

## 行業概覽

本節所載若干資料摘錄自政府官方刊物及行業資料來源以及本集團委任獨立第三方Frost & Sullivan編製的報告。本集團認為資料來源為有關資料的適當來源，且本集團合理審慎摘錄及轉載相關資料。本集團並無理由懷疑相關資料虛假或誤導，或遺漏任何事實導致相關資料虛假或誤導。雖然本集團合理審慎地編製及轉載來自政府官方刊物的資料，但本集團、本集團任何聯繫人或顧問、獨家保薦人、包銷商或彼等任何聯繫人或顧問或參與全球發售的任何其他人士均無獨立核實有關資料。來自政府官方刊物的資料未必與來自中國境內外其他來源的資料相符。本集團、本集團聯繫人或顧問、包銷商或彼等的聯繫人或顧問或參與全球發售的任何其他人士並無就來自政府官方刊物的有關資料的準確性、完整性或公平性發表任何聲明，因此閣下不應過分依賴來自政府官方刊物的有關資料。

摘錄自Frost & Sullivan報告的資料反映根據抽樣估計的市場狀況，主要作為市場調查工具而編製。凡提及Frost & Sullivan的名稱不應視為Frost & Sullivan就任何證券價值或投資本集團是否可取而發表的意見。董事認為自Frost & Sullivan報告摘錄資料來源屬適當，且於摘錄及轉載有關資料時已作出合理審慎的處理。本集團確信有關資料準確無誤，亦無遺漏任何重大事實而導致資料失實或誤導。本集團、獨家保薦人、包銷商或參與全球發售的任何其他人士並無獨立核實摘錄自Frost & Sullivan的資料，亦無就有關資料的準確性發表任何聲明。

### 概覽

外接信號線組件、內接信號線組件、電源線組件、信號傳輸線纜及連接器(統稱「線纜組件及連接器相關產品」)通常用於傳輸信號、數據或電力，並用於多種行業，包括但不限於(i)電視、個人電腦及手提電腦、手機及數碼相機等消費電子品；(ii)冰箱、空調及洗衣機等家用電器；(iii)交換機、路由器及接入設備等通訊設備；(iv)電力傳輸等能源領域及；(v)汽車製造。

目前，本集團產品主要用於高端消費電子行業，但根據擴大業務範圍的策略，本集團亦計劃集中為太陽能與汽車領域等行業開發有關信號傳輸的新產品。

過往，台灣製造商主導消費電子行業的線纜組件及連接器相關產品市場。近年來，根據Frost & Sullivan的資料，憑藉具競爭力的成本架構、不斷改良產品質素及售後服務，中國製造商開始於該市場佔據市場份額。

### 委任FROST & SULLIVAN編製的報告

本公司委任獨立市場研究及顧問公司Frost & Sullivan對二零零七年至二零一三年線纜組件及連接器(通常用於電視、個人電腦及手提電腦、手機、數碼相機及其他產品等消費電子產品的信號、數據或電力傳輸)進行分析並作出報告。Frost & Sullivan編撰本報告時並無受本集團影響。本集團按市價向Frost & Sullivan支付費用人民幣650,000元。Frost & Sullivan於一九六一年創立，全球設有35個辦事處，聘用1,800多名行業顧問、市場研究分析員、技術分析員及經濟師，服務範圍包括技術研究、市場研究、經濟研究、就企業最佳常規提供意見、培訓、客戶研究、競爭情報及企業策略。Frost & Sullivan總部位於美國，但自二十世紀九十年代於中國設立辦事處以來逐漸佔據中國市場。

本集團委任Frost & Sullivan編撰的報告載有關於線纜組件及連接器相關產品及其他經濟及行業數據的資料，而本售股章程亦有引述該等資料。Frost & Sullivan的獨立研究採用一手及二手研究方法從中國多個來源獲取資料。一手研究包括訪問信號線組件、電源線組件、線纜、連接器市場的行業領先參與者以及相關行業專家。二手研究包括審閱公司報告、獨立研究報告及Frost & Sullivan本身研究資料庫的數據。中國的推算總市場規模資料基於過往數據分析、宏觀經濟數據、持續上升的可支配收入、新興應用涌現、產品種類不斷增加及高端產品市場潛力等特定相關行業增長動力，以及訪問行業專家及參與者後獲悉的預計增長動力計算。

本集團知悉Frost & Sullivan的預測方法綜合多種預測方法與市場工程測量系統。預測方法為下文所示七步，可最大化預測的可信度及準確性。

1. *完成市場工程研究程序*

市場工程研究過程提供當前市場狀況及趨勢的指導測量，該步驟為預測基準。

2. *持續分析測量及質疑*

持續分析測量及質疑以提供對市場規模及發展潛在影響的更多見解。

3. *識別市場推動力及限制*

分析師按收益詳述推動市場發展的因素，並確定阻礙發展的因素。

### 4. 專家意見與分析師團隊整合

訪談對象包括多個行業專家、競爭者及主要客戶。將該等專家有關市場趨勢的意見與已有數據及分析整合。

### 5. 計算預測

分析師收集制訂初始預測方案所需市場數據，並評估各方案以釐定市場規模的最有可能結果。例如，有關預測與主要經濟指標及各特定行業推動力一致。

### 6. 如有需要，結合德爾菲技術

倘所收集的數據資料與預測方案矛盾，則須與已於研究過程中接受訪問的行業專家再次討論有關市場預測。

### 7. 研究內部的質量控制

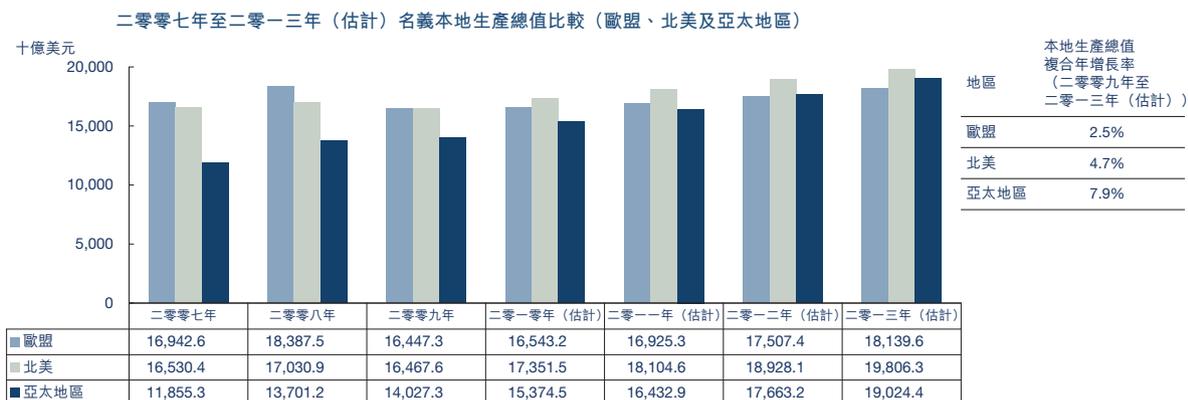
有關預測一經納入市場分部，即由行業研究團隊其他成員及研究主任核實，並由最終審查籌備部及編輯部確保有關預測的精確度及內部一致性。

Frost & Sullivan報告摘錄來自國際貨幣基金組織(「國際貨幣基金組織」)及Wind Info的原始資料。國際貨幣基金組織由187個成員國組成，監督全球經濟及金融發展，發佈有關國際貨幣基金組織的貸款、匯兌利率與其他經濟及金融指標的一系列時間序列資料。Wind Info是中國領先的財務數據及金融軟件供應商，服務超過1,500間財務公司，包括證券公司、基金管理公司、保險公司、銀行及投資公司。國際貨幣基金組織及Wind Info均無獲本公司或保薦人委任。並無向國際貨幣基金組織或Wind Info就於本售股章程使用彼等的研究及數據支付相關費用。

## 全球及中國經濟

### 全球經濟 — 歐盟、北美及亞太地區的名義本地生產總值

從全球範圍來看，按名義本地生產總值計算，歐盟（「歐盟」）、北美及亞太地區是位居首位的區域經濟。下圖顯示歐盟、北美及亞太地區於二零零七年至二零一三年的實際及預期名義本地生產總值。



附註：

- (1) 歐盟包括27個國家：奧地利、比利時、保加利亞、塞普勒斯、捷克共和國、丹麥、愛沙尼亞、芬蘭、法國、德國、希臘、匈牙利、愛爾蘭、意大利、拉脫維亞、立陶宛、盧森堡、馬爾他、荷蘭、波蘭、葡萄牙、斯洛伐克共和國、斯洛文尼亞、西班牙、瑞典、羅馬尼亞及英國。
- (2) 北美包括3個國家：美國、加拿大及墨西哥。
- (3) 亞太地區包括15個國家：澳洲、汶萊、智利、中國、香港、印尼、日本、韓國、馬來西亞、新西蘭、巴布亞新幾內亞、菲律賓、新加坡、台灣及泰國。
- (4) 所有數據為約數。

資料來源：國際貨幣基金會，二零一零年四月

由於全球金融危機的影響，二零零九年歐盟本地生產總值大幅下降，北美本地生產總值亦停滯不前。相比之下，全球金融危機對亞太地區本地生產總值的影響相對輕微。二零零九年，歐盟及北美的名義本地生產總值分別為164,473億美元及164,676億美元，而亞太地區的名義本地生產總值為140,273億美元。然而，亞太地區本地生產總值的增長率卻遠高於北美及歐盟。根據國際貨幣基金會的數據，自二零零九年至二零一三年，亞太地區的名義本地生產總值的複合年增長率預計為7.9%，而歐盟及北美的則分別預計僅為2.5%及4.7%。

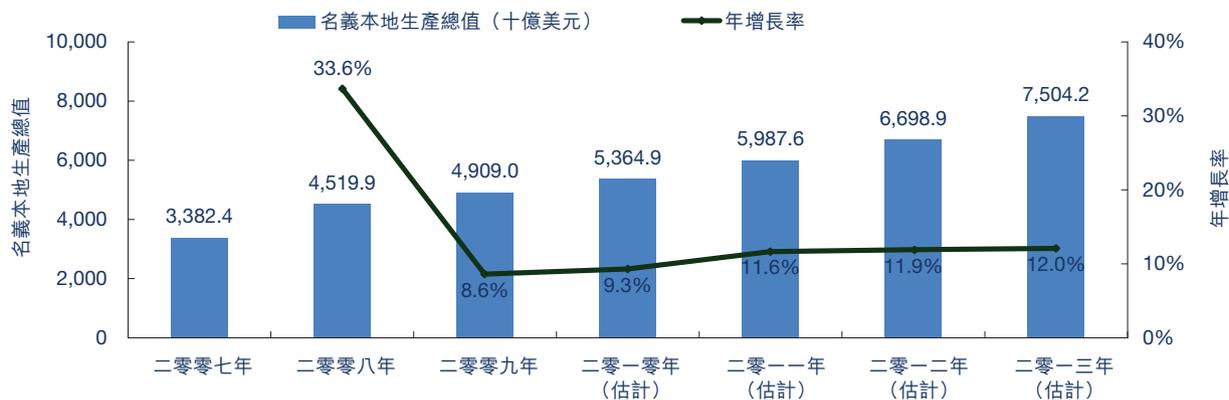
### 中國經濟增長

自中國政府於二十世紀七十年代實行改革開放政策以來，中國經濟突飛猛進。根據國際貨幣基金會資料，自二零零七年至二零零九年，中國經濟快速發展，本地生產總值自二零零七年的33,824億美元上升至二零零九年的49,090億美元，複合年增長率為20.5%。二零零九年，由於全球金融危機，中國經濟受到輕微打擊，但名義本地生產總值仍按年度增長率8.6%上升至49,090億美元。國際貨幣基金會進一步預測，由於中國政府的經濟刺激政策及全球經濟的逐漸恢復，中國經濟可能回暖，且自二零零九年至二零一三年，預期中國本地生產總值的複合年增長率為11.2%。

## 行業概覽

下圖載列中國於二零零七年至二零一三年的過往及預期本地生產總值增長率。

二零零七年至二零一三年（估計）名義本地生產總值（中國）



附註：所有數據為約數；基準年為二零零九年。  
資料來源：國際貨幣基金會，二零一零年四月

## 全球及中國消費電子市場

### 緒言

消費電子指日常所用電子產品或設備，通常用於娛樂、通訊及業務用途。主要消費電子品包括個人電腦及手提電腦、電視、手機及數碼相機。其他產品包括MP3播放器、音頻設備、計算器、GPRS 汽車導航系統、錄播視頻媒體（例如DVD、VHS及攝像機）等。目前，全球消費電子行業主要由日本、南韓及美國製造商主導。

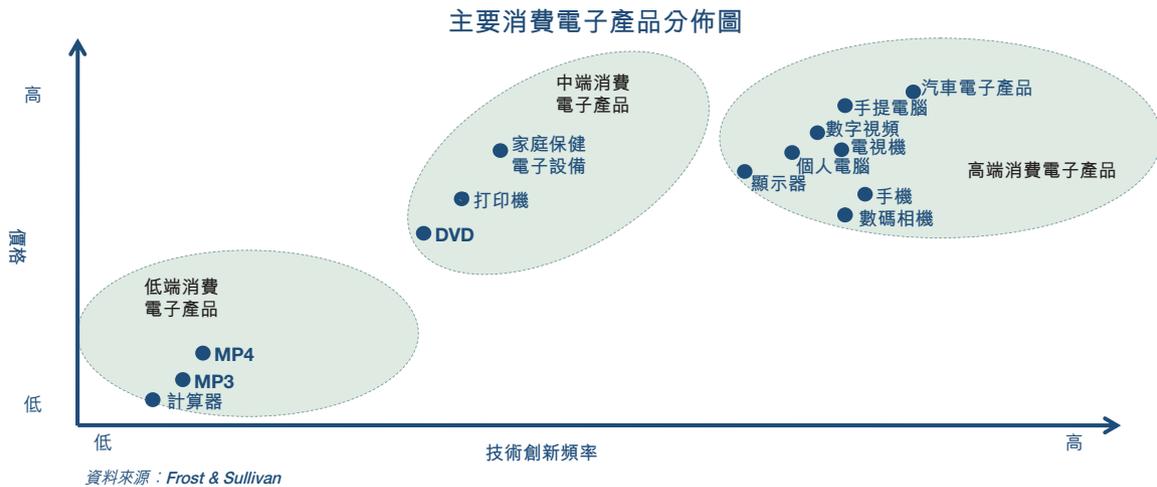
根據Frost & Sullivan的資料，全球消費電子行業的主要趨勢包括：

- **產品不斷推陳出新：**所有消費電子產品的重要特徵是新版本不斷推出及舊版本價格不斷下跌。根據Frost & Sullivan的資料，該趨勢主要是由於產品創新與生產效率及自動化水平提高及製造業移至較低工資水平國家導致勞動力成本降低所致。
- **產品集中：**由於同一產品結合多個消費電子項目元素，故消費電子行業繼續呈現產品集中趨勢。因此，消費者在購買任一特定產品時所面臨的不同選擇數目日益增多。
- **連接性：**多種消費電子的最新趨勢是連接性。多數產品利用Wi-Fi、藍牙或以太網絡等技術可輕易連接互聯網。目前，眾多並非傳統電腦相關產品（例如電視或高清設備）提供選擇，可連接互聯網或使用家用網絡的電腦以獲得數碼內容。

## 行業概覽

消費電子市場可分為三個部分：高端、中端及低端產品，各部分的特徵如下：

- **高端消費電子**：高端消費電子產品平均價格一般較高，功能較多且技術更新迅速。
- **中端消費電子**：中端消費電子產品平均價格一般較適中，功能較普及且標準技術更新。
- **低端消費電子**：低端消費電子產品平均價格一般較低，功能有限且技術更新較慢。



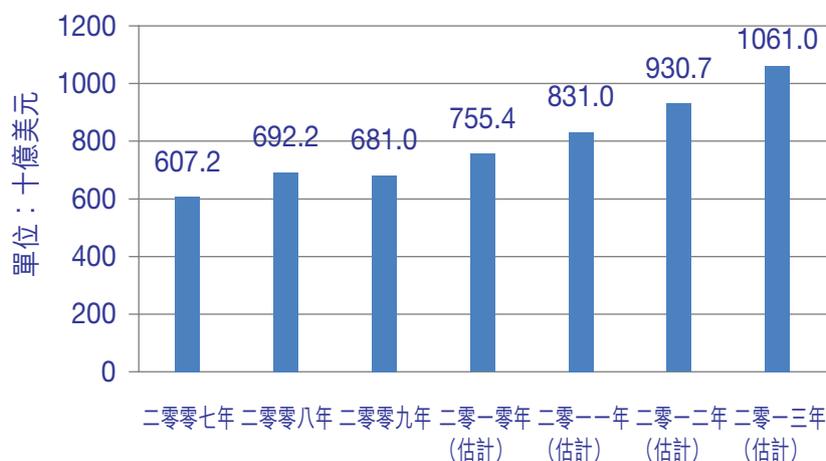
二零零九年，全球消費電子市場銷售額達6,810億美元。具體而言，高端消費電子市場銷售額約為5,605億美元，佔全球消費電子市場總銷售額的82.3%；中端消費電子市場銷售額佔全球消費電子市場總銷售額的10.6%；而低端消費電子銷售額佔全球消費電子市場總銷售額的7.1%。

本公司大部分產品主要針對高端消費電子市場。

## 全球消費電子市場

近年來，全球消費電子市場維持快速增長。儘管二零零八年下半年爆發全球金融危機導致二零零九年的全球消費電子市場衰退，但Frost & Sullivan預測，全球消費電子市場會回復增長，自二零零九年至二零一三年的複合年增長率為11.7%。下圖載列全球消費電子市場於二零零七年至二零一三年的過往及預期增長。

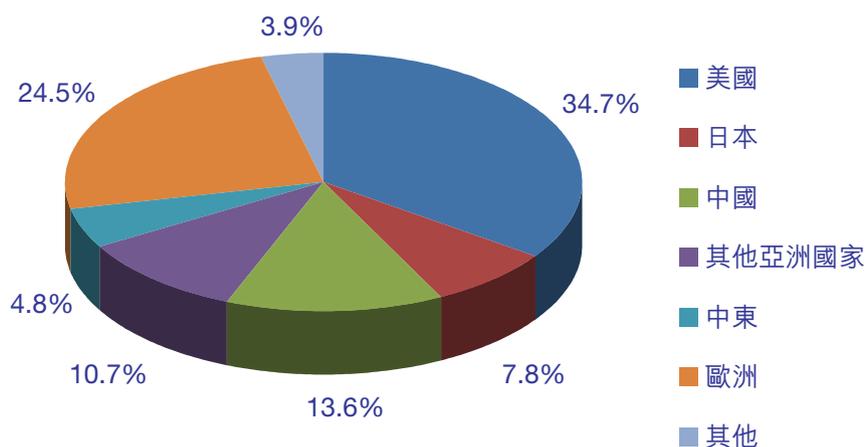
二零零七年至二零一三年全球消費電子市場



附註：所有數據為約數  
資料來源：Frost & Sullivan

此外，歐美的消費電子產品銷售所佔市場份額於過往數年不斷減少。根據Frost & Sullivan的資料，按消費電子產品銷售額計算，美洲於全球消費電子市場所佔份額自二零零八年約35.0%減少至二零零九年約34.7%。同時，歐洲佔全球消費電子銷售額的市場份額亦自二零零八年的27.3%減少至二零零九年的24.5%。下圖載列二零零九年按區域劃分的全球消費電子市場份額。

二零零九年按區域劃分的全球消費電子產品市場份額



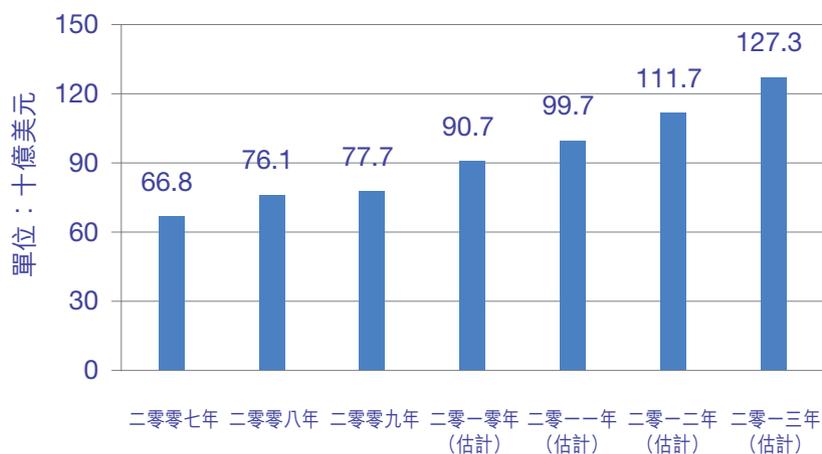
資料來源：Frost & Sullivan

## 行業概覽

### 中國消費電子市場

根據Frost & Sullivan的資料，儘管爆發全球金融危機，但由於強大的國內需求加上中國政府增加投資以推動國內經濟發展，因此中國消費電子市場於二零零九年仍繼續按2.0%的增長率(儘管較往年有所降低)增長，而於二零零九年，中國的該增長率仍是全球最快。Frost & Sullivan預測，日後，中國消費電子市場自二零零九年至二零一三年的複合年增長率為13.2%，增幅將會提高。下圖載列中國於二零零七年至二零一三年的過往及預期電子產品市場價值。

二零零七年至二零一三年中國電子市場

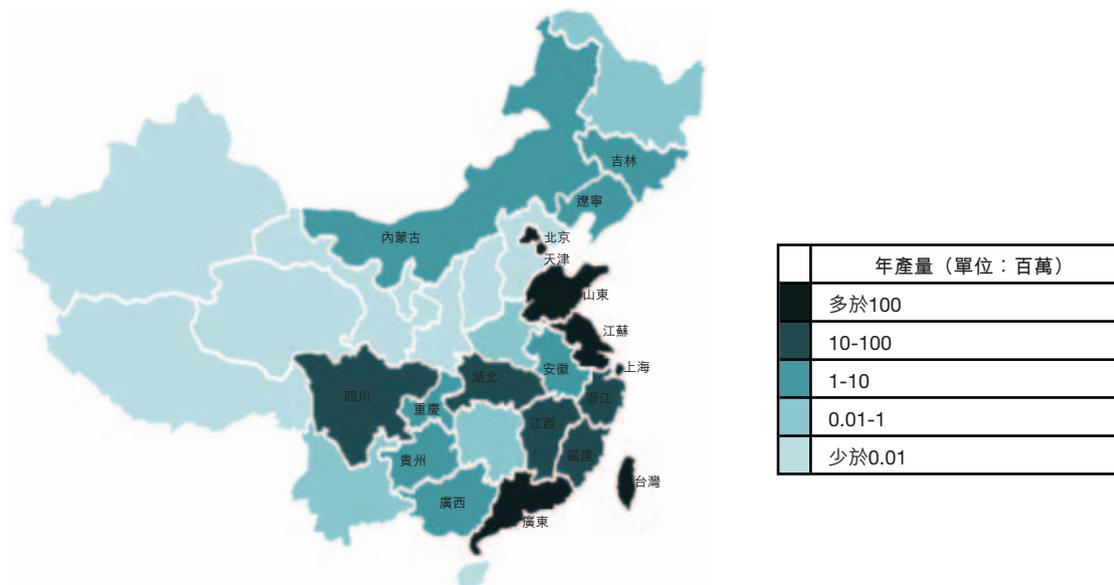


附註：所有數據為約數。  
資料來源：Frost & Sullivan

## 行業概覽

中國消費電子市場日益成為全球最重要的區域市場之一。隨著數碼電視、移動通訊網絡及互聯網的快速發展，加上日常生活中所用的數碼產品增多，相信中國消費電子市場有潛力在日後大幅增長。此外，根據Frost & Sullivan的資料，中國消費電子行業日益注重節能、環保及健康安全，因而帶來新的市場商機。

中國消費電子產品分佈圖



附註：產量來自二零零九年各省的數據  
資料來源：Frost & Sullivan

根據Frost & Sullivan的資料，廣東、北京、江蘇、上海、天津及山東是中國消費電子產品的主要產地，年產量逾100百萬件。此外，浙江省近年已建立相對強大的電子工業基礎，其電子行業發展強勁。重慶的製造中心地位日益重要，亦是中國西部最大的IT產品製造基地，也是中國五大交通樞紐之一。

### 全球外接信號線組件市場

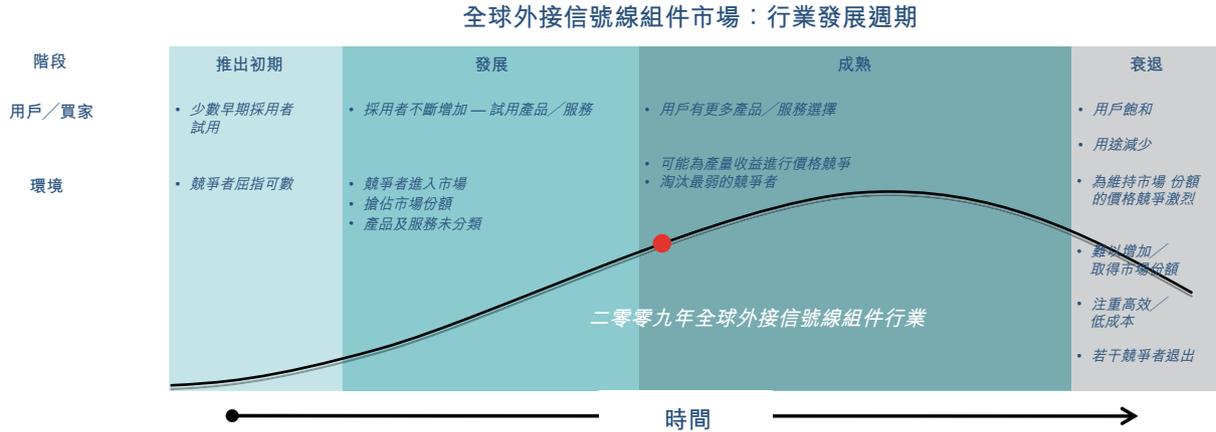
#### 緒言

消費電子市場的外接信號線組件用於將信號傳送至顯示器，廣泛用於手機、數碼相機、DVD播放器、個人電腦及手提電腦、視頻遊戲操作臺、集成放大器、數字音頻及電視。外接信號線組件的主要產品類型包括RGB組件、DVI組件、HDMI組件、USB組件及DC組件。

# 行業概覽

## 行業發展週期

預計目前全球外接信號線組件市場最少於未來數年會一直處於早期成熟階段，其發展週期可透過持續技術進步及因HDMI及USB線組件等新型外接信號線組件出現令新興市場需求增加而延長。下圖載列消費電子市場的外接信號線組件行業的發展週期：



資料來源：Frost & Sullivan

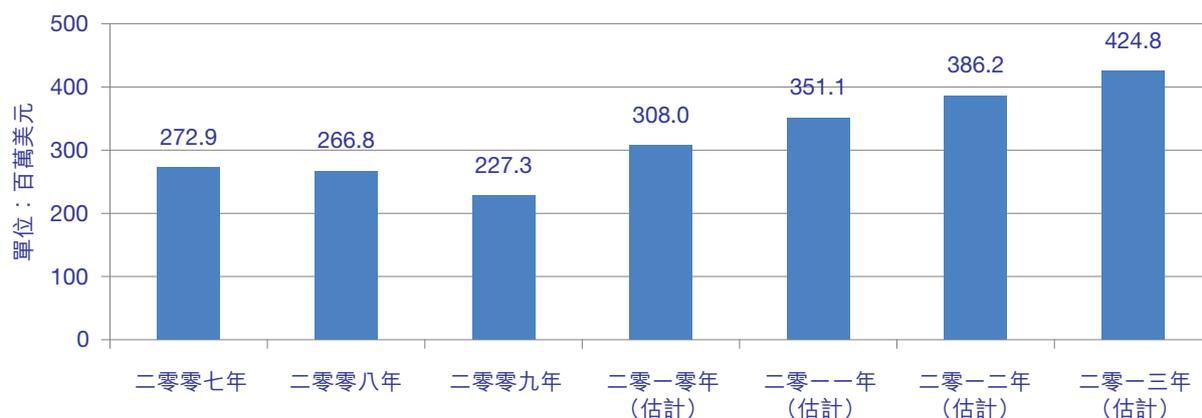
根據Frost & Sullivan的資料，全球外接信號線組件行業起源於二十世紀七十年代，隨著RGB及DVI組件的發展，現已步入早期成熟階段。多年來，由於全球經濟的增長及人均消費水平的提高推動電視及其他消費電子增長，因而促進全球外接信號線行業不斷發展。

近年來，外接信號線組件製造商日益注重技術的不斷革新。自二零零七年起，生產流程的技術創新已帶動全球外接信號線市場的發展。由於外接信號線製造商致力於技術創新，因此各種外接信號線組件產品已經並將持續向更高標準升級。例如，USB組件產品已由最初的USB1.0發展成為更高級的USB2.0，最近已出現USB3.0產品。該等新標準對數據傳輸提出更高要求。

## 市場規模

下圖載列全球消費電子市場二零零七年至二零一三年按收益劃分的過往及預期外接信號線組件市場規模：

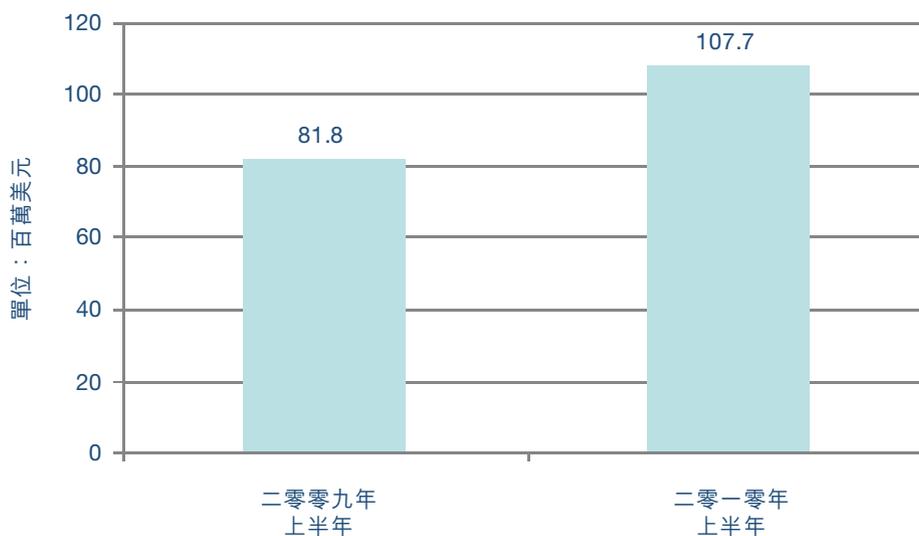
二零零七年至二零一三年按收益劃分的全球外接信號線組件市場規模



附註：所有數據為約數  
資料來源：Frost & Sullivan

下圖載列消費電子市場二零零九年及二零一零年上半年按收益劃分的全球外接信號線組件市場規模。二零一零年上半年，全球外接信號線組件市場的銷售額達107.7百萬美元，較二零零九年同期增加31.6%。

二零零九年上半年至二零一零年上半年按收益劃分的全球外接信號線組件市場規模



附註：所有數據為約數。  
資料來源：Frost & Sullivan

目前，外接信號線市場的主要產品包括RGB組件及DVI組件。USB組件、HDMI組件及DC組件為近期開發的產品，由製造商於上兩年批量生產。預期隨著全球經濟復甦，消費電

---

## 行業概覽

---

子行業亦將恢復。預期市場將增長，且在可見未來，外接信號線組件的需求將會旺盛。Frost & Sullivan預測，二零零九年至二零一三年全球消費電子市場的外接信號線組件市場的總銷售額將按複合年增長率16.9%增加。

### 行業發展的主要動力

促進全球外接信號線組件市場發展的主要因素包括：

- **電視及其他消費電子行業發展：**隨著全球經濟復甦，電視及其他電子行業亦可能恢復並快速發展。在若干發達或發展中國家(例如中國)，經濟復甦較預期更理想。
- **需求增加：**電視、個人電腦及手提電腦與手機等消費電子產品的需求將增加，尤其是在中國，政府已採取一系列刺激消費措施。預期電視及其他電子設備(例如HDMI電視及新版本手提電腦)的不斷創新將進一步增加信號線組件市場需求。
- **應用程序日趨豐富：**除現有應用程序外，由於高科技的發展，新型應用程序將湧現。尤其是互聯網應用方面，會推出眾多新型產品。

### 未來展望

根據Frost & Sullivan的資料，全球消費電子市場外接信號線組件的主要趨勢包括：

- **增長潛力巨大：**由於手機、數碼相機、電視及電腦的全球需求預計會增加，因此全球外接信號線組件市場的增長潛力可能強勁。
- **中國有望成為主要市場：**中國的手機、數碼相機、電視及電腦市場增長率高於其他市場，預期中國將成為外接信號線組件產品的主要市場。
- **USB組件、HDMI組件及DC組件成為主要產品類型：**預期USB組件、HDMI組件及DC組件將成為外接信號線組件市場的主要產品類型。目前，RGB組件及DVI組件市場已相對成熟，預期將保持穩定發展，但USB組件、HDMI組件及DC組件為較新產品，預計將更廣泛應用。

### 競爭格局

根據Frost & Sullivan的資料，全球外接信號線組件市場的競爭主要基於定價、技術水平、產品範圍及產品質素。

---

## 行業概覽

---

以下為二零零九年全球外接信號線組件市場競爭格局的主要特徵概要：

競爭者級別

- 大型製造商於產品質素優良且利潤可觀的中高端市場隨處可見。部分大型製造商僅於訂單量達到一定水平時方會提供低端產品。
- 大型製造商供應多種外接信號線組件，主要專注於生產通常需較高技術要求的最新產品型號。
- 大型製造商主要向全球領先品牌及非品牌消費電子製造商供應產品，例如Sony集團、三星電子、LG電子、廣達電腦股份有限公司及仁寶電腦。該等消費電子製造商通常與其供應商保持密切關係。
- 中型製造商立足於中端市場，並嘗試進軍高端市場。然而，生產高端產品需要先進技術及大量的設備投資，成為中型製造商進入高端市場的重大障礙。
- 小型製造商提供附加值較低的低端產品。多數該等製造商的業務集中於單一產品。

競爭程度：

高

主要應用

- 顯示器
- LCD及LED電視
- 手提電腦
- 數碼相機
- 手機
- 打印機

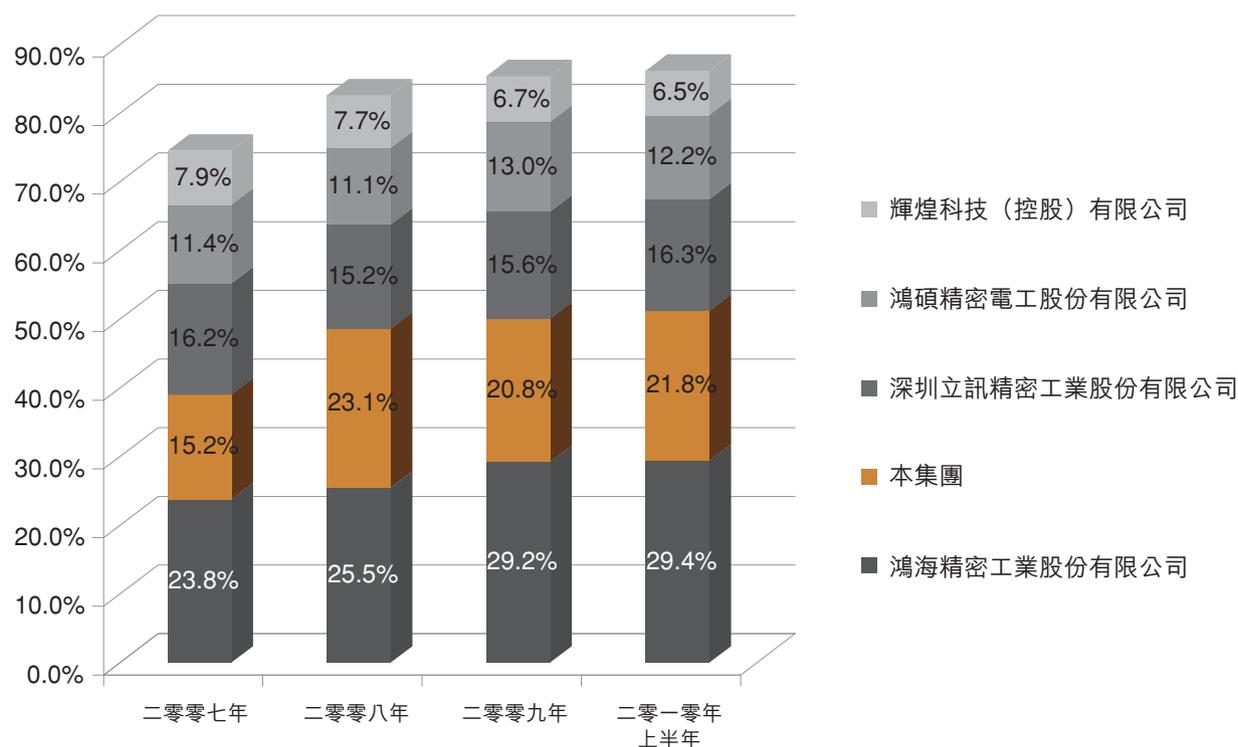
根據Frost & Sullivan的資料，全球外接信號線組件市場高度集中，二零零九年及二零一零年上半年，五大製造商的收益分別佔市場總收益的85.3%及86.2%。根據Frost & Sullivan的資料，按二零零九年及二零一零年上半年收益計算，本公司所佔市場份額分別為20.8%及21.8%，位居第二，二零零七年至二零零九年的複合年增長率為6.8%，為五大製造商中最

## 行業概覽

高。除本公司以外，二零零九年全球外接信號線組件市場其他五大製造商包括(i)鴻海精密工業股份有限公司，主要從事製造、研發及分銷電腦、通訊及電子產品的台灣大型原始設計製造商(ODM)；(ii)深圳立訊精密工業股份有限公司，主要從事製造電子連接器及線纜組件解決方案的中國深圳公司；(iii)鴻碩精密電工股份有限公司，主要業務為銅產品、線纜、工具及模具、複合聚脂鋁箔製造、精密金屬沖壓、注塑、塑膠材料、連接器及線纜元件的台灣公司；及(iv)輝煌科技(控股)有限公司，主要從事製造電子產品及線纜組件的台灣公司。

下圖載列二零零七年、二零零八年、二零零九年及二零一零年上半年全球外接信號線組件市場五大製造商的市場份額資料。

全球外接信號線組件市場：二零零七年至二零一零年上半年按收益劃分的市場份額



附註：所有數據為約數

資料來源：Frost & Sullivan

### 全球手提電腦內接信號線組件市場

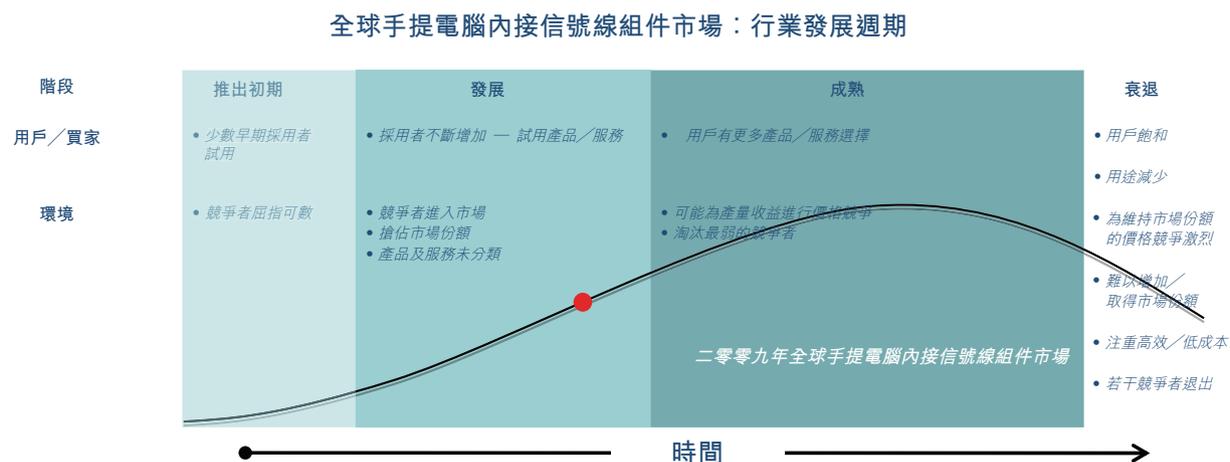
#### 緒言

手提電腦內接信號線組件用於連接手提電腦的主板與顯示器。手提電腦內接信號線組件的主要產品類型包括LVDS組件如極細同軸線與柔性扁平線。手提電腦內接信號線組件產品主要側重傳輸效率、屏蔽效果及抗搖擺能力。目前，極細同軸線與柔性扁平線產品在該等標準方面表現優秀。

# 行業概覽

## 行業發展週期

全球手提電腦內部信號線組件市場正處於發展階段，預計最少未來數年會保持現有發展週期。其發展週期將透過產品創新(例如傳輸效率更高、屏蔽效果及抗搖擺性能更佳的新型手提電腦內接信號線組件)及手提電腦市場需求的持續增長而延長。下圖載列手提電腦內接信號線組件行業的發展週期：



資料來源：Frost & Sullivan

首台手提電腦於一九七九年製造。之後，全球手提電腦行業的發展分三個階段，包括：第一階段(一九七九年至一九八九年)手提電腦概念形成；第二階段(一九九零年至二零零零年)手提電腦零售市場形成；及第三階段(二零零零年至二零零九年)手提電腦被越來越多的消費者接受。

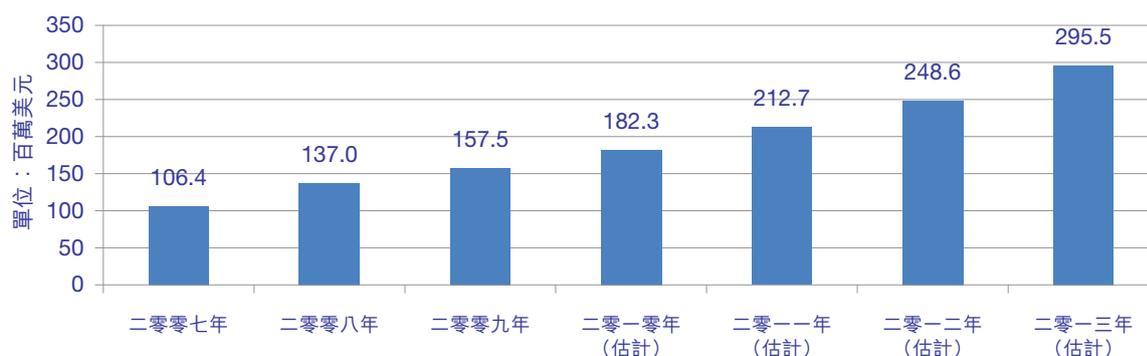
二零零九年，全球手提電腦市場的快速發展引致全球手提電腦內接信號線市場快速發展。二零零九年視為電腦市場的轉折點，手提電腦需求首次超過個人電腦。隨著手提電腦的發展，專業手提電腦內接信號線組件供應商亦處於大幅增長階段。不少台灣製造商率先觀察到潛在商機，開始在此領域開展業務，現佔據大部分市場份額。現在，越來越多的中國製造商開始意識到手提電腦內接信號線組件市場的發展潛力。為超越其他競爭對手，中國若干領先製造商加強於技術創新及成本控制領域的優勢。根據Frost & Sullivan的資料，預計手提電腦生產會日益趨向輕巧及高性能，使眾多內接信號線組件供應商面臨重大挑戰。相信只有該等走在技術創新及研發最前沿的供應商方會引領全球手提電腦內接信號線組件市場的發展。

## 行業概覽

### 市場規模

下圖載列二零零七年至二零一三年按收益分析的過往及預期全球手提電腦內接信號線組件市場規模：

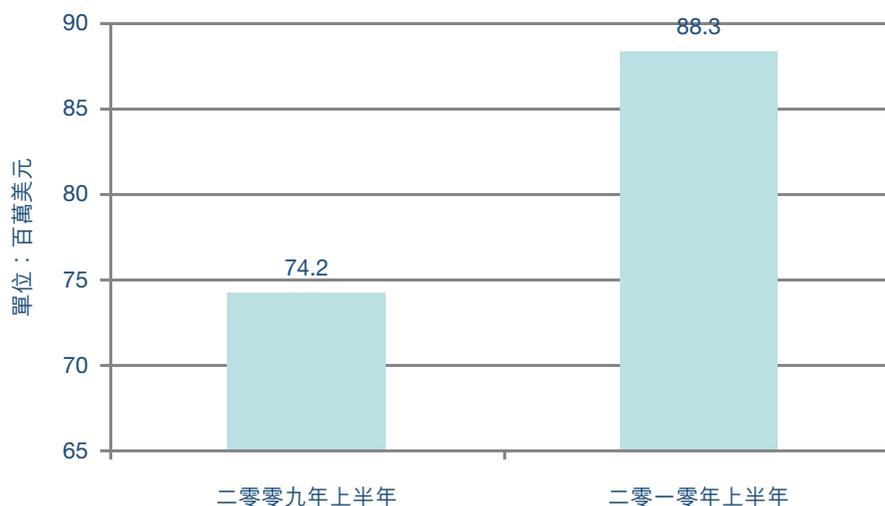
二零零七年至二零一三年按收益劃分全球手提電腦內接信號線組件市場規模



附註：所有數據為約數。  
資料來源：Frost & Sullivan

下圖載列二零零九年及二零一零年上半年按收益劃分的全球手提電腦內接信號線組件市場規模。二零一零年上半年，全球手提電腦內接信號線組件市場銷售額達88.3百萬美元，較二零零九年同期增加19.0%。

二零零九年上半年至二零一零年上半年按收益劃分的全球手提電腦內接信號線組件市場規模



附註：所有數據為約數。  
資料來源：Frost & Sullivan

近年來，全球手提電腦市場發展迅速，二零零八年至二零零九年的年增長率約達15.0%。二零零九年，單位售價下降是手提電腦需求大幅增加的主要因素之一，手提電腦於整個電腦市場所佔份額為60%。隨著手提電腦的發展，除時尚度及多功能外，便攜性亦成為

---

## 行業概覽

---

消費者考慮的重要及關鍵因素。根據Frost & Sullivan的資料，二零零九年至二零一三年，預計全球手提電腦內接信號線組件市場會按17.0%的複合年增長率保持強勁增長。

### 行業發展的主要動力

全球手提電腦內接信號線組件市場發展的主要因素包括：

- **個人手提電腦需求日益增加：**個人手提電腦需求日益增加可能擴大手提電腦內接信號線組件市場的需求。電腦是日常生活的必需品，其利用率保持快速增長。較個人電腦而言，手提電腦因外型時尚及輕巧便攜而日益受青睞。近年來，由於手提電腦價格整體呈下降趨勢，越來越多的個人消費者能夠買得起手提電腦。
- **企業對手提電腦的業務需求日益增加：**由於企業日漸認識到資訊科技投資的重要性，因此預計企業對手提電腦的業務需求會隨經濟發展而增加。隨著經濟全球化發展，手提電腦亦成為商人及企業僱員出差時的首選。

### 未來展望

根據Frost & Sullivan的資料，全球手提電腦內接信號線組件市場的主要趨勢包括：

- **增長潛力巨大：**相信全球手提電腦內接信號線組件市場有龐大潛力。全球手提電腦行業處於發展階段，手提電腦的發展將為全球手提電腦內接信號線組件市場創造大量商機。
- **中國有望成為主要市場：**二零零九年，中國手提電腦市場的增長率為19%，較全球市場略高。鑒於手提電腦市場的預計增長，中國將為全球手提電腦內接信號線組件產品的主要市場。
- **技術創新促進手提電腦發展：**高技術要求較高的新型極細同軸線及柔性扁平線將有利於新版手提電腦在產品設計及重量等方面的改進。因此，手提電腦製造商應會繼續使用新型極細同軸線及柔性扁平線。

### 競爭格局

根據Frost & Sullivan的資料，全球手提電腦內接信號線組件市場的競爭主要基於技術水平、客戶服務及產品組合範圍及廣度。

---

## 行業概覽

---

以下為二零零九年全球手提電腦內接信號線組件市場競爭格局的主要特徵概要：

競爭者級別

- 大型製造商大多集中於產品質素優良且利潤可觀的中高端市場。部分大型製造商僅於訂單量達致一定水平時方會提供低端產品。大型製造商與中國內地及台灣原始設備製造商(OEM)及原始設計製造商(ODM)以及國際品牌手提電腦製造商均保持良好合作關係。
- 中型製造商參與中端市場，同時嘗試進軍高端市場。然而，高端產品需要先進技術及大量的設備投資，是該等中型製造商進入高端市場的重大障礙。中型製造商通常擁有普通的研發能力。
- 小型製造商提供較低增值服務的低端產品。多數小型製造商一般專注於傳統產品，一般研發能力弱。

競爭程度：

高

主要應用

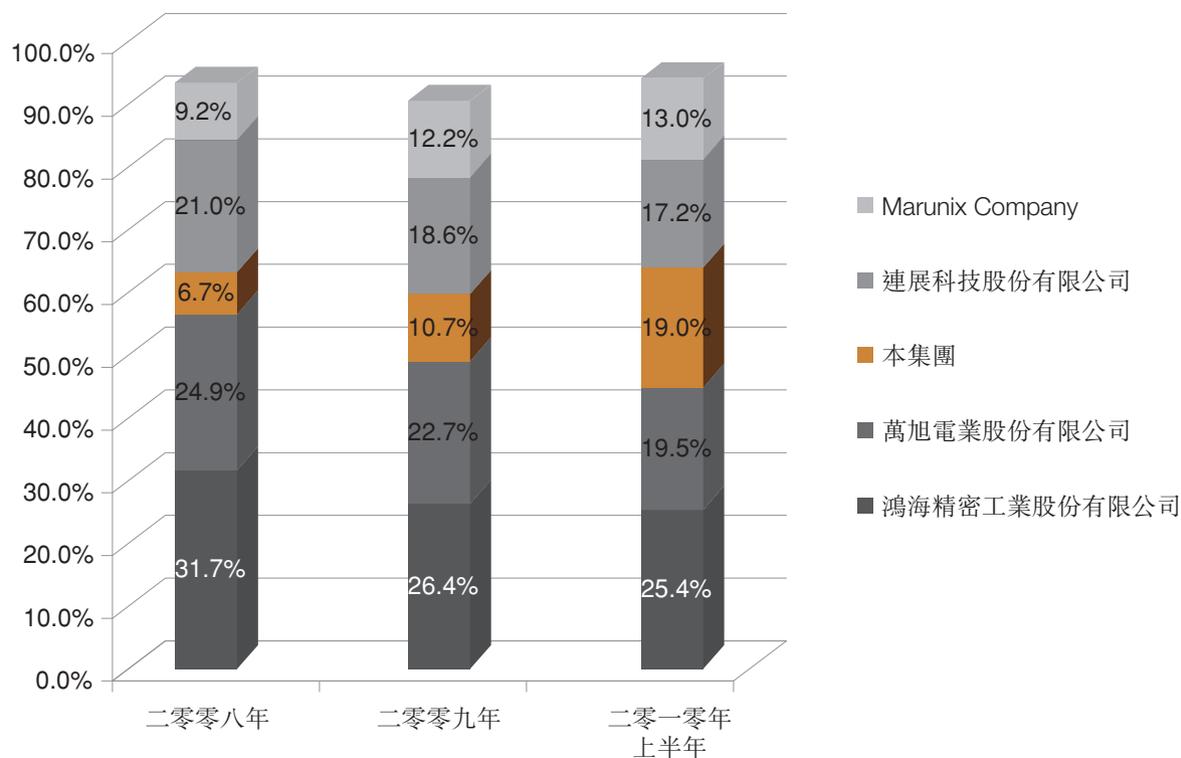
- 手提電腦

根據Frost & Sullivan的資料，全球手提電腦內接信號線市場高度集中，二零零九年及二零一零年上半年，五大製造商的收益分別佔市場總收益的90.6%及94.1%。儘管本集團於二零零八年才開始生產手提電腦內部信號線組件，但根據Frost & Sullivan的資料，按二零零九年收益計算，本集團所佔市場份額為10.7%，位居第五；按二零一零年上半年收益計算，本集團所佔市場份額為19.0%，位居第三。除本公司以外，二零零九年全球手提電腦內接信號線組件市場其他五大製造商包括(i)鴻海精密工業股份有限公司，主要從事製造、研發及分銷電腦、通訊及電子產品的台灣大型原始設計製造商(ODM)；(ii)萬旭電業股份有限公司，主要從事製造電源線組件、扁平線及線纜組件產品的台灣公司；(iii)連展科技股份有限公司，從事製造HDMI整體解決方案、連接器、線纜組件、無線天線、光纖組件及LED照明解決方案的台灣公司；及(iv)Marunix Company，專門製造手提電腦內部線纜產品的日本公司。

## 行業概覽

下圖載列二零零八年、二零零九年及二零一零年上半年全球手提電腦內接信號線組件市場五大製造商的市場份額資料。

全球手提電腦內接信號線組件市場：  
二零零八年至二零一零年上半年按收益劃分的市場份額



附註：所有數據為約數

資料來源：Frost & Sullivan

## 全球電源線組件市場

### 緒言

電源線組件是通過插座或延長線臨時連接電器與電源配電線路的電線或線纜。電源線組件的主要產品類型包括交流電源線組件及直流電源線組件。電源線組件用途廣泛，但不易攜帶。同時，電源線組件亦須按不同協定規則採用。目前，所生產的若干電子產品USB線具有充電特性，越來越受消費者歡迎，可能影響電源線組件的長期發展。

## 行業概覽

下表載列各國的技術標準證書。

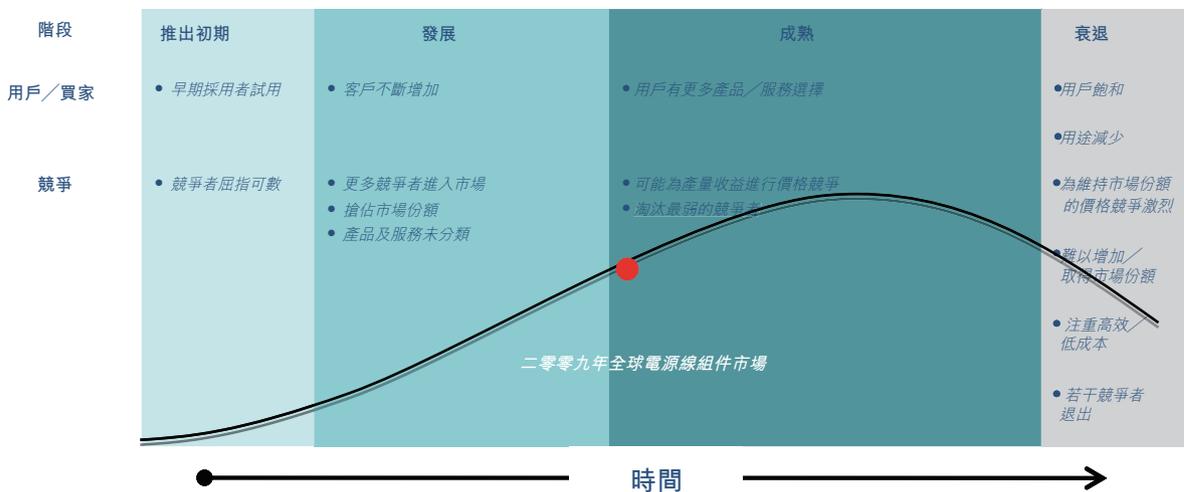
	國家	縮寫	認證標誌		國家	縮寫	認證標誌
電源線	美國	UL		電源線	中國	CCEE	
	加拿大	CSA			歐盟	CENELEC CEE	
	日本	T-MARK			德國	VDE TUV	 
	英國	BS			荷蘭	KEMA	
	澳洲	SAA			瑞士	SEV	
	法國	NF			瑞典	SEMKO	
	意大利	IMQ			挪威	NEMKO	
	比利時	NBN			丹麥	DEMKO	
	奧地利	OVE			芬蘭	SFS	

資料來源：Frost & Sullivan

### 行業發展週期

全球電源線組件市場現已步入早期成熟階段，預計最少於未來數年仍會維持於早期成熟行業發展週期。其發展週期會透過產品創新(例如更環保的新型電源線組件)及持續穩定的市場需求而延長。下圖列示全球電源線組件行業的發展週期：

全球電源線組件市場：行業發展週期



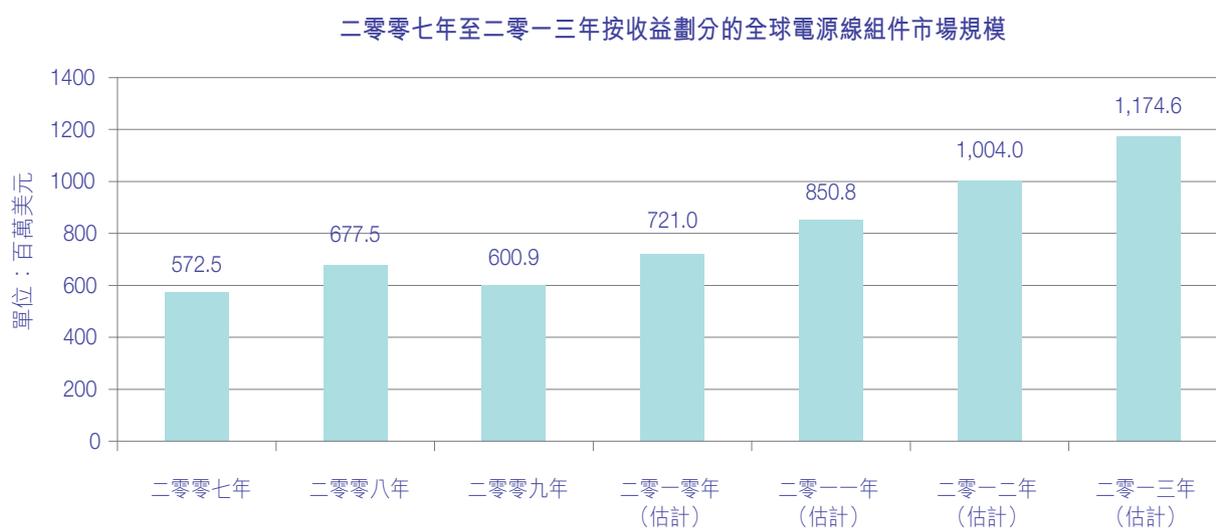
資料來源：Frost & Sullivan

## 行業概覽

在被稱作信息時代的過去數十年中，全球電源線組件市場隨著電腦等電器的風行而發展。作為大多數電子產品不可或缺的部件，電源線組件的需求穩步上升。若干台灣公司率先注意到該市場潛力，開始批量生產電源線組件，因而佔據大部分市場份額而成為電源線組件市場的主導力量。近年來，在該等台灣公司的帶領下，越來越多的中國企業參與競爭。很多注重研發及安全標準改進的中國公司成為該市場相當有力的競爭者。根據Frost & Sullivan的資料，未來全球電源線組件市場的競爭將注重成本及能否符合安全規定，小型及方便用戶的產品預期將主導日後需求。

### 市場規模

下圖載列二零零七年至二零一三年按收益劃分的過往及預期全球電源線組件市場規模：



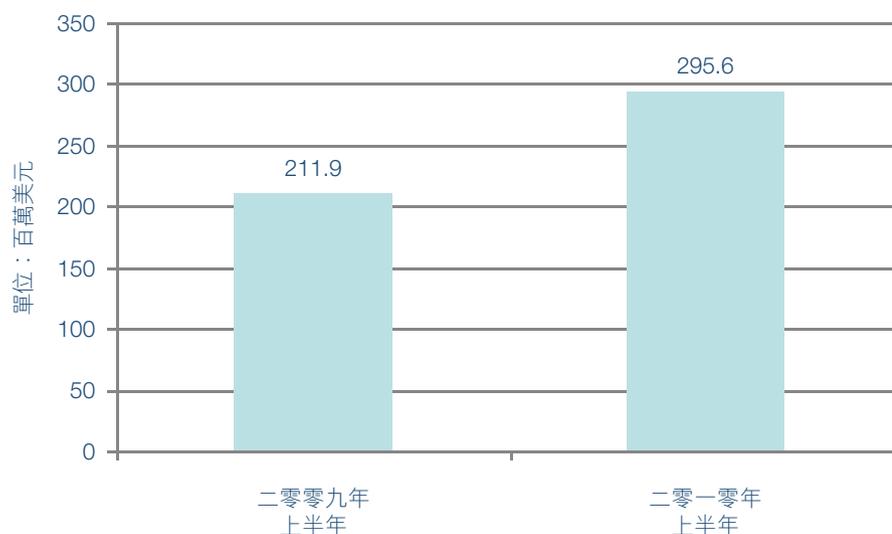
附註：所有數據為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

## 行業概覽

下圖載列二零零九年及二零一零年上半年按收益劃分的全球電源線組件市場規模。二零一零年上半年，全球電源線組件市場銷售額達295.6百萬美元，較二零零九年同期增加39.5%。

二零零九年上半年至二零一零年上半年按收益劃分的全球電源線組件市場規模



附註：所有數據為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

二零零九年前，全球電源線組件市場於二零零七年至二零零八年按約18.0%的年增長率穩步增長。二零零九年的全球經濟危機嚴重打擊電源線組件市場，該年度銷售總額下降。由於全球經濟正在復甦，故預期家電及電子行業將重新開始並將持續增長。受益於此趨勢，估計全球電源線組件市場日後會繼續增長，預期二零零九年至二零一三年的複合年增長率為18.2%。

### 行業發展的主要動力

推動全球電源線組件市場發展的主要因素為消費電子品及其他電器產品市場的發展。下游消費電子品及其他電器產品市場持續發展將推動全球電源線組件市場發展。電源線組件製造商與客戶將維持長期關係，相信該等關係對電源線組件製造商及客戶均有重大利益。

### 未來展望

根據Frost & Sullivan的資料，全球電源線組件市場的主要趨勢包括：

- 電源線組件是日常生活的必需品。隨著全球經濟復甦及生活水平提高，電腦等電子產品不斷加快升級，以吸引更多消費者。電源線組件銷售將隨電子產品需求增加而上升。

---

## 行業概覽

---

- 環保物料更普及使用，成為電源線組件製造商的主要增長機遇。越來越多消費電子製造商關注環保問題，傾向選擇可生產更環保電源線產品的製造商。
- 以產品為主的技術創新讓製造商可更有效地控制成本。同時，材料及製造技術與程序的發展亦將提升產品安全及改善產品質素。

### 競爭格局

根據Frost & Sullivan的資料，全球電源線組件市場的競爭主要基於產品安全、成本、銷售渠道及客戶關係。

以下為二零零九年全球電源線市場競爭格局的主要特徵概要：

#### 競爭者級別

- 大型製造商提供用途廣泛的電源線組件，可用於電腦、電訊、消費電子產品及家庭電器。其產品符合多個國家的不同安全標準認證。製造電源線組件已應用多種環保物料，確保節約能源。
- 中型製造商致力取得安全標準認證，於專門市場提供的電源線組件種類有限。
- 小型製造商供應廉價產品，一般不會著力取得安全認證及達到環保要求。

#### 競爭程度：

中

#### 主要應用

- 電腦
- 顯示器
- 手提電腦
- LCD及LED電視

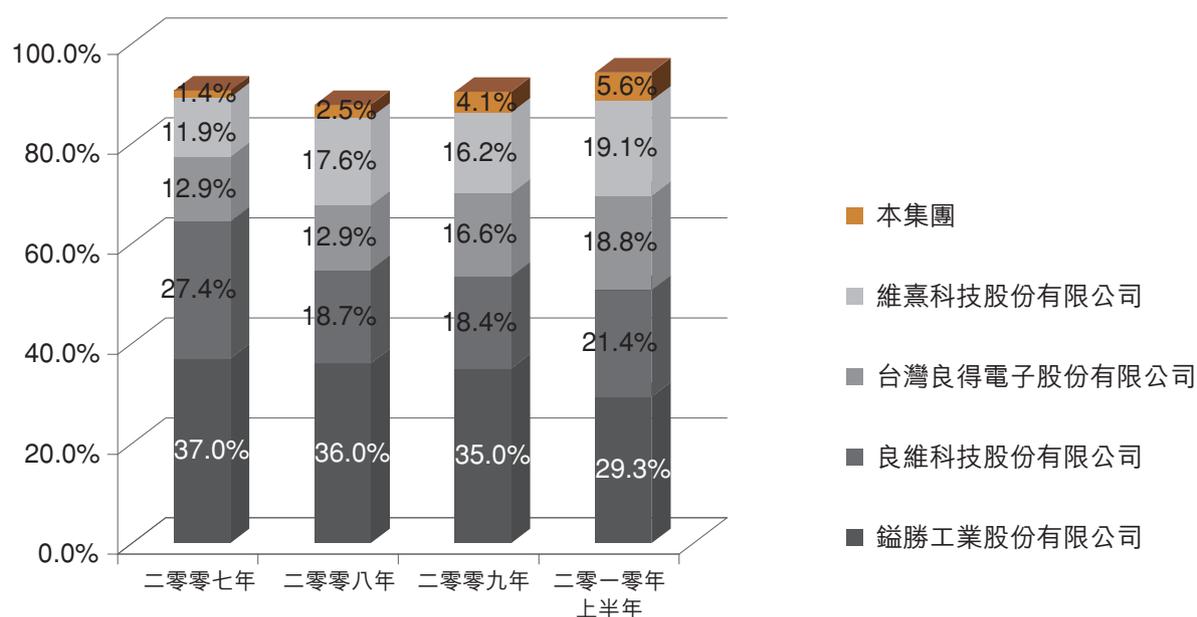
根據Frost & Sullivan的資料，全球電源線組件市場高度集中，二零零九年及二零一零年上半年，五大製造商的收益分別佔市場總收益的90.3%及94.2%。根據Frost & Sullivan的資料，按二零零九年及二零一零年上半年的收益計算，本集團所佔市場份額分別為4.1%及5.6%，位居第五。二零零七年至二零零九年，本集團三年的複合年增長率為77.5%，位居五

## 行業概覽

大製造商之首。除本公司以外，二零零九年全球電源線組件市場其他五大製造商包括(i)鎰勝工業股份有限公司，主要從事製造及分銷電源線組件、連接器、電源線及網絡電線的台灣公司；(ii)良維科技股份有限公司，主要從事製造電子元件及線纜產品的台灣公司；(iii)台灣良得電子股份有限公司，主要從事製造用於電腦、電訊、消費電子、電動工具、照明及醫療設備的多種插座及電源線組件產品的台灣公司；及(iv)維熹科技股份有限公司，專門製造電源線產品的台灣公司。

下圖載列二零零七年、二零零八年、二零零九年及二零一零年上半年全球電源線組件市場五大製造商的市場份額資料。

全球電源線組件市場：二零零七年至二零一零年上半年按收益劃分的市場份額



附註：所有數據為約數

資料來源：Frost & Sullivan

## 全球信號傳輸線纜市場

### 緒言

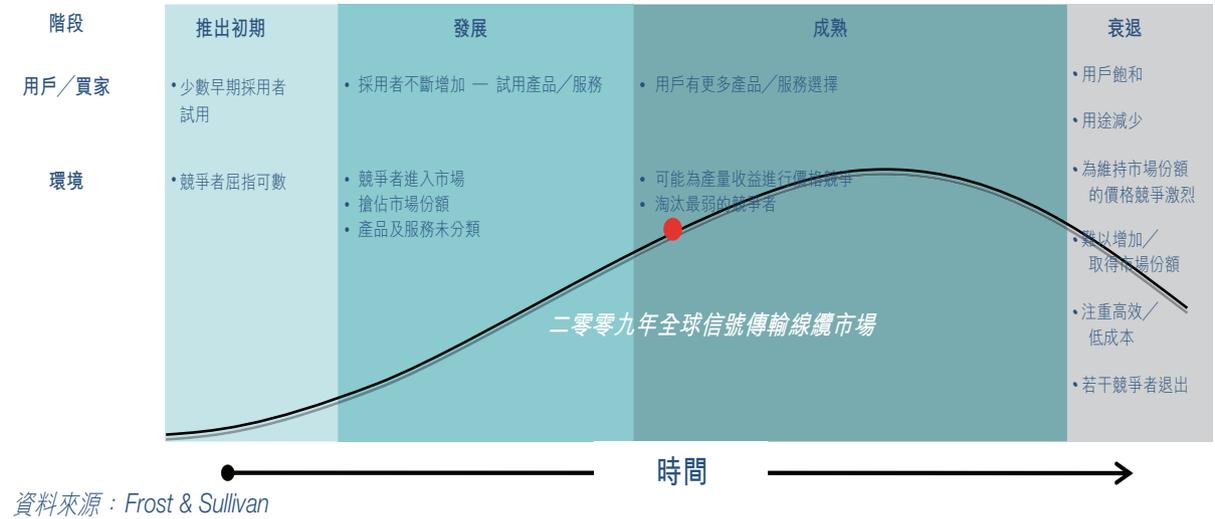
信號傳輸線纜為須與連接器組裝成線纜組件產品的中間產品。信號傳輸線纜產品的主要類型包括通訊線纜、消費電子線纜、手提電腦內接線纜及汽車線纜等。

# 行業概覽

## 行業發展週期

全球信號傳輸線纜市場起源於十九世紀中期，現已步入早期成熟階段。預計目前全球信號傳輸線纜市場最少於未來數年仍會保持於早期成熟行業發展週期，但其發展週期可透過產品創新(例如具備耐熱及耐腐蝕性等性能以及更高傳輸容量的新型線纜)及持續穩定的市場需求而延長。下圖載列信號傳輸線纜行業的發展週期：

全球信號傳輸線纜市場：行業發展週期

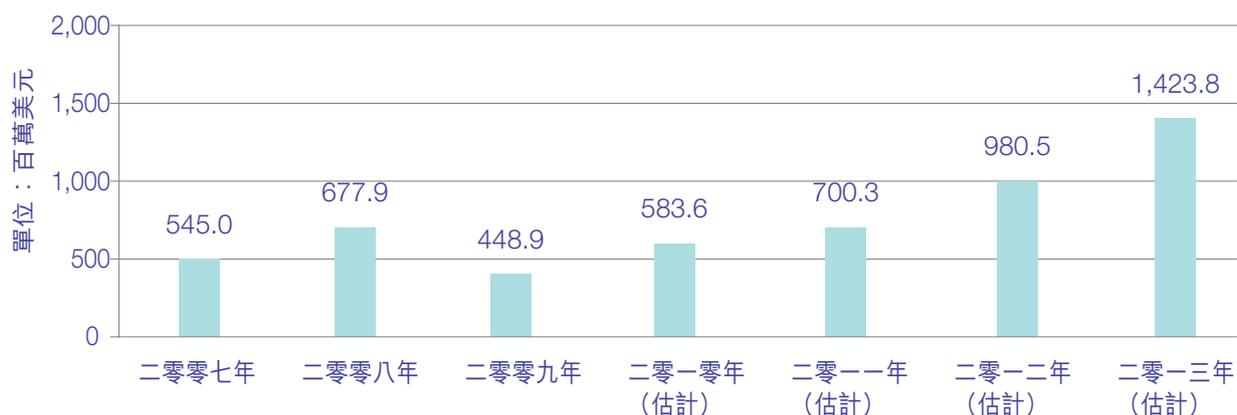


信號傳輸線纜可用於通訊組件、消費電子組件、便攜式內接信號組件及汽車線束。該等行業在全球(特別在中國)迅速發展。例如，物聯網的發展將促進網絡電視及數碼產品進一步發展。根據Frost & Sullivan的資料，中國的高頻數據通訊電纜需求可能在未來數年強勁增長。

## 市場規模

下圖載列全球消費電子市場二零零七年至二零一三年按收益劃分的過往及預期全球信號傳輸線纜市場規模：

二零零七年至二零一三年按收益劃分的全球信號傳輸線纜市場規模



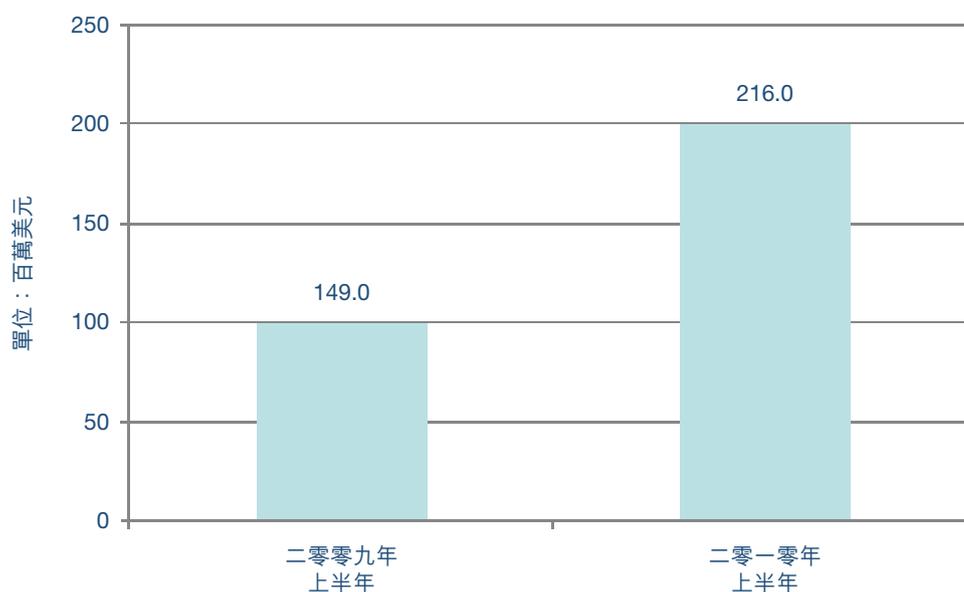
附註：(1) 線纜市場指用於消費電子的線纜產品。

(2) 所有數據為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

下圖載列全球消費電子市場二零零九年及二零一零年上半年按收益劃分的全球信號傳輸線纜市場規模。二零一零年上半年，該全球信號傳輸線纜市場銷售額達216.0百萬美元，較二零零九年同期增加45.0%。

二零零九年上半年至二零一零年上半年按收益劃分的全球信號傳輸線纜市場規模



附註：(1) 線纜市場指用於消費電子的信號傳輸線纜產品。

(2) 所有數據為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

---

## 行業概覽

---

二零零九年的全球金融危機對信號傳輸線纜市場有重大不利影響，該年總銷售額大幅下降。日後，隨著全球經濟復甦，下游行業的發展將恢復並持續，且信號傳輸線纜的需求將增加。根據Frost & Sullivan的資料，二零零九年至二零一三年，全球信號傳輸線纜市場的複合年增長率預計將達33.5%。

### 行業發展的主要動力

推動全球信號傳輸線纜市場發展的主要因素包括：

- **眾多下游行業可能因全球經濟復甦而發展。**許多發達及發展中經濟體系正在復甦。隨著全球經濟復甦，信號傳輸線纜市場的不少下游行業預期將恢復並持續發展。
- **發展物聯網將促進網絡電視及數碼產品發展。**由於IBM推出「Smart Earth」理念，因此物聯網於全球盛行。網絡電視及數碼產品的持續發展不斷為信號傳輸線纜市場帶來新商機。

### 未來展望

根據Frost & Sullivan的資料，全球信號傳輸線纜市場的主要趨勢包括：

- **全球信號傳輸線纜市場可能於未來四年持續增長。**隨著全球經濟復甦，大部分行業預期將重新增長，該趨勢預計有利於信號傳輸線纜市場，未來四年將可持續增長。
- **信號傳輸線纜預期仍存在價格競爭。**近年，中國的新製造商佔據成本效益優勢。為爭取更多客戶訂單，許多製造商已開始進行價格競爭。
- **應用程序發展令技術要求提高。**日後，應用程序發展將要求技術改進，而信號傳輸線纜產品須可支持更高頻率傳輸及應用程序升級。

### 競爭格局

根據Frost & Sullivan的資料，全球信號傳輸線纜市場的競爭主要基於技術水平、產品系列範圍及廣度、有效控制成本的能力及客戶服務。

---

## 行業概覽

---

以下為二零零九年消費電子行業全球信號傳輸線纜市場競爭格局的主要特徵概要：

競爭者級別

- 大型製造商大多集中於產品質素優良且利潤可觀的中高端市場。部分大型製造商僅於訂單量達到一定水平時方會提供低端產品。憑藉強大的研發實力，大型製造商更易因應客戶需求變動把握市場商機。
- 中型製造商參與中端市場，同時試圖進軍高端市場。然而，高端產品需要先進技術及大量的設備投資，是該等中型製造商進入高端市場的重大障礙。中型製造商的研發能力一般。
- 小型製造商提供較低增值服務的低端產品。多數製造商僅專注於單一產品系列，研發能力一般較弱。

競爭程度：

低

主要應用

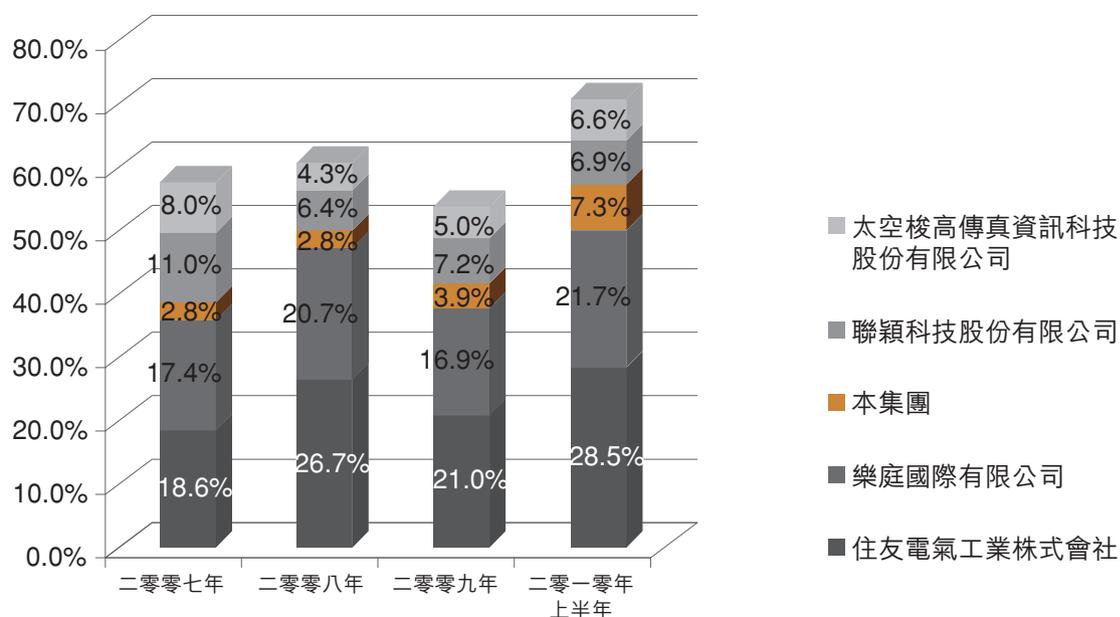
- 信號線組件

根據Frost & Sullivan的資料，全球信號傳輸線纜市場相當集結，二零零九年及二零一零年上半年，五大製造商的收益分別佔市場總收益的54.0%及71.0%。根據Frost & Sullivan的資料，按二零零九年的收益計算，本集團所佔市場份額為3.9%，位居第五；按二零一零年上半年的收益計算，本集團所佔市場份額為7.3%，位居第三。本集團於二零零七年至二零零九年的複合年增長率為7.7%，而二零零九年另外四大製造商的同期收益則下滑。除本公司以外，二零零九年全球信號傳輸線纜市場其他五大製造商包括(i)住友電氣工業株式會社，主要業務為線纜、機械材料及能源的日本公司；(ii)樂庭國際有限公司，專門製造線纜產品的香港公司；(iii)聯穎科技股份有限公司，主要從事製造及分銷線纜產品的台灣公司；及(iv)太空梭高傳真資訊科技股份有限公司，主要從事製造、開發及分銷用於電腦、通訊及消費電子產品的線纜及相關組件產品的台灣公司。

## 行業概覽

下圖載列二零零七年、二零零八年、二零零九年及二零一零年上半年全球信號傳輸線纜市場五大製造商的市場份額資料。

全球信號傳輸線纜市場：二零零七年至二零一零年上半年按收益劃分的市場份額



附註：所有數據為約數

資料來源：Frost & Sullivan

## 全球連接器市場

### 緒言

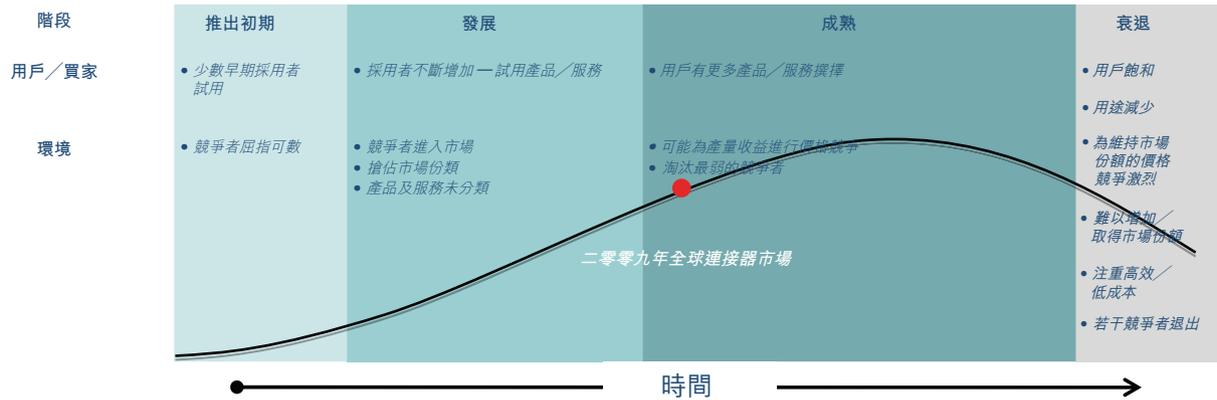
連接器用以連接兩個電子元器件以傳輸電力或信號，並保持信號不失真及能量無損耗。連接器廣泛應用於消費電子、汽車及家用電器行業。連接器可分為兩類，即板端連接器及線端連接器。板端連接器安裝於電氣及電子產品，焊接於印刷電路板(PCB)，而線端連接器焊接於線纜。連接器產品類型包括HDMI連接器、DVI連接器、SATA連接器、USB連接器及VGA連接器等。

# 行業概覽

## 行業發展週期

預期目前全球連接器市場最少於未來數年仍會維持於早期成熟行業發展週期，但其發展週期會透過消費電子產品創新而延長。下圖載列連接器行業的發展週期：

全球連接器市場：行業發展週期



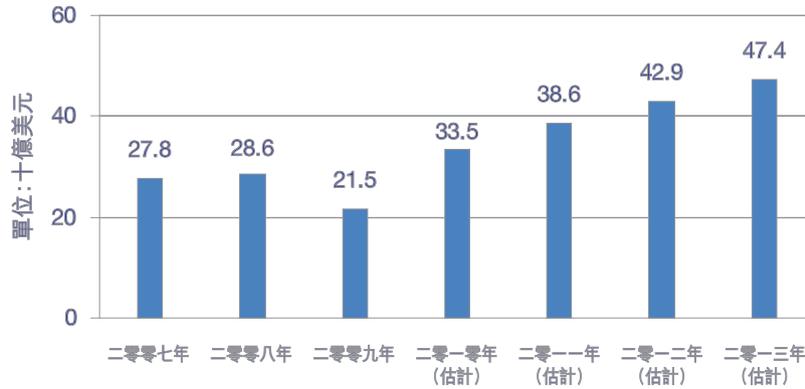
資料來源：Frost & Sullivan

隨著全球經濟不斷發展，全球連接器市場迅速增長。目前，連接器廣泛用於電腦、通訊、汽車、家電、航空及軍事行業。全球經濟發展波動影響連接器市場的增長率。然而，隨著電腦及通訊行業的迅速發展及新應用領域的出現，連接器市場將有未來增長潛力。全球約有40,000家連接器製造商。為爭取訂單，不少製造商通過併購擴大規模。根據Frost & Sullivan的資料，連接器市場將逐步由少數主要製造商佔領。

## 市場規模

下圖載列二零零七年至二零一三年按收益劃分的過往及預期全球連接器市場規模：

二零零七年至二零一三年按收益劃分的全球連接器市場規模

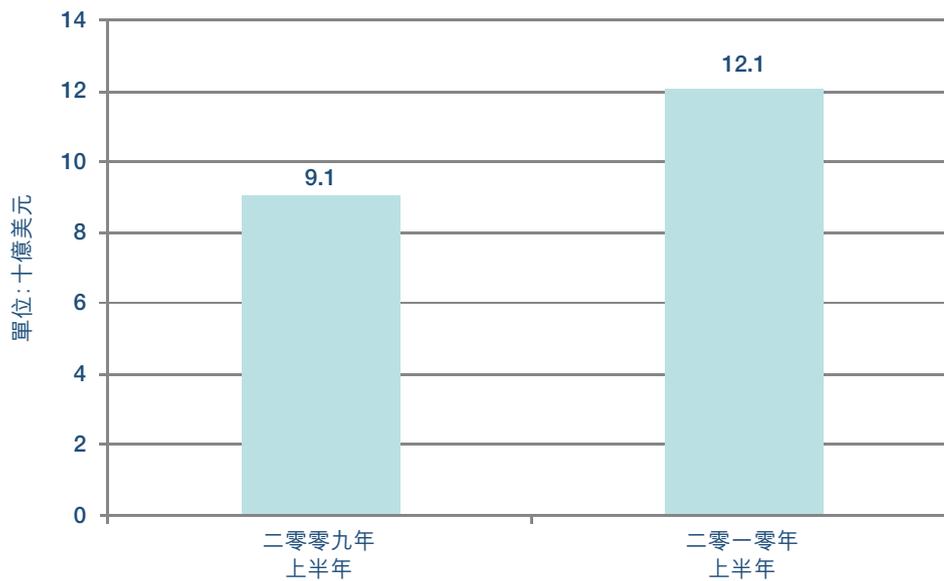


附註：(1) 連接器市場指汽車、電腦及電腦外圍設備、通訊以及消費電子。  
(2) 所有數據為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

下圖載列二零零九年及二零一零年上半年按收益劃分的全球連接器市場規模。二零一零年上半年，該全球連接器市場銷售額達121億美元，較二零零九年同期增加33.0%。

二零零九年上半年至二零一零年上半年按收益劃分的全球連接器市場規模



附註：(1) 連接器市場指汽車、電腦及電腦外圍設備、通訊以及消費電子。  
(2) 所有數據為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

---

## 行業概覽

---

由於全球金融危機，按收益計全球連接器市場規模的增長於二零零八年放緩，二零零九年則開始下降。隨著全球經濟復甦，全球汽車行業(尤其是中國汽車市場)、全球通訊行業及消費電子行業等眾多行業預期將出現增長。根據Frost & Sullivan的資料，預計二零零九年至二零一三年的全球連接器需求將按複合年增長率21.9%增長，於二零一三年達474億美元。

### 行業發展的主要動力

推動全球連接器市場發展的主要因素包括：

- **許多行業可能自近期全球衰退中恢復：**眾多發達或發展中國家經濟正在復甦，預期不少行業將從中獲益。
- **預計連接器製造商將擴大生產規模：**隨著全球經濟復甦，許多連接器製造商正在積極準備擴大生產規模及改進生產線。
- **消費需求增長率將逐步回升：**汽車、電子及電腦消費將回升，特別是在中國，中國政府已推出優惠政策刺激消費。
- **預期應用程序會日益豐富：**除現有應用程序外，更先進科技發展將催生新應用程序。

### 未來展望

根據Frost & Sullivan的資料，全球連接器市場的主要趨勢包括：

- **全球連接器市場可能強勁增長。**隨著全球經濟復甦，大部分電子產品行業開始增長，將推動連接器市場發展。以收益計算，預計全球連接器市場於二零零九年至二零一三年的複合年增長率為21.9%。
- **中國將成為主要市場。**最近，中國連接器市場於二零零七年至二零零九年的增長率為15.0%，超過全球平均市場增長率。由於經濟衰退，而中國的需求增加及生產成本較低，故全球頂級製造商增加在中國的投資，故將加快中國連接器市場的發展。
- **連接器應用範圍將擴大。**過往，汽車、電腦及電腦周邊設備、通訊、工業設備及航空／軍事五大類應用設備佔據了連接器應用領域的大部分市場。日後，預期醫療等其他應用設備份額亦將會增加。此外，各專門行業的連接器應用範圍將擴大，以汽車行業為例，一輛汽車將使用600至1,000個甚至1,000至2,000個連接器。
- **應用程序發展令技術要求提高。**近年，隨著手提電腦、手機及數碼相機等電子產品的發展，電子產品趨向更輕巧，體積更小，且傳送速度更快。因此，多間連接器製造商致力開發傳送速度高且有其他更高技術規格的產品。

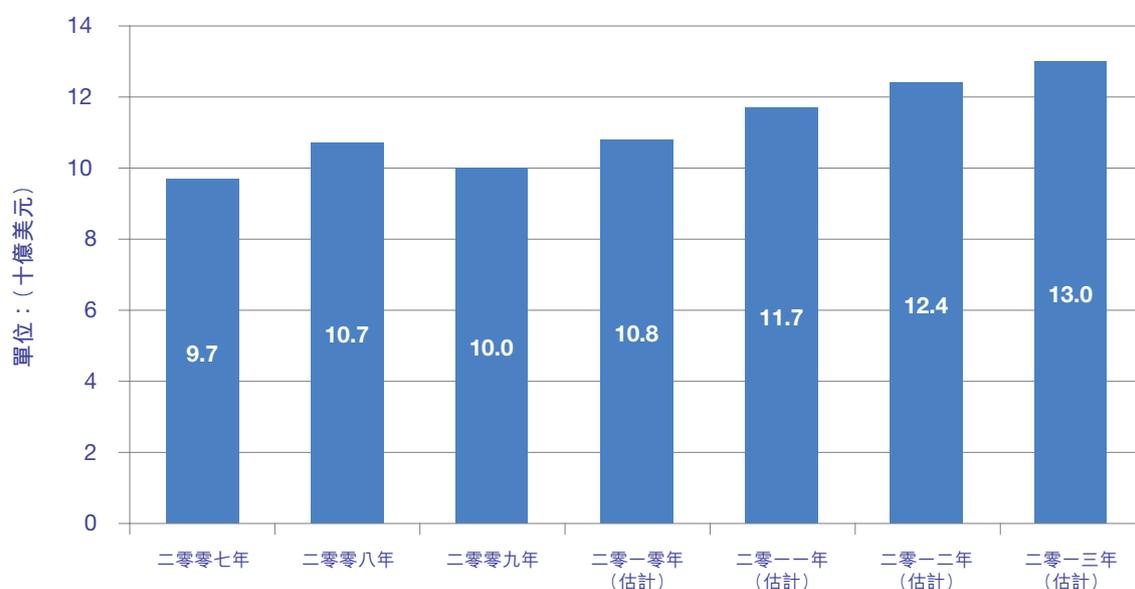
## 本集團新／未來目標市場行業概覽

### 天線市場

無線通訊天線指用於通訊系統的天線產品。小型天線指用於手提電腦、路由器、GPRS系統及手機等的天線。大型天線指基站天線、微波天線、吸頂天線及室內天線。

全球天線市場於二零零八年的總銷售額為107億美元，二零零九年因全球經濟衰退減至100億美元。然而，根據Frost & Sullivan的資料，預計總銷售額於二零一三年將達到130億美元，二零零九年至二零一三年的複合年增長率為6.8%。下圖載列二零零七年至二零一三年的過往及預期全球天線市場銷售額。

二零零七年至二零一三年按收益劃分的全球天線市場銷售額



附註：所有數據為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

天線市場發展的主要動力包括：

- **無線通訊技術及終端設備快速發展推動天線市場發展。**隨著各種無線通訊技術涌現，全球無線通訊終端設備迅速發展，進而推動天線市場增長。自二零零六年以來，終端天線的出貨量每年均超過10億。此外，由於體積小、可支持高速運動、通訊性能相當穩定、可支持多種無線連接技術等優點，終端天線已進入手機、汽車、物流、傳感器及監控系統等應用領域。
- **手機需求上升推動天線市場發展。**二零零九年，手機的全球出貨量為12億部，

## 行業概覽

令移動手機終端天線的需求量達20億件，佔全球終端天線需求量的87.2%。隨著全球手機的需求量不斷增加，天線需求將繼續上升。

- 手提電腦及上網本無線接收功能需求上升推動無線通訊天線市場發展。目前，無線互聯網連接是手提電腦及上網本的標準功能。隨著對手提電腦及上網本無線傳輸功能的需求上升，無線天線及藍牙天線有望於日後成為手提電腦及上網本的標準認證的一部分。

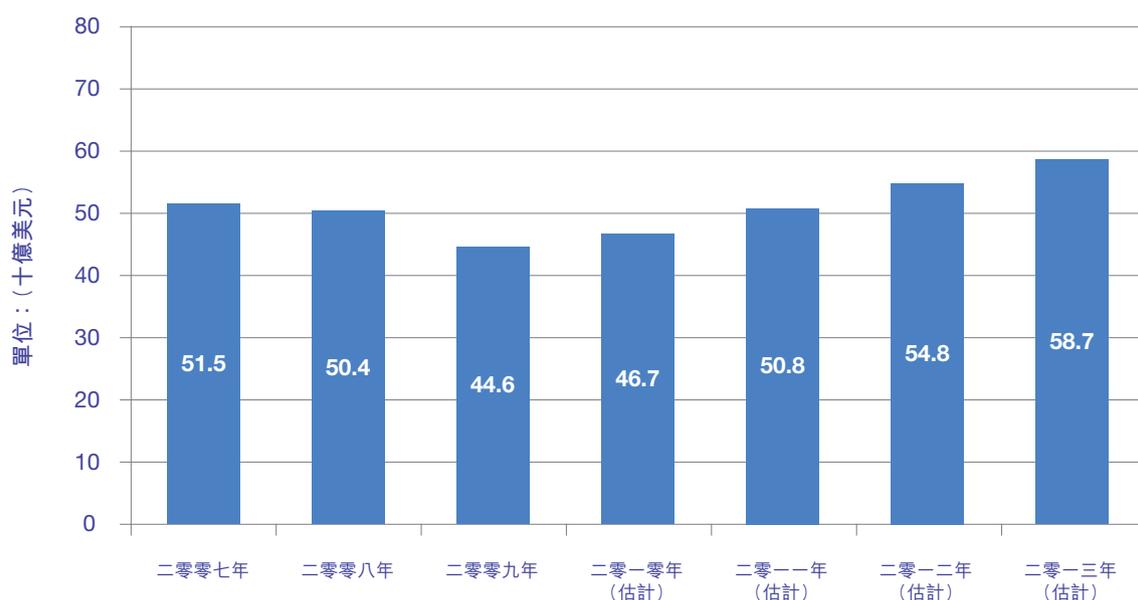
### 汽車線束市場

汽車線束是利用花邊繩、金屬結合劑或其他粘合劑綁在一起的絕緣導線束，適用於汽車。

### 競爭格局

雖然全球汽車市場因經濟危機而於二零零九年衰退，但預期於二零一零年復甦，根據Frost & Sullivan的資料，預期二零一三年總銷售將達587億美元，二零零九年至二零一三年的複合年增長率為7.1%。下圖載列二零零七年至二零一三年的過往及預期全球汽車線束的市場銷售額。

二零零七年至二零一三年按收益劃分的全球汽車線束市場規模



附註：所有數據為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

中國的外資製造商於汽車線束市場所佔市場份額為90%，外資製造商在汽車線束業佔據主導地位。

## 市場增長動力

全球汽車線束市場的主要增長動力包括：

- **汽車產量增加可能推動汽車線束市場增長。**由於全球經濟復甦，汽車市場亦呈現回暖趨勢。受中國汽車快速發展拉動，全球汽車市場產量迅速增長，而預測二零零九年至二零一三年全球汽車產量將以複合年增長率8.7%增長。
- **國際市場需求增加推動汽車線束出口。**中國汽車線束行業的持續發展會推動國內外需求。中國汽車線束產品二零零五年的出口量為149,000噸，二零零九年達到249,000噸，銷售額為23億美元。

## 特種電纜市場

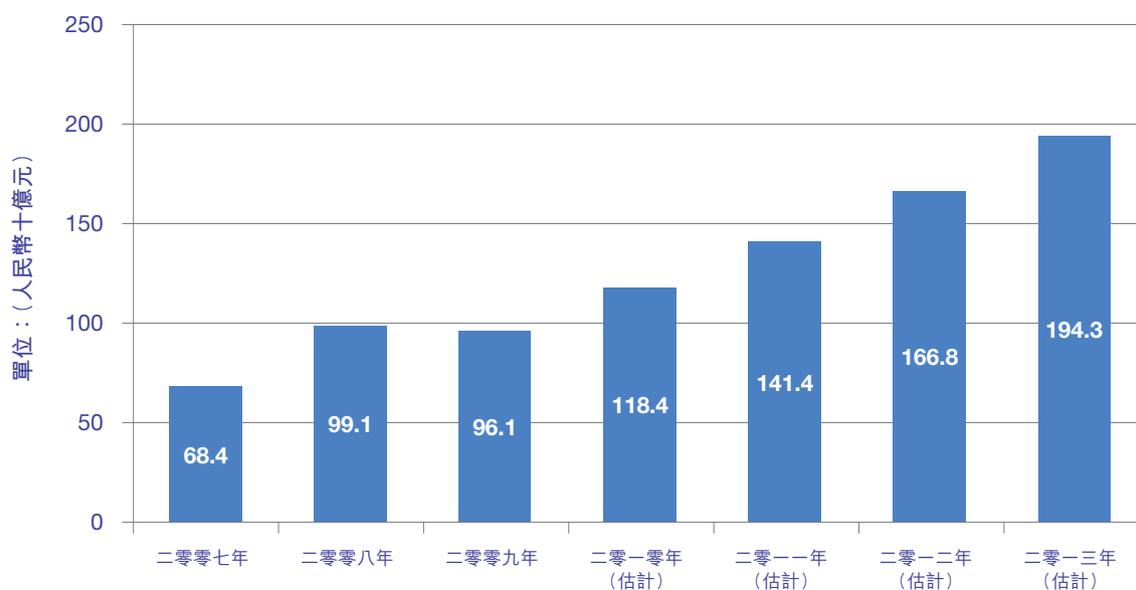
特種電纜指防腐蝕、耐高溫、抗曲折、防油及抗老化的特殊性質電纜。

## 中國競爭格局

根據Frost & Sullivan的資料，二零零九年中國特種電纜市場的整體銷售額為人民幣961億元。隨著光伏電纜、船側電纜、風力發電電纜及鐵路運輸工具電纜的需求快速增長，Frost & Sullivan預測二零一三年的市值將達人民幣1,943億元，即二零零九年至二零一三年的複合年增長率19.2%。

下圖載列二零零七年至二零一三年中國特種電纜過去及預計的銷售額：

二零零七年至二零一三年按收益劃分中國特種電纜市場規模



附註：所有數據為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

### 市場增長動力

中國特種電纜市場的主要增長動力包括：

- **隨著環境保護壓力日益增加，風力發電及太陽能獲更多關注。**中國大眾對風力發電及太陽能的認識增加。風力為最具商業潛力、有效、潔淨、成本低且可取之不盡的可再生能源之一。風力發電行業近年發展迅速，加快風力電纜市場的增長。太陽能由於污染較少，亦相當具吸引力。
- **中國造船業急速發展，為造船商帶來新機遇。**中國作為第三大造船國家，其造船業的發展理想，為船側電纜製造商帶來新機遇。
- **中國城市的蓬勃發展推動地鐵建設。**由於中國眾多城市經濟繁榮，而地鐵的建設將帶動軌線及電纜的需求，因此中國特種電纜市場將於未來三至五年迅速增長。
- **光伏電纜。**光伏市場發展迅速，光伏發電電纜的特殊性能包括抗老化及耐腐蝕，將廣泛使用。

### 光伏連接器市場

光伏連接器是用於太陽能發電系統的光伏晶片串行及平行連接。

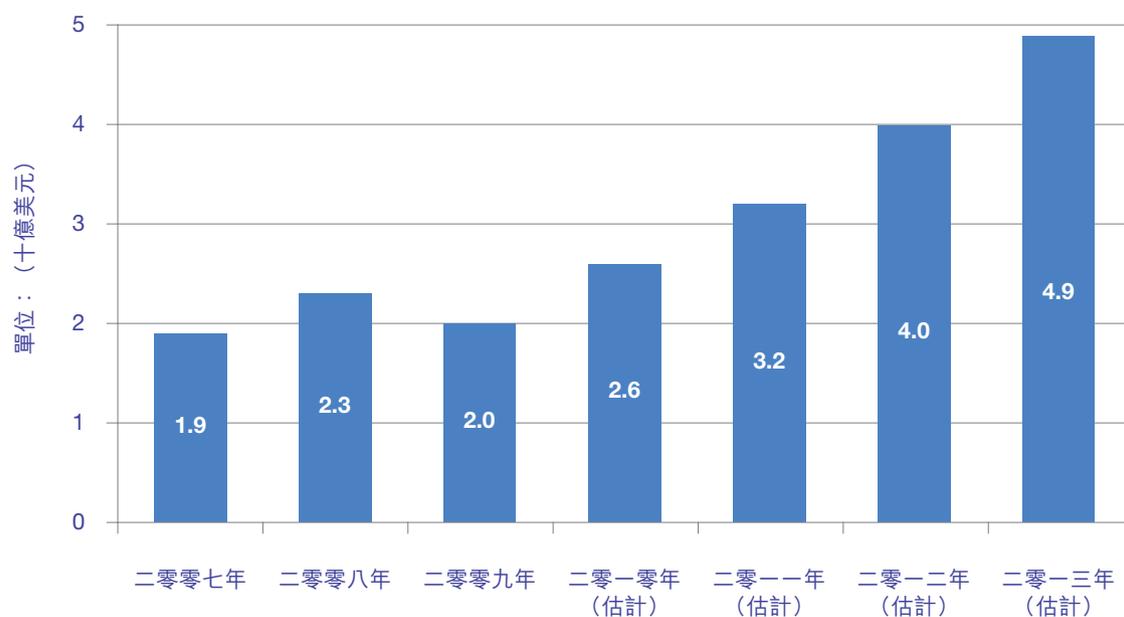
### 競爭格局

光伏發電市場潛能龐大且正在發展，現時主要依賴政府支持。光伏發電的應用日後會由政府逐漸轉向私人領域。光伏連接器是光伏發電廣泛使用的必要元件。根據Frost & Sullivan的資料，至二零一三年，全球光伏連接器市場的收益會達49億美元，複合年增長率為25.1%。

## 行業概覽

下圖載列二零零七年至二零一三年全球光伏連接器市場過去及預計銷售額。

二零零七年至二零一三年按收益劃分的全球光伏連接器市場



附註：所有數據為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

### 市場增長動力

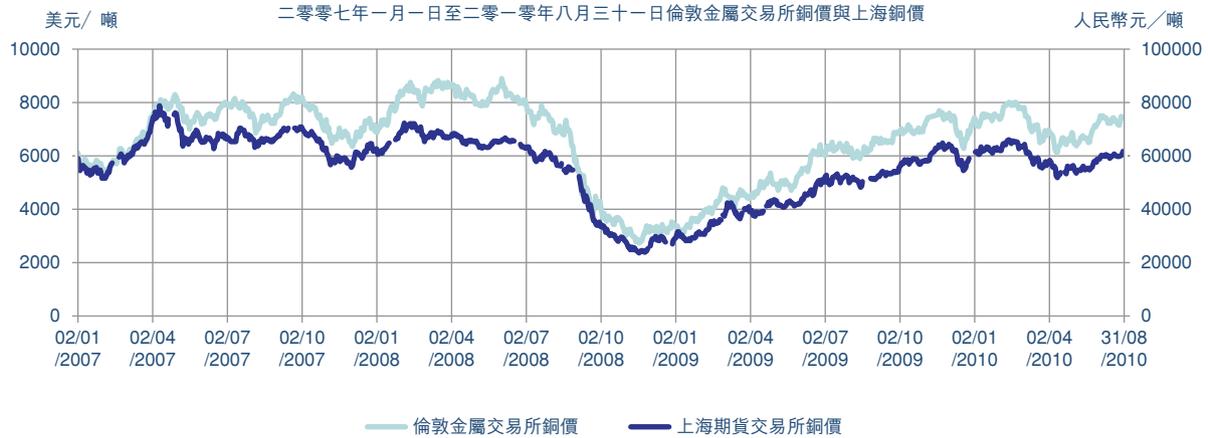
光伏連接器市場的主要增長動力包括：

- **政府政策支持市場發展。**中國政府對新能源太陽能光伏產業給予大力支持，例如金太陽工程，中國政府已承諾為太陽能光伏行業發展提供資助，計劃於兩至三年內在中國興建500兆瓦光伏發電試驗項目。此外，政府提供光伏能源生產商的中期津貼標準為每瓦特人民幣20元。
- **順應綠色IT趨勢。**太陽能、風能及其他綠色及可再生能源已日益為人們所使用。綠色環保光伏連接器有可能持續發展。

## 行業概覽

### 銅價分析

銅是本公司主要原材料，下圖載列自二零零七年一月至二零一零年八月倫敦金屬交易所及上海期貨交易所的歷史銅價資料：



附註：所有數據為約數。

資料來源：Wind Info

全球銅價數據指倫敦金屬交易所所報銅價。全球銅價於二零零八年初攀升至每噸9,000美元，而其後截至二零零八年底降低至每噸2,000美元。自二零零九年起，銅價逐漸升至每噸7,000美元。

中國銅價數據乃以上海期貨交易所所報銅價為基準。中國銅價於二零零七年四月攀升至每噸人民幣74,000元，而其後截至二零零八年底降至每噸人民幣25,000元。自二零零九年起，中國銅價逐漸升至每噸人民幣58,000元。

二零零八年下半年銅價驟降主要是由於全球經濟危機的影響。由於大部分行業衰退，因此銅料需求快速下降。自二零零九年起，主要受到中國經濟復甦的推動，銅價因銅料需求上升而反彈。