

2012 中國大陸金屬製品業市場特輯—總論篇

MIRDC-101-A32A



作者：侯貫智



財團法人金屬工業研究發展中心

中華民國 101 年 09 月

文 目 錄

總論篇

重點摘要

第一章 產業概論	1-1
第一節 產品定義與產業特性	1-1
第二節 產業分佈與結構	1-7
第二章 中國大陸產業現況與趨勢分析	1-9
第一節 市場分析	1-9
第二節 營運績效分析	1-13
第三節 產業前瞻	1-16
第三章 兩岸產業競合分析	1-19
第一節 兩岸金屬製品產業概況比較	1-19
第二節 兩岸金屬製品產業競合分析	1-26
第四章 結論與建議	1-29
第一節 結 論	1-29
第二節 建議	1-30
附錄：產業統計	1-33
參考資料	1-83

圖目錄

總論篇

圖 1-1-1	中國大陸金屬製品業佔製造業能源消耗比例圖	1-5
圖 1-1-2	2002-2010 年中國大陸金屬製品關聯出廠價格指數分析圖	1-6
圖 1-1-3	中國大陸金屬製品業就業人數及廠商家數地理區域分佈(2010)	1-7
圖 1-1-4	中國大陸金屬製品業產值區域分佈(2010)	1-8
圖 1-2-1	2001~2010 年中國大陸金屬製品業獲利率分析	1-14
圖 1-2-2	中國大陸金屬製品業與關聯產業獲利率比較分析(2010)	1-14
圖 1-3-1	2001~2011 年兩岸金屬製品產業貿易互動分析	1-24
圖 1-3-2	2001~2011 年台灣自中國大陸進口主要金屬製品分析	1-25
圖 1-3-3	2001~2011 年中國大陸自台灣進口主要金屬製品分析	1-25

表 目 錄

總論篇

表 1-1-1	中國大陸金屬製品業產品分類與範疇	1-1
表 1-2-1	2007-2011 年中國大陸金屬製品產業市場概況	1-9
表 1-2-2	2002~2011 年中國大陸金屬製品業進出口概況	1-10
表 1-2-3	2010~2011 年中國大陸金屬製品業前十大進口國變化概況	1-11
表 1-2-4	中國大陸金屬製品業前十大出口國變化概況	1-12
表 1-2-5	2007~2011 年中國大陸金屬製品產業固定資產投資概況	1-13
表 1-2-6	2006~2010 年中國大陸金屬製品業各類型企業獲利率比較分析	1-15
表 1-2-7	2006~2010 年中國大陸金屬製品業研究發展分析	1-16
表 1-2-8	2007~2011 年中國大陸金屬製品產業市場走向	1-18
表 1-3-1	兩岸金屬製品產業分類比較	1-19
表 1-3-2	兩岸金屬製品產業分類比較分析(2011)	1-22
表 1-3-3	兩岸金屬製品產業 SWOT 分析	1-27
表 1-3-4	兩岸金屬製品主力次產業競合分析	1-28
表 1-4-1	提供台商及政府因應之策略建言	1-31
附表 1-1-1	中國大陸各細項製造業概況	1-33
附表 1-1-2	中國大陸國有及國有控股企業各細項製造業概況	1-35
附表 1-1-3	中國大陸私營企業各細項製造業概況	1-37
附表 1-1-4	中國大陸外商及港澳台企業各細項製造業概況	1-39
附表 1-1-5	中國大陸外商及港澳台企業各細項製造業概況	1-41
附表 1-2-1	台灣製造業廠商佔有率變化情況	1-43
附表 1-2-2	台灣製造業就業人數佔有率變化情況	1-45
附表 1-2-3	台灣製造業營收佔有率變化情況	1-47
附表 1-2-4	台灣製造業產值佔有率變化情況	1-49
附表 1-2-5	台灣製造業研發經費佔有率變化情況	1-51
附表 1-2-6	台灣製造業對大陸投資佔有率變化情況	1-53
附表 1-3-1	台灣金屬製品業廠商地理分佈狀況(2010)	1-55

2012 中國大陸金屬製品業市場特輯

附表 1-3-2	台灣金屬製品業從業人數地理分佈狀況(2010)	1-56
附表 1-3-3	台灣金屬製品業從業人數規模分佈狀況(2010)	1-57
附表 1-3-4	台灣金屬製品業從業人數地理分佈狀況(2010)	1-58
附表 1-3-5	台灣金屬製品業進出口概況	1-59
附表 1-3-6	台灣金屬製品業前十大進口國變化概況	1-59
附表 1-3-7	台灣金屬製品業前十大出口國變化概況	1-60



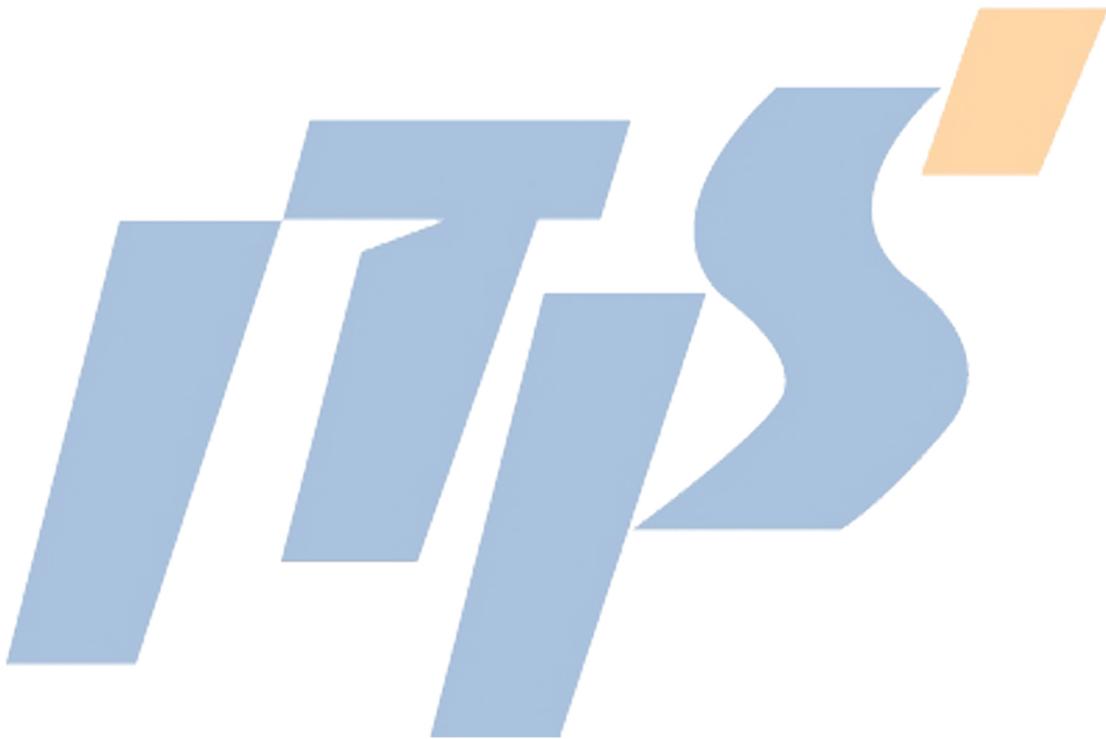
總論篇重點摘要

中國大陸市場	◀◀市場形貌▶▶		◀◀進出口分析▶▶	
	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 中國大陸金屬製品業在終端產業蓬勃發展引領下，已成為全球金屬製品業生產大國，2011 年產值達 2.15 兆元人民幣，廠商家數約為 26,200 家，就業人口數約為 350 萬人。 ◎ 中國大陸金屬製品業者主要仍隨著系統產品廠發展而形成產業群聚，廠商主要集中於廣東、江蘇、浙江、山東及上海，前五大集中省份便涵蓋中國大陸金屬製品業總廠商數的 64.8%。 		<ul style="list-style-type: none"> ◎ 2011 年中國大陸金屬製品出口值達 546 億美元，較同期成長 30.4%；進口值達 121 億美元，較同期成長 14.4%，屬於出超情況，淨出口約為 425 億美元。 ◎ 日本、德國、南韓為中國大陸前三大金屬製品進口國，而台灣則位居第 5 位，市場佔有率為 6.5%。最大出口市場為美國，其次為鄰近國家的日本及南韓，台灣位居中國大陸第 26 大出口區域。 	
展望	<ol style="list-style-type: none"> 1. 在產業前瞻趨勢方面，中國大陸金屬製品業將以促進產業群聚化發展、提高國際市場占有率、擴大產業影響力、提高永續發展能力等四大目標，作為推動產業永續發展之方向。 2. 在產品發展趨勢上，中國大陸金屬製品業將朝向外觀及功能創新設計、綠色產品、安全/輕量/舒適化方向發展。 			
	◀◀兩岸金屬製品業競合分析▶▶			
建議	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 中國大陸是我國金屬製品業第二大出口國，也佔我國出口市場的 6.7%，但我國金屬製品卻在大陸進口市場中逐漸衰退，顯見我國金屬製品業在日本、南韓、德國及中國大陸廠商的強勢競爭下，在中國大陸市場中逐漸喪失競爭力。 ◎ 以我國金屬製品業前三大主力次產業與中國大陸相比，我國仍具有一定技術及品質優勢，但在 ECFA 簽署後，兩岸自由貿易情況將趨於明顯，產業相互競爭將日益增加。 			
	◀◀對台商建議▶▶		◀◀對政府建議▶▶	
<ul style="list-style-type: none"> ◎ 提高金屬製品業管理效率及生產效率。 ◎ 轉換經營思惟，以產品差異化為目標，提升產品附加價值。 ◎ 掌握中國大陸金屬製品內需商機。 		<ul style="list-style-type: none"> ◎ 提升上游高金屬材料自給率。 ◎ 開發高階金屬製品，區隔產品市場。 ◎ 強化產業鏈互助合作，發揮群體效益。 ◎ 建立金屬製品業製造服務化，提升產品附加價值。 		

Abstract-General Introduction

	◀◀Market Status▶▶	◀◀Import and Export Analysis▶▶
China Marke	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Led by its flourishing terminal industry, China has become a global producing country of fabricated metal products, with annual output value reaching RMB 2.15 trillion in 2011, and including about 26,200 manufacturers and 3.5 million employees. ✓ The manufacturers of fabricated metal products in China have gradually formed industrial clusters primarily with the development of system products manufacturers, and are mainly concentrated in Guangdong, Jiangsu, Zhejiang, Shandong and Shanghai. Manufacturers in the top five centralized provinces take up 64.8% of the total number of fabricated metal products manufacturers in China. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ In 2011, China's metal products exports reached USD 54.6 billion, representing a growth of 30.4% over the same period; imports reached USD 12.1 billion, representing a growth of 14.4% over the same period, and constituting a surplus. Net exports amounted to about USD 42.5 billion. ✓ Japan, Germany and South Korea are China's top three metal products importing countries, while Taiwan ranked No. 5 with a market share of 6.5%. The largest export market is the United States, followed by neighboring countries, i.e., Japan and South Korea, while Taiwan is China's 26th largest export region.
Prospect	<ol style="list-style-type: none"> 1. In terms of prospective trends of the industry, the fabricated metal products industry in China has four major objectives for promoting industrial sustainable development: promoting industry cluster development, increasing international market share, expanding industry influence and enhancing sustainable development capacity. 2. As for product trends, the fabricated metal products industry in China will continue developing innovative design of appearance and functionality, green products and safety/lightweight/comfort. 	
	◀◀Main Challenges facing Taiwan Fabricated Metal Product Industry▶▶	
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ China is Taiwan's second largest export destination of fabricated metal products, accounting for 6.7% of Taiwan's export market, but the share of Taiwan's metal products in China's import market is gradually declining, which shows that our fabricated metal products are gradually losing competitiveness in the face of strong competition from Japanese, South Korean, German and Chinese manufacturers. ✓ Taiwan still boasts certain technical and quality advantages in our top three major sub-industries of the fabricated metal products industry comparing to China. However, after the signing of the ECFA, cross-strait free trade will become more significant, and industry competition will become increasingly fierce. 	

Suggestions	<<Suggestions for Taiwan Manufacturers>>	<<Suggestions for the Government>>
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Improve management efficiency and production efficiency of the fabricated metal products industry. ✓ Transform business thinking, aim at product differentiation and enhance the added-value of products. ✓ Master the opportunities presented by domestic demand for metal products in China. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Increase the self-sufficiency rate of upstream metal materials. ✓ Develop high-end metal products and segment product markets. ✓ Strengthen the mutual cooperation of the industry chain, and take advantage of group benefits. ✓ Establish services for the fabricated metal products manufacturing industry, and enhance the added-value of products.



第一章 產業概論

第一節 產品定義與產業特性

一、產品定義

金屬製品業為各種消費性產品、建築工具和用材的上游，接續在金屬基本工業(包括鋼鐵、鋁、銅、鎂等金屬基本工業)之後，主要製造電子與半導體、運輸工具、家電產品、事務機器、鐘錶儀器及其他五金等相關產品之基本零組件。中國大陸產業分類係依據國家統計局《國民經濟行業分類標準》，其金屬製品產業所涵蓋範疇包括金屬結構、金屬門窗、切削工具、手工具、農用及園林用金屬工具、集裝箱、金屬壓力容器、金屬包裝容器、金屬絲繩及製品建築、傢俱用金屬配件、建築裝飾及水暖管道零件、安全/消防用金屬製品製造、金屬表面處理及熱處理加工、生產專用搪瓷製品、建築裝飾搪瓷製品、搪瓷衛生潔具、金屬製廚房用器具製造、金屬製餐具和器皿製造、金屬製衛生器具製造、鍛件及粉末冶金製品、交通及公共管理用金屬標牌等次產業。【表 1-1-1】為中國大陸金屬製品業產品分類與範疇。

表 1-1-1 中國大陸金屬製品業產品分類與範疇

次 產 業	範 疇
金屬結構 (3311)	
金屬門窗 (3312)	

< 續下表 >

第二章 中國大陸產業現況與趨勢分析

第一節 市場分析

一、市場概況

十一五期間，中國大陸金屬製品業的核心企業經過技術改造及產品創新，使得產業規模得以快速發展，生產技術及設備水準也相較於過去明顯進步許多，尤其在中低階的金屬製品上，已可達到優質平價之程度。近年來，中國大陸金屬製品業在終端產業蓬勃發展引領下，已成為全球金屬製品業生產大國，2011年產值達 2.15 兆元人民幣(相當於 13.9 兆元新台幣)，廠商家數約為 26,200 家，就業人口數約為 350 萬人。若從 2007~2011 年產業脈動來看，中國大陸金屬製品業屬於高度成長趨勢，其產值近五年複合平均年成長率(簡稱為 CAGR)達 17.1%；除此之外，其廠商家數及就業人數也持續攀升，CAGR 分別達到 9.8% 及 10.2%。【表 1-2-1】為 2007~2011 年中國大陸金屬製品產業市場概況。

表 1-2-1 2007-2011 年中國大陸金屬製品產業市場概況

單位：億元人民幣

年 度	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	CAGR
產業產值						
廠商家數(家)						
就業人數(萬人)						

註：以上數據為統計年主營業務收入在 500 萬元以上之規模企業；2011 年為推估值。
資料來源：中國統計年鑑；金屬中心 MII-ITIS 整理(2012)

第三章 兩岸產業競合分析

第一節 兩岸金屬製品產業概況比較

一、兩岸產業分類比較

兩岸金屬製品產業次行業分類其內涵不盡相同，國內則依據行政院主計處《中華民國行業分類標準》中，將金屬製品行業分類碼編為 25，若依四碼分類來看，其產業範疇包含金屬手工具、金屬模具、金屬結構、金屬建築組件、鍋爐/金屬貯槽及壓力容器、其他金屬容器、金屬鍛造、粉末冶金、金屬熱處理、金屬表面處理、螺絲/螺帽及鉚釘、金屬彈簧、金屬線製品以及未分類其他金屬製品製造業等 14 項次產業；而中國大陸產業分類就如同第一章所述，依據國家統計局《國民經濟行業分類標準》，將金屬製品分類碼編為 33，依四碼分類來看，總計包含金屬結構等 26 項次產業。【表 1-3-1】為兩岸金屬製品產業分類比較分析。

表 1-3-1 兩岸金屬製品產業分類比較

台 灣		大 陸	
代碼	行 業 別	代碼	行 業 別
2511		3311	
2512		3312	
2521		3321	
2522		3322	
2531		3323	
2539		3329	
2541		3331	
2542		3332	

< 續下表 >

第四章 結論與建議

一、結論與建議



2012 中國大陸金屬製品 業市場特輯—總論篇

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

電話 | 02-27326517

傳真 | 02-27329133

客服信箱 | itismembers@micmail.iii.org.tw

地址 | 10669 台北市敦化南路二段 216 號 19 樓

劃撥資訊 | 帳號：01677112

戶名：財團法人資訊工業策進會

匯款資訊 | 收款銀行：華南銀行—和平分行

(銀行代碼：008)

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：98365050990013 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五

am 09:00-12:30 pm13:30-18:00



如欲下載此本產業報告電子檔，

請至智網網站搜尋，即可扣點下載享有電子檔。

ITIS 智網：<http://www.itis.org.tw/>