

本節所載若干資料來自政府官方刊物、行業資源及委託世邦魏理仕所編製的報告。我們認為，該等資料的資料來源乃屬恰當，且已合理審慎地摘錄及轉載該等資料。我們並無理由認為該等資料屬不實或誤導，或者遺漏任何事實可能導致該等資料屬不實或誤導。來自上述來源的資料並未經我們、保薦人、聯席牽頭經辦人、獨家賬簿管理人、包銷商或彼等任何聯屬人士或顧問或參與配售的任何其他方獨立核實，亦無就其準確性發表任何聲明。有關詳情，請參閱「風險因素－與我們業務有關的風險－我們無法保證本招股章程所載來自不同政府官方刊物或世邦魏理仕報告的事實、預測、其他統計數字及資料的準確性」。經合理審慎考慮後，我們相信，市場資料自世邦魏理仕刊發報告之日後並無重大不利變動而可能令本節所載資料受到限制、被否定或受到影響。

緒言

我們委託世邦魏理仕（一家獨立市場研究公司）提供美國、歐盟及中國市場對雙向無線對講機及嬰兒監視器產品的需求概覽，以及中國雙向無線對講機及嬰兒監視器製造業的分析，費用為550,000港元，我們的董事認為費用符合市價。

世邦魏理仕是一家提供各類包括但不限於房地產經紀、資本市場、全球研究、諮詢、資產管理及估值服務的公司。世邦魏理仕大中華區估值及諮詢服務部從事各種資產估值、市場及盡職調查研究、合併收購及首次公開發售諮詢、差餉上訴諮詢及商業估值。

世邦魏理仕報告乃基於由上至下的方法編製，從美國、歐盟及中國宏觀經濟出發，延伸到雙向無線對講機及嬰兒監視器行業的不同領域。世邦魏理仕利用初級及次級研究，以及務求以交叉核對的方式確保各重要定論與各來源的資料一致可信。彼等的初級研究包括實地視察、管理層會面及諮詢行業專家，以核實來自第三方來源及桌面研究的資料。彼等的次級研究包括行業報告、互聯網搜尋、經紀公司的研究、行業專家撰寫的文章、大學刊物及來自第三方數據提供商的情報。世邦魏理仕報告中的任何預測均綜合利用定性及定量分析作出。在適當時，該公司會將一系列歷史數據當作預測基準，隨後會在必要時為預測及確保數據的相關性而作出調整。此乃我們認為數據及統計資料屬可靠的基準。

未來預測

部分從世邦魏理仕報告摘錄的分析性結論涵蓋未來預測。保薦人及我們經考慮以下因素後認為此等資料屬可靠、準確且並無誤導成分：

- 世邦魏理仕為一家聲譽昭著的獨立專業研究機構，在其專業範疇內擁有豐富經驗；及
- 儘管由世邦魏理仕刊發的研究報告涵蓋有關美國、歐盟及中國的雙向無線對講機及嬰兒監視器市場的發展預測，但不包括本公司的未來表現預測。

雙向無線對講機及嬰兒監視器市場需求的概覽與分析

雙向無線對講機

整體市場

於2009年至2014年，全球雙向無線對講機消費增長率維持在約5.0%至14.0%的水平。於過去五年間，2009年至2010年的按年同比（「按年同比」）增長率屬最高。全球雙向無線對講機消費自2010年起增長放緩，於2012年跌至低谷及於2013年反彈。於2014年，全球雙向無線對講機消費增幅回升至約7.0%。預期2015年至2016年全球雙向無線對講機銷量的預測按年同比增長率將約為6.0%。

美國市場

就銷量而言，美國是最大的雙向無線對講機市場，於2014年佔全球消費約34.0%。自2011年起，美國雙向無線對講機銷量增長放緩，預期2015年的預測按年同比增長率將約為3.2%。

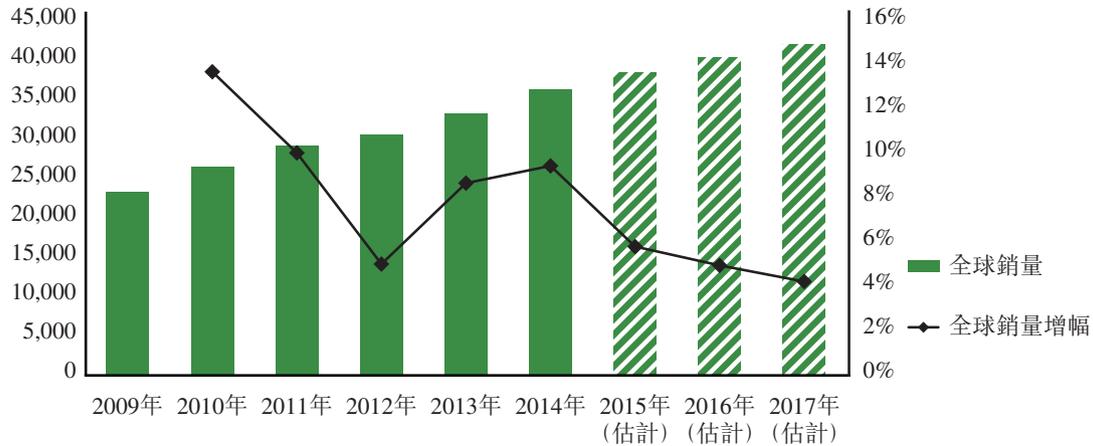
歐盟市場

就銷量而言，歐盟是第三大雙向無線對講機市場，於2014年佔全球消費約16.9%。自2011年以來，歐盟雙向無線對講機銷量增長放緩，並於2012年跌至低谷。於2014年，增長率反彈至約4%。預期2015年的預測按年同比增長率將約為1.4%。

中國市場

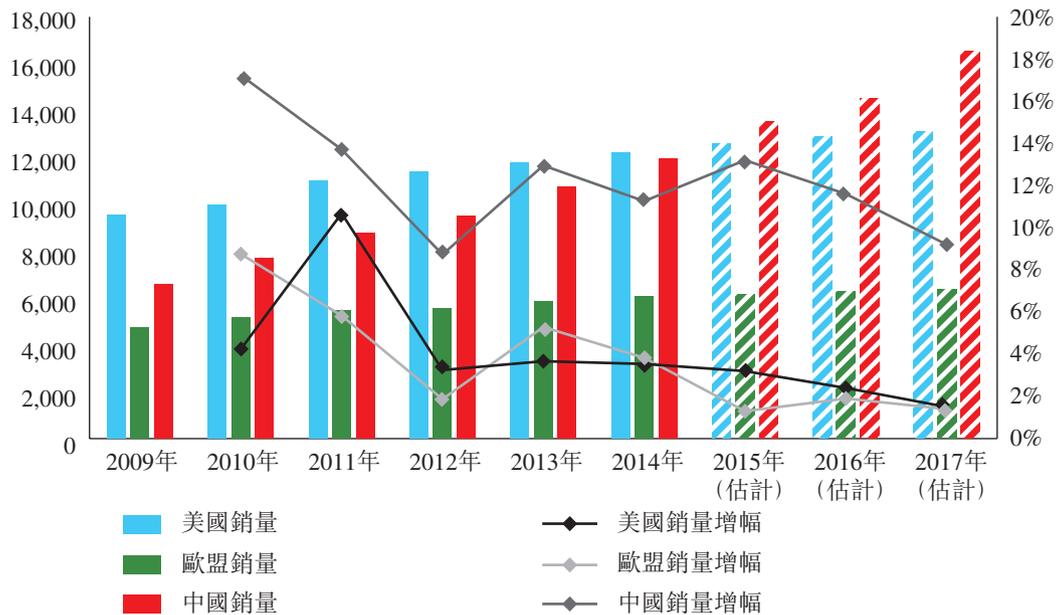
就銷量而言，中國是第二大雙向無線對講機市場，於2014年佔全球消費約33.3%。於2009年至2014年（2012年除外），中國雙向無線對講機銷量增幅穩定維持在10.0%以上，預期2015年的預測按年同比增長率將約為13.1%。

雙向無線對講機全球市場的銷量及增幅分析，以千件計
(2009年至2017年)



資料來源：世邦魏理仕報告

美國、歐盟及中國的雙向無線對講機銷量及增幅分析，以千件計
(2009年至2017年)



資料來源：世邦魏理仕報告

嬰兒監視器

於2009年至2014年，全球嬰兒監視器銷量增長率維持在約3.3%至8.8%的水平。於2009年至2010年，按年同比增長率為8.0%以上。於2010年至2013年，全球嬰兒監視器消費增長放緩，且增長率於2013年達到約3.3%。於2014年，增長率上升至4.7%。預期2015年至2016年全球嬰兒監視器銷量的預測按年同比增長率將約為3.6%。

美國市場

就銷量而言，美國為最大的嬰兒監視器市場，於2014年佔全球消費約45.9%。自2011年起，美國嬰兒監視器銷量增長顯著減緩，預期2015年至2016年的預測按年同比增長率將約為2.7%。

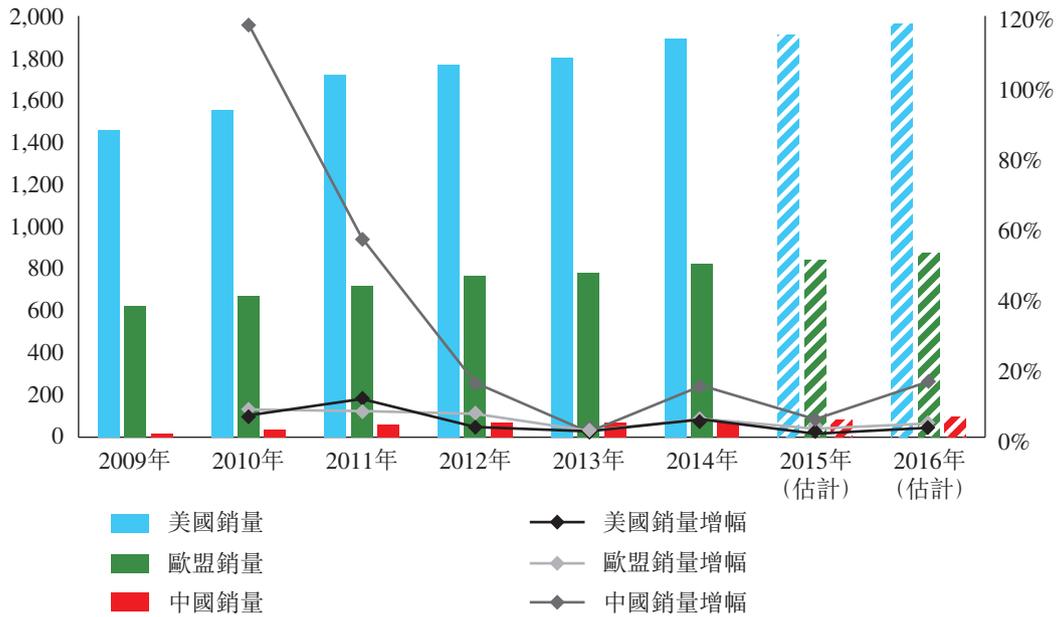
歐盟市場

就銷量而言，歐盟為第二大嬰兒監視器市場，於2014年佔全球消費約20.0%。2009年至2013年的按年同比增長率呈下滑趨勢，而於2014年回暖至約5.0%。預期2015年及2016年的增長率將約為2.4%及3.9%。

中國市場

就於全球市場的銷量而言，中國的嬰兒監視器份額相對較小，於2014年佔全球消費約1.9%。於2009年至2013年，中國嬰兒監視器銷量按年同比增長率跌勢顯著，由約118.0%下滑至約1.0%。於2013年至2014年，消費增長率穩步提高。預期2015年至2016年的增長率將維持約5%至16%。

嬰兒監視器銷量及增幅分析，以千件計（2009年至2016年）



資料來源：世邦魏理仕報告

雙向無線對講機及嬰兒監視器製造業的供應概覽及分析

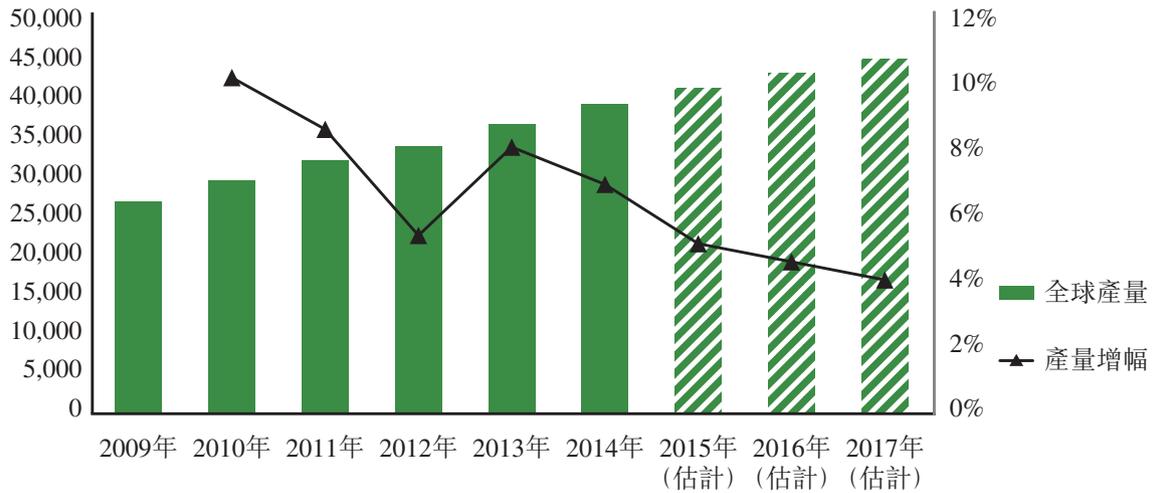
雙向無線對講機

整體供應及生產

全球市場雙向無線對講機產品的總產量於2009年至2014年穩步上升。於過去五年內，2009年至2010年的按年同比增長率（約10.0%）屬最高。預期2015年至2017年的增長率將輕微下降至4.0%至5.0%。

行業概覽

雙向無線對講機全球市場的整體供應及產量增幅，以千件計（2009年至2017年）

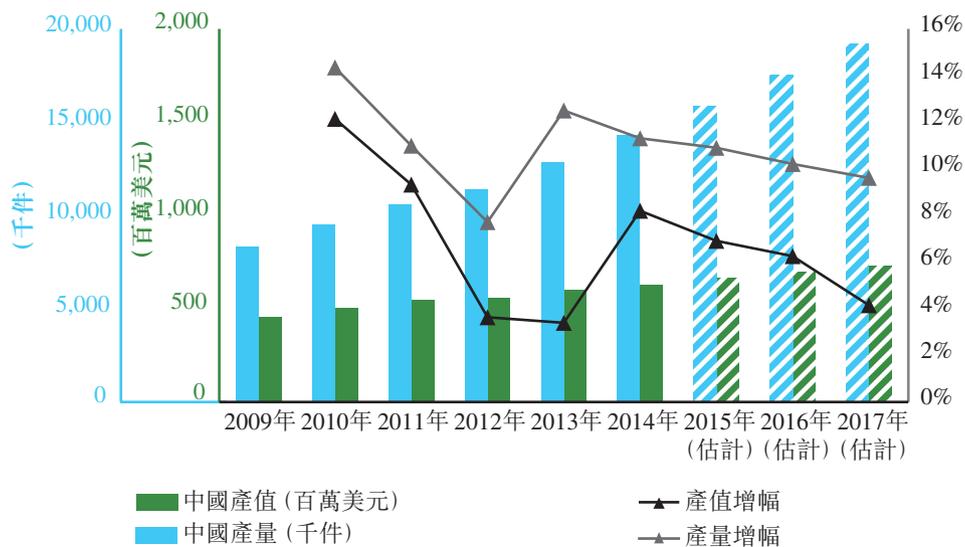


資料來源：世邦魏理仕報告

中國雙向無線對講機生產總值

於2009年至2014年，中國市場雙向無線對講機產品產量穩定增長。雙向無線對講機行業產值於2014年達到最高（約600百萬美元）。預期2015年至2017年的產值將以4.0%至7.0%的比率繼續增長。

中國雙向無線對講機生產總值、供應及產量增幅（2009年至2017年）



資料來源：世邦魏理仕報告

嬰兒監視器

整體供應及生產

於2009年至2014年，嬰兒監視器產品全球市場的總產量增幅在3.0%至9.0%之間浮動。於過往五年內，2009年至2010年及2010年至2011年的按年同比增長率同屬最高位。自2011年起，嬰兒監視器的產量增幅大幅減緩。預期2015年及2016年的增長率將分別約為4.2%及3.7%。

嬰兒監視器整體供應及產量增幅，以千件計（2009年至2016年）



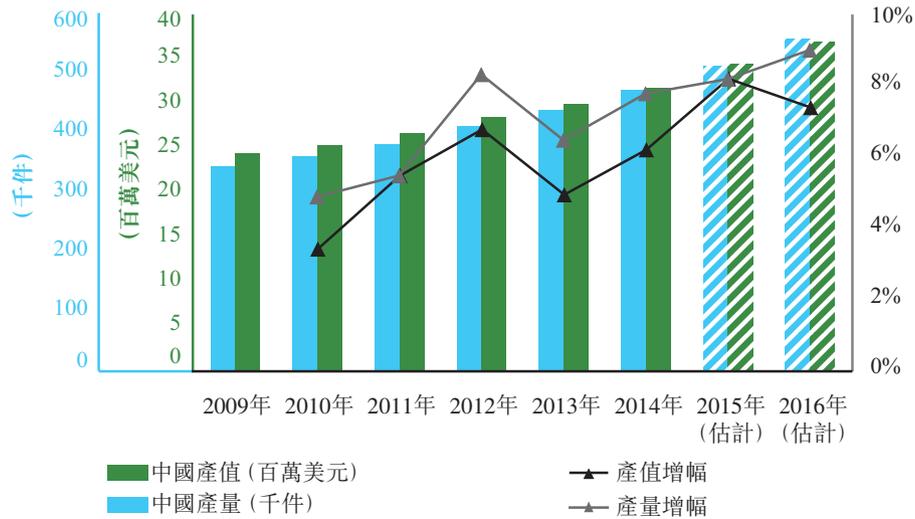
資料來源：世邦魏理仕報告

中國嬰兒監視器生產總值

於2009年至2014年，中國嬰兒監視器產品的產量增長率保持在約5.0%至9.0%。儘管佔全球產量的比例相對較低，但中國嬰兒監視器行業的產值於2014年達到最高（約32.0百萬美元）。預期2015年至2016年的產值將以約7.0%至8.0%的比率繼續增長。

行業概覽

中國嬰兒監視器生產總值、供應及產量增幅（2009年至2016年）



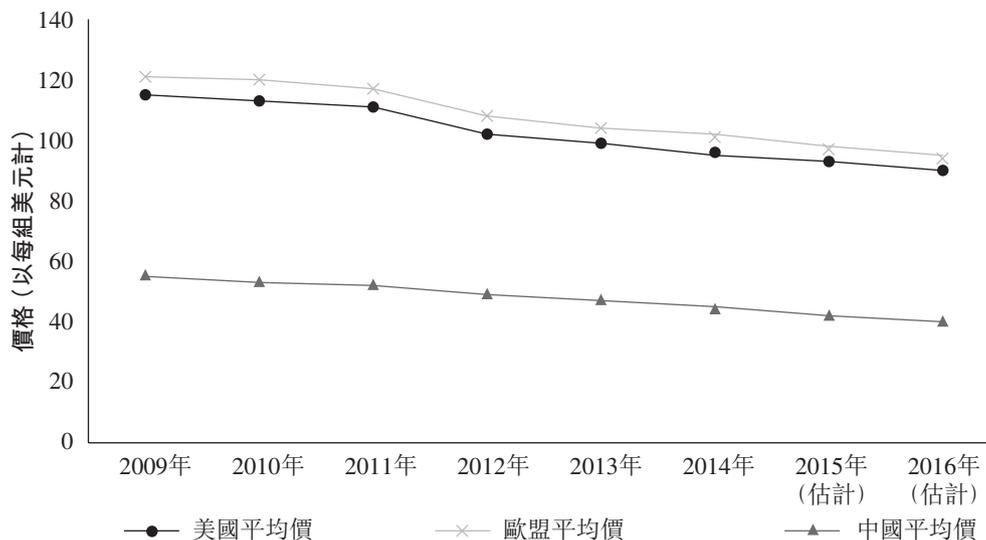
資料來源：世邦魏理仕報告

成品的價格走勢

雙向無線對講機

全球雙向無線對講機的每組（兩件設備的標準套裝）平均價自2009年開始逐步下跌。於2014年，每組平均價約為98美元。長遠來看，估計於2019年每組平均價將約為82美元。

雙向無線通訊設備－平均價（美國、歐盟及中國）（2009年至2016年）



資料來源：世邦魏理仕報告

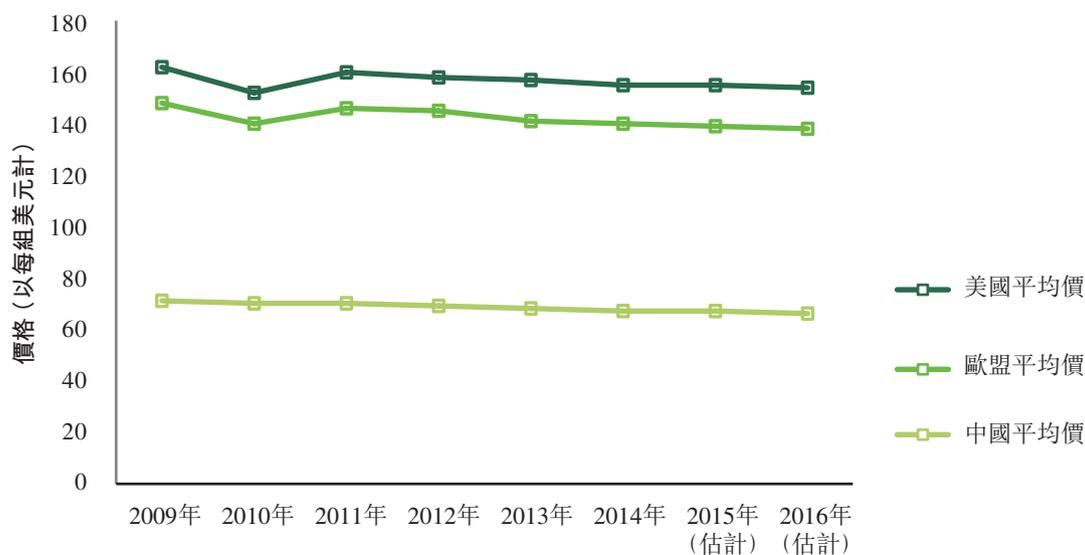
影響雙向無線對講機產品價格的關鍵因素主要為生產成本及宏觀經濟環境。雙向無線對講機行業的主要成本包括設計特色、原材料價格及勞工成本。雙向無線對講機行業產品的主要原材料包括金屬、塑膠及半導體。主要由於中國政府採取宏觀經濟增長「放緩」政策，大部分此等成本的近年趨勢是平穩中漸見增長。

原材料、勞工、能源及資本支出的重大價格變動將直接影響製造商的營運成本。相關變動會調高市場的設備價格、電價的法定調整或增加勞工成本。

嬰兒監視器

在美國、歐盟及中國，嬰兒監視器的平均價分別約為155美元、140美元及70美元。名牌嬰兒監視器的質量或更好且更耐用但亦可能價格較高。

嬰兒監視器 – 平均價（美國、歐盟及中國）（2009年至2016年）



資料來源：世邦魏理仕報告

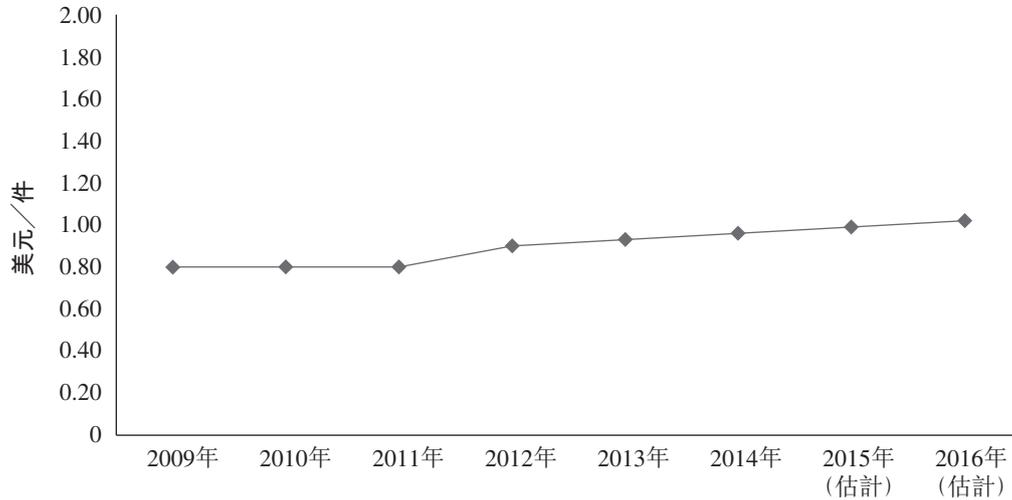
與雙向無線對講機市場相類似，除成本、宏觀經濟環境及政策等主要因素外，替代品（例如網絡相機）的威脅亦導致嬰兒監視器的需求減少，也可導致產品價格下跌趨勢。

主要原材料的價格走勢

IC

於2009年至2011年，中國生產的IC的平均價（單價）相當平穩，維持於約0.8美元。於2012年價格增加至約0.9美元，預期於2016年平穩增加至約1.0美元。

中國IC的平均價（2009年至2016年）

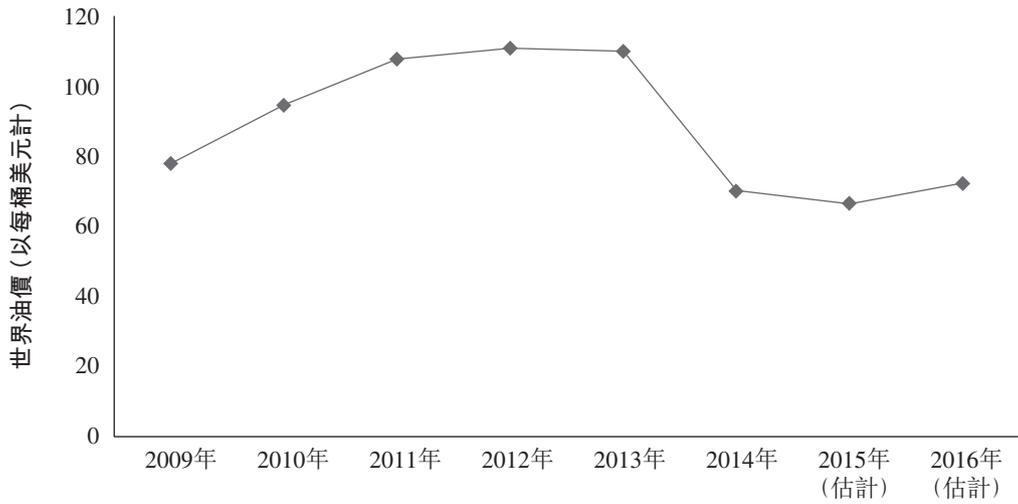


資料來源：世邦魏理仕報告

塑膠

由於大部分塑膠由原油製成，故原油價直接影響塑膠價格。於2009年年末，油價約為每桶78美元，於2013年年末則達至約每桶110美元。於2014年年末，油價跌至每桶70美元。預期於2015年至2016年期間，油價將維持相對低水平，介乎約66美元至73美元。

世界油價 (2009年至2016年)

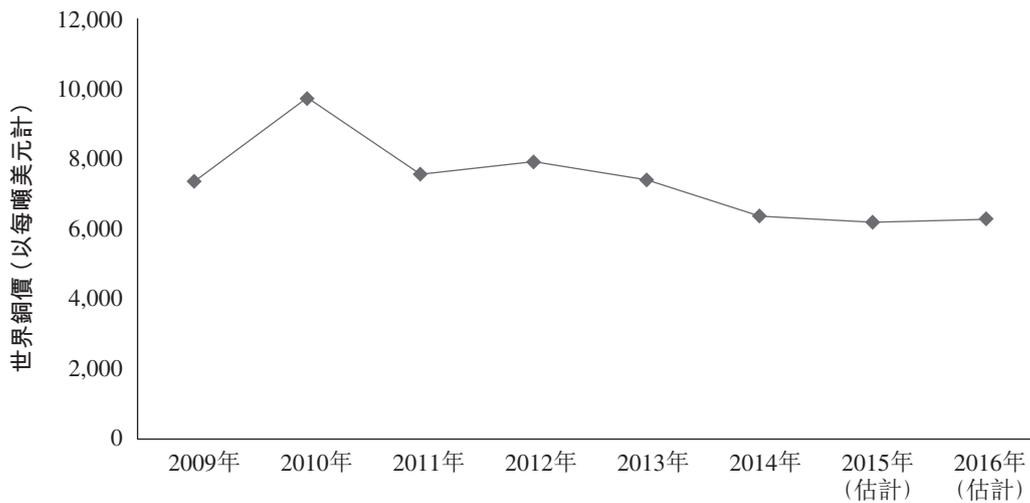


資料來源：世邦魏理仕報告

銅

於2010年，世界銅的每噸價格飆升，於2010年年末超逾9,700美元。此後，價格顯著下跌至2014年年末約6,400美元。由於在可見未來，亞洲國家如中國及印度（銅的主要消費國）的經濟增長放緩令發展減速，預期銅的價格將下降。

世界銅價走勢 (2009年至2016年)



資料來源：世邦魏理仕報告

電池

根據反映中國小商品交易情況的義烏－中國小商品指數，自2009年至今，電池價格走勢平穩，目前指數水平介乎99.5至100。預期2015年至2016年中國的電池價格將繼續保持相對穩定。



資料來源：世邦魏理仕報告

原材料及成品採購價的波動

總體而言，原材料價格於過往幾年內持續升高，市場參與者正面臨維持其溢利率的壓力。由於市場充滿競爭、透明及已趨成熟，市場參與者難以提高成品的價格。另一條出路是在生產中實施有效的成本節約措施或開發融入更多產品特色並以解決問題為本的產品。

競爭格局與競爭優勢

根據世邦魏理仕報告，於2014年12月31日，中國的雙向無線對講機及嬰兒監視器行業內分別約有100至150家及30至40家ODM製造商。根據世邦魏理仕報告，截至2014年12月31日止年度，就產量而言，總部設於中國的十大雙向無線對講機ODM製造商佔有約64.6%的市場份額，及就產量而言，總部設於中國的十大嬰兒監視器ODM製造商於相同年度佔有約58.8%的市場份額。

競爭優勢

根據世邦魏理仕報告，與競爭對手相比我們有三個主要競爭優勢，包括(i)管理層豐富的行業經驗－我們的管理層團隊的知識及經驗，讓我們能迅速應對雙向無線對講機和嬰兒監視器行業快速變化之潮流；(ii)自身的產品設計及開發能力－我們的產品開發團隊能自發開發產品，亦能回應客戶的徵求建議書；及(iii)與大型國際知名品牌消費電子企業，如CEC（我們於往績記錄期間的最大客戶，按2014年的雙向無線對講機產品銷量計，其Cobra品牌在美國及歐盟個人市場分別排名第二及第七）及Delta Enterprise Corporation（總部位於美國的兒童產品製造商）穩靠的客戶關係，為我們的持續銷售及穩步增長提供了機會。

雙向無線對講機和嬰兒監視器製造商的進入門檻

法規

對雙向無線對講機和嬰兒監視器而言，美國、歐盟及中國在產品安全及無線電頻率使用方面的法律法規均須嚴格遵守。實際上，這無形中給市場參與者數目劃了限額，降低了潛在參與者帶來的競爭。

資本需求及製造成本

世邦魏理仕估計，在中國成立及經營一家年產能為100,000組雙向無線通訊設備的製造公司需投資人民幣40百萬元。

製造工人工資大幅上漲以及中國政府針對勞動法實施、知識產權保護及各項環境審查出台的政策所導致的其他成本均對中國的製造成本總額構成影響。該等因素亦可能令市場新入者的資本需求提高。

分銷網絡

分銷商是供應鏈成功路上相當重要的一環。雙向無線對講機和嬰兒監視器等電子產品可透過多種分銷渠道向客戶銷售。擁有強大的分銷網絡通常意味著一項競爭優勢。如未能建立及強化分銷網絡，公司的銷售增長即可能受限，是故對市場擬入者而言這可能成為一道頗高的進入壁壘。外圍經銷商或新晉分銷商要加入一個業已成熟且日趨飽和行業的競爭，其難度非同小可。

規模經濟

隨著廣闊的銷售網絡及與供應商長期穩定的關係幫助大型製造商透過較低的成本及較高的溢利率獲得規模經濟，雙向無線對講機和嬰兒監視器市場的規模經濟效應漸趨明顯。上述市場的新晉參與者要想取得規模經濟效應，有一定難度。

雙向無線對講機和嬰兒監視器行業的機遇與危機

機遇

- i. 美國和歐盟的宏觀經濟環境日漸改善。而由於我們絕大部分的產品乃出口至美國和歐盟，此等區域的客戶中可能潛在強勁需求，對該等客戶的銷售亦可能會增加。
- ii. 中國在監管方面的轉變。中國工業和信息化部於2009年12月頒令，自2011年1月1日起暫停審批模擬雙向無線對講機。此舉意在加快由雙向無線對講機進化至數碼通訊時代的進程。我們可把握這一轉變帶來的商機，擴大我們在中國的市場份額。
- iii. 嬰兒監視器行業正處於成長階段。隨著技術不斷進化，該市場的消費者需求日益上升。
- iv. 越來越多的兒童看護品牌運營商（如Delta Enterprise Corporation）進軍嬰兒監視器市場。通過利用其在嬰兒產品市場的品牌效應及與其旗下其他產品的交叉銷售，我們嬰兒監視器產品的銷售可能得以提升。
- v. 強大的產品設計及開發能力。我們的內部產品開發團隊令我們得以在我們的產品中善用無線電傳輸技術方面的技術訣竅並將其他增值功能納入其內。我們亦可增加與其他移動設備（如智能手機）的兼容，以此提升我們產品在產品用途上的靈活性以及改善用戶體驗。

危機

- i. 雙向無線對講機行業已成熟，增長潛力有限。

行業概覽

- ii. 可供選擇替代品及備選品。就雙向無線對講機而言，手機等其他即時通訊工具均可充當替代品。人們利用手機可以隨時隨地互相溝通。隨著手機技術日益流行，加上雙向無線通訊移動應用程序日漸普及，雙向無線通訊設備會慢慢失去其在便利及多功能方面的競爭優勢。就嬰兒監視器而言，網絡相機或互聯網協議 (IP) 相機等替代品也具備嬰兒視頻監視器的功能。

- iii. 人民幣升值會推高我們的勞工成本和原材料成本，削減以中國為基地生產的吸引力。我們客戶所在國家的貨幣貶值將令我們產品的需求下降，因為該等客戶會發現從中國進口的產品越來越昂貴。