

## 行業概覽

本節載有摘錄自政府官方刊物及行業資料來源，以及獨立第三方賽迪顧問之委託報告之資料。摘錄自賽迪顧問之委託報告之資料反映基於實例之市場情況估計，主要作為市場研究工具而編製。有關賽迪顧問之提述不應視為賽迪顧問就任何證券之價值或投資於本集團是否可取而發表之意見。董事相信，摘錄自賽迪顧問之委託報告之資料來源乃該等資料之適當來源，並已合理審慎地摘錄及轉載該等資料。我們並無理由相信該等資料屬虛假或誤導、或遺漏任何重大事實，致使該等資料變成虛假或誤導。董事確認，於採取合理審慎措施後，自賽迪顧問報告日期以來，市場資料並無出現不利變動，或會限制、抵觸或影響本節所披露之資料。摘錄自賽迪顧問之委託報告之資料未經我們、獨家保薦人、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商或任何參與[編纂]之其他各方之獨立核證，概不會就其準確性作出聲明。摘錄自政府官方刊物之資料或會與可於中國或中國境外其他來源取得之資料不符。本集團、獨家保薦人、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、任何包銷商或彼等各自之董事、高級人員、代表或顧問或任何參與[編纂]之其他各方概不就摘錄自政府官方刊物之資料之準確性、完整性或公平性作出任何聲明。

### 賽迪顧問之委託報告

我們委託賽迪顧問對內容製作、廣播及傳送相關應用解決方案、活動轉播服務、系統運維服務，以及設備開發及銷售之市場，進行詳盡之市場分析，並提供研究報告。賽迪顧問是以中國為基地之顧問公司，為獨立第三方，專門為科技、能源、消費者及其他行業提供研究及顧問報告。本節所載若干資料乃摘錄自賽迪顧問編製之行業報告。賽迪顧問所編製日期為二零一四年六月二十四日之行業報告（「賽迪顧問報告」）並無受到我們所影響。賽迪顧問就研究及編製賽迪顧問報告收取委託費總額人民幣400,000元。有關款項之支付並非以我們成功上市或賽迪顧問報告之研究結果為前提。除本報告外，我們並無就上市或本文件委託編製其他度身量製之研究報告。

### 研究方法

賽迪顧問之獨立研究乃通過自各個來源取得之主要及次要研究而進行，當中包括（但不限於）官方統計、報告及／或數據庫、獨立研究報告、公眾公司之年報、公司網站、對市場參與者所作之訪問，包括內容製作及廣播應用解決方案及內容傳送應用解決方案之客戶、供應商及相關行業專家。

### 數據甄審、完整性評核及預測

賽迪顧問使用多個次要及主要來源甄審所收集之數據及資料，並根據其他人士之資料及觀點對各受訪者之資料及觀點進行覆核，確保資料可靠及有效。賽迪顧問尤其為保證預測之準確性，根據對市場發展歷史所進行之全面及深入之回顧，並在可能情況下與既有之政府／行業數字、貿易訪談，以及統計分析工具（如可能）進行互相比對、就市場規模、增長趨勢等採用定量及定性預測之標準常規。賽迪顧問所收集之數據最近於二零一四年五月根據當時可取得之數據進行更新。

## 行業概覽

### 基準及假設

賽迪顧問於編製研究報告時已作出以下之主要基準及假設：(i)現時之宏觀經濟、政府或行業政策並無重大改變；(ii)中國之法律、財政、市場及經濟情況並無重大改變；及(iii)行業之技術、原料成本、勞工供應及其成本、以及其經銷渠道及其成本並無重大改變

### 全球全媒體行業

#### 概覽

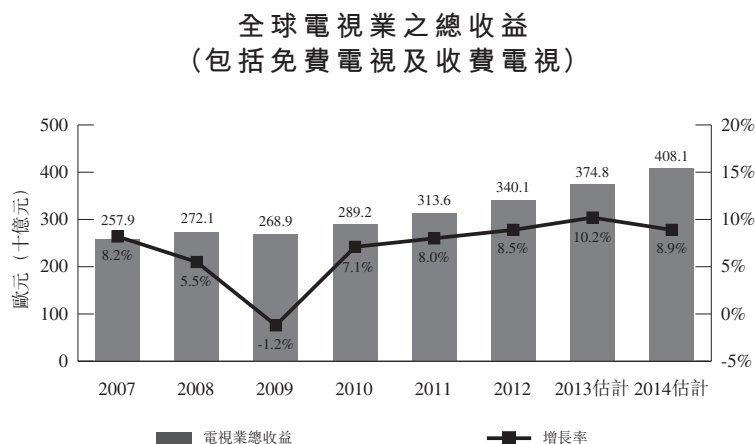
就本文件而言，「全媒體」一詞指通過集成各類媒體平台，例如電台及電視廣播、互聯網、電信、有線及衛星通訊、傳播不同格式之媒體內容，例如文本、圖像、音頻或視頻。全媒體包含集成各類媒體服務，包括電台及電視廣播、互聯網電視、互聯網視頻(亦稱為互聯網視頻技術或OTT視頻)、移動視頻、電子報章及雜誌及傳統印刷媒體。此類別之集成亦稱為「數碼融合」。「全媒體內容」一詞指可通過全媒體傳播之各類內容，而「全媒體行業」一詞指全媒體業務價值鏈之參與者，由捕捉及製作內容一直至通過不同媒體平台最後發送內容至觀眾為止。

根據賽迪顧問報告，媒體之最終使用者正日漸增加通過多個平台及設備消費媒體，例如電視、筆記本電腦、平板電腦及智能電話。因此，全媒體內容之供應商日益需要更多功能廣泛之內容製作、廣播及傳送解決方案，以將內容隨時隨地傳送至不同技術規格之設備及屏幕。有關全媒體內容製作及廣播之一般流程，請參閱「業務—業務模式」一節。

賽迪顧問報告已識別以下全媒體行業全球發展之主要趨勢：(1)新媒體將持續加速與傳統媒體之融合，導致廣播及互聯網業務模式出現轉變，而內容之製作及大眾傳播將由傳統廣播商擴大至其他營運商，例如互聯網及資訊科技公司、電訊營運商及各類文化及娛樂機構；及(2)更多4G技術推出將進一步推動全媒體行業之增長。

### 廣播電視業

根據賽迪顧問報告，廣播電視仍是全球最受歡迎之媒體方式。根據賽迪顧問報告，直至二零一六年前，預期全球電視業之收益將繼續增長，就估計年增長率而言，收費電視收視費之收益約為2.9%，廣告收益約為21.2%及公共補貼及牌照收益約為7.0%。下表數字說明全球電視業之總收益：



資料來源：IDATE及賽迪顧問。於編製本文件時仍未有二零一三年之實際數據。

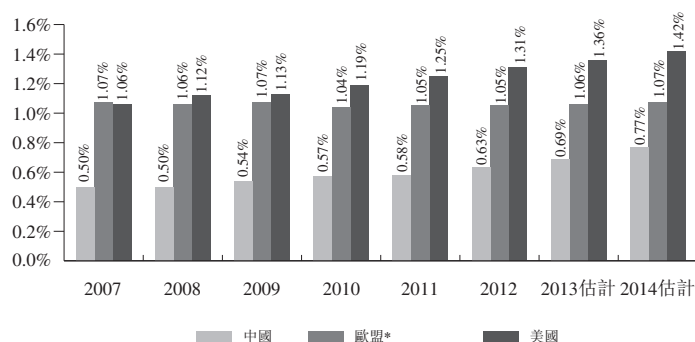
## 行業概覽

### 中國全媒體行業

#### 概覽

根據賽迪顧問報告，中國全媒體行業正在急速發展，傳統媒體作出龐大投資，以擴大及升級其內容提供及經銷渠道。傳統媒體組織(例如電台及電視台及報章)正持續尋求採用新媒體技術，以改善其內容製作及經銷渠道。電視台亦正迅速過渡至高清廣播技術，以配合政府推動高清技術過渡之政策。網上門戶網站及視頻網站亦利用互聯網平台的優勢以擴大其業務模式。若干中央級及省級之主要國內廣播商正於中國引領擴大內容製作及經銷渠道之方向，以拓寬互聯網及移動視頻之提供，從而作為其傳統廣播渠道之補充，並形成全面之全媒體平台。儘管全媒體行業於中國正在增長，但根據賽迪顧問報告，於二零一二年，中國全媒體行業總收益之增長僅佔中國國內生產總值約0.63%，而美國及歐盟於同年之全媒體行業總收益則分別佔其國內生產總值約1.31%及1.05%。根據賽迪顧問報告，此情況顯示中國之全媒體行業有龐大之持續增長空間。以下之數字說明按中國、歐盟及美國之國內生產總值計之全媒體行業總收益。

按國內生產總值百分比計之全媒體行業總收益



\* 不包括克羅地亞，該國於二零一三年方加入歐盟

資料來源：IDATE及賽迪顧問，於本文件日期仍未有二零一三年之實際數據。

#### 三網融合

於二零一零年，中國國務院公佈，決定加快推動全國電信、廣播電視及互聯網網絡之融合，此等業務過往為非競爭之獨立業務，由中國多個營運商營運。該融合之概念稱為三網融合，目的為推動可於一個網絡上提供電信、電視及互聯網服務之綜合平台之增長。一旦完全達致三網融合，消費者只需向單一供應商購買其所需之全部通信服務。通過三網融合，現有之電信、廣播電視及互聯網網絡營運商將各自可提供過往於各類網絡之間清晰劃分之服務，因而使該等營運商可彼此之間直接競爭。舉例而言，有線電視營運商及電信營運商過往提供互不重疊之服務(電視及電話)，因此彼此之間並無競爭，並於各自壟斷之獨立市場有效營運。因此，由於三網融合，消費者在互相競爭之營運商之間會有較大之選擇，以購買全媒體內容。此趨勢亦會刺激互相競爭之營運商對全媒體應用解決方案作出較大之投資，以改善所提供之內容之質量，從而吸引更多消費者使用其服務。

## 行業概覽

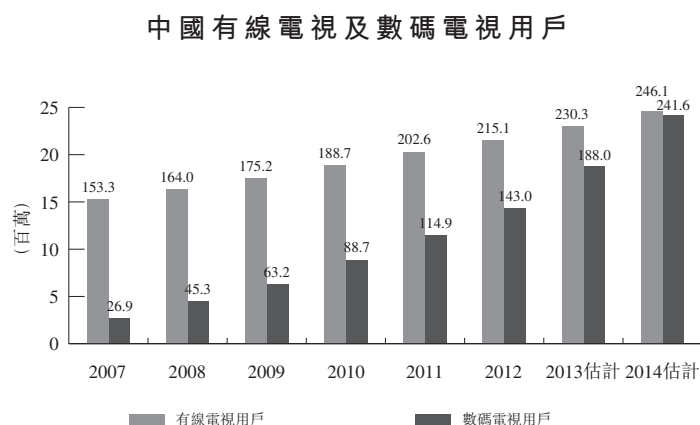
此外，三網融合所帶來之競爭，預期會推動小型營運商之間之整合。舉例而言，三網融合其中一個環節為，中國中央政府已訂立目標，鼓勵有線電視業進行「一省一網」之整合，相對於電信業，有線電視業過往一直高度分散。「一省一網」整合之目標為將較小型之地方網絡整合至資源較多規模較大之省級網絡，從而在融合後之市場上成為其他營運商之持續競爭對手。此等省級網絡將有較多資源，以加速投資於網絡升級(包括數碼化及過渡至高清廣播)，以及為最終使用者提供新類型之服務。

### 高清技術過渡

根據賽迪顧問報告，中國之高清技術過渡正急速發展。於二零零九年，國家廣播電影電視總局批准首批九個頻道以高清廣播，而另外七個頻道則於二零一二年九月開始以高清廣播。於二零一二年結束時，中國將有25個高清頻道。根據賽迪顧問報告，國家廣播電影電視總局預期中國於二零一五年前將有100個高清頻道。根據賽迪顧問報告，與發達國家相比，中國高清技術之發展步伐仍然緩慢。於二零一二年結束時，歐洲有941個高清頻道，包括英國之299個高清頻道，以及法國之108個高清頻道。日本於二零一三年一月公佈，該國將開始以「4K電視」(亦稱為超高畫質電視)廣播，4K電視為解像度3,840x2,160之超清晰度電視制式，並將於二零一六年測試解像度7,680x4,320之「8K電視」(亦稱為超高清電視)之廣播。此情況顯示中國之高清技術過渡，以及廣播商對新設備及系統之需求有龐大之持續增長潛力，以支援彼等之高清技術過渡活動。

### 有線電視及下一代廣播網絡

根據賽迪顧問報告，三網融合及中國有線電視業之整合及數碼化已帶動有線電視網絡加速發展。根據賽迪顧問報告，全國有線電視用戶之數目於二零一一年首次超越2億人，按年增長率約為7.4%。同年，數碼電視用戶之數目首次超越1億人，按年增長率約為29.5%。全國有線電視用戶及數碼電視用戶之數目急速增長。下表數字說明中國有線電視及數碼電視用戶之數目增長：



資料來源：國家廣播電影電視總局、國家統計局及賽迪顧問。於編製本文件時仍未有二零一三年之實際數據。

隨著中國推動下一代廣播網絡(「下一代網絡」)，預期電視及其他視頻內容之傳播將有進一步之增長。下一代網絡為政府撥資之措施，以於中國建立高清、雙向及互動視頻之能力。下一代網絡所提供之服務，包括於現今之電信及互聯網市場之現有服務中，提供互動電視(視頻點播、計次付費)、視像電話、個人錄像機、串流音樂及視頻，以及廣播電視。根據賽迪顧問報告，下一代網絡現於多個城市進行測試。鑒於中國家

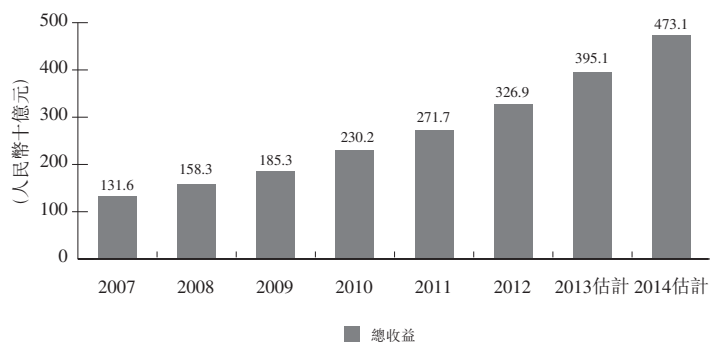
## 行業概覽

庭之數目，倘下一代網絡獲建立，將需對設備及基建作出龐大投資。此外，根據賽迪顧問報告，為配合中國政府推動全媒體行業之整合，預期中國將成立一個全國性之有線電視營運商，預計將成為中國移動、中國聯通及中國電信以外之第四大全國寬帶營運商。

### 中國之廣播業

根據賽迪顧問報告，由於政府政策有利、技術創新及需求增加，中國廣播業之收益持續增長。於二零一二年，中國廣播業之總收益約為人民幣3,269億元，較二零一一年之人民幣2,717億元增長20.3%。自二零零七年以來之各年，中國廣播市場之按年增長率逾20%。下表數字說明中國廣播業之收益增長：

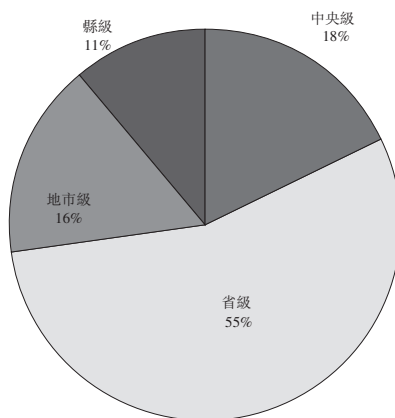
中國廣播業之總收益



資料來源：國家廣播電影電視總局、國家統計局及賽迪顧問。於編製本文件時仍未有二零一三年之數據。

中國廣播商可分為中央級、省級(包括省級市)、地市級及縣級。根據賽迪顧問報告，中國廣播商之收益並非平均分佈。中央級及省級廣播商數目較少，但收益則較多，而地市級及縣級之地方廣播商為數不少，惟該等營運商之收益通常會較低。下表數字說明於二零一二年按廣播商類型劃分之廣播收益份額：

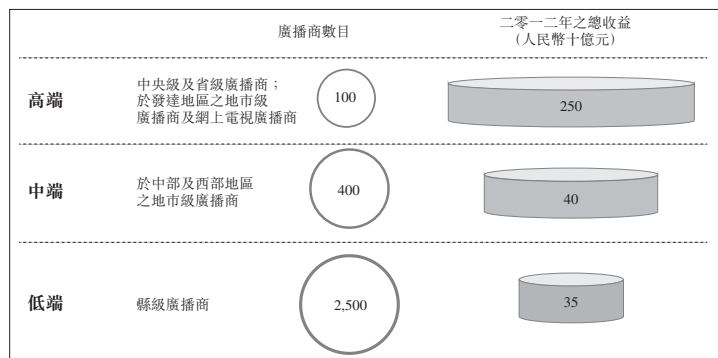
中國廣播業之收益份額(二零一二年)



資料來源：國家廣播電影電視總局及賽迪顧問。於編製本文件時仍未有二零一三年之數據。

由於收益分佈不均，不同類別之廣播商亦可就其收益分類為高端、中端及低端。高端營運商之收益較多，而觀眾一般亦會較多，並有更佳資源用於高端設備設施及優質之節目製作。另一方面，低端營運商之收益及客戶一般較少。目前之趨勢是，該等地方廣播商為求生存將需進行合併及整合。下表數字說明中國廣播商之數目及不同層級廣播商之總收益。

## 行業概覽



資料來源：賽迪顧問。於編製本文件時仍未有二零一三年之數據。

### 內容製作、廣播及傳送應用解決方案市場

#### 概覽

內容製作、廣播及傳送應用解決方案（「應用解決方案」）指協助全媒體行業客戶（例如電視及電台廣播商及網上內容供應商）進行內容製作、廣播及傳送活動的硬件及軟件解決方案。該等客戶使用有關應用系統，以促進工作流程之不同步驟。請參閱「業務一業務模式」一節。向該等客戶提供應用解決方案之業務涉及應用解決方案供應商之多項步驟，包括設計解決方案、採購相關設備及元件、交付及安裝。請參閱「業務一業務過程」一節。

#### 市場分析

根據賽迪顧問報告，提供全媒體行業應用解決方案之市場規模按經營收益計由二零零七年約人民幣3,159百萬元增加至二零一二年約人民幣7,845百萬元。下表數字說明中國提供全媒體行業應用解決方案之市場規模：



資料來源：賽迪顧問。於編製本文件時仍未有二零一三年之數據。

根據賽迪顧問報告，廣播科技及應用解決方案之技術急速進步，帶動市場對專門從事此等科技之專業人士之需求有所增加。中國之廣播商一般會就其日常營運設置本身之內部技術團隊。然而，由於彼等缺乏時間及資源掌握最新之廣播科技，故彼等需依賴外部專業人士（例如本集團）提供先進及具成本效益之應用解決方案。

#### 進入壁壘

根據賽迪顧問報告，進入應用解決方案市場之主要壁壘為技術壁壘、項目特定壁壘及信譽壁壘。

## 行業概覽

### 技術壁壘

全媒體行業應用解決方案及服務需要高技術才能之專業人士，需具備湛深之理解、專業知識，並對不同設備之特點及標準累積長期之實務經驗，從而將不同製造商生產之設備集成至同一個製作及廣播系統，使有關設備可全面發揮其功能。此外，在三網融合帶動下，電信營運商及互聯網服務供應商正嘗試進入市場，故全媒體行業應用解決方案之供應商需全面了解不同信號頻道之傳送技術。

### 項目特定壁壘

由於應用解決方案需根據項目之特定要求設計及執行，故物色應用解決方案項目供應商之客戶一般會物色過往曾完成相同性質、標準及規格之項目，並可有效定製及執行應用解決方案之供應商。如供應商具備廣泛項目之經驗，其聘用之入員較大可能擁有適合任何特定客戶需要之相關項目具體經驗。因此，擁有廣泛客戶群及經驗豐富之員工之具經驗供應商，可能較市場新進入者或現有較小型供應商更有優勢。

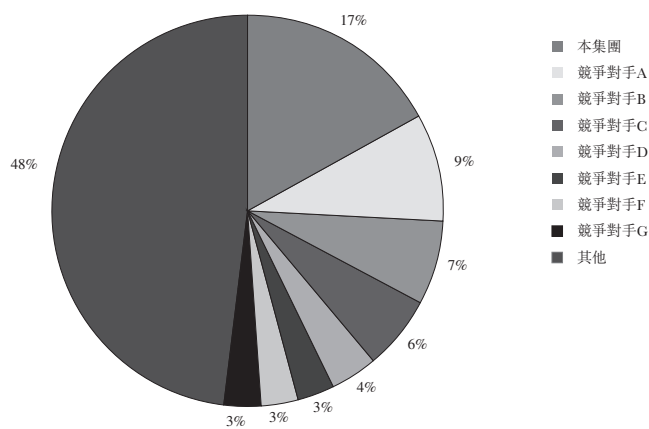
### 信譽壁壘

廣播商及其他全媒體行業客戶對高質量服務、可靠性及技術專業知識之殷切需求，意味該等客戶看重與值得信賴之供應商之長久關係，該等供應商基於其過往表現而具備需時確立之卓越信譽。客戶著重供應商之商譽、服務質量，以及業內經驗。因此，只有具備此等屬性之供應商方可在市場上立足，隨著客戶與供應商合作成熟，客戶更傾向於與現有供應商合作，以避免業務營運出現不確定性之風險，以及替換現有供應商時之成本增加。同時，信譽昭隆並具有耀目業績記錄之供應商會受到推崇，有助其贏取新客戶。因此，具備卓越信譽及耀目業績記錄之富經驗供應商可能較市場新進入者更有優勢。

### 競爭環境

根據賽迪顧問報告，中國有相對較多全媒體行業的全媒體應用解決方案供應商。最大供應商當中主要包括本集團，市場佔有率達17%，而其他七個競爭對手於下文數字說明：

主要參與者及彼等於中國之所佔份額  
(根據二零一二年之年度收益計算)



資料來源：賽迪顧問。於編製本文件時仍未有二零一三年之數據。於本文件刊印時仍未取得有關本集團二零一三年之市場份額及市場排名之資料，本集團於二零一二年之排名或不可代表本集團現時於業內之排名。

## 行業概覽

根據賽迪顧問報告，以上數字分類為「其他」之中國應用解決方案市場參與者主要為小型供應商，其解決方案通常以單一設備或頗為簡單之集成系統組成，且一般缺乏提供較複雜及全面應用解決方案之能力。

### 活動轉播服務

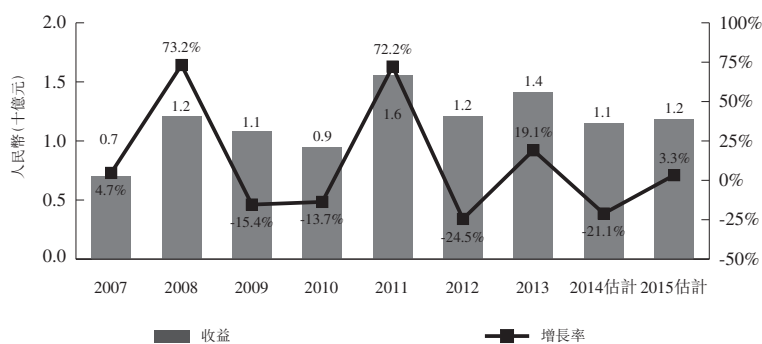
#### 概覽

活動轉播服務之業務包括有關於活動進行中廣播及傳送內容之技術支援，以解決活動主轉播商所面對之技術困難。有關服務包括設計活動之廣播及傳送系統，並於活動進行時向內容製作團隊提供現場操作及技術支援服務，並租賃設備。

#### 市場分析

根據賽迪顧問報告，活動轉播服務於中國急速發展。中國舉辦國際大型體育盛事數目近年持續增加，例如奧運會、亞運會、全國馬拉松、UCI世界巡迴賽及其他重要盛事及真人秀比賽，預期有關活動之數目將會增加。此外，根據賽迪顧問報告，中國政府之政策普遍鼓勵體育活動，以作為中國公眾之健康娛樂活動。有關活動需要先進之專業廣播技術、湛深之專業知識及調度高質量之現場轉播設備，因此，為提供活動轉播服務之營運商帶來龐大市場商機。

中國體育活動及其他大型活動之活動轉播服務之收益



資料來源：賽迪顧問。二零一四年及二零一五年之估計收益數字只包括已公佈之持續舉行主要活動。

#### 進入壁壘

根據賽迪顧問報告，活動轉播服務業務之主要進入壁壘與應用解決方案業務之主要進入壁壘相同。

#### 競爭環境

根據賽迪顧問報告，國內之體育活動及大型活動之活動轉播服務過往主要由中國之電視台提供。然而，由於現場活動之轉播日趨複雜，高質量現場活動轉播需要更多電視台可能並不即時具備之專門專業知識，亦可能需要更專門之設備，而彼等向服務供應商租賃有關設備或會更具成本效益。此外，倘廣播商之現場活動乃一次性之製作，並於全年不定期進行，廣播商自行內部開發該專業技術並購買及維護必要之基建設備可能較不具成本效益。儘管中國電視台日益需要外包其現場活動予活動轉播服務供應



## 行業概覽

商，但中國之有關服務供應商數目不多，而有能力及知識處理最複雜之活動之供應商為數更少。

### 系統運維服務

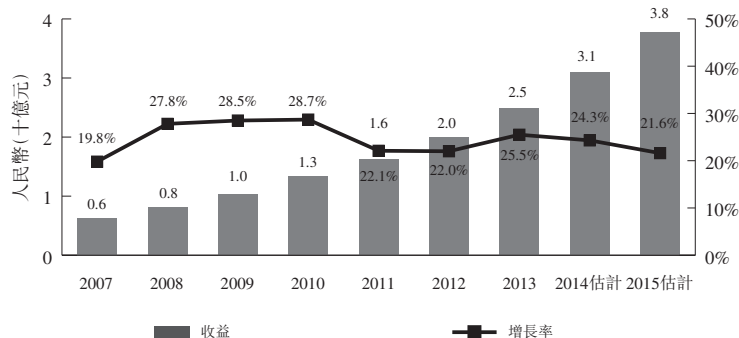
#### 概覽

系統運維服務業務包括技術支援、定期現場系統檢查、設備維修及置換、系統升級及維護。

#### 市場分析

根據賽迪顧問報告，中國全媒體行業之系統運維服務市場正急速發展。行業急速發展之際，系統運維服務之外包亦將迅速增長。系統運維服務之總收益由二零零七年約人民幣632百萬元增加至二零一三年約人民幣2,496百萬元，並預期於二零一五年增加至約人民幣3,774百萬元。

系統運維服務之總收益



資料來源：賽迪顧問。

#### 進入壁壘

根據賽迪顧問報告，系統運維服務業務之主要進入壁壘與應用解決方案業務之主要進入壁壘相同。系統運維服務亦有額外之「遺留」壁壘。根據賽迪顧問報告，出現遺留壁壘之原因，在於系統運維服務之客戶偏好由原本提供有關係統之應用解決方案供應商提供此等服務，因為該應用解決方案供應商已熟悉系統之技術細節。因此，倘系統運維服務供應商亦是具經驗之應用解決方案供應商，並擁有既有之客戶群，可能會較其他競爭對手及市場新進入者享有優勢。

#### 競爭環境

根據賽迪顧問報告，大部份系統解決方案之供應商根據彼等對設備及客戶資源之了解，提供系統運維服務，作為售後服務。

### 設備開發及銷售

#### 概覽

全媒體行業之廣播及傳送設備包括各類用於收集及傳送全媒體內容之設備，例如使用衛星、微波及其他網絡渠道傳送現場收集之內容之傳送設備。此產品之分類包括我們目前營銷及生產之便攜式衛星傳輸終端。

## 行業概覽

便攜式衛星傳輸終端為可以手提或背負之便攜式衛星通信超小直徑地面站。衛星通信網絡之形成，乃支援多媒體通信業務，包括話音、數據、音頻—視頻以及廣域網之接達。根據賽迪顧問報告，便攜式衛星傳輸終端之優勢包括其便攜性、易於迅速安裝，以及迅速獲得傳送衛星信號之能力。便攜式衛星傳輸終端之其中一個主要用途，是為新聞及其他類別之全媒體廣播現場收集之內容進行遠程傳送。此外，便攜式衛星傳輸終端之內在特點使其非常適合用於油田、公共交通系統、民航系統、邊境防衛、以及武裝部隊之「緊急通信」，於市場上有廣泛之拓展空間。

### 市場分析及競爭環境

根據賽迪顧問報告，本集團於中國之全媒體行業中為國內唯一有能力研發及營銷廣播級傳送設備之公司，例如我們的NanoSat產品。其他於中國提供相若產品之供應商僅為海外品牌之經銷商。

### 進入壁壘

根據賽迪顧問報告，設備開發及銷售業務之主要壁壘為技術壁壘、知識產權壁壘及經銷壁壘。

### 技術壁壘

廣播級廣播及傳送設備(例如便攜式衛星傳輸終端)對質量及穩定性有極高之要求。一般而言，只有具備豐富行業經驗及技術知識之公司，方有能力成功開發此範疇之產品，而有關經驗及知識需要時間累積。該等公司為數不多，並較新市場進入者享有優勢。

### 知識產權壁壘

擁有合適之知識產權對競爭對手而言至關重要。尤其是，擁有已登記知識產權之公司可於若干法定期間內阻止競爭對手於彼等之產品上使用知識產權，使不具有合適知識產權之市場新進入者處於不利地位。擁有知識產權亦可保護公司免於承受侵犯競爭對手權利之不合法申索。

### 經銷壁壘

中國之廣播級廣播及傳送設備市場集中於全媒體行業參與者手上。然而，使用者在地理上散佈全中國。因此，廣播級廣播及傳送設備之開發商必須倚賴本身自行發展之銷售渠道或由服務供應商經銷。在各情況下，公司需有雄厚之業績記錄以發展本身之銷售渠道或覓得可靠之經銷商，因此，既有營運商較市場新進入者享有優勢。