

行業概覽

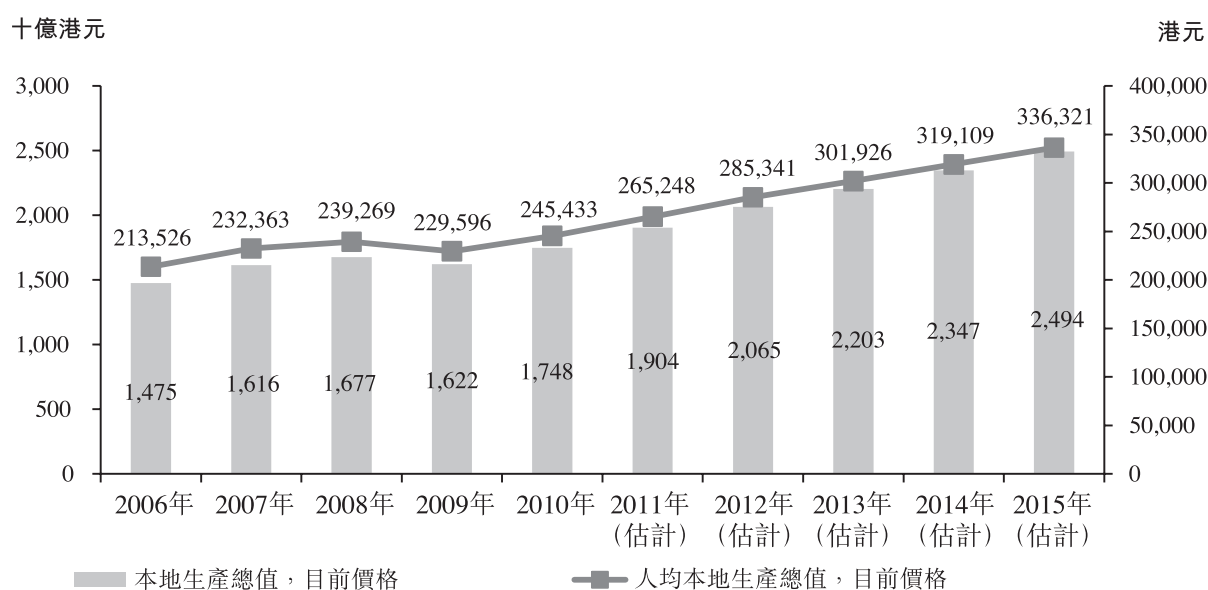
香港、澳門及中國的經濟概況

香港、澳門及中國的主要經濟指標

香港

近年香港經濟持續增長，得益於中國的強勁經濟增長。香港的本地生產總值由二零零六年的14,750億港元增至二零一零年的17,480億港元，複合年增長率為4.3%。根據IMF世界經濟展望，香港的本地生產總值於二零一五年預計將達24,940億港元，二零一零年至二零一五年的複合年增長率為7.4%。同樣，香港的人均本地生產總值由二零零六年的213,526港元增至二零一零年的245,433港元，複合年增長率為3.5%。根據IMF世界經濟展望，香港的人均本地生產總值於二零一五年預計將達336,321港元，二零一零年至二零一五年的複合年增長率為6.5%。人民幣升值繼續推動來自中國內地消費者的消費力及其在香港的消費。下圖列示二零零六年至二零一零年香港的本地生產總值及人均本地生產總值，以及二零一一年至二零一五年的預測。

香港的本地生產總值及人均本地生產總值



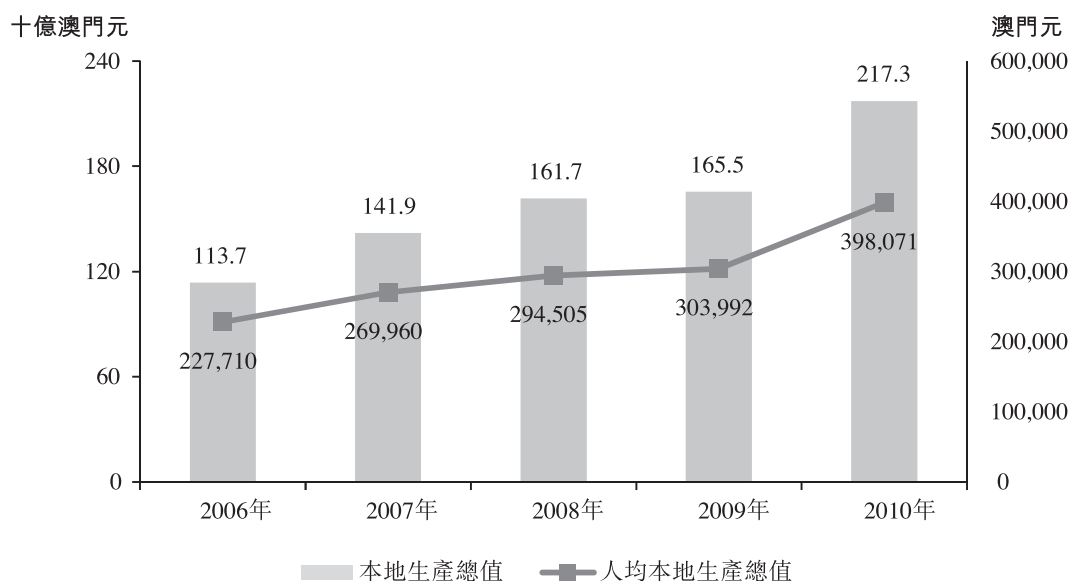
資料來源：國際貨幣基金組織、世界經濟展望數據庫

行業概覽

澳門

近年澳門經濟持續增長，得益於中國的強勁經濟增長。澳門的本地生產總值由二零零六年的1,137億澳門元增至二零一零年的2,173億澳門元，複合年增長率為17.6%。同樣，澳門的人均本地生產總值由二零零六年的227,710澳門元增至二零一零年的398,071澳門元，複合年增長率為15.0%。下圖列示二零零六年至二零一零年澳門的本地生產總值及人均本地生產總值。

澳門的本地生產總值及人均本地生產總值



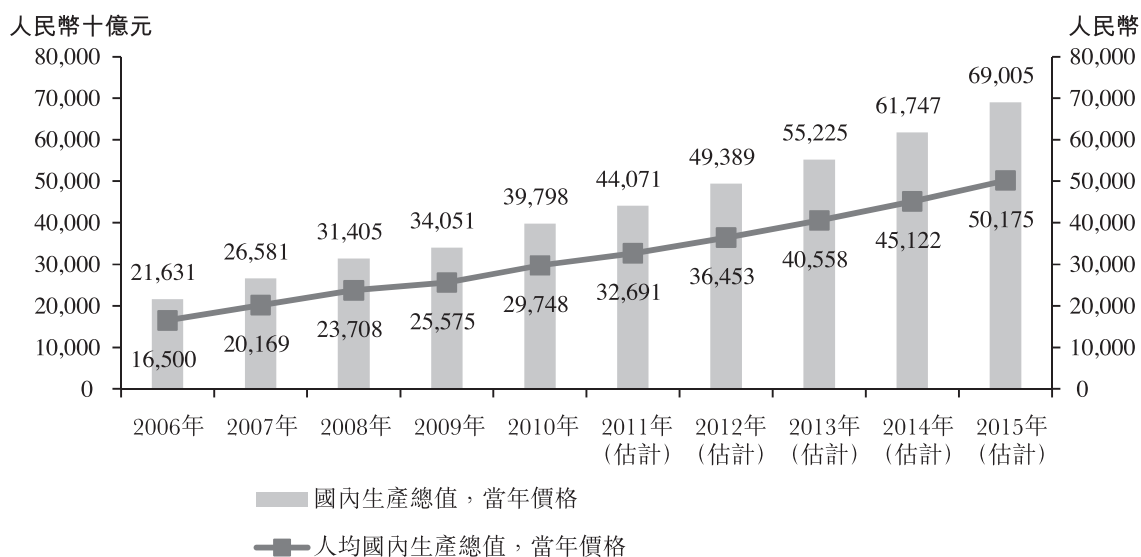
資料來源：澳門特別行政區政府統計暨普查局

中國

自中國政府於上世紀七十年代末實行經濟改革以來，中國經濟迅速發展。中國的國內生產總值由二零零六年的人民幣216,310億元增至二零一零年的人民幣397,980億元，複合年增長率為16.5%。二零零八年及二零零九年全球經濟衰退，但中國的國內生產總值仍分別增長9.6%及9.1%。根據IMF世界經濟展望，中國的國內生產總值於二零一五年預計將達人民幣690,050億元，二零一零年至二零一五年的複合年增長率為11.6%。同樣，中國的人均國內生產總值由二零零六年的人民幣16,500元增至二零一零年的人民幣29,748元，複合年增長率為15.9%。根據IMF世界經濟展望，中國的人均國內生產總值於二零一五年預計將達人民幣50,175元，二零一零年至二零一五年的複合年增長率為11.0%。下圖列示二零零六年至二零一零年中國的國內生產總值及人均國內生產總值，以及二零一一年至二零一五年的預測。

行業概覽

中國的國內生產總值及人均國內生產總值

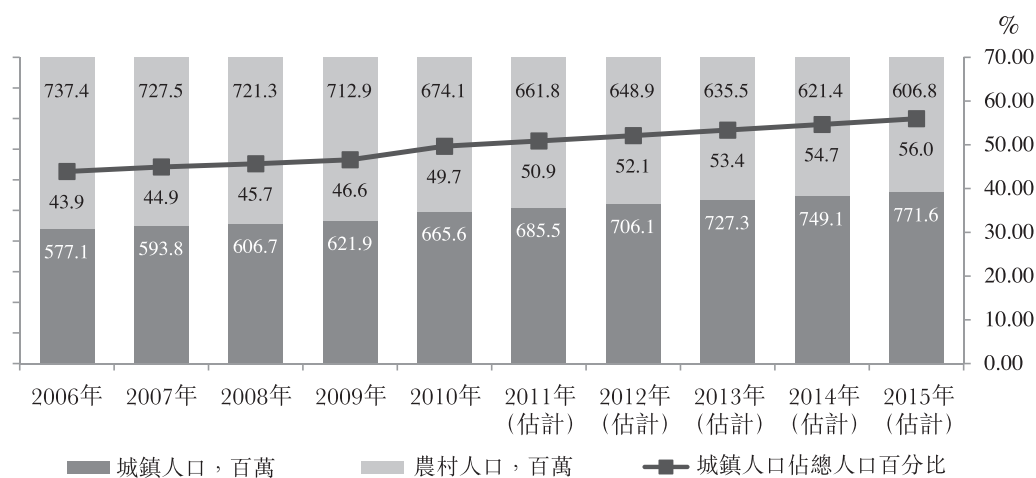


資料來源：中華人民共和國國家統計局、世界經濟展望數據庫

中國城鎮人口的快速增長及城鎮化率

由於經濟快速增長，中國正經歷快速城鎮化，人們紛紛由農村湧入城市，尋找更好的工作及追求更高的生活水平。中國的總城鎮人口由二零零六年的577.1百萬人增至二零一零年的665.6百萬人，複合年增長率為3.6%，同期城鎮化率增長約5.8%。根據中華人民共和國國家統計局的資料，中國的城鎮化率於二零一五年預計將達56.0%，二零一五年城鎮人口估計將增至771.6百萬人，二零一零年至二零一五年的複合年增長率為3.0%。下圖列示二零零六年至二零一零年中國的城鎮人口增長趨勢及二零一一年至二零一五年的預測。

中國的城鎮人口增長趨勢



資料來源：中華人民共和國國家統計局、中國統計年鑑；第六次全國人口普查公報

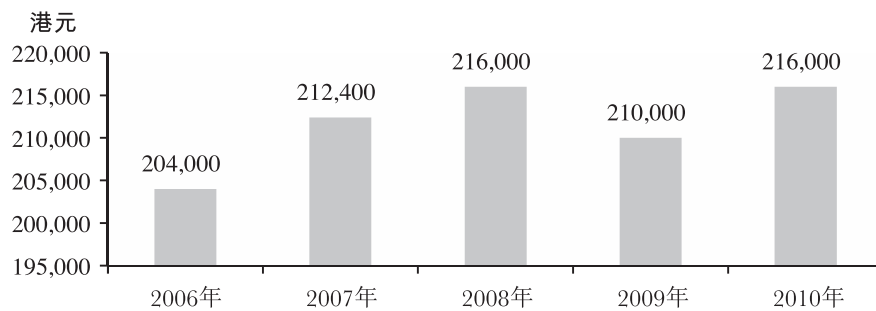
行業概覽

香港、澳門及中國的收入水平

香港

香港的家庭收入中位數由二零零六年的204,000港元增至二零一零年的216,000港元，複合年增長率為1.44%。下圖列示二零零六年至二零一零年香港的家庭收入中位數。

香港的家庭收入中位數

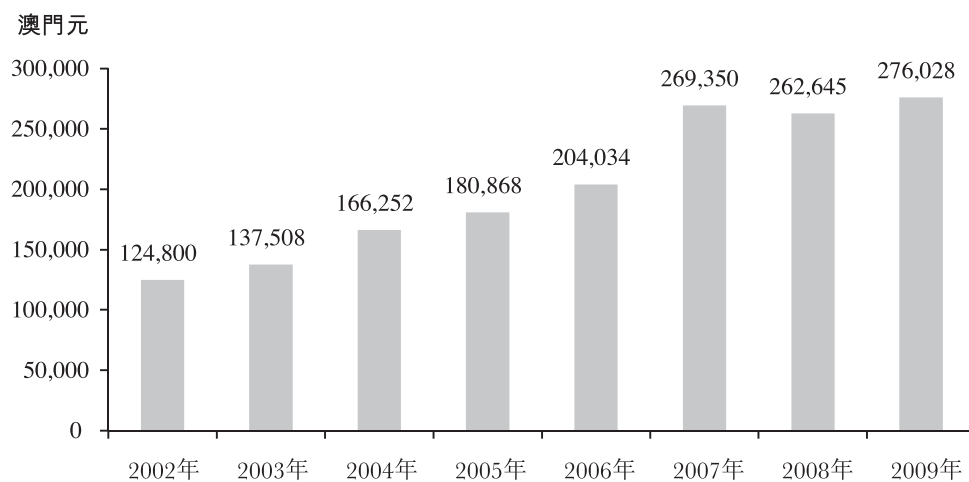


資料來源：香港特別行政區政府統計處

澳門

澳門的人均國民總收入由二零零二年的124,800澳門元增長逾一倍至二零零九年的276,028澳門元，複合年增長率為12.0%，得益於博彩業及旅遊業的強勁增長。

澳門的人均國民總收入



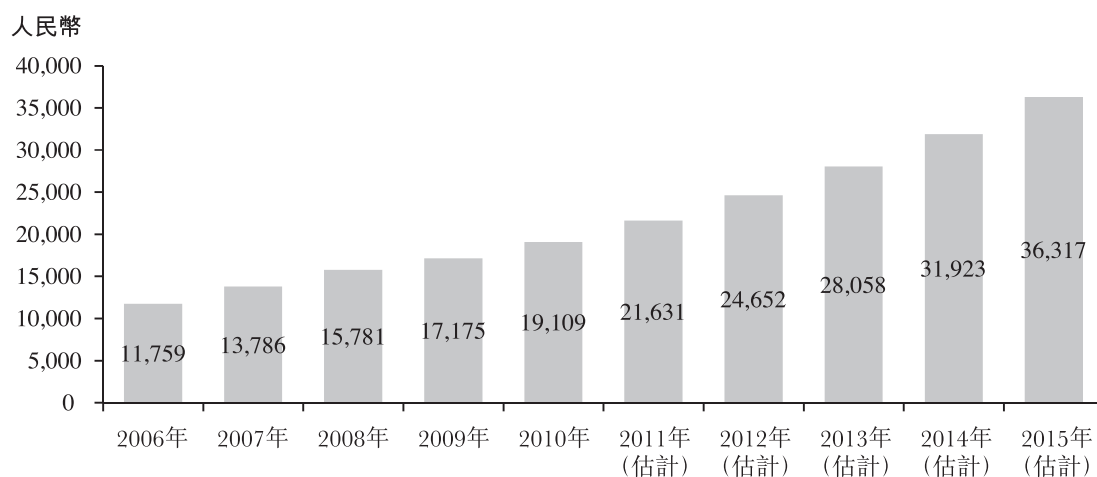
資料來源：澳門特別行政區政府統計暨普查局

行業概覽

中國

隨著中國的快速經濟增長及城鎮化，可支配收入亦大幅增長。中國的城鎮家庭人均可支配收入由二零零六年的人民幣11,759元增至二零一零年的人民幣19,109元，複合年增長率為12.9%。根據弗若斯特沙利文的資料，中國的城鎮家庭人均可支配收入於二零一五年預計將達人民幣36,317元，複合年增長率為13.7%。可支配收入是個人消費最重要的決定因素，不斷增長的可支配收入預計將對國內消費構成支持。下圖列示二零零六年至二零一零年中國的城鎮家庭人均可支配收入及二零一一年至二零一五年的預測。

中國的城鎮家庭人均可支配收入



資料來源：弗若斯特沙利文報告

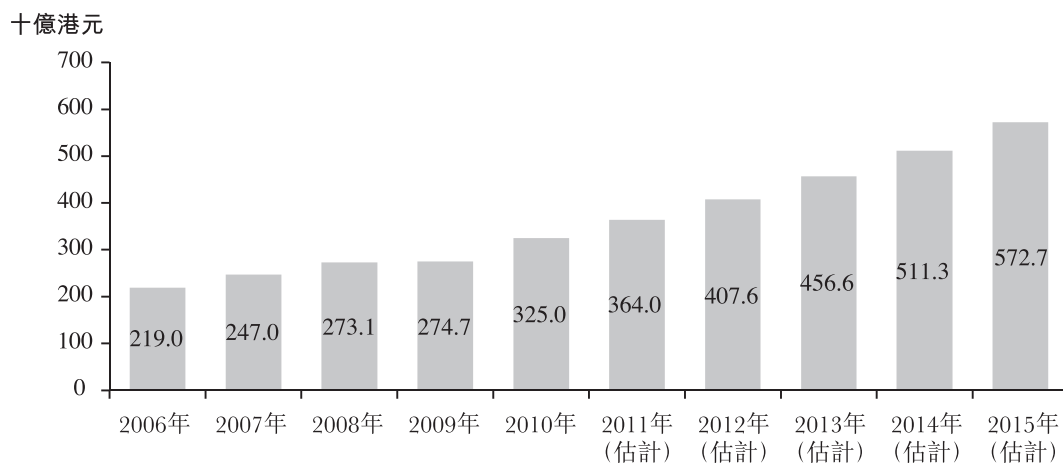
香港、澳門及中國的零售業

香港

香港的消費零售市場維持穩步增長，得益於中國的強勁經濟增長及消費者的消費能力因人民幣對港元持續升值而與日俱增。消費品零售銷售總額由二零零六年的2,190億港元增至二零一零年的3,250億港元，複合年增長率為10.4%。根據弗若斯特沙利文的資料，香港的消費品零售銷售額於二零一五年預計將達5,727億港元，二零一零年至二零一五年的複合年增長率為12.0%。下圖列示二零零六年至二零一零年香港的消費品零售銷售額及二零一一年至二零一五年的預測。

行業概覽

香港的消費品零售銷售額

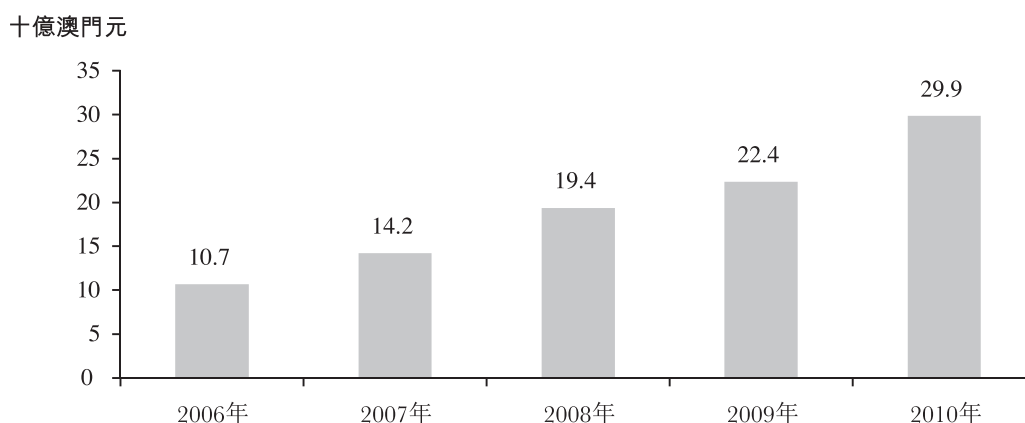


資料來源：香港特別行政區政府統計處、弗若斯特沙利文報告

澳門

澳門的消費零售市場迅猛增長，得益於中國的強勁經濟增長及消費者的消費能力因人民幣持續升值而與日俱增。消費品零售銷售總額由二零零六年的107億澳門元增至二零一零年的299億澳門元，複合年增長率為29.4%。下圖列示二零零六年至二零一零年澳門的消費品零售銷售額。

澳門的消費品零售銷售額



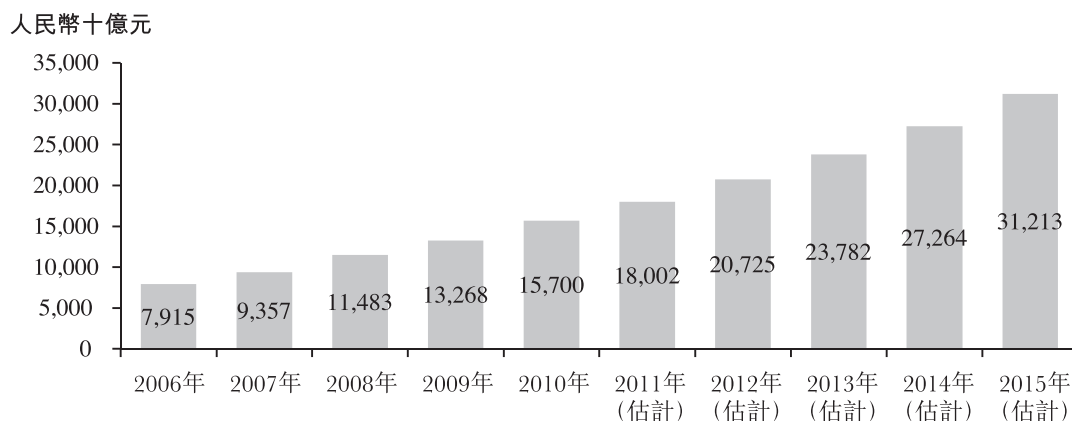
資料來源：澳門特別行政區政府統計暨普查局

中國

中國的消費零售市場快速增長，得益於近年其國內生產總值、城鎮化水平及城鎮居民可支配收入的強勁增長。中國的消費品零售銷售總額由二零零六年的人民幣79,150億元增至二零一零年的人民幣157,000億元，複合年增長率為18.7%。根據弗若斯特沙利文的資料，中國的消費品零售銷售額於二零一五年預計將達人民幣312,130億元，二零一零年至二零一五年的複合年增長率為14.7%。下圖列示二零零六年至二零一零年中國的消費品零售銷售額及二零一一年至二零一五年的預測。

行業概覽

中國的消費品零售銷售額



資料來源：弗若斯特沙利文報告

香港及澳門的遊客及其消費

香港

二零零六年至二零一零年訪港遊客人數的複合年增長率達9.3%，得益於內地遊客人數不斷增加。同期內地遊客人數的複合年增長率為13.7%，得益於旅遊限制放寬。二零零六年內地遊客佔訪港遊客總數的53.8%，而二零一零年則佔63.0%，遠超其他地區的遊客人數。除人數大幅增加外，同期內地遊客的消費能力亦大幅提升。過夜內地遊客的人均消費由二零零六年的4,705港元增至二零一零年的7,453港元，複合年增長率為12.2%。

按國家／地區劃分的遊客人數

	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年
中國大陸	13,591,342	15,485,789	16,862,003	17,956,731	22,684,388
南亞及東南亞	2,659,707	2,888,106	2,936,207	2,885,155	3,500,882
北亞	2,029,869	2,200,567	2,229,117	1,823,184	2,207,642
歐洲、非洲及中東	1,916,861	2,189,424	2,094,039	1,968,781	2,174,199
台灣	2,177,232	2,238,731	2,240,481	2,009,644	2,164,750
美洲	1,630,637	1,783,609	1,684,734	1,567,807	1,749,558
澳門	577,792	626,103	696,829	671,389	780,388
澳洲、新西蘭及南太平洋	667,684	756,964	763,206	707,963	768,524
總計	25,251,124	28,169,293	29,506,616	29,590,654	36,030,331

資料來源：香港特別行政區政府統計處

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

按國家／地區劃分的過夜遊客人均消費

	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年
	港元	港元	港元	港元	港元
中國大陸	4,705	5,193	5,676	6,620	7,453
澳洲、新西蘭及南太平洋	5,463	5,589	6,181	5,330	7,050
歐洲、非洲及中東	5,366	5,640	6,045	5,127	6,674
美洲	5,505	5,744	5,760	4,914	6,476
南亞及東南亞	4,550	4,773	4,744	4,460	5,251
台灣	5,329	5,015	5,126	5,117	5,197
北亞	4,316	4,303	4,306	3,893	4,976
澳門	2,802	2,772	3,041	3,069	3,824
總計	38,036	39,029	40,879	38,530	46,901

資料來源：香港特別行政區政府統計處

按類別劃分的過夜遊客人均消費

	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年
	港元	港元	港元	港元	港元
珠寶首飾及手錶	628	661	707	940	1,056
衣服／布料	645	792	789	867	988
皮製用品／人造製品	336	459	543	697	794
化妝品及護膚品／香水／ 個人護理用品	269	306	368	501	571
電器／攝影用品	408	403	363	298	351
食品、酒類及香煙	84	105	111	176	211
其他貨品	168	180	234	189	181
總計	2,538	2,905	3,116	3,667	4,150

資料來源：香港旅遊發展局

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

澳門

二零零六年至二零一零年訪澳遊客人數的複合年增長率為3.2%，二零一零年內地遊客佔訪澳遊客總人數的53.0%，遠超其他地區的遊客人數。

按國家／地區劃分的遊客人數

	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年
中國大陸	11,985,617	14,866,391	17,500,469	10,989,533	13,229,058
香港	6,940,656	8,174,064	8,227,421	6,727,822	7,466,139
其他亞洲國家	1,121,921	1,773,049	2,327,697	2,075,078	2,285,478
台灣	1,437,824	1,444,082	1,322,578	1,292,551	1,292,734
美洲	219,610	306,294	325,876	278,661	297,137
歐洲、非洲及中東	208,272	295,009	312,122	253,891	267,308
澳洲、新西蘭及南太平洋	84,222	134,106	169,577	135,215	127,557
總計	21,998,122	26,992,995	30,185,740	21,752,751	24,965,411

資料來源：澳門特別行政區政府旅遊局

按國家／地區劃分的過夜遊客人均消費*

	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年
	澳門元	澳門元	澳門元	澳門元	澳門元
中國大陸	4,744	4,355	4,706	4,164	3,367
台灣	2,216	2,232	2,303	2,754	2,078
歐洲、非洲及中東	1,403	1,540	1,928	2,390	2,039
澳洲、新西蘭及南太平洋	1,740	2,417	1,808	2,236	2,005
其他亞洲國家	1,895	1,904	2,214	2,272	1,989
美洲	1,927	2,252	1,643	2,085	1,658
香港	1,243	1,403	1,493	1,644	1,345
總計	15,167	16,102	16,094	17,544	14,482

資料來源：澳門特別行政區政府旅遊局

* 不包括博彩開支

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

按類別劃分的過夜遊客人均消費

	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年
	澳門元	澳門元	澳門元	澳門元	澳門元
成衣	205	146	196	196	269
珠寶／手錶	166	145	132	118	266
手信／食物	225	236	249	231	219
鞋／手袋／錢包	76	84	126	128	169
化妝品／香水	93	80	97	88	123
手提電話／電器	145	96	66	42	50
其他	26	30	31	32	31
香煙／洋酒	57	41	37	22	21
中藥／西藥	22	20	16	10	13
總計	1,015	878	950	866	1,162

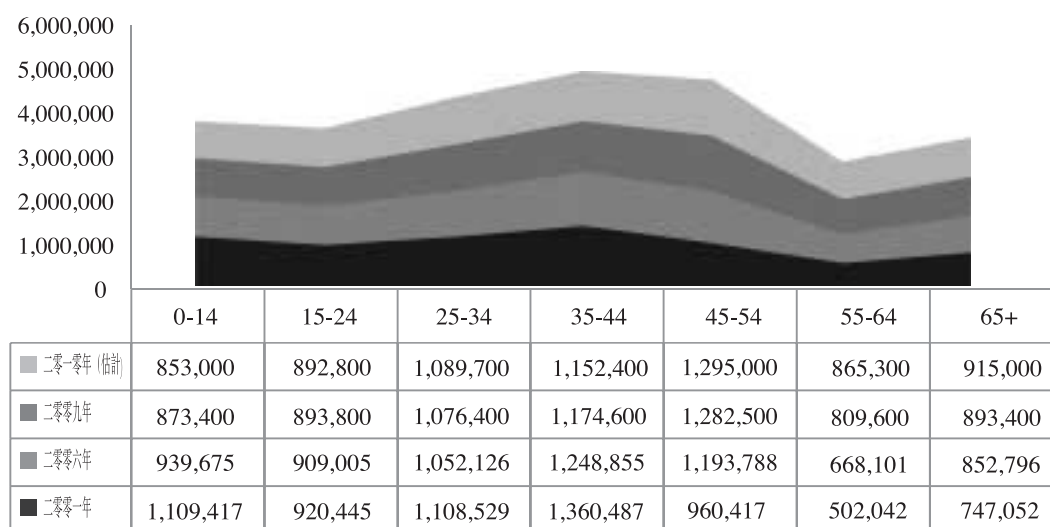
資料來源：澳門特別行政區政府旅遊局

香港、澳門及中國人口

香港

根據香港特區政府統計處的資料，二零零一年香港的總人口約為670萬人，增長至二零一零年的710萬人，複合年增長率為0.6%。0至24歲人口所佔比例由二零零一年的30.3%，縮小至二零一零年的24.7%，45歲及以上人口由二零零六年的32.9%，上升至二零一零年的43.5%，呈現老年人口增長的趨勢。

按香港各年齡組別劃分的人口分佈



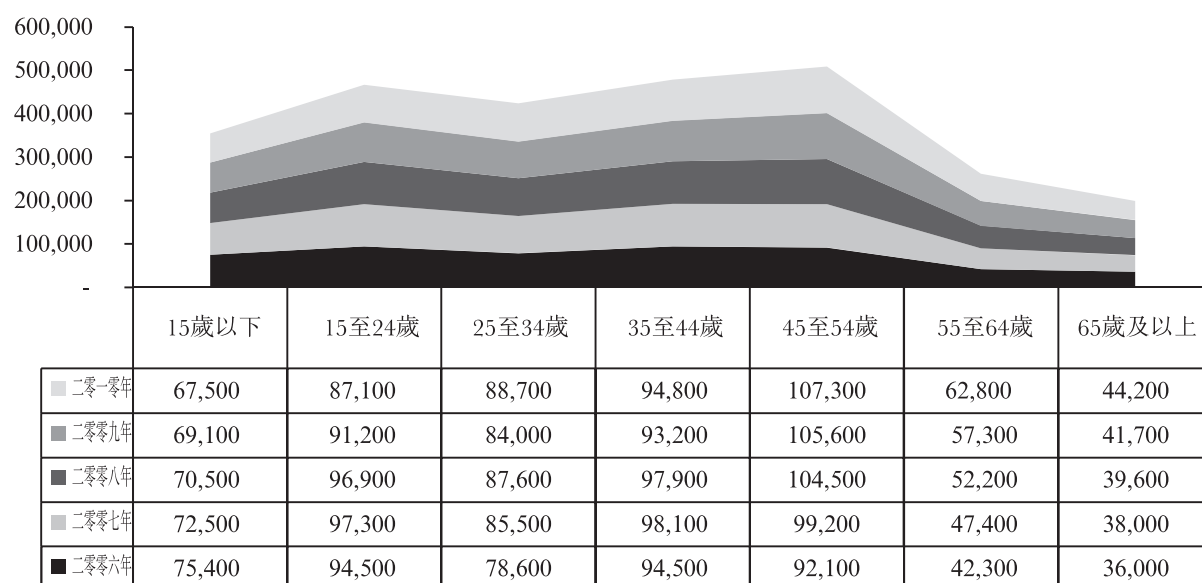
資料來源：香港特區政府統計處

行業概覽

澳門

根據澳門統計暨普查局的資料，二零零六年澳門的總人口約為513,400人，增長至二零一零年的552,400人，複合年增長率為1.8%。0至24歲人口所佔比例由二零零一年的33.1%，縮小至二零一零年的28.0%，45歲及以上人口由二零零六年的33.2%，上升至二零一零年的38.8%，呈現老年人口增長的趨勢。

按澳門各年齡組別劃分的人口分佈



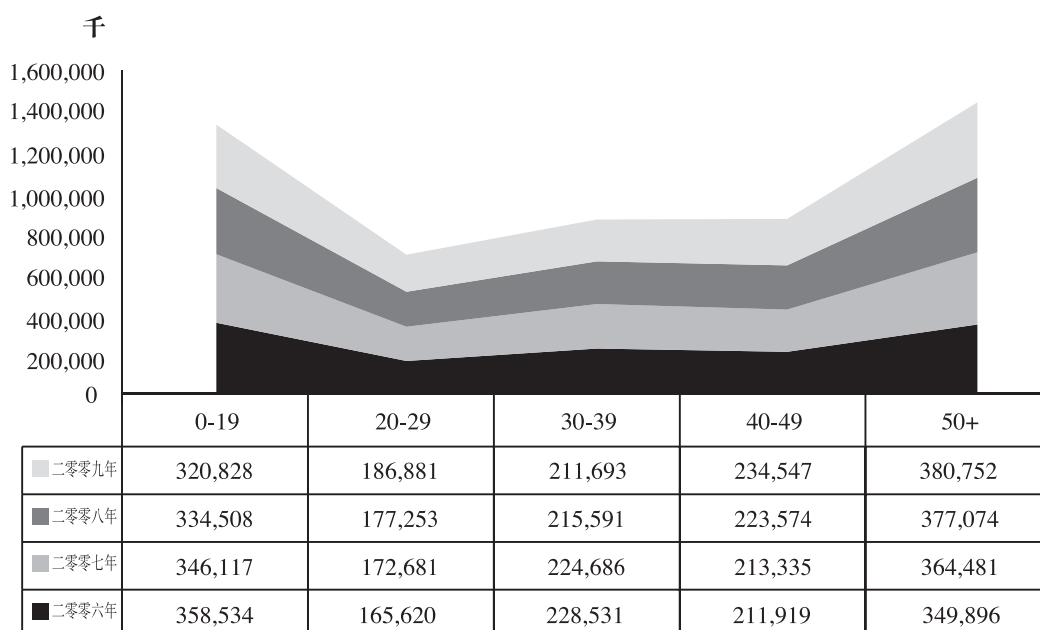
資料來源：澳門特區統計暨普查局

行業概覽

中國

根據中國國家統計局的資料，二零零六年中國的總人口約為11.95億人，輕微下跌至二零零九年的11.67億人，複合年增長率為-0.8%。由於實行計劃生育，0至19歲人口所佔比例由二零零六年的27.2%，縮小至二零零九年的24.0%，50歲及以上人口由二零零六年的26.6%上升至二零零九年的28.5%，呈現老年人口增長的趨勢。

按中國各年齡組別劃分的人口分佈



資料來源：中國國家統計局

中國「亞健康」人口概覽

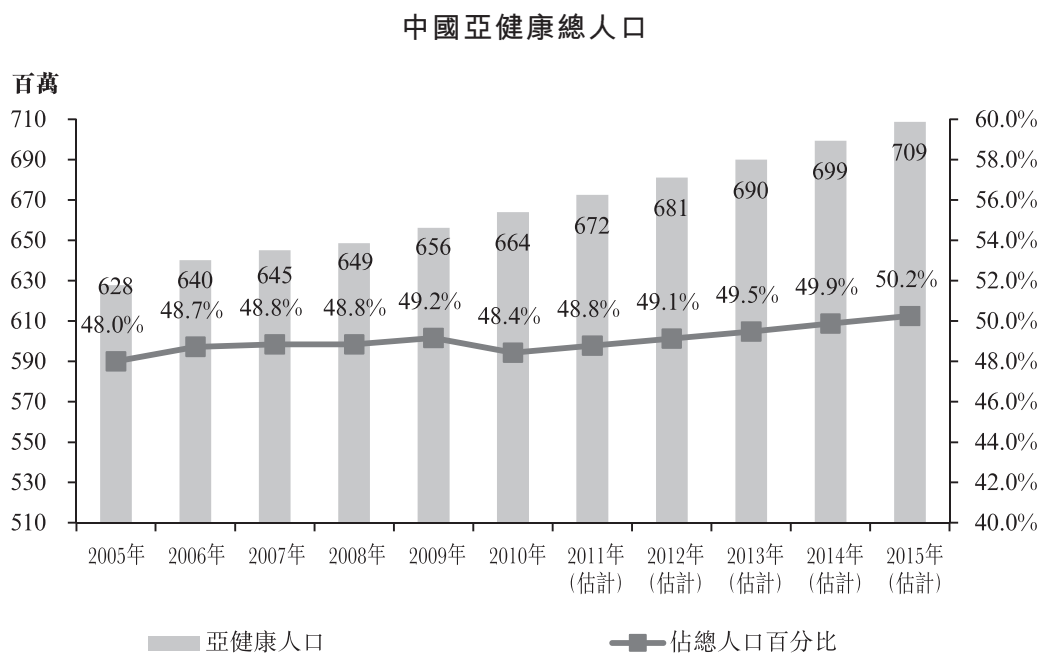
根據弗若斯特沙利文的資料，「亞健康」為中國近年來流行的概念。亞健康狀態指個人活力及適應能力下降，但並無診斷出實際疾病。該狀態為介於健康與患病之間的生理機能惡化。根據弗若斯特沙利文的資料，導致人口亞健康的主要因素如下：

- 壓力大，工作時間長
- 周邊環境污染
- 生活習慣不健康，包括睡眠不足、缺乏運動、飲食缺少營養及不規律

行業概覽

- 消極抵抗等生理問題

根據弗若斯特沙利文的資料，二零零五年中國亞健康總人口約6.28億，增長至二零一零年的6.64億，複合年增長率為1.1%，亞健康人口佔總人口比例由二零零五年的48.0%，上升至二零一零年的48.4%。根據弗若斯特沙利文的資料，二零一五年亞健康總人口預期將達到7.09億，亞健康人口佔總人口比例預期由二零一零年的48.4%，上升至二零一五年的50.2%。下圖載列二零零五年至二零一零年中國亞健康人口增長趨勢及二零一一年至二零一五年的預測。



資料來源：弗若斯特沙利文報告

根據弗若斯特沙利文的資料，近年來，亞健康狀況已成為中國人死亡的新殺手。因此，亞健康狀況被認為是促進健康及保健設備需求的主要推動力，因為人們認為健康及保健設備能改善其健康狀況，使用健康及保健設備能使其逐步擺脫「亞健康」狀態。

香港及中國健康及保健設備市場

健康及保健設備概覽

根據弗若斯特沙利文的資料，健康及保健設備可分為四個產品類別：消閒產品、健美產品、診斷產品及保健產品。

消閒產品被界定為用於全身或局部身體放鬆的自動按摩設備，包括按摩椅、頸肩按摩器、腳部按摩器、便攜式按摩器及其他局部按摩設備。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

健美產品被界定為用於塑造身體特定區域肌肉群形狀的身體活動的器械，包括腳踏車、塑身腰帶、健身單車、震動板、划船練習器及多功能運動鞋，但不包括所有商業健身設備。

診斷產品被界定為基本家居診斷設備，由數字血壓計、數字溫度計和脂肪及水分監測儀組成。

保健產品被界定為電子傳統中國醫藥保健設備，由電脈衝保健機組成。

香港及中國健康及保健設備市場

香港

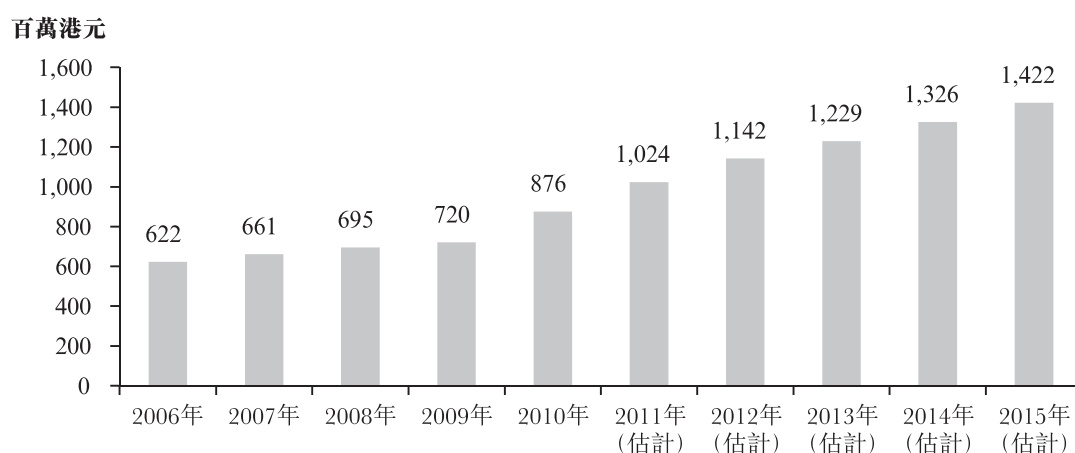
根據弗若斯特沙利文的資料，香港健康及保健設備市場的總銷售收益由二零零六年的622百萬港元增加至二零一零年的876百萬港元，複合年增長率為8.9%。弗若斯特沙利文估計，二零一零年至二零一五年該市場的總銷售收益將按10.2%的複合年增長率增長，於二零一五年達1,422百萬港元，主要是由於：

大量老年人口：50歲及以上人口為健康及保健產品的主要客戶。由於香港45歲及以上人口所佔比例由二零零六年的32.9%上升至二零一零年的43.5%，對健康及保健產品的需求預期會維持在較高水平。

中國大陸遊客的消費力加強：香港獨有特徵之一為，中國大陸遊客對零售銷售額貢獻很大，這其中就包括購買健康及保健產品。

送禮用途的需求增加：在香港，大量健康及保健產品被購買用於送禮，年輕人常為父母購買健康及保健產品。近年來該需求迅速增長，且預期未來會繼續增長。

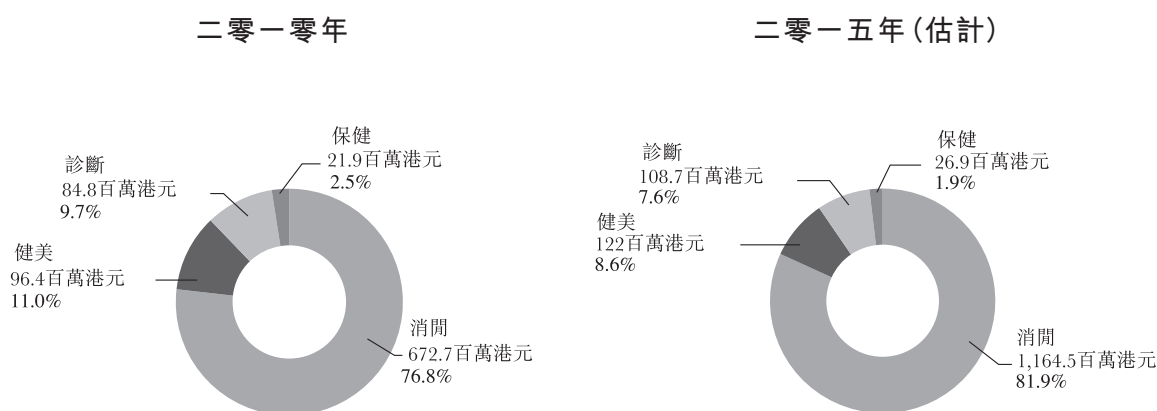
香港健康及保健設備市場



資料來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

按類別劃分的香港健康及保健設備市場



資料來源：弗若斯特沙利文報告

消閒產品為香港整個健康及保健設備市場中最大的產品類別，於二零一零年貢獻672.7百萬港元，佔總銷售收益的76.8%。弗若斯特沙利文估計，由於工作壓力大及近年來人們對亞健康的意識提高，該類別將按11.6%的複合年增長率增長，於二零一五年達到1,164.5百萬港元，佔81.9%的市場佔有率。

健身為香港整個健康及保健設備市場中第二大產品類別，於二零一零年貢獻96.4百萬港元，佔總銷售收益的11.0%。弗若斯特沙利文估計，該類別將按4.9%的複合年增長率增長，於二零一五年達到122.4百萬港元，佔8.6%的市場佔有率。增速較低的原因是來自商業健身中心的競爭，商業健身中心提供更先進的產品及個人培訓服務。

診斷為香港整個健康及保健設備市場中第三大產品類別，於二零一零年貢獻84.8百萬港元，佔總銷售收益的9.7%。弗若斯特沙利文估計，該類別將按5.1%的複合年增長率增長，於二零一五年達到108.7百萬港元，佔7.6%的市場佔有率。增速較低的原因是人口及經濟穩固增長，許多人已經擁有診斷產品，部分被工作負擔重及生活方式變化造成的高血壓發病率增加所抵銷。

保健為香港整個健康及保健設備市場中最小的產品類別，於二零一零年貢獻21.9百萬港元，佔總銷售收益的2.5%。弗若斯特沙利文估計，該類別將按4.2%的複合年增長率增長，於二零一五年達到26.9百萬港元，佔1.9%的市場佔有率。增速較低的原因是人們對產品類別缺乏認識，不確定有關產品的有效性。

行業概覽

中國

根據弗若斯特沙利文的資料，中國健康及保健設備市場的總銷售收益由二零零六年的人人民幣67億元增加至二零一零年的人人民幣124億元，複合年增長率為16.6%。弗若斯特沙利文估計，二零一零年至二零一五年該市場的總銷售收益將按18.3%的複合年增長率增長，於二零一五年達到人民幣287億元，主要是由於：

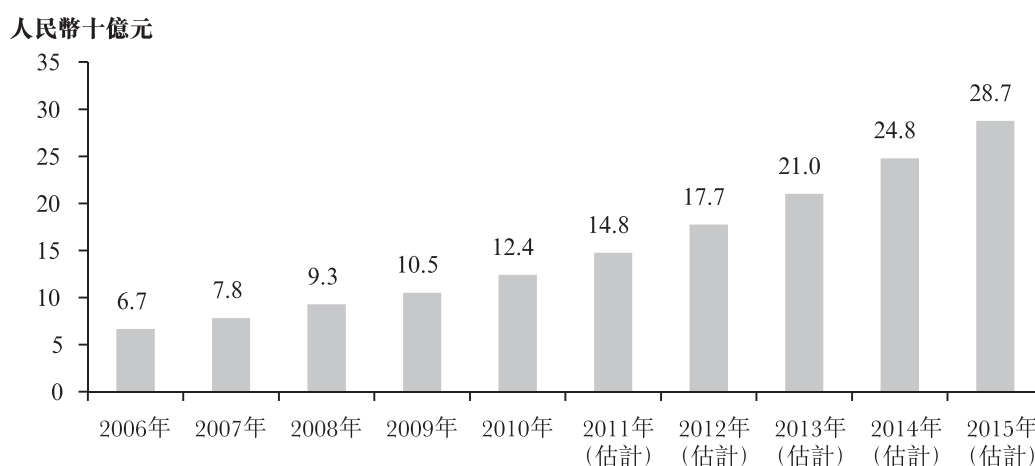
老年人口：50歲及以上人口是健康及保健產品市場的主要客戶，中國50歲及以上人口所佔比例由二零零六年的26.6%，上升至二零一零年的28.5%，對健康及保健產品的需求預期維持在較高水平。

可支配收入增加：隨著中國經濟持續發展及城市化進展，城市家庭可支配收入將繼續增加，人們有能力購買更多家用電子產品。

亞健康意識提高：過去幾年，人們對亞健康的意識不斷提高，這將推動健康及保健產品的需求。

送禮用途的需求增加：在中國，大量健康及保健產品被購買用於送禮，年輕人常為父母購買健康及保健產品。近年來該需求迅速增長，且預期未來會繼續增長。

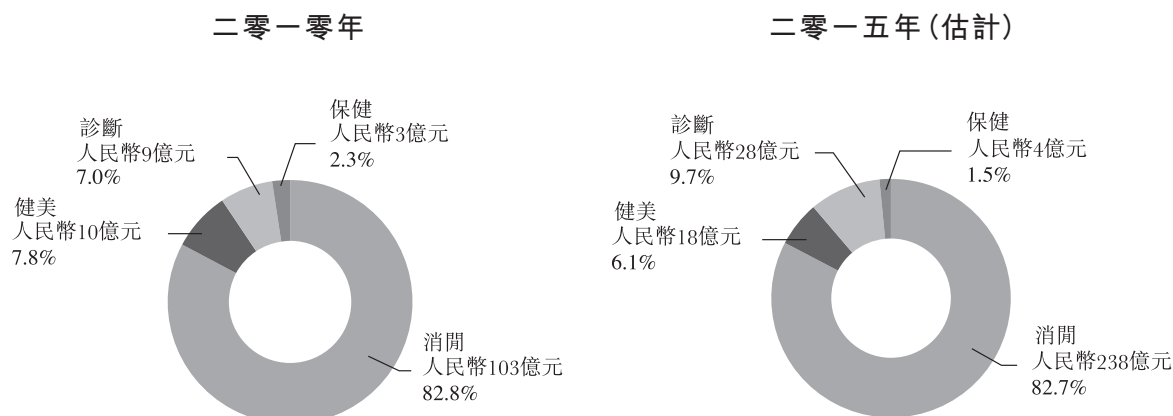
中國整體健康及保健市場



資料來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

按類別劃分的中國健康及保健市場



資料來源：弗若斯特沙利文報告

與香港市場類似，消閒產品為中國整個健康及保健設備市場中最大的產品類別，於二零一零年貢獻人民幣103億元，佔總銷售收益的82.8%。弗若斯特沙利文估計，由於隨著價格下降帶來銷量的預期增加，該類別將按18.3%的複合年增長率增長，於二零一五年達到人民幣238億元，佔82.7%的市場佔有率。

健身為中國整個健康及保健設備市場中第二大產品類別，於二零一零年貢獻人民幣10億元，佔總銷售收益的7.8%。弗若斯特沙利文估計，該類別將按12.6%的複合年增長率增長，於二零一五年達到人民幣18億元，佔6.1%的市場佔有率。市場佔有率下降的原因是來自商業健身中心的競爭，商業健身中心提供更先進的產品及個人培訓服務。

診斷為中國整個健康及保健設備市場中第三大產品類別，於二零一零年貢獻人民幣9億元，佔總銷售收益的7.0%。弗若斯特沙利文估計，該類別將按26.2%的複合年增長率增長，於二零一五年達到人民幣28億元，佔9.7%的市場佔有率。增速較高的原因是生活方式變化導致高血壓發病率較高、工作負擔重，以及政府政策變化導致對高血壓及糖尿病等健康問題的意識加強。

保健為中國整個健康及保健設備市場中最小的產品類別，於二零一零年貢獻人民幣3億元，佔總銷售收益的2.3%。弗若斯特沙利文估計，該類別將按8.8%的複合年增長率增長，於二零一五年達到人民幣4億元，佔1.5%的市場佔有率。增速較低的原因是人們對產品類別缺少認識，不確定有關產品的有效性。

香港消閒設備市場

二零一零年，按售出件數計，OTO在香港消閒設備市場排名第一，市場佔有率為65.0%；按銷售收益計，OTO排名第二，市場佔有率為28.3%。按售出件數及銷售收益計，前兩大品牌佔香港消閒設備市場逾85.0%。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

分部方面，人體局部按摩設備的銷售額於二零一零年佔香港消閑設備市場約34.7%，而按摩椅的銷售額則佔餘下65.3%，原因是按摩椅的平均售價較高。

二零一零年香港消閑設備市場(按售出件數計)

排名	品牌	售出件數	市場佔有率(%)
1	OTO	134,200	65.0
2	OSIM	56,500	27.4
3	OGAWA	5,850	2.8
4	Panasonic	4,800	2.3
5	三洋	75	0.0
6	其他	5,150	2.5
	共計	206,075	100.0

資料來源：弗若斯特沙利文報告

二零一零年香港消閑設備市場(按銷售額計)

排名	品牌	銷售額 (百萬港元)	市場佔有率 (%)
1	OSIM	397.7	59.1
2	OTO	190.1	28.3
3	Panasonic	40.5	6.0
4	OGAWA	32.9	4.9
5	三洋	1.8	0.3
6	其他	9.7	1.4
	共計	672.7	100.0

資料來源：弗若斯特沙利文報告

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

香港人體局部按摩設備市場

二零一零年，按售出件數計，OTO在香港人體局部按摩設備市場排名第一，市場佔有率為72.2%；按銷售收益計，在香港的佔有率為60.7%，而前兩大品牌則合共佔總佔市場逾90.0%。

二零一零年香港人體局部按摩設備市場(按售出件數計)

排名	品牌	售出件數	市場佔有率(%)
1	OTO	129,400	72.2
2	OSIM	38,000	21.2
3	OGAWA	3,600	2.0
4	Panasonic	3,450	1.9
5	其他.....	4,800	2.7
	共計.....	179,250	100.0

資料來源：弗若斯特沙利文報告

二零一零年香港人體局部按摩設備市場(按銷售額計)

排名	品牌	銷售額 (百萬港元)	市場佔有率 (%)
1	OTO	141.7	60.7
2	OSIM	72.5	31.1
3	Panasonic	7.7	3.3
4	OGAWA	5.5	2.4
5	其他.....	5.9	2.5
	共計.....	233.3	100.0

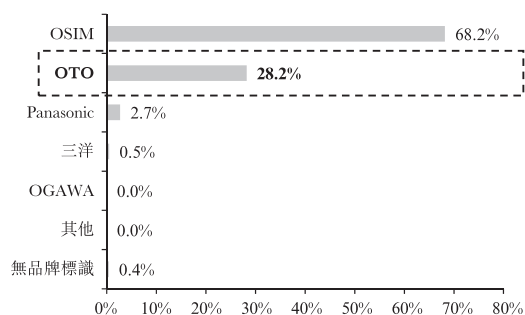
資料來源：弗若斯特沙利文報告

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

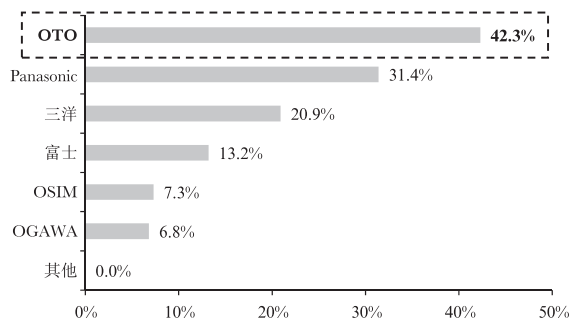
行業概覽

香港人體局部按摩設備品牌知名度

第一提及知名度



其他無提示知名度



附註：「第一提及知名度」的定義是被問到人體局部按摩設備時首先提及的品牌，「其他無提示知名度」的定義是被問到人體局部按摩設備時在提及第一個品牌之後提及的所有其他品牌。

資料來源：弗若斯特沙利文報告

香港按摩椅市場

二零一零年，按售出件數計，OTO在香港按摩椅市場排名第二，市場佔有率為17.6%；按銷售額計，OTO在香港的市場佔有率為11%，而香港前兩大品牌則合共佔總市場逾85.0%。

二零一零年香港按摩椅市場(按售出件數計)

排名	品牌	售出件數	市場佔有率(%)
1	OSIM	18,500	67.7
2	OTO	4,800	17.6
3	OGAWA	2,250	8.2
4	Panasonic	1,350	4.9
5	三洋	75	0.3
6	其他	350	1.3
	共計	27,325	100.0

資料來源：弗若斯特沙利文報告

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

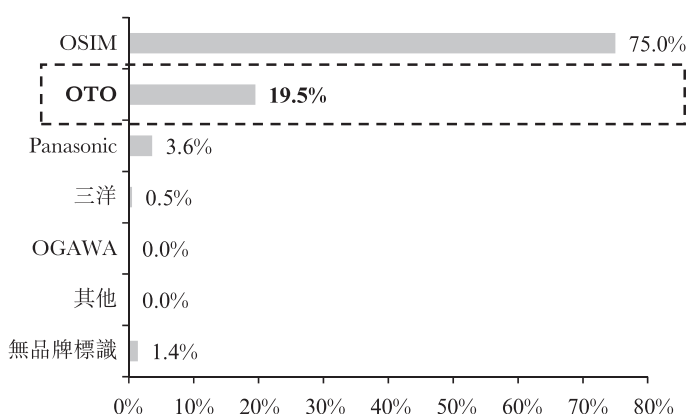
行業概覽

二零一零年香港按摩椅市場(按銷售額計)

排名	品牌	銷售額 (百萬港元)	市場佔有率 (%)
1	OSIM	325.2	74.0
2	OTO	48.3	11.0
3	Panasonic	32.8	7.5
4	OGAWA	27.4	6.2
5	三洋	1.8	0.4
6	其他	3.9	0.9
	共計	439.4	100.0

資料來源：弗若斯特沙利文報告

香港按摩椅品牌知名度



附註：品牌知名度的定義是被問及按摩椅時首先提及的品牌。

資料來源：弗若斯特沙利文報告

弗若斯特沙利文編製的報告

弗若斯特沙利文為一家於一九六一年成立的獨立市場及諮詢機構。我們委聘弗若斯特沙利文就香港及中國健康及保健設備市場編製報告。弗若斯特沙利文目前在全球擁有逾40個辦事處及1,800名行業顧問。我們就弗若斯特沙利文的研究及報告向其支付費用合共人民幣660,000元。我們將弗若斯特沙利文的部分資料收錄入本文件，原因是我們認為有關資料有助潛在投資者理解市場。

在香港，弗若斯特沙利文在本報告中使用的方法涉及對來自香港健康及保健設備市場多個來源的資料進行一手及二手研究。一手研究透過面對面訪問進行，涉及兩個階段：第一階段涉及需求方最終用戶回答多個數量問題，之後進行互動品質交流，反映品牌認知；

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，並可予修訂。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

第二階段涉及訪問供應方健康及保健設備產品的零售商及製造商。供應方訪問用作復核機制，核實並未載於公司公開報告的市場佔有率及收益數字的準確性。二手研究透過審閱公司報告及獨立研究報告進行。

為計算本公司按摩椅及人體局部按摩設備銷售額在香港的市場地位，弗若斯特沙利文在釐定本公司來自按摩椅及人體局部按摩設備的收益時，乃使用出售予最終用戶及消費者的產品的零售價。該零售價不同於出售予本公司客戶（即分銷商）的產品的售價，後者為計算「財務資料」一節所呈列的本公司收益的基準。

弗若斯特沙利文報告採用行業研究常用的若干假設及參數，包括國內生產總值增長、人口增長、產品安全法規及一般人口支出增長。研究結果可能受假設及選用的參數的準確性影響。