

行業概覽

本節包含摘錄自政府官方出版物、行業資訊及我們所委託的Frost & Sullivan報告的若干資料。對Frost & Sullivan的提述不應被視為Frost & Sullivan對任何證券價值或投資本公司可行性的意見。本公司董事相信，摘錄自Frost & Sullivan報告的資料來源對該等資料而言屬適當，且我們於摘錄及轉載該等資料時已合理審慎行事。本公司董事並無理由相信該等資料失實或具誤導性，或曾忽略任何事實，導致該等資料失實或具誤導性。我們或我們的任何聯屬公司或顧問、獨家保薦人、獨家[編纂]或獨家[編纂]或其任何聯屬公司或顧問或參與[編纂]之其他任何一方均未曾獨立核證摘錄自Frost & Sullivan報告的資料，對其準確性亦不發表任何聲明。

緒言

本集團為一家總部位於中國廣東省江門的大型鋼材加工企業。我們主要從事將熱軋碳鋼卷加工成冷軋碳鋼產品，例如冷軋碳鋼條／鋼板、鋼卷，以及各種尺寸和規格的焊接鋼管。熱軋碳鋼成品通常為鱗狀灰色且尺寸上較不準確，因而較不適合用於需要非常精細及光滑表面的用途，而冷軋碳鋼通常重量較輕，細節上亦更準確，廣泛用於各種消費產品的製作。我們向客戶提供差定制產品，我們的客戶主要是輕工五金、家電、傢俬、摩托車／自行車配件、LED及照明行業的製造商。

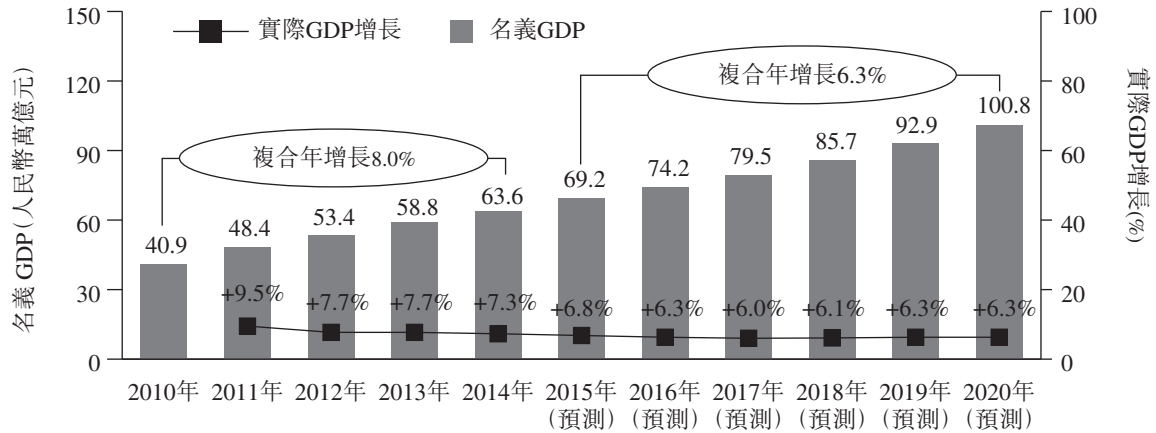
鋼是現代經濟中多個行業(從基礎設施(如鐵路和建築)到消費品(如汽車和家電))的主要組成部分。因此，一個蓬勃發展的經濟體，隨著其居民可支配收入和消費品零售額的不斷增長，對鋼材產品的需求將不斷擴大，進而導致鋼鐵行業的市場繁榮。

中國的GDP增長

中國經濟於2010年到2014年間仍然保持著穩定的增長速度。於此期間，中國政府實施經濟刺激政策，成功地保持了經濟增長。根據Frost & Sullivan，中國該期間的實際GDP錄得8.0%的複合年增長率。邁向未來，中國政府傾向於保持一致及穩定的宏觀經濟政策。同時，結構重組將有助於提高經濟發展的質量和效益。

行業概覽

中國的GDP，2010年—2020年(預測)



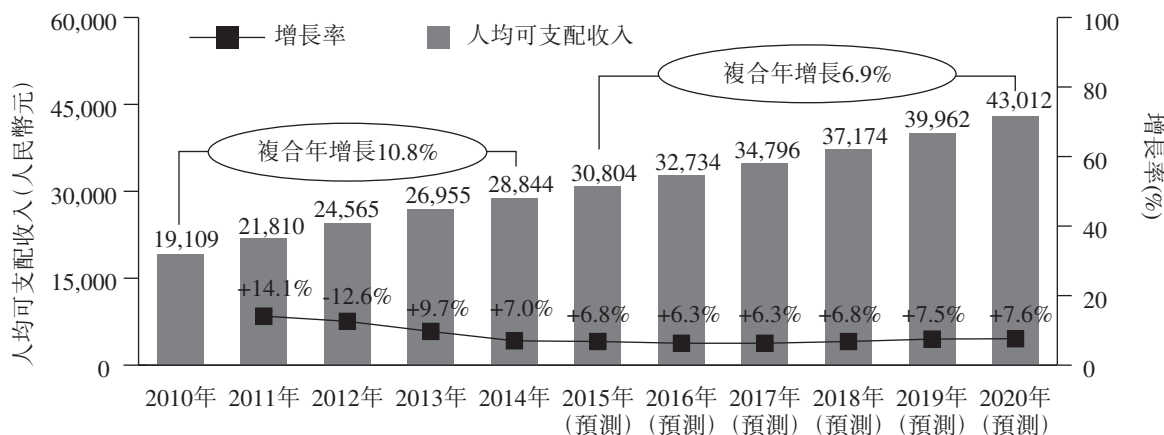
資料來源：Frost & Sullivan 報告

中國的經濟有望從投資驅動型模式轉向消費驅動型模式，最終消費佔GDP的比重將有所回升。於此情況下，中國的經濟很可能保持穩健的發展態勢。根據Frost & Sullivan，預測從2014年至2020年，中國的實際GDP將保持6.3%的複合年增長率。

中國城鎮家庭人均可支配收入

隨著GDP的增長，中國家庭的平均收入水平近年來亦不斷上升。城鎮家庭人均年可支配收入已從2010年的人民幣19,109元增長至2014年的28,844元，同期的複合年增長率為10.8%。中國城鎮家庭人均可支配收入增長對居民消費能力產生正面影響。Frost & Sullivan估計，中國城鎮家庭人均可支配收入將於2020年增至人民幣43,012元，從2014年至2020年的複合年增長率為6.9%。

中國城鎮家庭人均可支配收入，2010年—2020年



資料來源：Frost & Sullivan 報告

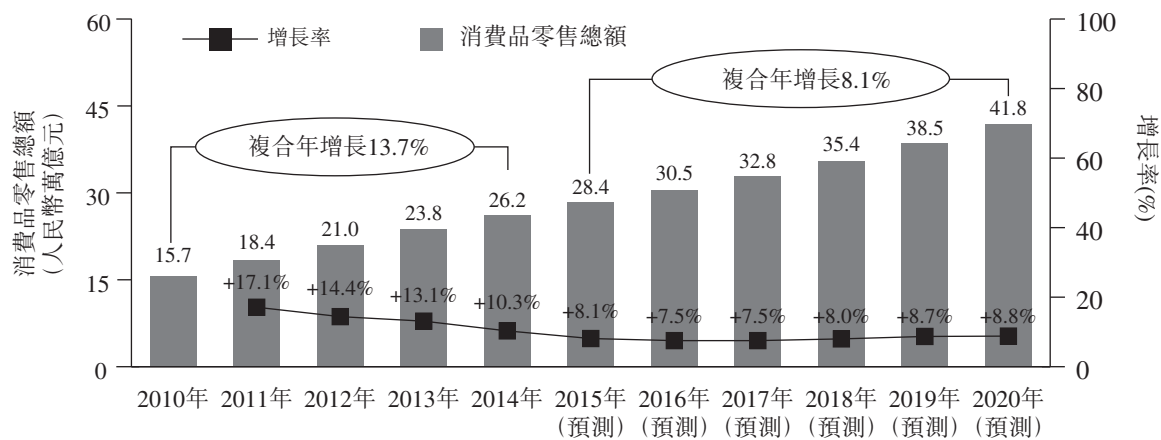
行業概覽

中國消費品零售總額

中國日漸城鎮化及人均可支配收入不斷增加導致對消費品需求的強勁增長。中國的消費品零售總額於2014年增加至人民幣26.2萬億元，自2010年以來的複合年增長率為13.7%。

受益於中國政府推出多項刺激政策，提高內部消費及將經濟模式由投資驅動轉型至消費驅動，消費品零售總額可望於未來數年快速增長。根據Frost & Sullivan，中國消費品零售總額於2020年將增長至人民幣41.8萬億元，自2014年以來的複合年增長率為8.1%。

中國的消費品零售總額，2010年—2020年(預測)



資料來源：Frost & Sullivan 報告

相信受不斷增長的家庭可支配收入所推動而增長的零售市場將為鋼鐵加工行業提供利好的環境，因鋼鐵部件為大量消費品的主要生產材料。

中國及廣東省冷軋碳鋼產品市場概覽

冷軋碳鋼介紹

鋼材主要分為兩大類，即碳鋼及合金鋼。根據碳含量的水平，碳鋼可分類為低、中及高碳鋼，各類別碳含量通常為低於0.25%、介於0.25%及0.60%之間及高於0.60%。根據加工方法，碳鋼可進一步分為碳鋼棒、厚鋼板、熱軋鋼板、熱軋酸洗鋼板、冷軋鋼板、盤條及焊接鋼管。

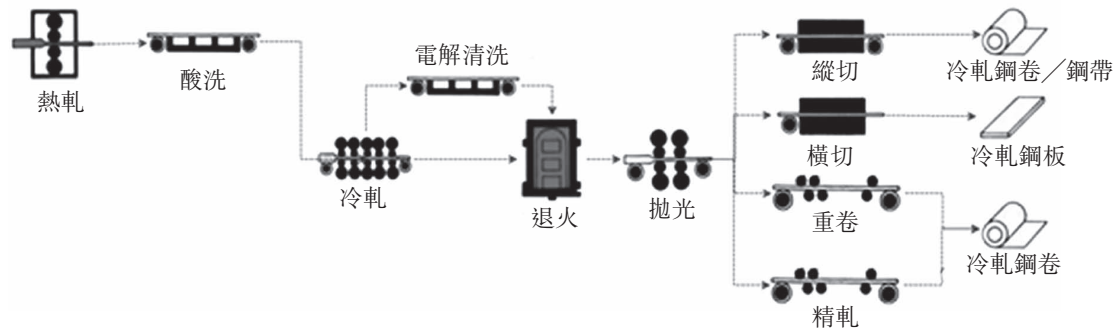
冷軋鋼板的重要屬性為易於加工及具有優良的表面質量，可以不同的厚度及寬度組合而成。由於該等特性，冷軋鋼板被廣泛用於下游行業，包括輕工五金、家電、家具、摩托車、照明及LED等。

行業概覽

冷軋碳鋼產品的生產流程

冷軋碳鋼產品的生產材料為熱軋鋼板。冷軋前，熱軋鋼板須以鹽酸進行酸洗以進行表面除垢。熱軋酸洗鋼卷為這一流程的直接產品。酸洗後，酸洗鋼板經各種冷軋機冷軋。下一流程為退火工序，包括電解清洗、退火及拋光。退火加工後，冷軋鋼板根據客戶指示被加工成不同形狀。最終產品分為冷軋鋼圈、鋼板及鋼條。例如，窄冷軋鋼卷或鋼帶可經縱切加工，而冷軋鋼板可經橫切加工。

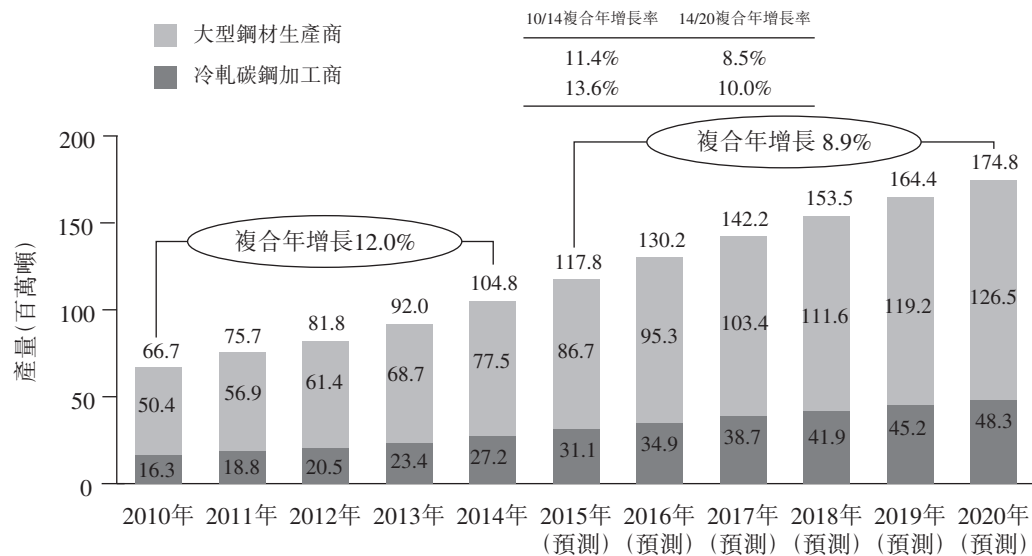
冷軋碳鋼產品的生產流程



資料來源：Frost & Sullivan 報告

中國冷軋碳鋼的市場規模

中國冷軋碳鋼市場的產量，2010年–2020年(預測)



資料來源：Frost & Sullivan 報告

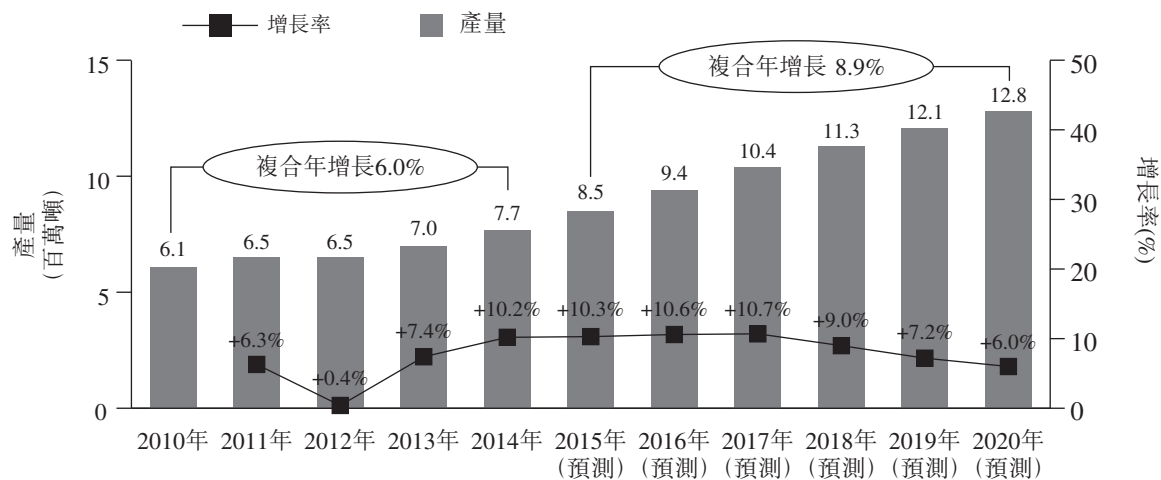
行業概覽

中國冷軋碳鋼市場自2010年至2014年呈穩定增長態勢，產量自2010年的66.7百萬噸增加至2014年的104.8百萬噸，同期實現複合年增長率12.0%。自2014年至2020年，市場預期將以8.9%的複合年增長率增長，於2020年將達174.8百萬噸。根據Frost & Sullivan報告，主要增長動力包括：(i)來自硬件、家電、家具、照明及其他下游行業的需求增長；及(ii)鋼材價格下降刺激應用於生產的冷軋碳鋼增長。

目前，大型鋼材生產商的冷軋碳鋼產量仍佔整個市場產量的74%左右，而餘下則為鋼鐵加工商。2014年，冷軋碳鋼加工商生產冷軋碳鋼約27.2百萬噸。未來，隨著包括輕工五金、家電、家具、照明及其他等下游行業對定製冷軋碳鋼產品的需求不斷增長，冷軋碳鋼加工商估計將繼續在市場上扮演重要角色。2020年，鋼材加工商的冷軋碳鋼產量極可能達到48.3百萬噸，自2014年至2020年的複合年增長率將為10.0%。

廣東省冷軋碳鋼的市場規模

廣東省冷軋碳鋼市場的產量，2010年–2020年(預測)



資料來源：Frost & Sullivan 報告

廣東省冷軋碳鋼市場自2010年至2014年保持穩定增長。產量自6.1百萬噸增加至7.7百萬噸，該期間的複合年增長率為6.0%。

市場預期將於未來五年更快速增長及於2020年產出擴大至12.8百萬噸，實現2014年至2020年複合年增長率8.9%。該等預測增長主要取決於兩個因素。首先，中國主要鋼材廠商位於中國中部及北部，而廣東的鋼材需求傳統上大部分由地方貿易公司滿足，該等公司從廣東省外的鋼材生產商購買原鋼材產品，部分能從鋼材生產商購買大批量

行業概覽

鋼材產品的規模鋼材使用者除外。此等地理供需失衡預期將由寶鋼緩解。該公司計劃於廣東省成立鋼鐵生產基地以滿足華南地方下游行業的需求。廣東省來自寶鋼的鋼鐵供應亦降低當地用戶的鋼鐵成本，從而推動鋼鐵消耗。其二，許多於廣東省的輕工業(如家具、家電及照明等)企業強烈需要不同尺寸、形狀及金屬特性的冷軋碳鋼產品以支持其製造活動。該等下游行業的需求可能推動未來廣東省冷軋碳鋼市場的發展。

儘管向建築行業及汽車行業的製造商提供標準化的冷軋碳鋼，寶鋼於廣東省的生產基地較傾向為廣東省冷軋碳鋼加工商提供原材料，即熱軋碳鋼。另一方面，冷軋碳鋼加工商的主要客戶主要為五金行業、傢俱行業及家電行業的製造商。基於不同類型的目標下游客戶，寶鋼於廣東省的鋼鐵生產基地將不會直接與廣東省的冷軋碳鋼加工商競爭。此外，該等碳鋼加工商將因從寶鋼於廣東省的鋼鐵生產基地採購原材料而節省大量運輸成本。

下游市場分析

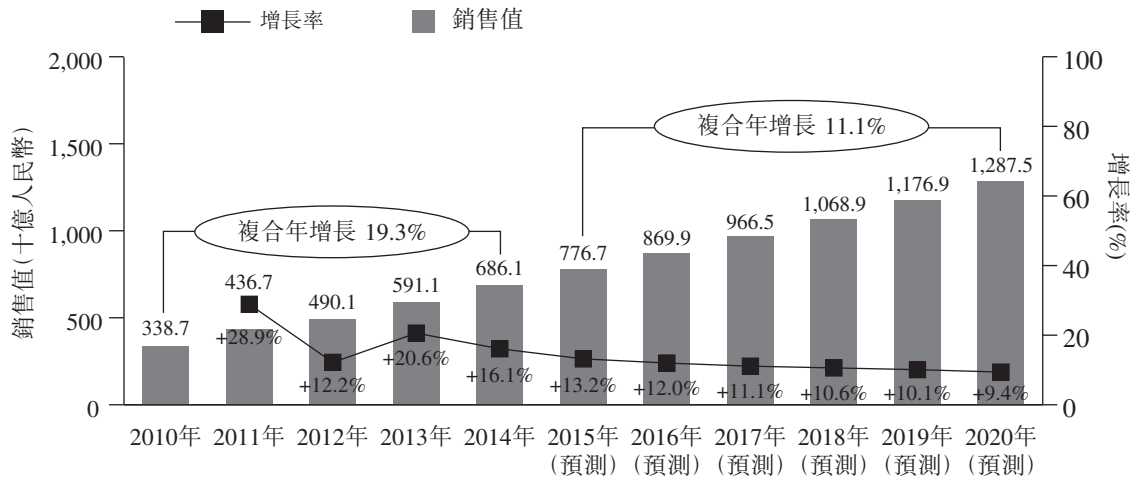
大部分冷軋碳鋼產品的客戶從事下列六個行業：(i)家具；(ii)汽車；(iii)家電；(iv)照明；(v)五金；及(vi)LED。該六個行業的市場狀況及前景直接影響冷軋碳鋼行業的需求及繼而影響其生存能力及發展。

家具

由於傢俬現代化的引入，冷軋碳鋼產品被廣泛用於家具行業。隨著城鎮化增加及可支配收入增加，中國居民的生活水平趨向上升。因此，中國的家具市場於過去幾年內經歷了快速增長。根據Frost & Sullivan，2014年市場錄得總銷售額人民幣6,861億元，將近為2010年總銷售額的兩倍，同期複合年增長率為19.3%。

行業概覽

中國家具市場：市值及預測，2010年–2020年(預測)



資料來源：Frost & Sullivan 報告

未來，中國家具市場預期仍將保持上升勢頭，自2014年至2020年以複合年增長率11.1%增長。

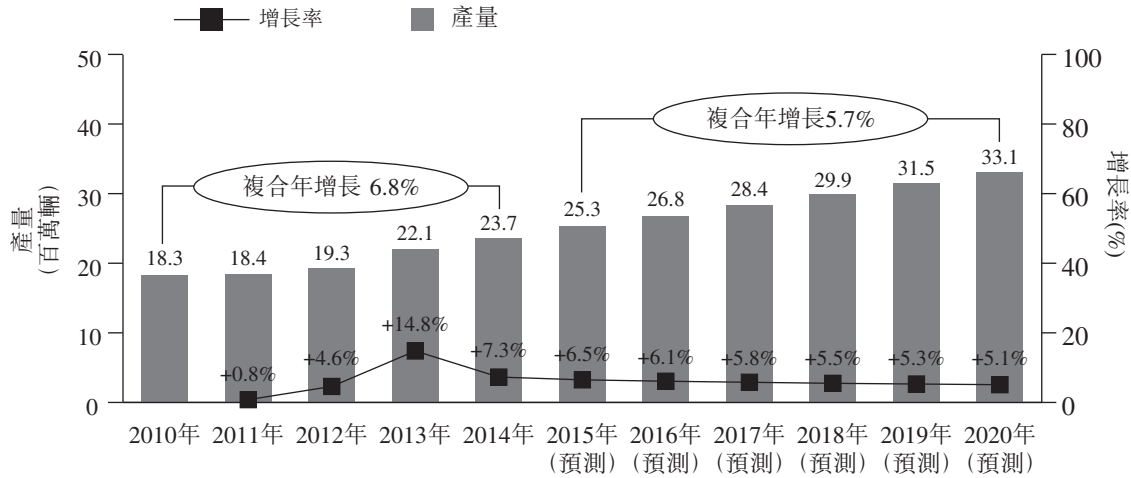
汽車

近年來，中國的汽車行業穩定發展且前景良好，主要由於可支配收入增加及政策推動。於2010年至2014年，新車產量自18.3百萬輛增加至23.7百萬輛，複合年增長率為6.8%。然而於2011年，增長率僅為0.8%，主要由於購買汽車的稅務激勵政策及農村地區補貼等優惠政策結束及燃油價格上漲。

汽車行業是冷軋碳鋼的重大用戶。汽車製造商一般直接從鋼鐵生產商購入大量標準化冷軋碳鋼用作其內部加工。

行業概覽

中國汽車市場：市值及預測，2010年–2020年(預測)



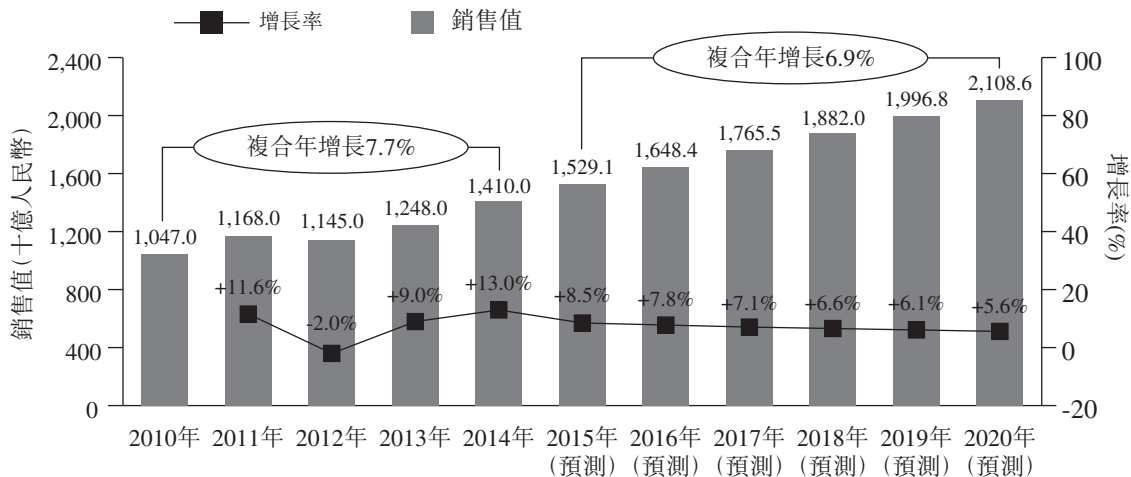
資料來源：Frost & Sullivan 報告

中國汽車市場的發展勢頭在不久的將來仍可能持續。此外，家庭收入增長及加速城鎮化將推動交通基礎設施投資及國內汽車品牌迅速發展。因此，汽車產量自2014年至2020年極可能維持複合年增長率5.7%左右，於2020年達到33.1百萬輛。

作為具有標準規格需求的冷軋碳鋼的主要下游市場之一，體量巨大的汽車行業將極大地推動冷軋碳鋼市場的進一步發展。

家電

中國家電市場：市值及預測，2010年–2020年(預測)



資料來源：Frost & Sullivan 報告

根據Frost & Sullivan報告，家電市場為消耗冷軋碳鋼產品的主要下游行業之一。市場自2010年至2014年取得7.7%的複合年增長率，總市值從人民幣10,470億元增加至人民幣14,100億元。惟銷售值從2011年的人民幣11,680億元降低到2012年的人民幣11,450

行業概覽

億元。該收縮主要由於嚴格房地產行業的宏觀調控政策及包括農村家電補貼、以舊換新補貼等優惠政策結束。

儘管2012年銷售值增長速度放緩，家電行業仍保持增長勢頭及於過去五年的複合年增長率為7.7%。鑒於生產革新、產業重組及智能家庭的市場趨勢，中國家電行業預期將在不久的將來進入新一輪市場增長。

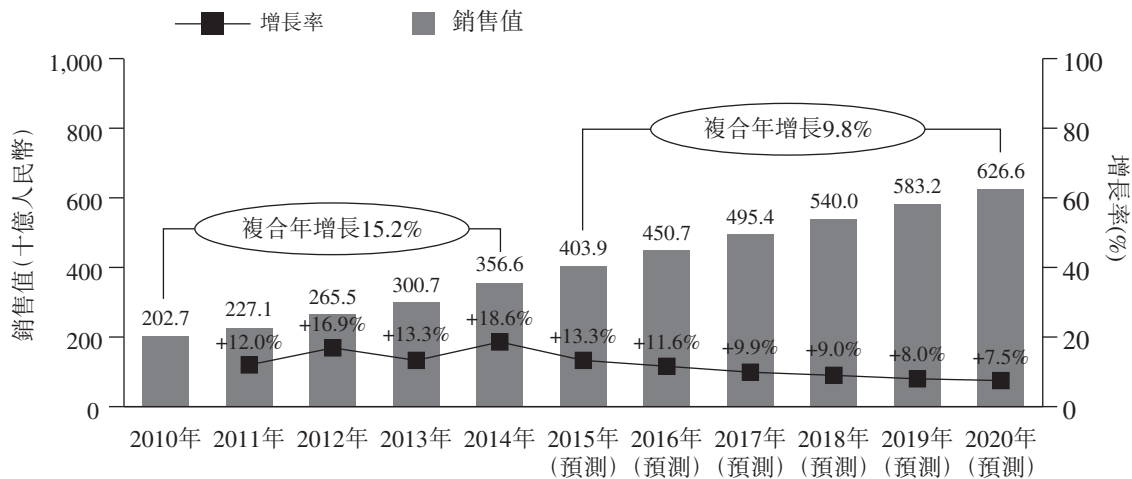
未來五年，中國家電市場預期將自2014年至2020年錄得6.9%的複合年增長率，銷售額於2020年增加至人民幣21,086億元。預測增長乃受家電行業革新及升級，以及中國家庭收入增長產生的消費傾向增強所帶動。

考慮到家電市場的激烈競爭，製造商更多從獨立鋼鐵加工商購買定制加工鋼鐵產品，以將彼等的家電產品從其他製造商區分開來。

照明

照明乃冷軋碳鋼產品的另一個下游市場。大部分照明器材的外部配件乃用冷軋鋼材產品製成。過去數年，大量基礎設施建設及快速城鎮化推動中國照明市場的增長動力。自2010年至2014年，市場產出值從人民幣2,027億元增加至人民幣3,566億元，複合年增長率為15.2%。

中國照明市場：市值及預測，2010年–2020年(預測)



資料來源：Frost & Sullivan 報告

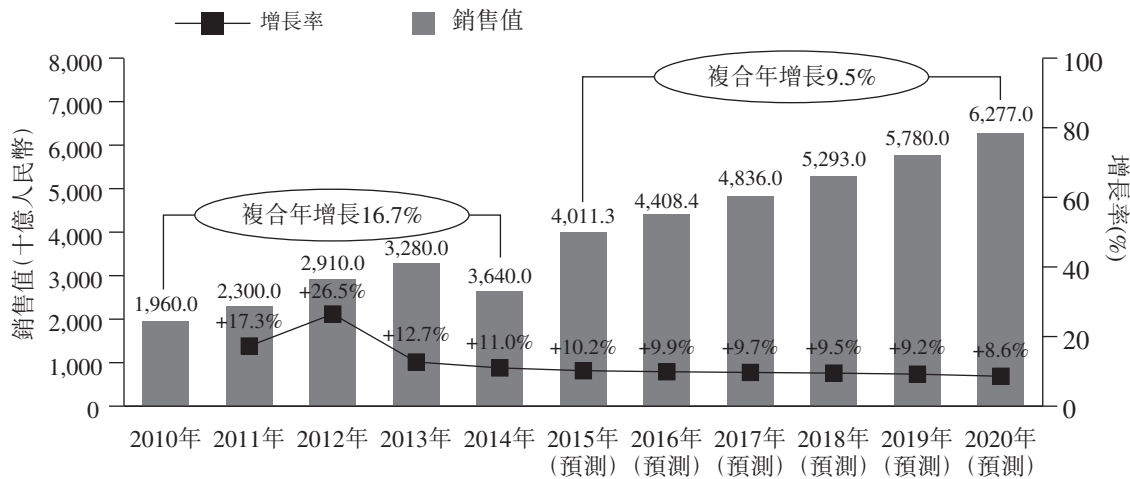
於2014年至2020年預測期間，Frost & Sullivan預期中國照明市場的銷售值將於2020年達到人民幣6,266億元的高峰，複合年增長率達到9.8%。

行業概覽

輕工五金

大部分深加工冷軋碳鋼產品常用於輕工五金生產。經濟快速增長及製造業產業升級推動中國輕工五金市場於過去數年的增長動力。自2010年至2014年，輕工五金行業的銷售值從人民幣19,600億元增加至人民幣36,400億元，複合年增長率為16.7%。目前，中國已成為世界最大的輕工五金製造國之一。

中國輕工業五金市場：市值及預測，2010年–2020年（預測）



資料來源：Frost & Sullivan 報告

由於近期經濟發展，輕工五金製造技術不斷引入中國及得以創新，暗示高增值產品未來將在國內外市場更加大量出現。

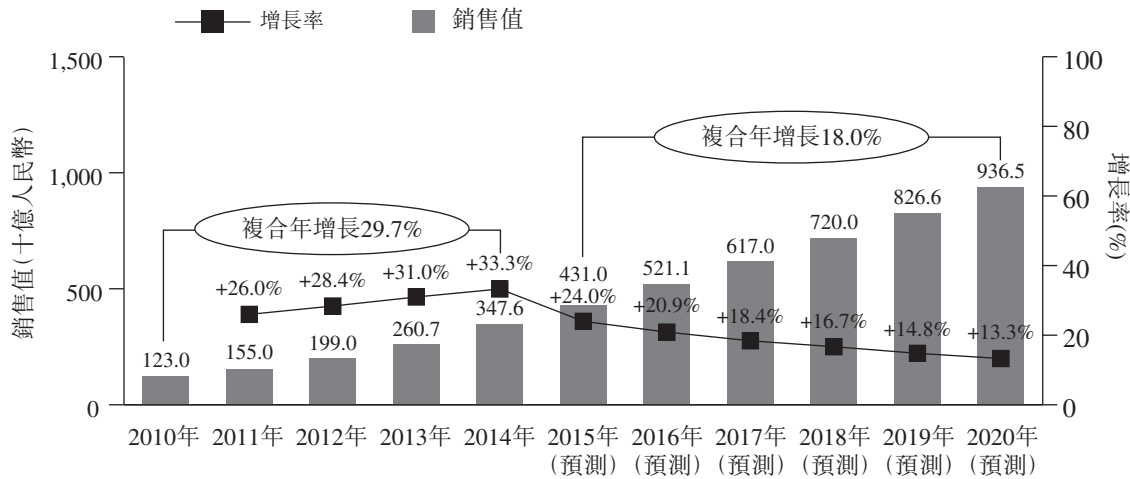
根據Frost & Sullivan報告，輕工五金市場的銷售價值預期在2020年達到人民幣62,770億元，從2014年至2020年以複合年增長率9.5%增長。

LED

冷軋碳鋼產品被廣泛用於LED產品生產，如LED照明及LED顯示器。在技術進步及LED廣泛應用的帶動下，中國LED市場銷售值於2010年至2014年的複合年增長率為29.7%，並於2014年達人民幣3,476億元。LED照明及顯示器製造商趨向從鋼材加工商購買加工鋼鐵零件，由於他們的產品經常需要定制材料。

行業概覽

中國LED市場：市值及預測，2010年–2020年(預測)



資料來源：Frost & Sullivan 報告

於未來幾年，隨著進一步的政府支持、下游需求的進一步擴大及行業整合，相信中國LED市場將繼續保持可持續發展。根據Frost & Sullivan，未來六年LED市場將以複合年增長率18.0%增長，而總銷售值於2020年將達人民幣9,365億元。

Frost & Sullivan估計，所有六個消耗冷軋碳鋼產品作為生產材料的主要下游市場將經歷持續發展，並將產生對冷軋碳鋼產品的持續需求，繼而推動冷軋碳鋼行業的發展。

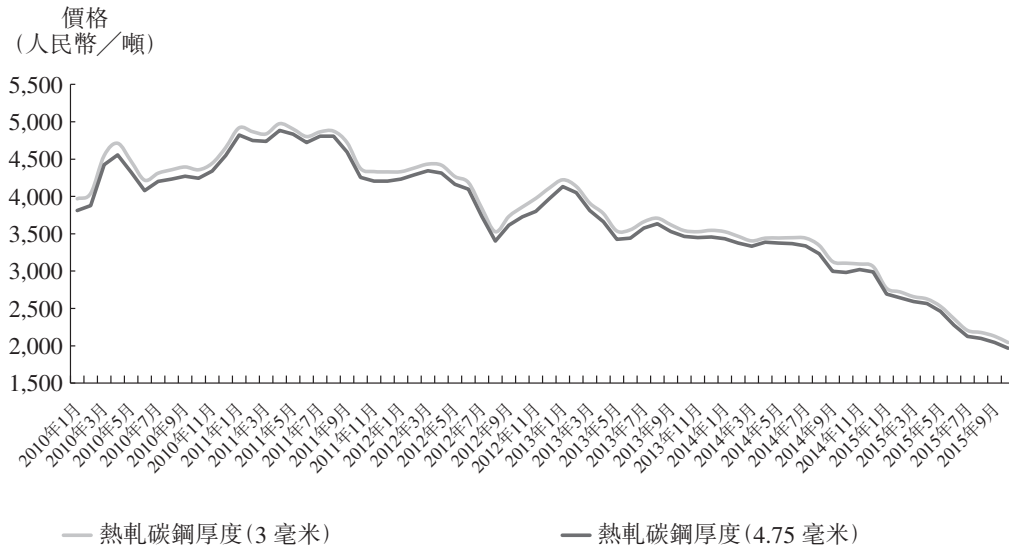
冷軋碳鋼產品的成本分析

生產冷軋碳鋼產品的主要成本項目為原材料，即熱軋碳鋼，佔總生產成本超過80%。機械及公用事業成本約佔10%。主要機械包括酸洗作業線、軋機、清洗線、退火作業線及拋光作業線。因此，冷軋碳鋼產品的價格高度倚賴熱軋碳鋼的成本及加工成本。

行業概覽

熱軋碳鋼價格分析

中國熱軋碳鋼的平均價格，2010年1月–2015年10月



資料來源：Frost & Sullivan 報告

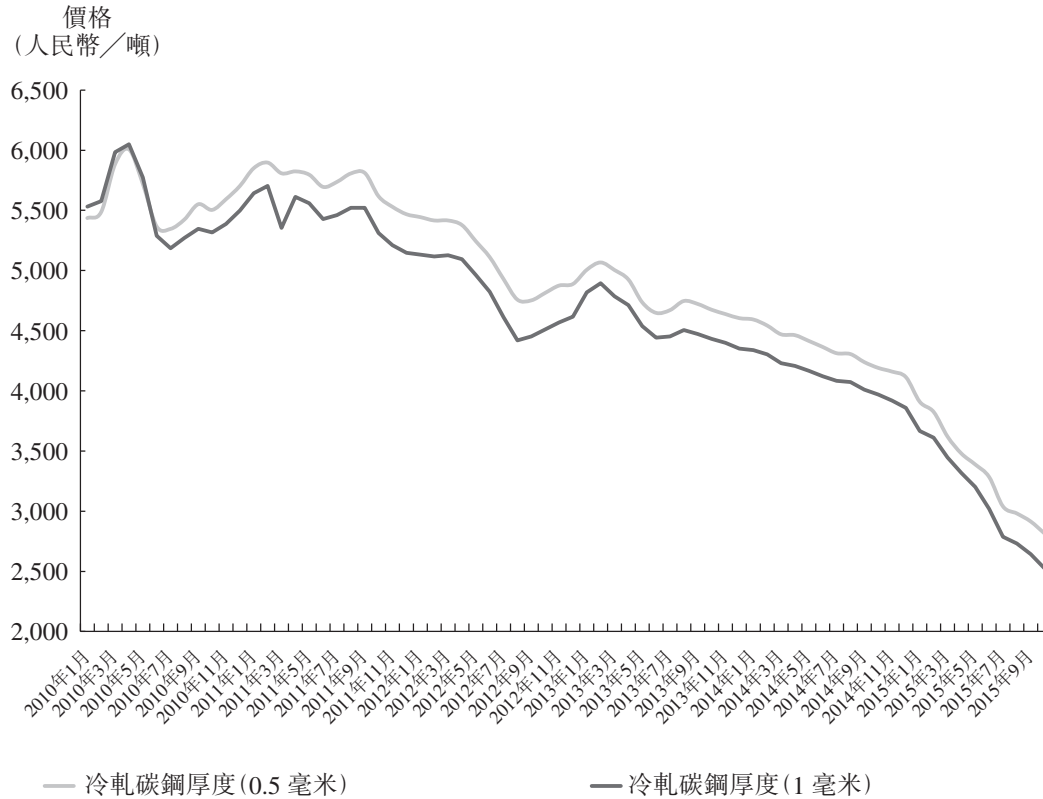
與大部分鋼材產品相似，由於產能過剩及下游行業的需求減少，熱軋碳鋼的平均價格於近年經歷了下行趨勢。自2010年1月至2015年10月，3毫米熱軋碳鋼的平均價格從每噸人民幣3,969元下降至每噸人民幣2,044元，價格下降的複合年增長率為12.8%。而4.75毫米熱軋碳鋼的平均價格從每噸人民幣3,813元下降至每噸人民幣1,966元，價格下降的複合年增長率為12.8%。根據Frost & Sullivan，熱軋碳鋼產品的平均價格於1月開始穩定，並自2016年2月起呈上升趨勢。4.75毫米熱軋碳鋼價格於2016年2月稍微增加每噸約人民幣100元(或約4.9%)至約每噸人民幣2,150元，並進一步於3月初上升每噸約人民幣500元(或約23.3%)至約每噸人民幣2,680元。

對於大部分冷軋碳鋼加工商而言，熱軋碳鋼的主要採購來源為大型鋼材生產商及鋼材經銷商。大型鋼材生產商按生產計劃交付相當大量的熱軋碳鋼，且彼等通常向有長期合作關係的主要客戶提供3%–5%的折扣。同時，鋼材經銷商還能於現貨市場提供無須交貨時間的熱軋碳鋼產品。

行業概覽

冷軋碳鋼價格分析

中國冷軋碳鋼的平均價格，2010年1月至2015年10月



資料來源：Frost & Sullivan 報告

自2010年1月至2015年10月期間，冷軋碳鋼的市場價格呈下滑趨勢。0.5毫米冷軋碳鋼的均價由每噸人民幣5,426元降至每噸人民幣2,814元，價格下降的複合年增長率為12.8%。同樣地，1毫米冷軋碳鋼的均價從每噸人民幣5,531元降至每噸人民幣2,524元，價格下降的複合年增長率為15.0%。

然而，根據Frost & Sullivan，自2016年2月起，大多數鋼鐵產品(包括冷軋碳鋼產品)的平均價格普遍呈上升趨勢，主要是由於庫存逐漸減少。特別是，鋼鐵產品的平均價格於2016年3月大幅上升。於2016年3月，0.5毫米冷軋碳鋼及1毫米冷軋碳鋼產品的平均價格均增加至每噸人民幣3,000元。冷軋碳鋼的平均價格很可能會上升，並於短期內維持升勢。

冷軋碳鋼與熱軋碳鋼之間的價格差在過往年度正在縮窄，從大至約每噸人民幣1,500元降至約每噸人民幣900元。這種價格波動可作如下解釋：(i)初期的大幅價格差吸引了不少新鋼材加工商加入市場，導致激烈競爭；(ii)由於市場飽和，加工費及必要利潤率被壓低，導致熱軋與冷軋碳鋼之間的價格差越來越窄。根據Frost & Sullivan的報告，激

行業概覽

烈的競爭將淘汰市場的小型參與者，而將市場留給能獲得經濟規模效益的大型鋼材加工商。

冷軋碳鋼行業的競爭格局

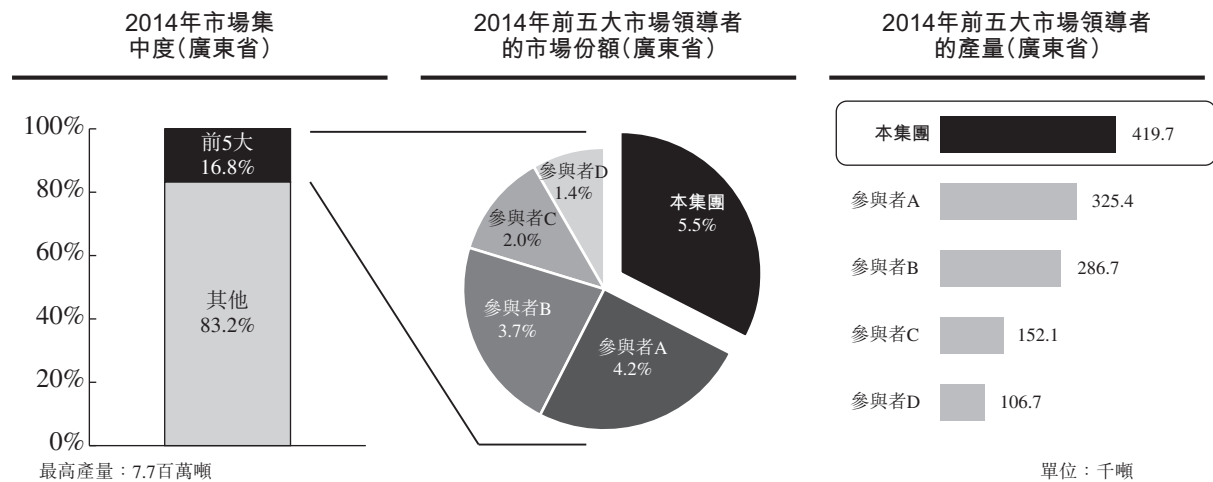
中國的競爭格局

中國的冷軋碳鋼市場擁有超過400名的參與者，包括鋼材生產商和鋼材加工商。大多數為中小型企業和私營企業，而鋼材生產商主要為國有企業。鋼材生產商的主要冷軋碳鋼客戶群體通常來自汽車行業，其需要大量標準化鋼材產品。對於鋼材加工商而言，客戶群體主要為消費品製造商，其需要定制加工鋼材產品作為生產材料。

競爭格局方面，儘管若干國有企業擁有龐大的生產規模，但市場分散且集中度低。CR10指數(前10大市場領導者的國內市場份額)僅為42%，而所有排名前10的領導者均為國有企業。這表明市場競爭激烈，尤其在單一和標準化產品方面。

廣東省的競爭格局

廣東省五大冷軋碳鋼加工商的市場份額



資料來源：Frost & Sullivan 報告

廣東省的冷軋碳鋼市場處於分散狀態。五大冷軋碳鋼加工商合共產量約1.3百萬噸，佔2014年市場總產量16.8%。

行業概覽

2014年，就產量而言，本集團於中國廣東省冷軋鋼材加工市場排名第一，產量達約419,000噸，佔2014年該市場總產量的約5.5%。

本集團的競爭優勢

有關我們的競爭優勢詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的競爭優勢」一段。

進入壁壘

技術壁壘、銷售網路和客戶群、資金投入和物流保障是廣東省鋼材加工產業的主要准入壁壘。

加工訣竅

鋼材加工需要一定程度的加工技術方面的技術訣竅，特別是將熱軋鋼轉為冷軋鋼並達到所需的金屬特性、厚度及表面加工

銷售網路和客戶群

大多數加工商已與精心挑選的客戶建立可靠和穩定的銷售渠道，這方面是很難被新進入者開發的。

資金投入

鋼材加工產業初期需要巨大的投資和營運資金以覆蓋加工機械、環保設施及原材料採購的成本。

物流保障

產品送遞是鋼材加工產業價值鏈中的重要組成部分。加工商需要建立完善的物流系統或將其外判予可靠的經營者，此或會阻礙新進入者迎頭趕上。

市場機遇

節約原材料成本

產能過剩給傳統大型鋼材生產商帶來較大的庫存及價格壓力。鋼材價格近來已大幅下跌，亦令使用鋼材作為生產材料的消費品變得更加實惠從而使鋼材加工需求增加。雖然鋼鐵價格自2016年2月起一直呈上升趨勢，該價格仍被視為維持於相對較低水平，因此對下游廠商算為實惠價格。

行業概覽

出口擴大

中國冷軋碳鋼產品的出口(尤其是對東南亞)於最近幾年不斷增長，主要得益於價格競爭力及穩定的質量。隨著亞洲基礎建設投資銀行成立促進亞洲國家的經濟活動，預計國外需求將進一步擴大，為國內冷軋碳鋼加工企業提供更大的發展機遇。

定製產品的需求

由於輕工業製造商之間的市場競爭不斷加劇，冷軋碳鋼加工商正面臨來自下游客戶對定製產品不斷增長的需求。具備交付多種規格產品能力的企業將能夠在競爭中處於更有利地位。

高端產品的需求

由於家用電器、汽車、五金及建築行業的持續產品升級，對高端鋼材產品的需求日益增加。高端鋼材產品包括鍍鋅鋼鐵，其具有優異特性，包括耐腐蝕性及拋光表面，使其成為價格更高的不鏽鋼的良好替代品。因此，鍍鋅產品在近年愈加流行。

市場挑戰

下游產業的遷移

國內不少家電及傢俬等輕工業製造商，為實現更廉價的勞動力及更低的運營成本，將生產基地遷至越南及菲律賓等海外國家。來自下游產業的這一不確定性可能會對冷軋碳鋼加工企業構成挑戰。

不斷上漲的勞動成本

鋼材加工屬勞動密集型產業，並需要巨大的人力資本。因此，中國勞動力成本的上漲可能會對鋼材加工產業構成挑戰，並減少加工商的利潤率。

中國鍍鋅鋼材行業的市場格局

鍍鋅(又稱電鍍)為應用保護性鋅塗層於鋼材的過程，以防腐蝕及生銹。近年來鍍鋅鋼材產品愈來愈受歡迎。由於生活水平及可支配收入上升，鍍鋅鋼材產品的下游產業不斷升級產品(如家電及五金工業)成為必然趨勢。大多數高端家電及五金產品通常需要鍍鋅鋼板作為表面物料，而非冷軋鋼板，乃由於鍍鋅鋼板極佳的特性，如防腐、

行業概覽

耐指紋、高強度等。因此，生活水平上升很可能在生產各種下游產品時進一步推廣使用鍍鋅鋼板。

競爭格局

中國的鍍鋅鋼材生產量於2014年達到約41.0百萬噸，而根據Frost & Sullivan，由2014年至2020年的生產量將維持6.5%的複合年增長率。此外，截至2014年12月31日止年度，廣東省的鍍鋅鋼材生產量達到約4.3百萬噸。

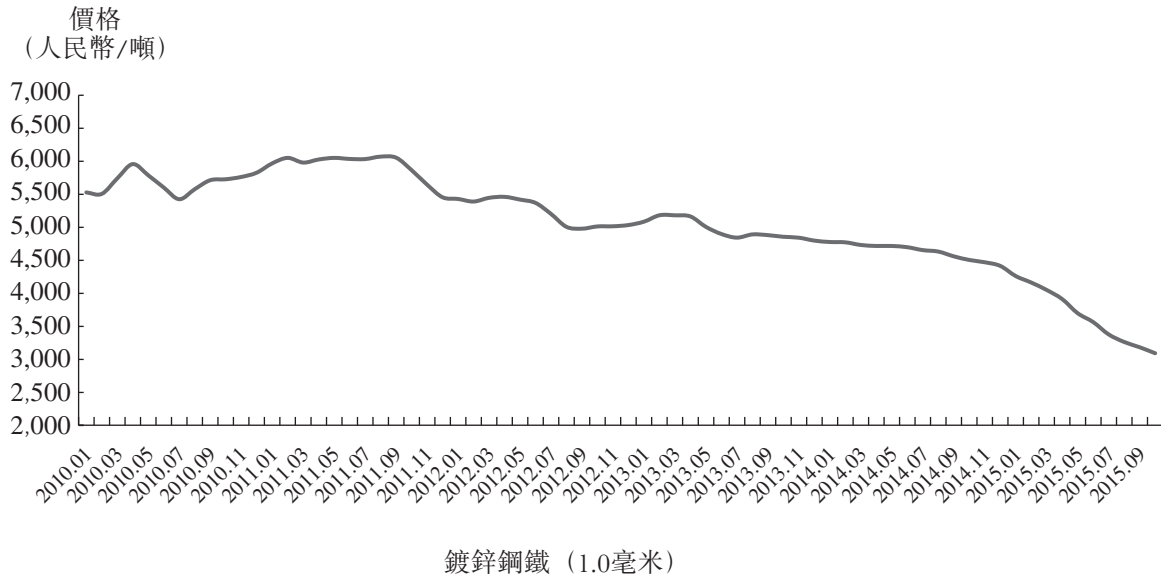
廣東省及全球的鍍鋅鋼材市場分散，有大量鍍鋅鋼材製造商，包括大型鋼材製造商及不同規模的鋼材加工商。然而，大多數廣東省鍍鋅鋼材製造商規模偏小，且並無市場主導者。於2014年，三大鍍鋅鋼材製造商分別佔廣東省鍍鋅鋼材總生產量的約6.6%、4.2%及3.9%。

大多數小型鍍鋅鋼材加工商通常無法嚴格遵守塗層過程的相關環境保護標準。面對中國政府制定的環境保護標準日益嚴格，營運環境對小型加工商而言愈加困難。此外，在自身欠缺若干鋼材工序(如冷軋、縱切及橫切)能力或該等領域能力有限的情況下，該等小型鍍鋅鋼材加工商服務多元化客戶的能力有限。因此，大型鍍鋅鋼材製造商配合自身的內部加工能力，處於更有利的地位，受益於客戶對鍍鋅鋼材產品的市場需求增長。

行業概覽

鍍鋅鋼鐵價格分析

中國鍍鋅鋼鐵的平均價格，2010年1月至2015年10月^{附註}



附註：以上價格圖表顯示1.0毫米厚度的鍍鋅鋼鐵的整體市場價格，該等鍍鋅鋼鐵通常主要用於建築用途。然而，本集團生產的鍍鋅鋼鐵預計將用於家電行業，通常需要介乎0.4毫米至0.6毫米厚度的鍍鋅鋼鐵。製造該厚度的鍍鋅鋼鐵的成本一般較高，導致相比上圖所示1.0毫米厚度的鍍鋅鋼鐵的價格需每噸額外人民幣300元至人民幣600元。

鍍鋅鋼鐵的平均價格由2010年1月超過每噸人民幣5,500元減少至2015年10月約每噸人民幣3,000元。然而，與其他鋼鐵產品的價格趨勢相若，鍍鋅鋼鐵的平均價格逐漸回復至2016年3月約每噸人民幣3,500元。預計鍍鋅鋼鐵的平均價格短期內將穩定增加。

未來機遇

現時廣東省的行業格局有利於經營綜合生產線供定制產品的大型鋼材製造商及加工商，讓彼等進一步擴展產品線，包括鍍鋅鋼材產品。該等大型鋼材製造商及加工商能生產自身的冷軋鋼材，以進一步加工成為鍍鋅鋼材產品。

此外，中國自2010年起已成為鍍鋅產品的淨出口國，估計不久後部分欠發達地區(如東南亞及非洲)的國家很可能成為中國鍍鋅鋼材加工商的主要客戶，原因是該等國家基建工程的需求甚高。除了國內市場的機遇外，預期鍍鋅鋼材出口貿易亦會探索及創造更多海外商機。

行業概覽

中國政府推廣環保概念

根據中國政府於2012年就名為「十二五節能環保產業發展規劃」的環境相關政策發布的公告，中國政府已將節能產品列為主要發展目標領域之一。尤其是，中國政府鼓勵於製造家電(如空調及冰箱)時使用節能技術以及節能照明產品、汽車及建築材料。

由於以鍍鋅鋼板作為表面物料的家電相信為質量較高，並具有高防腐蝕性、耐指紋、高耐久性等特質，故該等家電的使用壽命一般更長，預期下游家電及汽車製造商將逐漸接受採用鍍鋅鋼板作為產品的表面物料，而非其他類別的鋼材。使用鍍鋅鋼板作為家電產品及汽車的表面物料以增加使用壽命乃符合中國政府所推廣的可持續及環保概念。

威脅及挑戰

廣東省的鍍鋅鋼材市場高度分散，引起業內若干問題。小型參與者之間不時出現惡性價格競爭，偶爾導致市價零亂，亦不利於行業的健康發展。其次，小型參與者的營運生產污染十分常見，對周邊環境造成有害影響。

鍍鋅鋼材製造商及加工商須繼續進行研究及開發工作，以擴闊鍍鋅鋼材於產品製造的用途，例如抗菌鍍鋅鋼材已用於生產家電。製造商及加工商需要持續的技術創新，以滿足客戶的需要及維持市場份額。

進入壁壘

鍍鋅鋼材行業的主要進入壁壘與冷軋碳鋼行業相似，詳情載於本節「冷軋碳鋼行業的競爭格局—進入壁壘」一段。

馬來西亞鋼材行業的一般市場格局

馬來西亞是2014年東南亞第四大鋼材消耗國家，國內鋼材消耗量為約10百萬噸。當地鋼材消耗市場預期在未來數年增長，由於馬來西亞政府加快基礎設施項目的舉措。

馬來西亞缺乏生產鋼材的原材料。馬來西亞大部分國內鋼材生產商的規模較小，其生產及自動化水平相對較低。此外，近年電力及煤氣費用的上升帶動運營成本上漲。

行業概覽

由於一般全球供大於求及以更低廉價格進口鋼材產品(特別是來自中國)導致近年鋼材價格下降，當地鋼材生產商的業務環境更加惡化。因此，當地鋼材生產商的價格競爭力及表現一直下降，導致更多依賴進口鋼材產品以支持當地鋼材消耗。馬來西亞於2014年進口約7.7百萬噸鋼材，佔其年內總消耗量約75%。於2014年來自中國的進口為約2.7百萬噸，佔馬來西亞總鋼材進口量的34.2%，使中國成為對馬來西亞的最大鋼材出口國。來自中國對馬來西亞的大部分出口鋼材為低端鋼材產品，可與馬來西亞的國內鋼材產品直接競爭。

在21世紀初期，馬來西亞政府對鋼材產品進口處以關稅以保護當地鋼材產業免受海外鋼材市場的競爭。為加強當地行業的競爭力以及支持生產及建設分部的增長，馬來西亞於2009年8月1日實施其對鋼材行業的經修訂政策。根據此經修訂政策，馬來西亞政府(其中包括)批准對鋼材服務中心(即鋼材加工商)在進口若干鋼材產品處以豁免進口關稅，而貿易公司沒有資格獲得平板鋼材產品(即熱軋及冷軋鋼卷)的豁免進口關稅。經修訂政策的總方向是保護當地鋼鐵加工行業，通過鼓勵當地鋼鐵消費者通過當地鋼鐵加工商購買鋼材產品。馬來西亞預期大量依靠進口鋼鐵以滿足其在不久將來的消耗量。

Frost & Sullivan 報告

我們已委託Frost & Sullivan(獨立市場研究公司)分析及報告(其中包括)有關中國及廣東省內冷軋碳鋼行業趨勢的資料，費用為人民幣750,000元，董事認為該費用與市場費率相符。該項研究的市場研究部分乃透過詳盡一手研究進行，當中涉及與業內龍頭公司及專家對業內狀況的討論。間接研究涉及審閱公司報告、獨立研究報告及Frost & Sullivan本身的研究數據庫的數據。有關整體市場規模的預測乃通過針對宏觀經濟數據作出的歷史數據分析及特定相關行業驅動因素得出。Frost & Sullivan已同意於本文件引述Frost & Sullivan報告及載入Frost & Sullivan報告所載的資料。董事確認，Frost & Sullivan(包括其全部附屬公司、分部及單位)為獨立第三方。

Frost & Sullivan為全球獨立顧問公司，於1961年在紐約成立，提供行業研究及市場策略，並提供企業發展諮詢及公司培訓。其於中國涉足的行業包括汽車及運輸、化工產品、物料及食品、商業航空、消費品、能源及電力系統、環境及建築技術、保健、工業自動化及電子、工業及機械以及技術、媒體及電信等。

行業概覽

假設及參數

Frost & Sullivan的報告乃根據以下假設編製：

- 中國經濟於未來十年可保持穩定增長；
- 中國的社會、經濟及政治環境於預測期間可保持穩定；
- 經濟快速增長及可支配收入增加、城市化加速、於製造業投資增加等市場驅動因素將推動中國鋼材市場的發展；
- 中國經濟的穩健發展、下游產業的穩定需求、中國政府對冷軋碳鋼行業的支持鼓勵、冷軋碳鋼的行業併購等市場驅動因素預計帶動中國冷軋碳鋼市場的增長。

Frost & Sullivan 報告資料及未來預測之可靠性

我們認為本節所用的資料來源(摘錄自Frost & Sullivan報告)屬可靠及並無誤導，原因是Frost & Sullivan為於其專業領域具備豐富經驗的獨立市場調查公司。摘錄自Frost & Sullivan報告的部分分析結論包含對未來情況的預測。考慮到Frost & Sullivan為於其專業領域具備豐富經驗的獨立市場調查公司，我們及獨家保薦人認為，未來預測及主要相關基準及假設均屬可靠、準確及並無誤導。董事，據彼等所深知且經採取合理審慎措施後，確認，自Frost & Sullivan報告定稿以來本節所載市場資料並無發生任何重大不利變動而可能改變、抵觸或影響本節的資料。