

行業概覽

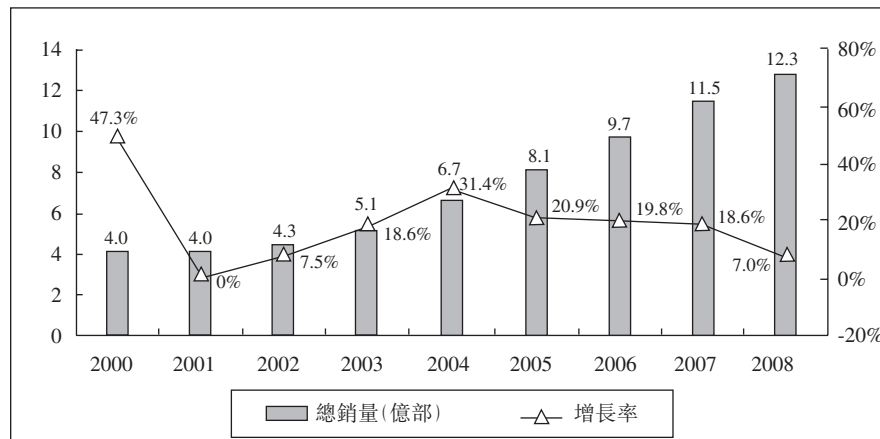
以下一節所載資料乃直接或間接部分摘錄自若干政府、官方或其他資料來源。有關資料未經本公司、保薦人或其各自聯屬人士或顧問的獨立核證，因此未必為準確、完整或最新資料。本集團對其準確性不發表任何聲明，因此不宜過於倚賴本節所載資料。

全球手機市場的概覽

近年，全球手機市場總銷量急劇增長。根據「2009-2012年中國手機行業調研及戰略諮詢報告」（「相關報告」），手機的全球銷量由二零零零年約400,000,000部上升至二零零七年約1,100,000,000部，而預計二零零八年手機的銷量可達約1,230,000,000部，相當於二零零零年至二零零八年複合年增長率約15.07%。相關報告乃由一間中國市場調查公司深圳市盛世華研管理諮詢公司（前稱Oriental Intelligence Co. Ltd）刊發。該公司為獨立第三方，並非由本公司或其關連人士或保薦人委聘。

下表分析手機於二零零零年至二零零八年（估值）間的全球銷量增長：

二零零零年至二零零八年全球手機行業總銷量及增長

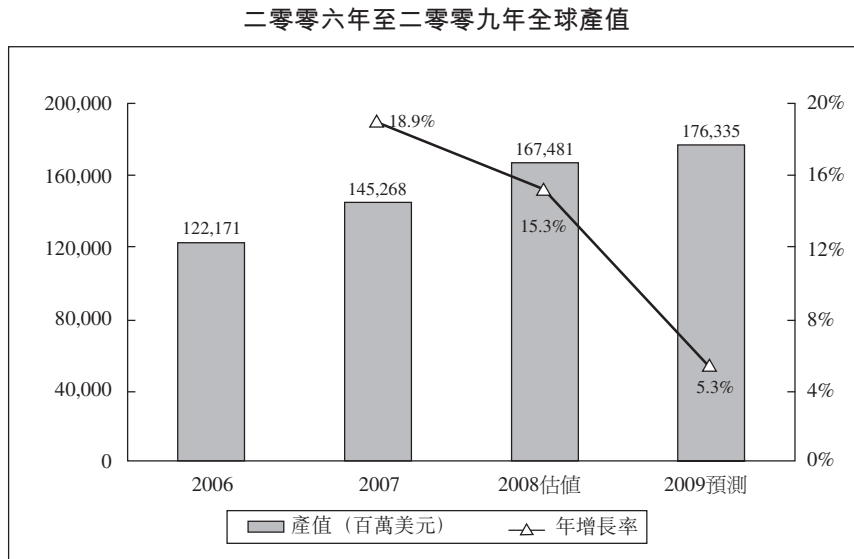


數據來源：賽迪顧問

行業概覽

根據相關報告所載資料，手機年產值由二零零六年約122,170,000,000美元穩步增長至二零零九年預測產值約176,340,000,000美元，其複合年增長率約為13.01%。然而，手機的全球產值年增長率由二零零七年約18.91%減至二零零八年約15.29%，並預計於二零零九年進一步減至約5.29%。鑒於二零零八年底全球金融危機的影響，預計二零零九年的年增長率勢必大幅下滑。

下表分析手機於二零零六年至二零零九年(估值)間的全球產值及其相關年增長率：



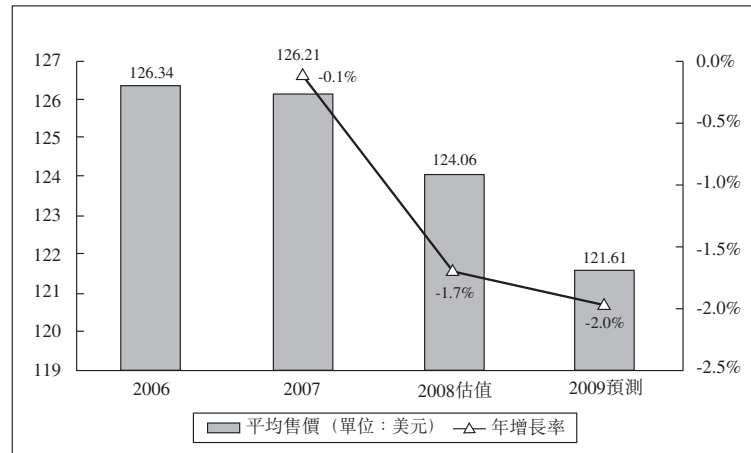
數據來源：拓璞產業研究所

行業概覽

根據相關報告，二零零六年與二零零七年手機的全球平均售價(「平均售價」)相若。然而，平均售價於二零零八年至二零零九年預期將會分別下滑約1.5%及2%，此乃由於二零零八年波及全球的金融危機所致。

下表分析手機於二零零六年至二零零九年(估值)間的估計全球平均售價(平均售價)及其相關增長率：

二零零九年全球手機平均售價

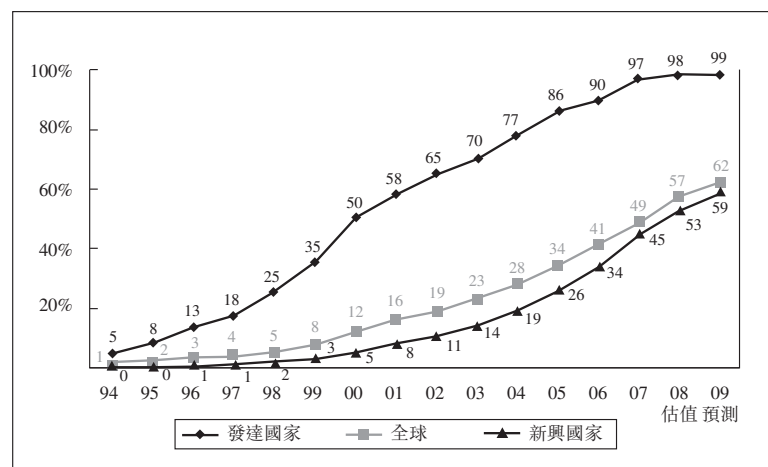


數據來源：拓璞產業研究所

根據相關報告，於過往十年間，全球手機普及率急劇上升。預計於二零零八年手機於發達國家全面普及。預計新興國家普及率於二零零八年及二零零九年分別約為53%及59%，反映於中國等新興國家，手機行業發展潛力超逾發達國家。

下表分析一九九四年至二零零九年(估值)間發達國家及新興國家的估計手機普及率：

一九九四年至二零零九年(估值)全球手機普及率



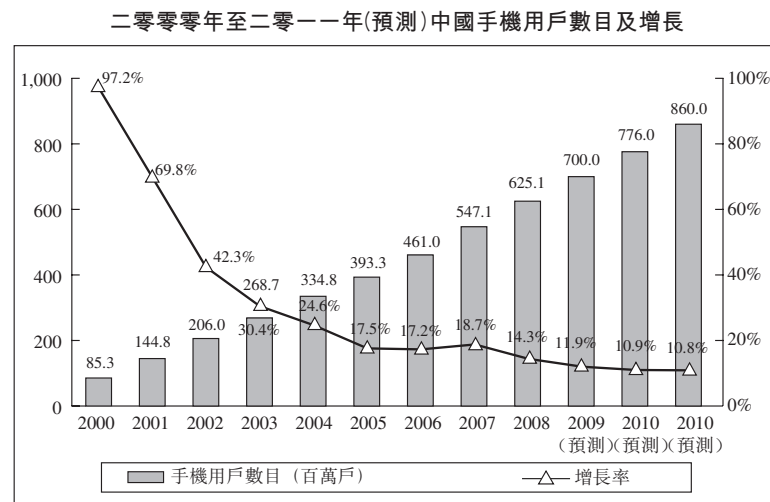
數據來源：拓璞產業研究所

行業概覽

中國手機市場概覽

中國手機市場的發展為影響本集團業務增長的關鍵因素之一，原因為本集團於中國從事手機行業，尤其是(i)應用程式設計；(ii)解決方案設計及服務；(iii)手機生產；及(iv)在中國分銷及推廣手機及零件。於二零零八年，中國手機市場發展迅速。根據賽迪顧問股份有限公司（「賽迪顧問」）刊發的「2008-2009年中國手機市場年度報告」，迄今中國的手機用戶市場乃世界之冠。於二零零零年至二零零八年期間，中國的手機用戶數目急劇攀升，由約85,300,000戶飆升至約625,100,000戶，複合年增長率約為28.7%。賽迪顧問乃一間中國顧問公司，為獨立第三方，且並非由本公司或其關連人士或保薦人委聘。

下表分析中國手機用戶數目於二零零零年至二零一一年（預測）的增長情況：



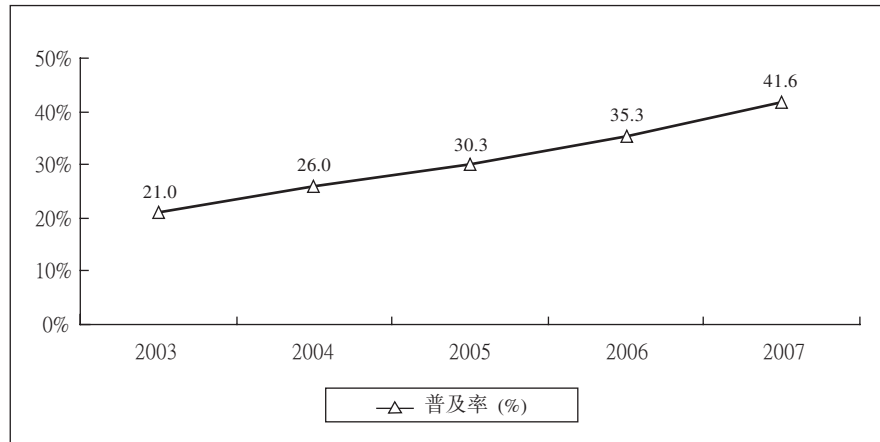
數據來源：賽迪顧問

行業概覽

此增幅主要受中國整體手機普及率日益上升的推動。根據中國國家統計局的資料，增長率由二零零三年約21.0%增加至二零零七年約41.6%，其複合年增長率約為18.64%。

下表分析中國於二零零三年至二零零七年間的手機普及率：

二零零三年至二零零七年的中國手機普及率

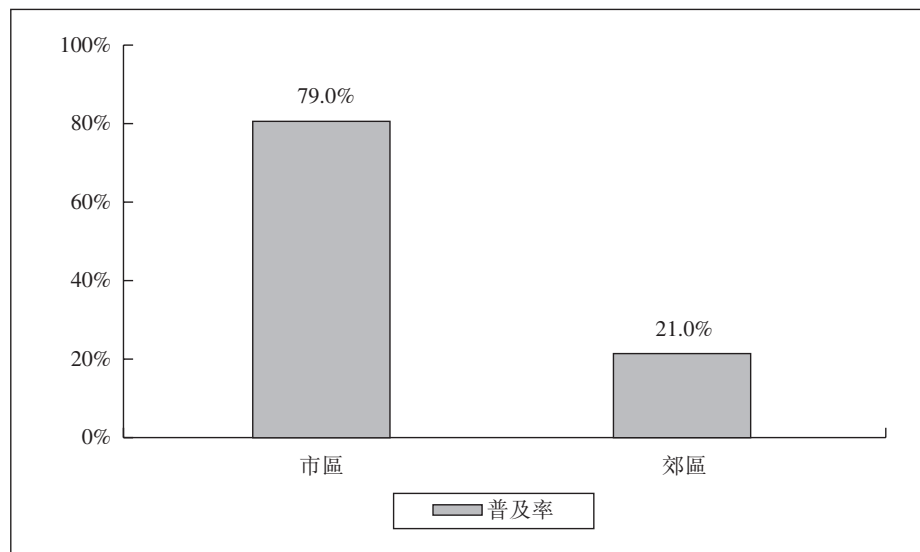


數據來源：中國國家統計局

根據相關報告，於二零零八年，市區及郊區的手機用戶比例分別約為79%及21%。於二零零五年，市區人口約佔42.99%，餘下約57.01%為郊區人口。郊區的手機普及率相對較低且人口眾多，蘊藏巨大發展潛力。據賽迪顧問稱，農村民眾為四、五級手機市場的消費主流。郊區市場發展迅速，催生大量手機新用戶，令四、五級手機市場的手機用戶群大幅擴張。

下表分析中國市區及郊區於二零零八年的手機普及率：

二零零八年中國市區及郊區的手機普及率



數據來源：互聯網消費調研中心(ZDC)

行業概覽

根據賽迪顧問，於二零零一年至二零零八年期間，中國手機年銷量的複合年增長率約為19.52%，由二零零一年約46,010,000部增加至二零零八年約160,360,000部，主要因現有用戶升級及更新其現有手機所致。升級及更新換代趨勢的部分原因為硬件及軟件技術日新月異，市場不斷推出功能先進的手機，如數碼相機、MP3音樂播放器及其他為消費者設計的多媒體功能。根據賽迪顧問的預測，於二零一一年，手機年銷量將增加至約180,000,000部。

下表分析中國於二零零一年至二零一一年(預測)間的手機年銷量：

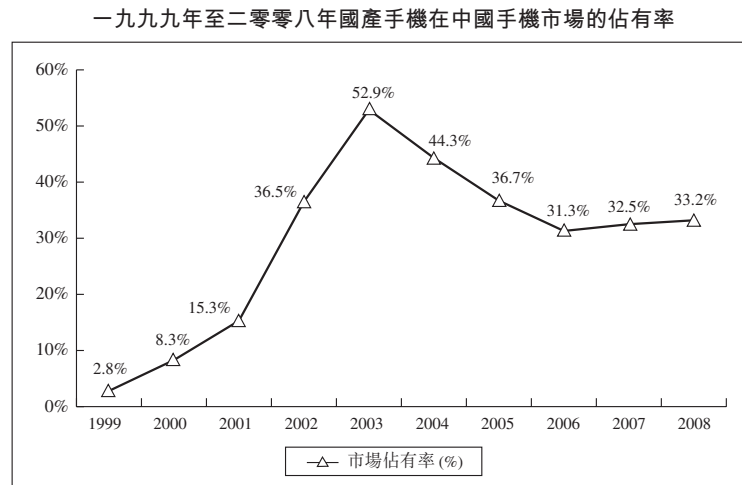
年份	銷量 (千部)	銷量增長率	銷售額 (人民幣 十億元)	銷售額增長率
二零零一年	46,016	51.9%	90.19	33.2%
二零零二年	62,474	35.8%	107.71	19.4%
二零零三年	73,786	18.1%	118.93	10.4%
二零零四年	78,696	6.7%	129.47	1.3%
二零零五年	88,061	11.9%	131.58	9.2%
二零零六年	119,336	35.5%	168.08	27.7%
二零零七年	148,132	24.1%	167.98	-0.1%
二零零八年	160,363	8.3%	181.21	7.9%
二零零九年(預測)	151,582	-5.5%	186.29	2.8%
二零一零年(預測)	161,617	6.6%	216.24	16.1%
二零一一年(預測)	179,168	10.9%	240.09	11.0%

數據來源：賽迪顧問

根據賽迪顧問，國產手機的市場佔有率大幅提升，由一九九九年2.8%攀升至二零零三年約52.9%，隨後持續下滑至二零零八年約33.2%。市場佔有率下滑主要因知名國際品牌開始與中國中低價位手機激烈競爭所致。儘管國產手機的市場佔有率於二零零三年前逐年遞增，國產手機製造商於該期間並未成功打造國際知名品牌。因此，面臨海外製造商在價格、質量及外觀方面的激烈競爭，國產手機製造商逐步失勢。

行業概覽

下表分析於一九九九年至二零零八年間國產手機在中國手機市場的佔有率：



數據來源：賽迪顧問

二零零九年發放3G牌照後的前景

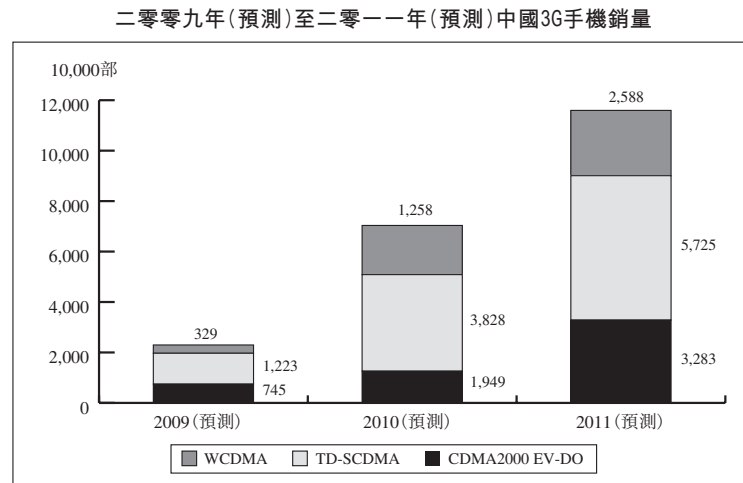
於二零零九年一月，中國工業和信息化部向中國主要電信營運商發放3G牌照，標誌著中國手機行業正式進入3G新時代。

根據相關報告，於隨後的二零零九年至二零一零年兩年間，估計3G相關費用約為人民幣280,000,000,000元。除直接投資3G基礎建設外，預期發放3G牌照將會帶動其他社會開支，估計約為人民幣2,000,000,000,000元，並乘勢進一步刺激中國經濟。

於3G時代，3G手機用戶可享用更快捷的數據傳送及升級版增值功能，包括下載複雜數據、瀏覽互聯網、收發電郵及電子商務。根據相關報告，預期消費者對3G手機的需求將會提升，且3G新應用程式及其相關服務以及手機用戶以3G手機替換2G手機的發展潛力甚大。

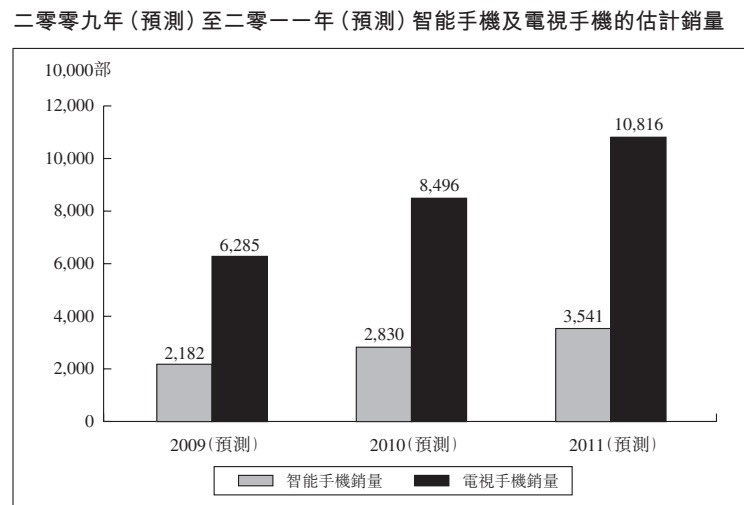
行業概覽

下表分析二零零九年(預測)至二零一一年(預測)間中國3G手機的估計銷量：



隨著3G時代的到來，具備多種應用功能(如語音通訊、多媒體、計算機功能、娛樂、網頁瀏覽等)的手機將進入快速增長時期。

下表分析由二零零九年(預測)至二零一一年(預測)間智能手機及電視手機的估計銷量：



數據來源：賽迪顧問

行業概覽

中國手機解決方案供應商的近況

過往，中國手機製造商並不具備手機研發的基本條件，主要以OEM/ODM方式製造手機。隨著技術經驗日積月累，近年來，中國手機解決方案供應商開發的設計逐步被採納。因此，中國手機製造商對OEM/ODM模式的依賴減弱，並對中國解決方案公司開發的設計產生殷切的需求。根據相關報告，於二零零五年，中國解決方案公司的主要收入大部分來自中國手機製造商。

現時，中國手機業約有60家經營手機解決方案的供應商。該等公司能提供完善的設計解決方案，若干公司甚至可提供無線模塊、手機軟件系統、平台及軟件應用程式。大部分中國解決方案公司擅長軟件設計，惟硬件結構設計方面相對薄弱。

中國解決方案公司的大客戶主要為中國手機製造商。半數解決方案公司僅依賴一兩家中國手機製造商。

根據相關報告，預期中國3G通訊市場將為手機製造商締造業務良機。消費者更換傳統2G手機的需求亦將為中國解決方案公司帶來商機。隨著日後中國3G手機的發展，中國手機解決方案公司必可憑藉其嫻熟技能及豐富經驗，在盈利創收上更勝一籌。