

## 行業概覽

除另有說明外，本節的資料乃摘錄自政府官方刊物及其他刊物以及 Ipsos 報告(由本集團委託 Ipsos 編製的市場研究報告)。摘錄自 Ipsos 報告的資料反映了根據抽樣估計的市場狀況，並主要作為市場調查工具而編製。凡提及 Ipsos 不應被視為 Ipsos 就任何證券價值或向本集團投資是否屬可取而發表的意見。我們相信，資料乃摘錄自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，該等資料在任何重大方面屬虛假或誤導，或遺漏任何重大事實導致該等資料虛假或誤導。然而，除 Ipsos 對 Ipsos 報告所載資料進行獨立核實外，我們、我們的任何聯屬人士或諮詢人、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂] 或任何彼等各自聯屬人士、諮詢人、董事、行政人員或代表或任何其他參與[編纂]的人士並無獨立核實有關資料。概不就 Ipsos 報告的準確性、完整性或公平性發表任何聲明。董事經合理審慎檢視後確認，自 Ipsos 報告日期以來市場資料並無發生重大不利變動。

### 緒言

我們已委託 Ipsos (一間獨立市場調查公司) 對自二零一零年至二零一八年期間中國開關電源製造業的行業發展、趨勢及競爭態勢進行分析及報告，費用為 492,800 港元。

Ipsos 為一間獨立市場研究公司，是全球最大之研究公司之一，在全世界 85 個國家聘有約 16,000 名員工。Ipsos 從事市場狀況、市場規模、市場份額及市場細分析、分銷及價值分析、競爭對手跟蹤及公司情報之研究。

編製 Ipsos 報告時，Ipsos 透過以下方法獲取及收集資料及情報：(a) 進行案頭研究，包括政府及監管統計資料數據、行業報告及分析師報告、行業協會、行業期刊、來自 Ipsos 研究資料庫的其他在線資源及數據；(b) 進行客戶諮詢，以獲取本公司的背景資料；及 (c) 透過與主要持份者及業內專家(包括中國的協會及專家、開關電源製造商、零售商及客戶) 面談進行主要研究。本節所載的資料及統計數字摘錄自 Ipsos 報告。

Ipsos 所蒐集之資料及數據乃採用 Ipsos 內部分析模型及技術進行分析、評估及驗證。Ipsos 所用方法乃以不同層面搜集之資料為基準，使有關資料可予互相考證核實。

---

## 行業概覽

---

### IPSOS 報告所用假設及參數

Ipsos 報告所用假設如下：

- 假設開關電源製造商提供的產品及服務在全球市場上的供需屬穩定，且於二零一五年及二零一八年（「預測期間」）內並無短缺；及
- 假設於預測期間，全球市場並無發生可能影響中國開關電源製造商提供的產品及服務供需的外部衝擊（如金融危機或自然災害）。

Ipsos 的市場規模及預測模型考慮以下參數：

- 於二零一零年至二零一八年期間中國、美國、南韓及歐盟的國內生產總值及國內生產總值增長率；
- 於二零一零年至二零一八年期間中國、美國、南韓及歐盟的年度家庭可支配收入及平均年度家庭消費支出；
- 於中國製造的開關電源的銷售量總額及估計；
- 於二零一零年至二零一八年期間電訊設備、媒體及娛樂設備及電子煙的銷售量及銷售價值總額及估計；及
- 於二零一零年至二零一八年期間應用智能充電器及控制器的電動工具的銷售價值總額及估計。

### 中國開關電源製造業的市場概覽

開關電源製造業是電源製造業其中一個行業界別。開關電源製造商專門生產結合開關調節器以轉換電力的電子電源。開關電源廣泛用於電子產品，將電力由一個來源轉送至智能電話、個人電腦及混凝土鋸等設備。

## 行業概覽

### 全球市場對開關電源的需求及應用範圍

開關電源可應用於兩大範圍：消費電子產品及工業電子設備。由於開關電源提供較高能源效益，故廣泛用於多種電子產品及設備。

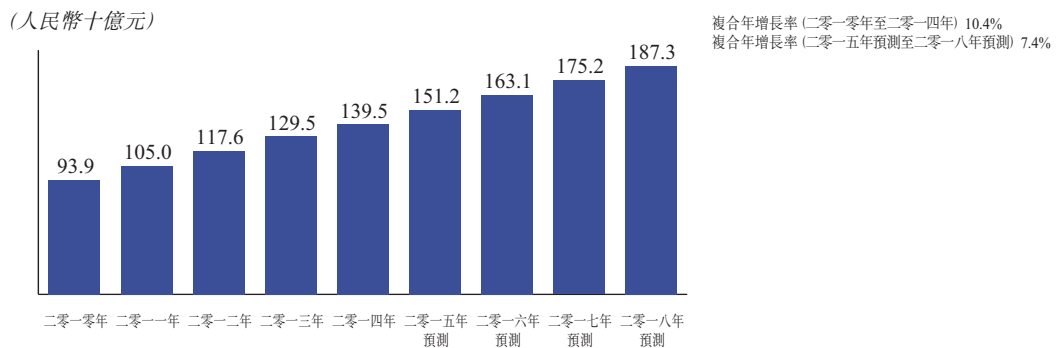
消費電子產品的開關電源包括充電器、適配器、LED驅動器、個人電腦電源及內置開關電源，該等產品適用於移動電話、個人電腦、電子煙、家庭電器、LED燈及其他電子消費品等消費電子產品；而工業電子設備的開關電源則包括外置開關電源、內置開關電源及逆變器，該等產品適用於汽車、建築設備及醫療設備等工業電子設備。

### 開關電源製造商的目標客戶及其來源地

一般而言，開關電源製造商的客戶可劃分為消費電子產品或工業設備的零售商及製造商。於二零一三年，中國製造的開關電源約60%用於出口。香港、美國及日本為三大出口目的地，分別佔出口價值約30.5%、15.6%及5.3%。

### 中國開關電源製造業的總銷售價值

下圖載列於二零一零年至二零一四年中國製造開關電源的總銷售價值及於預測期間的預測總銷售價值：



資料來源：Ipsos 報告

於二零一零年至二零一四年期間，中國製造的開關電源總銷售價值有所增長，由二零一零年約人民幣939億元增至二零一四年約人民幣1,395億元，複合年增長率約為10.4%。中國開關電源製造業穩步增長主要由於同期消費電子產品的需求增加所致。特別是，智能電話及平板電腦為推動中國開關電源製造業增長的主要產品。

## 行業概覽

於預測期內，開關電源的總銷售價值預期會持續上升，由二零一五年約人民幣1,512億元增至二零一八年約人民幣1,873億元，複合年增長率約為7.4%。推出引進更多創新先進的開關電源，例如快速充電器及無線充電器，將促使開關電源在中國的需求增加，而創新技術及提升產品預備可致令開關電源的價格增加。開關電源的需求不斷增加，加上組件價格上漲，將推動開關電源製造行業有所增長。

### 全球相關消費電子產品市場概覽

#### 全球出售的電訊設備的總銷售價值

下圖載列於二零一零年至二零一四年全球出售的電訊設備(即設計用於發送或接收電話、電子或無線電通信的工具、器材或設備)的總銷售價值及於預測期間的預測總銷售價值：



資料來源：Ipsos 報告

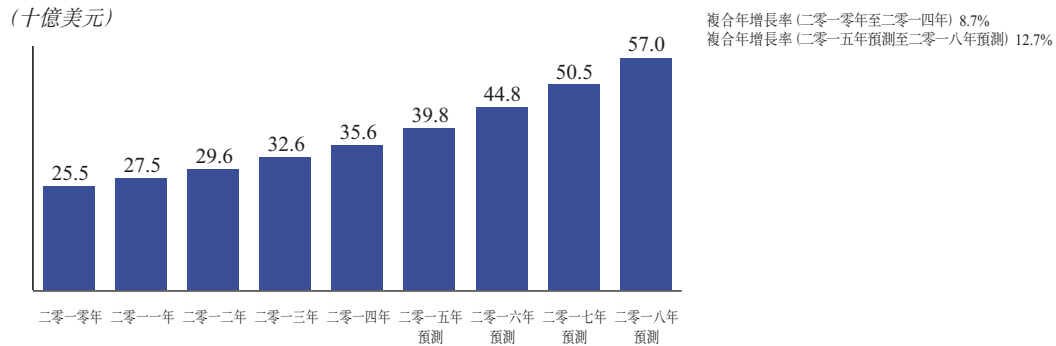
電訊設備的全球總銷售價值由二零一零年約2,489億美元增至二零一四年約4,475億美元，複合年增長率約為15.8%。有關增長主要受全球電訊器材(包括智能電話)的需求上升所帶動。強勁增長率在電訊服務日漸普及的中國、印度及非洲國家等發展中國家尤其顯著。

電訊設備的全球總銷售價值預期會繼續上升，由二零一五年約5,102億美元增至二零一八年約6,556億美元，複合年增長率約為8.7%。此主要由於在大部分電訊服務普及化的發展中國家中，智能電話及其他電訊設備的升級周期更快及滲透率更高。

## 行業概覽

### 全球出售的媒體及娛樂設備的總銷售價值

下圖載列於二零一零年至二零一四年全球出售的媒體及娛樂設備的總銷售價值及於預測期間的預測總銷售價值：



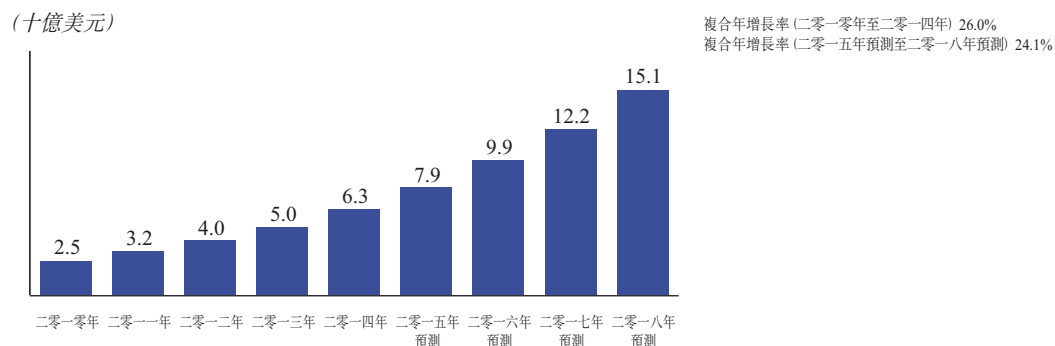
資料來源：Ipsos 報告

媒體及娛樂設備的總銷售價值由二零一零年約255億美元增至二零一四年約356億美元，複合年增長率約為8.7%。二零一零年至二零一四年媒體及娛樂設備的增長主要受藍光等新技術及機頂盒以及家庭影院市場的復甦所帶動。

媒體及娛樂設備的總銷售價值預期將由二零一五年約398億美元增至二零一八年約570億美元，複合年增長率約為12.7%。消費者對創新科技發展的認受性推動家用視聽產品及電腦顯示器市場冒升。此外，消費者對更快捷上網連接、互聯網獨有的娛樂節目、高速數據串流及配置複雜的設備以儲存音樂的想望，勢必促使便攜性媒體及娛樂設備於二零一五年至二零一八年期間在技術方面進一步演進。媒體及娛樂設備需求的預期增長將促使開關電源的需求上升。

### 全球出售的電子煙的總銷售價值

下圖載列於二零一零年至二零一四年全球出售的電子煙的總銷售價值及於預測期間的預測總銷售價值：



資料來源：Ipsos 報告

電子煙的全球總銷售價值由二零一零年約25億美元增加至二零一四年約63億美元，複合年增長率約為26.0%。預計總銷售價值將持續上升，由二零一五年79億美元增加至二零一八年151億美元，複合年增長率約為24.1%。

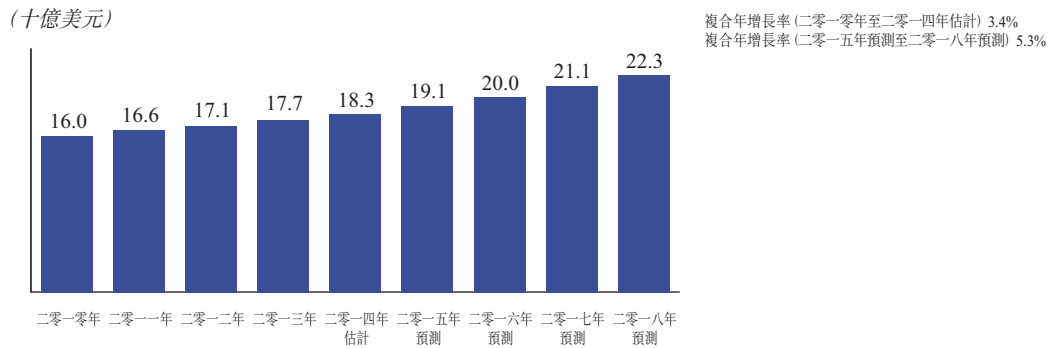
## 行業概覽

電子煙的全球總銷售價值由二零一零年至二零一四年的增幅，主要由於電子煙與抽煙的概念不同，且電子煙的零售價亦較傳統煙草低廉。隨著電子煙日漸普及，電子煙於美國、歐洲及中國等國家隨處有售。由於供應便利，加上領先的煙草製造商進軍市場致使分銷點增加，預期未來電子煙的需求將會增加。

### 全球電動工具市場概覽

#### 全球出售的電動工具的總銷售價值

下圖載列於二零一零年至二零一四年全球出售的電動工具的總銷售價值及於預測期間的預測總銷售價值：



資料來源：Ipsos 報告

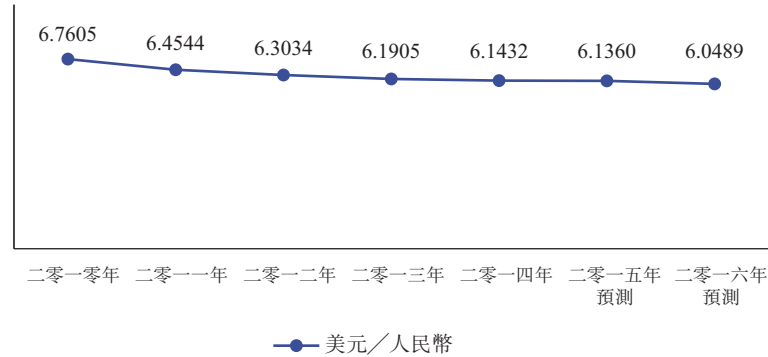
電動工具的全球總銷售價值由二零一零年約160億美元增加至二零一四年183億美元，複合年增長率約為3.4%。此乃主要由於全球建設工程增加，尤其是美國及亞洲，該等地區經濟前景樂觀，以及容易取得信貸融資，增加了商業消費及固定資產的投資，因而增加了建築活動的數量及電動工具的需求。電動工具的需求增加刺激工業用的智能充電器及控制器的需求。

預期因建築活動興旺帶動對無線電動工具的需求日增，將令電動工具的全球總銷售價值進一步推高。預計電動工具的全球總銷售價值將由二零一五年約191億美元增加至二零一八年約223億美元，複合年增長率約為5.3%。

## 行業概覽

### 美元兌人民幣的匯率

下圖列示於二零一零年至二零一四年期間美元兌人民幣的過往匯率及二零一五年及二零一六年的預測匯率：



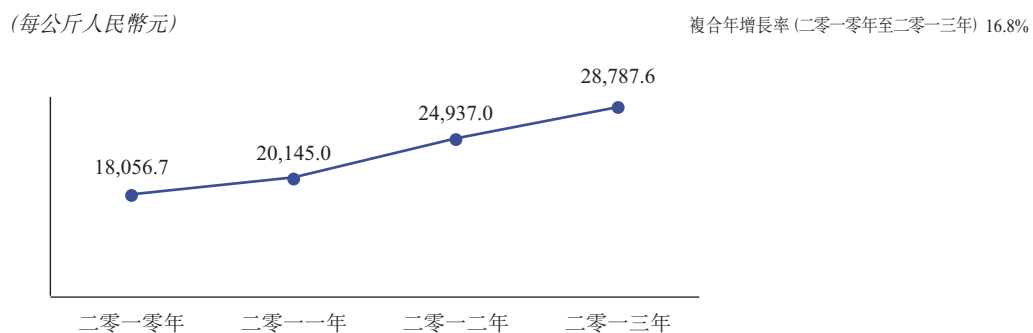
資料來源：Ipsos 報告

由於中國的經濟快速增長及美國經濟復甦緩慢，故於二零一零年至二零一四年美元兌人民幣出現貶值。預期於二零一五年及二零一六年中國經濟將繼續維持其高速增長的勢頭，而人民幣兌美元將會溫和升值。

### 中國開關電源製造行業主要原材料的過往平均價格

#### 於二零一零年至二零一三年中國IC芯片的平均價格(於製造商層級)

下圖顯示於二零一零年至二零一三年中國IC芯片的過往平均價格(於製造商層級)：



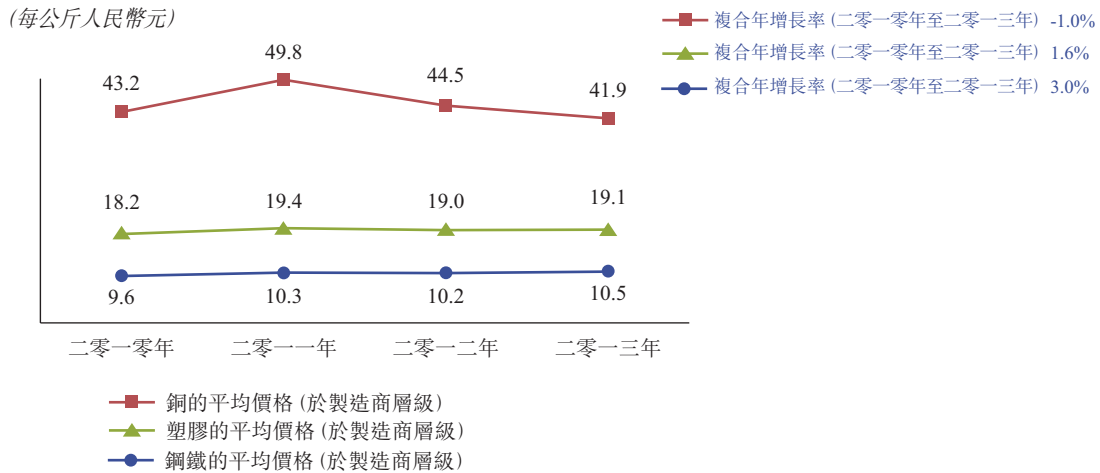
資料來源：Ipsos 報告

中國IC芯片的平均價格(於製造商層級)由二零一零年約每公斤人民幣18,056.7元增加至二零一三年約每公斤人民幣28,787.6元，複合年增長率約為16.8%。IC芯片的設計不斷提升，以致投資於製造IC芯片的研發成本上升，繼而導致IC芯片的平均單位價格增加。

## 行業概覽

### 於二零一零年至二零一三年中國銅、塑膠及鋼鐵的平均價格(於製造商層級)

下圖顯示於二零一零年至二零一三年中國銅、塑膠及鋼鐵的過往平均價格(於製造商層級)：



資料來源：Ipsos 報告

中國銅的平均價格(於製造商層級)由二零一零年約每公斤人民幣43.2元微跌至二零一三年約每公斤人民幣41.9元，相當於複合年增長率約-1.0%。銅的價格於二零一一年創歷史新高，約為每公斤人民幣49.8元，其後下跌乃因美國債務危機及經濟復甦緩慢令製造活動放緩。

中國塑膠的平均價格由二零一零年約每公斤人民幣18.2元輕微增加至二零一三年約每公斤人民幣19.1元，複合年增長率約為1.6%。原油價格於二零一零年至二零一三年增加導致其相關產品(包括聚合物(塑膠))的價格相應增加。

中國鋼鐵的平均價格(於製造商層級)相對穩定，由二零一零年約每公斤人民幣9.6元增加至二零一三年約每公斤人民幣10.5元，複合年增長率約為3.0%。鋼鐵的價格趨勢於所述期間相對穩定，主要由於中國鋼鐵行業長期供過於求所致。

### 中國開關電源製造業的競爭態勢

根據Ipsos報告，中國開關電源製造業分散及成熟，而行業由二零一零年至二零一四年以複合年增長率約10.4%增長，並預期於二零一五年至二零一八年以複合年增長率約7.4%增長。於二零一四年，中國約有2,000家製造商生產開關電源，大部分的品牌知名度較低。於二零一三年，中國十大開關電源製造商僅佔中國行業收益總額約39.7%。



## 行業概覽

中國開關電源製造業競爭非常激烈。各製造商起初生產適用於一至兩個市場分部的開關電源，繼而積極擴展其業務至新市場分部。此外，大部分製造商著眼於低端市場，並提供類似，甚至同類產品，因而造成激烈的價格競爭。反之，其他具備足夠生產高端開關電源能力的製造商則於科技創新及品牌知名度方面爭相角逐。

根據Ipsos報告，於二零一三年，本公司於開關電源製造分部錄得收益約人民幣1,691.0百萬元，佔中國行業收益總額約1.3%。根據Ipsos報告，於二零一三年，我們以銷售收入計在中國開關電源製造商之中排名第九位，在主要業務為製造開關電源的製造商之中以銷售收入計排名第七位。

下表顯示二零一三年十大開關電源製造商及中國十大主要業務為製造開關電源的製造商：

開關電源製造商之間的排名	主要業務為製造開關電源的製造商(註)之間的排名	公司名稱	總部地點	公司總收益(人民幣百萬元)	自開關電源製造分部產生的收益(人民幣百萬元)	中國市場份額(根據開關電源製造分部產生的收益計算)
1	–	公司A	台灣	42,412.0	18,013.0	13.9%
2	–	公司B	台灣	34,791.0	12,177.0	9.4%
3	1	公司C	台灣	4,984.0	4,835.0	3.7%
4	2	公司D	台灣	3,550.0	3,550.0	2.7%
5	3	公司E	中國	6,000.0	3,000.0	2.3%
6	4	公司F	台灣	4,856.2	2,670.9	2.1%
7	5	公司G	台灣	2,299.0	2,299.0	1.8%
8	6	公司H	芬蘭	4,069.0	2,000.0	1.5%
<b>9</b>	<b>7</b>	<b>本公司</b>	<b>香港</b>	<b>1,928.0</b>	<b>1,691.0</b>	<b>1.3%</b>
10	8	公司I	台灣	1,043.0	956.0	0.7%
–	9	公司J	中國	626.6	626.6	0.5%
–	10	公司K	台灣	499.0	499.0	0.4%
其他					77,138.2	59.7%
總計					<u>129,455.7</u>	<u>100.0%</u>

註：「主要業務為製造開關電源的製造商」指製造開關電源所產生的收益為50%以上的製造商。

資料來源：Ipsos 報告

---

## 行業概覽

---

### 競爭因素

根據Ipsos報告，中國開關電源製造商於以下方面展開競爭：

- **產品質素**：鑒於大部分開關電源供應商提供類似甚至相同的產品及服務，產品高質素且安全可靠，將有助製造商於競爭對手中脫穎而出。在提供優質產品的往績記錄將有助製造商在行業內建立良好聲譽，從而使其能夠吸引新客戶及挽留現有客戶。
- **研發能力**：擁有更強研發能力的開關電源製造商可於其行業競爭對手中更顯與眾不同，以助他們維持或擴大在行業內的市場份額。憑藉強勁的研發能力，製造商將能夠為客戶提供符合不同國家所訂行業標準且設計及功能最新穎的產品。他們亦將能夠於未來擴展業務至新市場。
- **定價**：中國開關電源製造行業分散，開關電源製造商通常提供非常類似甚至相同的產品及服務。因此，同業之間的價格競爭非常激烈。

### 本公司的競爭優勢

根據Ipsos報告，本公司有以下競爭優勢

- **建立自有的檢測實驗室**：於二零零四年，我們於中國廣東省惠州生產基地建立自有的檢測實驗室。我們的檢測實驗室通過CNAS認可程序，並於二零零八年取得認可證書，讓我們可對我們的產品進行安全及能源效益測試。憑藉我們自有的檢測實驗室，我們再不需要委聘獨立檢測機構對我們的產品進行安全及能源效益測試，此舉可縮短推出產品的時間及減少我們的營運成本，從而增加我們於行業的競爭力。
- **增加製造業自動化程度**：我們已透過將我們生產基地的機器及設備升級著手增加我們生產工序的自動化程度。先進自動生產線讓我們減少依賴勞工，此舉將使我們在中國上漲的勞工成本中達致合理溢利率。此外，自動化以標準的生產工序(需要高精度機器)改善我們的產品質量。

---

## 行業概覽

---

### 中國開關電源製造行業的門檻

根據Ipsos報告，中國開關電源製造行業的主要門檻包括以下各項：

- **缺乏研發能力：**開關電源製造商致力創新，提供具改良特點及功能的產品。已於業內一段時間的製造商擁有相對較強大的研發團隊，可能具有較多資源及知識開發新技術及產品。相反，新晉公司可能缺乏研發創新科技或產品升級的能力或可能缺少足夠資源進行研發工作。
- **對技術專業知識及人才的需求極高：**新晉公司可能缺少充足資源聘用具備高技術專業知識或經驗水平的頂尖人才，可能構成新晉公司進入開關電源製造行業的門檻。

### 中國開關電源製造行業的市場驅動力

- **安全標準及能源效益要求一直引領開關電源製造行業的發展：**面對電子裝置用開關電源的全球通用持續嚴格安全標準及能源效益要求，開關電源製造商須加強研發能力，以生產可符合有關標準及要求的開關電源。此外，節能開關電源的需求因近年全球的能源效益及節能意識而上升。相關開關電源的需求上升將為行業發展提供動力。
- **預期智能家居裝置為開關電源製造行業帶來新商機：**智能家居裝置（諸如可由智能電話控制的全球定位系統(GPS)追蹤空調機及慢燉鍋）的需求預計會因追求更高生活水平而大大增長，而智能家居裝置的收益估計於二零一八年達到全球市值約710億美元，較二零一三年的規模擴大一倍。開關電源為智能家居裝置的其中一項主要組件，由遙控器傳送訊號至該等裝置的電源開關。智能家居裝置市場的顯著增長將因而刺激開關電源的需求，為開關電源製造行業帶來新商機。

---

## 行業概覽

---

### 中國開關電源製造行業的潛在威脅

根據Ipsos報告，中國開關電源製造行業的主要潛在威脅包括以下各項：

- **行業分散可能妨礙行業增長及發展：**據中國電源學會所述，中國目前約有2,000家公司從事開關電源製造業務。然而，並無任何一家公司擁有足夠營運規模或市場份額，能夠影響行業方向。此現象引致同類產品飽和及激烈價格競爭（特別是低端開關電源製造商之間），因而造成溢利率下降，以及削弱製造商將資源分配至研發工作的意欲。此舉可能妨礙開關電源製造行業的增長，開關電源在設計、能力及功能方面亦可能無法緊貼最新技術。
- **與IC芯片供應商的議價能力較低：**IC芯片是開關電源的主要部件之一。由於多年的經驗及發展，很多歐洲及美國公司已取得設計及製造IC芯片的核心技術。於IC芯片行業中佔重大市場份額的公司會在中國的同業中具有龐大的競爭優勢。對開關電源製造商而言，有效地分散上游業務至IC芯片行業較為困難。事實上，生產IC芯片的成本及靈活度大多由在歐洲或美國的供應商控制，此舉可能對在中國的開關電源製造行業構成潛在威脅。