

行業概覽

本節所載資料由弗若斯特沙利文編製，反映根據可公開獲取來源及行業意見調查作出的市場狀況估計，並主要作為市場研究工具而編製。凡提及弗若斯特沙利文，不應視為弗若斯特沙利文就任何證券價值或投資於本公司是否明智而發表的意見。董事相信本節所載資料來源乃有關資料的適當來源，且摘錄及轉載該等資料時已採取合理審慎的態度。董事並無理由相信該等資料屬虛假或具誤導性。董事於作出合理查詢後確認，自委託研究報告日期以來，市場資料概無發生任何可能導致本節所載資料產生保留意見、相抵觸或受到影響的不利變動。

本公司、保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等各自的任何聯屬人士或顧問或參與[編纂]的任何其他人士均無獨立核實由弗若斯特沙利文編製並載於本節的資料，亦無就該等資料是否準確無誤發表任何聲明，因此於作出或避免作出任何投資決策時不應倚賴該等資料。

資料來源

本集團已委託弗若斯特沙利文提供有關中國內地及香港電子元件分銷行業的資料。本集團同意就編製報告向弗若斯特沙利文支付530,000港元。董事認為，有關費用不會影響弗若斯特沙利文報告中呈列的觀點及結論的公允性。

研究方法

編撰及編製研究報告時，弗若斯特沙利文進行了初級研究，包括與行業專家及參與者進行面談。同時亦進行次級研究，涉及審閱政府官方統計機構、國際貿易中心、行業刊物、年報及其內部數據庫的統計數據。弗若斯特沙利文對不同市場規模預測的數據乃根據歷史數據分析(參考宏觀經濟數據進行)以及有關行業推動因素的數據及綜合專家意見而呈列。弗若斯特沙利文假設中國內地及香港的社會、經濟及政治環境預期維持穩定。

弗若斯特沙利文簡介

弗若斯特沙利文為一家於一九六一年成立的獨立國際顧問公司，提供行業研究及市場策略，及提供發展諮詢及公司培訓。涵蓋的行業包括工業及機械、汽車及運輸、化工、原料及食品、商業航空、消費品、能源及電力系統、環境及建築技術、健康護理、工業自動化及電子以及科技、傳媒及電訊。弗若斯特沙利文報告包括中國內地及香港電子元件分銷行業數據方面的資料。

電子元件的定義及分類

電子元件為一種基本電子元素，用於電子系統以影響電子或其關聯區域。除引線可能僅具備一個端子外，電子元件具備兩個或以上電子端子。導線一般焊接至印刷電路板上予以相互連接，以創造具備特定功能的電子電路。基本電子元件可獨立進行封裝(作為同類元件陣列或網絡)，或整合進半導體集成電路、混合式集成電路或厚膜設備等封裝中。

行業概覽

根據功能，電子元件產品可分類為以下類別：

- **記憶體產品**

記憶體電子元件主要指由數百萬個電晶體組成的集成電路，可用作儲存數據或可處理代碼。記憶體集成電路 (IC) 為電腦、手機及其他電子設備中必備的電子元件，當中存儲器扮演重要角色。

示例：DDR；MMC (eMMC)；MCP (eMCP) 等

- **數據與雲端產品**

數據與雲端為一種數據存儲模式，其中數碼數據存儲於邏輯庫，而該實體存儲跨度多個伺服器，且實體環境通常由一間託管公司擁有及管理。數據及存儲需要多個元件。

示例：配件 (電池、光纖產品)；RAID；NIC；控制器集成電路；乙太網及網絡交換晶片、SAS擴展介面晶片 (包括RAID控制器晶片)、PCI快捷開關晶片等

- **通用元件**

其他電子元件包括常用於各類電子產品及實現基本功能的電子元件。

示例：音頻放大器、無源集成電路、電阻器、電容器、處理器、主要晶片等

中國內地及香港電子元件主要應用概覽

就市場份額及市場增長率而言，多媒體設備、移動設備及數據中心為中國內地及香港電子產品業的三大主要應用。值得注意的是，該等產品並非電子元件的唯一應用。

多媒體設備

定義及示例

多媒體指通過多種媒體 (並非僅使用傳統印刷及有形材料) 記錄並播放內容，以加強視覺效果及可讀性。目前，多媒體可結合文本、圖片、音頻、視頻、動畫、圖形及甚至互動內容。因此，多媒體設備即以記錄、播放、展示與上述不同數據類型的互動內容或存取上述不同數據類型的能力為特徵的電子媒體裝置。該等裝置常見並廣泛應用於教育、商業、娛樂及通訊等領域。中國內地及香港常用的多媒體設備如下：

- 機頂盒
- 智能電視
- 遊戲機
- DVD 播放機
- 虛擬現實設備
- 投影儀；及
- 數碼攝像機等

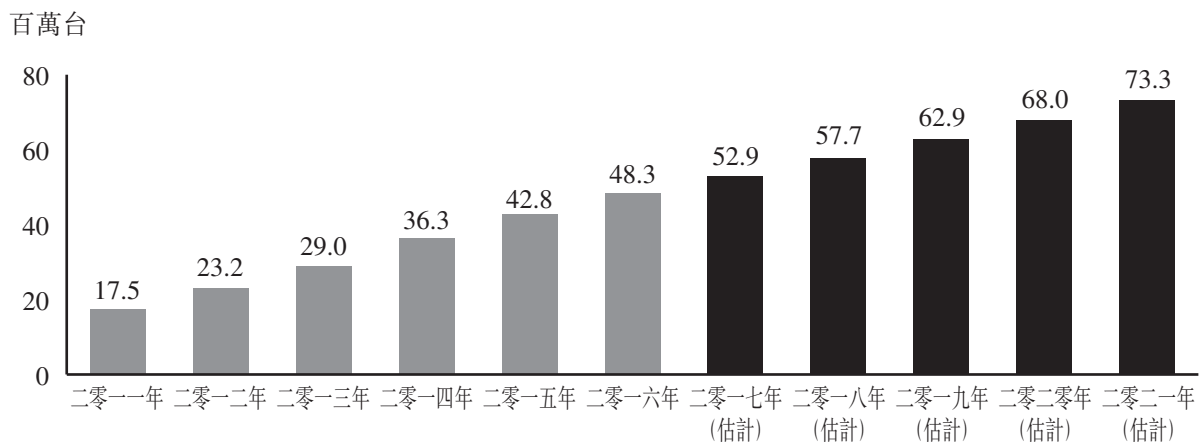
行業概覽

機頂盒

機頂盒是中國內地及香港多媒體設備行業中發展最為迅速的分部之一，機頂盒亦稱為機頂裝置，為一種電子多媒體設備，通常由電視調頻器輸入、顯像輸出以及外置信號轉換器組成。機頂盒用於將源信號轉換為通常於電視機屏幕上顯示的內容。機頂盒可應用於有線電視、衛星電視、廣播電視及智能數字電視。

機頂盒於21世紀初於中國面市，然而僅於近幾年開始普及。於二零一一年，中國地區的機頂盒數量僅為17.5百萬台，而至二零一六年已增至超過48.3百萬台。展望未來，預計受中國居民對較高水平生活的追求及電視數字化的持續普及所推動，機頂盒需求將保持高速增長。此外，機頂盒可望於未來提高圖像清晰度及其互動功能亦有望得到廣泛應用，亦可預見機頂盒將由播放終端演變為智能家居應用的控制樞紐。

二零一一年至二零二一年(估計)中國機頂盒的銷量



資料來源：弗若斯特沙利文

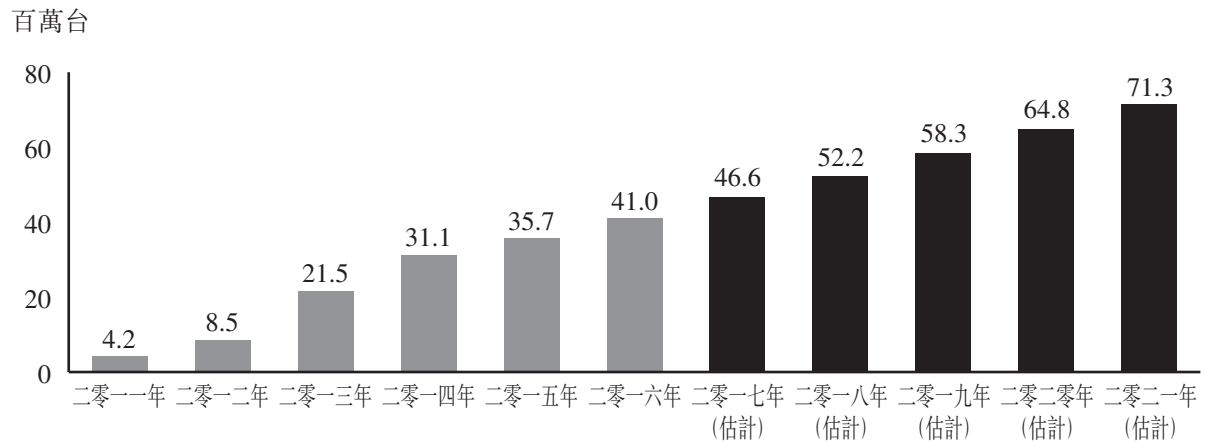
智能電視

智能電視是電腦及平板電視機與機頂盒的技術融合。除電視機及機頂盒透過傳統播放媒體提供的傳統功能外，該等設備亦能提供互聯網電視、在線交互式媒體以及點播式流媒體及家庭網絡存取。

受到資訊科技發展的支持，並在中國消費者收入日益增長的拉動下，智能電視市場過去五年經歷顯著增長。具體而言，自二零一一年起，許多電視機製造品牌涉足該市場板塊，開始推出其智能電視機型，此後數年市場激增。未來，隨著智能電視在家庭用戶中的普及率不斷提高，預期未來整個市場的增長將保持穩定，但仍將保持增長。於二零二一年，預計智能電視機的銷量將達71.3百萬台。

行業概覽

二零一一年至二零二一年(估計)中國智能電視的銷量



資料來源：弗若斯特沙利文

移動設備

定義及示例

移動設備指用戶可手持或穿戴的小型便攜式電子裝置。該等裝置一般擁有操作系統並提供多種功能。移動設備的典型輸入部件包括小型數字或字母鍵盤、觸屏可視鍵盤、話筒及開關按鍵。輸出部件一般包括屏幕、聽筒及甚至震動裝置。目前大多數移動設備可連接至互聯網、Wi-Fi、藍牙與其他電子裝置實現交互。中國內地及香港常用的移動設備如下：

- 移動電腦：筆記本電腦、平板電腦、個人掌上電腦、掌上遊戲機等
- 手機：智能手機及功能手機
- 可穿戴設備：智能眼鏡、智能手錶、保健可穿戴設備等

手機

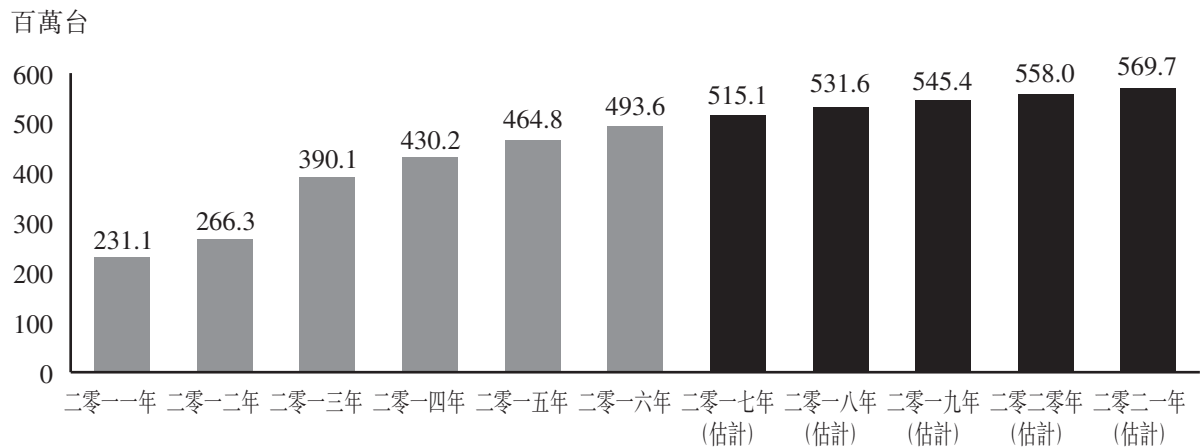
與現代智能手機相反，功能手機是功能受限的手機。功能手機的功能包括語音通話及發送手機短訊。

智能手機是擁有先進移動操作系統的移動個人電腦，該系統具備有利於移動或手持使用的性能。智能手機可透過蜂窩或Wi-Fi訪問互聯網，並可運行多種第三方軟件組件。

中國手機市場近年來主要受智能手機的普及所拉動。功能手機於二零零九年開始被智能手機所取代，此後，智能手機在中國消費者中的普及率日益增加。未來，隨著智能手機的普及率日益提高及質量不斷改善，智能手機的使用壽命更長，預計智能手機市場的增長將保持穩定。預計整個移動手機市場的銷量於二零二一年將達569.7百萬台。

行業概覽

二零一一年至二零二一年(估計)中國手機銷量



資料來源：弗若斯特沙利文

數據中心

定義

數據中心指大型企業所需的大量二級存儲。數據中心由大容量存儲、網絡及伺服器功能組成。

大容量存儲指設備或系統內存續大量數據以供用戶讀取。

網絡指可進行文檔分享、交換及其他網絡功能的運行系統。

伺服器指使眾多客戶可共享資源的電腦程式或設備，因此為網絡系統中心。

數據中心乃加工及存儲大量數據、令用戶能夠方便使用及分享該等數據的整合系統。

中國內地及香港電子元件分銷行業概覽

電子元件分銷商的定義及分類

電子元件分銷商乃向上游製造商採購集成電路及其他電子元件並向並非身為有關電子元件授權分銷商的其他分銷商、獨立設計工作室出售，及／或直接銷往下游製造商之中介機構。

根據業務規模，電子元件分銷商可分為：

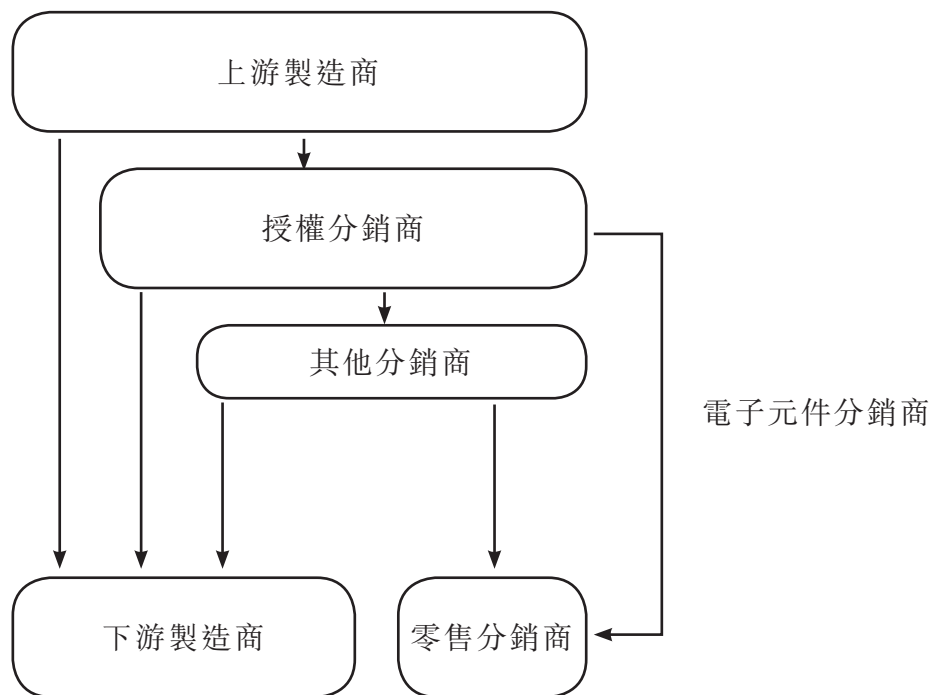
- 授權分銷商
- 其他分銷商
- 零售分銷商

市場上電子元件分銷商規模參差不齊，高度分散且分銷渠道架構複雜。大型分銷商為貿易公司及零售分銷商的供應商。

行業概覽

價值鏈分析

下圖說明電子元件分銷行業的典型價值鏈：



資料來源：弗若斯特沙利文

上游製造商

上游半導體產品生產市場高度集中，主要的半導體產品設計及生產公司主要位於美國、歐洲、日本、南韓及台灣。中國亦有半導體產品製造商，但在市場中佔相當份額的品牌製造商鳳毛麟角。然而，中國對半導體產品具有龐大消費能力並有大量的電子產品製造商，因此對半導體產品的需求龐大。除向若干大型電子產品公司直接作出銷售外，知名半導體產品製造商一般通過電子元件分銷商將產品銷往中國。

授權分銷商(擁有授權分銷商身份)

由於分銷商的類型各異，規模參差不齊，中國的電子元件分銷渠道的架構高度分散且複雜。品牌上游製造商通常於中國擁有授權分銷商。該等分銷商直接向大型下游製造商出售電子元件，或作為初級分銷商向並不擁有授權分銷商身份的其他分銷商及獨立設計工作室進行銷售。由於授權分銷商通常為在特定地區或市場分部中具有優勢的大型分銷商，現時上游製造商通常以委聘授權分銷商的方式進入新市場。上游製造商通常委聘若干授權分銷商根據各特定地區／國家的類似交易條款分銷彼等的產品。然而，該等授權分銷商之間的重疊覆蓋及激烈的競爭將得以避免，原因是上游製造商通常能夠監控分銷商有關彼等產品的銷售網絡，以刺激該等授權分銷商專注於持續發展銷售網絡，而毋須憂慮客戶蠶食。要成為授權分銷商面臨較高進入

行業概覽

壁壘，因為品牌上游製造商通常僅批授極少數授權分銷商與彼等合作。於挑選授權分銷商時，上游製造商將考慮過往合作經歷、市場資源、公司規模及收入、往績經驗以及其他多種因素。因此，新參與者／現有市場參與者不易拓闊知名上游製造商的數量。

此外，下游製造商向分銷商採購電子元件時透過貨運代理或代理商提供物流服務及處理付款乃行業慣例。

其他分銷商

並不擁有接洽品牌上游製造商的資源的其他分銷商通常向擁有授權分銷商身份的電子元件分銷商採購半導體，並售予中小型下游製造商以及零售分銷商。

行業概覽

由於彼等缺乏資源接洽品牌上游製造商，因此通常向大型電子元件分銷商採購半導體，並向中小型下游製造商以及電子元件零售商進行銷售。在電子元件分銷行業，分銷商之間相互交易屬常情。若干情況載列如下：

- 倘下游製造商向分銷商作出緊急且大量的訂單，而分銷商與電子元件製造商都耗盡緩衝庫存時，正常供應鏈中的供應可能暫時不足。新批次的電子元件可能需要幾週的製造時間。因此，電子元件製造商可能向其他分銷商尋覓緩衝庫存，並促進兩個分銷商之間的交易。
- 當下游製造商的特定訂單數量相對較小時，分銷商可以根據電子元件製造商的要求選擇從另一家分銷商到電子元件製造商作出更大的採購訂單。
- 當下游製造商要求分銷商提供某個產品，而該分銷商並非該產品的授權分銷商，則分銷商將需向身為授權分銷商的另一個分銷商購買此類產品。
- 下游製造商將僅與可控數量的電子元件分銷商維持關係，此通過向其供應商（即分銷商）分配供應商代碼實現。未取得供應商代碼的分銷商將不能向該下游製造商提供產品。倘下游製造商需要從當前未取得供應商代碼的分銷商採購產品，則該產品須售予持有供應商代碼的分銷商，再售予下游製造商。

行業概覽

市場參與者之間的關係

分銷商對上游製造商的重要性

除向部分大型電子產品公司直接銷售外，上游製造商於中國通常透過電子元件分銷商進行銷售。原因包括：

中國有許多業務規模各不相同的下游製造商。因此，上游製造商難以憑藉其自身的分銷渠道接觸各個客戶。電子元件分銷商利用其在物流、大宗採購及銷售方面的優勢同時為供應商及客戶帶來裨益。更重要的是，電子元件分銷商及其工程團隊會提供技術支援及現場應用支持，以於不同製造商所製造的電子元件之間實現兼容，下游製造商因此可將來自不同渠道的元件投入至電子產品的製造及組裝流程中。此外，分銷商提供上游製造商難以或以不具成本效益的方式實現的許多其他增值服務，例如，設計、採購前諮詢、售後服務及客戶關係維護等。

分銷商嚴重依賴主要上游製造商

首先，不同類別集成電路的上游市場集中度非常高，且分銷商僅向有限數目的供應商採購產品。分銷商天然嚴重依賴主要上游製造商。

為於競爭日益激烈的電子元件分銷市場存活及取得成功，並及時滿足下游客戶日新月異的需求，分銷商須維護與生產優質及先進元件的上游製造商的關係。有關上游製造商通常有嚴格的標準，以在中國甄選授權分銷商。例如，技術能力及質量控制尤為關鍵，因為與供應商的聲譽息息相關。其他甄選標準包括分銷商業務的地理覆蓋範圍、過往成功分銷類似產品的經驗以及於該市場的營運表現等。上游製造商通常不會向特定分銷商授出獨家分銷權，以控制風險及接觸更多客戶。

更換供應商的成本對分銷商而言亦屬重大，因為彼等需要接受培訓，以為客戶提供技術支援，並於新供應商及現有客戶之間建立關係及實現兼容。

行業概覽

分銷商與主要客戶相互依賴

就分銷商而言，大型客戶帶來大量、持續的收益來源，因為彼等在各相關電子產品市場擁有強大地位。此外，一旦建立穩定而長期的業務關係，通訊、分銷及兼容成本可因規模經濟效應而得到有效控制。更換分銷商的成本巨大。

就中國的下游製造商而言，彼等不會輕易更換供應商，尤其是擁有長期穩定業務的電子產品製造商及電子元件零售商。選擇分銷商時會考慮多項因素，包括分銷商的產品組合、對最新技術的反應時間、所提供的增值服務、產品及服務的分銷渠道及價格等。客戶選擇符合其策略及預算的分銷商。因此，一旦已建立穩固的業務關係，客戶更換分銷商需付出昂貴代價，且伴有風險。

按類型劃分的電子元件的使用壽命及生命週期

	記憶體元件	數據與 雲端元件	通用元件 傳統元件	高增長元件
使用壽命	5至7年	7至10年	7至9年	4至6年
生命週期	2至3年	2至3年	3至6年	2至3年

資料來源：弗若斯特沙利文

產品生命週期對電子元件分銷商業務的影響

電子元件製造在技術領域的發展日新月異。在對具有新功能及高級功能的電子產品的需求不斷變化的驅動下，電子元件的生命週期通常較短。生命週期較短意味著若干產品可能會逐漸淡出市場，並不時成為老式產品。鑑於不同地理位置的市場參與者擁有不同的客戶群，通常世界一地的老式產品在世界另一地可能為仍有需求的產品，從而創造出以相對較低及／或負利潤率出售該等產品的空間，而非將其報廢。因此，分銷商出售該等滯銷／過時物品可能因產生運費成本等而蒙受虧損亦屬常情。

向上游製造商採購電子元件的價格趨勢

由於供需關係不平衡，原始製造商銷售電子元件的價格通常經歷週期性波動。當市場需求超過電子元件的當前供應時，價格將上漲。製造商將因而擴大生產及向市場提供更多產品，以滿足需求。當現有產品數量遠超實際需求時，價格將開始下跌。

於二零一三年，製造商銷售電子元件的價格開始新一輪週期性下滑。於二零一五年觸底後，價格持續上漲，且預期於未來兩至三年將繼續增長。

行業概覽

向下游製造商銷售電子元件的價格趨勢

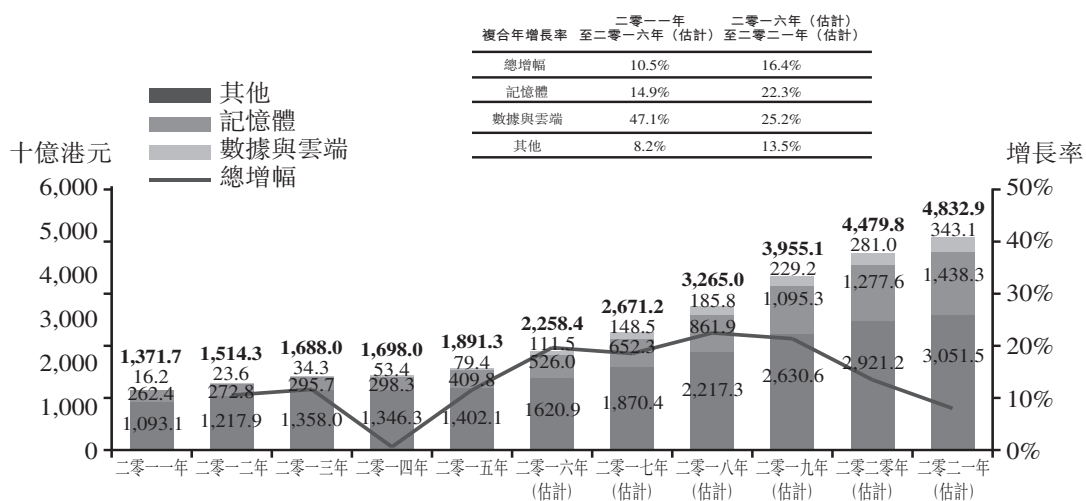
近年來，由於中國電子產品市場日漸成熟，競爭激烈程度前所未有。為獲得價格優勢，下游製造商一般傾向於通過壓低向分銷商採購電子元件的採購價盡量減少生產成本。此外，由於中國及香港電子元件分銷市場競爭同樣激烈，參與者不可能冒著客戶流失的風險提高產品價格。

中國內地及香港電子元件分銷行業的市場規模

受全球電子產品的需求增加所驅使，中國作為最大的電子產品製造及消費國之一，正經歷電子元件銷售額的顯著增長。分銷商在電子行業的價值鏈中扮演著至關重要的角色。在中國及香港，電子元件分銷商的總銷售額從二零一一年至二零一六年的13,717億港元增至二零一六年的22,584億港元，複合年增長率為10.5%。按分銷的電子元件類型分類，數據與雲端元件以及存儲元件於過去五年的增長率顯著，乃由於雲服務應用的不斷增長加上移動電子設備以及智能手機和機頂盒等多媒體設備的銷售不斷增長所致。

展望未來，預期電子元件的分銷市場將隨著下游市場的持續擴大而進一步增長。預期中國及香港電子元件分銷商的總銷售額將會於二零二一年達到48,329億港元，二零一六年至二零二一年的複合年增長率為16.4%。

中國內地及香港的電子元件分銷的銷售額，二零一一年至二零二一年（估計）



資料來源：中國國家統計局、香港政府統計處、國際貿易中心、弗若斯特沙利文

附註：

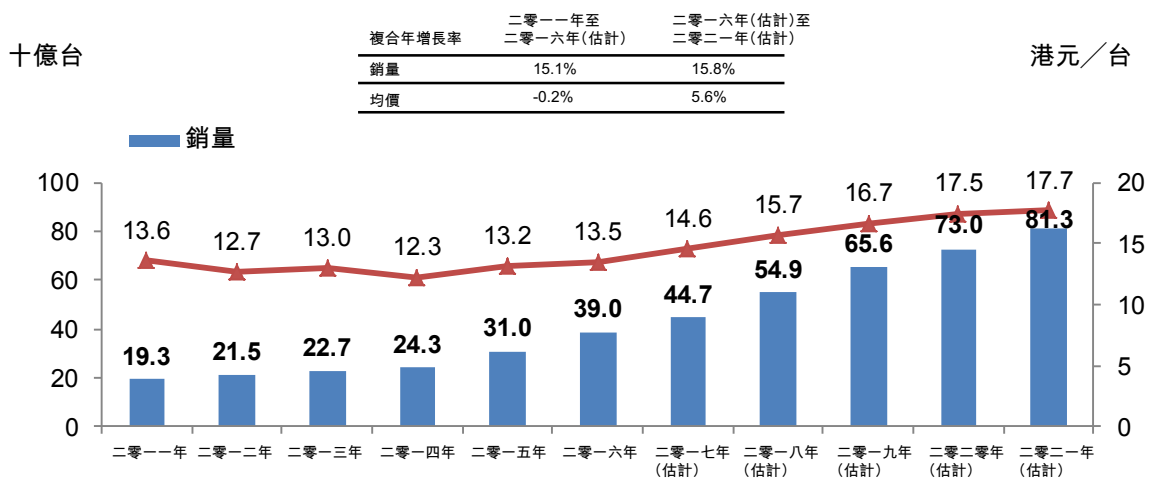
根據Oanda的數據，於二零一六年十二月三十一日的匯率為人民幣1元兌1.1164港元

行業概覽

在中國內地及香港，受配備記憶體芯片的電子產品（尤其是智能手機及多媒體設備）的增加所拉動，記憶體電子產品的銷量於過去五年增長迅速，從二零一一年的一九三億台增至二零一六年的三九零億台，複合年增長率為15.1%。未來，由於電子產品行業的進一步發展，記憶體元件的市場需求預期將繼續增長。銷量預期將會於五年後達到八百一十三億台，二零一六年至二零二一年的複合年增長率為15.8%。

由於記憶體產品的需求日益擴大，更多製造商及分銷商涉足記憶體板塊。在中國內地及香港，受激烈的市場競爭及產品創新的影響，記憶體元件的售價於過去五年經歷波動。然而，受到記憶體產品更大的存儲容量及持續提升的讀寫速度所驅動，售價預計未來將增長。

中國內地及香港的記憶體產品分銷的銷量及均價，
二零一一年至二零二一年（估計）



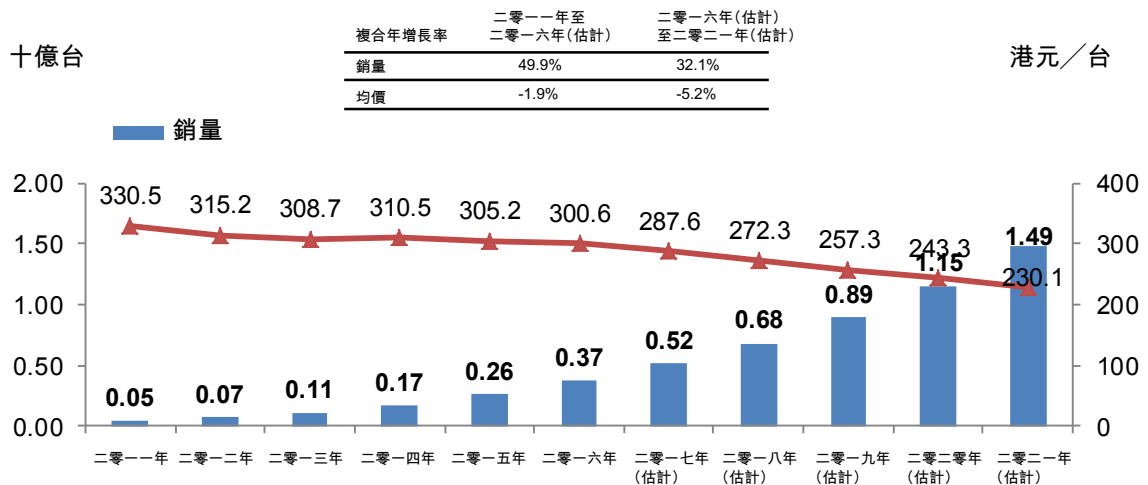
資料來源：中國國家統計局、香港政府統計處、國際貿易中心、弗若斯特沙利文

在中國內地及香港，由於數據與雲端產品被廣泛應用於數據中心，如企業級安全伺服系統，其銷售額及銷量經歷顯著增長。數據與雲端產品的銷量從二零一一年的一億零五千萬台增至二零一六年的三億七千萬台，複合年增長率為49.9%。未來，隨著企業間或組織間所需存儲及共享的數據量日益增加，數據與雲端產品的需求預期將進一步增長，並將於二零二一年達到十四億九千萬台，二零一六年至二零二一年的複合年增長率為32.1%。

自數據與雲端問世以來，該等產品的售價一直呈下降趨勢，原因是競爭者間競爭愈發激烈及技術不斷發展有助降低生產成本。未來，隨著市場日益成熟，數據與雲端產品的售價預期會進一步下降。

行業概覽

中國內地及香港的數據與雲端產品分銷的銷量及均價，
二零一一年至二零二一年（估計）

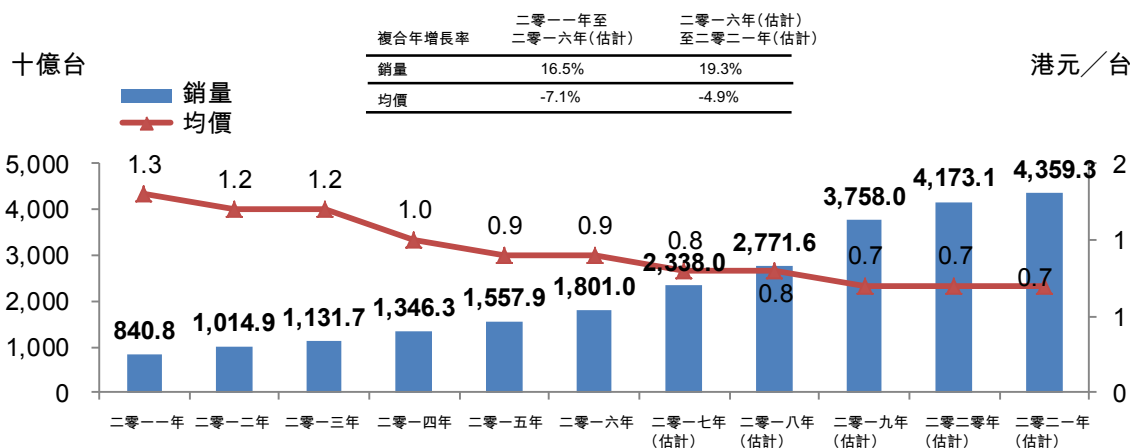


資料來源: 中國國家統計局、香港政府統計處、國際貿易中心、弗若斯特沙利文

就其他電子元件而言，在中國內地及香港，受電子產品行業的發展拉動，銷量不斷上升，從二零一一年的8,408億台增至二零一六年的18,010億台，複合年增長率為16.5%。未來，隨著更多電子產品類別的開發以及該等產品的功能及特性的增加，通用元件的需求將增加。其他電子元件的銷量預期將會於二零二一年達到43,593億台，二零一六年至二零二一年的複合年增長率為19.3%。

然而，於過去五年，其他電子元件的平均售價呈下降趨勢，且預計該趨勢於近期內將會繼續。這是由於整個電子行業的競爭加劇，以及技術的不斷發展降低了電子元件的開發及生產成本。

中國內地及香港的其他電子元件分銷的銷量及均價，
二零一一年至二零二一年（估計）



資料來源: 中國國家統計局、香港政府統計處、國際貿易中心、弗若斯特沙利文

行業概覽

市場推動因素

下游行業的需求增加

隨著中國經濟的發展、中國消費者購買力的提高，以及資訊科技的發展，過去幾年，電子產品的市場需求快速擴大。二零一六年，中國及香港有約3.2百萬家電子產品製造商，範圍介乎大型藍籌股製造商及中小型規模的企業。該等企業從事製造多類電子產品，其中電子通訊設備及消費性電子產品正經歷巨大的發展及不斷增長的市場需求，譬如機頂盒、移動設備及物聯網產品。

電子產品的逐漸普及促進了對電子元件的市場需求。部分電子元件由於應用產品的高度需求而經歷需求快速增長。例如，移動設備的銷售劇增導致儲存電子元件的需求量巨大，且儲存元件如今廣泛用於大容量存儲及監控系統，而企業對其的需求日益增加。此外，隨著未來5G移動技術的廣泛應用，以及中國互聯網光纖入戶的普及率日益提高，市場對存儲器與數據與雲端元件的需求預計將進一步增加。

物聯網(IoT)應用的擴大

物聯網 (IoT)是物理設備、連接設備、車輛、智能設備、建築物及其他設備嵌入電子設備、傳感器、執行器及網絡連接的互連網絡，使得相關物品可收集及交換數據。物聯網理念目前仍處於早期發展階段，主要應用於智能交通、物流、製造、能源及其他智能要求較高的領域。物聯網於二零零九年八月被中國政府正式列為五大新興戰略產業之一。中國的物聯網產業規模在二零一六年增長29.3%，預期至二零二一年將達到2.2萬億港元以上的市場規模。隨著中國物聯網的應用範圍不斷擴大，市場接受程度日益提高，相關電子元件(其中包括傳感器、射頻功率以及機器對機器(M2M)元件)的市場需求不斷增長，相應的分銷市場亦不斷發展。

雲服務日益普及

雲存儲是將數字數據存儲於邏輯組中的數據存儲模式，物理存儲由多個位置的不同伺服器進行，物理環境由託管公司擁有及管理。亞馬遜於二零零六年首次推出雲存儲服務，自此，全球雲服務市場開始發展。中國雲服務市場自二零零九年開始，到二零一六年中國雲服務市場規模突破2,230億港元。根據工業部的預測，至二零一九年，中國雲服務市場將達到4,800億港元。雲服務的應用範圍持續擴大，覆蓋公共、商業及私人使用等領域。相應地，支持數據與雲計算的電子元件的規模及其配送行業亦不斷擴大。

政府支持

中國政府已採取行動規管及支持電子產品市場的所有參與行業的發展，包括電子產品製造業、電子元件製造業以及電子元件分銷業。例如，於二零一六年頒佈的十三五規劃指出，資訊科技行業將成為其中一個重點發展的行業。於二零一六年刊

行業概覽

發的《中國製造2025》明確說明資訊科技行業的核心產品包括集成電路、信息及通信產品及其他。在政府的支持下，有關電子產品及元件製造行業預期於近未來快速發展。電子元件分銷行業作為供應鏈中的重要角色，亦預期將有進一步增長。

現代的採購及分銷方式

中國網絡科技及運輸行業的發展為電子元件分銷商提供了現代的採購及分銷方式。電子元件的線上採購正成為現代電子產品行業的重要趨勢。在互聯網服務的幫助下，電子元件分銷商可更加方便地吸納新客戶（尤其是中小型規模的下游製造商）及擴大其客戶組合。此外，中國的產品運輸變得越發安全及快捷。涉及大量進口的電子元件採購及分銷的流程從現代運輸的發展中受益。

主要行業發展趨勢

線上採購於下游行業中變得更加常見

受益於中國及香港資訊科技的發展及網絡使用量的日益增加，從事於線上採購的下游製造商數量由二零一零年的6,000個增至二零一六年的逾100,000個，且預期數量在近未來將會大幅增長。就電子元件的買家而言，彼等可方便地比較不同供應商的產品及服務，並通過網絡下訂單而免受時間及地點的限制；就電子元件分銷商而言，線上平台能夠使其接觸更多潛在客戶、輕易地更新及呈列其產品組合、及時且更為便捷地與客戶溝通，並提供一些額外技術支援服務（譬如供應鏈管理、數據存儲及管理以及融資服務）。線上採購的增長受多個因素支撐及拉動。例如，中國商務部於二零一六年頒佈《十三五電子商務發展指導意見》，目標促進中國電子商務的發展。此外，B2B電子商務的第三方支付平台已變得更加安全及方便，且一些傳統銀行已開始為電商參與者提供線上支付服務。

電子元件分銷商能夠更加靈活地提供不同產品

目前在中國內地及香港，電子元件分銷市場由不同規模的分銷商分割。未來，由於市場參與公司間競爭愈發激烈且併購增多，預期市場集中水平將會上升。為在產品更新換代十分迅速的高科技行業內存活及發展，預期電子元件分銷商將提升其及時提供最新升級產品的能力，以滿足不同客戶的需求。甚至就注重分銷特定類別電子元件的分銷商而言，彼等亦需要具備更新該類別內產品組合的靈活性，以緊跟技術的快速發展。例如，一些分銷商主要出售記憶體集成電路。然而，記憶體集成電路有多種類型，且隨技術發展將出現更多類型。因此記憶體電子元件分銷商須具備採購最新類型的產品的能力，以快速滿足下游行業的需求。

行業概覽

市場挑戰

電子元件分銷商的利潤率微薄

隨著中國電子產品市場的快速發展，越來越多的電子元件分銷商參與競爭。當前的中國市場包括龐大的國際分銷商及大量國內企業。為在激烈的競爭中生存並取得增長，眾多分銷商採取低利潤率策略以贏得客戶。此外，由於下游製造商之間的競爭亦逐步加劇，終端產品的售價已下跌，從而造成電子元件分銷商的利潤率更為微薄。

對電子元件的需求快速變更

電子元件製造處於發展快速的技術領域。受具備新型及尖端功能的電子產品的需求所帶動，電子元件的生命週期通常較短。電子元件分銷商因而須能夠準確分析及識別市場需求，並及時相應改變其產品組合以適應需求的變化。因此這可能成為分銷商長期成功的主要挑戰。

電子元件分銷行業的競爭格局

電子元件分銷商的主要成功因素

通常而言，有幾個關鍵的成功因素可大大提升參與者的競爭力。

首先，擁有合資格、有競爭力且產品組合豐富的供應商對業務而言非常有益。隨著技術的不斷發展，電子元件不斷更新及升級。分銷商只有覓得符合市場需求變化的合資格及最新產品，方能於面臨市場變化帶來的風險時更具競爭力。

其次，下游市場需求充足及客戶關係（特別是與大型下游製造商的關係）穩定有助提升市場競爭力。有理由認為，未來數年，隨著移動設備銷量激增，未來5G移動技術的廣泛應用等，預期下游市場將更迅速發展。與客戶的穩定關係有助於在激烈的競爭中確保訂單量。尤其是主要電子產品製造商，彼等可透過分銷商持續大量訂貨。

最後，市場快速變化，分銷商須具備前瞻眼光。分銷商應不斷迎合最新的市場需求，以於面臨市場快速變化時把握最新的發展機遇。

在激烈的競爭環境中，在表現欠佳的分銷商遭淘汰的同時，具備該等競爭優勢之公司的發展速度將高於行業平均水平。因此，市場集中度預計於未來將增長。

中國內地競爭格局概覽

如今，在中國內地，國際分銷商及國內分銷商以更為相似的業務模式進行激烈的競爭。

就市場競爭而言，過去，國際參與公司主要負責為海外終端電子產品國際製造商採購電子元件。然而，目前由於中國電子製造行業的快速發展，國際分銷商亦致力於通過與中國內地分銷商競爭而從中國製造商獲取更多分成。

行業概覽

就業務模式而言，過去國際分銷商通常以市場為導向，經常保持多條產品線的巨大庫存以及時支援客戶。而國內公司(包括來自香港及台灣的參與公司)大部分為以技術為導向的分銷商，產品線更為集中且為當地製造商提供更多技術支援。

近幾年，兩種業務模式進一步整合。以市場為導向的分銷商尋求更多技術支援，而以技術為導向的分銷商尋求更多生產線與及時交付，導致國際及國內分銷商在中國內地市場競爭激烈。

總體而言，在中國內地，電子元件分銷市場極其分散。前十名參與公司的市場份額低於總份額的5%。Comtech為當地最大的經銷商集團，僅佔有不到1%的市場份額。未來，預期市場集中水平會隨大型分銷商集團與中小企業之間更多的併購活動而上升。大型分銷商的增長相當龐大且更具競爭力。不少大型分銷商的收入超過11億港元，因為該等相對較大的分銷商通常於一九九零年代至二零零零年代成立，當時中國電子產品的製造進入飛速發展的階段，該等分銷商利用了先發優勢。此外，該等大型的參與公司通常為大型國際半導體製造商進行分銷，且彼等的客戶通常為大型知名代工廠或電子製造服務公司及藍籌股製造商。大型分銷商集團(不包括中小企業)與大型上游製造商或下游製造商建立起良好關係，以取得利潤高昂且數量龐大的訂單。而且，大型分銷商已經建立線上渠道來獲得更多中小額訂單。線上平台價格及渠道透明的優勢，進一步增加了規模較小的分銷商爭取中小額訂單的壓力。因此，較小的分銷商將更易捲入價格戰。因此，當陷入財務壓力，競爭力較弱的中小企業將會通過併購活動被輕易併入大型分銷商集團。因此，預期未來的集中水平將會上升。

香港競爭格局概覽

總體而言，香港電子元件的分銷市場並不集中。根據香港政府統計處的資料，有大約5,520間公司參與香港電子元件的出口業務。主要原因為香港作為自由港享有較低的稅率而成為亞太地區電子零部件的重要貿易樞紐。來自美國、歐洲、日本、台灣及南韓的許多物品經香港再出口至中國內地，反之亦然。部分零部件跨國製造商已在香港設立區域辦事處，在該地區從事銷售、分銷及採購活動。

中國內地是香港分銷商的主要競爭市場。首先，大量的電子元件通過香港分銷商出口到中國內地。香港的電子行業是該地區最大的產品出口創匯行業，佔二零一五年香港總出口的64%。零部件約佔香港電子產品出口的四分之三，其中大多數向中國內地再出口以對外加工生產。第二，許多來自香港的分銷商甚至在中國內地設立銷售辦事處，原因為中國內地擁有十分龐大的電子產品製造市場，有約3,000個藍籌股製造商及約3.2百萬個中小型製造商。對比之下，隨著香港人工成本上升，許多香港下游製造商已將其工廠搬至中國內地以減少成本，有助於增加中國內地對分銷的需求。換言之，中國內地作為香港電子產品分銷商的主要出口及建立辦事處的目的地，已經成為香港分銷商的主要市場。因此，中國大陸市場的市場推動因素及趨勢將影響香港市場參與者的表現。

行業概覽

主要市場參與公司排名

按二零一六年總收益計算，下表列示中國內地及香港電子元件分銷商的排名。

香港及中國內地參與公司於電子元件分銷市場的 收益及市場份額，二零一六年

排名	公司名稱	收益 (十億港元)	市場份額
1	公司A	14.4	0.64%
2	公司B	11.4	0.50%
3	公司C	10.3	0.46%
4	公司D	8.4	0.37%
5	公司E	6.7	0.30%
6	公司F	6.5	0.29%
7	公司G	6.3	0.28%
8	公司H	6.1	0.27%
9	公司I	5.6	0.25%
10	公司J	5.4	0.24%
11	公司K	5.2	0.23%
12	公司L	5.0	0.22%
13	公司M	4.7	0.20%
14	公司N	3.6	0.16%
15	公司O	2.2	0.10%
16	公司P	1.8	0.08%
17	公司Q	1.8	0.08%
18	公司R	1.8	0.08%
19	本集團	1.7	0.08%
20	公司S	1.4	0.06%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

根據Oanda的數據，於二零一六年十二月三十一日的匯率為人民幣1元兌1.1164港元

公司A為於一九九五年成立的電子元件分銷商，總部位於深圳。

公司B為於一九八四年成立的電子元件分銷商，總部位於深圳。

公司C為於一九八四年成立的電子元件分銷商，總部位於香港。

公司D為於一九九九年成立的電子元件分銷商，總部位於香港。

公司E為於二零零一年成立的電子元件分銷商，總部位於深圳。

行業概覽

公司F為於二零零零年成立的電子元件分銷商，總部位於深圳。

公司G為於一九七九年成立的電子元件分銷商，總部位於深圳。

公司H為於一九九八年成立的電子元件分銷商，總部位於香港。

公司I為於二零零九年成立的電子元件分銷商，總部位於深圳。

公司J為於二零零零年成立的電子元件分銷商，總部位於廈門。

公司K為於二零零五年成立的電子元件分銷商，總部位於香港。

公司L為於一九九六年成立的電子元件分銷商，總部位於深圳。

公司M為於二零零一年成立的電子元件分銷商，總部位於深圳。

公司N為於一九八一年成立的電子元件分銷商，總部位於香港。

公司O為於二零零零年成立的電子元件分銷商，總部位於深圳。

公司P為於二零零零年成立的電子元件分銷商，總部位於香港。

公司Q為於二零零零年成立的電子元件分銷商，總部位於上海。

公司R為於二零零一年成立的電子元件分銷商，總部位於武漢。

公司S為於二零零一年成立的電子元件分銷商，總部位於香港。

以上所列供應商乃僅自官方網站挑選的若干代表範例，並非為分銷商收益增長作出主要貢獻的主要供應商。

該等分銷商的公開公司大多數披露整個集團的財務表現，但並未將披露範圍收窄至特定產品分部，而私營公司大多並不披露財務表現。

前20名競爭對手公開公司的收益及毛利

十億港元

公司名稱	二零一六年 收益	二零一五年 收益	收益 增速	二零一六年 毛利	二零一五年 毛利	毛利 增速
公司A	14.4	11.3	27.4%	1.19	0.91	30.8%
公司C	10.3	11.3	-8.8%	0.48	0.43	11.6%
公司K	5.2	3.8	36.8%	0.23	0.17	35.3%
公司M	4.7	2.1	123.8%	0.50	0.22	127.3%
公司N	3.6	3.4	5.9%	0.32	0.31	3.2%
公司P	1.8	1.31	37.4%	0.07	0.06	16.7%
公司Q	1.8	1.4	28.6%	0.18	0.16	12.5%
公司R	1.8	1.2	50.0%	0.19	0.16	18.8%

附註：

根據Oanda的數據，於二零一六年十二月三十一日的匯率為人民幣1元兌1.1164港元

行業概覽

根據Oanda的數據，於二零一五年十二月三十一日的匯率為人民幣1元兌1.1936港元

收益指該集團電子元件分銷業務的總收益，包括所有產品線，如記憶體、傳感器、連接器、處理器

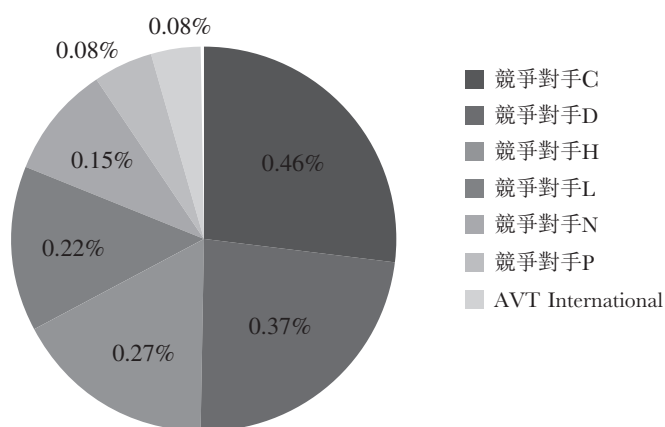
香港的分銷商於電子產品分銷市場扮演著重要角色。在國內前二十名分銷商集團中，有八個集團來自香港。主要原因為中國相當依賴集成電路的進口，尤其是經由香港，因經由香港將使其享有更低稅率及更簡單的程序，有助於分銷商減少採購成本。這便是香港分銷商強而有力的競爭優勢。

香港參與公司於電子元件分銷市場的收益及市場份額，二零一六年

排名	競爭對手名稱	收益 (十億港元)	市場份額
1	競爭對手C	10.3	0.46%
2	競爭對手D	8.4	0.37%
3	競爭對手H	6.1	0.27%
4	競爭對手L	5.2	0.22%
5	競爭對手N	3.6	0.16%
6	競爭對手P	1.8	0.08%
7	本集團	1.7	0.08%

資料來源：弗若斯特沙利文

按收益劃分的香港前七名參與公司的市場份額，二零一六年



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

市場准入門檻

先發優勢

先發優勢為新進業者的一個威脅。由於現有大型分銷商已與品牌供應商及客戶建立十分緊密的關係，故新進業者與已授權的大型分銷商競爭大額訂單將會有困難。此外，由大型分銷商建立的線上平台具備成熟的物流系統，這將進一步威脅新進業者及現有的小型分銷商。面對來自該等大型分銷商的壓力，現有小型分銷商及新進業者皆更易捲入激烈的價格戰，以爭取中小額訂單。

大量資本投資

電子元件分銷市場的市場參與者需要大量資本投資。為保持市場競爭力，電子元件分銷商一般亦需維持高水平的營運資金，以保證業務順暢運作。通常而言，電子元件分銷商需要資本用於提前採購上游製造商的產品。同時，分銷商經常為下游客戶提供較長信貸期乃屬行業常態。此外，組件一支工程團隊提供研發及技術支援的成本較高。為向下游客戶提供更好的服務，預期分銷商將提呈一系列電子元件設備應用解決方案，而此需要對研發的資本投資。於中國及香港電子元件分銷市場，分銷商向彼等的客戶賒銷產品乃屬常見慣例。一般而言，應收客戶賬款天數長於應付上游製造商賬款天數，尤其是在電子元件分銷市場的競爭日趨白熱化的情況下，更是如此。分銷商放鬆信貸條款以獲得或保留客戶。因此，於收益增長的延長期間內，隨著貿易應收賬款積累而應付賬款到期提前，電子元件分銷商的資產負債比率、速動比率及流動比率將相應惡化。與此類似，由於貿易應收賬款週轉天數與應付賬款週轉天數不匹配，收益增長延長的分銷商通常將面臨經營現金流壓力不斷增加。

熟練員工需求

缺乏熟練員工的公司難以進入電子元件分銷行業，而電子元件分銷商其中一項競爭優勢為技術支援。就提供技術支援而言，僅熟練的技術員工能夠明白產品性能特徵及應用設計。尤其在項目設計及高端產品市場，客戶對技術支援有著更高的要求，預期分銷商能提供專業的技術設計及解決方案。因此，能夠提供技術支援的熟練員工對分銷商至關重要。