

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

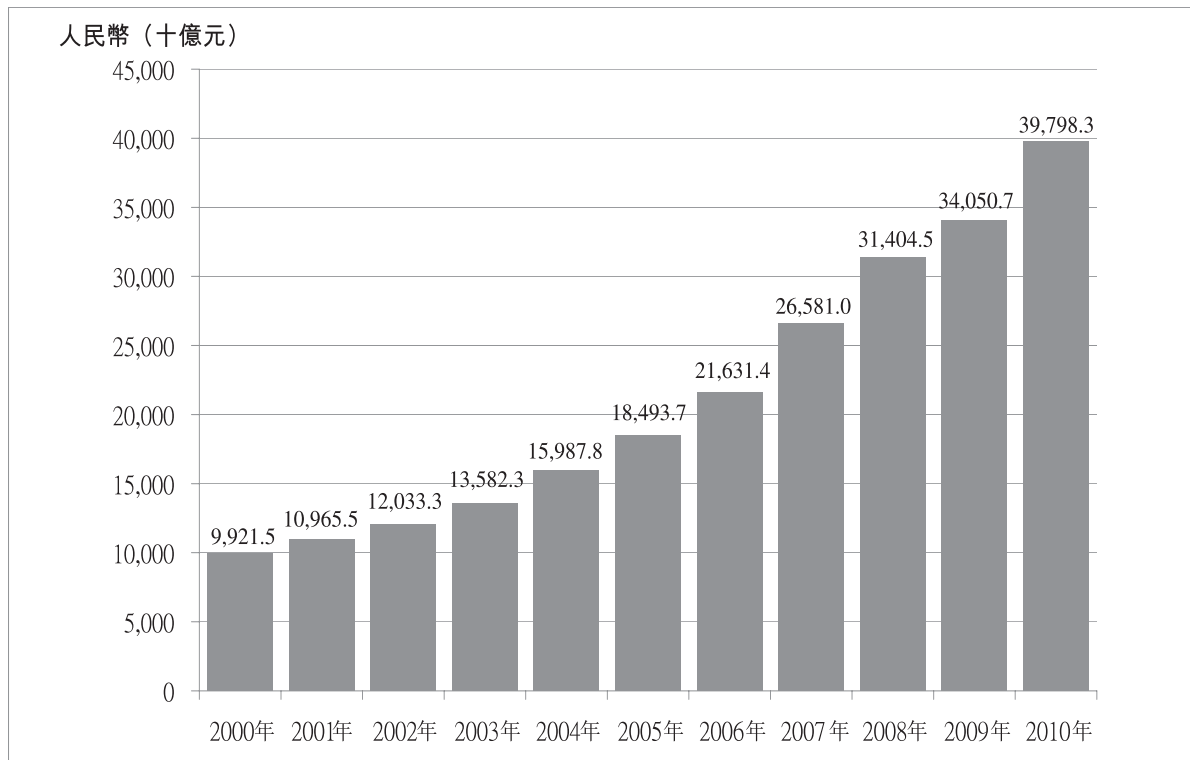
本節所載資料及統計數據乃摘錄自中國汽車技術研究中心報告及其他公開資料來源。董事相信，本節所載統計及圖表資料來源乃該等資料的合適來源。我們在摘錄及轉載該等資料時已審慎行事。董事並無理由相信，本節所呈列的相關事實、統計數據或資料為虛假或其誤導性或當中遺漏任何事實，致使相關事實、統計數據及資料為虛假或其誤導性。我們、其聯屬人士、董事及顧問或參與本文件的任何其他各方並無對該等資料及統計數據進行獨立查證，彼等亦不會對該等資料的準確性或完整性發表任何聲明。

中國經濟發展

中國國內市場增長

近年來，中國經濟結構發生變化，由注重輕工業轉為輕工業與重工業並重發展。勞動密集型產業也向資本技術密集型產業轉型。二零零零年至二零一零年，中國名義國內生產總值由二零零零年約人民幣9.9萬億元增至二零一零年約人民幣39.8萬億元，複合年增長率約14.9%。中國的人均國內生產總值由二零零零年約人民幣7,858元增至二零一零年約人民幣29,817元，複合年增長率約14.3%。公路、高速公路和鐵路等基礎建設投資快速擴張帶動經濟持續增長，二零零零年至二零一零年的年增長率約為23.8%。下表分別載列二零零零年至二零一零年中國的過往名義國內生產總值及人均國內生產總值。

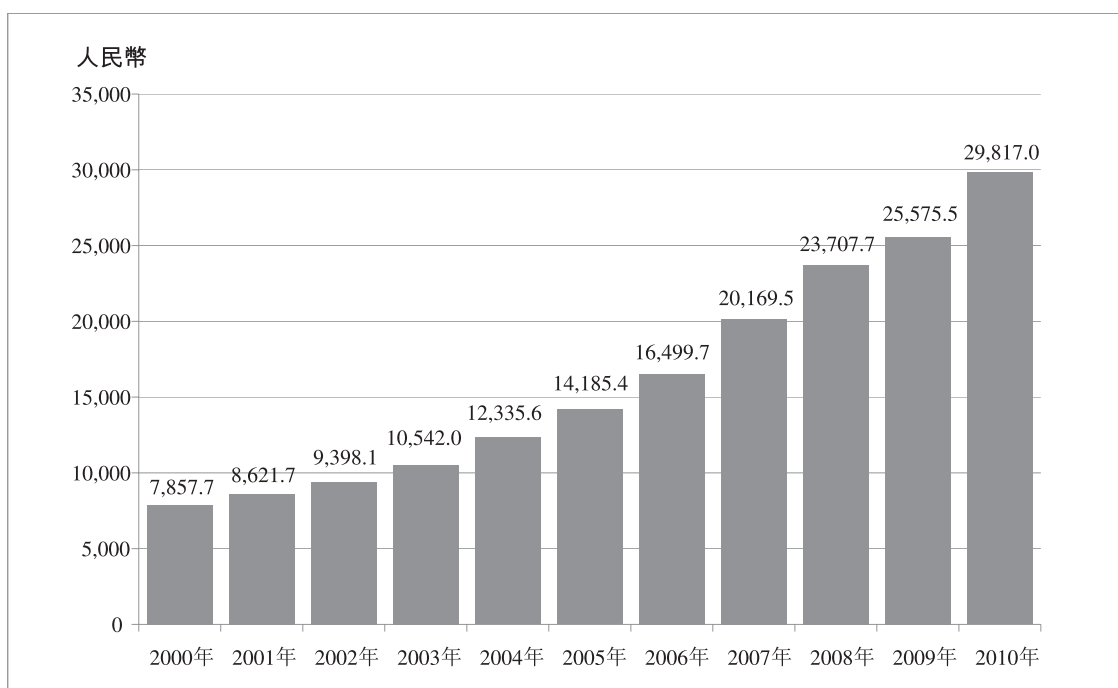
中國名義國內生產總值，二零零零年至二零一零年



本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

中國人均國內生產總值，二零零零年至二零一零年



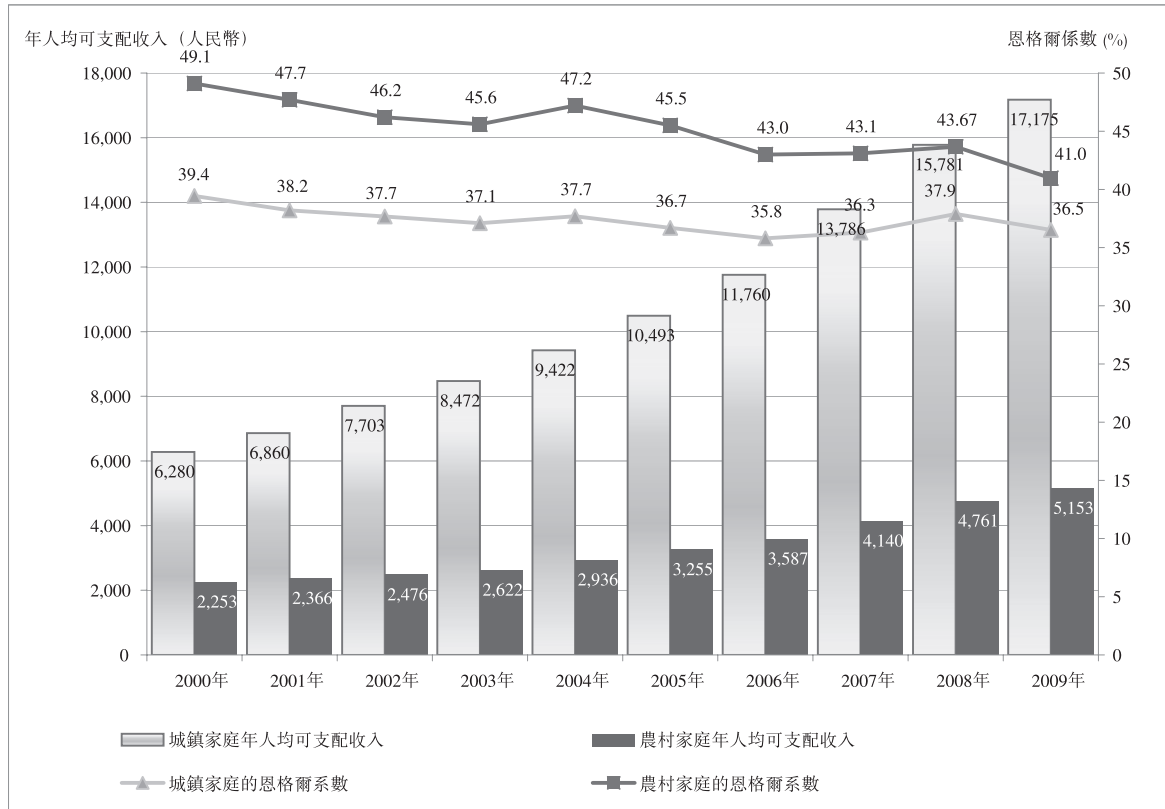
資料來源：中國國家統計局

可支配收入及消費不斷增漲

中國經濟迅速發展帶動城鎮與農村地區可支配收入隨之增加。二零零零年至二零零九年，農村居民年人均可支配收入及城鎮居民年人均可支配收入的複合年增長率分別約為9.6%及11.8%。人均收入的增加推動消費額大幅上漲。二零零零年至二零零九年，農村人口及城鎮人口的人均消費分別由人民幣2,652元增至人民幣6,334元及由人民幣4,998元增至人民幣12,265元，複合年增長率分別約為10.2%及10.5%，帶動了汽車等奢侈消費品的消費。下表載列二零零零年至二零零九年中國城鎮居民與農村居民的過往年人均可支配收入及相關恩格爾係數(即食品開支佔總開支的百分比，該數值越低反映生活水準越高)。

行業概覽

城鎮居民與農村家庭年人均可支配收入 及相關恩格爾係數，二零零零年至二零零九年



資料來源：中國國家統計局

道路及高速公路網絡擴張

中國政府自一九八八年以來採取一系列注重改善農村地區道路建設的規劃及措施，使得中國的道路及高速公路網絡快速擴張。於二零一零年末，中國道路密度為每一百平方公里約41.8公里道路，道路總長約4.0百萬公里，其中約3.5百萬公里道路修建於農村地區。二零一零年，中國高速公路總長約為74,000公里。於二零一零年末，中國的道路及高速公路總長排名世界第二。

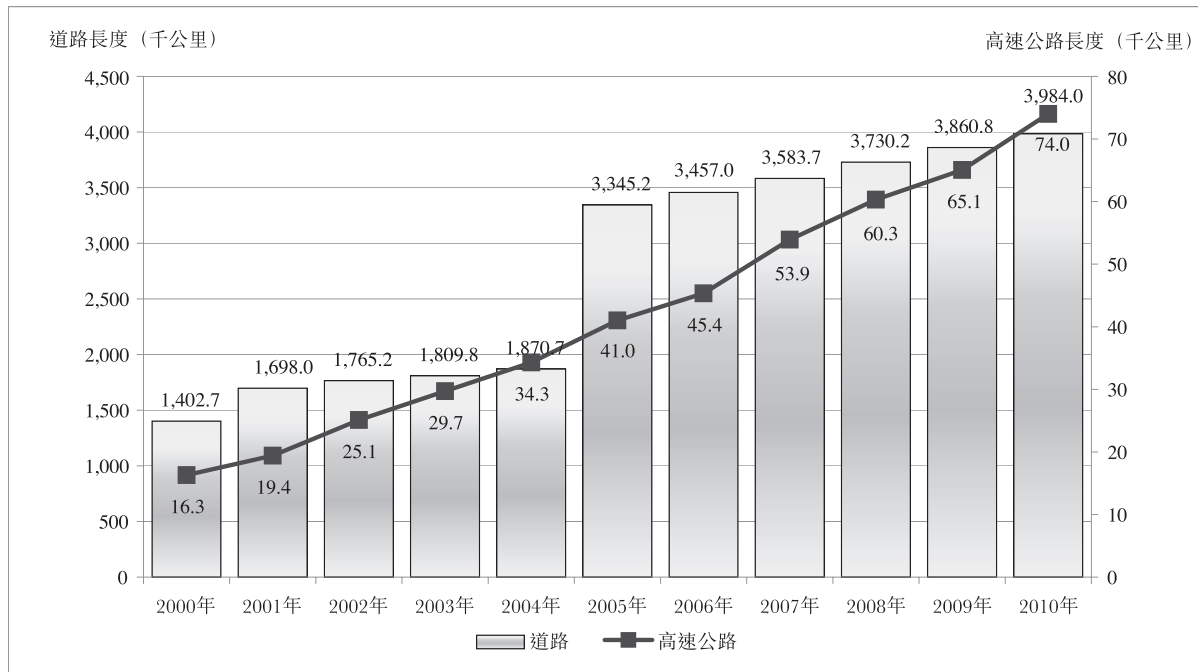
按照中國政府制定的交通運輸「十二五」發展規劃，中國政府將繼續加強道路建設，完善國道及高速公路網絡，實現二零一一年至二零一五年間中國道路及高速公路總長增至約450萬公里及約100,800公里，期內農村地區道路總長增至390萬公里的目標。中國政府著力發展，特別是農村地區的道路及高速公路網絡，以方便汽車通行，而這也成為中國汽車市場發展的主要動力。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

下圖載列二零零零年至二零一零年中國道路及高速公路長度。

中國道路及高速公路長度，二零零零年至二零一零年



資料來源：中國統計年鑑及陸路和水路運輸業發展統計數據

全球汽車市場

主要汽車生產國的生產力

二十一世紀，汽車製造業穩步發展。主要汽車生產國為美國、歐洲國家及日本。隨著世界其他地區的經濟發展，造就中國、巴西、俄羅斯和印度等國家成為新興汽車業市場。自二零零零年以來，美國汽車業生產力(約40%產量出口)一直呈下降趨勢，而日本汽車業的年產量維持在每年1,000萬輛左右的穩定水平，至二零零九年同期，約一半產量出口。受全球金融危機影響，日本及美國的汽車年產量銳減超過30%。而另一方面，中國經濟增長推動中國汽車業快速發展，中國汽車年產量由二零零零年約2.1百萬輛增至二零一零年約18.3

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

百萬輛，複合年增長率約為24.3%。自二零零九年起，中國一躍成為世界最大汽車生產國，於二零零九年及二零一零年佔全球汽車產量約22.3%及23.5%。下表概述二零零零年至二零一零年主要汽車生產國的生產力及全球產量：

主要汽車生產國的汽車產量及全球產量，二零零零年至二零一零年

年份	日本	美國	德國	法國	韓國	巴西	中國	全球
二零零零年	10,144,847	12,802,857	5,526,615	3,348,361	3,114,998	1,691,240	2,068,186	58,374,162
二零零一年	9,777,191	11,449,473	5,691,677	3,628,418	2,946,329	1,817,116	2,341,528	56,304,925
二零零二年	10,257,315	12,304,317	5,469,309	3,701,870	3,147,584	1,791,530	3,253,655	58,994,318
二零零三年	10,286,018	12,116,061	5,506,629	3,620,066	3,177,870	1,827,038	4,443,491	60,663,225
二零零四年	10,511,518	11,988,297	5,569,954	3,665,990	3,469,464	2,210,062	5,070,452	64,496,220
二零零五年	10,799,659	11,977,457	5,757,710	3,549,008	3,695,350	2,528,300	5,707,688	66,482,439
二零零六年	11,484,233	11,263,986	5,819,614	3,169,219	3,935,910	2,611,034	7,279,726	69,222,975
二零零七年	11,596,327	10,780,729	6,213,460	3,015,854	4,086,308	2,970,818	8,882,456	73,266,061
二零零八年	11,563,629	8,705,239	6,040,582	2,568,978	3,806,682	3,220,475	9,345,101	70,520,493
二零零九年	7,934,516	5,708,852	5,209,857	2,047,658	3,512,926	3,182,617	13,790,994	61,714,689
二零一零年	9,625,940	7,761,443	5,905,985	2,227,742	4,271,941	3,648,358	18,264,667	77,609,901

資料來源：中國汽車技術研究中心報告

發展趨勢

擁有巨大潛質的新興市場長期穩定地發展

二零零四年至二零一零年，金磚四國（即巴西、俄羅斯、印度及中國）的新車銷量由二零零四年約9.4百萬輛增至二零一零年約26.9百萬輛，分別約佔二零零四年及二零一零年全球銷量17.5%及34.6%，期內複合年增長率約為19.2%。相反，同期美國、德國、日本及法國等傳統汽車市場呈飽和狀態，新車銷售總量由二零零四年約29.2百萬輛降至二零一零年約25.5百萬輛，所佔全球市場份額由二零零四年約54.6%降至約32.9%，落後於金磚四國的銷售總量。多國汽車製造商對新興市場的重視造就了當前的發展趨勢。經濟迅速發展，加上目前新興市場的汽車擁有水平較低，為市場開拓了巨大發展空間。中國汽車技術研究中心估計，二零二零年全球汽車產量將超過100百萬輛，而增長動力將主要來自新興市場汽車業的快速發展。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

全球汽車業的結構變化為發展中國家帶來機遇

全球汽車業的結構現正經歷變化。發達國家的傳統汽車製造商將研發中心設在國內，而生產工序轉移至資源豐富的發展中國家，以求降低生產成本。搬遷工廠的趨勢為中國帶來大量機遇，因為中國在過去30年間已發展了成熟的汽車製造技術及硬件。

開發節能型及替代能源型汽車

出於全球變暖、環保、汽車排量控制的考慮及鑒於燃油供應日趨不穩定，世界各國政府均致力於開發節能型及替代能源型汽車，與跨國汽車製造商選擇生產及開發更多節能型及替代能源型汽車的發展策略一致。

中國汽車市場

生產力及銷量

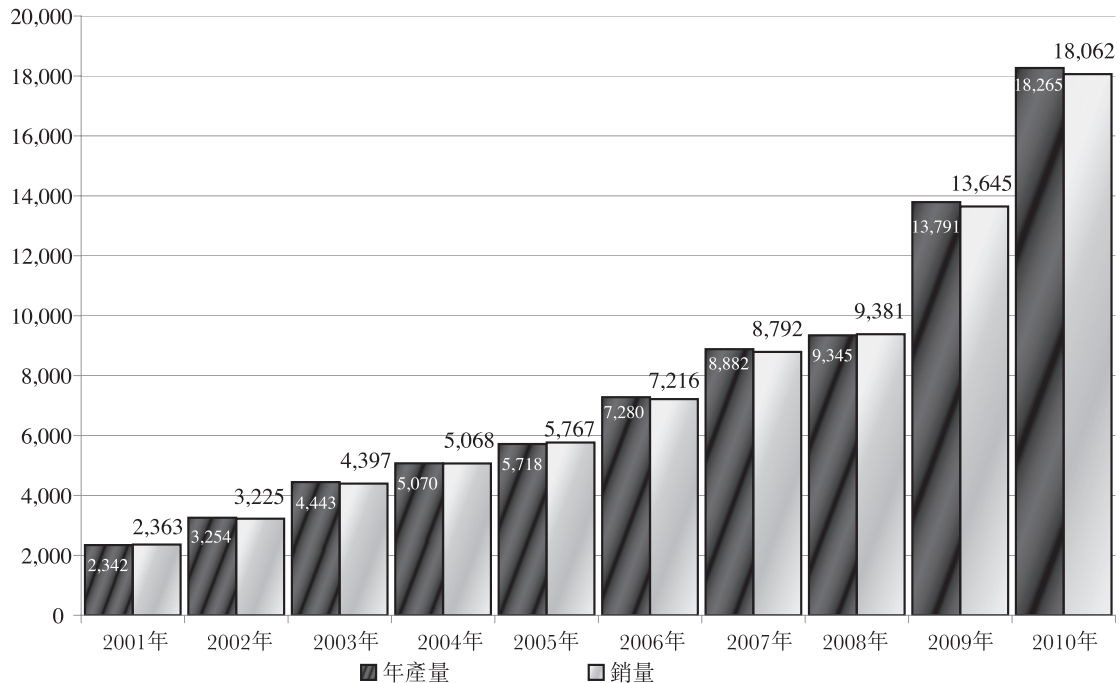
一九七八年至二零一零年，中國汽車業年產量由一九七八年約150,000輛增至二零一零年約18.3百萬輛。到二十一世紀，中國汽車市場飛速發展。二零零零年至二零一零年，中國汽車年產量以約24.3%的複合年增長率增長。生產力提高的同時也拉動銷量同步上升。二零零九年，中國超越日本和美國成為世界最大汽車銷售國。二零一零年，中國汽車銷量達18.1百萬輛，打破了美國的歷史紀錄。下圖說明二零零一年至二零一零年期間中國汽車的實際年產量及銷量增長。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

中國新車年產量及銷量，二零零一年至二零一零年

新車數量（千輛）



資料來源：中國汽車技術研究中心報告

市場結構

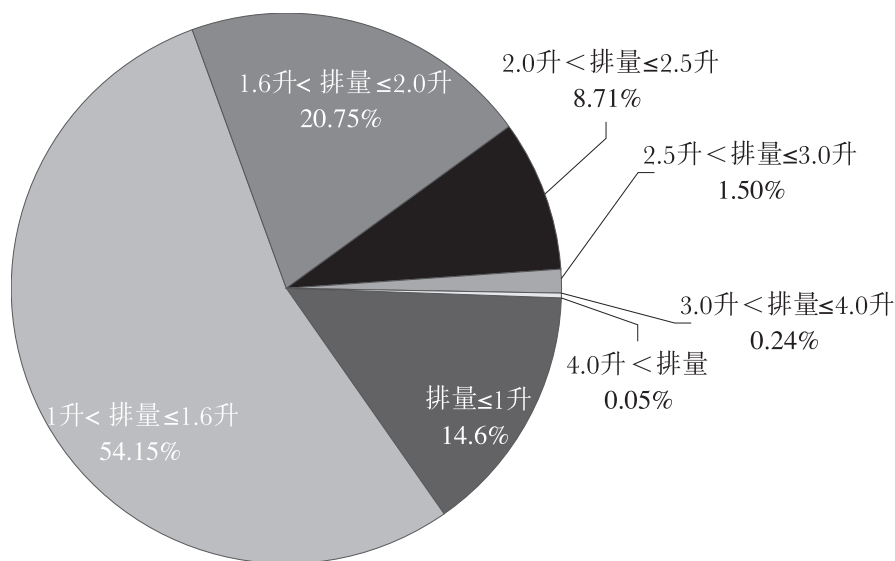
根據中國汽車技術研究中心報告，中國汽車市場主要分佈在六個地區，即(1)以長春為代表的東北地區；(2)以上海為代表的長江三角洲地區；(3)以武漢為代表的華中地區；(4)以北京及天津為代表的京津地區；(5)以廣東省為代表的珠江三角洲地區；及(6)以重慶為代表的西南地區。企業與地方政府更為策略地為工廠選址、提高建設效率，以此推動地區分部的發展，降低生產及物流成本。

收入增加刺激了乘用車消費。二零零九年，中國乘用車銷量為10百萬輛，較二零零八年增長約52.9%，而二零一零年的乘用車銷量接近14百萬輛，較二零零九年進一步增長約33.2%。按排量計，中國大部分乘用車為中小型排量車。二零一零年，雖然大中型排量乘用車的使用率增加，但中小型排量的乘用車略有減少，佔中國在用乘用車約54.2%。大中型排量的乘用車增加表明中國汽車消費有所增長。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

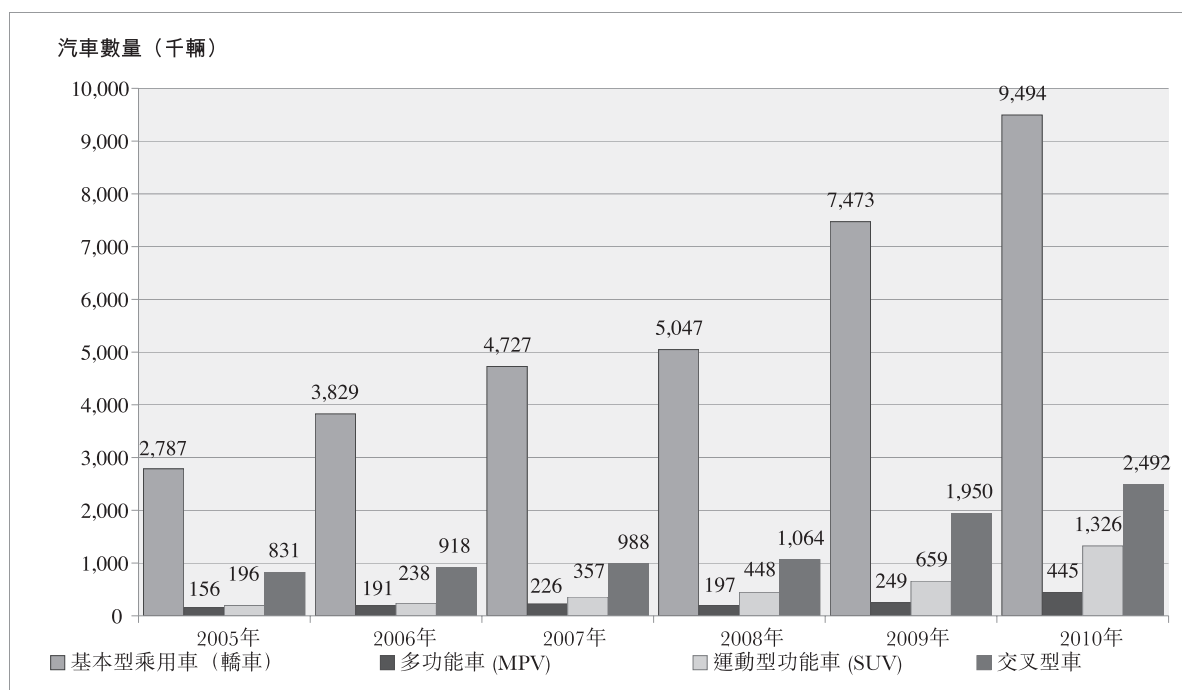
二零一零年在用乘用車市場結構(按排量計)



資料來源：中國汽車技術研究中心報告

按規模計，中國大部分乘用車為基本型乘用車(即轎車)，佔在用乘用車約69%。

乘用車市場結構(按規模計)，二零零五年至二零一零年



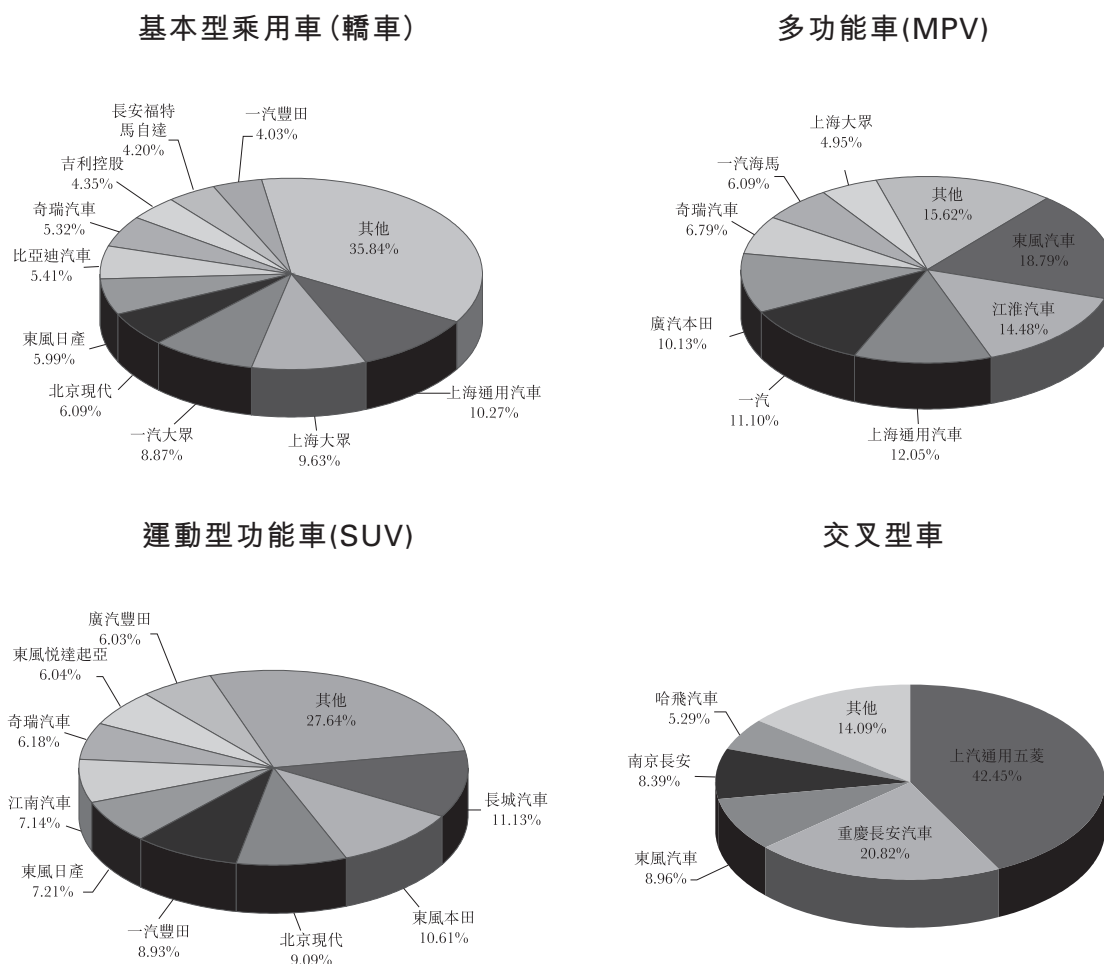
資料來源：中國汽車技術研究中心報告

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

按品牌劃分，中國大部分乘用車為中國境內跨國汽車製造商所成立的合營企業品牌。國內品牌汽車主攻中低端市場，但國內品牌的市場份額在不斷增長。

二零一零年乘用車市場結構(按品牌劃分)



資料來源：中國汽車技術研究中心報告

銷量增長

由於中國宏觀經濟的持續增長、生活水平的改善及中國政府的刺激政策，中國汽車的銷量近來激增。二零零九年至二零一零年間，新汽車的銷量由約13.6百萬輛增至18.1百萬輛，增長率約33.1%。乘用車乃增長的主要動力，佔二零一零年總銷量約76.2%。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

市場發展及推動力

中國汽車市場的市場潛力巨大

根據中國汽車技術研究中心報告，中國於二零二零年前將繼續其工業化及城鎮化進程。國家經濟將繼續增長，刺激中國的汽車需求。預期由於收入增長，汽車(尤其是私家車)的市場需求預期將繼續增加。根據中國汽車技術研究中心報告，經參考每1,000名居民的平均汽車數量計算，中國的汽車普及率由二零零零年約1.3%增至二零零八年約4.7%，複合年增長率約15.4%，二零一零年，中國的汽車普及率增至約5.8%。然而，與二零零九年的世界平均數約14.4%以及其他發達國家如日本(57.8%)、美國(81.7%)、德國(54.4%)及法國(60.1%)相比，中國的汽車普及率仍處於低水平，隨著中國汽車市場的增長勢頭預期由中國一線城市轉移至二、三線城市及農村地區，該等地區的人口數量較多且當地的汽車普及率相對較低。此外，根據中國汽車技術研究中心報告，鑑於中國政府鼓勵農村地區使用汽車的政策以及中國購買小排量汽車的稅務優惠，中國汽車技術研究中心預期，中國的私家車及小排量汽車的擁有水平將會飆升。

根據上述基準，中國汽車技術研究中心認為，中國汽車市場存在巨大增長潛力。根據中國汽車技術研究中心報告，中國汽車技術研究中心估計，汽車的年產量將由二零一零年約18.3百萬輛增至二零一一年約19.6百萬輛，並將進一步增至二零一五年約27.8百萬輛及二零二零年約34.9百萬輛。

生產力的重組及擴張

要成為世界主要汽車國，中國汽車技術研究中心認為，中國的汽車製造商將經歷合併及重組以加快其擴張、改善其研發能力及技術進展、開發其自有產品及制定及實施其自有品牌策略。中國汽車技術研究中心預期，汽車行業的競爭將更加激烈，汽車製造商將就產品開發能力、技術、產品質量、服務點及美譽度展開競爭。

鑑於中國的市場潛力，大多數汽車製造商正實施擴充計劃以建立更多工廠及增加產能。根據中國汽車技術研究中心報告，截至二零零九年十二月三十一日，中國的20間主要汽車企業及10間主要汽車製造企業的年產能總共約為14.0百萬輛，預期彼等的規劃產能於二零一五年底前可達約31.2百萬輛。為實現本地生產及銷售，汽車製造企業亦加快其設立生產設施及生產線的策略地點佈局的步伐。

行業概覽

汽車及汽車車身零件出口

汽車車身零件一直是中國汽車相關出口市場的主要產品。汽車車身零件的出口量佔中國汽車相關產品出口量約70%。汽車車身零件主要出口至瞄準海外OEM市場及售後市場的發達國家。就製造用於出口的汽車車身零件而言，由勞動力及資源密集型產品轉移至較高技術水平及附加值的產品存在一個漸進的趨勢。另一方面，為出口製造的汽車主要出口至新興經濟體，如非洲、中東、東南亞及獨立國家聯合體。中國汽車技術研究中心認為，中國將成為跨國汽車企業的主要汽車車身零件採購中心及中國的汽車車身零件出口將繼續增長。中國汽車技術研究中心亦認為，隨著中國製造的汽車產品的產品質量持續改善以及出口分銷渠道的多元化，向發展中國家出口汽車將繼續增長，及將成為擁有自有品牌汽車的汽車製造企業的新增長點。

領先汽車產品製造商的增長及外資企業對汽車產品製造的滲透提高

具備產品開發能力的領先汽車車身零件製造商在國內外市場均擁有競爭優勢。隨著全球汽車製造流程轉移至發展中國家及中國汽車業的巨大潛力，許多外資汽車車身零件製造商透過成立更多工廠加速其在中國的增長，以便利用中國的低勞工成本以及外資汽車製造商的需要。外資汽車車身零件製造商帶來的競爭可改善本土汽車車身零件製造商的技術水平。

開發節能及替代能源型車輛的投資

根據中國汽車技術研究中心報告，中國的電動汽車及替代能源型汽車的技術發展主要與全球發展同步，中國近幾年在開發建造電動汽車所需的關鍵汽車車身零部件方面已實現重大突破。主要汽車製造商繼續付出努力研發替代能源型汽車，預期該趨勢將促進對發展替代能源型汽車及相關汽車車身零部件的投資。

中國汽車車身零件行業

市場結構

地域分佈

中國的汽車車身零件行業主要位於長江三角洲地區。浙江省為中國汽車車身零件的主要製造及出口地區，於二零一零年的產值約為人民幣1,932億元。浙江省的汽車車身零件製造商主要位於寧波、台州、溫州及杭州。中國第二大汽車車身零件行業位於江蘇省，二零一零年的產值約為人民幣1,918億元。

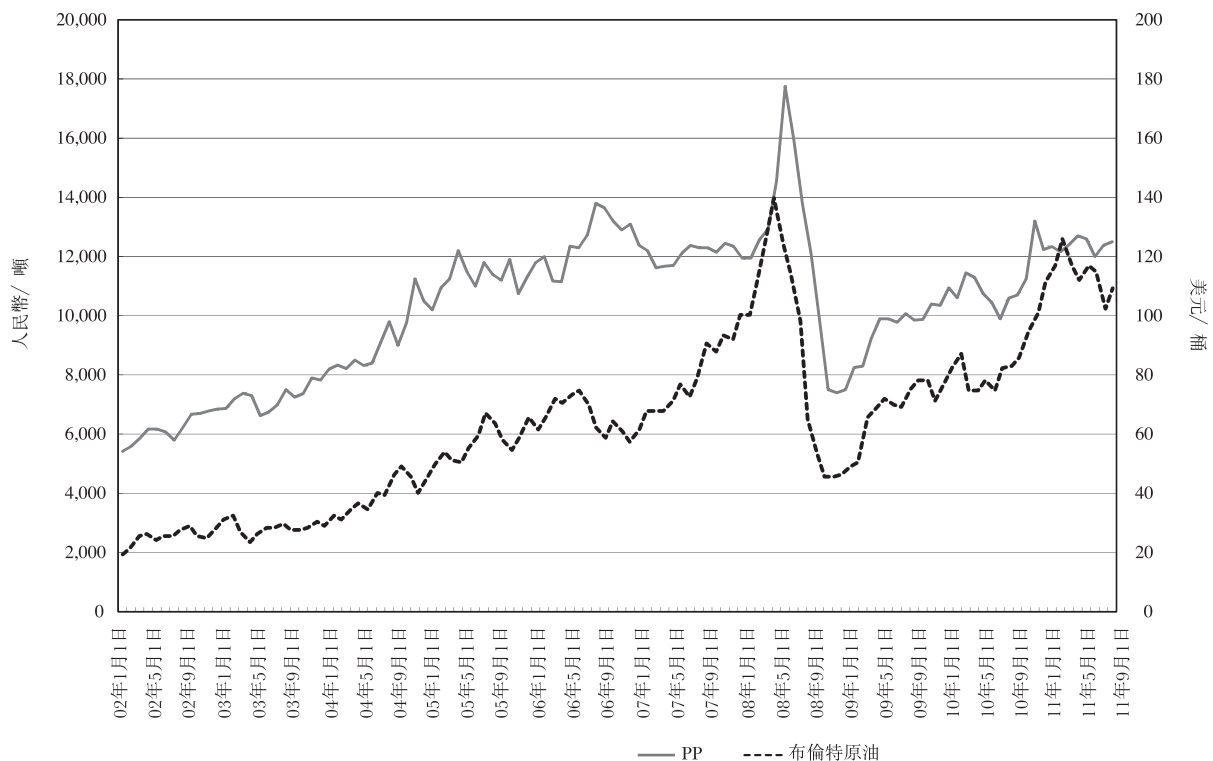
行業概覽

塑料的使用

雖然塑料佔中國製造的汽車重量約7%至10%，但在歐洲國家製造的汽車重量佔約10%至14%。因此，在中國的汽車行業，塑料的使用仍處於起步階段。由於近幾年中國汽車生產力及銷量迅速增長，中國的汽車中塑料的使用自一九九零年起一直按超過20%的平均年增長率增長。於二零一零年，中國汽車行業用於製造的塑料的需求約為1.2百萬噸。

樹脂(包括PP及PC/ABS)為我們生產產品所採用的主要生產材料，其價格會因原油(樹脂的主要物質)的週期性及價格波幅高而時有變化。與PP(更常用於塑料成型的樹脂)不同，PC/ABS是一種獨特類型ABS，其並無任何公開的價格資料可供查閱。下圖載列二零零二年一月至二零一一年五月中國每噸PP(F401)的價格，僅供說明用途。我們使用多種具有不同規格及化學成分的PP。F401是PP的一例，其價格波動傾向與我們所採用的PP相類似。鑒於PP(不論何種規格)的價格一般須視乎(其中包括)二零零二年一月至二零一一年五月世界原油價格及中國商品市場氣氛，下文載列的PP(F401)價格乃供參考用：

二零零二年至二零一一年中國每噸PP的價格
與二零零二年至二零一一年每桶布倫特原油的價格



資料來源：CEIC Data Company Ltd (PP價格) 及彭博 (布倫特原油價格)

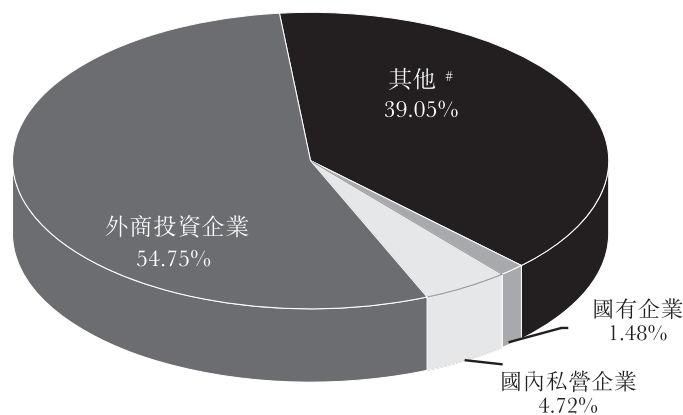
本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

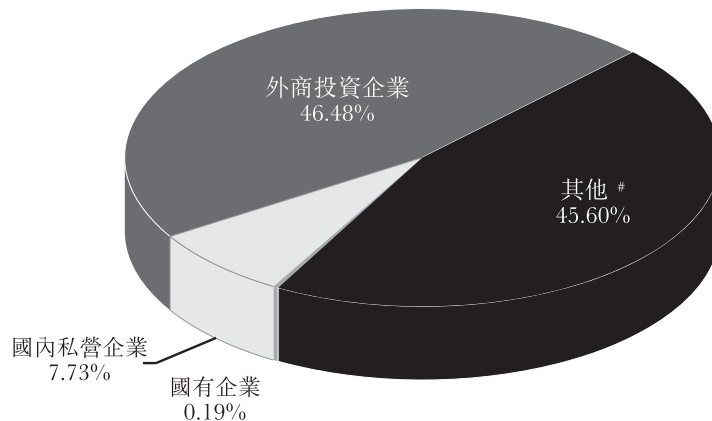
外商投資企業製造商、國有企業製造商及國內私營企業製造商的市場份額

根據中國汽車技術研究中心，二零零七年至二零零九年間，中國外商投資企業製造商所佔的市場份額總額由二零零七年約54.8%減少至二零零九年約46.5%。儘管彼等的市場份額不斷減少，彼等仍擁有中國最大的市場份額。中國國有企業製造商的市場份額總額亦由二零零七年約1.5%減少至二零零九年約0.19%。相反，國內私營企業製造商所佔的市場份額總額由二零零七年不足5%穩步增長至二零零九年逾7%。

不同類型製造商於二零零七年的市場份額



不同類型製造商於二零零九年的市場份額



#：「其他」類別指由(1)外商投資企業及國內私營企業；(2)國有企業及外商投資企業；(3)國有企業及國內私營企業；及(4)國有企業、國內私營企業及外商投資企業成立的合營企業。

資料來源：中國汽車技術研究中心報告

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

市場發展及推動力

中國汽車市場的持續增長

基於上文「中國汽車行業—市場發展及推動力」一段所述的原因，中國汽車技術研究中心認為，中國汽車市場將繼續增長，汽車的年產量將由二零一零年約18.3百萬輛增至二零一一年約19.6百萬輛，及將進一步增至二零一五年約27.8百萬輛及二零二零年約34.9百萬輛。預期中國汽車銷量的穩步增長將為塑料汽車車身零件提供廣闊的發展空間。

汽車車身零件製造商數量不斷增加

二零零九年，中國約有10,000家汽車車身零件製造商。二零零九年至二零一零年間，中國的汽車車身零件的產值由約人民幣1.2萬億元增至約人民幣1.7萬億元，增長率約41.7%，高於汽車製造的增長率。若干具備產品開發能力及系統化產品供應系統的汽車車身零件製造商可以進入海外市場的採購體系，增加其出口數量。

汽車塑料應用的擴大

與較發達國家相比，中國汽車塑料的應用仍處於初期階段。塑料是一種輕質、耐腐蝕及相對有彈性的材料。在汽車製造方面使用塑料取代鋼材可減輕汽車重量，轉而減少氣體排放及油耗量。透過使用塑料取代金屬亦可更加容易形成理想的精密度更高的複雜零部件。塑料產品憑藉其彈性可用作吸能器及碰撞緩衝器，亦可減緩震動與吸收噪聲，因此，塑料可為乘客提供更好的保護及舒適度。塑料亦可與其他不同材料或化學製品使用，從而改變塑料產品的機械強度、色澤及其他特性，因此可用於生產不同的汽車零部件。隨著汽車業對節能及環保的關注以及技術及標準的改善，預期在中國在汽車中使用塑料將會增多。這將為塑料汽車車身零件提供大量發展空間。

開發應用能更好滿足汽車輕量設計的塑料

根據中國汽車技術研究中心報告，降低汽車重量已成為減少氣體排放及油耗的有效措施。近幾年，汽車製造商更加重視汽車輕量設計的技術發展，從而改善汽車的節能特徵及遵守環保法律。憑藉塑料在減輕汽車重量方面相較於鋼的優勢，中國汽車技術研究中心預期，塑料取代鋼作為汽車車身零件材料的趨勢將日益增長，其為塑料汽車車身零件的迅速發展提供了強勁的實際及潛在需求。

行業概覽

售後保養服務及出口市場的強大發展潛力

由於塑料汽車車身零件較不耐用，預期塑料汽車車身零件的售後服務市場的需求將繼續持續及快速地增長。憑藉中國在低勞工成本方面的競爭優勢，汽車車身零件已成為中國出口的主要汽車產品，而中國已成為發達國家的主要汽車車身零件採購中心。這為中國的汽車車身零件出口市場提供了可觀的前景。

基於上述基準，中國汽車技術研究中心認為，中國塑料汽車車身零件市場預期將大幅增長。根據中國汽車技術研究中心報告，中國汽車技術研究中心估計，中國塑料汽車車身零件市場的銷售收入總額(包括按OEM基準的塑料汽車車身零件的銷售、售後服務及出口)將由二零一零年約人民幣386億元增至二零一五年約人民幣744億元，複合年增長率約14.0%。

競爭局面

中國汽車車身零件市場主要包括由相對大型的各大海外汽車製造商投資的中外合資企業及相對小型的獨立於任何汽車製造商且並非中外合資企業的國內製造商。大多數中外合資企業汽車車身零件製造商主要向由其外國投資者在中國成立的相應汽車製造商供應產品，而國內製造商則主要為不同汽車製造商製造產品。我們相信，製造商在產品質量、定價、聲譽、產品設計及開發技能、製造技術、研發、產能、交貨及與客戶的關係等眾多方面展開競爭。董事相信，由於向汽車製造商提供汽車車身零件屬具有獨家性的業務，故行業新進者存在若干進入壁壘。製造商僅可於通過汽車製造商的資格測試並從而成為認可供應商後方能供應汽車車身零件。有關競爭環境的更詳細論述及分析，請參閱本文件「業務－競爭」一節。

自二零零二年起，本集團憑藉其卓越的LPIM技術，與大型製造商競爭。根據中國汽車工業協會汽車相關工業分會的獨立評估及行業見解，本集團為中國採用LPIM技術的領先汽車車身零件製造商之一。根據中國模具工業協會對相關文件、模具及產品進行的獨立評估及檢驗，我們開發的兩種模具，即環保高效針織面料模內包履高端轎車內飾件低壓注塑成型模具及長玻纖汽車前端框架(含中型金屬嵌件)注塑模具為節能及環保型模具。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

根據中國汽車技術研究中心報告，二零零九年，在中國的獨立國內汽車塑料汽車車身零件製造商當中，就收益而言，中國最大的國內製造商為江南模塑科技股份有限公司，銷售額約人民幣16.7億元。根據中國汽車技術研究中心的數據(有關資料由中國汽車技術研究中心按照其統計數字得出)，二零零九年，在中國的獨立國內汽車塑料汽車車身零件製造商當中，按收益劃分，我們以約人民幣826.2百萬元的收益成為第三大製造商。餘下國內領先獨立製造商各自於二零零九年的收益均不足人民幣600百萬元。下表載列二零零九年本集團及中國其他製造商(包括國內製造商及中外合資製造商)於中國汽車車身零件市場的市場份額數字：

二零零九年中國主要汽車車身零件製造商的市場份額

	市場份額 [^]
延鋒偉世通汽車飾件系統有限公司 ^(*)	13.14%
廣州櫻泰汽車飾件有限公司 ^(*)	7.29%
延鋒偉世通金橋汽車飾件系統有限公司 ^(*)	4.32%
江南模塑科技股份有限公司 ^(#)	4.05%
愛信(天津)車身零部件有限公司 ^(*)	3.83%
延鋒彼歐汽車外飾系統有限公司 ^(*)	2.85%
常熟市汽車飾件有限公司 ^(#)	2.39%
上海博澤汽車部件有限公司 ^(*)	2.32%
天津華豐汽車裝飾有限公司 ^(*)	2.2%
瀋陽金杯江森自控汽車內飾件有限公司 ^(*)	1.93%
本集團 ^(#)	1.90%
吉林新立德部件有限公司 ^(#)	1.67%
揚州神舟汽車內飾件有限公司 ^(#)	1.39%
廣州廣愛興汽車零部件有限公司 ^(*)	1.31%
江陰協統汽車附件有限公司 ^(#)	1.20%
上海干巷汽車鏡(集團)有限公司 ^(#)	1.20%

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

	市場份額 [^]
浙江遠翹控股集團有限公司 ^(#)	1.19%
山東旭日汽車飾件集團 ^(#)	1.09%
成都航天模塑股份有限公司 ^(#)	1.06%
上海岱美汽車內飾件股份有限公司 ^(#)	1.04%
山東只楚民營科技園股份有限公司 ^(#)	0.84%
長春派格汽車塑料技術有限公司 ^(*)	0.82%
延鋒偉世通(北京)汽車飾件系統有限公司 ^(*)	0.81%

[^] 各主要汽車車身零件製造商的市場份額是根據彼等各自於二零零九年的總收益(惟本集團總收益則不包括我們非汽車產品銷售應佔收益)除以二零零九年中國所有汽車車身零件製造商的合共收益而計算得出。

* 中外合資企業製造商

國內製造商

資料來源：中國汽車技術研究中心報告

中國汽車技術研究中心的委託報告

我們委託獨立第三方中國汽車技術研究中心對中國的汽車及汽車車身零件行業進行詳盡分析。中國汽車技術研究中心為汽車行業的技術管理機構及政府機構的技術支援組織，其於一九八五年獲得中國國家科學技術委員會批准而成立，隸屬於國務院國有資產監督管理委員會。根據中國汽車技術研究中心的資料，其協助政府制定汽車標準及技術法規、產品認證測試、質量體系認證、行業規劃及政策研究、信息服務及共同技術研究。

中國汽車技術研究中心報告載有有關以下各項的資料(i)全球及中國汽車行業概覽；(ii)中國汽車業發展分析；(iii)汽車車身零件業目前及未來發展的分析；及(iv)本集團競爭優勢的分析。在編撰中國汽車技術研究中心報告時，中國汽車技術研究中心以訪談及對年鑒、報章、雜誌、政府網站、行業研討會、貿易展、供應商的新產品發佈會及內部數據庫等進行數據分析的形式進行研究。受訪人士包括一批業內專家及行業領先參與者的市場推廣及技術人員。就中國汽車技術研究中心報告中所載對汽車行業的預測及預計而言，同時採用了多元線性回歸法及德爾菲法。中國汽車技術研究中心報告內的預測及預計乃假設中國經濟在整個預測期內仍將保持穩定增長(二零一一年至二零一五年期間每年增長約8%及二零一五年至二零二零年期間每年增長約6%)作出。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

我們已自中國汽車技術研究中心報告摘錄若干資料，以便為我們的有意投資者提供我們運營所在行業更加全面的介紹。我們就中國汽車技術研究中心報告向中國汽車技術研究中心支付人民幣200,000元的費用。除中國汽車技術研究中心報告外，我們並無就本文件委託任何其他定製的研究報告。鑑於中國汽車技術研究中心的背景及在汽車行業內的豐富經驗，我們認為中國汽車技術研究中心報告屬可靠。