

本節所載資料及統計數字乃摘錄自賽迪所出具日期為2012年9月21日有關(其中包括)中國及全球的外判製造趨勢、精密工程行業及本集團所經營的主要終端市場分部的報告;賽迪為我們以人民幣230,000元所委託的獨立市場研究公司。我們相信賽迪報告乃合適資料來源。賽迪依據已發佈資料及與相關行業公司(包括我們)的訪談編製有關數據。

本節所載資料乃來自多個來源。我們相信,該等來源為摘錄有關資料的恰當途徑,並已採取合理謹慎態度摘錄及轉載該等資料。我們及參與全球發售各方已對賽迪及其調查結果(包括關於直至2015年的未來期間的結果)進行盡職審查,且並無理由相信該等資料屬虛假或含誤導成分或遺漏任何事實致使該等資料屬虛假或含誤導成分。然而,該等資料未經我們、獨家保薦人、獨家全球協調人、包銷商、彼等各自的董事或顧問或參與全球發售的任何其他各方獨立核實,故並無就其準確性發表任何聲明。

資料來源

我們委託中國的獨立市場研究公司賽迪對(其中包括)中國及全球的外判製造趨勢、精密工程行業及本集團所經營的主要終端市場分部進行分析及撰寫報告。為對上述市場進行分析,賽迪採用宏觀經濟角度及利用其對行業發展模式的了解,結合原始及二手研究資料來分析。數據搜集工作由具備賽迪報告所涵蓋的相關市場的專門知識的分析員進行。公司報告及歷史市場數據等二手資料乃通過分析中國工業及信息化部等多個政府機構及行業組織編製的生產、貿易及消費等有關數據產生。於報告編製過程中,賽迪亦訪問了相關行業的供應商及生產商,以支持其預測模型。該等訪問亦作為複查及核實數據的方法。市場預測呈列了賽迪有關決定上述市場未來發展的主要需求市場動力的觀點。本節所載資料及統計數字乃摘錄自賽迪出具的報告。

行業概覽

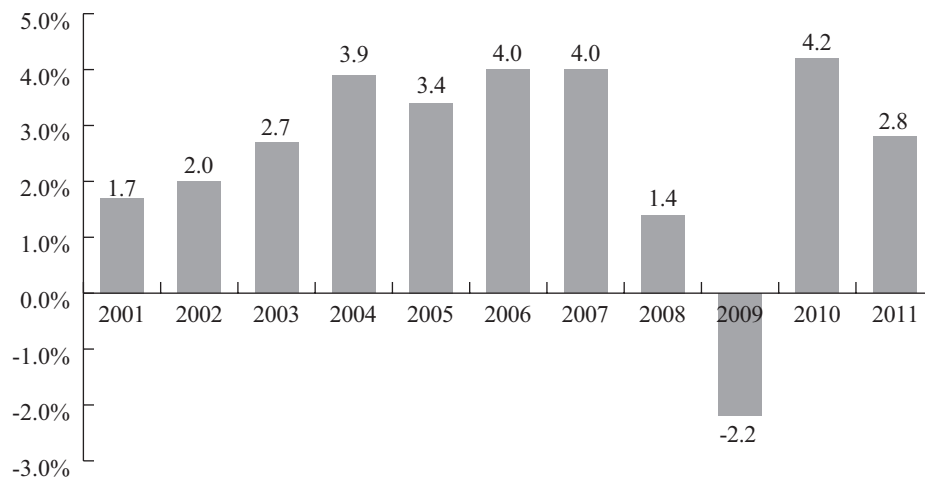
賽迪是中國市場研究及管理諮詢服務的領先供應商之一，於聯交所創業板上市（股票代號：8235）。賽迪向國內外客戶提供綜合專業服務，例如行業分析、策略研究、市場調查、產品測試及認證以及網路諮詢服務。賽迪就電信等多個行業定期編製市場研究報告。賽迪獨立於本公司，我們的董事或彼等的聯繫人士概無於賽迪擁有任何權益。

全球經濟環境概覽

精密工程行業服務於多個終端市場，如消費電子產品以至醫療及實驗室檢測設備。因此，精密工程行業的增長取決於其所服務的終端市場。鑒於本集團所服務的終端市場多元化，國內生產總值增長意味本集團有所增長。全球實際國內生產總值增長由2008年的1.4%跌至2009年的-2.2%，隨後反彈至2010年的4.2%，但於2011年跌至2.8%。

環球金融危機引發2008年和2009年經濟衰退，然而於2009年末開始漸見復甦跡象。近年來，中國等新興國家向基建投放大量政府投資，是推動國內生產總值增長的重要因素之一。越來越多發達國家發現難以與新興國家的強勁增長相比，但整體而言，全球國內生產總值增長預期將維持在一個較為平穩的水平。國際貨幣基金預期全球國內生產總值由2012年直至2015年將以每年約3.4%的平均增長率增長。

2001年至2011年過往實際國內生產總值增長率



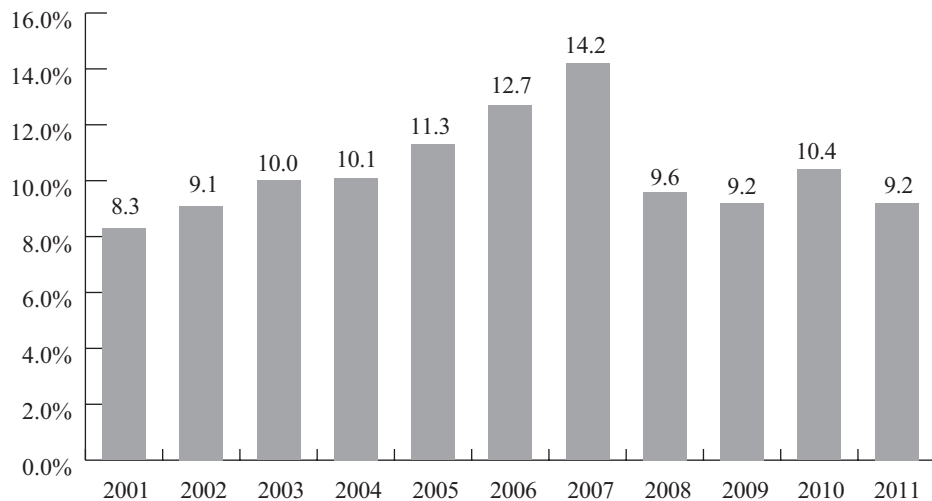
資料來源：國際貨幣基金

中國

自中國政府於1970年代末推行經濟改革以來，中國經濟一直突飛猛進。中國逐步推行經濟改革，當中包括於深圳等城市設立經濟特區，提供平台進行若干程度的自由貿易，大大推動中國過去十年經濟迅速發展。2010年，中國力壓日本成為全球第二大經濟體系，排名僅次於美國。

儘管近期社會關注中國政府進一步緊縮宏觀調控措施或會限制中國經濟增長，然而預期中國的內需、投資和出口將繼續為帶動全球經濟的火車頭。根據全國人大發佈的十二五規劃，中國實際國內生產總值於2011年至2015年間的增長目標是以7.0%的平均增長率增長。

2001年至2011年中國過往實際國內生產總值增長率

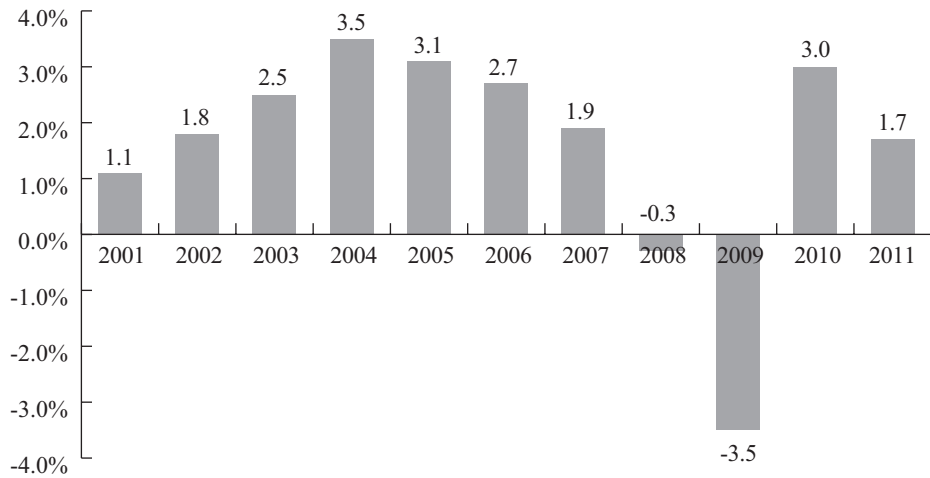


資料來源：國際貨幣基金

美國

2008年環球金融危機觸發美國經濟進入暫時性衰退週期，於2009年美國實際國內生產總值下跌3.5%。根據美國經濟分析局，於2010年美國實際國內生產總值回復3.0%增長，並於2011年增長1.7%，達到13.3萬億美元。此外，根據國際貨幣基金，預計美國實際國內生產總值於2012年增長2.1%。美國經濟復甦主要受內需增加、貨物和服務出口（尤其出口至新興國家）增加所帶動。

2001年至2011年美國過往實際國內生產總值增長率

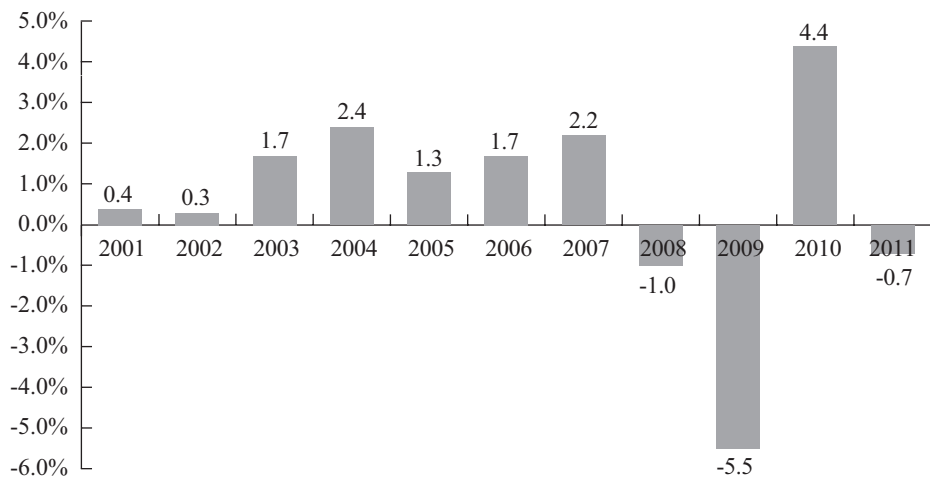


資料來源：美國商務部經濟分析局

日本

日本經濟因2011年3月發生的地震和海嘯而受到負面影響，供應鏈中斷令工業生產、消費者氣氛和消費受到重創，2011年日本實際國內生產總值增幅下跌0.7%。然而，國際貨幣基金預期，由於供應緊張得以緩和且災後重建開支增加，日本經濟活動將於2011年年中自雙重災難中恢復過來。在此基礎上，國際貨幣基金預期2012年日本實際國內生產總值將有2.0%的正增長。

2001年至2011年日本過往實際國內生產總值增長率



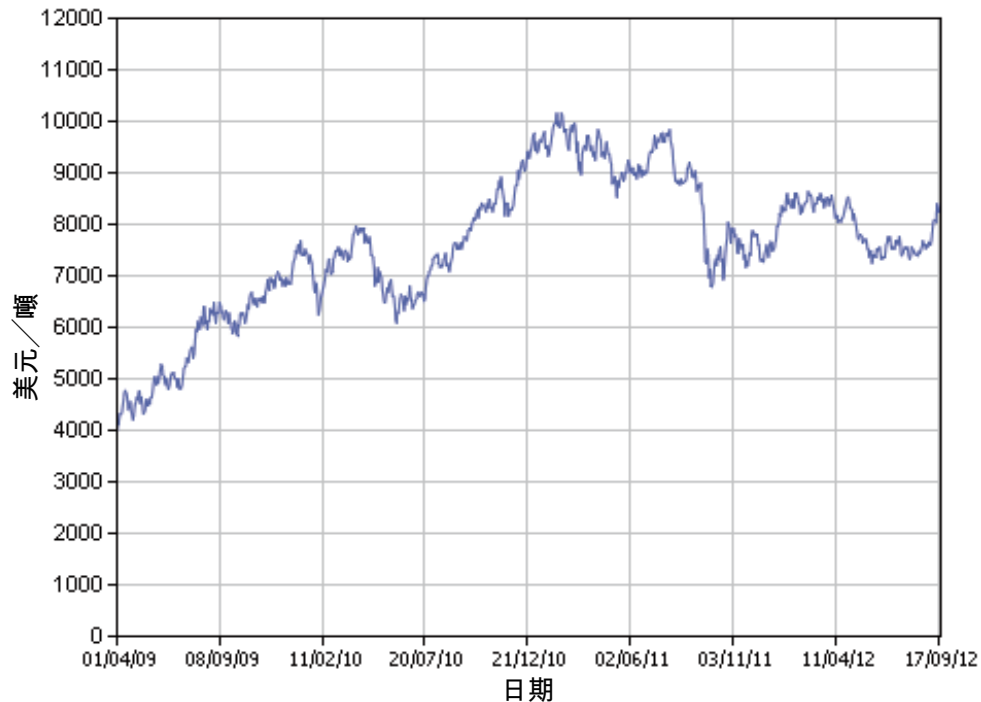
資料來源：國際貨幣基金

主要原材料的價格趨勢

本集團為製造流程所採購的原材料主要為電解片、不銹鋼、鐵、銅及鋁。本集團與我們的供應商乃參照倫敦金屬交易所報價就上述原材料訂立定價協議。由於電解片及鐵無直接市場報價，故我們乃參照倫敦金屬交易所鋼鐵報價的價格趨勢作為定價波動的基準。

銅的價格趨勢

銅的價格自往績記錄期間初至最後可行日期呈上升趨勢。銅的價格相較2010年而言，於2011年大幅上漲。自2010年至2011年間，倫敦金屬交易所三個月銅期貨的平均收市價上漲17.0%，即平均每噸8,835美元。受全球經濟影響，銅的價格於2012年上半年逐步下跌，而自2012年8月底起其價格水平顯示復甦跡象，當前交易價格為每噸8,202美元。



資料來源：倫敦金屬交易所

鋁的價格趨勢

根據自倫敦金屬交易所獲取的資料，鋁的價格自2009年至2011年呈上升趨勢，於2011年4月達致最高價每噸2,662美元後開始下跌。鋁的價格下跌乃由於受歐元區債務危機、日本地震及美國經濟復甦疲軟等負面因素影響所致。於最後可行日期，鋁的交易價格為每噸2,096美元。



資料來源：倫敦金屬交易所

鋼鐵的價格趨勢

鋼鐵的價格自往績記錄期間初的每噸約300美元急劇上漲至2011年的每噸約700美元。然而，受全球經濟環境影響，鋼鐵的價格於2011年末至2012年上半年期間急劇下跌。於最後可行日期，鋼鐵的當前交易價格為每噸335美元。



資料來源：倫敦金屬交易所

外判製造的全球趨勢

外判製造指企業將部分原本由內部處理的生產工序轉讓或指派外部專業製造商，而該等製造商能夠根據外判商的要求交付高質量的製成品和設計服務。

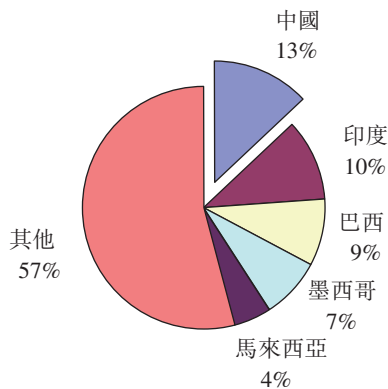
外判製造模式使企業能專注於其核心能力，並提升其適應變化的靈活性。外判製造工序已成為企業優化價值鏈、達致低成本和高質量產品目標的重大策略。

在市場競爭日趨激烈的情況下，為令到上游製造商擴大市場份額、降低生產成本、提升效率、縮短交付時間及提高產能，設計和產品開發工作通常亦同樣外判予外部製造商。因此，上游製造商可專注於品牌建立及拓展分銷渠道。

由於外判製造商專注於提升生產技術及降低生產成本，他們通常能夠在各項專門生產技術或方法上累積寶貴的專業知識。外判製造商亦為上遊製造商帶來豐富的設計、產品開發及生產技術等累積經驗。

外判製造服務先於歐洲及美國流行，其後於南美洲、東南亞及中國等低成本國家／地區日漸普及。根據賽迪報告，2011年全球外判製造行業的市場規模為約46,723億美元，其中5,950億美元來自中國，佔全球外判製造行業的規模約12.7%。

2011年以目的國家劃分的全球外判製造規模明細



資料來源：賽迪報告

通貨膨脹和勞工成本上升令到一些國家（例如中國）將若干外判製造工序遷移至發展中且低成本的國家（如印度、菲律賓和越南）。然而，這些國家的市場份額相對中國而言依然為低。

利用中國日益擴大的外判製造行業而積累和開發的技術提升，就技術知識而言，中國外判製造商已拉近與發達國家的距離。儘管成本上漲，中國主要外判製造商所積累和開發的經驗、基建和知識使到中國能夠維持其於外判製造行業的領導地位。

外判製造變成以服務為本

外判製造行業發展迅速，因而許多外判製造商能夠大幅提升生產技術和降低生產成本。然而，在中國等國家，製造業的中下游價值鏈仍然比較強大。因此，許多發展中國家的外判製造商開始注重發展上游製造能力。

外判製造商要取得成功，不單需要展示各個生產技術的能力，亦需要相當的服務水平。一般計量服務水平的準則包括：樣品製造速度及準確度、生產週期短、大規模生產新產品提高成功率和及時交付產品。

此外，於評估及選擇外判製造商時，外判製造商的管理控制系統、研發、產能、服務水平及環保方面均是列入考慮的重要範疇。

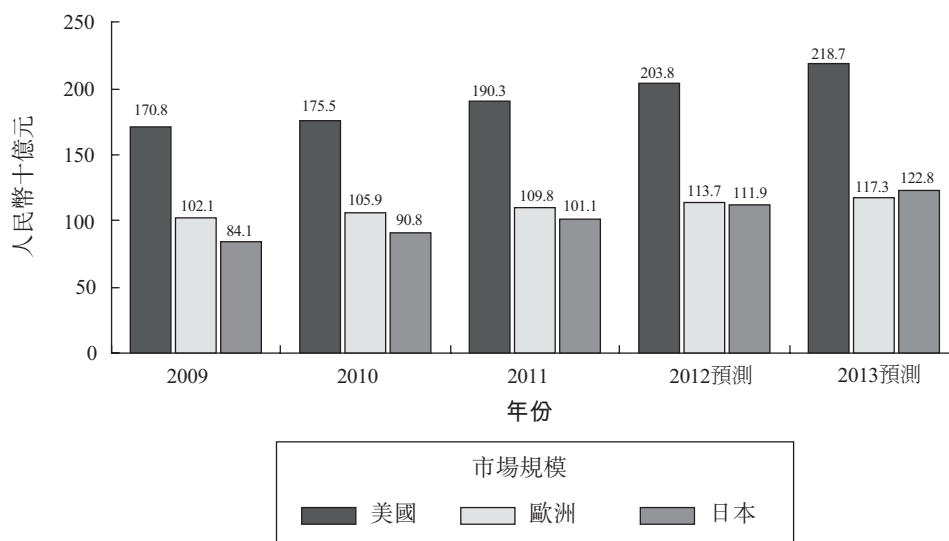
中國轉型為全球製造中心

中國的製造行業已由簡單原材料加工原始設備製造商模式，轉型至類似電子製造服務及原設計製造商的模式，即製造商的專業服務水平及終端市場的前景關係到製造商能否取得成功。中國製造行業的重心已由低複合產量大的產品（如電視機、傳統手提電話及數位光碟播放機）轉移至高複合小批量產品（如醫療及實驗室檢測設備、金融設備、辦公自動化及高端數碼消費電子）。

根據賽迪報告，中國作為全球製造中心，所製造的空調、MP3／MP4播放器及快擦型存儲器等多種產品佔據全球產能的重重大份額，而中國佔全球產出超過70%。

許多發達國家／地區諸如美國、歐洲和日本等持續將更多製造工序外判予中國等國家。下圖顯示中國的外判製造市場規模的趨勢和預測：

2009年至2013年中國外判製造市場的規模



資料來源：賽迪報告

美國為領先工業國家，於航天、航空、微電子、電腦、汽車製造行業擁有雄厚實力。美國為其中一個率先利用外判製造作為節省成本策略的國家。外判製造持續成為許多美國製造商的主要策略，而中國是美國主要外判製造夥伴國家之一。

數個歐洲國家的製造業開始萎縮。例如，英國的製造業僅佔其2011年的國內生產總值不足10%。然而，某些國家如德國，繼續維持其強大的製造業，而波蘭及匈牙利等東歐國家的製造業持續增長。

日本辦公自動化解決方案公司，例如愛普生(Epson)、富士施樂(Fuji Xerox)及理光(Ricoh)已於中國設置多條生產線。除若干液晶顯示屏及複合電子部件外，大部分其他部件均於中國製造。日本汽車製造商亦已持續提升中國的部件製造產能，藉以於業界保持競爭力。

行業高度分散

本集團所營運的行業高度分散。本集團的客戶於全球不同的國家設立總部及經營業務。因此，本集團不僅與全球的外判製造公司亦與客戶及潛在客戶的內部製造能力進行競爭。不同的外判製造商的製造實力亦有所不同，可能包括下列一項或多項：金屬沖壓、車削、車加工、機加工、塑膠模具和組裝。

誠如「行業概覽－外判製造業的全球趨勢」一節所載「2011年以目的國家劃分的全球外判製造規模明細」的圖表所闡述，外判製造業的五大國（即中國、印度、巴西、墨西哥及馬來西亞）僅分別佔全球市場13%、10%、9%、7%及4%的份額，而其他國家則佔餘下的57%。

由於行業的競爭狀況涉及全球不同的地域、行業參與者及內部製造實力，故現時並無提供有關特定行業參與者的市場份額有意義的具體統計數字。我們行業的眾多競爭對手，部分為在不同證券交易所上市的公司，該等公司所生產的產品組合及所服務的終端客戶有所不同。根據賽迪報告，2011年全球外判製造業的規模約為46,723億美元。

中國精密工程行業的發展

精密工程服務是一種較為成熟及全面的外判製造，涵蓋生產工序的所有層面：產品設計、樣品、製作模具、複合材料、複合精密生產工序、供應鏈管理、組裝、包裝及付運。

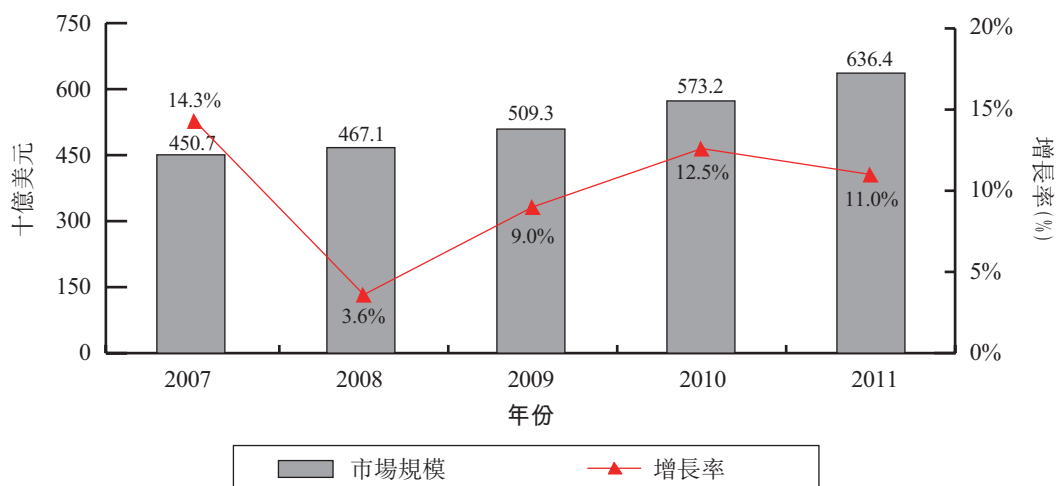
精密工程服務乃提供予各行各業的客戶。本集團著重的行業為醫療及實驗室檢測設備、金融設備、消費電子、辦公自動化、資料存儲及網路設備。

精密工程優質金屬部件對多種製成品而言是至關緊要的基本元件。精密工程部件的應用多樣化，正好說明其與全球宏觀經濟趨勢的相互關係。2008年爆發環球金融危機，全球製造業衰退，製成品需求下跌，大幅影響精密工程行業的增長。然而，全球精密工程行業於2008年保持3.6%的增長。精密工程行業的增長表現穩定，部分乃由於其終端客戶的性質多元化，從而減低行業的特定風險。

行業概覽

環球金融危機過後，各主要國家的政府推出刺激經濟方案，推動經濟復甦，從而加速精密工程行業的增長。根據賽迪報告，2011年全球精密工程行業已達到約6,364億美元，按年增長11.0%。

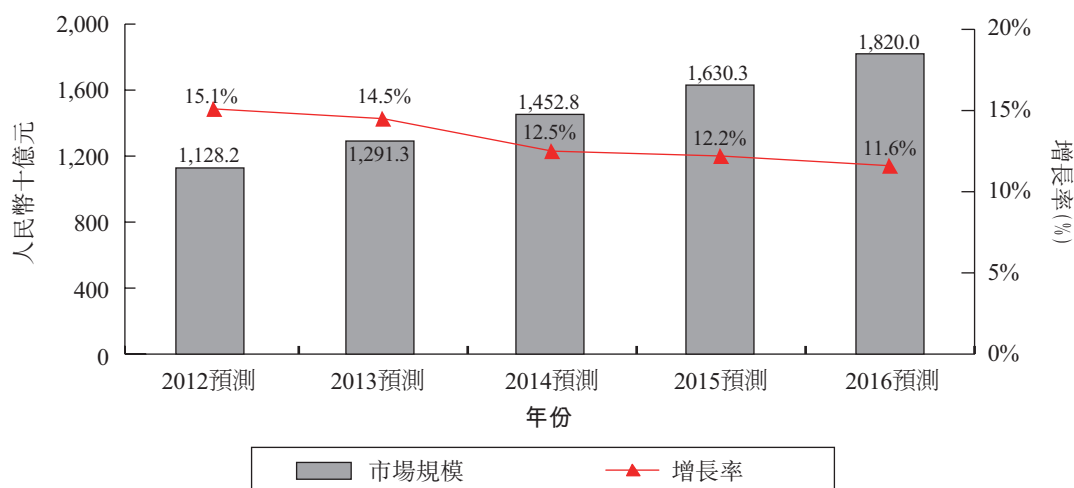
2007年至2011年全球精密金屬部件工程市場的規模及增長率



資料來源：賽迪報告

根據賽迪報告，預期全球精密金屬部件行業於2012年至2014年按高達10.8%的複合年增長率增長。預期下游產品增長將給中國精密金屬部件行業帶來直接好處。

2012年至2016年中國精密金屬部件工程市場的規模及增長預測



資料來源：賽迪報告

由於新科技及生產技術越來越超卓，製成品的複雜程度及精密要求亦隨之增加。生產技術變得更自動化及電腦化。技能及技術革新亦令到精密金屬部件的應用範圍擴大至消費電子、金融設備、通訊設備、航天及辦公自動化。

高複合小批量模式的重要性

市場競爭日趨激烈，上游製造商傾向更注重研發新產品特性及產品的外在包裝。專門或定製的產品模式日益增長，令到只有小批量的產品得以付運。因此，製造商須改為生產高複合產品類型、小批量及非標準化產品，然而此項生產模式就達致規模經濟而言並不理想。故此，要維持投資設備及採購原材料的效益越來越困難。具競爭力的精密工程服務供應商與一般原始設備製造商的分野，在於有關製造商能否完全擁有供應鏈能力以具競爭力的方式向客戶提供高複合小批量產品。

行業斷層令較為成熟的外判製造服務供應商獲得更大回報

根據賽迪報告，整體上，原始設備製造行業仍存在斷層，當中充斥許多小型公司，這些公司擁有的設備相當簡單，生產技術不成熟，而管理系統不完善。這些小型公司一般無法交付高精密或高質量產品。因此，中低檔終端市場的競爭激烈。有能力生產高精密高質量產品的公司受到客戶重視，因而獲得的溢利率較高。

醫療測試設備市場概覽

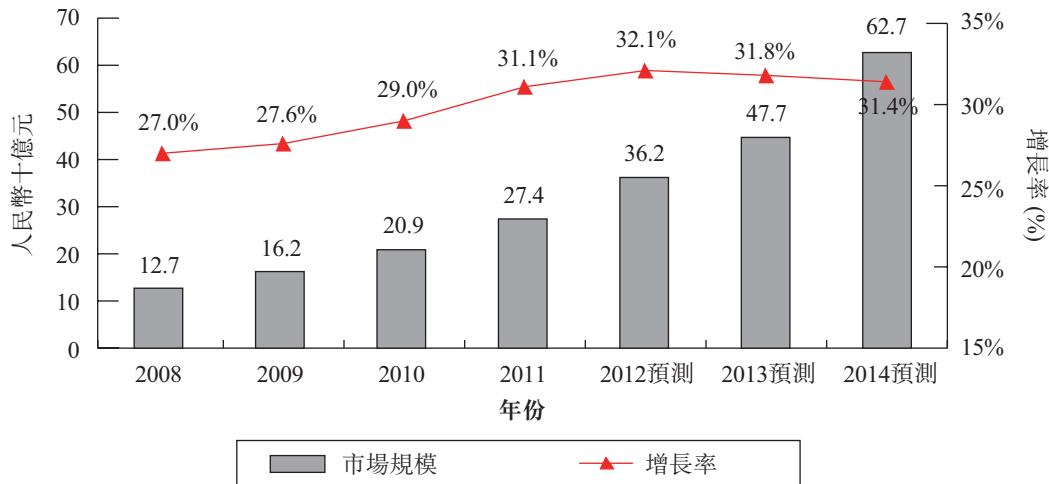
醫療設備市場

根據賽迪報告，醫療設備市場分為五大類別，即診斷設備、診治設備、醫療形像投射設備、消費者醫療設備及監測設備。

行業概覽

於2011年，全球經濟自環球金融危機恢復過來，需求不斷增加帶動全球電子醫療器材行業增長，全球醫療器材銷售達到917億美元，按年增長21.3%。

2008年至2014年中國醫療設備市場的規模及增長



資料來源：賽迪報告

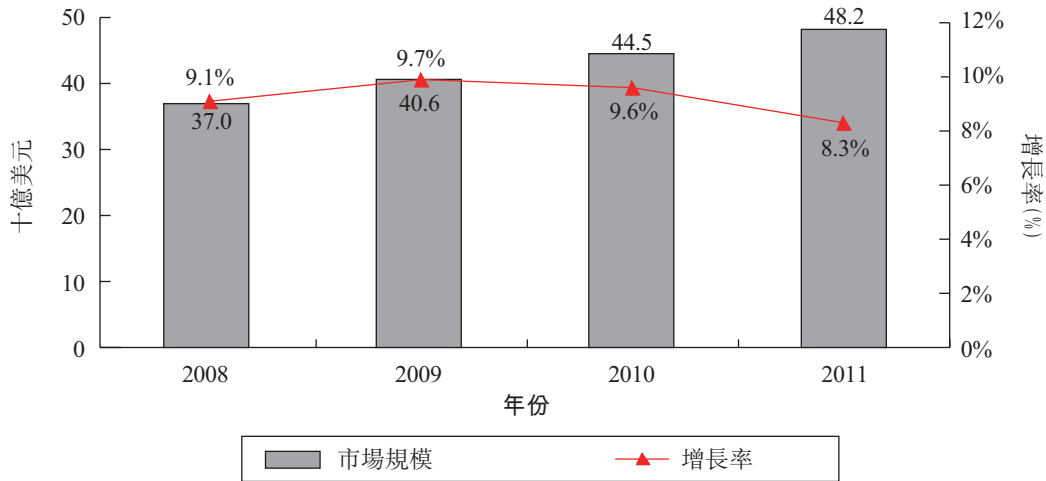
根據賽迪報告以及上表所載，中國醫療器材市場的規模由2008年的人民幣127億元增至2011年的人民幣274億元，複合年增長率為約28.6%。

隨著民眾對健康的意識及健康相關開支增加，醫療器材市場持續增長，2011年銷售總額達約人民幣274億元，按年增長31.1%。賽迪預期醫療器材市場的規模每年繼續以高於30%的比率增長，於2014年達約人民幣627億元。

測試設備市場

測試器材市場與醫療器材市場同時增長。測試器材的應用廣泛，涵蓋農業、能源、通訊、環境、材料、生物及醫療行業，以至全球測試器材銷售於2008年至2011年維持按年增長8.3%至9.7%不等。

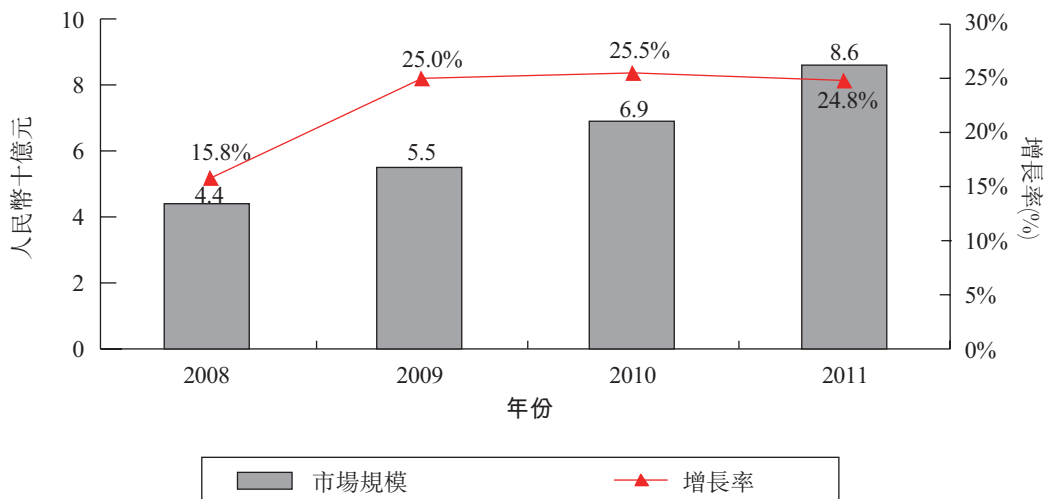
2008年至2011年全球測試設備市場的規模及增長



資料來源：賽迪報告

根據賽迪報告，於2011年，73%的中國測試器材乃由外國入口，而高端高精密測試器材由海外入口的趨勢尤其明顯。

2008年至2011年中國測試設備市場的規模及增長



資料來源：賽迪報告

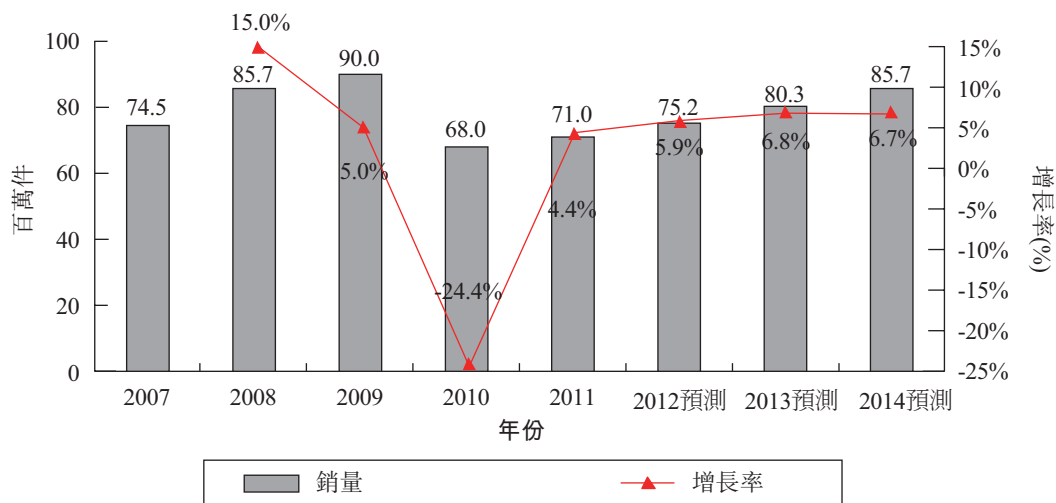
行業概覽

例如，Agilent Technologies, Inc. 於全球擁有最大的氣相色譜分析市場份額，利用其於中國的生產基地，佔據中低檔市場一大部分。

氣相色譜分析儀是本集團醫療測試設備分部的主要產品。氣相色譜分析設備的主要應用是石油及石化產品分析、環境分析、食品安全檢測、實驗室檢測及其他研究用途。

近幾年來，食品安全及環保事故愈來愈頻繁發生。於2008年及2009年發生的數起影響廣泛的食品安全事故，使情況進一步惡化。根據賽迪資料，該等事故部分乃由於醫療及實驗室測試設備需求快速增長。然而，由於中國經濟增長於2009年短暫下滑，加上如過度需求、單價高企及高額的資本投資等因素，導致2010年氣相色譜設備的銷售額顯著回落。儘管如此，賽迪預計，氣相色譜分析設備的需求將趨於穩定，並自2011年起逐步恢復，主要考慮的理由包括：(i)石油及石化產品增長；(ii)研究機構需求穩定；(iii)環保及食品安全乃長期性問題；及(iv)推出新型氣相色譜分析設備。

2007年至2014年中國氣相色譜分析市場的規模及增長



資料來源：賽迪報告

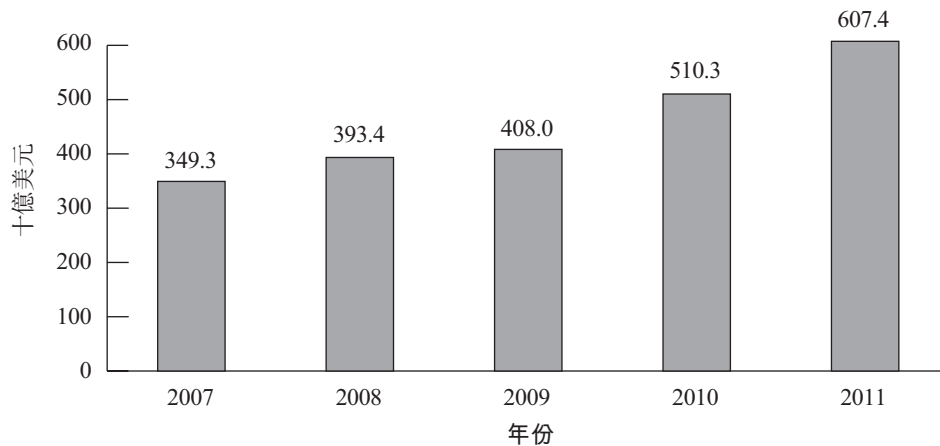
消費電子產品市場概覽

自2010年，隨著經濟自環球金融危機恢復過來，消費電子產品市場亦開始復甦。北美、西歐、日本及南韓的主流品牌正帶領復甦浪潮。中國等新興市場的消費電子產品製造持續展現強勁增長。

行業概覽

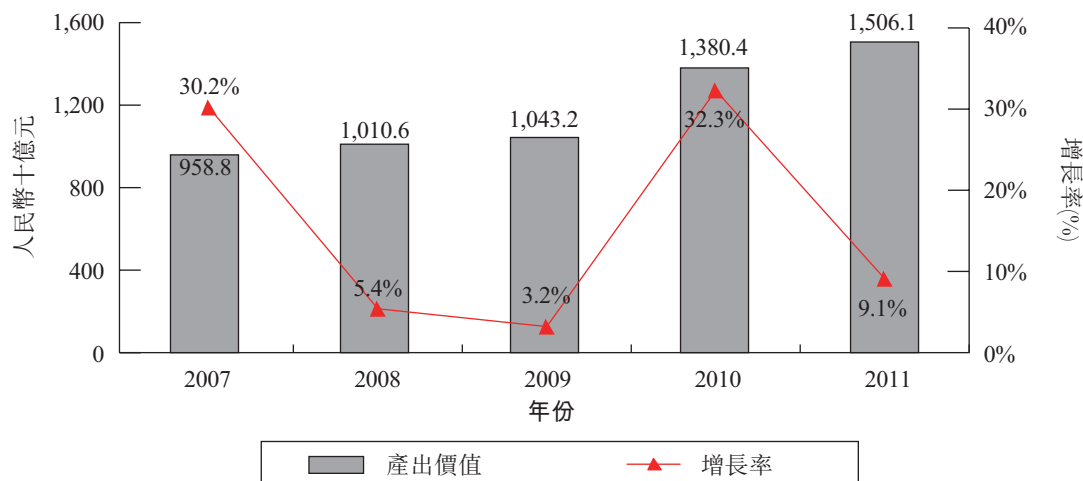
於2011年，全球消費電子產品產出總數達2,346.0百萬件，較2010年增加10.6%。於2011年，隨著新科技出現，售價上升的新產品出市，全球銷售額達到6,074億美元，較2010年上升19.0%。特別是，新型平板電腦的熱潮加速消費電子產品市場的增長。根據賽迪報告，全球平板電腦產出總值已由2010年的127億美元增至2011年的363億美元。

2007年至2011年全球消費電子產品銷售額



以消費電子產品計算，中國是全球最大的生產基地和第二大消費市場。於2011年，約有1,669.4百萬件消費電子產品於中國製造，比上年度增加5.1%。2011年中國消費電子產品市場達到人民幣15,061億元，按年增加9.1%。

2007年至2011年中國消費電子產品產出價值及增長

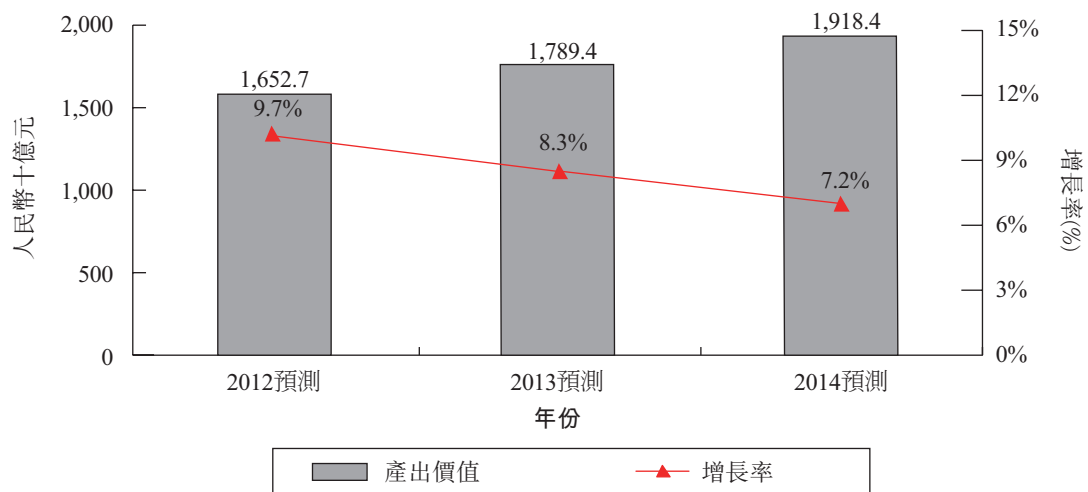


資料來源：賽迪報告

行業概覽

根據賽迪報告，消費電子產品市場的規模將繼續擴大。特別是，最近流行的平板電腦市場之全球產出價值於2011年達至363億美元。由於中國是全球消費電子行業的生產基地，預期消費電子產品對精密工程金屬部件的需求亦相應增加。賽迪預測2012年中國消費電子產品產出將達到1,790百萬件，較2011年上升約7.3%。隨著產品提升及消費電子產品應用越趨廣泛，消費電子產品的整體平均售價有所提升。2012年消費電子產品產出總額達人民幣16,527億元，較2011年上升9.7%。賽迪預期截至2014年三年內中國消費電子產品產出將按複合年增長率7.0%增長。截至2014年，中國消費電子產品產出將超過2,045百萬件，產出總值將達到人民幣19,184億元。

2012年至2014年中國消費電子產品產出價值及增長預測

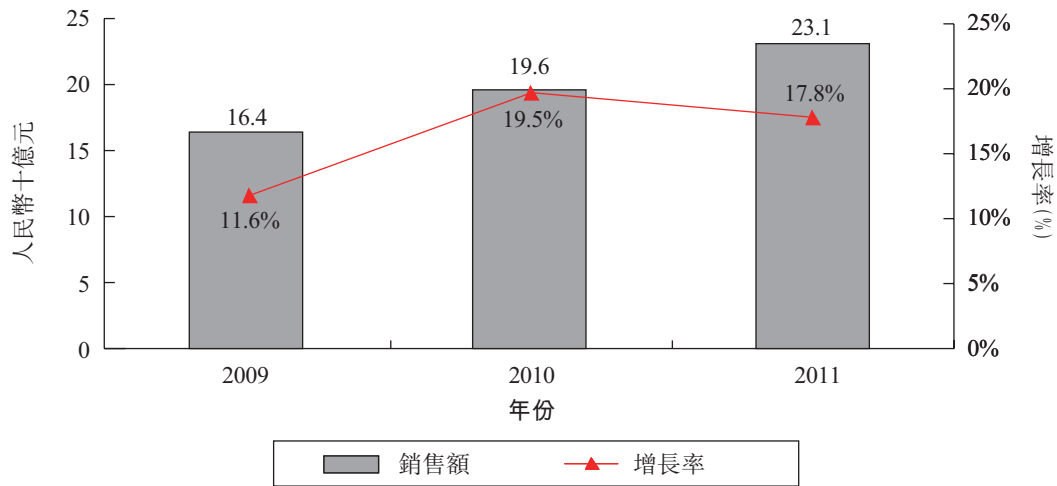


資料來源：賽迪報告

金融設備市場概覽

於2011年，全球金融設備產品的銷售額達241億美元，較上年度增加8.3%。於2011，美國和歐洲的金融設備市場的增長率相比亞洲市場的增長率為慢。2011年美國和歐洲市場的銷售額分別為75億美元和67億美元，按年增長率分別為6.8%和6.2%。然而，同年日本和亞太區（日本除外）的銷售額分別為45億美元和55億美元，按年增長率分別為9.2%和12.0%。

2009年至2011年中國金融設備銷售額及增長



資料來源：賽迪報告

2010年至2011年按地域劃分的電子金融設備銷售額及增長

國家／地區	2010年銷售額 (十億美元)	2011年銷售額 (十億美元)	增長率
美國	7.0	7.5	6.8%
歐洲	6.3	6.7	6.2%
日本	4.1	4.5	9.2%
亞洲（日本除外）	4.9	5.5	12.0%

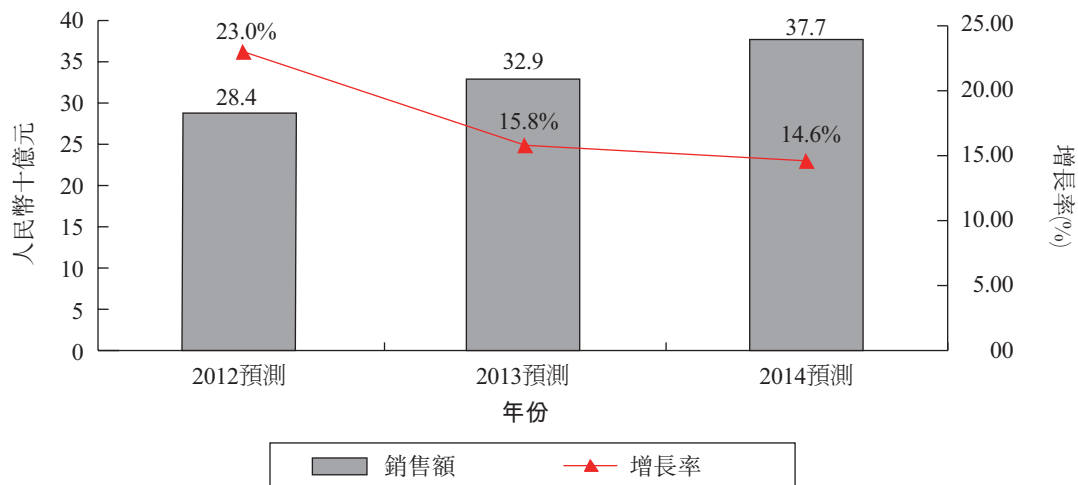
資料來源：賽迪報告

行業概覽

在中國，由於貨幣流通量逐漸增加而中國經濟持續增長，金融設備的需求強大，增長穩定。中國政府有關的研發及提升貨幣處理設備的政策進一步推動中國金融設備市場的發展。中國金融設備市場的銷售總額於2011年達到人民幣231億元，較上年度增加17.8%。

於2010年，隨著於地鐵站沿線經營的銀行、銀聯標準卡服務站及其他個人理財服務日漸流行，金融機構更注重發展及推動個人理財服務，如自動提款機和自助終端產品。為金融結算服務目的而製造的金融設備的銷售額於2011年達到人民幣129億元，佔該年度中國金融設備市場銷售總額的約55.7%。於2011年，中國金融設備市場的規模為約人民幣231億元，當中約一半由六大公司佔據。

2012年至2014年中國金融設備市場份額及增長預測



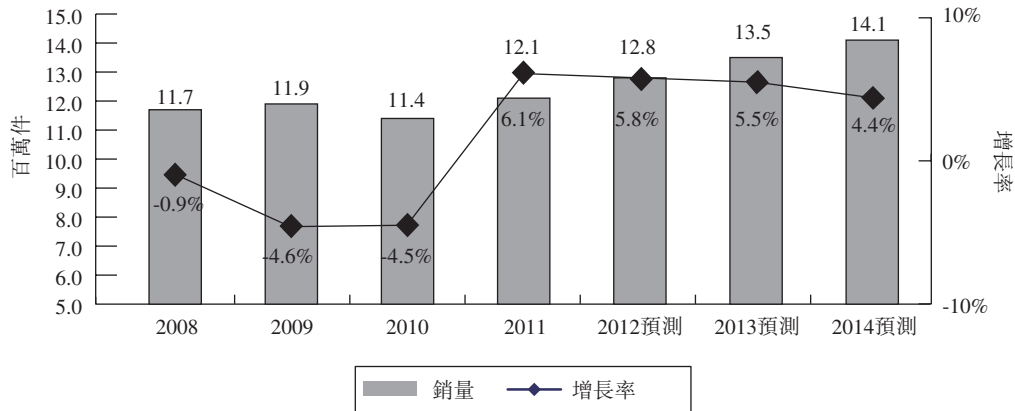
資料來源：賽迪報告

賽迪報告預期由2012年至2014年金融結算設備的需求將維持在高水平。然而，自動提款機、自助終端機及相關設備的需求增長或會放緩，此乃由於該等系統將於2013年完成升級。中國的金融結算設備銷售額預期於2014年達到人民幣377億元。

辦公自動化市場概覽

於2011年，全球辦公自動化及印刷用品市場規模反彈5.5%至802億美元，主要歸因於多功能機器及打印機的需求有所回升。然而，2011年中國辦公自動化市場隨著市場需求漸趨穩定而有所增長，賽迪預計2011年至2013年將會略緩但穩定復甦（如下圖說明）。

2008年至2014年中國辦公自動化市場的規模及增長



資料來源：賽迪報告

註：此數據不含印刷耗材

根據賽迪報告，2011年中國辦公自動化及印刷用品銷售總額為人民幣472億元，較上年度增加1.8%。銷售總額隨後於2011年恢復約5.5%，歸因於多功能機器及影印機的需求有所回升。然而，同年多功能機器及影印機銷售額分別增加25.1%及6.2%。多功能機器越來越受歡迎，主要原因是購買個別機器的成本增加，購買多功能機器是節省成本的解決方法。

行業概覽

2009年至2011年中國辦公自動化及印刷用品市場銷售額及增長

產品類型	2009年		2010年		增長率	2011年		增長率
	銷售額 (人民幣 十億元)	市場份額 (%)	銷售額 (人民幣 十億元)	市場份額 (%)		銷售額 (人民幣 十億元)	市場份額 (%)	
打印機	9.64	19.6	8.94	19.3	-7.2	9.17	19.4	2.5
多功能機器	3.45	7.0	4.29	9.3	24.3	5.36	11.4	24.9
影印機	3.49	7.1	4.36	9.4	25.0	4.64	9.8	6.4
傳真機	1.03	2.1	1.04	2.2	1.0	1.07	2.3	2.9
掃描器	0.35	0.7	0.32	0.7	-8.6	0.30	0.6	-6.3
印刷用品	31.23	63.5	27.41	59.1	-12.2	26.67	56.5	-2.7
總計	<u>49.19</u>	<u>100</u>	<u>46.36</u>	<u>100</u>	<u>-5.8</u>	<u>47.21</u>	<u>100</u>	<u>1.8</u>

資料來源：賽迪報告

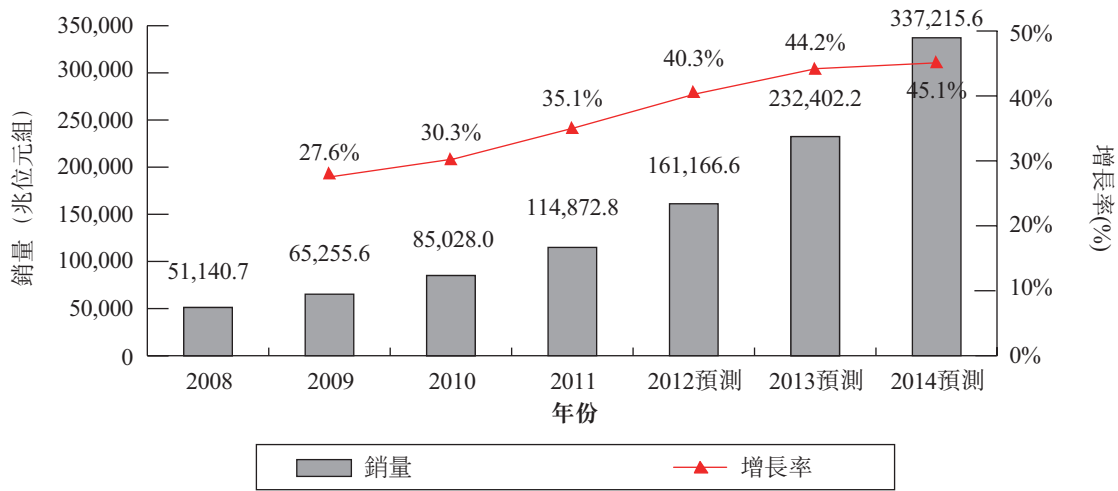
在日本辦公自動化及印刷用品市場方面，除多功能機器及影印機的銷售額各自增加6.1%及8.1%外，2010年所有其他產品的銷售額相比上年度均有所下跌。

於2011年，向家庭用戶出售多功能機器的銷量較上年度上升0.8%，達487,000件。向教育界客戶出售多功能機器亦錄得增長，較上年度增加10.3%。

網路及資料存儲市場概覽

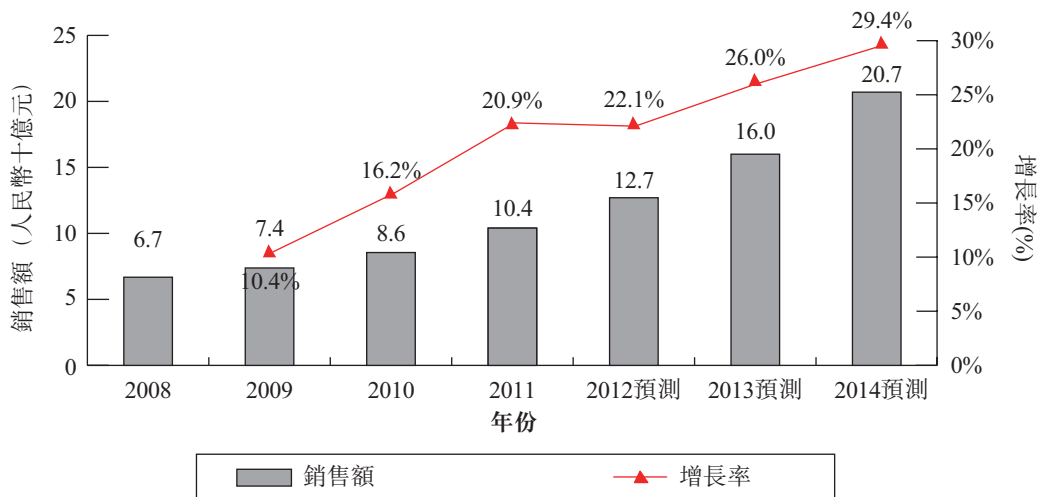
根據賽迪報告，光碟資料存儲系統包括非裝嵌式伺服器類型管理員光碟存儲系統及網路光碟存儲系統，但不包括存儲管理軟件及相關服務。2011年中國光碟資料存儲系統的總付運量達致114,872兆位元組，較上個年度相當於35.1%的增長，而2011年總銷售額增長21.3%達致人民幣103.7億元。中國網路及資料存儲產品的需求則受惠於如金融、通訊及政府機構等行業的資訊科技系統發展步伐加快。

2008年至2014年中國光碟資料存儲系統市場的規模及增長



資料來源：賽迪報告

2008年至2014年中國光碟資料存儲系統的銷售額及增長



資料來源：賽迪報告

如上圖所示，就銷量及銷售額而言，中國光碟資料存儲系統市場於過去三年不斷高速增長。賽迪預計，主要鑑於中國國內生產總值的預計增長、中國宏觀政策鼓勵大規模投資，利率及貨幣趨勢以及中國國家及市級政府進行固定資產投資，市場於2012年至2014年將會進一步增長。