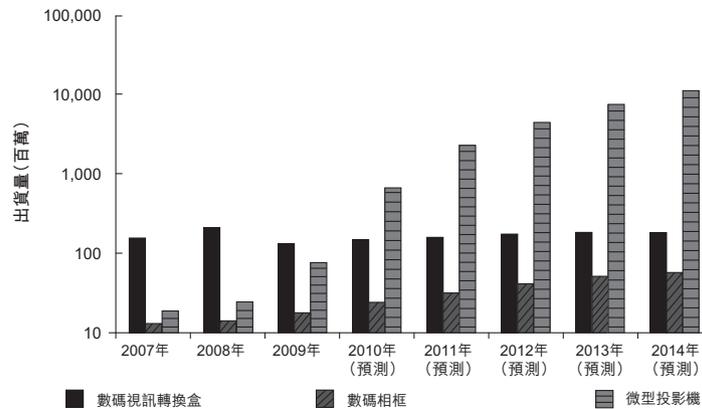
全球家庭音響系統組件的出貨量(二零零七年至二零一四年)



資料來源：iSuppli

透過具備互聯網功能的家庭影音系統，用戶可觀賞更多彩多姿的節目內容。iSuppli預測，具備互聯網功能的影音裝置市場增長將呈強勢，二零一四年的數量將超過4億件，二零零九年至二零一四年的年複合增長率約34.0%。

指定影音系統的出貨量(二零零七年至二零一四年)



資料來源：iSuppli

行業概覽

競爭形勢

概覽

本集團的業務可分為三大範疇，即(i)電子製造服務業務；(ii)特許品牌美國業務；及(iii)自家品牌德國業務。有關本集團市場地位的進一步詳情，請參閱本●「業務-競爭」一節。

電子製造服務業務

董事根據公開資料獲悉下列在香港開設總部且從事電子製造服務業務的公司。下列獲選的所有公司(i)於●或新加坡證券交易所有限公司●；及(ii)從事電子製造服務業務，產品與本集團生產的類似，包括電訊產品、電腦配件及／或多媒體產品。

公司	公司A	公司B	公司C	公司D	公司E
總部地點	香港	香港	香港	香港	香港
主要業務	提供電子製造服務，包括採購、設計、開發、製造及設計驗證及測試發展。	銷售電訊及電子產品及配件。	電訊、工業及商業及消費電子產品行業的電子製造服務供應商。	銷售通訊產品、多媒體產品、娛樂產品及其他產品，主要包括單體喇叭、全面音響解決方案及開放式產品。	研究、開發、製造及銷售電子產品。
收入	約18.667億港元	約14.460億港元	約11.361億港元	約10.311億港元	約9.599億港元

資料來源：

1. 各公司網站。
2. 收入乃根據該等公司股份●的各證券交易所網站公佈的最新經審核財務報表。

行業概覽

根據上述總部設於香港的電子製造服務營運商最新刊發的經審核財務報表，其最近完整財政年度的毛利率介乎約8.0%至15.6%。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度及截至二零一零年八月三十一日止八個月，本集團自外部客戶錄得電子製造服務業務的毛利率分別約為11.7%、16.1%、21.7%和22.1%。截至二零零九年十二月三十一日止年度，本集團電子製造服務的毛利率高於獲選的公司。原因主要為：

- (i) 往績記錄期間，本集團能夠將業務重心轉向毛利率較高的電子製造服務非電訊產品。此有賴本集團生產設施高度的靈活性，可調整配合生產其他產品，詳情載於本●「業務－生產」一節「生產設施」一段；
- (ii) 因持續大量生產類似產品而提升生產效率，產量提升可享有規模經濟效益，而經常大量採購原材料及組件，有助提高向供應商的議價能力；及
- (iii) 對生產設備及研發工作投放充裕的資金，推進生產自動化進程，進一步改善生產效率。

行業概覽

特許品牌美國業務

董事根據公開資料獲悉下列在美國從事類似中小企電話產品品牌業務的公司。下列獲選的所有公司(i)於紐約、●及/或東京●；及(ii)為美國中小企電話市場領先品牌產品生產商。

公司	公司J	公司K	公司L
總部地點	日本	香港	日本
主要業務	製造多款消費、商業及工業用途的電子及電器產品及多款組件。	銷售電訊產品、電子教學產品及向客戶提供合約製造服務。	製造及銷售電話相關設備、電訊及應用設備及數碼電器。
收入	約74,180億日圓	約15.323億美元	約355億日圓

資料來源：

1. 各公司網站。
2. 收入乃根據該等公司股份●的各證券交易所網站公佈的最新經審核財務報表。

根據上述在美國從事類似中小企電話產品品牌業務的公司最新刊發的經審核財務報表，其最近完整財政年度的毛利率介乎約10.5%至36.5%。截至二零零九年十二月三十一日止年度及截至二零一零年八月三十一日止八個月，本集團自外部客戶錄得品牌業務的毛利率分別約為28.2%和22.0%。截至二零零九年十二月三十一日止年度，本集團品牌業務的毛利率高於公司J的約28.0%及公司L的約10.5%但低於公司K的約36.5%，原因主要是：

- (i) 本集團於二零零九年按策略將業務垂直拓展至品牌業務，尤其是本集團特許品牌業務分部，其以「RCA」品牌銷售及分銷品牌中小企電話系統，此業務的毛利率較公司J及公司L的為高；及
- (ii) 按照公司K最近期經審核財務報表所示，該公司擁有高溢利率品牌產品的完善銷售平台，在電子教學產品市場地位穩固，此等產品佔該公司收入超過30%。因此，該公司的毛利率較本集團的為高。

行業概覽

自家品牌德國業務

董事根據公開資料獲悉下列在德國從事類似便攜式儲存裝置及多媒體產品品牌業務的公司。下列獲選的所有公司(i)於倫敦●、紐約●、紐約-泛歐交易所及／或東京●(公司Z除外)●；及(ii)於德國從事類似便攜式儲存裝置及／或多媒體產品之品牌業務。

公司	公司W	公司X	公司Y	公司Z
總部地點	日本	美國	法國	德國
主要業務	製造及營銷通訊設備及系統、互聯網解決方案及服務、電子組件和物料、電力系統、工業和社會基礎設施系統及家電。	開發和製造內置、外置、便攜式和共享儲存用途的硬盤和固態硬盤。	製造及營銷微型電腦、工作站及網絡的週邊儲存設備。	分銷數碼相機、個人電腦、筆記本電腦、手機和MP3播放器的記憶體產品。
收入	約63,816億日圓	約75億美元	約3.012億歐元	並無公開資料

資料來源：

1. 各公司網站。
2. 收入乃根據該等公司股份●的各證券交易所網站公佈的最新經審核財務報表。

行業概覽

根據上述在德國從事類似便攜式儲存裝置及多媒體產品的公司最新刊發的經審核財務報表，其(並無公開財務資料的公司Z除外)最近完整財政年度的毛利率介乎約**15.4%至24.4%**。截至二零零九年十二月三十一日止年度及截至二零一零年八月三十一日止八個月，本集團自外部客戶錄得品牌業務的毛利率分別約為**28.2%**和**22.0%**。截至二零零九年十二月三十一日止年度，本集團品牌業務的毛利率高於獲選公司。此乃主要由於截至二零零九年十二月三十一日止年度，本集團的產品組合(包括電訊產品、便攜式儲存裝置及多媒體產品)之毛利率高於獲選公司。