

行業概覽

本節載有關於若干海外市場手機行業的一般資料及統計數據。我們已委任獨立市場研究公司弗若斯特沙利文編製行業報告（「弗若斯特沙利文報告」）。我們已合理審慎挑選及轉載有關資料。該等資料及數據乃我們摘錄自公眾可得的政府及其他第三方資料來源及弗若斯特沙利文報告，並未經我們、獨家保薦人、獨家[編纂]、獨家[編纂]及獨家[編纂]、任何[編纂]、任何彼等各自的董事、高級人員、代表或聯屬公司或參與[編纂]的任何其他各方獨立核實，且概無就其準確性作出任何聲明。我們相信就有關資料而言資料來源乃屬合適。我們並無理由相信該等資料為虛假及具誤導性，或明知遺漏任何事實致使該等資料成為虛假或具誤導性。

資料來源

弗若斯特沙利文

我們已委託弗若斯特沙利文對全球及中國的智能手機原始設計製造市場及其他經濟數據進行分析，並編製弗若斯特沙利文報告。我們已同意就弗若斯特沙利文報告支付約人民幣840,000元的費用，該費用將於[編纂]前支付。董事認為，支付費用並不影響弗若斯特沙利文報告所得結論的公平性。弗若斯特沙利文為獨立的全球性顧問公司，於1961年在紐約創辦，提供行業研究及市場策略，以及增長諮詢及企業培訓。涉足的行業包括汽車及運輸、化工、原材料及食品、商業航空、消費產品、能源及電力系統、環境及建築科技、保健、工業自動化及電子、工業及機器，以及科技、媒體及電信。

弗若斯特沙利文報告

弗若斯特沙利文報告載有關於全球及中國智能手機原始設計製造市場數據的資料。弗若斯特沙利文已進行詳盡的初步研究，當中包括與若干主要行業參與者討論行業的狀況。弗若斯特沙利文亦已進行次級研究，當中包括基於其本身的研究數據庫審閱公司報告、獨立研究報告及數據。弗若斯特沙利文經已自宏觀經濟數據進行歷史數據分析，並取得估計市場總規模的數字，並已考慮上述的行業主要推動因素。在編撰及擬備報告時已採納若干假設：(a)中國的社會、經濟及政治環境於預測期間可能維持穩定；(b)相關行業的主要推動因素於預測期間可能推動市場的發展。

全球移動蜂窩式手機市場概覽

由於移動技術的創新，移動蜂窩式手機用戶的人數（包括語音及數據）於2009年至2013年一直穩定增長。全球移動蜂窩式手機用戶的人數由2009年的4,639.9百萬人增加至2013年的6,662.0百萬人，複合年增長率為9.5%。由於發展中國家移動網絡覆蓋的改善及無線傳輸網絡升級至3G/4G，預期移動蜂窩式手機用戶的人數會持續穩定增長，2013年至2018年的複合年增長率可達7.2%。

行業概覽

全球智能手機市場概覽

全球智能手機使用者人數於2009年至2013年期間按複合年增長率45.5%增長。有關增長於2013年至2018年期間將會穩定，按複合年增長率14.7%增長。全球智能手機使用者人數預期於2018年將達2,784.3百萬人。

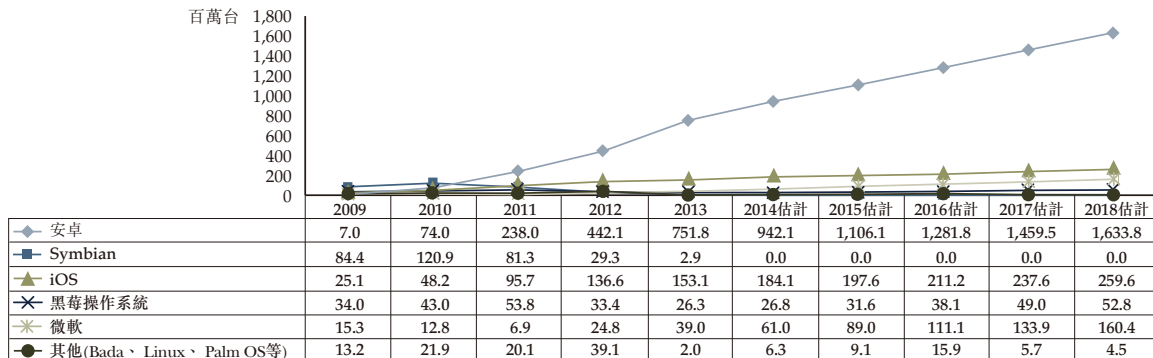
全球智能手機市場總價值於2009年至2013年期間的複合年增長率為45.0%，達2,981億美元，預期自2013年至2018年期間的複合年增長率將為10.3%，並於2018年達4,861億美元。

智能手機的總付運量由2009年的183.0百萬台增加至2013年的975.0百萬台，複合年增長率為51.9%，於2018年，全球智能手機的總付運量預測將增加至2,110.9百萬台，即2013年至2018年期間的複合年增長率為16.7%。

智能手機操作系統的全球趨勢

智能手機操作系統市場於過去五年經歷大變。Symbian及黑莓操作系統大幅倒退。操作系統主要由安卓及iOS系統主導。於下表所載的2014年至2018年預測期間，預測安卓所佔份額將大幅增加，並進一步領先成為最多人採用的智能手機操作系統。

按操作系統計的智能手機付運量(全球)，2009年至2018年(估計)



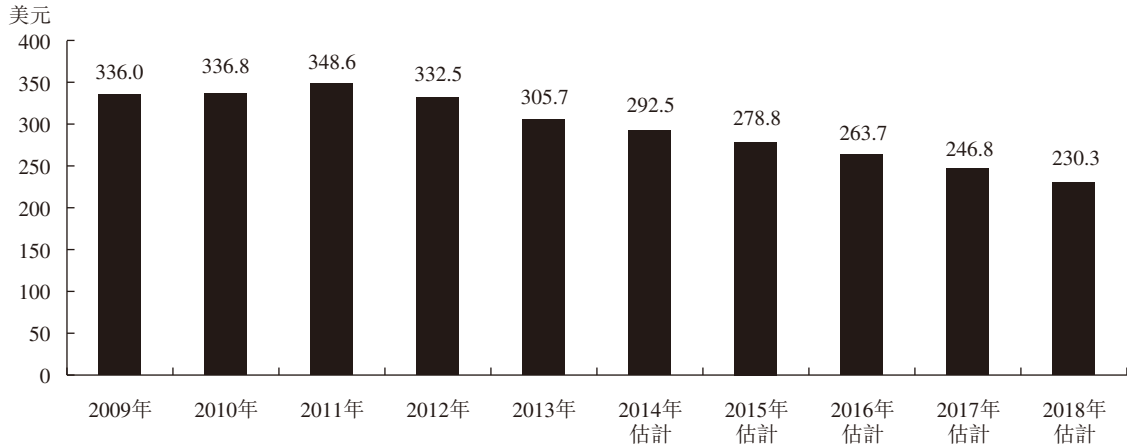
資料來源：弗若斯特沙利文

智能手機平均銷售價(平均售價)的全球趨勢

全球智能手機的平均銷售價(平均售價)於2009年至2011年期間相對穩定。平均售價由2001年的348.6美元逐步下跌至2013年的305.7美元。下跌主要是新供應商進入市場並日漸受手機使用者歡迎，因而帶來競爭所導致。地區智能手機供應商一直致力於開發低成本智能手機，從而提高客戶的品牌認知及分佔國際品牌的市場份額。地區/地方品牌與國際品牌之間的競爭預期將會持續，而全球智能手機的平均售價預期將會於2014年至2018年持續下滑。

行業概覽

智能手機平均售價(全球)，2009年—2018年(估計)



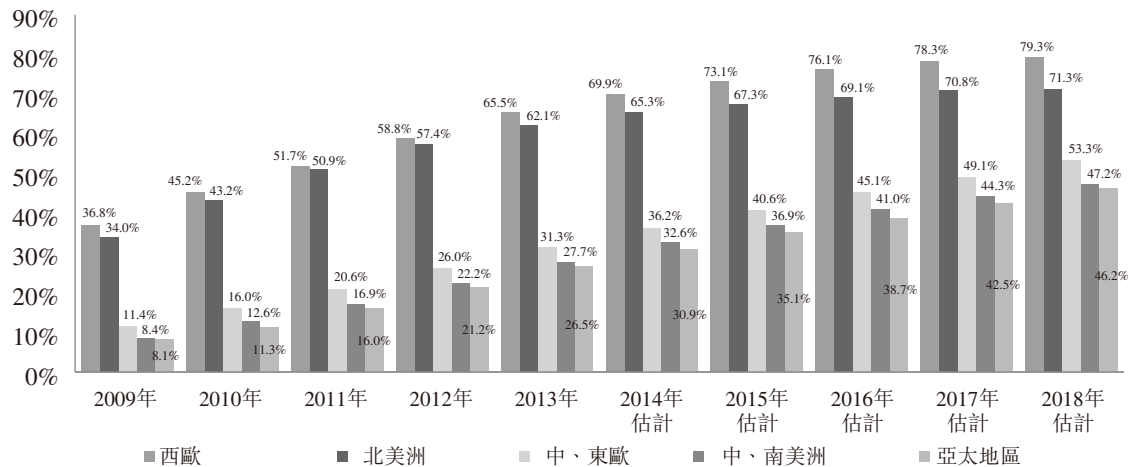
資料來源：弗若斯特沙利文

全球智能手機滲透率

全球智能手機的滲透率自2009年起大幅增長。於2012年，北美洲及西歐逾半手機使用者均使用智能手機。此等市場未來的增長將由2G及3G設備過渡至LTE設備所帶動。預測成熟市場的滲透率於2018年將超過70%。

新興市場(包括中歐洲及東歐洲(「中、東歐」)、中美洲及南美洲(「中、南美洲」)及亞太地區)的智能手機滲透率由2009年約8%至11%大幅增長至2013年約27%至31%，並主要在電信基建改善及此等新興市場經濟情況改善及智能手機平均售價下跌令更多人可負擔智能手機帶動下，預測於2018年將進一步增長至約46%至53%。

智能手機的滲透率(地區市場)，2009年—2018年(估計)



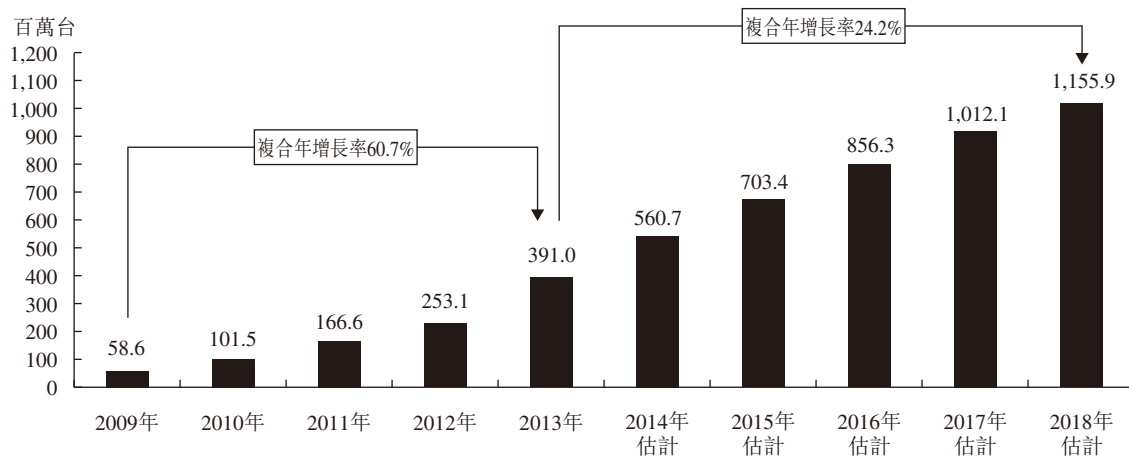
資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

新興市場(不包括中國)智能手機市場概覽

新興市場(不包括中國)智能手機付運量由2009年至2013年大幅增長，複合年增長率為60.7%。此等市場的滲透率預期將會增長，主要原因有二：(1)目前在建中的網絡基建於未來數年將完全運作，(2)根據弗若斯特沙利文進行的研究，由於更多人可負擔智能手機，故有意於未來兩年購買智能手機的消費者將會增加。預期於2013年至2018年期間智能手機的需求將按複合年增長率24.2%增長。預測於2018年，付運至該等市場的智能手機將達1,155.9百萬台，佔同年全球智能手機付運量約54.8%。

智能手機付運量(新興市場(不包括中國))，2009年—2018年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文

原始設計製造商(原始設計製造)

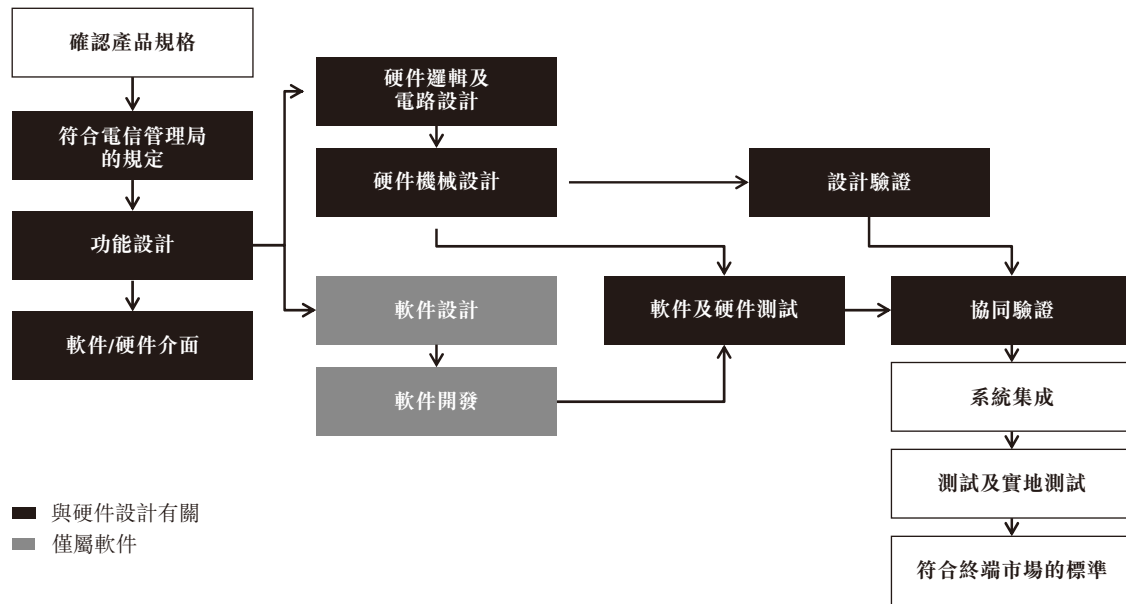
全球智能手機原始設計製造市場概覽

智能手機為以獨立操作系統運行，具備互聯網接達能力並已安裝智能軟件(應用軟件)的手機。智能手機的計算能力及連接能力較基本功能型電話先進。

原始設計製造聚焦於智能手機開發過程的產品研發及技術創新。相比於電子製造服務，原始設計製造植入較高增值服務。原始設計製造工序較集中於硬件設計，尤其是i)邏輯及電路設計及ii)機械設計，被認為是原始設計製造供應商的兩項核心活動；相對之下，電子製造服務則較聚焦於勞動力密集的組裝工序，且設計及其他技術能力極低或完全沒有。一些電子製造服務的規模近年一直增長，目前的規模足以為不同客戶進行設計及開發智能手機。

行業概覽

智能手機原始設計製造過程

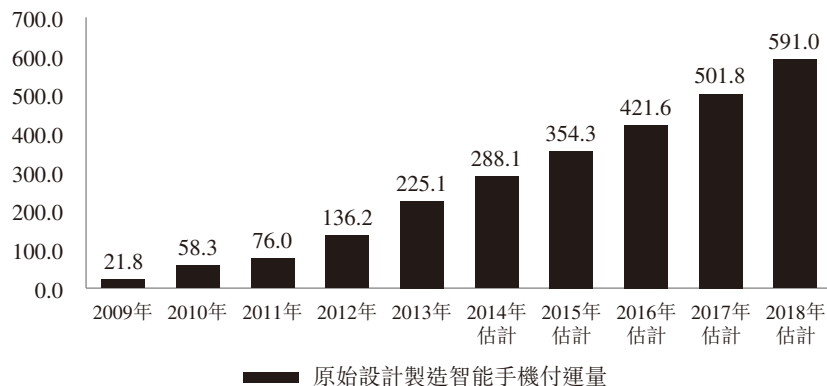


資料來源：弗若斯特沙利文

原始設計製造智能手機的全球趨勢

近年，於成熟及新興市場，愈來愈多智能手機品牌擁有人及新進的營運商採用原始設計製造，以降低成本及提高產品開發的效率。智能手機原始設計製造於2010年至2011年出現放緩後，自2011年起佔全球智能手機總付運量的市場份額一直增加。預期按原始設計製造方式生產的智能手機總數佔智能手機全球付運量將由2009年的11.9%大幅增長至2018年約28.0%。

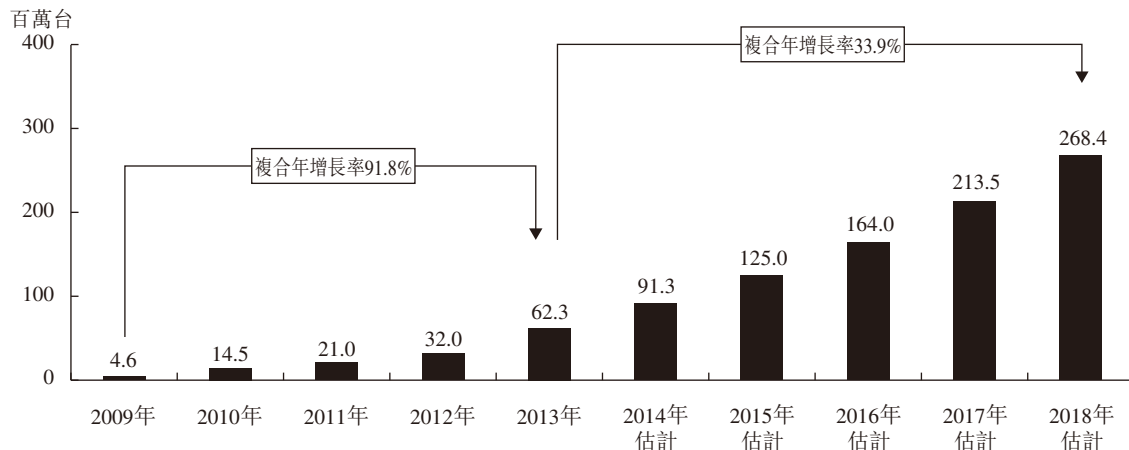
原始設計製造智能手機付運量(全球)，2009年—2018年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

原始設計製造智能手機付運量(新興市場(不包括中國))，2009年—2018年(估計)



新興市場原始設計製造智能手機付運量由2009年的4.6百萬台增加至2013年的62.3百萬台，複合年增長率為91.8%，乃受惠於中歐及東歐的持續需求。未來增長主要由印度、巴西及東協國家的殷切需求強勁帶動，預計2013年至2018年的複合年增長率將達33.9%，帶動市場於2018年達268.4百萬台。

原始設計製造智能手機的地區趨勢

印度的原始設計製造智能手機市場相信是增長最快速的市場，2009年至2013年以複合年增長率140.9%增長，預期2013年至2018年按複合年增長率68.0%增長。印度的原始設計製造智能手機付運量預期將由2009年佔地區總智能手機市場的市場份額不足10%增長至30%。相比於其他東協國家，泰國是成熟的智能手機地區市場，2013年智能手機的滲透率達49%，預期於2018年達75%。泰國的原始設計製造智能手機付運量預期由2009年佔地區總智能手機市場的市場份額約8%增長至2018年的23%。相比區內其他國家，台灣市場較接受原始設計製造產品，其過往按原始設計製造方式生產個人電腦，相信是近年原始設計製造智能手機市場快速增長的基石。台灣智能手機原始設計製造市場於2009年至2013年以複合年增長率103.9%增長，預期2013年至2018年將按複合年增長率5.0%增長。台灣的原始設計製造智能手機付運量預期由2009年佔地區總智能手機市場的市場份額約10%增長至約15%。菲律賓的智能手機原始設計製造市場為東協國家之冠，2009年至2013年的複合年增長率為375.4%，並預期自2013年至2018年將按複合年增長率63.5%增長。菲律賓的原始設計製造智能手機付運量預期將由2009年佔地區總智能手機市場的市場份額不足1%增長至最高約18%。巴西作為南美洲最重要經濟體之一，其原始設計製造智能手機市場由2009年至2013年以複合年增長率191.8%增長至達7.0百萬台。於2012年，只有30%之手機使用者使用智能手機。預期巴西於2018年的原始設計製造智能手機總付運量將達47.5百萬台，即由2013年至2018年的複合年增長率為46.8%。

我們的主要市場的地方品牌手機供應商

Karboon是印度第二大當地智能手機供應商。於2013年，Karboon於印度智能手機市場名列第三，市場份額為11.2%，僅次於外國供應商三星及另一家當地供應商Micromax。鑒於印度生活水平相對較低，價格有競爭力的智能手機定會招徠更多智能手機用戶。

Fly Mobiles是於俄羅斯、烏克蘭、印度及英國營運的歐洲手機公司，於2013年按市場份額計於俄羅斯市場排名第五，緊隨全球主要供應商三星、諾基亞、蘋果及索尼之後。

行業概覽

法國消費電子產品公司Archos始創於1988年，並於紐約交易所Euronext上市，在原始設計製造的協助下於2013年推出首台智能手機，於2013年瞬間搶佔4.4%的市場份額，並名列法國第二大國內智能手機品牌，僅次於Alcatel及Wiko。

Cherry Mobile為菲律賓最大的國內智能手機供應商，於2013年之市場份額為16.0%，僅次於諾基亞及三星，該公司通過銷售物有所值手機贏取市場。Cherry Mobile在原始設計製造的協助下已革新菲律賓的手機技術，於2009年僅推出四台。Cherry提供逾100個手機，令其成為該國的領先雙卡品牌。

True集團為泰國第三大電信營運商，提供優質的3G及LTE服務。True品牌智能手機佔市場份額4.0%，僅次於三星、蘋果及Samart i-Mobile（為泰國第二大國內智能手機供應商，以相宜的價格提供可啟用3G及LTE的產品）。由於True的智能手機與其優異的連接服務高度整合，故預期其未來將會實現增長。

BLU Products創立於2009年，於2013年佔全個拉丁美洲智能手機市場的市場份額約1%，並為第三大當地智能手機供應商，BLU於2013年售出近8百萬台移動設備，行銷40個國家，被認為是全球增長最快的手機供應商之一。

CCE創立於1964年，為巴西市場的進口商及經銷商，於2012年被聯想收購。CCE自2006年起開展消費電子產品業務，與英特爾、微軟及Qualcomm攜手從事個人電腦業務。CCE於2013年推出4款新智能手機及2款新平板電腦，佔有巴西智能手機市場約1.4%市場份額，成為當地最大智能手機供應商，緊隨其後為三星、LG、諾基亞及蘋果。

智能手機原始設計製造業的主要增長動力

根據弗若斯特沙利文報告，需求及供應的主要動力將全面支持智能手機原始設計製造業的持續增長。全球原始設計製造智能手機市場於2013年至2018年期間預測以複合年增長率21.3%增長。全球智能手機的付運量預期於2018年將達21億台。同年的原始設計製造智能手機預期將達591百萬台，佔全球付運量約28%。

智能手機的需求持續增長及日益增加使用原始設計製造，是智能手機原始設計製造業需求增長的動力。智能手機製造商為降低固定成本及提高產品設計及開發的效率，轉為使用原始設計製造。此外，智能手機市場的新進入者最初亦會使用原始設計製造，以打開地區市場。同時，價值鏈及供應鏈的全面發展，為供應面帶來動力。全球物流架構成熟，有助縮短交貨時間，令原始設計製造商的盈利能力大為受惠。

新智能手機原始設計製造的主要市場障礙

智能手機原始設計製造需要高水平的設計技術能力，尤其是硬件設計、電路設計及軟件及硬件集成。此外，原始設計製造業極需對上遊行業的技術創新作出快速回應，因此對研發經驗有限的新市場進入者構成若干行業障礙。另外，智能手機原始設計製造涉及採購至交付的全過程。隨著客戶要求較短的交貨時間，供應鏈的整合亦可能是入行的門檻。此外，智能手機原始設計製造的主要客戶（包括手機公司、電信營運商及渠道經銷商）對供應商的選擇通常會非常審慎。原始設計製造商一般需時約兩年方可為合資格的供應商。現有原始設計製造商與其客戶所建立的長期及穩定的關係，或會增加後入行者的經營難度。

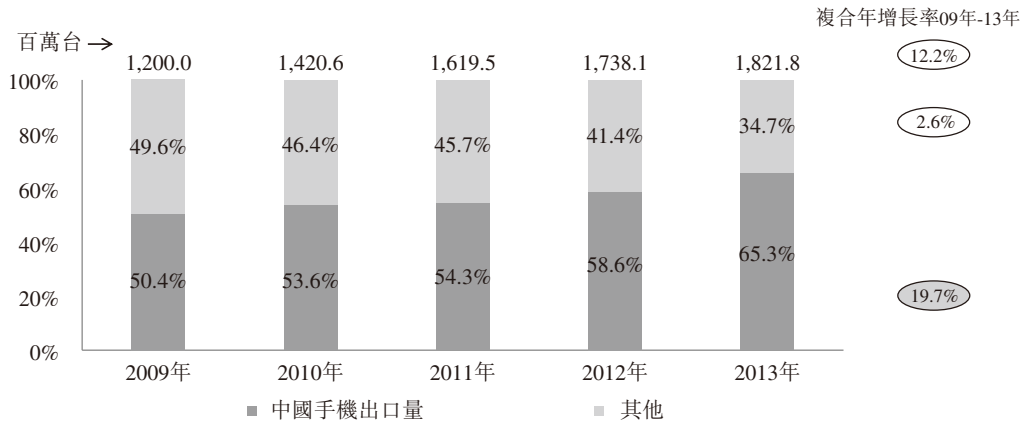
行業概覽

中國智能手機原始設計製造的競爭格局

中國智能手機原始設計製造市場概覽

全球手機付運量於2009年至2013年錄得雙位數字的增長，於2013年達1,821.8百萬台。中國為全球手機產品的主要消費市場之一，亦負責大部份的手機生產，而中國的出口量由2009年的580.0百萬台增加至2013年的1,190.0百萬台，複合年增長率為19.7%。技術能力的進步令中國由生產基地轉型為亦提供高增值製造服務(即產品設計、研究及開發)的地區中心。

中國手機出口量對比全球手機付運量



資料來源：弗若斯特沙利文

儘管智能手機國內消費的增長率高企，但由於國內市場的價格競爭熾烈，推動中國智能手機供應商分散至其他增長快速的海外市場(尤其是新興國家市場)，以賺取具吸引力的利潤率。於2013年，中國智能手機品牌擁有人佔中國智能手機總出口量約為45%。同時，中國的原始設計製造商亦正開拓海外的商機，憑藉傑出的行業經驗，協助當地的重要營運商贏取地區市場。

2013年中國智能手機原始設計製造出口排名

名次	公司名稱	出口量	市場份額	出口量	市場份額
		2014年 百萬台	2014年	2013年 百萬台	2013年
1	競爭者A	6.5	4.3%	5.6	4.6%
2	競爭者B	4.4	2.9%	3.3	2.8%
3	競爭者C	4.2	2.8%	2.9	2.4%
4	本集團	3.8	2.5%	2.2	1.8%
5	競爭者D	3.1	2.0%	2.7	2.2%
6	競爭者E	2.1	1.4%	1.6	1.4%
7	競爭者F	1.9	1.2%	1.2	0.8%

資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

我們對比其他中國智能手機原始設計製造商的競爭優勢

我們對比其他中國智能手機原始設計製造商的競爭優勢為(1)我們具備雄厚的產品設計能力，使我們可以高度多元化的產品規格應對廣大的客戶群，(2)我們與供應商及電子服務製造供應商的策略性長期夥伴關係，大大提高我們的供應鏈效率及提高庫存周轉率，因此，相比於我們的競爭對手，我們可處理較大數量的大型訂單，及(3)我們聚焦於海外市場，為最早期與領先的地區品牌擁有人、重要的營運商建立合作關係的中國手機原始設計製造出口商之一，使我們享有早佔先機的優勢，並對新營運商帶來進入障礙。

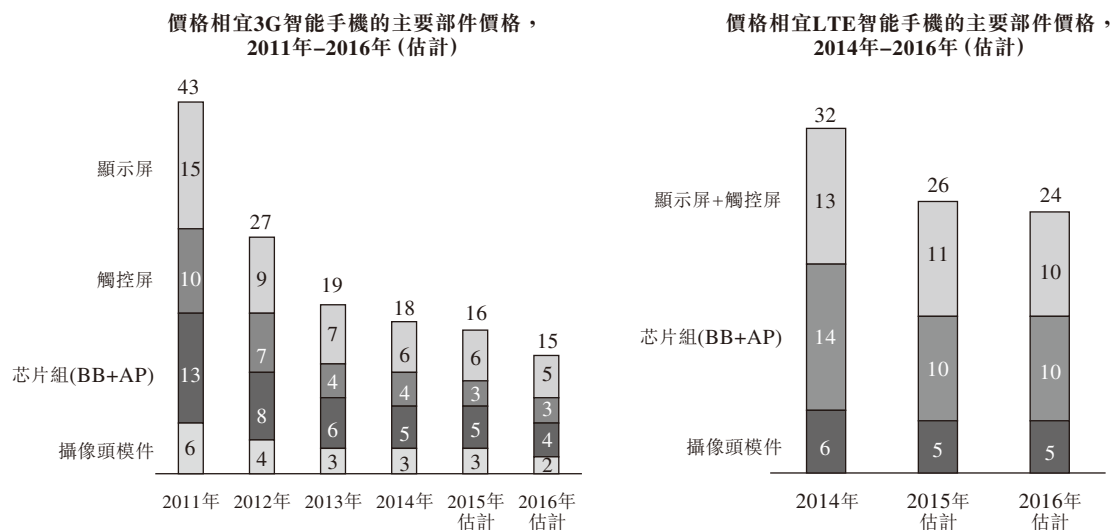
我們擁有實力雄厚由約58名經驗豐富的工程師組成的研發團隊，有能力為大部份獲廣泛採用的無線通信系統(包括GSM、CDMA、EVDO、W-CDMA及LTE)設計智能手機。我們是中國少數符合資格與芯片供應商合作的原始設計製造商之一，以開發參考設計項目，有關詳情參閱本[編纂]「業務—研究、開發及設計」一節。

我們的策略是專注於原始設計製造鏈的高增值工序，即硬件及軟件設計，並外包資本較密集的大部份製造工序予電子製造服務商。通過此代工策略，我們經已與其中一家電子製造服務商建立長期夥伴關係，該供應商為2013年的第二大手機電子製造服務供應商，令我們可靈活處理不同客戶有關不同產品規格及訂單規模的訂單。董事相信，此策略亦使我們可善用此等電子製造服務商的規模經濟，在生產時間及成本方面達致更佳的效率。因此，我們可達到更高的利潤率。

我們於2007年開始向海外市場供應產品。我們是自中國經銷產品至海外的手機原始設計製造商先驅之一。我們得益於早佔先機的優勢，與多個領先地區品牌擁有人、重要的營運商建立長期夥伴關係，董事亦相信，此長期夥伴關係使我們享有大幅領先競爭對手的交貨時間，對競爭對手新進入相同市場帶來進入障礙。

主要部件的價格趨勢

智能手機的主要部件包括移動芯片組、攝像頭模件、顯示屏模件及觸控屏等。根據弗若斯特沙利文報告，3G及4G或LTE智能手機的主要原材料價格於過去三年持續下滑。並預期於2014年及2015年會進一步下跌。



行業概覽

我們的部件供應商

智能手機的最重要部件是其芯片組，而芯片組由各種集成電路(半導體設備或芯片)所組成，在手機上進行不同功能。

市場上的兩家領先移動芯片組供應商為Qualcomm及MediaTek。Qualcomm是無線技術及服務的全球領先供應商之一，於2013年佔全球蜂窩式基帶處理器64.0%的市場份額。該公司提供無線芯片組及軟件技術，包括CDMA、UMTS、GSM及LTE，並支援3G及4G網絡及設備。該公司於蜂窩式基帶處理器及智能手機應用程式處理器板塊穩佔首位，於2013年仍為全球第三大無廠半導體生產商。MediaTek為集成電路設計的主要供應商，佔市場份額10.0%，該公司專精無線通信及多媒體，於蜂窩式基帶處理器市場佔第二位，佔市場份額的12%，並佔智能手機應用程式處理器市場銷售價值的10%。

其他主要部件包括顯示屏模件、OGS觸控屏及攝像頭模件。我們的顯示屏及觸控屏主要供應商包括(i)一家股份於主板上市的上市公司的集團成員公司，該公司供應優質的LCD屏，其總部設於香港，生產設施位於中國；(ii)一家股份於深圳證交所上市的上市公司深圳歐菲光科技服務有限公司的集團成員公司，主要從事提供電容式觸控屏，為中國的攝像頭模件供應商。我們的攝像頭模件主要供應商為一家股份於主板上市的上市公司的集團成員公司，該公司為集成光學器件製造商及光學顯示系統解決方案提供商。