

行業概覽

本節及本文件其他章節載有摘錄自或來自歐睿報告的若干資料，有關報告乃由我們委託並由獨立研究公司及獨立第三方歐睿信息諮詢有限公司編製。歐睿報告包括源自可公開獲取的二手資料的研究估計及關於業內領先企業的意見的行業調查分析，並主要作為市場調查工具而編製。歐睿信息諮詢有限公司之研究不應被視為歐睿信息諮詢有限公司就任何證券的價值或投資於偉志控股有限公司是否可取而發表的意見。我們相信，本節「行業概覽」資料來源乃該等資料的適當來源及已合理審慎地摘錄及轉載該等資料。我們並無理由相信該等資料屬虛假或誤導或遺漏任何事實，致使該等資料於任何重大方面屬虛假或誤導。然而，摘錄自歐睿報告的資料未經我們、獨家保薦人、獨家牽頭經辦人、獨家賬簿管理人、任何包銷商、彼等各自任何董事、僱員、代理、顧問及諮詢人、聯屬人士或任何參與[編纂]之其他各方的獨立核證，且彼等或歐睿亦無就其準確性或完整性作出聲明。因此，投資者不應過度依賴本節及本文件其他部分所載的資料及統計數字。

歐睿信息諮詢有限公司

我們已就[編纂]委聘歐睿信息諮詢有限公司（「歐睿」），主要對中國及香港的LED背光及商用LED照明行業編製行業報告。歐睿於一九七二年創立，為一間全球研究組織及提供行業、國家及消費者商業情報的私人獨立機構，並為獨立第三方。

歐睿報告乃根據下列基礎編製：(i)一手質量研究，包括與製造商及全國或地方行業協會進行行業訪談；並訪問公司內不同部門的受訪者；及(ii)二手研究，包括收集、整理及確認來自多個相關公佈數據來源的資料，如中國國家統計局、香港政府統計處、行業商會、公司財務及年度報告、獨立分析師或研究小組報告、全國及地方商業刊物。載於本節及本文件其他章節，並摘錄自或來自歐睿報告的資料及統計數字可能包括來自二手資料來源及與行業領先者進行行業討論基礎上作出的對於市場規模、排名及業績表現研究估計。市場佔有率之數據乃經由一個實地考察項目釐定，項目包括案頭研究及貿易訪談；而市場份額之估計乃根據受訪行業資料來源的意見，並非歐睿就市場佔有率之意見。要注意經審核數據僅可供上市公司之用，並不會分拆收入為本報告所涵蓋之特定類別，且可於最新的賬目公佈時作進一步調整。因此，本公司所有銷售及市場佔有率之數據乃按可公開獲取的二手資料及受訪行業資料來源的意見（即不只是公司本身）所作出的估計，以盡可能於該等估計的基礎上建立共識。歐睿報告的費用總額為190,505美元。

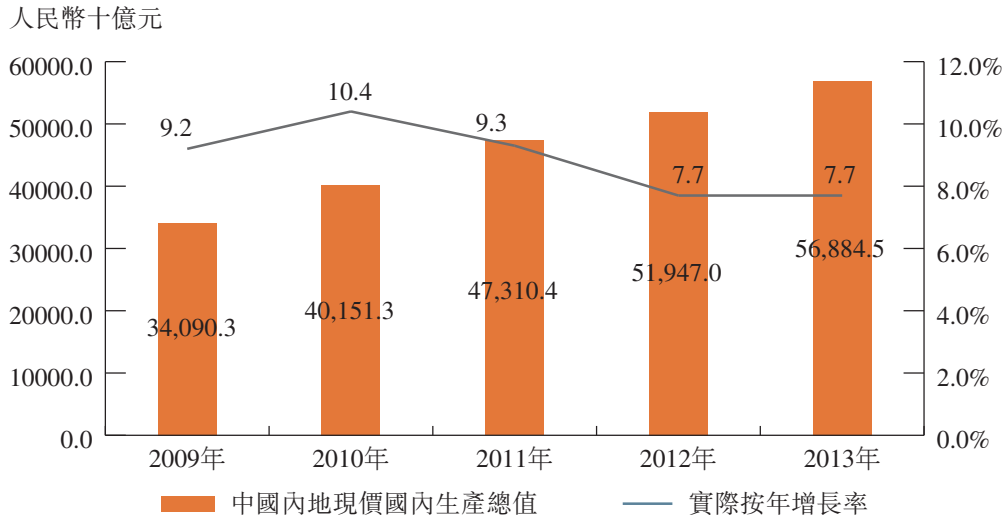
行業概覽

中國經濟概覽

中國經濟維持快速增長

中國自一九七零年代末實施改革開放政策以來，取得持續快速經濟增長。中國國家統計局的數據顯示，中國內地於二零一三年的國內生產總值達人民幣568,845億元，較上一年度的實際國內生產總值增長7.7%。中國於二零一三年的人均國內生產總值為人民幣41,804.7元，即約6,817.4美元。

表1 中國內地於二零零九年至二零一三年的現價國內生產總值

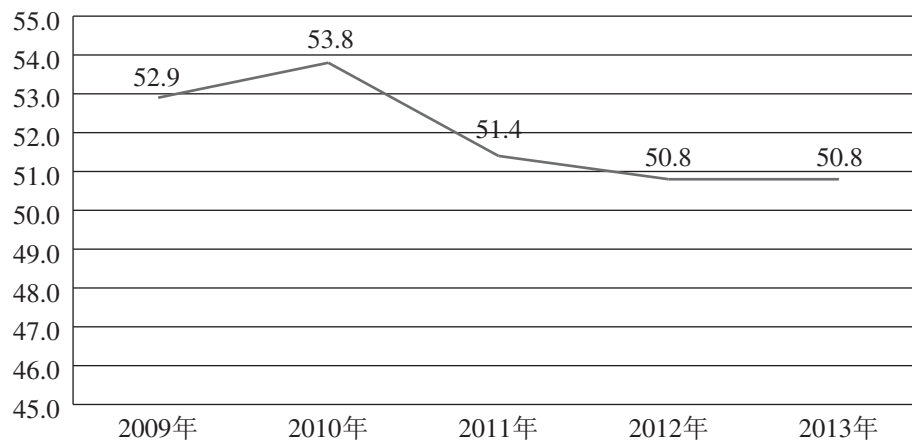


資料來源：中國國家統計局

中國內地的製造業正穩步發展

隨著國內生產總值持續增長，中國內地的製造業於過去數年持續為國內生產總值帶來穩定增長。製造業的採購經理指數於二零一三年一直維持於50以上的水平，顯示及證明中國內地製造業發展迅速。

表2 中國內地製造業於二零零九年至二零一三年的平均採購經理指數(附註)

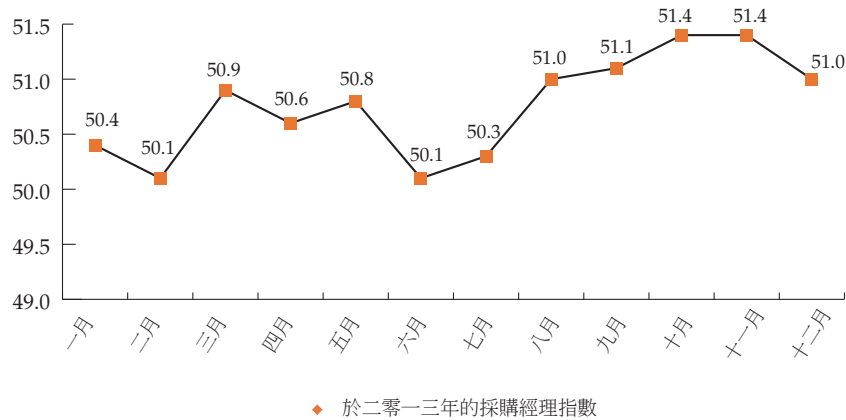


資料來源：中國國家統計局

行業概覽

附註： 每年的平均採購經理指數為按來源自中國國家統計局於相關年度十二個月的採購經理指數數據計算的每月平均數。

表3 中國內地於二零一三年的製造業採購經理指數



資料來源： 中國國家統計局

根據中國國家統計局，通訊設備、電腦及其他電子設備包括電腦成品、電腦部件、電腦周邊設備、其他電腦設備(包括於中央處理器上運行並由專業功能模組支援的電子設備)、通訊設備(包括通訊系統及終端)、廣播及電視設備、雷達及輔助設備、影音設備、電子設備及電子部件。因此，該等製造商乃採用LED背光模組的主要機構，此乃由於該等設備大多配備須裝設背光模組的LCD。

中國的LED背光行業

中國內地的LED背光模組乃充滿活力的市場

LED背光模組可按產品尺寸大致分為三類：(i)應用於顯示面板的大尺寸消費／工業電子產品，如電視機；(ii)應用於車載顯示器及儀表板的中尺寸消費／工業電子產品，如個人電腦LCD(台式電腦、手提電腦及平板電腦)屏幕、便攜式視像播放器；及(iii)應用於手機、車載顯示器及儀表板的小尺寸消費／工業電子產品，如MP3播放器、數碼相機、冰箱、空調、洗衣機。

中國內地的LED背光模組市場於過去數年增長強勁。LED背光模組於二零一三年整體製造業銷售價值達人民幣27,767.0百萬元，於二零零九年至二零一三年期間按複合年增長率31.6%增長。

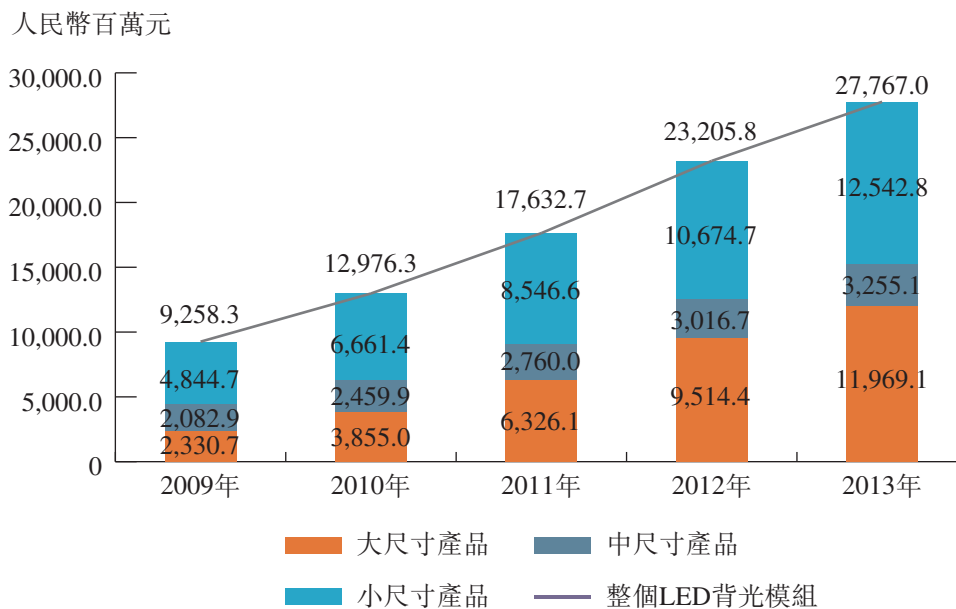
行業概覽

於二零零九年至二零一零年期間，小尺寸產品成為整個LED背光模組市場的主要驅動力，其於二零一三年的市場銷售價值達人民幣12,542.8百萬元，佔整體背光模組市場的最大部分，即約45%，此乃得力於手機(尤其智能手機)及車載顯示器的發展。車用分部的迅速增長乃因汽車行業的快速發展所致。中國汽車工業協會的數據顯示於二零零九年至二零一三年期間，中國大陸乘用車的銷量按複合年增長率22%增長，新增乘用車銷售於二零一三年達到約18.1百萬輛。此部分為市場帶來於新車輛的內置車載用顯示系統的車用屏幕及儀表板之需求，以及帶來二手車車載用顯示系統安裝的市場。

中尺寸產品於二零一三年的市場規模達人民幣3,255.1百萬元，於二零零九年至二零一三年期間的複合年增長率為11.8%，並佔整體LED背光模組市場份額11.7%。隨著中國汽車市場擴張及高端汽車的需求增長，對大尺寸顯示器模組的需求將有所增加。

大尺寸產品於過去五年的發展最為迅速，於二零零九年至二零一三年期間的複合年增長率高達50.5%，其銷售價值於二零一三年達人民幣11,969.1百萬元。中國工業和信息化部的數據披露，彩色電視機於二零一二年的產量達約140.0百萬部，當中與LED背光相關的產量佔約35.0%，即約50.0百萬部。

表4 中國內地於二零零九年至二零一三年的LED背光模組製造業銷售價值



資料來源：歐睿根據行業訪談及案頭研究作出的估計

行業概覽

趨勢及驅動力

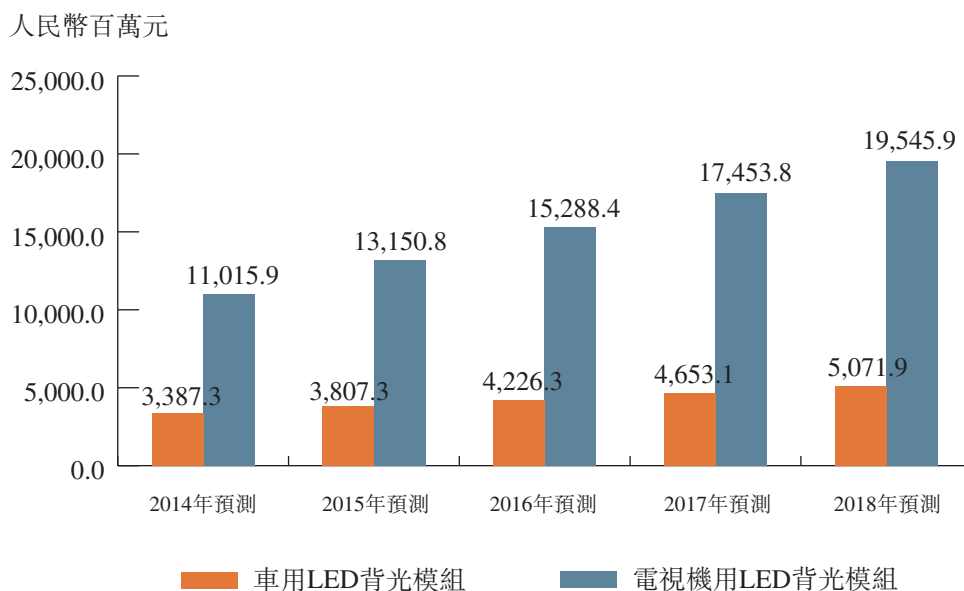
更大和更高亮度的屏幕普及

LED背光產品應用於多種設備。最新開發之產品可應用於汽車車載顯示器、平板電腦背光產品及可穿戴式數碼背光產品。現時，智能手機及電視機為LED背光產品兩個最大的應用範疇。智能手機用家近來愛好較大的屏幕，而電視機製造商則推廣高亮度及高解像度的電視屏幕。因此，應用於較大面積的更高亮度LED背光產品愈趨普及。

電視機及汽車車載顯示器將為最動態應用之LED背光產品

就大部分應用背光產品的行業而言，LED背光產品一直主導。業內人士透露LED背光模組按分部增長乃未來發展前景。應用冷陰極熒光燈(CCFL)的傳統電視機已逐漸式微，且將大幅被LED背光電視機取代。就汽車車載顯示器行業而言，根據中國汽車工業協會的數據，中國大陸於二零一三年製造的汽車增長達約20百萬輛。龐大的汽車市場為LED背光模組市場中小尺寸分部帶來巨大潛力。

表5 LED背光電視機及汽車車載顯示器於二零一四年(預測)至二零一八年(預測)的預計銷售



資料來源：歐睿的行業訪談及案頭研究所得的估計

技術優勢使客戶行業更廣為接納LED背光產品

LED背光產品素以其節能特點、優秀影像質素及超薄外觀著稱。LED背光技術持續改良，以提升質素及優勢，包括改良光穩定性、光均勻度及亮度、節約成本，以使其更為客戶的行業廣泛接納。一般而言，價格下降有助LED的滲透率及總銷售價值的增長。

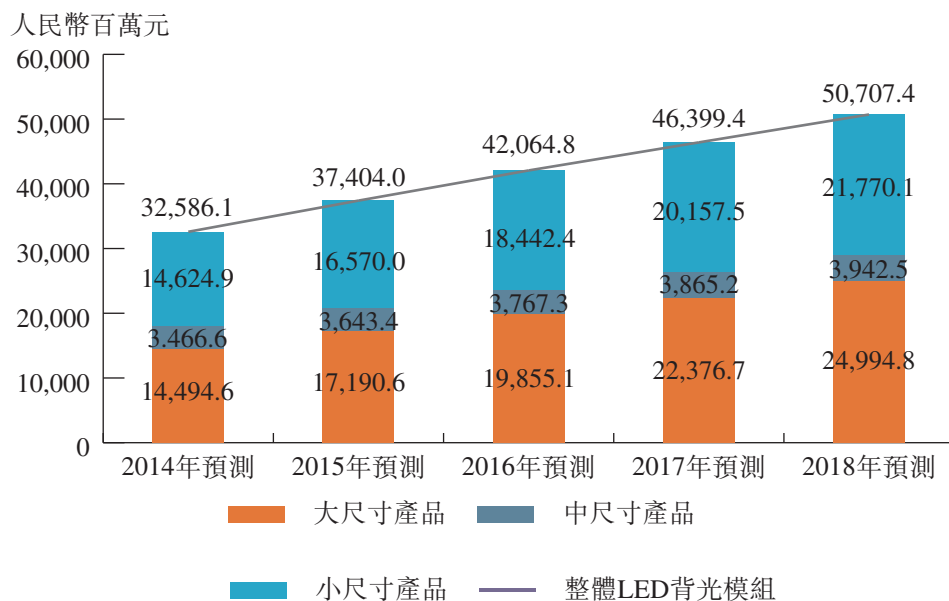
行業概覽

未來前景

大尺寸產品將於未來佔整體LED背光模組市場最大部分。LED背光電視機及LED背光屏幕汽車車載顯示器的滲透率將會上升。由於智能手機普及化仍在全球持續，且第四代通訊(4G)之革新正於中國大陸當地擴展，故小尺寸分部將維持平穩增長。此外，中國仍為最重要的製造樞紐之一(尤其是智能手機)。預期小尺寸產品的銷售將於二零一八年達人民幣21,770.1百萬元，未來五年的複合年增長率為10.5%。LED背光電視機上升的市場滲透率於促進擴張佈局而言起關鍵作用。大尺寸分部將成為帶頭的主力，並將超越小尺寸分部成為整體LED背光模組市場的最大部分。電視機用分部將於二零一八年增長至達人民幣19,545.9百萬元，實現未來五年間的複合年增長率15.4%。大尺寸分部的製造銷售價值預期於二零一八年達人民幣24,994.8百萬元，於二零一四年至二零一八年間按複合年增長率14.6%增加。

同樣地，車用分部將面對LED背光屏幕滲透率蓬勃發展。國家統計局的數據顯示於二零一三年末，中國大陸汽車之數目達到超過130百萬輛。根據中國汽車工業協會的數據，中國大陸於二零一三年製造的汽車增長達約20百萬輛。預期於二零一八年末實現銷售人民幣5,071.9百萬元，於二零一四年至二零一八年間按複合年增長率10.6%增長。因此，市場未來將主要受大尺寸及小尺寸LED背光產品推動。

表6 中國內地於二零一四年(預測)至二零一八年(預測)的LED背光模組製造銷售價值



資料來源：歐睿根據行業訪談及案頭研究作出的估計

行業概覽

競爭局面

整體LED背光模組市場於二零一三年年底有超過5,000家從事製造該等模組的企業。於二零一三年，中國內地整體銷售價值最高的十大製造商合共佔市場佔有率55.7%。市場內逾半領先業者集中製造大尺寸產品，而專注製造小尺寸產品的企業，如偉志光電等緊隨列入十大製造商。

下表載列中國內地十大整體LED背光模組製造商於二零一三年按銷售價值計算的競爭局面。

排名	公司名稱	二零一三年 銷售價值 (製造商售價， 人民幣百萬元)	二零一三年 市場佔有率
1	A公司	5,275.5	19.0%
2	B公司	3,399.7	12.2%
3	C公司	1,678.4	6.0%
4	D公司	1,025.0	3.7%
5	E公司	965.0	3.5%
6	F公司	857.0	3.1%
7	偉志光電有限公司	640.0	2.3%
8	G公司	590.1	2.1%
9	H公司	558.0	2.0%
10	I公司	466.0	1.7%

資料來源：歐睿根據行業訪談及案頭研究作出的估計

偉志光電有限公司於整體LED背光模組市場排行第七，於二零一三年獨佔市場佔有率2.3%，銷售價值為人民幣640.0百萬元。十大製造商合共佔市場份額55.7%。

下表載列中國內地十大小尺寸LED背光模組製造商於二零一三年按銷售價值計算的競爭局面。

排名	公司名稱	二零一二年 銷售價值 (製造商售價， 人民幣百萬元)	二零一二年 市場佔有率
1	E公司	760.0	6.1%
2	偉志光電有限公司	533.3	4.3%
3	G公司	500.5	4.0%
4	J公司	463.0	3.7%
5	I公司	430.0	3.4%
6	K公司	376.0	3.0%
7	A公司	359.0	2.9%

行業概覽

排名	公司名稱	二零一二年 銷售價值 (製造商售價， 人民幣百萬元)	二零一二年 市場佔有率
8	B公司	340.0	2.7%
9	L公司	301.7	2.4%
10	M公司	294.6	2.3%

資料來源：歐睿根據行業訪談及案頭研究作出的估計

入行門檻

光學設計和研發能力構成技術阻礙。光學設計被視為背光製造商的核心價值。公司應擁有能以高均勻度及穩定性傳輸光之技術。此外，LED背光技術正不斷發展及需更新。製造商須擁有足夠研發能力以跟上行業的步伐。

對高質素產品的上升需求顯示對新入行者有高要求的跡象。由於行業快速發展及愈趨成熟，顧客行業發展為強調產品質素，如可平均傳播光的能力及高亮度及光穩定性。雖然現時並無就背光產品設立國際標準，愈趨挑剔的客戶及激烈的競爭環境已提高入行門檻。

中國的LED照明行業

中國內地的LED商用照明發展蓬勃

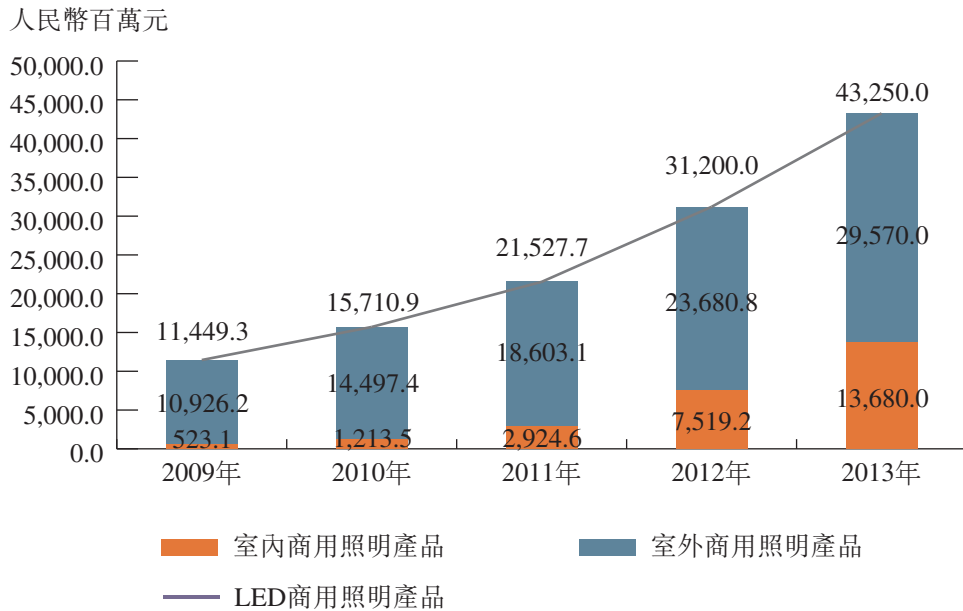
LED商用照明市場於二零一三年的銷售價值達人民幣43,250.0百萬元，於二零零九年至二零一三年期間的複合年增長率為39.4%。

室外照明構成LED商用照明市場的主要部分

室外用的LED商用照明於二零一三年的銷售價值達人民幣29,570.0百萬元，佔整體市場佔有率68.4%，過去五年的複合年增長率為28.3%。室外照明市場主要由兩類產品組成：LED公共街道照明及LED景觀照明。景觀照明佔中國內地整體室外照明近半市場，而公共街道照明一般由政府管理，其推行LED安裝項目以達到節能目的。室內用的LED商用照明於二零一三年的銷售價值達人民幣13,680.0百萬元，佔整體市場佔有率31.6%，於二零零九年至二零一三年期間的複合年增長率高達126.1%。

行業概覽

表7 中國內地於二零零九年至二零一三年按使用點劃分的LED商用照明產品銷售價值



資料來源：歐睿國際根據行業訪談及案頭研究作出的估計

趨勢及驅動力

地方政府率先使用LED照明以節約能源，LED行業將大幅受惠於節能降耗的龐大需求

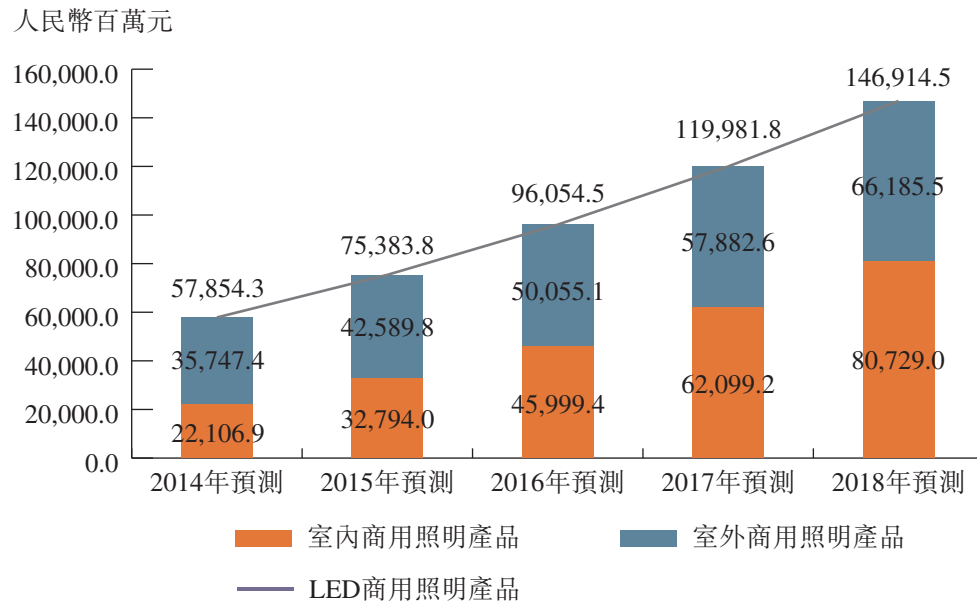
政府目前貢獻整體LED商用照明的最大份額。地方政府視LED商用照明為實現節能目標的可行及可持續方式，因此透過路燈項目，鼓勵以LED照明取代現有照明。

未來前景

預期室內照明市場的銷售價值將於二零一八年前達人民幣80,729.0百萬元，超過室外照明分部貢獻的金額，而預期該分部的銷售價值將增長至人民幣66,185.5百萬元。該兩個分部於經分析之預測期內的複合年增長率將分別為38.2%及16.6%。中國內地超市眾多及預期中國零售市場的蓬勃發展將為推動未來增長的主要因素。

行業概覽

表8 中國內地於二零一四年(預測)至二零一八年(預測)按使用點劃分的LED商用照明產品銷售價值



資料來源：歐睿根據行業訪談及案頭研究作出的估計

競爭局面

中國內地共有超過10,000家LED商用照明製造商，市場高度分散。中國內地並無大型專業的LED商用照明企業。除若干全球品牌擁有人外，現時概無單一領先業者的銷售價值超過人民幣10億元。鑒於LED照明市場的前景明朗，預期競爭將轉趨激烈，更多具高度綜合能力及銷售收益較高的大型公司將出現並淘汰小型公司。上述情況有助市場整合，提升中國內地LED商用照明行業的綜合實力。