

## 行業概覽

本節載有關於本集團經營所在行業的資料及統計數據。該等資料及數據乃摘自弗若斯特沙利文於二零一零年刊發關於客戶聯絡中心、客戶聯絡中心服務及客戶聯絡中心應用軟件的獨立行業報告，惟僅作為一般市場研究而與上市無關。支付費用34,500美元(不包括任何佣金)後，本集團已取得權利於本招股章程使用及轉載相關報告的內容，包括「二零零九年曆年亞太客戶聯絡中心服務市場(Asia Pacific Contact Center Services Market CY 2009)」、「二零一零年曆年亞太客戶聯絡中心市場評估(Assessment of Asia Pacific Contact Center Market, CY 2010)」及「二零一零年曆年亞太客戶聯絡中心應用軟件市場(Asia Pacific Contact Centre Applications Market CY 2010)」以及弗若斯特沙利文提供的若干二零一零年更新資料。

本集團董事相信，鑑於香港市場較小，故調查機構並無有關客戶聯絡中心市場的已刊發資料，而本節所摘錄主要有關亞太及大中華客戶聯絡中心服務及應用軟件市場的資料乃可供投資者參考的最相關資料。本集團董事認為，客戶聯絡中心市場於不同地理區域的行業特性不同；然而，亦不乏相似之處，亞太及大中華的資料確實可為香港(本集團目前經營地)的市場情況提供一些參考。

本集團相信，該資料的來源乃有關資料的適當來源。本集團於摘錄及轉載該等資料時採取審慎態度。本集團並無理由相信該等資料為虛假或具誤導成份或遺漏任何事實致使該等資料為虛假或具誤導成份。摘錄自弗若斯特沙利文報告的資料並未由本公司、控股股東、獨家保薦人、獨家賬簿管理人、配售的任何其他參與方或彼等各自的董事、高級職員、僱員、顧問或代理獨立核實，亦無就其準確性發表聲明。

### 弗若斯特沙利文

本節關於弗若斯特沙利文業務、背景及資格的資料乃以弗若斯特沙利文提供的資料為根據。

#### 業務、背景及資格

弗若斯特沙利文於一九六一年創立，在全球各地設有超過40個辦事處，分佈全球的分析員團隊由超過1,800名當地分析員組成。於二十世紀七十年代，弗若斯特沙利文於倫敦成立歐洲總部，並製作首份泛歐洲增長諮詢報告。於二十世紀九十年代，弗若斯特沙利文業務擴展至亞洲，於新加坡、中國、印度及日本均設有研究及諮詢辦事處。

---

## 行業概覽

---

弗若斯特沙利文從事技術研究、市場研究、經濟研究、公司最佳常規、訓練、客戶研究、競爭情報及公司策略。弗若斯特沙利文提供一項訂閱形式的計劃，為其客戶提供即時可得的研究，亦提供度身訂做的諮詢方案。弗若斯特沙利文的研究方案涵蓋多個市場，包括航空國防、汽車運輸、化學物料、材料及食品、能源及能量系統、環境及建築技術、醫療保健、工業自動化及電子、資訊及通訊技術。

### 參數及假設

根據弗若斯特沙利文提供的資料，編製數據及統計時所採納一般參數及假設如下：

- 弗若斯特沙利文使用專有的市場工程研究程序，深入分析特定市場，加深對各追蹤次級市場的了解，作為確立市場規模及其他定量資料的一部份。
- 於特定國家的行業分析以九年期方式進行。基準年即進行研究的當前年度，就本節的不同研究報告而言則為二零零九年或二零一零年。根據對發展中市況(帶動及限制因素)及其短期(一至兩年)、中期(三至四年)及長期(五至六年)影響程度的分析預測未來六年的市場數據。
- 定量市場資訊主要基於與重要行業參與者(包括供應及需求兩方)的訪談作出估計。弗若斯特沙利文盡全力查證製造商或用家分享的所有定量資訊，惟對任何不正確資訊概不負責。
- 所有收入數字乃基於終端用家定價作出，並以美元計值。
- 報告中與客戶聯絡中心應用軟件市場有關的收入為產品牌照收入。專業服務及維護相關的收入乃客戶聯絡中心服務研究的一部份。

弗若斯特沙利文認為，按照其專有研究方法及衍生方式，有關於二零零九年或二零一零年曆年進行研究時的市況統計屬真實可靠。研究報告並未更新。

### 實際及預測數字

於本節各表圖附註列明的基準年以前及直至基準年的所有數據均為實際數字，而基準年以後的所有數據則為預測數字。

### 預測方法

誠如弗若斯特沙利文確認，彼等預測方法乃綜合若干預測技巧及市場工程量度基準系統。預測方法乃以下列示的七步系統，確保最高的預測可信度及準確性。

1. 已完成市場工程研究程序

市場工程研究過程提供當前市況及趨勢的指導測量，作為預測的基準。

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. 識別市場驅動力及限制

於現階段，分析員詳述就收入而言將推動市場發展的因素，並確定將阻礙發展的因素。

4. 專家意見與分析員團隊整合

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方向的意見與已有數據及分析整合。

5. 已計算預測

於現階段，分析員收集制訂初始預測情況所需市場數據，並評估各情況以釐定市場規模最有可能的結果。例如，使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

倘數據與預測情況有衝突，則須與研究過程中受訪的行業專家再次討論有關市場預測。

7. 研究部門的質量控制

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數值的精確度及內部一致性。

### 市場份額

載列於本節的市場份額乃以市場收入計市場參與者於量度年內可獲得的年度市場部份的計量。釐定方式為以個別市場參與者的收入劃分市場收入總額。弗若斯特沙利文採用「自下而上市場工程」方法，即訪問各主要行業競爭者及從市場取得各公司的年度收入。為計算市場規模總額，弗若斯特沙利文的分析員首先反覆驗證所有計量，然後將之加總以取得總市場的最後計量。

誠如弗若斯特沙利文所確認，使用上述標準釐定市場份額乃行業常規。

### 亞太客戶聯絡中心服務市場

#### 主要市場趨勢

二零零八年年底全球經濟下滑，令營商環境不明朗，眾多投資隨之止步，對地區客戶聯絡中心服務影響深遠。此導致二零零九年整個亞太客戶聯絡中心服務市場相比於二零零八年萎縮10.5%。亞太客戶聯絡中心服務市值達287,500,000美元，自二零零九年至二零一六年的複合年增長率為14.2%，增長穩健。跨國企業逐漸深入亞太市場且日益專注追求卓越客戶服務，亞太市場受惠良多，不斷增長。此外，區內多個成熟市場的互聯網通訊協定快速轉變，亦令採用專業服務的客戶聯絡中心大增。客戶聯絡中心服務環境乃由供應商、系統整合商及服務供應商組成。大部分同業均與主要夥伴優勢互補，合作無間，以推出單一全方位服務平台。互聯網通訊協定轉變，以及客戶聯絡中心整合，增加建置及整合服務需求。顧問服務尚在萌芽階段，在客戶聯絡中心業務日趨複雜的澳洲、日本、韓國等成熟市場較常採用。客戶亦多要求將維護服務納入服務合約基本條件，因此，該分部的相關定價不斷下跌，促進服務供應商拓展服務種類。

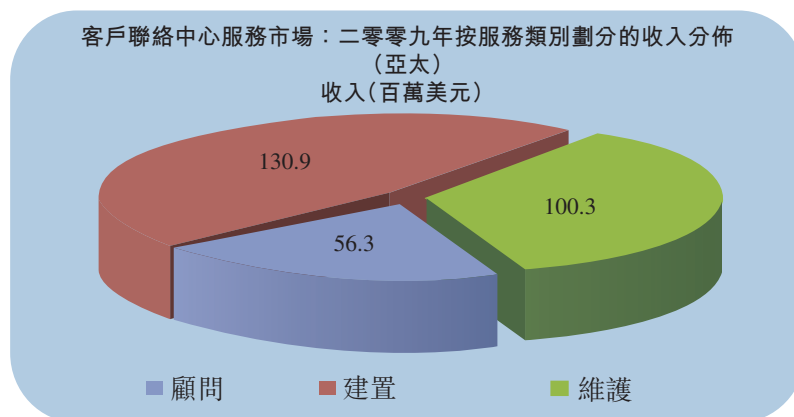
## 行業概覽

### 客戶聯絡中心服務市場：二零零九年市場工程計量(亞太)

計量項目名稱	計量	趨勢
市場年齡	起步階段	增加
收入(二零零九曆年)	287,500,000美元	增加
潛在收入(二零一六年)	616,600,000美元	增加
基準年市場增長率	(10.5%)	上升
複合年增長率(二零零九年 至二零一六年)	11.5%	下跌
飽和度(目前/潛在)	46.6%	穩定
價格敏感度	高	穩定

**附註：**

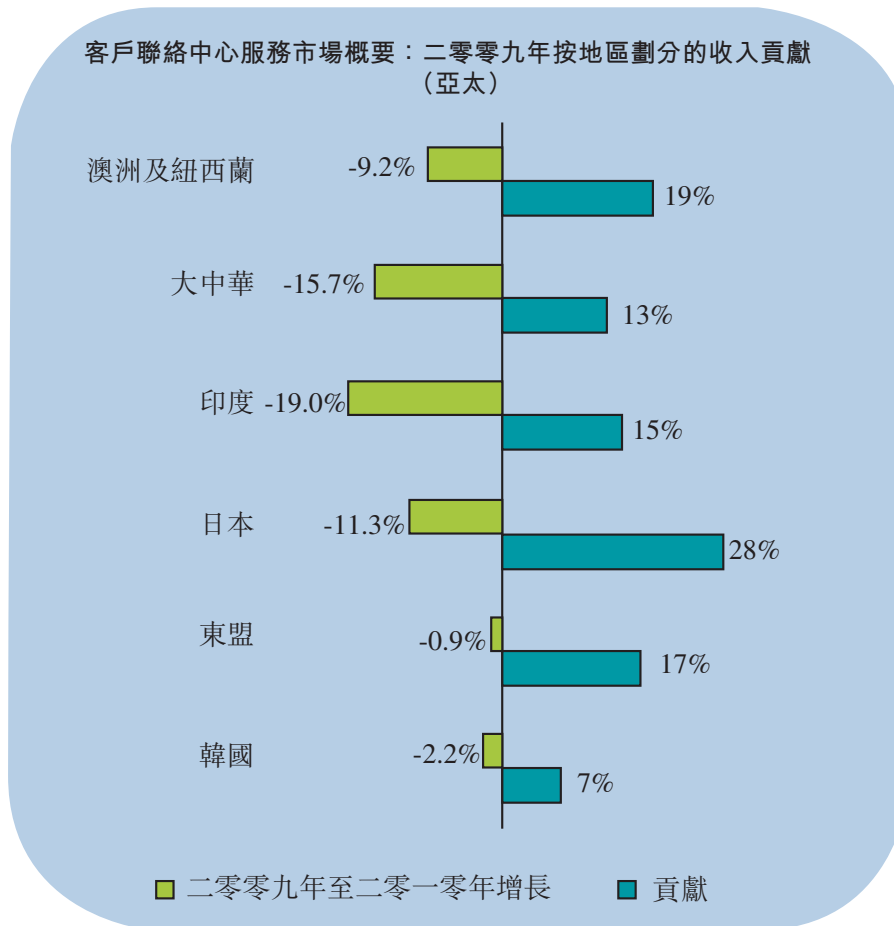
所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文



**附註：**

所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文

亞太客戶聯絡中心服務市場 – 所有產品市場



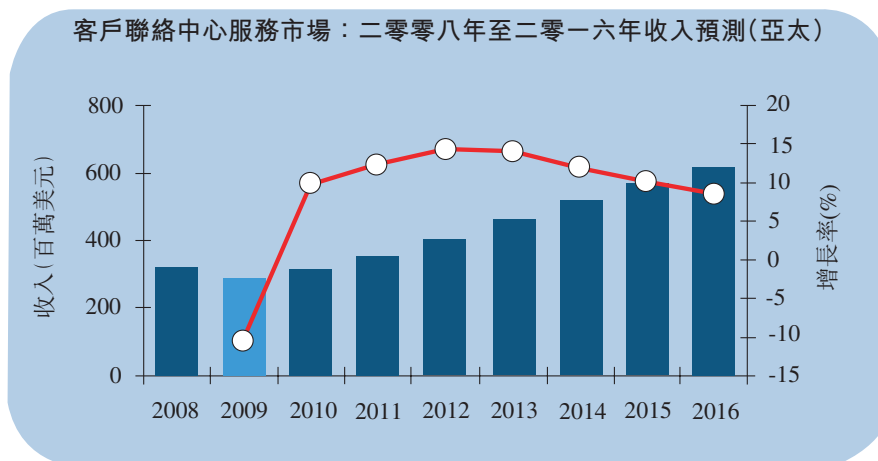
附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文

地區趨勢

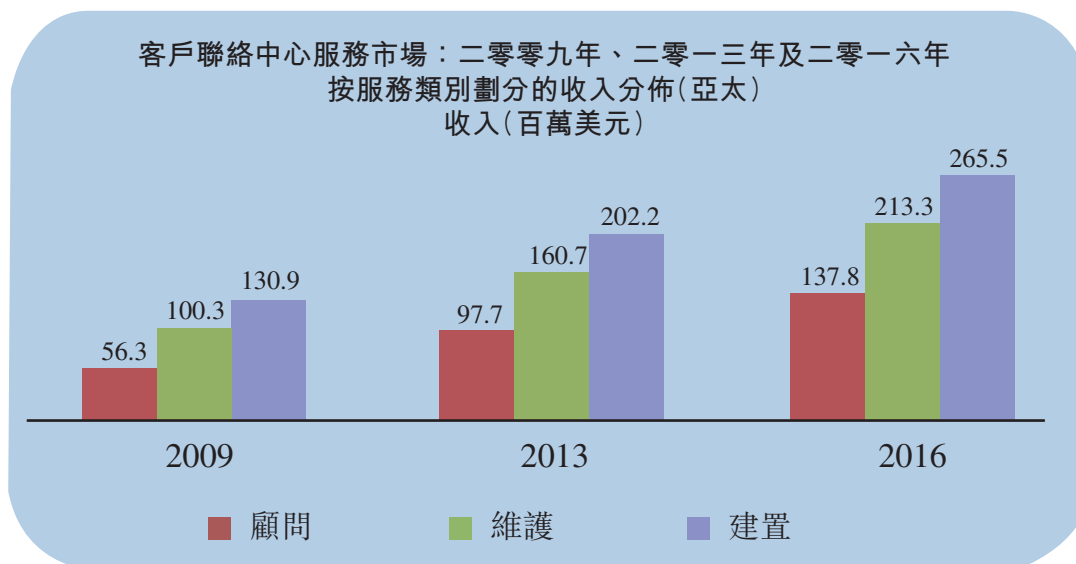
二零零八年年底全球經濟下滑，導致區內市場於二零零九年承受程度不一的壓力，相對大型、成熟及先進市場所承受的影響較大。亞太客戶聯絡中心市場的復甦跡象明顯，服務需求穩步上揚。澳洲、日本及韓國等亞太區成熟市場在科技應用上領先同儕。儘管銀行、金融服務及保險業及電訊業繼續壟斷有關市場，政府部門亦投資於客戶聯絡中心及相關專業服務。大型外包客戶聯絡中心市場及中央及若干地方政府的電子政府方案促進市場發展。客戶聯絡中心服務的本地需求增長可能屬區內增長最快。中國市場的龐大海外投資及國內需求激增，令其需求處於領導地位，大中華區亦蓄勢待發，致力於強勁增長。其他領先行業包括香港的銀行、金融服務及保險業及台灣的製造業及政府部門。儘管東盟的客戶聯絡中心應用軟件市場因全球經濟下滑而萎縮，本公司成功提升交易的服務部分價值減少損失。內需乃區內主要原動力，馬來西亞、菲律賓及越南等市場均有所增長。

亞太客戶聯絡中心服務市場 – 服務市場



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文

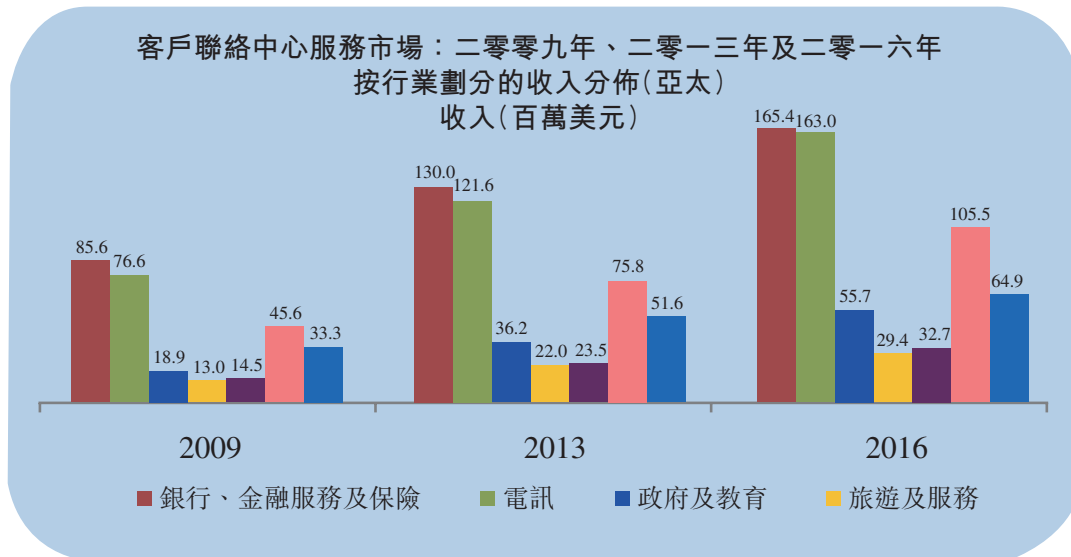
市場驅動力

區內互聯網通訊協定基建發展迅速，加上互聯網通訊協定解決方案漸受青睞，為互聯網通訊協定客戶聯絡中心、顧問及持續維護服務造就不少機遇。由於客戶聯絡中心已並非僅為成本中心，策略地位開始確立，而服務供應商及系統整合商對先進應用軟件及更切合需要的方案需求日益殷切，預期將於日後促進採納區內專業服務。區內中小企及政府部門亦陸續採用中小型客戶聯絡中心，預期將增強專業服務的需求。

## 行業概覽

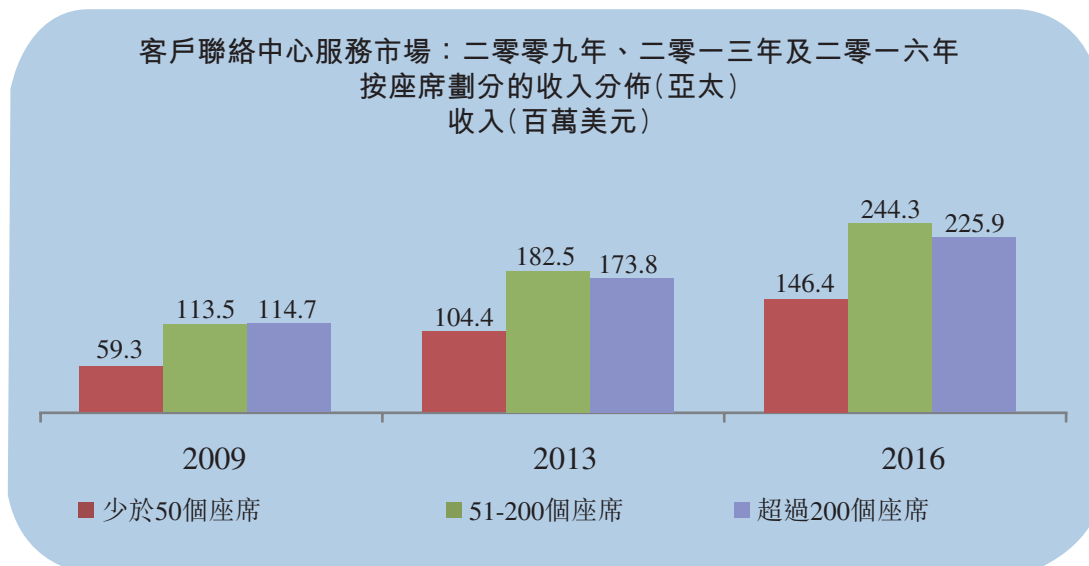
### 市場限制

顧問及建置等服務分部成本高昂令專業服務採用受阻。市場大部分公司安於現狀，開發先進但看似複雜的應用軟件的機會不大，令各類相關專業服務面臨重大挑戰。市場競爭日趨激烈，維護服務的毛利率及定價下跌，抑制增長前景。



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文（包括預測）



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文（包括預測）



## 行業概覽

### 採納趨勢

銀行、金融服務及保險、電訊及外包業通常較早採納客戶聯絡中心的相關專業服務，貢獻合共超過72%收入。區內多個地區甚至市場內的客戶聯絡中心數目日益增加，科技開支預期將會隨之增加。再者，由於多個行業均缺乏內部資訊科技人才，刺激建置、整合及維修服務的需求。區內多個市場由政府部門所設立的客戶聯絡中心數目日益增加，加上多個部門推行電子政府方案，吸引服務供應商及系統整合商。政府及教育界顯然是未來期間增長最迅速的行業。配置範圍包括支援運輸及培訓措施的大型客戶聯絡中心及以民為本的中小型客戶聯絡中心。日本、新加坡、澳洲、韓國及香港等多個國家在採納方面屬領先水平，而印度及中國緊隨其後。製造、旅遊及服務業乃日本、印度及東盟市場的朝陽行業。中小企對客戶聯絡中心的認識日深，令客戶聯絡中心服務日益普及，並要求應用軟件更切合需求，以完善客戶服務功能。採用先進應用軟件仍局限於大型客戶聯絡中心，而定價架構亦能左右決策。

### 亞太客戶聯絡中心服務市場：二零一零年

#### 客戶聯絡中心服務市場概要：二零一零年按地區劃分的收入貢獻(亞太)

亞太	澳洲及 紐西蘭	大中華	印度	日本	韓國	東盟	亞太
總收入(美元)							
二零一零年的總收入	198,448,250	186,989,394	97,479,720	275,577,345	86,198,127	150,636,517	995,329,353
二零一零年的收入增長(%)	9.3%	7.1%	11.6%	4.5%	2.5%	10.1%	7.2%
二零零九年的總收入	181,514,480	174,616,900	87,314,000	263,836,513	84,107,981	136,800,414	928,190,288

資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 客戶聯絡中心服務市場：二零零九年至二零一七年收入預測(亞太)

市場	市場預測收入(美元)									
	二零零九年	二零一零年	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一五年	二零一六年	二零一七年	複合年增長率
澳洲及紐西蘭	54,921,643	59,933,071	66,645,575	74,976,272	85,322,998	98,292,094	110,578,605	121,304,730	130,766,499	11.8%
大中華	37,943,129	41,044,500	45,641,485	51,711,802	57,968,930	64,171,606	70,460,423	76,801,861	83,483,623	10.7%
印度	43,559,808	47,016,263	53,598,540	63,139,080	75,451,200	91,069,599	107,735,336	124,434,313	139,988,602	16.9%
日本	79,535,273	93,293,570	99,450,946	105,418,002	112,586,427	119,904,544	127,938,149	136,254,128	144,838,138	6.5%
東盟	50,248,491	55,330,008	61,692,959	70,453,359	82,078,163	94,636,122	107,411,999	119,549,554	130,906,762	13.1%
韓國	21,274,507	22,178,365	23,730,850	26,459,898	30,164,284	33,934,819	37,158,627	40,131,317	42,940,510	9.9%
亞太	287,482,851	318,795,778	350,760,355	392,158,414	443,572,002	502,008,784	561,283,138	618,475,904	672,924,134	11.3%

附註：

基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

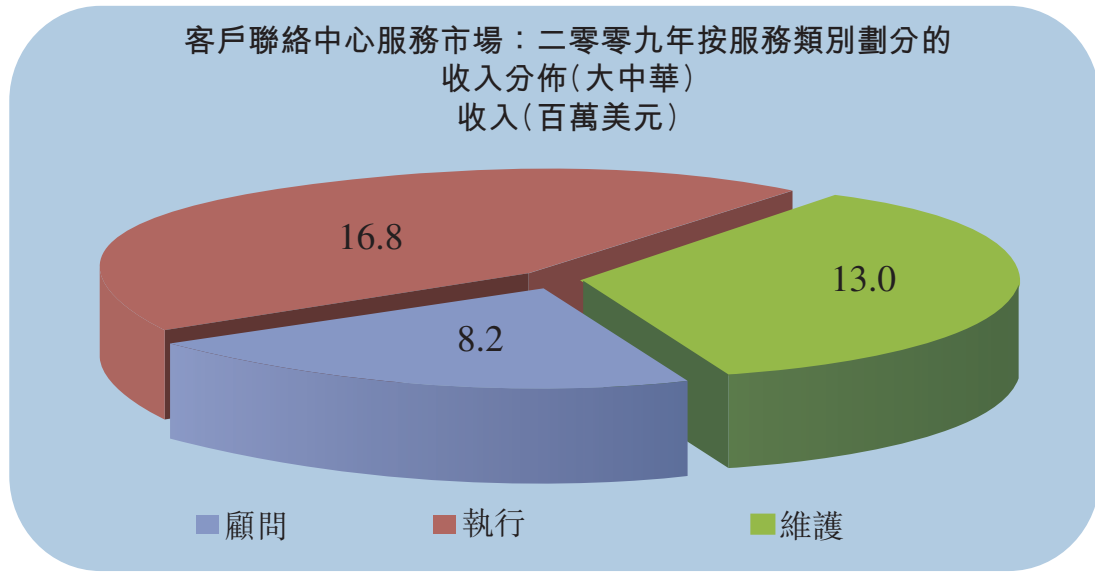
### 大中華的客戶聯絡中心服務市場

#### 客戶聯絡中心服務市場：二零零九年市場工程計量(大中華)

計量項目名稱	計量	趨勢
市場年齡	起步階段	增加
收入(二零零九曆年)	37,900,000美元	增加
潛在收入(二零一六年)	89,600,000美元	增加
基準年市場增長率	(14.6%)	上升
複合年增長率(二零零九年 至二零一六年)	13.1%	下跌
飽和度(即期/潛在)	42.3	穩定
價格敏感度	高	穩定

附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文

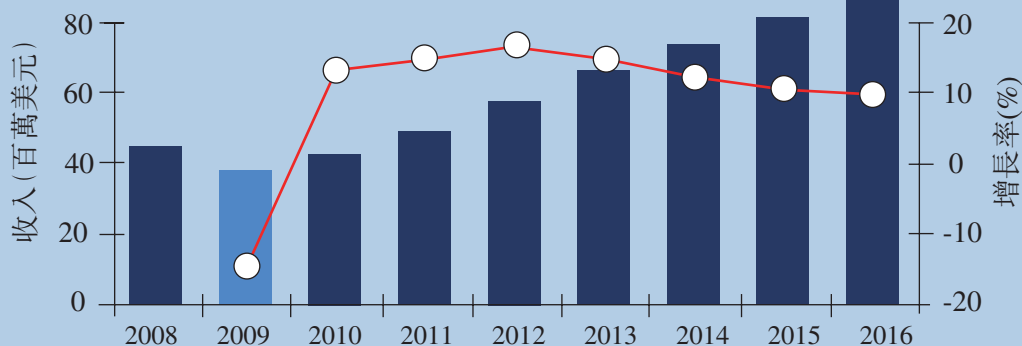
### 主要市場趨勢

經濟下滑令客戶聯絡中心應用市場於二零零九年萎縮，區內客戶聯絡中心服務市場於二零零九年逐漸收窄。大小企業紛紛將部分業務外包予第三方，以期用較低成本完成質量相若的工作。有鑑於此，客戶聯絡中心服務尤其是專業服務，備受關注。全面解決方案供應商偏向招聘更多工程師，重組地方服務團隊，從而提高服務能力。外包客戶聯絡中心服務的需求在中國尤其龐大，主要由於電話中心規模及網絡連接所致。於基準年內，電訊服務供應商對提供客戶聯絡中心服務的興趣甚微，而提供業務流程外包服務的公司對根據提供效用定價的託管模式設立客戶聯絡中心服務頗感興趣。

### 定價趨勢

於二零零九年，項目中的執行服務佔比較二零零八年微跌。由於需要削減成本，客戶要求免費安裝，令總額佔比較少，小額交易尤為嚴重。維護費用平均佔交易的5-10%，二零零九年佔比與二零零八年相同。電話中心的顧問服務需求與日俱增，推高價格。

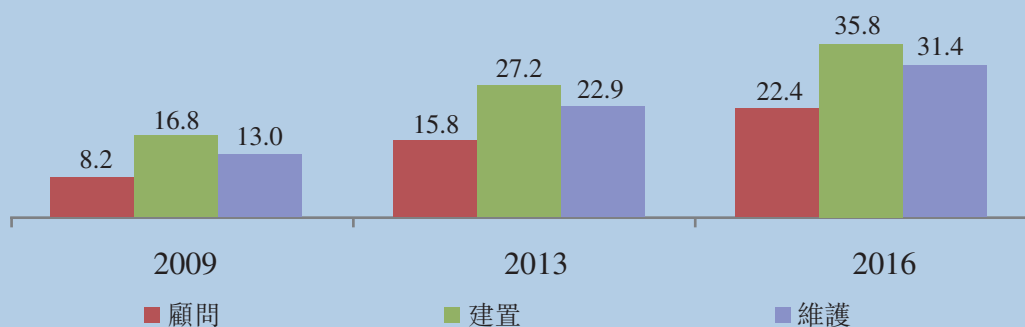
客戶聯絡中心服務市場：二零零八年至二零一六年收入預測  
(大中華)



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文

客戶聯絡中心服務市場：二零零九年、二零一三年及二零一六年  
按服務類別劃分的收入分佈(大中華)  
收入(百萬美元)



附註：

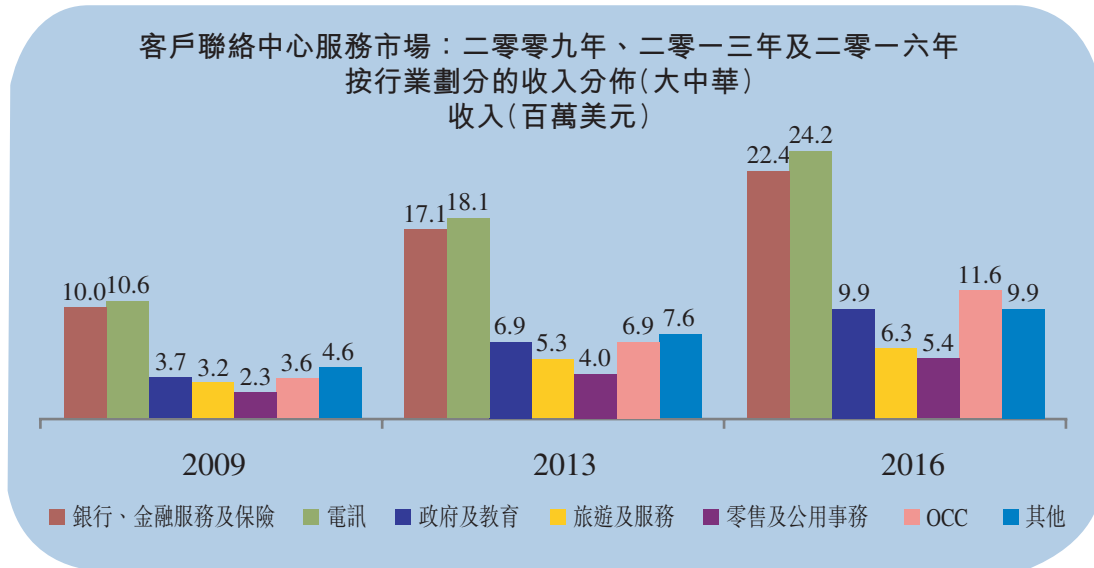
所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 市場驅動力及限制

外包電話中心增長迅速，促使服務市場提供創意高效的服務，以達致運作流暢，並提升客戶留存率。外包服務予另一間公司以減低內部電話中心的營運成本，亦令此服務市場備受認可。區內客戶對資訊科技服務的整體認識相對較低。「免費服務」的概念在市場主導良久，令投入服務的開支較少。

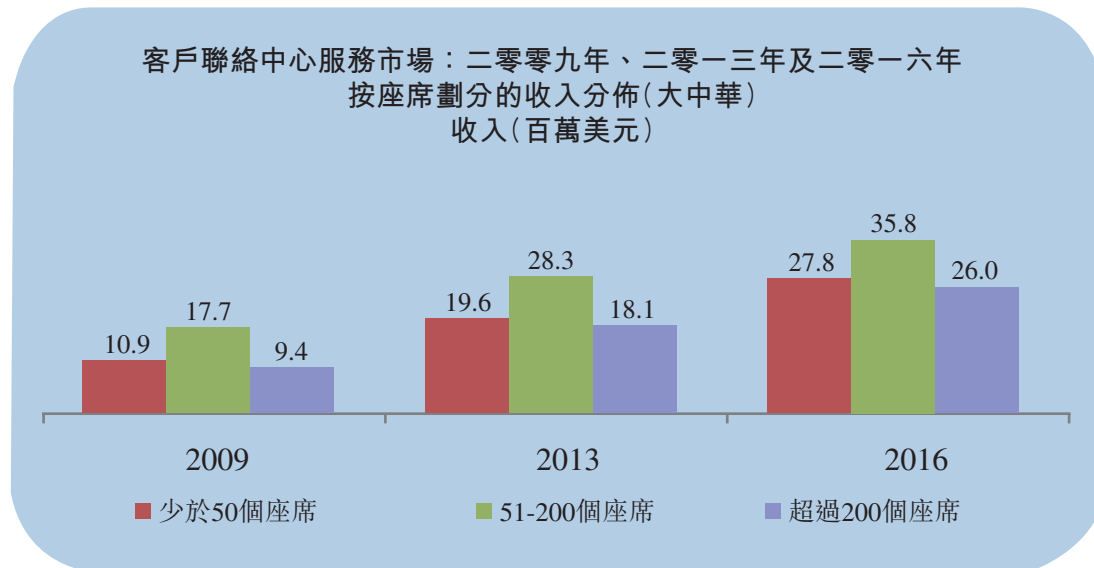
未來趨勢

系統整合商及供應商繼續專注於電話中心服務，或會促進該市場增長。就地區而言，預期中國主要城市及香港於不久將來為拓展服務市場的熱門地區。預期電訊公司主要憑提供寬頻服務，即可在服務市場佔一席位。A及B在外包及託管方面十分進取。中國的電訊公司逐步將電話中心服務納入其服務範疇。協助客戶應對營商環境變化，預期將成為電話中心服務市場的致勝關鍵。



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 採納趨勢

預期中大型電話中心將成為未來期間的主要收入貢獻來源，其中維護及顧問服務對擁有超過1,000個座席的較大型電話中心尤其重要。小型內部電話中心通常建立在單一地點，無須相配合的網絡運營系統。此外，成本控制收緊亦成為企業投資於服務的主要障礙之一。盡量利用人力資源及代理商管理等顧問服務的需求大幅上升，於銀行業及外包業尤甚。例如，提高話務員挽留率已成為銀行及金融服務公司面臨的最大挑戰之一。話務員的上佳表現成為外包電話中心主要賣點。電子商務及電視購物等新興產業相對發展歷史較短，在業務拓展中對客製化服務的需求不斷攀升。例如，網上旅行社翹楚C已將其全國客戶服務中心遷至中國兩座二線城市並隨之擴充。廣東、上海及深圳等人口稠密省市的電訊公司已致力經營外包電話中心，有助電訊公司提升電話中心的服務能力。

### 大中華客戶聯絡中心服務市場：二零一零年

#### 主要市場趨勢

專業服務的需求於二零一零年繼續增加，乃受外包客戶聯絡中心業務及客戶認受度增強所驅動。眾多客戶願意投資於話務員的培訓課程、開發定制化應用軟件及如何維持客戶聯絡中心的整體營運效率，而非像過去擴大話務員的數量。

現時大部份客戶聯絡中心業務由系統整合商及供應商的渠道合作夥伴提供。供應商現正專注於向彼等提供大量定制化的專業及維護服務，而彼等的渠道及系統整合商正接洽市場上大部份企業客戶。

由於香港及台灣的客戶聯絡中心市場正趨向飽和，與香港及台灣相比，中國市場對客戶聯絡中心服務的需求增長更快。與中國的狀況不同，電訊服務供應商如A及B乃香港及台灣提供客戶聯絡中心服務的主要供應商。

於客戶聯絡中心服務的三種類型當中，顧問服務因涉及的技術專長及人力資源成本較高而定價最高。定價較低的執行及維護服務則更廣泛適用於系統整合商及渠道合作夥伴。

市場驅動力及限制



資料來源：弗若斯特沙利文

驅動力詮釋

隨著客戶聯絡中心應用軟件市場於二零一零年在大中華成功實現11.9%增長，越來越多企業已充分認識到高效、簡化及靈活的客戶聯絡中心對其客戶服務的重要性。受此大趨勢的驅動，於二零一零年，客戶聯絡中心服務市場，尤其是專業服務分部，亦引起更多關注。

與香港及台灣市場相比，中國市場的客戶聯絡中心服務需求已顯著增長。客戶現時更注重提升客戶聯絡中心的整體效率及質素，而非於過往兩至三年前擴大座席數量。市場參與者亦正在將其重心由供應產品及解決方案轉移至服務上。

外包及託管客戶聯絡中心解決方案及服務的快速發展為另一重要因素。由於客戶聯絡中心規模較小（通常少於20個座席），外包客戶聯絡中心被中國眾多中小企業廣泛接受。其他原因如網絡連通性亦應計及在內。因此，就公司外包服務工程而言，營運成本將降低，從而令整體服務市場更受認可。

## 行業概覽

最後是當前市場參與者間的競爭。不同類型的參與者於客戶聯絡中心服務市場表現活躍。本地及全球供應商正在鞏固其市場地位。系統整合商(通常為供應商的渠道合作夥伴)亦於提供更優質的服務方面加大投資。電訊服務供應商為香港及台灣市場的主要供應商，但在中國持有較少市場份額，原因為該分部並非其主要收入來源。

### 限制詮釋

作為亞太客戶聯絡中心服務的新興市場之一，與發展完善的市場相比，客戶聯絡中心服務的整體質素仍有待改善。於三個地區中，香港及台灣市場較中國市場更為成熟：公司設有專業服務團隊，致力於提供一站式客戶聯絡中心服務。

與執行及維護服務相比，顧問服務需要更高層次的提升。客戶傾向於親身而非通過顧問服務過程選擇解決方案及應用軟件。其他方面，如所需話務員的數量通常亦由客戶決定。系統整合商及服務供應商現進一步培訓其相關團隊，以提供專業的顧問服務而妥為切合客戶需求。

儘管客戶聯絡中心服務的一般市場認受度不斷提高，眾多中小型企業仍對服務分部投資的認受度相對低。就中國眾多公司而言，由於彼等認為產品及解決方案已捆綁一定水平的服務，「免費服務」的概念根深柢固。因此，彼等對服務分部的預算十分有限。隨著時間的推移，此種狀況將得到改善。

由於客戶聯絡中心應用軟件市場正趨向飽和，服務市場亦將受到影響。然而，此種狀況對大中華區未來三至五年並無負面影響。

### 收入預測討論

	市場預測								複合年增長率
	二零一零年	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一五年	二零一六年	二零一七年	
收入(美元)	41,044,500	45,641,485	51,711,802	57,968,930	64,171,606	70,460,423	76,801,861	83,483,623	10.7%
增長	8.2%	11.2%	13.3%	12.1%	10.7%	9.8%	9.0%	8.7%	

資料來源：弗若斯特沙利文

一般而言，大中華區的總收入將於未來三年內實現兩位數(11%)的增長。誠如之前所述，由於中國的服務市場更活躍及多元化，中國市場將較香港及台灣發展更為迅速。



---

## 行業概覽

---

由於中國系統整合商及供應商持續提高對客戶聯絡中心服務的關注度，故二線城市及甚至三線城市（而非北京、上海及廣州等大城市）將產生更多業務。然而，電訊服務供應商（包括I及J）對該市場的開拓緩慢，彼等總收入5%以下來自該分部。外包及託管客戶聯絡中心並非彼等的核心，原因為有關服務大多由當地外包公司、系統整合商及專注於託管方案的公司提供。

香港及台灣市場仍將由A及B等電訊服務供應商主導。兩名電訊巨頭於外包及託管客戶聯絡中心市場已實現策略性進展，向龐大的客戶群提供有關解決方案及服務。該兩個市場的全球供應商亦已加快涉足此市場的進程，致使業務環境更為多元化。

就不同類型的服務而言，顧問及執行服務於可預見期間將穩定增長，而於整個三種類型的傳統維護服務部分則略微下滑。此乃由於大中華區的維護服務發展成熟，而其他兩者仍處於快速發展階段，其定價預期因多個競爭者間競爭日趨激烈而降低。

### 採納趨勢討論

於二零一七年底，約70%總收入將源自擁有50名僱員以上的大中型客戶。由於大型內部客戶聯絡中心對有關服務的需求較高及確保每份合約的利潤率相對較高，大部分顧問及維護服務源自此分部。由於公司急切確認彼等是否因採納有關解決方案而可能節約成本，故雲計算及IP客戶聯絡中心等近期流行詞條已大幅推動顧問服務的收入。

儘管小型企業（50名僱員以下）對客戶聯絡中心解決方案的需求潛力巨大，及此分部的較多客戶近期已建立本身的內部客戶聯絡中心，惟預算控制仍為彼等對客戶聯絡中心服務投資更多的主要障礙之一。

銀行、電訊及外包乃佔市場總額70%的三大行業，該等行業對整體營運效率、話務員留存率、節能總量等多個方面的顧問服務擁有巨大需求。系統整合商及供應商已為該等行業的客戶開發出眾多定制化的服務，以滿足彼等多層面的要求。

電子商務、旅遊及酒店管理等新興行業亦為該市場的重要客戶，而互聯網購物及旅遊網上預訂越來越受歡迎，巨額收入將來自客戶聯絡中心進行的電話處理。因此，從事電子商務及旅遊的企業為提高服務質素而對客戶聯絡中心服務的需求旺盛。該等行業的客戶已於二零一零年完成多項大宗交易。

## 行業概覽

### 二零二零年曆年亞太客戶聯絡中心市場評估

#### 客戶聯絡中心市場：二零二零年曆年市場工程計量(亞太)

計量項目名稱	計量	趨勢
市場年齡	成熟	—
客戶聯絡中心數目	27,983	增加
基準年客戶聯絡中心增長率	5.7%	上升
話務員數目	3,160,000	增加
基準年話務員增長率	8.4%	下跌
座席數目	2,220,000	穩定
基準年座席增長率	8.5%	下跌
外包座席：內部座席	33.0：67.0	增加
外包客戶聯絡中心座席數目	734,600	增加
基準年外包座席增長率	10.8%	下跌
本地：境外	70.8：29.2	穩定
話務員平均薪金(美元)	2000至3000	減少

附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零二零年。資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 主要市場趨勢

亞太一直為客戶聯絡中心行業的高增長地區。於二零一零年，經歷全球金融危機的放緩影響後，話務員座席增加8.5%。預期話務員座席於未來期間將按複合年增長率9.5%增加。儘管人員流失成為行業重大問題，而企業的流失率較其他行業為高，區內的話務員數目亦有所增加。全球經濟放緩後，區內企業更重視成本效益，或會繼續促使企業將客戶聯絡中心服務外包予區內成本較低的公司。主要市場包括印度、菲律賓、馬來西亞及中國。中小企及大型企業對客戶服務日益重視，以期脫穎而出。印度、中國、印尼及越南等新興市場的內需增長持續向好。區內市場更多企業採用互聯網通訊協定科技，促進多站點客戶聯絡中心虛擬化，而託管客戶聯絡中心服務等其他模式亦備受認可，按次付費模式亦成為受歡迎的削減開支方案。自助式應用軟件及將IVR用作呼叫解決而非呼叫路由的工具，亦日益普及。質量監控、WFM及分析功能集於一身的綜合方案在市場內廣泛採用。

### 亞太客戶聯絡中心市場 – 市場驅動力

客戶聯絡中心市場：二零一一年至二零一七年以影響力排名的市場驅動力(亞太)

排名	驅動力	一至兩年	三至四年	五至六年
1	持續專注優質客戶服務提高本地需求	高	高	中
2	亞洲經濟體不斷增長，競爭水平亦持續上揚	高	高	中
3	具備良好英語及當地語言能力的低成本 勞工推動美國、英國及亞太內的離岸需求	中	高	高
4	客戶聯絡中心營運日趨複雜且 依靠先進技術，促進外包發展	高	中	中
5	地區政府支援及措施，鼓勵其市場 發展成離岸中心	高	中	中
6	離岸外包予亞太	中	中	中

資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 亞太客戶聯絡中心市場－市場限制

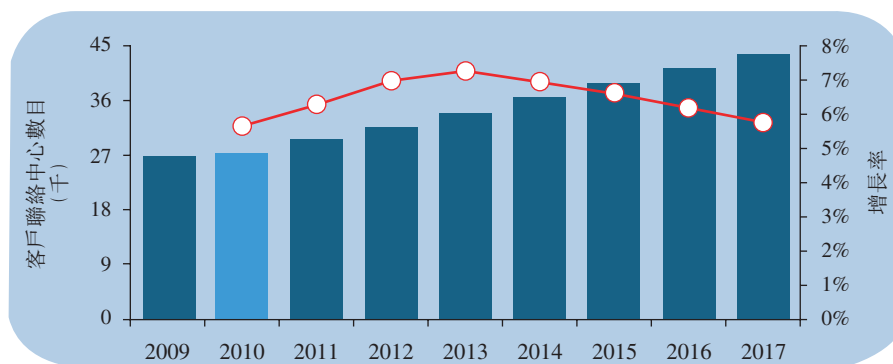
客戶聯絡中心市場：二零一零年至二零一七年以影響力排名的市場限制(亞太)

排名	限制	一至兩年	三至四年	五至六年
1	區內客戶聯絡中心行業日趨飽和	中	高	高
2	由處所基建變為託管或雲端應用軟件	中	高	高
3	採用自助應用軟件增加	中	中	高
4	客戶聯絡中心話務員流失率上升	中	中	中
5	東歐及非洲出現新離岸點	中	高	高
6	若干市場的不穩定政治環境影響營商氣候	中	低	低

資料來源：弗若斯特沙利文

### 亞太客戶聯絡中心市場－市場預測

客戶聯絡中心市場：二零零九年至二零一七年客戶聯絡中心數目(亞太)

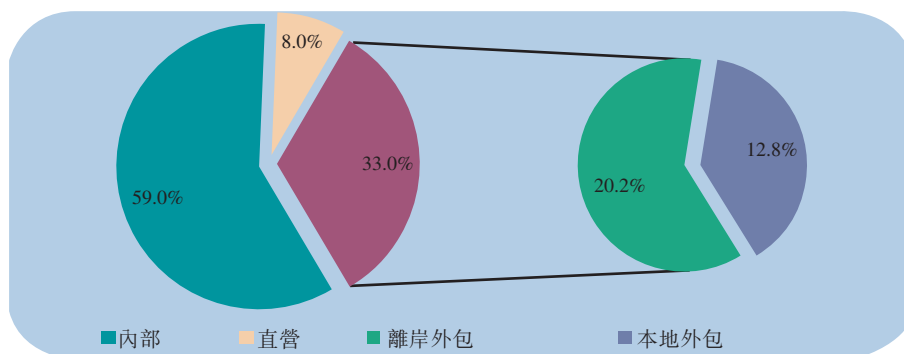


附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

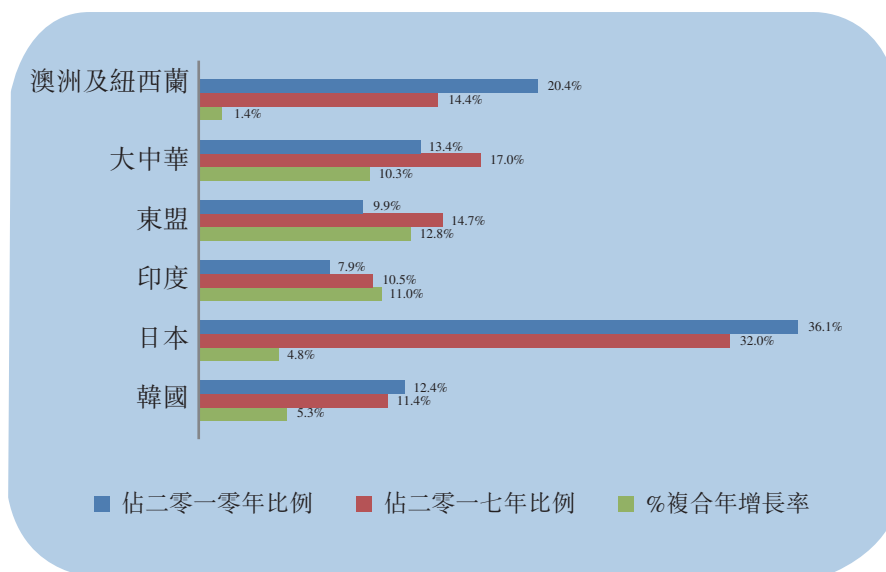
客戶聯絡中心市場：二零一零年曆年按客戶聯絡中心模型劃分的座席分佈(亞太)



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

客戶聯絡中心市場：二零一零年及二零一七年按地區劃分的客戶聯絡中心分佈(亞太)

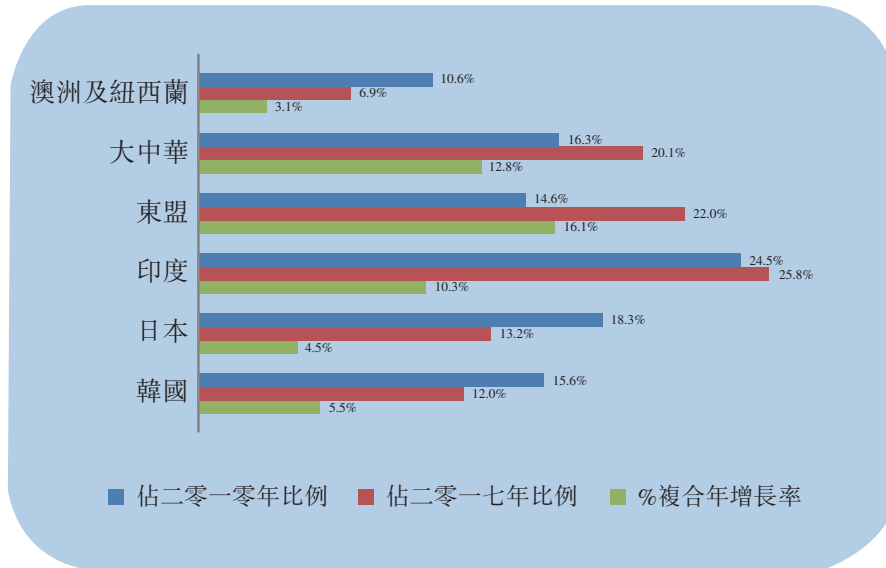


附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

客戶聯絡中心市場：二零一零年及二零一七年按地區劃分的客戶聯絡中心座席分佈(亞太)

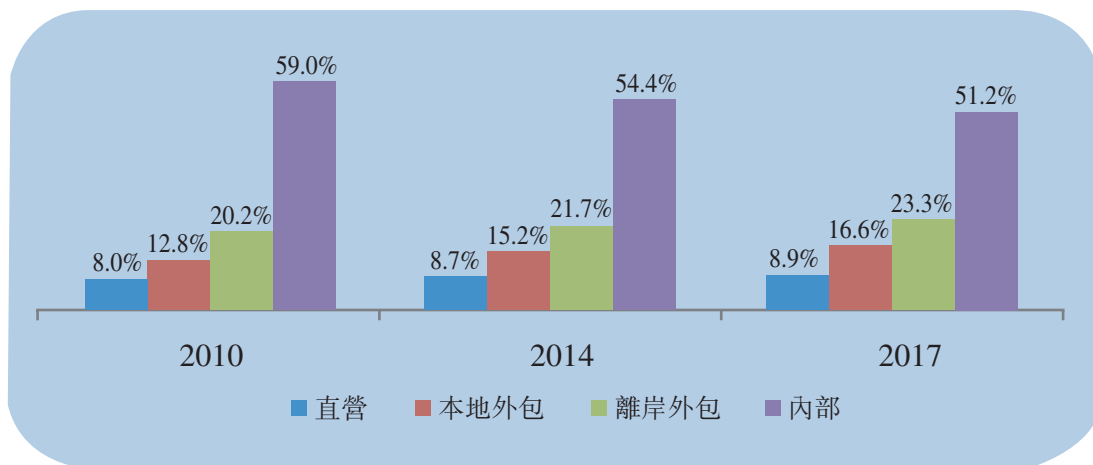


附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 亞太客戶聯絡中心市場－市場分析

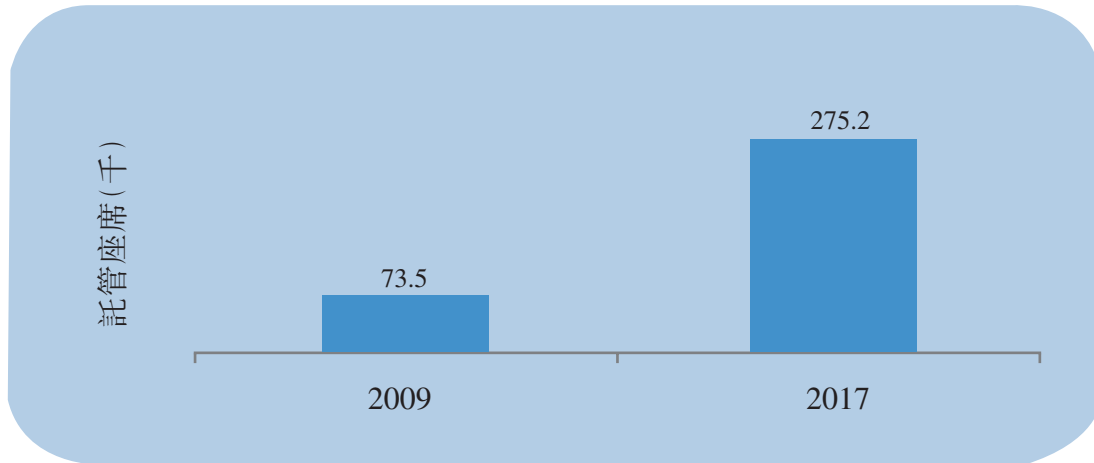
客戶聯絡中心市場：二零一零年、二零一四年及二零一七年按客戶聯絡中心模式劃分的趨勢(亞太)



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 客戶聯絡中心市場：二零零九年及二零一七年託管模式的機遇(亞太)



附註：

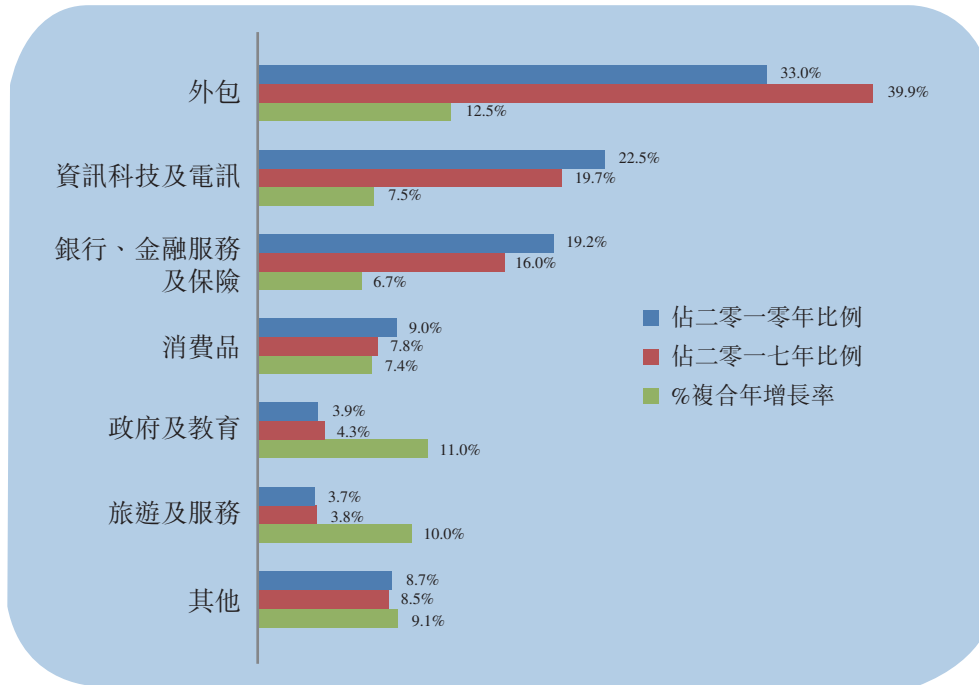
所有數字經四捨五入，基準年為二零零九年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 客戶聯絡中心模式趨勢

印度、中國、菲律賓及馬來西亞對離岸外包服務的需求持續高企。於基準年內，本地外包服務亦深受該等市場歡迎。印度及菲律賓主要滿足境內及美國的需求，而中國則滿足境內及香港、韓國及日本的需求。馬來西亞繼續獲多個全球外包服務供應商青睞，而該等外包服務供應商甚至將設備由鄰近市場遷至馬來西亞。因此，亞太於未來期間將繼續廣受歡迎。預期銀行、金融服務及保險及資訊科技服務業的企業，憑藉勞動套利，可在棘手的經濟狀況下，刺激直營設備隨著外包服務增長而上升。新加坡等若干成熟市場已設立若干直營中心，而設於高成本市場的若干直營中心則結業。於二零一零年，少數外包客戶聯絡中心因客戶聯絡中心行業整合而轉移陣地。區內若干業務橫跨多個市場的外包商已整合其客戶聯絡中心，將菲律賓、馬來西亞、新加坡及香港等地設為策略地區，以便於該等地區提供服務。企業日趨減少設立新內部客戶聯絡中心，企業亦利用日益增多的小型客戶聯絡中心外包低價值服務。託管客戶聯絡中心提供具彈性的規模及成本而備受市場歡迎。澳洲等成熟市場在此方面傲視同儕。

## 行業概覽

### 客戶聯絡中心市場：二零一零年及二零一七年按行業劃分的趨勢(亞太)



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

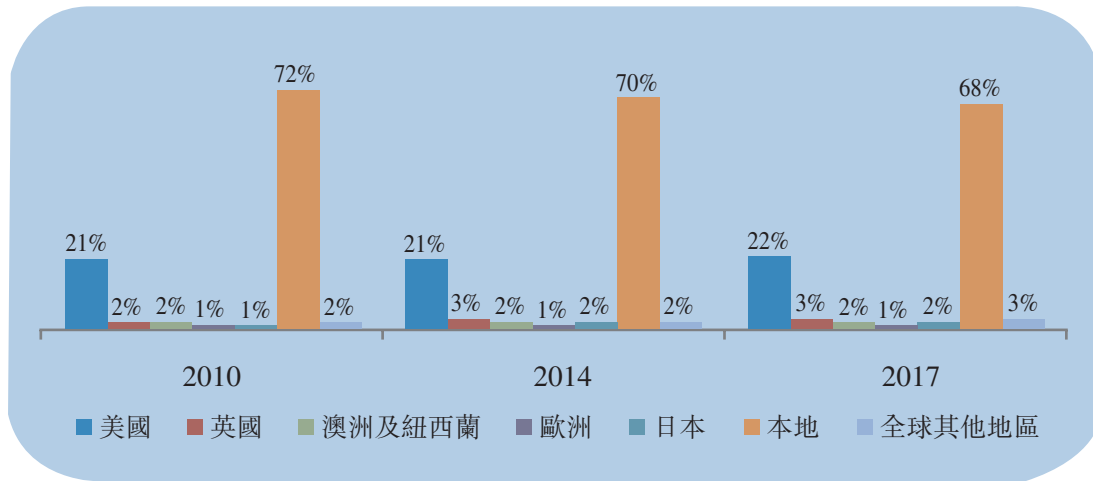
### 按行業劃分的趨勢

外包服務、電訊及資訊科技服務及銀行、金融服務及保險行業為促進區內客戶聯絡中心服務需求的強勁驅動力。儘管預期上述行業將長期主導需求，彼等固有的龐大客戶基礎及激烈的行業競爭將令該等行業年度增長放緩。另一方面，區內政府部門增長強勁，多個福利及稅務部門及教育機構採用客戶聯絡中心服務。政府部門對外包服務及自助應用軟件的需求增加，預計該增長將於未來期間持續。新加坡及香港採取措施，方便公眾使用電子服務，從而令客戶服務的需求激增，馬來西亞及菲律賓亦採取類似措施。鑑於區內政府向全球遊客推廣旅遊，預期旅遊及服務業增長迅速。印度、中國、新加坡及澳洲對該行業的客戶聯絡中心均有需求。區內個別錄得增長的其他行業為零售、娛樂及製造業，預期該等行業在未來期間於指定市場均會有突出表現。



## 行業概覽

客戶聯絡中心市場：二零一零年、二零一四年及二零一七年按接受服務的國家劃分的趨勢（亞太）



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 按接受服務的國家劃分的趨勢

語言能力、具競爭力的勞動成本及國內電訊基建不斷增長，均為選定服務供應境外地區及國家的主要決定因素。接近六成印度及菲律賓客戶聯絡中心座席為美國市場服務。澳洲及紐西蘭市場滿足亞太區大部分離岸需求。隨著經濟放緩，外包服務以減低經營成本乃大勢所趨，印度、菲律賓及馬來西亞乃主要受惠市場。由於現有勞動法例妨礙客戶聯絡中心大規模遷址，導致若干位於高成本市場的客戶聯絡中心結業。作為日本、韓國及香港企業的外包服務地，中國（尤其是大連）增長強勁。該市場的利好因素包括臨近客戶、低成本架構及話務員的高語言能力。近年，中國成為日本及韓國境外工作的樞紐。中國、馬來西亞及澳洲等區內若干市場由政府措施推動客戶聯絡中心行業的發展。中國國務院最近修改法例，容許地方政府批准外商投資境外客戶聯絡中心業務。目前，中國21個城市的境外服務外包公司免繳稅項，免稅期至二零一三年止。

### 客戶聯絡中心市場：勞動力趨勢（亞太）

鑑於企業組織為削減成本（有時甚至可削減多達30-40%的成本）繼續到境外營運，「服務轉移」多年來乃大勢所趨。該趨勢可能因勞動套利而延續。例如，新加坡客戶聯絡中心僱員的基本薪金為馬來西亞客戶聯絡中心僱員約兩倍及菲律賓客戶聯絡中心僱員的三倍。由於客戶聯絡中心的需求大幅提升，亞太對優秀話務員的需求持續增加。成熟客戶聯絡中心市場因業務整合出現不少管理職位空缺，善用勞動力及挽留人才成為第一要務。因預測期間需求穩定且競爭愈趨激烈，故預計對優秀人才需求將繼續上升。業內經驗豐富的僱員在現

## 行業概覽

時環境一般議價能力較高。全球經濟下滑使印度及菲律賓等持續增長的市場的客戶聯絡中心研究更具成本效益的新方法，而激勵性薪酬組合及花紅仍在審議，這可能令近期人員流失率繼續增加。區內對客戶聯絡中心組織通過舉辦地區活動及聯合論壇集結力量解決行業問題的需求迫切。

### 客戶聯絡中心市場：二零一零年曆年薪金趨勢(亞太)

計量項目名稱	金額範圍(美元)	估計增長(%)
話務員薪金	250-3,000	5.0
組長薪金	350-4,200	6.7
主管人員薪金	650-5,500	7.0

附註：

基準年為二零一零年

資料來源：弗若斯特沙利文

### 大中華客戶聯絡中心市場評估

#### 客戶聯絡中心市場：二零一零年曆年市場工程計量(大中華)

計量項目名稱	計量	趨勢
市場年齡	增長	—
客戶聯絡中心數目	3,740	增加
基準年客戶聯絡中心增長率	10.0%	上升
話務員數目	612,600	增加
基準年話務員增長率	11.4%	下跌
座席數目	417,800	穩定
基準年座席增長率	15.2%	下跌
外包座席：內部座席	19.8：80.2	增加
外包客戶聯絡中心座席數目	72,000	增加
基準年外包座席增長率	19.5%	下跌
本地：境外	90.9：9.1	穩定
話務員平均薪金(美元)	2,000-3,000	減少

附註：

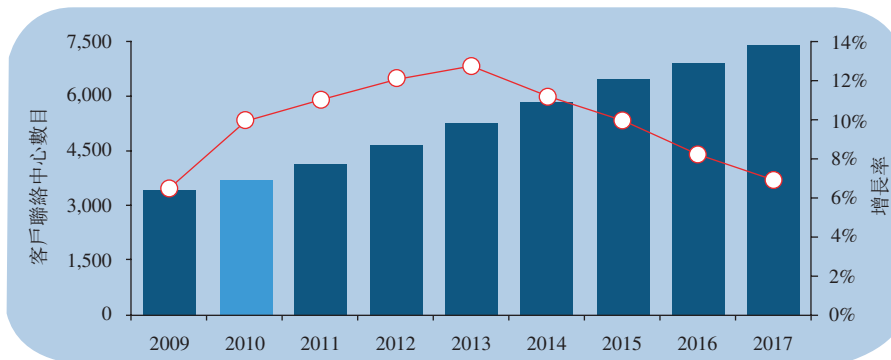
所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 主要市場趨勢

大中華區的客戶聯絡中心行業於二零一零年在話務員及座席數目方面錄得雙位數字增長。特別是，香港及台灣市場自經濟困境復甦，座席數目呈單位數增長。電子商貿、旅遊及服務業以及外包客戶聯絡中心為二零一零年區內高速增長的三個行業。區內公司普遍採取「事半功倍」的策略，導致電話中心擴充及升級方面均獲得顯著增長。大部分電話中心（特別是擁有超過200名話務員的電話中心）重點培訓話務員以提升一次通話解決率。同時，亦側重人力資源管理以改善僱員留存率。中國政府致力透過宣傳其低勞動成本及擁有大量訓練有素的僱員通曉日語及英語的優勢以及政府支持吸引公司。據報中國國務院最近修改法例，容許地方政府批外商投資境外客戶聯絡中心業務。在技術層面而言，採用互聯網通訊協定的客戶聯絡中心無疑是電話中心行業（特別是企業部門）的主要解決方案。為電子商貿及運輸等新興行業制定基準的定制化開發項目一般可推動客戶聯絡中心行業的收入快速增長。

### 大中華客戶聯絡中心市場－市場預測

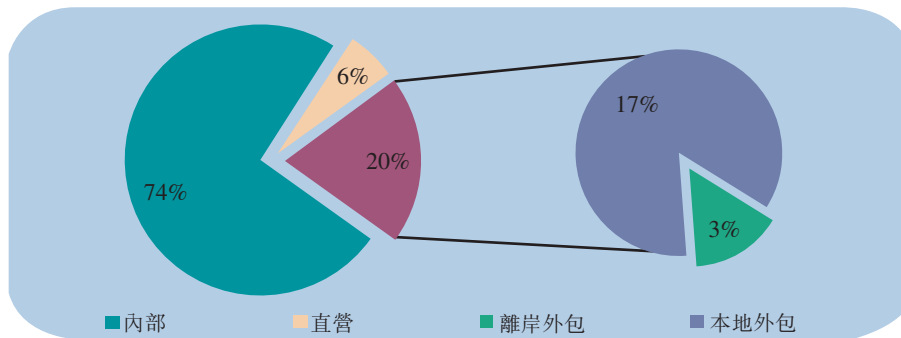
客戶聯絡中心市場：二零零九年至二零一七年客戶聯絡中心數目（大中華）



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

客戶聯絡中心市場：二零一零年按客戶聯絡中心模式劃分的座席分佈（大中華）



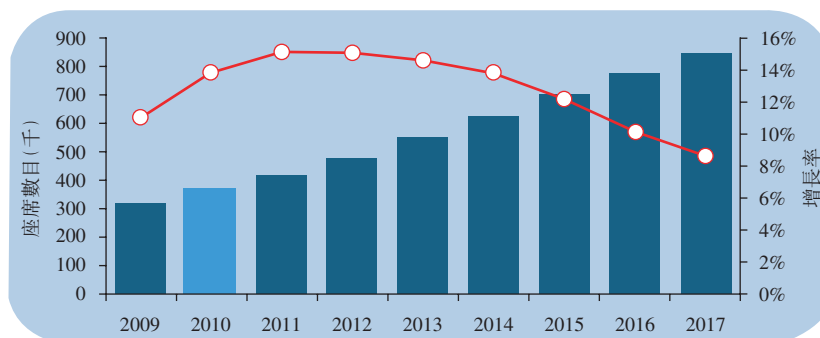
附註：

所有數字經四捨五入；基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

二零一零年大中華客戶聯絡中心數目達3,740個，較去年增長11.1%。大中華客戶聯絡中心數目預期於預測期內將有所增加，複合年增長率10.3%。鑑於服務能力、靈活性及針對特定行業的解決方案，二零一零年外包業務本地分部錄得大幅增長。然而，使用率尚未能與擴充效能匹配。銀行信用卡業務自二零零九年起成為此行業客戶服務增長的動力，四家國有銀行幾乎均於中國西部城市設有信用卡電話中心。

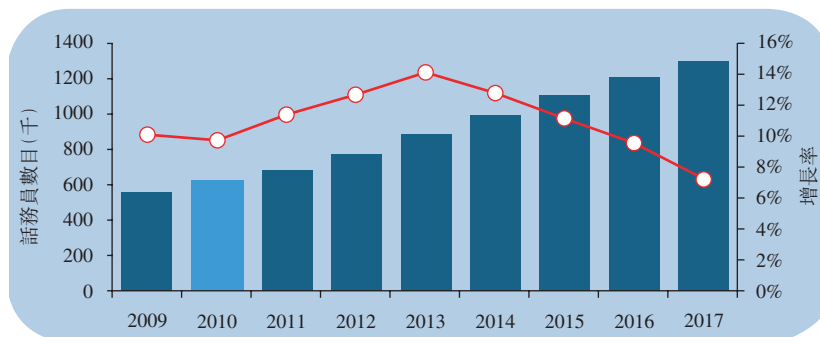
### 客戶聯絡中心市場：二零零九年至二零一七年按座席數目劃分的市場預測(大中華)



附註：

所有數字經四捨五入；基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 客戶聯絡中心市場：二零零九年至二零一七年按話務員數目劃分的市場預測(大中華)



附註：

所有數字經四捨五入；基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 市場驅動力

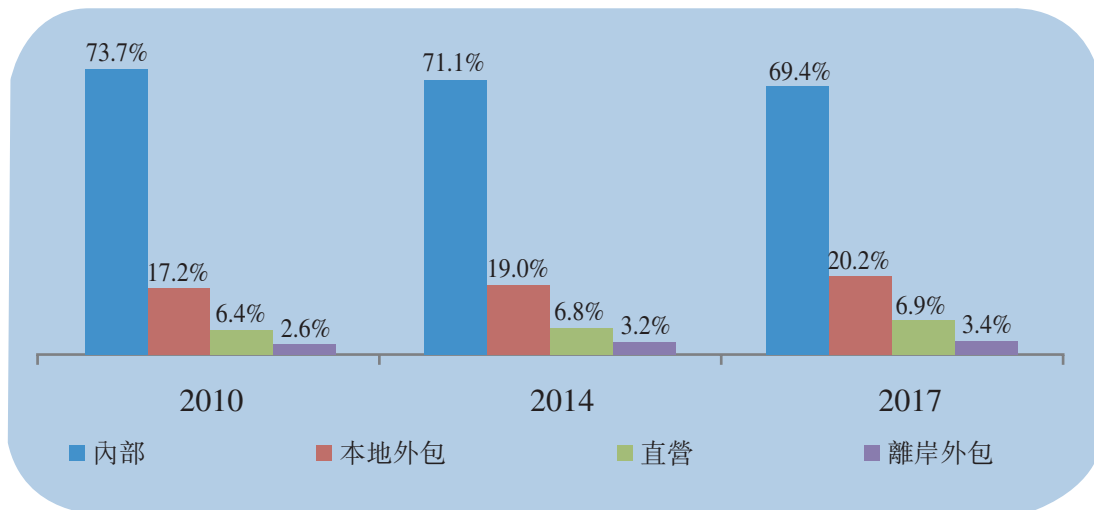
由混合模式轉變為純互聯網通訊協定客戶聯絡中心於中國成績不俗。就擴充座席而言，客戶傾向升級至純互聯網通訊協定系統。客戶聯絡中心行業的基準建設注重發揮中國、香港及台灣電話中心行業的互補優勢。中小企業對客戶服務的市場意識顯著提升，自二零零九年起成為行業重要趨勢，並預期於未來數年持續上升。

### 市場限制

由於大多數電話中心為成本中心，故主要關注經營效能及客戶滿意度。除電訊公司的基本需求外，對於中國農村地區而言，客戶服務概念相對較新，故若干領先行業如銀行、金融服務及保險分部的電話中心業增長將持續受影響。整體而言，客戶服務中心行業的人力資源管理目前在話務員薪金、社會地位、教育水平及其他方面皆落後於菲律賓及新加坡等其他國家。

### 大中華客戶聯絡中心市場－市場分析

客戶聯絡中心市場：二零一零年、二零一四年及二零一七年按客戶聯絡中心模式劃分的趨勢(大中華)



附註：

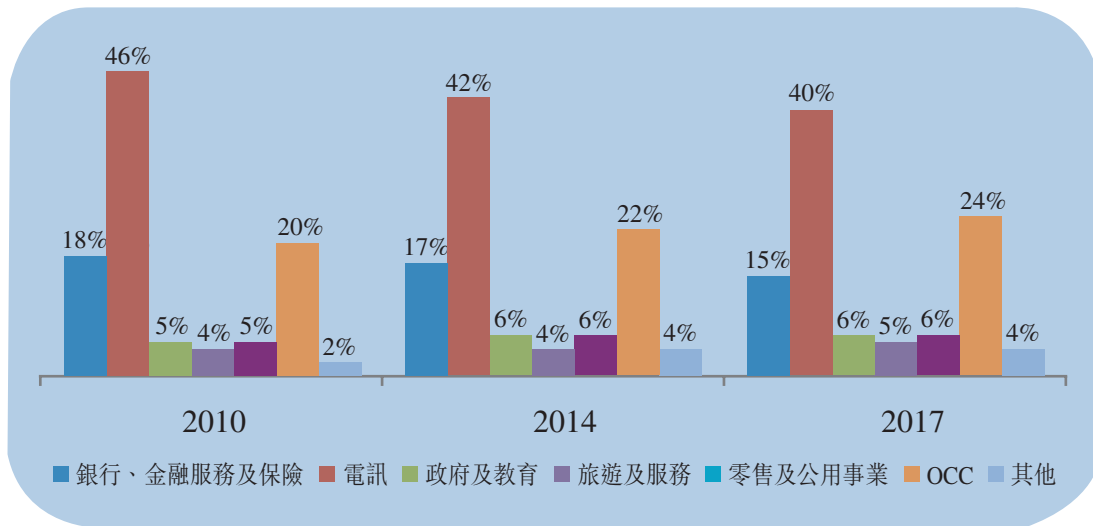
所有數字經四捨五入；基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 按客戶聯絡中心模式劃分的趨勢

內部客戶服務中心持續擁有超過80%市場份額，居於市場主導地位。然而，此服務模式的增長於二零一零年逐漸放緩。換言之，外包電話中心就座席數目而言已分佔大部份市場。由於語言障礙，中國直營模式並無重大變動。

## 行業概覽

客戶聯絡中心市場：二零一零年、二零一四年及二零一七年按行業劃分的趨勢(大中華)



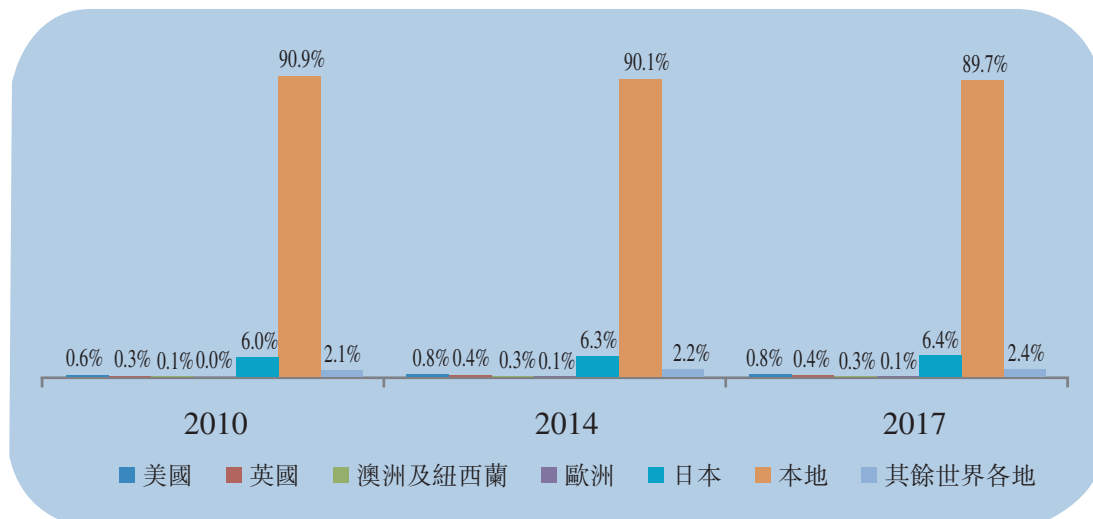
附註：

所有數字經四捨五入；基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 按行業劃分的趨勢

二零一零年，電訊及銀行、金融服務及保險分部持續佔據區內客戶服務投資的領先位置。尤其是，隨著地區或省級金融機構業務擴張，內部電話中心及外包模式的客戶服務開支均已大幅上升。電子商貿、旅遊及服務以及外包業務乃電話中心經營效能日益提高的快速增長行業。

客戶聯絡中心市場：二零一零年、二零一四年及二零一七年按接受服務的國家劃分的趨勢(大中華)



附註：

所有數字經四捨五入；基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 按接受服務的國家劃分的趨勢

於二零一零年，中國內地超過90%的話務員服務於國內市場(包括香港)。就餘下10%的話務員而言，彼等主要向日本及韓國客戶提供服務。預期該地區提供服務的目前地區分佈於不久將來不會有任何重大變動。

### 客戶聯絡中心市場：二零一零年曆年薪金趨勢(大中華)

計量項目名稱	金額範圍(美元)	預期增長(%)
話務員薪金	2,000-3,000	10.0
組長薪金	2,500-3,500	12.0
主管人員薪金	3,000-4,500	12.5

附註：

基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 按勞動力劃分的趨勢

二零一零年話務員薪金平均上升近10%。尤其是，電子商貿分部的話務員薪酬已增至高於平均水平，主要由於勞動密集度高(以一日二十四小時及一星期七日計)。為完善經營管理及提高生產力，大部份大型電話中心營運商增加對話務員及組長福利的資金投入，例如技巧訓練及心理輔導。

## 行業概覽

二零一零年曆年亞太客戶聯絡中心應用軟件市場

二零一零年歷年香港客戶聯絡中心應用軟件市場

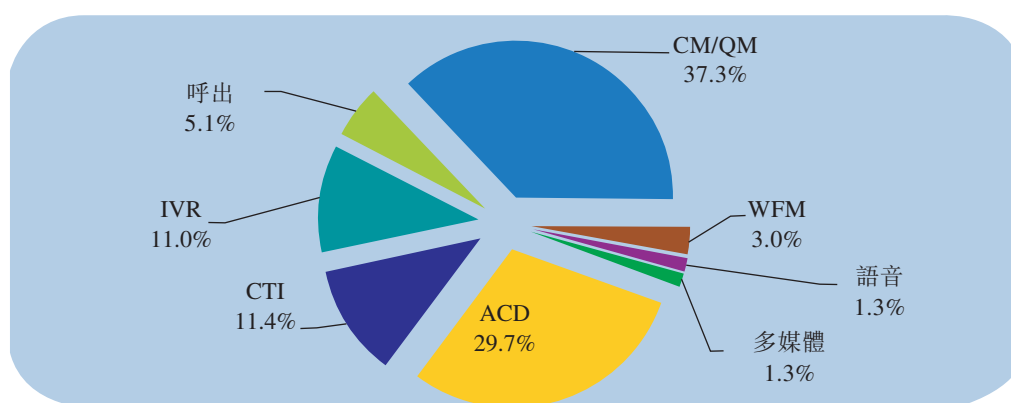
香港客戶聯絡中心應用軟件市場－市場摘要

客戶聯絡中心應用軟件市場：二零一零年曆年市場工程計量(香港)

計量項目名稱	計量	趨勢
市場年齡	成熟	—
收入(二零一零年)	23,600,000美元	穩定
潛在收入(二零一七年)	20,700,000美元	減少
市場增長率(一零／零九年)	6.5%	下降
複合年增長率(二零一零年至二零一七年)	-1.8%	下降
飽和(目前／潛在)	113.7%	穩定
價格區間	1,000美元至3,000美元	穩定
價格敏感度	高	穩定
市場集中度	67.5%	穩定

附註：

所有數字經四捨五入；基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文



### 市場環境

香港市場屬成熟市場，故增長緩慢。大部分收入來自軟件升級及業務拓展。相對較小的香港市場由少數供應商如D、E、F及G佔主導地位。由於部分企業傾向多年選用同一供應商的產品，因此品牌忠誠度甚高。

### 科技趨勢

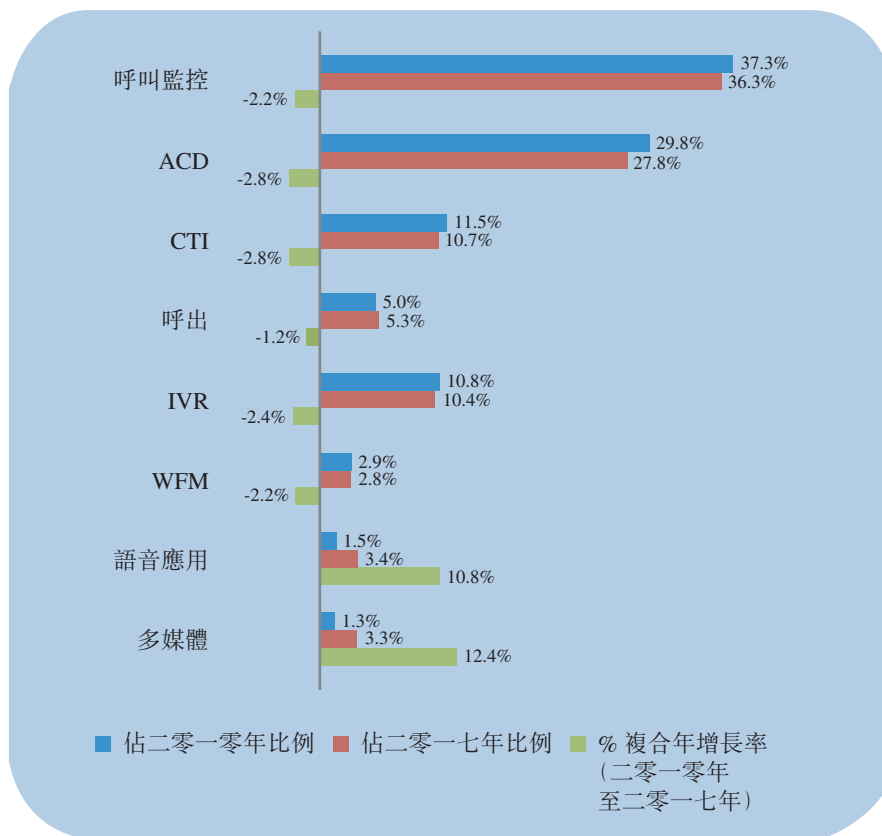
由於客戶認受度漸高，以及企業資金預算增加，故綜合客戶聯絡服務中心解決方案採納率不斷上升。託管方案仍為較新概念，未為廣泛採納。於二零一零年人力資源需求強勁，使人員獲得充分利用。

### 定價趨勢

供應商價格大致保持平穩。終端用戶受價格影響程度不高，相對優惠價格，該等用戶更為注重優質產品及服務。

### 香港客戶聯絡中心應用軟件市場－按應用軟件分部劃分的市場摘要

客戶聯絡中心應用軟件市場：二零一零年及二零一七年按應用軟件分部劃分的採納趨勢（香港）



附註：

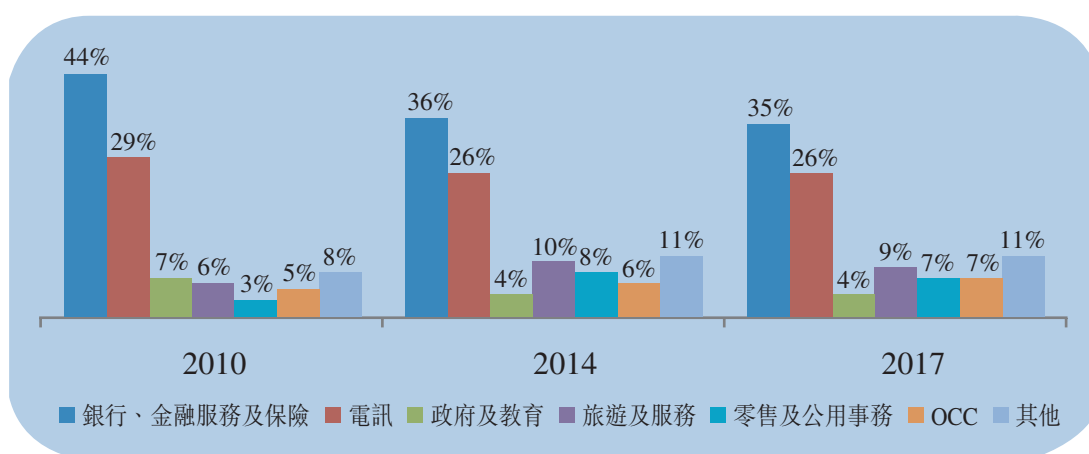
所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 客戶聯絡中心應用軟件市場：二零一零年按應用軟件劃分的採納趨勢(香港)

雖然傳統應用軟件如ACD、CTI、CM、OB及IVR的需求於二零一零年下滑，然而在所有客戶聯絡中心應用軟件中，該等應用軟件仍佔相當高採納率。此乃由於業務升級及擴展通常需要該等應用軟件。WFM及多媒體解決方案需求亦有所上升，此歸因於香港企業更著重效率，願意採用高新科技。該等企業亦有充裕預算投資於該等應用軟件，並較為注重品質和效率。其他替代方案如ST亦漸受終端用戶關注，惟二零一零年的採納率仍偏低且仍未訂立重大交易。

### 香港客戶聯絡中心應用軟件市場－按行業劃分的市場摘要

客戶聯絡中心應用軟件市場：二零一零年、二零一四年及二零一七年按行業劃分的採納趨勢(香港)



附註：

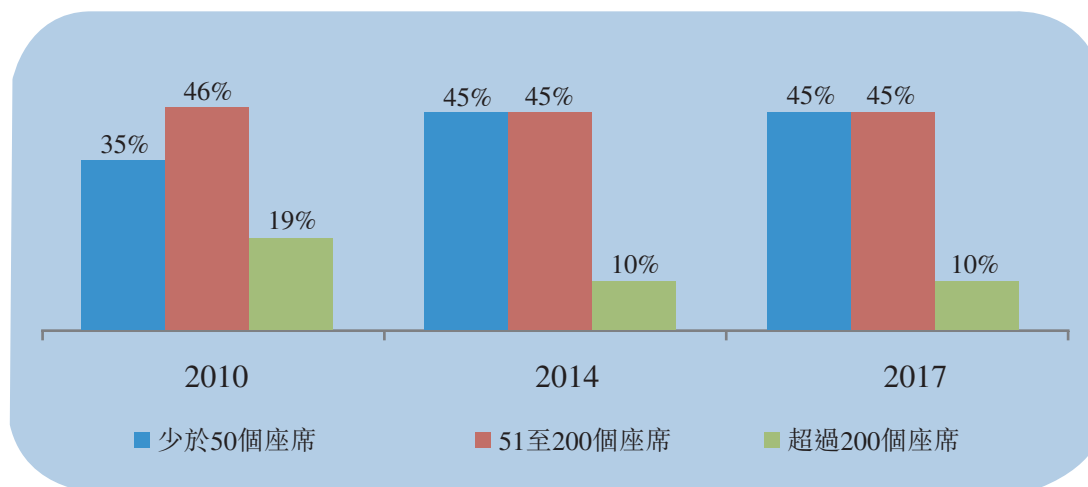
所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

### 按行業劃分的採納趨勢

二零一零年的主要行業包括銀行、金融服務及保險、電訊、旅遊及服務業。大訂單(超過200名話務員)一般源自銀行、金融服務及保險分部。其他行業如物流、外包及零售業於二零一零年穩步上升。大部分新客戶乃來自該等分部。企業電話解決方案廣為服務及醫療保健分部採用。

香港客戶聯絡中心應用軟件市場－按座席劃分的市場摘要

客戶聯絡中心應用軟件市場：二零一零年、二零一四年及二零一七年按座席劃分的採納趨勢(香港)



附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

按座席劃分的採納趨勢

大部分收入來自少於200名話務員的中小型客戶聯絡中心。此乃由於香港市場相對較小，故少於200名話務員的客戶聯絡中心營運更具效率。企業通常於中國設立大型客戶聯絡中心以滿足當地較大的客戶群需求。超過200名話務員的大型客戶聯絡中心來自銀行、金融服務及保險分部(如銀行及保險公司)。

香港客戶聯絡中心應用軟件市場－競爭力摘要

客戶聯絡中心應用軟件市場：二零一零年主要戰略及措施(香港)

供應商	市場份額		主要分部	市場領導者
	二零零九年	二零一零年		
D	22.4%	30.7%	ACD、CTI、IVR、OB及MM	ACD、CTI、IVR、OB及MM
E	18.5%	17.9%	ACD、CTI、IVR、OB及WFM	WFM
F	19.4%	21.5%	CM及WFM	WFM

附註：

所有數字經四捨五入，基準年為二零一零年。資料來源：弗若斯特沙利文

### **D**

D以高品牌知名度及客戶忠誠度雄踞二零二零年香港市場翹楚。其競爭優勢包括定制化解決方案(每名話務員的表現評估報告)、提供整體解決方案及優質服務。D與其他供應商合作開發新產品。

### **E**

作為香港第二大客戶聯絡中心整體解決方案供應商，E專門從事提供ACD、OB及WFM解決方案。E於香港WFM中居領先地位，讓客戶通過網上空間高效工作。

### **F**

此供應商主要透過其於錄音系統的優勢配合其他供應商的整體客戶聯絡中心解決方案躋身香港市場前列。客戶對其來電錄音應用軟件青睞有加，惟其他供應商(如D及H)因配備自有來電錄音解決方案而更具競爭力。

*附註：* 經弗若斯特沙利文確認，供應商D、E及F為香港客戶聯絡中心應用軟件市場的主要供應商。本集團收入主要來自香港客戶聯絡中心服務市場，而非客戶聯絡中心應用軟件市場。本集團未能取得供應商D、E及F的同意，以於招股章程內披露彼等名稱，並認為，由於本集團的大部份收入並非來自客戶聯絡中心應用軟件市場，故有關資料對招股章程讀者而言並非屬必需。