

下文的資料及統計數字乃摘錄自官方出版物及我們委託Ipsos於2013年12月11日編製的行業報告（「Ipsos報告」）。除下文所述的Ipsos報告外，本集團、其關連人士或參與全球發售的任何其他方概無委託任何有關第三方來源。摘錄自Ipsos報告的資料及統計資料反映根據Ipsos的研究及分析而對市況作出之估計。該等資料及統計資料或與其他在中國境內外編製的資料及統計資料不一致。有關編製Ipsos報告所用的來源、方法、基準及假設的討論，請參閱本招股章程「—資料來源」一節。至於有關本行業的風險的討論，請參閱本招股章程「風險因素—有關本行業的風險」一節。

我們相信Ipsos報告為下列資料（包括行業及我們業務的前瞻性資料）的合適來源。我們已合理審慎摘錄及轉載該等資料。我們及獨家保薦人並無理由相信有關資料屬虛假或具誤導性，或遺漏任何重大事實致使有關資料屬虛假或具誤導性。我們或獨家全球協調人、獨家保薦人、獨家賬簿管理人、我們或其各自的聯屬人士或顧問、或參與全球發售的任何其他方均無獨立核實該等資料，且並無對其準確性、完整性或公平性發表聲明。

資料來源

就全球發售而言，我們委託一間獨立市場情報公司Ipsos對注塑模具製作及注塑行業進行行業回顧及競爭分析。注塑是通過使用注塑模具製造注塑組件的過程。Ipsos提供一份2013年12月11日標題為「中國精密模具及精密注塑的市場格局及競爭分析」的報告。我們已就編製委託報告產生總共約338,000港元的費用及開支，我們認為這符合市場價格。是項金額的付款與我們的全球發售是否成功及Ipsos報告的結果無關。除Ipsos報告外，我們並未委託製作與全球發售有關的任何其他報告。

Ipsos為一間市場研究公司，對市場概況、市場規模、市場份額及市場細分分析、分銷及價值分析、競爭追蹤及公司情報進行研究。由於我們相信摘錄自Ipsos報告的若干資料有助有意投資者了解相關市場，因此已將該等資料載入本招股章程。

Ipsos的獨立研究乃透過一手及二手資源而進行。一手研究包括對注塑模具及注塑行業的詳細分析、多個政府當局及行業協會的數據及資料。二手研究包括審閱公司報告、獨立研究報告及以Ipsos本身的研究資料庫為基礎的數據。於Ipsos的研究過程中，整體研究結果的準確性或會受到假設及研究參數的選擇影響。

Ipsos報告乃根據假設沒有外部衝擊（如自然災害或疾病的爆發）會影響注塑模具及注塑行業的供需而編製。其亦根據預計中國的經濟增長將從先前時期放緩，且根據中國政府編制的「十二五規劃」，自2011年至2015年，其國內生產總值將按平均國內生產總值增長率約7.0%增長的基準編製。

請參閱「風險因素—本招股章程內所載若干行業及其他資料及數據源自未經我們核實的公開政府及官方資料及由我們委託製作的市場研究報告」一節。我們無法向閣下保證本招股章程中源自獨立第三方（例如政府刊物、市場數據供應商及Ipsos報告）獲得的因素、預測及統計資料準確完整。

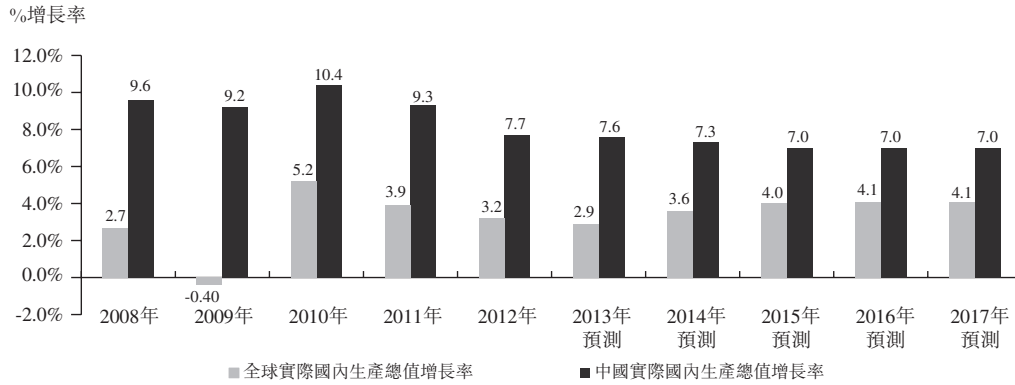
全球經濟及中國經濟概覽

根據國際貨幣基金組織（「國際貨幣基金組織」），全球實際國內生產總值於2009錄得減幅0.4%，其後於2010年回升至5.2%及於2011年下降至3.9%，並進一步降至2012年的3.2%。中國的實際國內生產總值增長於期內經歷了同樣的趨勢，但錄得的增長率比全球實際國內生產總值的增長率要高。中國的實際國內生產總值的增長率於2008年至2012年期間介乎7.7%至10.4%。

國際貨幣基金組織預測全球實際國內生產總值的增長率於2013年、2014年、2015年、2016年及2017年分別為2.9%、3.6%、4.0%、4.1%及4.1%。國際貨幣基金組織預測，自2013年至2017年，中國的實際國內生產總值的增長率會繼續超過全球國內生產總值的增長率及介乎7.0%至7.6%。

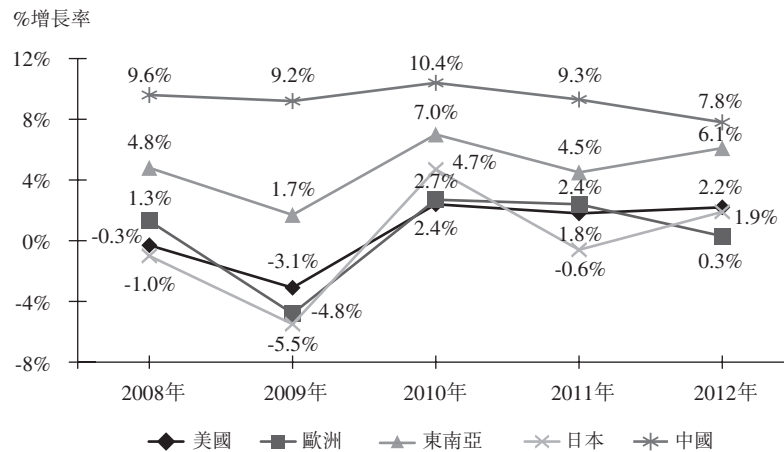
行業概覽

下表分別載列2008年至2012年中國及全球的過往實際國內生產總值及國內生產總值增長率，及2013年至2017年中國及全球的預測實際國內生產總值及國內生產總值增長率。



資料來源：國際貨幣基金組織

下表載列於2008年至2012年美國、歐洲、中國、日本及東南亞的過往實際國內生產總值增長率：



資料來源：世界銀行；國際貨幣基金組織；Euromonitor；歐盟統計局；經合組織；美國；Ipsos報告

除上圖所示外，中國的實際國內生產總值由2010年的10.4%降至2012年的7.8%，但較其他主要經濟體（如歐洲由2.7%降至0.3%）呈現較高增長。於2011年至2012年美國、日本及東南亞的實際國內生產總值均呈現上升趨勢，顯示經濟從2009年的金融危機中復甦。

注塑模具製作及注塑行業簡介

注塑模具製作及注塑概覽

根據Ipsos報告，塑膠模具可按功能分為六類，包括注塑模具。注塑模具為一種用於製造注塑組件的注塑工序的鏤空塊狀物。液態塑膠注入該模具，隨後在模具內部變硬，同時塑膠變成模具形狀。

於2012年，注塑模具佔中國塑膠模具市場的約50.0%，乃由於注塑需要注塑模具，且注塑為製造注塑組件最為常用的方法。

注塑為通過將溶解的塑膠樹脂注入注塑模具生產注塑組件的一種製造工序，其乃為大量生產定制物的理想方法。注塑可用於製作USB閃存、智能手機配件、醫療用品（如一次性注射器）、會議電話終端機、家用電器（如洗衣機及冰箱）等產品及其他注塑產品。

注塑過程一般僅需15至60秒，可實現高效生產。生產操作亦可自動化。此外，注塑製造的產品在顏色、形狀及大小方面各不相同，從手機按鍵等較小組件到汽車整體車身等較大組件不等。目前，注塑已廣泛應用於交通運輸、包裝業、通訊、建築、家用電器、汽車、計算機、航天及軍事領域等各行業。由於注塑模具成本較高，因此不適合小批量生產。

中國大部分注塑模具製造商及注塑組件製造商位於珠江三角洲及長江三角洲附近。長江三角洲的模具行業自二十世紀九十年代發展迅速。中國的若干省份及城市專門亦從事特定領域的模具開發。例如，家用電器模具製造商主要位於中國浙江省。

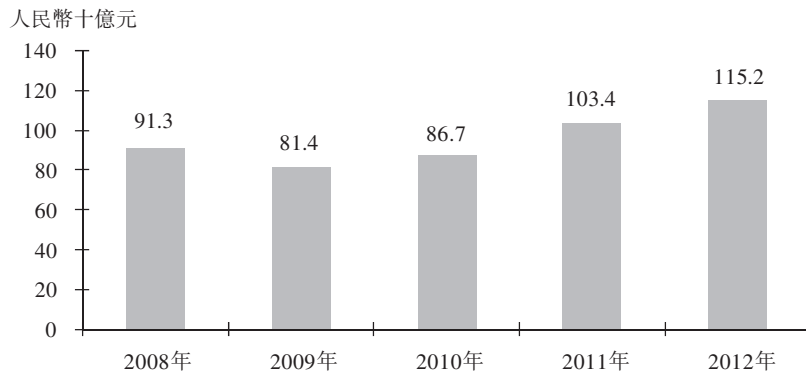
注塑模具及注塑行業分部的產值

注塑模具的估計全球產值由2008年的約人民幣913億元增長至2012年的約人民幣1,152億元，複合年增長率約為6.0%。同期，通過注塑製造的塑膠產品的估計全球產值由2008年的約人民幣10,126億元增長至2012年的約人民幣18,534億元，複合年增長率約為16.3%。

行業概覽

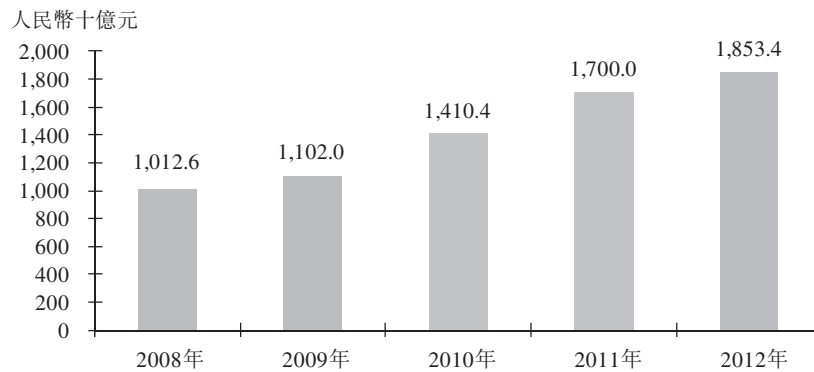
於2008年至2010年全球經濟危機期間，由於全球塑膠消費的下跌，兩個行業分部的全球產值均有所下降。然而，相較於注塑模具的全球產值，通過注塑製造的塑膠產品的全球產值受全球經濟危機的影響較小，原因是注塑行業與多種不同行業有關聯，從而消除了影響。

2008年到2012年注塑模具的估計全球產值載列如下：



資料來源：Ipsos報告

2008年至2012年注塑產品的估計全球產值載列如下：



資料來源：Ipsos報告

注塑模具製作及注塑行業分部的主要競爭者

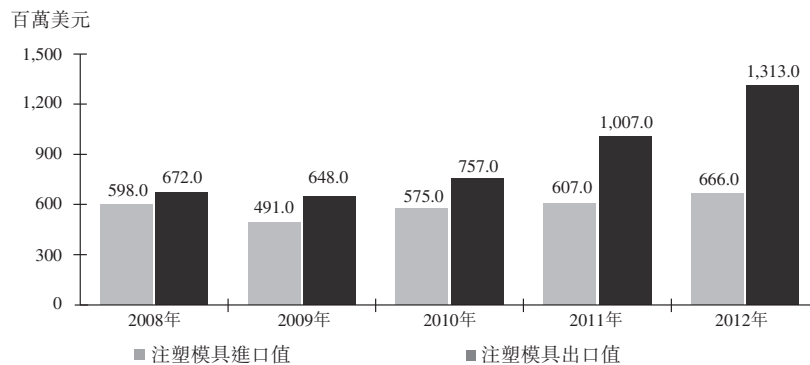
過往，美國及德國為使用注塑工序製造注塑模具及注塑組件全球產能最高的兩個國家。然而近幾年來，由於中國低廉的勞動力成本，外資企業新興起將製造基地搬遷至中國，並增加於中國注塑模具製作及注塑行業分部投資的趨勢。

行業概覽

於2012年，全球注塑模具的生產產值為人民幣1,152億元，歐洲國家、美國及中國分別佔全球生產總值的31%、30%及22%。於通過注塑製造的注塑組件的全球產值方面，美國、歐洲國家及中國分別佔全球生產總值的30%、27%及28%。

自2008年至2012年，中國注塑模具的進出口值分別以約2.7%及18.2%的複合年增長率增長。由於全球金融危機，注塑模具的進出口值於2009年有所下跌。自2010年起，注塑模具的進出口值均再次迅速增長，尤其是出口值，此乃主要由於(i)海外市場的需求增加；及(ii)中國模具製造商的競爭力提高，原因是技術改進導致成本效益及質量提升，及(iii)工業化國家為降低生產成本將其生產基地遷移至中國。

2008年至2012年中國注塑模具的進出口總值載列如下：

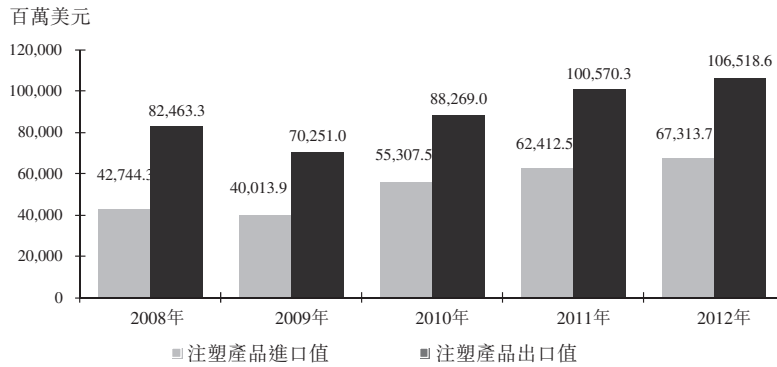


資料來源：中國海關

行業概覽

與注塑模具製作市場相似，由於全球金融危機，通過注塑製造的注塑組件的進出口值自2008年至2009年分別有所下跌。由於國內及出口需求的反彈，進出口值自2010年再次上升。此外，於過往幾年，中國於該分部的進口值增幅超過該分部的出口值，表明中國注塑行業在通過注塑製造若干塑膠產品方面仍為薄弱。

2008年至2012年中國注塑產品的進出口總值載列如下：



資料來源：中國海關

中國注塑模具製作及注塑分部概覽

中國注塑模具分類

根據《中華人民共和國國家標準GB/T14486-2008—塑料模塑件尺寸公差》，注塑模具可按MT1至MT7的精密度分級，其中MT1最為精密（公差水平最低），而MT7最不精密（公差水平最高）。

依據下表概述的要素，按照中國市場常規，精密度為MT3或以上的注塑模具可進一步分類為高效模具或標準模具：

種類	特點	應用
高效模具	尺寸相對較小，型腔數目相對較多，結構設計相對簡單且在注塑組件製造過程中的生產週期相對較短	包裝產品、數碼產品及醫療產品
標準模具	尺寸相對較大、型腔數目相對較少、結構設計相對複雜且每個模具擁有相對較多數目的組件	汽車零件、家用電器、辦公設備及工業產品

資料來源：Ipsos報告

中國通過注塑製造的注塑組件的分類

依據下表概述之要素，通過使用精密度為MT3或以上的注塑模具注塑製造的注塑組件亦可進一步分類為兩種類型：

種類	特點	應用
通過高效注塑製造的注塑組件	<ul style="list-style-type: none">• 採用高效模具製造• 面向及用於消耗率高的產品• 尺寸相對較小，生產週期較短• 通常以相對更高的量進行批量生產	醫療耗材、包裝、數碼相機及手機
通過標準注塑製造的注塑組件	<ul style="list-style-type: none">• 通過採用標準模具製造• 尺寸相對更大，生產週期較長• 通常涉及相對更為複雜的二次加工	建築材料、汽車部件、家用電器、硬件、玩具、大型醫療設備及其他日用品

資料來源：Ipsos報告

通過特種注塑製造的注塑組件分類

特種注塑涉及對傳統注塑工序的多項修改，以達到預期的視覺及質量要求。特種注塑方法包括下列類型：

- **模內裝飾注塑(IML)**。模內裝飾注塑可使待嵌入的所需圖案及標誌成為注塑組件的一部分。模內裝飾注塑的實現是通過將印有所需圖案或標誌的薄膜放入注塑模中，從而在注塑過程中同時壓印該圖案或標誌。生產塑膠部件中使用模內裝飾注塑技術印製的圖案和標誌通常更耐磨，且比噴塗在注塑組件上的圖案和標誌顏色更加豐富。
- **雙色注塑**。雙色注塑的不同在於可在同一注塑工序中使用兩種不同顏色或兩種不同類型的塑膠樹脂，從而增強了注塑組件的視覺效果。
- **無痕注塑(RHCM)**。RHCM是一項相對較新的快速加熱和冷卻模具的注塑技術。該工序使注塑組件與傳統的注塑相比具有更好的視覺效果，通常用於生產表面有光澤或較柔滑的注塑組件。

通過特種注塑製造的典型產品包括視頻遊戲設備及智能手機外殼的注塑組件。

中國注塑模具製作及注塑分部的市場分析

中國注塑模具製作分部的市場規模

於2012年，精密度為MT3或以上的注塑模具的產值達人民幣253億元，或中國注塑模具總產值的41.0%。於2012年精密度為MT3或以上的注塑模具的總產值中，高效模具貢獻人民幣99億元或39%，及標準模具貢獻人民幣154億元或61%。

中國注塑分部的市場規模

根據Ipsos報告，於2012年，通過高效注塑和標準注塑製造的注塑組件的總產值達約人民幣5,189億元，佔中國通過注塑製造的注塑組件的總產值的約58%。於2012年通過注塑製造的注塑組件的總產值中，高效注塑產品總產值達人民幣1,805億元，而通過標準注塑製造的注塑組件為人民幣3,383億元。

於2012年，就高效和標準注塑產品產值而言，中國位居全球第二，佔全球產值的約28.0%。

產值

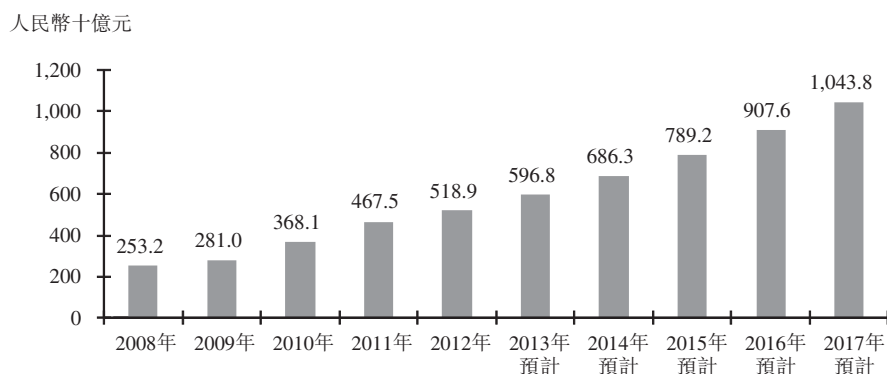
自2008年至2012年中國精密度為MT3或以上的注塑模具的估計總產值及自2013年至2017年中國精密度為MT3或以上的注塑模具的預計總產值載列如下：



資料來源：中國國家統計局，Ipsos報告

行業概覽

自2008年至2012年中國通過高效和標準注塑模具製造的注塑組件的估計總產值及自2013年至2017年中國通過高效和標準注塑模具製造的注塑組件的預計總產值載列如下：



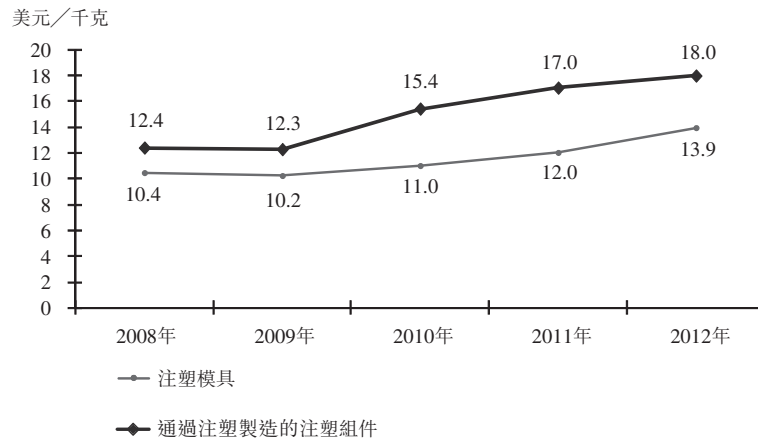
資料來源：中國國家統計局，Ipsos報告

中國精密度為MT3或以上的注塑模具的總產值自2008年的約人民幣164億元增長至2012年的約人民幣254億元，複合年增長率約為11.5%。中國通過高效和標準注塑製造的注塑組件的總產能自2008年的約人民幣2,532億元增長至2012年的約人民幣5,189億元，複合年增長率約為19.7%。該行業在2009年及2012年因全球金融危機及歐洲債務危機遭遇衰退。因此，相較2010年至2011年的複合年增長率分別為30.1%及26.3%，於2009年至2012年，精密度為MT3或以上的注塑模具及通過高效和標準注塑製造的注塑組件的總產值分別以約10.7%及11.0%的複合年增長率增長。2010年至2011年的強勁增長乃主要由於下游需求強勁及銷售價格上漲所致。

根據Ipsos報告，預計中國精密度為MT3或以上的注塑模具的總產值將自2013年的約人民幣279億元增長至2017年的約人民幣408億元，複合年增長率約為10.0%，而通過注塑製造的中國注塑組件的總產能預計將由2013年的約人民幣5,968億元增長至2017年的約人民幣10,438億元，複合年增長率約為15.0%。兩個分部產值的增長乃主要由於受(i)預期的全球經濟復甦；及(ii)旨在升級並改進注塑行業產品質量及生產技術水平的中國政府政策（誠如十二五規劃所載）的驅動，國內需求的強勁增長所致。

平均出口價格趨勢

2008年至2012年中國通過注塑製造的注塑模具及注塑組件的平均出口價格載列如下：



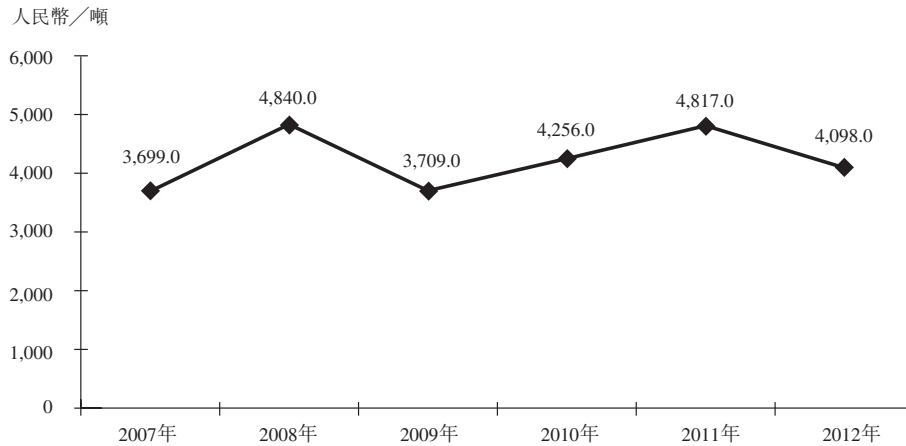
資料來源：中國海關，Ipsos報告

通過注塑製造的注塑模具及注塑組件的平均單價於近幾年來一直上漲。出口注塑模具的平均價格自2008年的每千克約10.4美元增長至2012年的每千克約13.9美元，複合年增長率約為7.5%。同期，通過注塑製造的出口注塑組件的平均價格自2008年的每千克約12.4美元增長至2012年的每千克約18.0美元，複合年增長率約為9.8%。該等增加乃主要由於生產成本增加及中國製造商轉向價格更高的產品。

主要原材料的價格趨勢

生產注塑模具的一項主要原材料為鋼材。

自2007年至2012年鋼材在中國的平均價格載列如下：



附註：中國眾多類型鋼材產品之一的全國普通高速綫材 ϕ 6.5mm價格走勢。

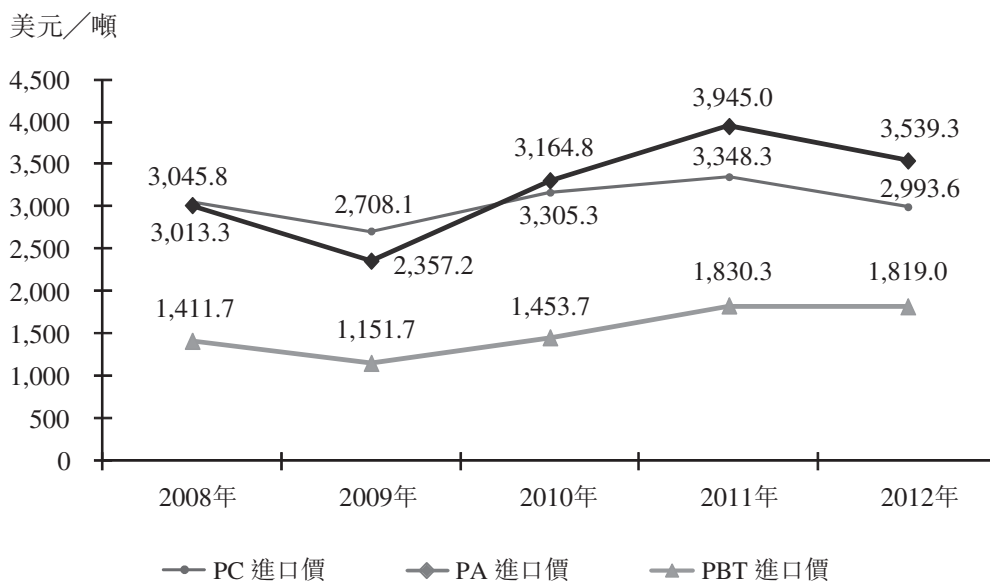
資料來源：中國商務部

鋼材的平均年度價格由2007年的每噸約人民幣3,699元增長至2012年的每噸約人民幣4,098.0元，複合年增長率約為2.1%。自2007年至2008年，鐵礦石等上游原材料價格飆升，加上對鋼材的強勁需求，使中國鋼材的價格於2008年增長30.8%至每噸約人民幣4,840.0元。於2012年，由於全球經濟衰退及工業生產需求放緩，鋼材的平均年度價格下跌約14.9%至每噸約人民幣4,098元。

通過使用高效及標準注塑模具製造注塑組件通常使用的主要原材料為塑膠樹脂，即聚碳酸酯（「PC」）、聚醯胺（「PA」，通常亦稱之為尼龍）及聚對苯二甲酸丁二酯（「PBT」）。

行業概覽

自2008年至2012年中國PC、PA及PBT的平均價格載列如下：



資料來源：中國塑料現貨價格指數

該等主要原材料的市價與全球經濟密切相關。於2009年，受全球金融危機影響，耐用品需求疲軟，這對全球工程注塑行業造成不利影響。因此，2008年至2009年PC、PA及PBT的價格下跌。於2010年至2011年期間，由於原材料價格上漲及下遊產業需求強勁，2011年PC、PA及PBT的價格分別反彈至每噸約3,348.3美元、3,945.0美元及1,830.3美元。2012年，由於歐洲債務危機及全球經濟低迷，PC、PA及PBT的價格再度下滑。

通過使用注塑模具製造的注塑模具及注塑組件的下游行業概覽

通過注塑製造的注塑模具及注塑組件為高度依賴下游行業需求的中間產品，該等下游行業包括家電行業、汽車行業、手機行業、數碼設備行業、商業通訊行業、視頻遊戲設備行業、彈珠機行業及醫療用品行業。由於產品生命週期縮短，對更高精密度及尺寸精度的模具需求日益增加，以減少因使用劣質模具而須微調產品的需要。通過注塑製造的注塑模具及注塑組件的客戶主要為該等行業內原始設備製造商、原始設計製造商及原始品牌製造商。因此，倘下游行業增長迅速，對通過注塑製造的注塑模具及注塑組件的需求將大幅增加。

行業概覽

下文簡述若干注塑模具製作及注塑的重要下游行業：

家電

根據中國家用電器協會的統計數據，每台電視、空調及其他電器平均使用約1.5至2.5千克塑膠。

下文載列2012年中國家電新產品型號／生產線所需注塑模具的產量及數量概要：

產品	截至2012年 12月31日止年度 的產量（約數）	新產品型號／ 生產線所需 注塑模具數量
冰箱（包括製冷箱）	84.3百萬件	150-200
洗衣機（自動）	68.2百萬件	60-70
家用空調	132.8百萬件	50-60
電視	128.2百萬件	10-20

資料來源：Ipsos報告

每年家用電器行業對塑膠的需求超過一百萬噸。得益於材料及生產技術的提高，塑膠組件在家用電器的生產中可替代金屬組件，預期塑膠在家用電器行業的使用將繼續擴大。然而，家電行業受限於整體經濟狀況，而整體經濟狀況可能會對可支配收入有影響，從而影響家電添置及／或置換的需求。

汽車

就汽車行業而言，汽車的許多功能部件乃採用注塑工序生產。生產一台汽車通常需要超過200件內部注塑組件。

2012年中國汽車行業的塑膠消耗量約佔塑膠消耗總量的8.0%至10.0%。汽車塑膠製品是中國塑膠業增長潛力巨大的一個行業部門。隨著汽車發展趨勢朝著輕型、節能和環保車輛發展，預期塑膠材料將更廣泛用於製造汽車零部件。根據中國模具工業

協會，兩至三千克的金屬材料可由一千克塑膠代替，使車輛運行更輕便及更經濟；倘汽車重量降低約10.0%，則燃油消耗可減少約6.0%至8.0%。實際上，部分汽車動力系統、進氣及換氣系統、電子系統、油箱及傳動部件亦轉向使用塑料來代替金屬。鑒于全球燃油節約趨勢，預期汽車行業對通過注塑製造的注塑模具及注塑組件的使用將有所增加。在中國，預期汽車行業產值將從2013年的估計人民幣61,474億元增至2017年的估計人民幣104,825億元，複合年增長率約為14.3%，同時，中國汽車行業的產量從2013年的估計21.0百萬輛增至2017年的估計28.6百萬輛，複合年增長率約為8.0%。該增加主要由於日益增長的可支配收入、城市化及年輕買家份額及中國較發達國家的汽車普及程度較低所致。儘管中國的汽車產業已經歷快速發展，市場較美國及日本等其他發達國家普及程度仍不足。例如，2012年中國乘用車普及率約為4.4%，遠低於同年美國及日本分別約42.0%及46.0%的普及率。然而，由於汽車被視作奢侈品，汽車行業受限於整體經濟狀況，而整體經濟狀況可能會對汽車的添置及／或置換的需求產生重大影響。

手機

注塑也可應用於生產手機配件及包裝。例如，生產一部手機需要30至40組模具。根據Ipsos報告，中國於2012年的手機生產量達到約11.8億台。

尤其是，中國智能手機的銷售價值預期將繼續增長。近年來，中國消費者對高品質和先進手機的需求也不斷增長。因此，手機製造商熱衷於改進手機的顏色、質地和特徵，從而增加了對透過注塑製造的注塑模具和注塑組件的需求。儘管手機的需求較高，手機商之間的競爭仍較為激烈。因此，任何具體手機商的供應商均或會面臨他們供應產品的各手機商喪失市場份額的風險，於該情形下，喪失市場份額的手機商的相關供應商或會受到重大不利影響。

數碼設備

約60.0%至80.0%的數碼設備組件為通過注塑製造的注塑組件。例如，生產一台MP3/MP4音樂播放器需要約20至30套模具；及一台台式電腦需要約30套模具。根據Ipsos報告，2012年中國約佔全球數碼設備總產值的約30.0%。中國數碼設備產值的增加推動國內對通過注塑製造的注塑模具及注塑組件的需求。與其他快速消費品相比，數碼設備乃受限於快速變動的消費品位及趨勢，因此，一件暢銷的產品型號可能會於短期內變得不暢銷。因此，任何具體產品的零部件或組件供應商或會面臨該產品可能於短期內變得不暢銷的風險。

商業通訊設備

根據Ipsos報告，商業通訊設備於中國市場及全球市場應用廣泛。2012年，中國商業通訊設備的產值估計達人民幣7,561億元，較2008年增加35.2%。

隨著國內商業通訊設備的需求不斷增加及中國持續的經濟增長，中國商業設備通訊的產值有所增加，從而推動對國內對注塑模具及注塑的需求。

此外，中國十二五規劃中宣佈以通訊、網絡化、電子政務等為重點。因此，預期中國政府將對商業通訊設備製造行業提供支持及投資，此舉預期亦將拉動對中國注塑模具及注塑的需求。然而，商業通訊設備的需求主要受整體經濟狀況及商業環境的驅動，經濟衰退或低迷的商業前景會減少商業開支，故會降低對商業通訊設備的需求。

視頻遊戲設備

根據Ipsos報告，中國2012年視頻遊戲設備的產值（以加工貿易計）約為人民幣500億元。「加工貿易」在中國指公司進口全部或部分原材料、部件、組件、包裝材料，並於加工或組裝後轉口製成品的一種業務活動。

近三至五年來，智能手機及平板電腦的視頻遊戲激增，在智能手機及平板電腦上玩遊戲的趨勢已對全球視頻遊戲設備於該期間的生產及銷售造成重大不利影響。然而，於2012年，中國視頻遊戲設備的產值（以加工貿易計）及出口值回升。較2011年而言，2012年視頻遊戲設備的產值（以加工貿易計）增加約32.3%達致約人民幣500億元。該等增加乃主要由於知名視頻遊戲設備設計商及生廠商推出新的視頻遊戲設備，從而推動對中國注塑模具製作及注塑的需求。然而，視頻遊戲設備行業的前景高度依賴於其能否在與智能手機及平板電腦於視頻遊戲方面的競爭中取得成功。

彈珠機

根據Ipsos報告，彈珠機的產值（以加工貿易計）由2008年的約人民幣26億元大幅增加至2012年的約人民幣73億元，複合年增長率約為29.4%。「加工貿易」在中國指公司進口全部或部分原材料、部件、組件、包裝材料，並於加工或組裝後轉口製成品的一種業務活動。

於2012年初，中國十二五規劃指定娛樂業（包括電子遊戲廳）為未來發展的主要產業之一。預期相關政府政策將有助於中國的彈珠機製造業（以加工貿易計），從而拉動對中國注塑模具及注塑的需求。由於彈珠機的需求主要受日本市場的驅動，彈珠機的前景亦高度依賴於日本的整體經濟狀況及顧客對彈珠機的品位。

醫療設備

2012年通過注塑製造的注塑組件約佔中國生產的塑膠醫療設備總數的75.0%。注塑醫療設備可大致分為醫療器皿、健康和健身器材、手術設備以及測試和檢測儀器。根據Ipsos報告，2012年上半年，中國醫療設備行業總銷售額約為人民幣6,870億元，2011年至2012年的增長率約為20.3%。由於人口老齡化導致醫療消費增長及中國居民收入水平提高，預期未來五至十年醫療設備行業將以20.0%以上的複合年增長率增長。

根據Ipsos報告，於2012年，由於受設備及機械性能的限制，中國模具製造商無法滿足國內對高效注塑模具的需求。於2012年，40.0%的國內對高效注塑模具的需求乃通過進口滿足，金額接近13億美元。然而，隨着使用環保產品的全球趨勢，對玻璃纖維製作的醫療設備的需求或會增長，可能會對塑膠製作的醫療設備的需求有不利影響。

注塑模具製作及注塑行業分部的生命週期階段

根據Ipsos報告，自2013年至2017年，中國精密度MT3或以上的注塑模具的總產值預計將以約10.0%的複合年增長率增長；而自2013年至2017年，中國運用注塑製造的注塑組件的總產值預計將以約15.0%的複合年增長率增長。根據Ipsos報告，(i)若干下游產業（如家電、汽車、移動設備、數碼設備、醫療設備、商業通訊設備及彈珠機）的需求增長；及(ii)該等下游產業科技及／或新產品的變動將會致使對注塑模具製作及注塑產品的需求進一步增長。因此，Ipsos認為注塑模具製作及注塑行業分部正處於他們的增長階段。

中國的競爭格局

中國注塑模具製作及注塑行業分部高度分散。截至2012年底，中國約有30,000個注塑模具製造商及150,000個注塑生產商。約150,000個注塑生產商中僅有約13,000個生產商的年銷售值超過人民幣20百萬元。

注塑模具製作

競爭因素及准入門檻

下文載列進入注塑模具製作行業分部的若干競爭因素及障礙：

技術及專業技術水平

注塑模具製作過程非常複雜，且設計、加工及組裝注塑模具需要先進技能。由於所需產品可能形態各異，因此，必須獲得所需產品各表面的準確數據，且相應模具必須符合該等精確尺寸以確保所需最終產品的準確性。由於普通測量方法無法滿足上述要求，因此使用了採用超精密三維測量及控制技術的電腦。

尤其是，高精密注塑模具製作行業需要相對高水平的專業技術。質量控制及生產管理技術及經驗亦至關重要。注塑模具製造商亦需要跟隨最新生產技術及趨勢，這可能給缺乏市場經驗的新加入者造成准入障礙。

資本投資金額及經營規模

由於以下原因，模具製造商需要大量的資本投資。第一，模具製造商需要購買大量機械、設備及裝置。第二，模具製造商需要僱傭一批專業及技術員工。此外，模具製造商經常服務於跨國公司的部分供應鏈，因此，模具製造商須具備大規模生產的能力對降低採購及營運成本而言亦至關重要。

靈活性及服務效率

與過往相比，當前生產週期及注塑模具及高效和標準注塑行業的產品生命週期已大大縮短。模具生產時間減少繼而縮短產品研發階段，可使客戶的產品及時進入市場。此外，本公司亦可透過改善產品質量及增值服務增加盈利能力。

模具製作收入排名及市場份額

根據Ipsos報告，2012年，中國所有模具製造商產生的收入總額約為人民幣254億元。下表載列2012年中國注塑模具製造商模具製作所得收入排名：

排名	公司名稱	總部地址	2012年於中國的收入(人民幣百萬元)(附註)	佔中國行業收入總額的份額(%)
1	青島海爾模具有限公司	山東，青島	349	1.4%
2	本集團	廣東，深圳	282	1.1%
3	深圳市銀寶山新科技股份有限公司	廣東，深圳	267	1.1%
4	常州華威亞克模具有限公司	江蘇，常州	228	0.9%
5	青島海信模具有限公司	山東，青島	160	0.6%

附註：該表的收入僅指模具製作收入

資料來源：Ipsos報告

注塑

競爭因素及准入門檻

下文載列進入注塑行業的若干競爭因素及障礙：

滿足下游客戶生產計劃的靈活性及能力

尤其是在產品生命週期早期階段，客戶可能對其設計交付計劃作出更改。他們希望製造商靈活應對其變更。此外，按計劃交付的能力對保證取得定期訂單尤為重要。

產品質量

客戶，尤其跨國公司，對產品質量要求嚴格，並尋找能維持產品質量始終如一的業務夥伴。因此，具有先進技術的注塑製造商擁有明顯優勢，因為跨國公司願意為更好和穩定的產品質量提供更高的價格。

通過注塑製造的注塑組件的質量與注塑模具的質量緊密相關。根據Ipsos報告，通過注塑製造的注塑組件的關鍵因素是質量及生產效率，與相關模具的質量有關。

往績記錄及客戶基礎規模

保證從跨國公司或跨國公司的供應商獲得訂單對注塑製造商至關重要。跨國公司及跨國公司的供應商通常保留有一份經認可的供應商名單。為名列該名單，注塑製造商通常須達到有關公司設立的資格及質量控制標準。為保證產品質量，跨國公司不會輕易變更其各自的模具供應商。因此，並無往績記錄的新加入者會很難進入該等市場。

排名及市場份額

根據Ipsos報告，2012年通過注塑工藝製造的產品的總產值為人民幣7,745億元。由於中國注塑公司的背景各不相同，故並無充足的可靠及可用資源用於編製排名表。