

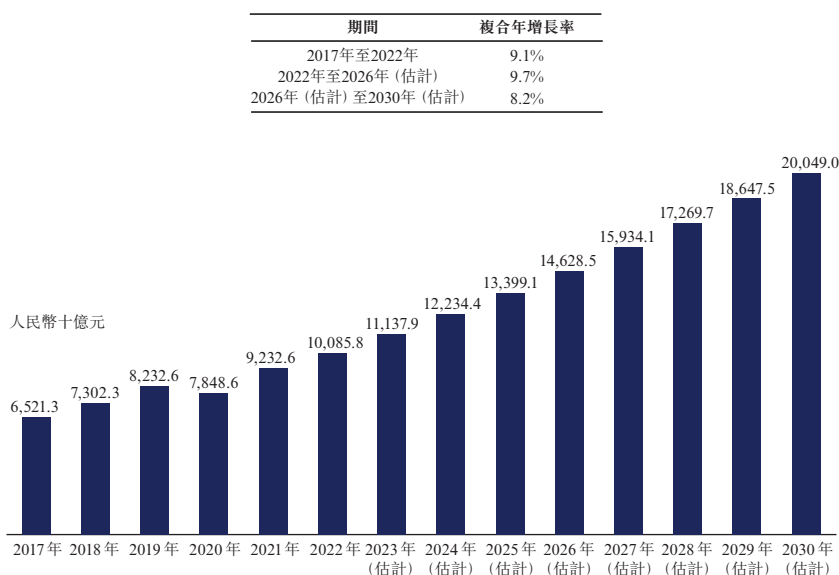
行業概覽

本章節及本文件其他章節中所載資料及統計數據摘錄自我們委託弗若斯特沙利文編製的報告，以及各種政府官方出版物及其他公開出版物。我們委聘弗若斯特沙利文編製弗若斯特沙利文報告(有關[編纂]的獨立行業報告)。來自政府官方來源的資料未經為我們、獨家保薦人及[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實，且概不就其準確性發出任何聲明。

中國健康及保健市場

作為中國國家經濟的重要組成部分，中國健康及保健行業近年來一直穩步增長。根據弗若斯特沙利文的資料，中國健康及保健行業的市場規模由2017年的人民幣6.5萬億元增長至2022年的人民幣10.1萬億元，於2017年至2022年的複合年增長率為9.1%；及預期將由2022年的人民幣10.1萬億元進一步增長至2026年的人民幣14.6萬億元，預計2022年至2026年的複合年增長率為9.7%。根據弗若斯特沙利文的資料，預計中國健康及保健行業的市場規模於2030年將達到人民幣20.0萬億元。下圖載列2017年至2030年中國健康及保健市場的規模及增長率。

2017年至2030年(估計)中國健康及保健市場規模

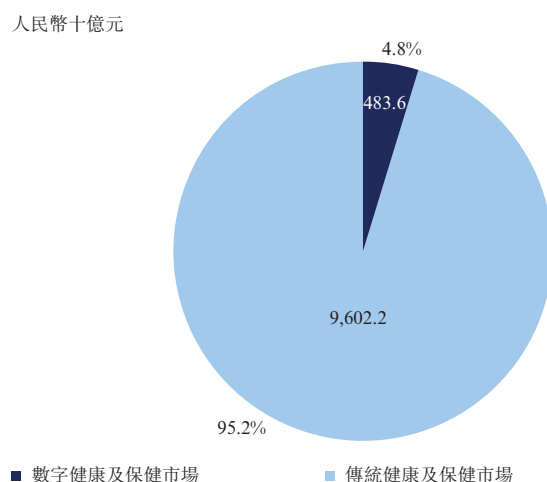


資料來源：商務部、相關公眾公司年報及弗若斯特沙利文分析

行業概覽

下圖載列2022年中國健康及保健市場按分部劃分的明細。

2022年中國健康及保健市場按分部劃分的明細



中國健康及保健市場主要包括(i)傳統健康及保健市場；及(ii)數字健康及保健市場。於2022年，中國健康及保健行業的市場規模達人民幣10.1萬億元。

伴隨著中國健康及保健市場的發展趨勢，中國醫療保健支出近年來亦錄得穩步增長。根據弗若斯特沙利文的資料，中國醫療保健支出從2017年的人民幣5.3萬億元增長至2021年的人民幣7.6萬億元，2017年至2021年的複合年增長率為9.5%；預計2025年將達到人民幣11.0萬億元，預計2021年至2025年的複合增長率為9.9%。根據弗若斯特沙利文的資料，預計中國醫療保健支出於2030年將達到人民幣16.3萬億元。

中國數字健康及保健市場

概覽

數字健康服務指使用數字技術工具提供服務或產品以滿足健康需求。數字健康及保健市場自2018年以來進入加速發展階段，其後出台《互聯網診療管理辦法(試行)》、《互聯網醫院管理辦法(試行)》及《遠程醫療服務管理規範(試行)》。自2020年初以來COVID-19在全國範圍內爆發，進一步推動了中國數字健康及保健市場的發展，主要由於(i)中國政府出台更多對該行業有利的政策；(ii)更多醫療資源被分配到線上醫療服務；及(iii)用戶習慣發生轉變，越來越多人在需要醫生建議時尋求互聯網診療服務。

行業概覽

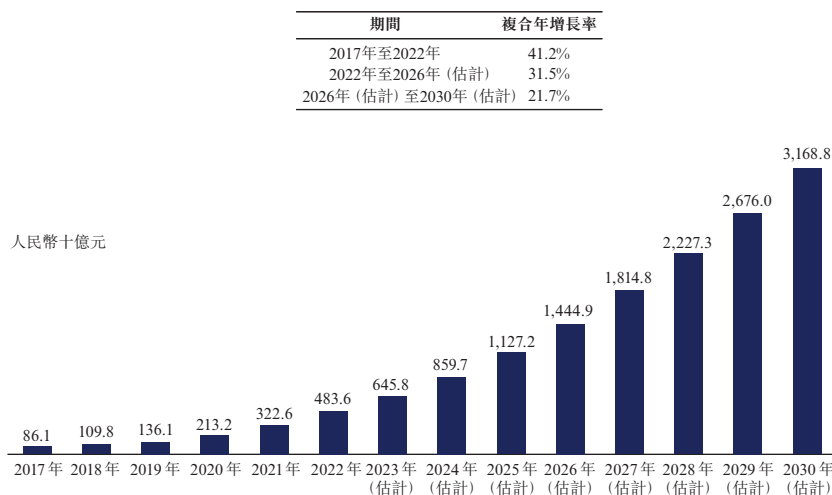
於2022年，中國數字健康及保健行業的市場規模佔整個健康及保健市場的4.8%，而於2017年則佔1.3%，估計到2026年佔9.9%。按市場規模計，預期到2030年將進一步佔整體健康及保健市場的15.8%。根據弗若斯特沙利文的資料，中國的健康及保健市場正經歷數字化轉型，預期數字健康及保健市場的市場份額將擴大。

中國數字健康及保健市場的市場規模及預測

根據弗若斯特沙利文的資料，中國數字健康及保健市場規模由2017年的人民幣861億元增加至2022年的人民幣4,836億元，2017年至2022年的複合年增長率為41.2%；預計市場規模將由2022年的人民幣4,836億元增加至2026年的人民幣14,449億元，2022年至2026年的估計複合年增長率為31.5%。根據弗若斯特沙利文的資料，預期該市場規模將於2030年進一步達到人民幣3.2萬億元。

下圖載列2017年至2030年中國數字健康及保健市場的規模及增長率。

2017年至2030年(估計)中國數字健康及保健市場規模

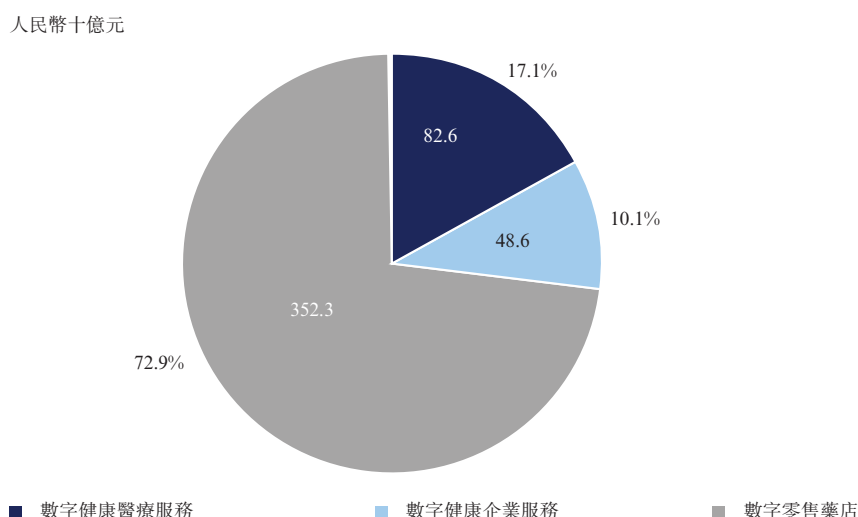


資料來源：商務部、相關公眾公司年報及弗若斯特沙利文分析

行業概覽

下圖載列2022年中國數字健康及保健市場按分部劃分的明細。

2022年中國數字健康及保健市場按分部劃分的明細



資料來源：商務部、相關公司年報及弗若斯特沙利文分析

數字健康及保健市場主要由數字健康醫療服務市場、數字健康企業服務市場及數字零售藥店市場組成。2022年數字健康及保健市場的市場規模達到人民幣4,836億元。

中國數字健康及保健市場的增長驅動力

中國數字健康及保健市場快速增長主要受以下因素驅動：

- **數字健康服務遷移率提高。**數字健康服務在中國是相當新興的服務。數字健康服務的遷移率(定義為數字健康及保健市場的市場規模除以中國健康保健的總開支)由2017年的1.7%增至2022年的5.5%。數字健康服務相對較低的遷移率顯示出其巨大的增長潛力。COVID-19自2020年初於全國爆發加速了數字健康服務的使用，隨後促進中國數字健康及保健市場的增長。
- **數字健康服務的技術創新。**在創新技術驅動下，數字健康服務以更為便捷高效的方式，重新定義健康醫療行業的水準。創新技術使得越來越多的患者可以獲得優質的醫療資源，使得越來越多醫院及醫生自由開放地分享信息。

行業概覽

- **利好政策。**中國政府於2018年實施的《關於促進「互聯網+醫療健康」發展的意見》，目的是在全國為更多人提供優質服務。一系列類似的政策(例如《關於徵求互聯網診療管理辦法(試行)》(徵求意見稿)、《關於深入開展「互聯網+醫療健康」便民惠民活動的通知》及《關於深入推進「互聯網+醫療健康」「五個一」服務行動的通知》)亦為數字健康及保健市場的發展描繪藍圖，強調了數字健康解決方案的重要性。
- **健康意識提高。**近年來，中國人民的健康意識進一步提高，這可以從平均醫療保健支出的增加上反映出來。健康意識提高使得(i)許多疾病(特別是慢性病)的診斷及治療率提高；及(ii)健康保養服務在開始普及。這些變化進一步推動了對藥物和其他醫療服務的需求。

中國數字健康及保健市場的進入壁壘

根據弗若斯特沙利文，以下是數字健康及保健服務提供者的主要進入壁壘：

- **強大的現有醫療保健資源網絡。**富有建樹的企業更有可能取得成功，原因是彼等有更多的資源可用於為醫院、醫生及患者建立集成平台，以連接這些關鍵的行業利益相關者。該等富有建樹的企業不僅可以通過社區內的基層醫療機構提供基本的醫療服務，還可以通過更高級醫院的醫生提供高品質醫療服務。
- **行業知識與技術能力。**數字健康及保健市場是中國醫療保健行業中相對較新的分部。構建可行的商業模式與工作流以及設計適合醫療保健用戶特定需求的產品及服務，均需行業專業知識與洞察力。
- **獲客成本高。**透過現有的數字健康市場大企業，數字健康平台的用戶行為及用戶習慣得到良好的訓練。現有大企業已經滲透到大多數用戶中。因此，新興企業需要大量的成本來獲得新客戶，以積累大量的客戶資源。

行業概覽

中國數字健康及保健市場的機遇

- *綜合線上及線下服務能力*。數字健康醫療服務平台對於解決中國醫療資源分佈不均帶來的挑戰至關重要。擁有綜合線上及線下醫療服務能力的公司能夠更好地為用戶提供優質醫療服務並實現更高的運營效率。該等優勢使該等公司能夠有效獲得用戶並產生增長。
- *商業健康保險產品相關的合作與創新能力*。商業健康保險的可用性是健康管理的重要組成部分。數字健康醫療服務提供者可與商業健康保險提供者合作，開發新保險產品以滿足個人用戶的特定要求。通過提供從銷售到理賠的端到端服務，可以提高健康管理的整體效率。

中國數字健康及保健市場的未來趨勢

預計中國數字健康及保健市場在不久的將來會出現以下變化：

- *關注數字戰略*。醫藥企業在能力提升方面已轉向數字化策略。越來越傾向於通過線上渠道開展業務活動，包括品牌營銷、患者教育、遠程服務、醫療電子商務、疾病管理等領域進行。
- *醫生參與度提升*。更多醫生通過第三方平台或互聯網醫院提供線上診療服務。醫生使用多個平台已成為趨勢。越來越多符合資格的醫生積極參與亦促使更多患者上網就醫。
- *消費者醫療保健數字化*。消費者數字醫療保健服務需求的不斷上升，推動中國數字健康及保健行業的成長。數字消費者醫療保健服務為患者提供一個具成本效益的選項獲得優質醫療服務，並讓數字醫療保健平台增加患者留存率。
- *開發慢性疾病線上管理平台*。數字醫療保健平台正與醫藥企業及醫院合作，促進長期慢性疾病管理和術後護理以改善預後。線上疾病管理平台亦可以幫助醫生更好地管理病人，追蹤患者信息，並提供跟進治療諮詢。

行業概覽

- **數字醫療基礎服務的重要性。**各級醫院積極透過建設線上醫院及豐富院外服務，加快轉型為線上業務。此轉型增加公眾對相關數字醫療基礎服務的需求。

中國數字健康醫療服務市場

概覽

數字醫療服務市場透過科技平台解決患者對健康及醫療服務的需求。與傳統的健康及醫療服務相似，現今的數字醫療服務涵蓋診斷前、診斷中及診斷後的期間。典型服務包括線上預約服務、諮詢服務、健康數據追蹤及慢性病管理及治療。

中國數字健康醫療服務市場的市場規模及預測

根據弗若斯特沙利文的資料，中國數字健康醫療服務市場的市場規模由2017年的人民幣110億元增加至2022年的人民幣826億元，2017年至2022年的複合年增長率為49.6%；預計由2022年的人民幣826億元增加至2026年的人民幣3,668億元，2022年至2026年的估計複合年增長率為45.2%。根據弗若斯特沙利文的資料，預期該市場規模將於2030年進一步達到人民幣1.0萬億元，原因如下：

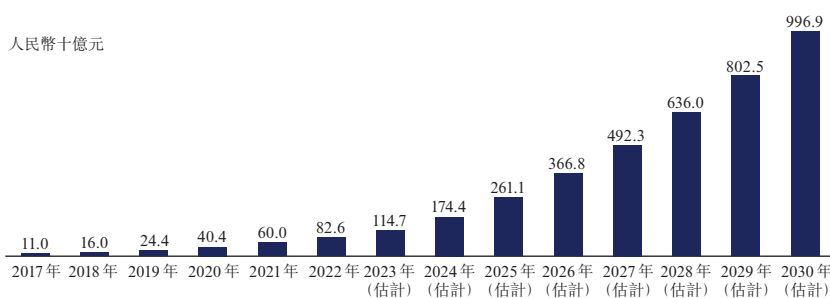
- 中國已進入高齡化社會。中國65歲及以上人口於2017年至2022年間急速增長，複合年增長率為5.8%。根據中國國家統計局，到2030年，65歲或以上人口估計由2022年的約210.0百萬名增至2030年的約273.2百萬名。中國老齡人口增長將令保健及健康管理服務的需求上升。根據弗若斯特沙利文的資料，此等服務的數字化可能為不可避免的趨勢，令市場急劇擴張；及
- 中國多項疾病的發病率於過去數十年有所增長，主要由於健康意識提高及技術更為先進，人們更常進行體檢。例如，中國糖尿病患者人數由2017年的122.0百萬人增至2022年的140.3百萬人，預期於2030年達到153.8百萬人。疾病發病率上升亦推動疾病預防服務及健康管理服務的需求，令市場急劇擴張。

行業概覽

下圖載列2017年至2030年中國數字健康醫療服務市場的規模及增長率。

2017年至2030年(估計)中國數字健康醫療服務市場規模

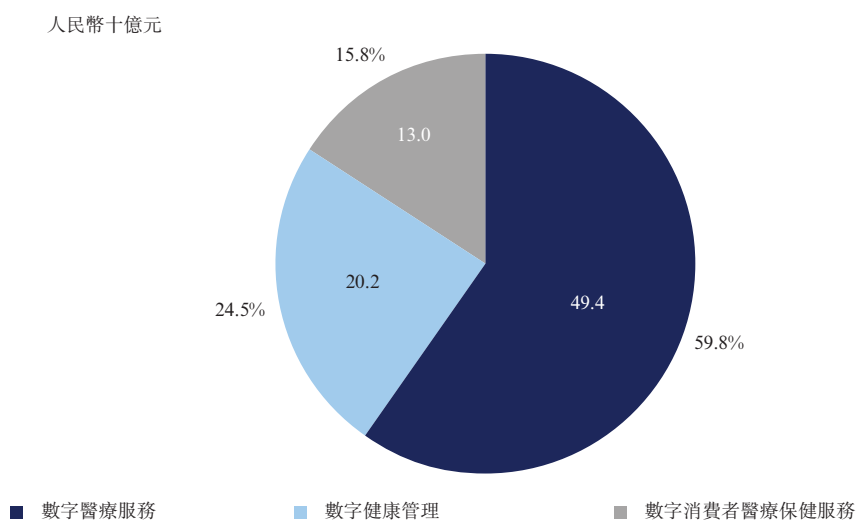
期間	複合年增長率
2017年至2022年	49.6%
2022年至2026年(估計)	45.2%
2026年(估計)至2030年(估計)	28.4%



資料來源：商務部、相關上市公司年報、弗若斯特沙利文分析

下圖載列2022年中國數字健康企業服務市場按分部劃分的明細。

2022年中國數字健康醫療服務按分部劃分的市場規模明細



資料來源：年報、公開資料、弗若斯特沙利文分析

行業概覽

數字健康醫療服務市場主要包括數字醫療服務市場、數字健康管理市場及數字消費者醫療保健服務市場。2022年數字健康醫療服務市場的市場規模達到人民幣826億元。

中國數字健康醫療服務市場的增長驅動力

中國數字健康醫療服務市場的快速增長主要受以下因素影響：

- **老齡人口及慢性病增加。**慢性病將於不久將來在中國老齡人口越趨普遍，表明慢性病管理的重要性。患者依從性及病況管理為慢性病管理的兩項最常見挑戰。數字技術讓醫生更輕易以電子方式追蹤患者資料，有助進行患者管理。
- **線下醫療資源分配不均。**三級醫院佔中國醫院總數不足10%，但提供超過門診總數一半的服務。在中國，三級醫院主要位於較為發達的城市。線上諮詢讓各地患者取得優質醫療資源。此外，線上諮詢有效地將患者流量向線上或線下分流，在建立中國等級診療制度中擔當重要角色。
- **線上諮詢能力不斷增加。**線上諮詢擴大服務組合及改善疾病診斷及治療的服務能力，帶動更多患者通過線上渠道尋求醫療意見。

中國數字健康醫療服務市場的進入壁壘

根據弗若斯特沙利文的資料，以下是中國數字健康醫療服務市場提供者的進入壁壘：

- **患者隱私。**線上醫療服務供應商需要保障患者資料安全及隱私，對患者隱私的擔憂可能會妨礙獲得患者。
- **診斷及治療質量。**患者在線上描述其癥狀較不方便，醫生要準確診斷治療患者亦較具挑戰。有關不足可能會使醫生較難作出診斷及治療，影響線上醫療服務的整體質量。因此，具備經驗及技術的醫生，對計劃提供線上診斷及治療服務的新參與者而言不可或缺。

行業概覽

- **技術限制。**提供有組織的用戶體驗，對吸引及挽留個人用戶至關重要。建立及提供數字診療需要具備強大的技術能力。

中國數字健康醫療服務市場的機遇及挑戰

- **線上業務已成為主要動力。**線上業務現已成為整個消費市場最突出的特徵。互聯網新經濟帶動在線體檢及在線問診及診斷的發展。同時，採用先進的信息技術及有利的國家政策將進一步鼓勵數字健康產業的新業務及新模式。
- **線上覆診及藥物購買。**慢性病藥物處方有效期一般為六個月。互聯網醫院可以具成本效益的方式為確診疾病(尤其是慢性病)的患者提供線上處方更新服務。線上處方更新及藥物重覆購買的推出將繼續產生巨大業務機遇。

數字健康醫療服務市場亦甚具挑戰。可用有經驗醫生數目未必與不斷增長的醫療需求同步增長。線下藥品配送能力不足亦可能阻礙線上醫療服務的擴張。小型品牌可能無法與擁有較大用戶流量的成熟平台有效競爭。

中國數字健康醫療服務市場的競爭格局

中國數字健康醫療服務市場競爭激烈。下表闡明分別按截至2022年12月31日的平台註冊醫生數目、平台連接一級／二級／三級醫院數目、註冊個人用戶數目，以及2022年以收益計的市場規模計量的中國數字健康醫療服務市場的競爭格局。

排名	公司	上市地位	平台註冊 醫生數目 (千名)	排名	公司	上市地位	平台 連接一級／二 級／三級醫院 數目
1	本公司	未上市	833	1	公司B ⁽²⁾	未上市	10,000+
2	公司A ⁽¹⁾	未上市	660	2	公司E ⁽⁵⁾	未上市	8,000+
3	公司B ⁽²⁾	未上市	560	3	本公司	未上市	7,365
4	公司C ⁽³⁾	未上市	400	4	公司F ⁽⁶⁾	未上市	~5,000
5	公司D ⁽⁴⁾	未上市	360	5	公司G ⁽⁷⁾	未上市	~4,700

行業概覽

排名	公司	上市地位	註冊個人 用戶數目 (百萬名)	排名	公司	上市地位	以收益計的 市場規模 (以百萬元計)
1	公司H ⁽⁸⁾	已上市	~440	1	公司E ⁽⁵⁾	未上市	~2,700
2	公司E ⁽⁵⁾	未上市	~270	2	公司H ⁽⁸⁾	上市	1,848
3	公司I ⁽⁹⁾	未上市	~210	3	公司J ⁽⁹⁾	上市	860.3
4	本公司	未上市	171	4	公司K ⁽¹⁰⁾	未上市	347.0
5	公司A ⁽¹⁾	未上市	~160	5	公司L ⁽¹¹⁾	未上市	233.3
				6	公司M ⁽¹²⁾	上市	187.9
				7	本公司	未上市	183.0

附註：

- (1) 公司A為一間於2011年成立的北京公司，主要專注於線上醫療及健康諮詢服務。
- (2) 公司B為一間於2005年成立的深圳公司，主要專注於預約及登記以及健康諮詢服務。
- (3) 公司C為一間於2015年成立的廣州公司，主要專注於預約及登記以及健康管理服務。
- (4) 公司D為一間於2015年成立的廣州公司，主要專注於慢性疾病患者的患者管理、線上諮詢及處方推薦。
- (5) 公司E為一間於2010年成立的杭州公司，主要專注於會員健康管理服務及數字慢性疾病管理。
- (6) 公司F為一間於2004年成立的深圳公司，主要專注於家庭健康服務。
- (7) 公司G為一間於2018年成立的廣州公司，主要專注於線上醫療內容服務及臨床研究患者招募解決方案。
- (8) 公司H為一間於2014年成立的上海公司，主要專注於互聯網保健平台的營運。
- (9) 公司I為一間於2006年成立的北京公司，主要專注於線上診療服務，以及線上預約安排服務。
- (10) 公司J為一間北京公司，主要專注於醫藥直銷業務、醫藥電子商務平台業務以及健康醫療及數字服務業務。
- (11) 公司K為一間於2011年成立的上海公司，主要專注於雲醫院平台服務、互聯網醫療服務及健康管理服務。
- (12) 公司L為一間於2015年成立的北京公司，主要專注於院外患者綜合服務、醫療機構賦能服務及醫療價值鏈賦能服務。

行業概覽

- (13) 公司M為一間於2014年成立的杭州公司，主要專注於院內解決方案、藥房解決方案及個人慢性病管理解決方案。

中國數字健康企業服務市場

概覽

數字健康企業服務分為三個主要類別：(i)醫藥企業的數字化營銷服務；(ii)醫療機構及醫藥企業的軟件及系統開發服務；及(iii)醫藥企業的真实世界研究支持服務。

中國數字健康企業服務市場的市場規模及預測

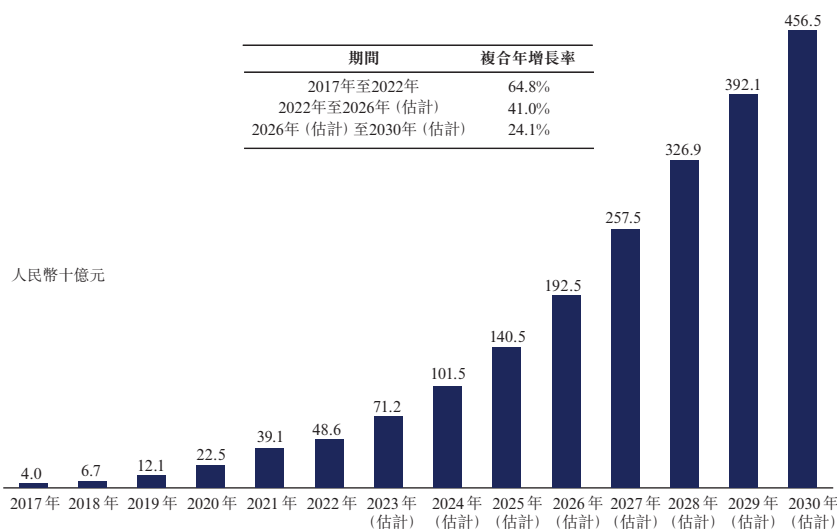
根據弗若斯特沙利文的資料，中國數字健康企業服務市場的市場規模由2017年的人民幣40億元增加至2022年的人民幣486億元，2017年至2022年的複合年增長率為64.8%；預計將由2022年的人民幣486億元增加至2026年的人民幣1,925億元，於2022年至2026年的預計複合年增長率為41.0%。根據弗若斯特沙利文的資料，預期有關市場規模將於2030年進一步達到人民幣456.5百萬元，原因如下：

- 截至2022年12月31日，超過60%的醫生擁有副主任醫師或更高職稱，而中國有362.4百萬名用戶已連接至數字化健康及醫療服務平台。根據弗若斯特沙利文，預期日後會有更多醫療保健專業人員及患者將連接至數字化健康及醫療服務平台。因此，數字健康醫療服務平台日漸對製藥業的公司更具吸引力，以求更有效地獲得潛在客戶。數字醫療企業服務市場的市場規模預期會持續增長；及
- 在製藥市場更多新藥物進行商業化的主因下，中國對真實世界數據的上市後研究的需求於近年急速增長。自2019年起，藥品審評中心及藥監局已頒佈多項有關藥物及醫療器械的真实世界數據運用的指引，包括《真實世界證據支持藥物研發的基本考慮(徵求意見稿)》及《RWE指導原則》。預期有關利好政策會進一步推動市場擴張。

行業概覽

下表載列於2017年至2030年中國數字健康企業服務市場的規模及增長率。

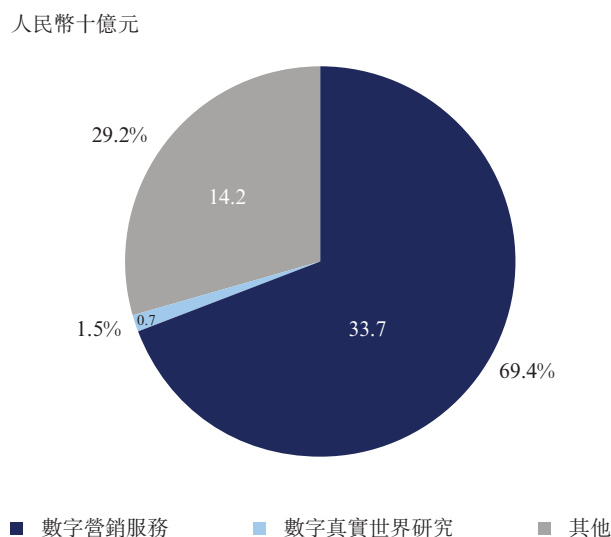
2017年至2030年(估計)中國數字健康企業服務市場規模



資料來源：相關公眾公司年報及弗若斯特沙利文分析

下圖載列2022年中國數字健康企業服務市場按分部劃分的明細。

2022年中國數字健康企業服務市場按分部劃分的明細



數字健康企業服務市場主要由數字健康營銷服務市場、數字真實世界研究市場及其他組成。於2022年中國數字健康企業服務市場的市場規模達到人民幣486億元。

行業概覽

數字健康企業服務市場的增長動力

中國數字健康企業服務市場的快速增長主要由以下因素驅動：

- **效率提高。**與傳統營銷相比，數字健康企業服務提供更省時、更實惠的替代方案。數字健康企業服務提供者利用其網絡協助醫藥企業進行數字營銷活動。醫藥企業可獲得的數據及資源更有效地推廣其產品。具體而言，數字營銷活動的執行速度快於需要面對面互動的傳統方式。此外，該營銷活動的反饋可及時獲得及分析。
- **卓越的營銷分析及見解。**數字健康企業服務可以提高醫藥及醫療企業營銷活動的效率。在大數據分析工具支持下，醫藥及醫療企業能夠根據特定的人口統計、興趣及行為，有針對性地觸達患者。此外，從數字營銷中收集的數據有助於分析客戶的行為、年齡、偏好、消費習慣及其他屬性。這進而使醫藥及醫療企業能夠完善其營銷策略並提高整體營銷效果。
- **患者對創新療法的需求不斷增長。**醫療難題日益嚴峻，促使患者尋求更好的治療。患者接觸到大量與最新醫療發展相關的廣告。對創新療法的需求日增將繼續帶動此市場增長。

中國數字健康企業服務市場的進入壁壘

根據弗若斯特沙利文的資料，以下是供應商於中國數字健康企業服務市場的進入壁壘：

- **為多名利益相關者提供服務的能力。**數字健康企業服務市場涉及醫院、醫藥企業及地方衛生部門等各種利益相關者。由於品牌意識薄弱及市場競爭激烈，該市場的新興企業面對不少挑戰該等新興企業通常以其有限的資源同時為各利益相關者發展多項服務。因此，彼等可能缺乏為數字健康企業服務市場中的所有關鍵利益相關者提供服務的能力。

行業概覽

- *嚴峻的技術障礙*。大數據分析及人工智能演算等先進技術導致此市場出現技術轉型。通過結合現代數字工具及醫療專業知識，數字健康企業服務供應商將數字企業服務的應用擴展至更多場景。運用數字營銷服務等數字企業服務，要求硬件及軟件持續作出更新，因應產生若干進入壁壘。

中國數字健康企業服務市場的機遇及挑戰

- *集中採購需要有效的營銷模式*。隨着全國範圍內集中採購及「兩票制」的實施，藥品價格呈下降趨勢，醫藥企業極需控制其營銷開支，以維持盈利能力。
- *引進新型藥物及醫療設備推動市場營銷的整體需求*。在中國，在政府的一系列改革帶動下，越來越多的自主研發的創新藥物及醫療設備已投入商業化。跨國及國內醫藥企業對具成本效益的數字營銷服務的需求日增，以推廣創新藥物及醫療設備。與傳統醫療營銷渠道通常依靠醫藥代表向醫療機構及藥房推廣產品相比，數字營銷服務可以有效降低營銷成本。數字營銷服務有助於醫藥企業通過互聯網接觸到更廣泛的受眾。例如，傳統營銷渠道極少涉及農村地區的患者，而通過數字營銷，彼等能夠以與城市居民相同的方式接觸醫藥企業。因此，醫藥企業可以擁有更多機會向更多有需要的潛在客戶高效率及有效果地介紹其藥品及醫療設備。
- *越來越依賴數字技術及人工智能*。數字營銷服務在各個行業的應用已逐漸取代傳統的線下模式。通過運用大數據分析、人工智能以及其他數字技術，數字營銷有助醫藥企業以更精準及準確的方式觸達目標顧客。

中國數字健康企業服務市場的競爭格局

中國的數字健康企業服務市場正處於早期發展階段，該行業的市場參與者仍在不斷發展和優化其商業模式。市場參與者提供多樣化的服務，往往彼此不同，以滿足製藥公司、醫療機構及其他企業的多元化需求。據估計，截至2022年12月31日，中國有超過100家數字健康企業服務供應商。該等服務供應商以不同的商業模式專注於市場的不同領域，其中可能包括不同企業服務的組合，如數字營銷服務、軟件及系統開發服務，以及RWS支援服務。市

行業概覽

場參與者提供的不同服務的組合，導致中國數字健康企業服務市場的分散化。根據弗若斯特沙利文的資料，據估計，包括我們在內的市場參與者各自的市場份額於2022年年按收入計算佔中國數字健康企業服務市場的不足3%。截至最後實際可行日期，並無足夠公開信息用以評估完整中國數字健康企業服務市場的競爭格局。

行業資料來源

我們委託主要從事提供市場研究諮詢服務的獨立市場研究諮詢公司弗若斯特沙利文對中國健康及保健市場進行詳細分析。在編製弗若斯特沙利文報告的過程中，弗若斯特沙利文進行了初級及二級研究，並獲得有關中國健康及保健市場的趨勢的知識、統計數據、資料及行業見解。一級研究包括與領先的行業參與者及專家討論行業的現狀。二級研究包括查閱公司的年度報告、獨立研究報告及弗若斯特沙利文的專有數據庫。弗若斯特沙利文報告是基於以下假設編製：(i)中國的社會、經濟及政治環境在預測期內可能保持穩定；及(ii)相關行業的主要驅動力可能在預測期內推動市場發展。

弗若斯特沙利文是一家獨立的全球諮詢公司，於1961年在紐約成立。它提供行業研究及市場戰略，並提供發展諮詢及企業培訓。我們已與弗若斯特沙利文簽訂合約，向其支付與編製弗若斯特沙利文報告有關的費用人民幣0.7百萬元。我們在本節弗若斯特沙利文報告以及「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」及本文件其他部分摘錄若干資料，以便為我們的潛在[編纂]提供有關我們所處行業的更加全面的介紹。

除另有說明外，本節所包含的所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。我們確認，在採取合理謹慎措施後，自弗若斯特沙利文編製報告之日起，市場資料未發生任何可能對本節所載資料在任何重大方面構成限制、矛盾或影響的不利變動。