

# 市場概覽



## 香港

香港依然在大中華地區的流動通訊市場發揮著獨有功能，服務供應商和手機製造商以此市場測試他們所提供的新服務和新型號手機設計。香港作為一個沒有銷售稅的自由港，享有得天獨厚的位置，相比亞洲地區的对手，能更早並以更低的訂價推出最新款式手機。此等優勢吸引了區內的顧客前來香港搜購最新手機，作為時尚精品或功能獨特的玩意，在香港興旺的換機市場，有著舉足輕重的地位。

近期中國對國內人民放寬個人來港旅遊的限制，估計會提升手機在市場上的需求，尤以附有中文顯示功能的手機型號，是來港個人遊的內地旅客最熱切搶購之物。

由於城中網絡商所提供的流動通訊收費不斷降價，本地手機用戶數目亦穩步增加。據電訊管理局所公佈的數據，香港流動通訊用戶人數由二零零二年十二月的621萬，增加至二零零三年九月的675萬。香港一家網絡商在二零零三年十二月推出了第三代流動通訊服務，因此換機市場表現依然強健，用戶紛紛更換備有液晶彩屏、網上遊戲和數碼相機功能的新手機。

儘管換機需求殷切，但由於來自國內和海外的新手機商不斷湧現，香港手機市場依然面對嚴重的降價和邊際利潤下調的壓力。本集團將繼續積極利用本身在香港與生產商、分銷點和網絡商所建立的強大網絡，配合市場的趨勢，共同制訂有效的宣傳和分銷策略。本集團亦會仔細探討市場上可能出現的新商機。

### 台灣

台灣手機市場在年度內維持平穩，約2,400萬名手機用戶在一年中購買了650至700萬部新手機。根據一家台灣研究機構的調查結果，該地手機滲透率於二零零二年起逾106%，為全球之冠。

與中國大陸相似，台灣的手機市場亦逐漸有更多本地生產商推出新型號手機，與外國對手正面交鋒。一家主要的外國手機品牌為了取回失地，在年度內以大幅折扣為一些基本功能的手機大規模促銷，此舉自然加劇了市場訂價向下調整的壓力，進一步削弱本來已極為微薄的利潤。

展望未來，台灣市場將主要由換機需求帶動增長。新型號手機將加入更多嶄新功能，配有彩色屏幕，內置數碼相機，並具備網上遊戲功能。由於現在的競爭已相當激烈，預期換機的動力不會為生產商和分銷商帶來極大的銷售增長。有鑑於此，本集團計劃與台灣的生產商，以至當地的內容供應商加強合作，並透過與業務夥伴組成更緊密的聯盟，籌劃更多有效的宣傳活動和開發更多具吸引力的促銷和服務套餐，藉此擴大在台灣市場的銷售。

## 中國

中國的手機市場在去年因國內生產商加入戰陣，競爭日見加劇，加上SARS在國內爆發，引致銷售活動緩滯。

面對不斷升級的競爭，本土生產商和分銷商為刺激銷售，提供不成比例的大幅折扣，大幅蠶食了進口品牌對手的邊際盈利和市場份額。自二零零三年下半年，國內手機品牌合共佔市場份額已超過55%。

根據信息產業部近期之報告，預計中國在二零零三年內可售出約7,000萬部手機。但僅在年內的首三季，國內手機生產商已產出1.29億部手機，較預期該年的消費量高出85%。加上SARS疫症爆發令手機的銷情大幅放緩，導致全國手機存貨量在七月底時高達3,500萬部。國內市場之競爭本已白熱化，庫存過剩之現象將令競爭更為嚴峻，進一步削減區內手機供應商及分銷商的邊際盈利。

隨著中國逐步過渡至第三代流動通訊服務。市場對數據傳輸量大、傳輸速度快、表現穩定可靠和售後服務完善的手機將有龐大需求。在此情況下，向來在上述範疇有優良記錄的外國生產商相比他們的本地對手自然高下立見，更有重奪市場領導地位的能力。分銷高檔外國手機向來是本集團的強項，加上過去所積累的經驗，在區內應有機會重新取得競爭優勢。本集團將會以穩健的態度，評估面臨的商機和附帶的業務風險。本集團將細心分析本身的經營優勢，確保將來在區內市場上的角色，維持耀科業務的延續性和盈利能力。