

行業概覽

本節載列若干摘錄自政府官方來源及獨立第三方Ipsos受委託編製的Ipsos報告的資料。我們相信資料來源乃有關資料的合適來源，並在摘錄及轉載有關資料時合理審慎行事。我們並無理由相信該等資料存在錯誤或誤導，或當中遺漏任何事實致令該等資料存在錯誤或誤導。然而，該等資料未經我們、彼等任何聯屬人士或顧問、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或其任何聯屬人士或顧問或參與[編纂]的任何其他人士獨立核證，惟Ipsos(有關Ipsos報告所載資料)除外。概無就Ipsos報告的準確性發表任何聲明。董事經採取合理審慎措施後確認，市場資料自Ipsos報告日期起至最後可行日期止並無不利變動。

資料來源

我們已以總費用378,000港元委託Ipsos編製Ipsos報告。Ipsos乃於一九七五年於法國巴黎創辦並於一九九九年於巴黎紐約泛歐交易所公開上市。於二零一一年收購Synovate Ltd.後，Ipsos成為世界第三大研究公司，在全球85個國家僱用約16,000名人員。

編製Ipsos報告時，Ipsos曾進行以下一手及二手資料市場研究：(i)案頭研究；(ii)諮詢本集團；及(iii)與主要利益相關者及行業專家(如香港流動電話分銷商及零售商以及軟件供應商)進行訪談。據Ipsos所述，所收集的資料經反覆核實以確保多層面資料獲取方法的準確性。此外，資料經採用Ipsos內部分析模型及技巧分析、評估及驗證。

Ipsos報告所用假設如下：

- 假設經濟於預測期間維持穩定增長；
- 假設於預測期間不會發生影響香港流動電話供求的外來衝擊，如金融危機；及
- 假設隨著更多同業進入市場，香港及全球的流動電話需求穩定。

Ipsos的市場規模及預測模型考慮以下參數：

- 二零零九年至二零一三年香港本地名義生產總值及本地生產總值增長率
- 二零零九年至二零一三年香港本地人均生產總值
- 二零零九年至二零一三年香港人均年度消費支出
- 二零零九年至二零一三年香港人均年度可支配收入
- 二零零九年至二零一三年香港流動電話普及率
- 二零零九年至二零一三年香港流動電話銷售及付運量

Ipsos所進行的研究或受上述假設的準確性及參數選擇影響。

行業概覽

香港宏觀經濟狀況概覽

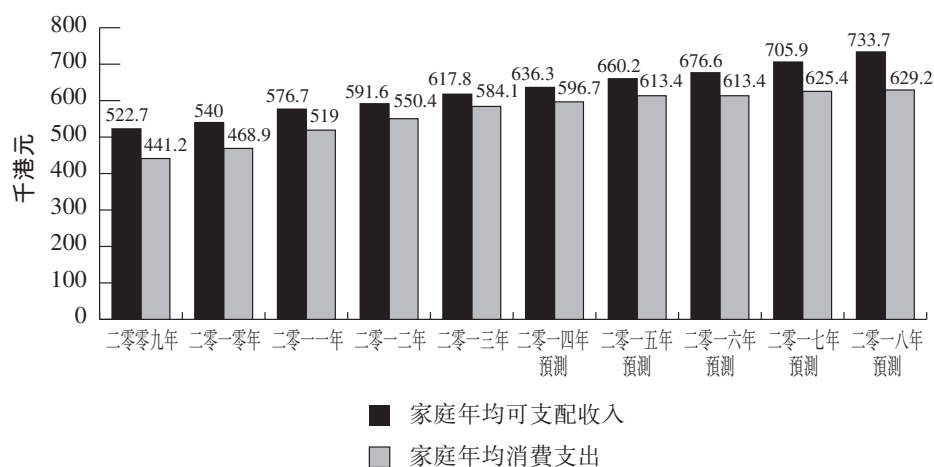
可支配收入及家庭年均消費支出上升

隨著香港走出二零零九年的全球金融危機，失業率改善並於二零一一年實施法定最低工資，香港家庭年均可支配收入已按約1.7%的複合年增長率由二零零九年的約522,700港元增至二零一三年的約617,800港元。

因家庭年均可支配收入增加及通脹上升，香港年均消費支出亦按約7.3%的複合年增長率由二零零九年的約414,200港元增至二零一三年的約594,100港元。

預期香港家庭年均可支配收入及消費支出將因香港與中國內地的緊密經濟聯繫及全球經濟的穩定而繼續增長。預期家庭年均可支配收入按約3.6%的複合年增長率由二零一四年至二零一八年溫和增長，而年均消費支出自二零一四年至二零一八年的複合年增長率約為1.3%。

自二零零九年至二零一八年香港家庭年均可支配收入及消費支出



資料來源：Economic Intelligence Unit; Ipsos 研究及分析；香港政府統計處；CIA factbook。

附註：家庭年均可支配收入乃按Economic Intelligence Unit提供的二零零九年至二零一八年各年度香港的可支配總收入除以(i)就二零零九年至二零一三年期間而言，香港政府統計處就二零零九年至二零一三年各年度提供的家庭總數；及(ii)就二零一四年至二零一八年期間而言，Ipsos 研究及分析根據過往趨勢估計的二零一四年至二零一八年各相應年度香港家庭總數的預測計算。

流動電話普及率不斷上升

香港錄得不斷增長的流動電話普及率。由於互聯網日益盛行及香港政府努力將香港打造成為無線城市(如政府Wi-Fi計劃)，流動電話普及率已由二零零九年的約174.5%增至二零一三年的約238.2%。

行業概覽

流動電話在香港的普及率增長表明該等產品於香港不斷上升的需求，從而顯示香港流動電話分銷行業的需求。

香港流動電話的銷售額及付運量

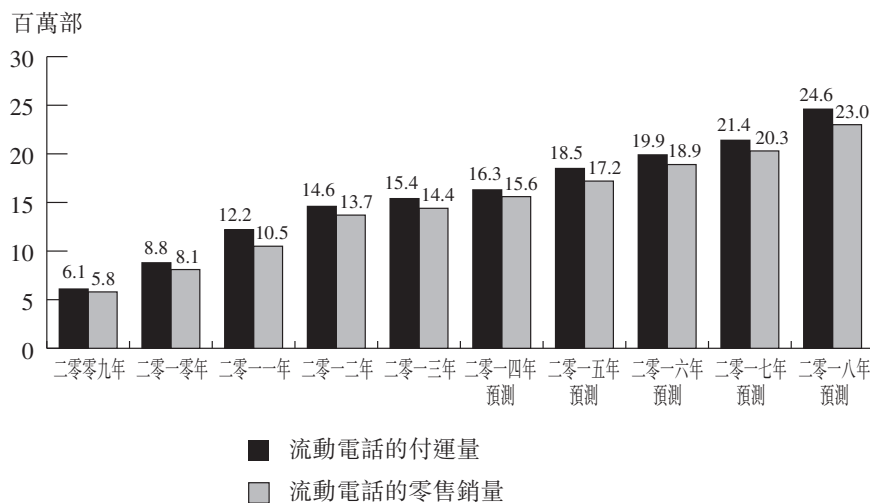
根據Ipsos報告，香港流動電話產品的付運量由二零零九年的約6.1百萬部增至二零一三年的約15.4百萬部，複合年增長率約26.1%。同時，香港流動電話的零售銷量由二零零九年的約5.8百萬部增至二零一三年的約14.4百萬部，複合年增長率約25.4%。

流動電話銷售額受於香港不斷推出新款產品而推動。於二零一三年，三星已推出約29款流動電話，蘋果已推出2款流動電話及索尼已推出約7款流動電話。具有不同價格的新產品種類、提供改善的技術及功能(如4G LTE型號、指紋鎖屏功能等)連同市場推廣策略推動付運量及零售銷量增加。

零售銷量不僅受本地居民支持，亦受到訪香港及購買電子商品(如流動電話)作禮物及個人用途的旅客人數所支持。二零一三年約有54.3百萬內地遊客，較二零一二年增加約11.7%，而該等遊客的約75.0%來自中國內地。

香港流動電話的付運量預期由二零一四年的約16.3百萬部增至二零一八年的約24.6百萬部，複合年增長率約10.8%。同時，香港流動電話零售銷量預期由二零一四年的約16.3百萬部增至二零一八年的約24.6百萬部，複合年增長率約10.1%。

二零零九年至二零一八年香港流動電話的零售銷量及付運量總值



資料來源：香港旅遊事務署；Ipsos 研究及分析

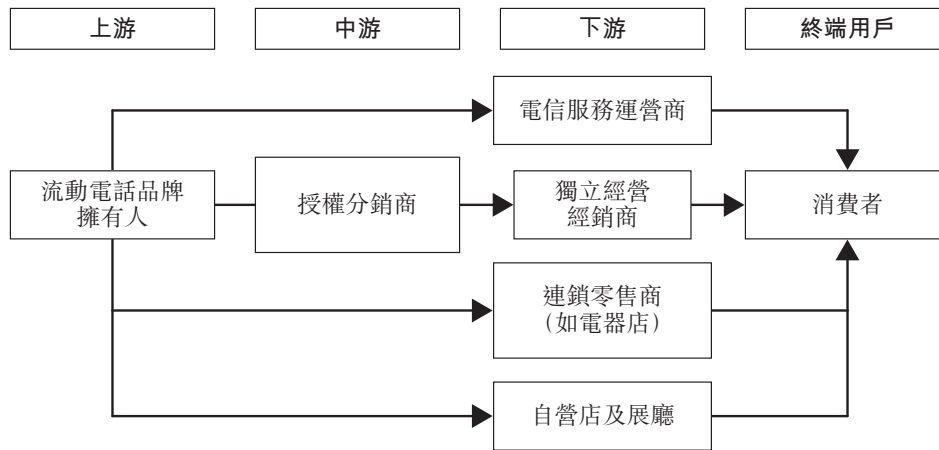
附註：付運量指香港流動電話進口數字減出口與再出口數字的部數估計。

行業概覽

香港流動電話分銷行業

根據Ipsos報告，流動電話分銷行業於香港流動電話供應鏈中扮演重要角色。流動電話分銷商向香港零售市場提供流動電話的供應網絡。其角色對流動電話零售市場有直接影響，因其具備豐富市場知識及協助品牌擁有人以適當營銷及推廣策略鎖定主要客戶群。為取得經銷權，彼等將首先與全球品牌擁有人建立業務關係並表明彼等向香港消費者營銷獲授權銷售的新款流動電話的能力。部分分銷商亦可向其客戶提供技術故障排除服務及保修服務。

香港流動電話多方面供應鏈



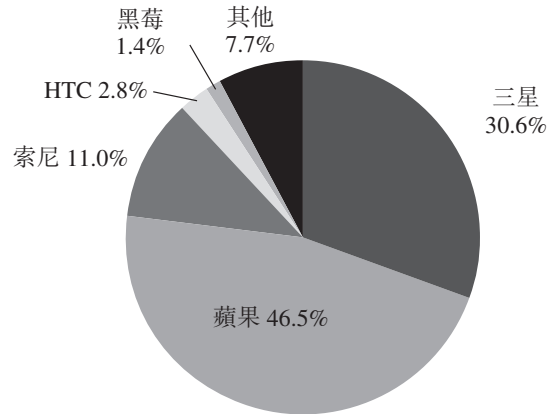
於上游，國際品牌擁有人不太可能直接向消費者銷售，而是向地方電訊服務運營商、地方主要電器零售連鎖店及地方授權分銷商供應其產品。該多方面渠道可使該等產品以較低經營成本吸引更多消費者。

於中游，分銷商主要向零售商分銷並擔任流動電話品牌擁有人及獨立經營經銷商及連鎖零售店的代理。彼等從授權分銷商訂購較少數量產品，並有更多品牌可供選擇。

於下游，若干電訊服務運營商及連鎖零售店於新產品發佈之前或緊隨其後就大宗採購與品牌擁有人訂立協議，以確保彼等有足夠產品供應以應對需求。

行業概覽

二零一三年香港有關流動電話銷量的品牌擁有人的市場份額



資料來源：Ipsos 研究及分析。

附註：其他指LG、華為、中興、小米、諾基亞等流動電話品牌。

根據Ipsos報告，由於二零一三年推出iPhone 5S及iPhone 5C等產品，蘋果於二零一三年處於主導地位，佔流動電話零售銷量市場份額約46.5%。因蘋果產品似是高貴及時尚趨勢的標誌，推出新產品吸引日益增加的本地需求。

三星於二零一三年亦錄得流動電話零售銷量約30.6%的重大市場份額，乃因於二零一三年推出大量新產品，其中約29款不同流動電話推向市場。不同特色(如屏幕大小及技術規格的變化)產品的零售價介乎約1,400港元至6,400港元。於截至二零一四年九月三十日止九個月，三星於香港流動電話零售銷量佔有約25.4%的市場份額。

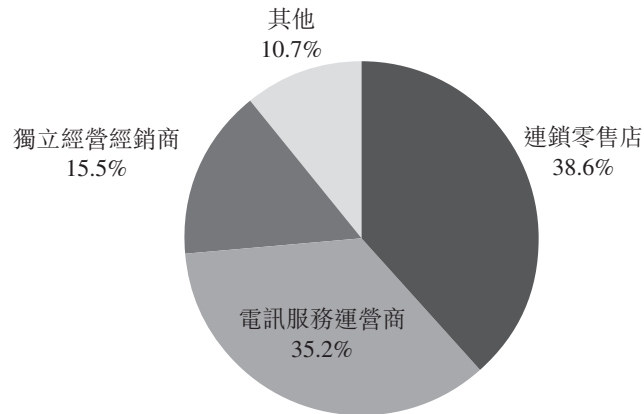
除三星外，以安卓系統平台操作的其他主要品牌(如索尼、HTC及LG等)的零售銷量證明了安卓流動電話的受歡迎情況。同時，索尼於二零一三年能取得可觀市場份額，乃由於推出約7款獨特功能(如配備水下視頻錄製及拍照功能的防水流動電話)流動電話。

黑莓流動電話的零售量得到商務客戶的有力支持，因其郵件收發功能及商業用途品牌形象受商務企業及專業人士青睞而繼續受捧。

行業概覽

二零一三年香港有關流動電話銷量的若干銷售渠道的市場份額

根據Ipsos報告，二零一三年香港流動電話銷量由3個主要銷售渠道主導，連鎖零售店佔約38.6%，電訊服務運營商佔約35.2%及獨立經營經銷商佔約15.5%。二零一三年香港流動電話零售總量為14.4百萬部。



資料來源：Ipsos 研究及分析。

附註：

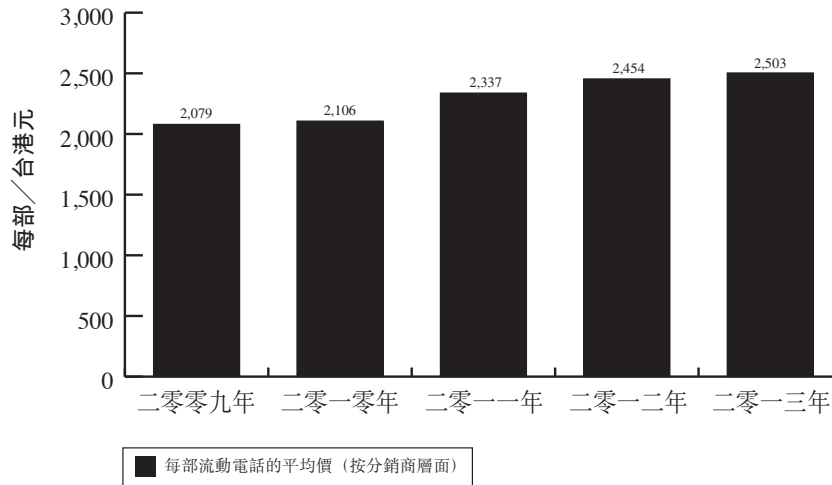
- (1) 連鎖零售店指包括二零一三電器店(如Broadway Electronics、Fortress及中原電器行有限公司等)在內的銷售渠道。
- (2) 獨立經營經銷商指包括但不限於該等經香港流動電話分銷商授權經銷的零售店等銷售渠道。
- (3) 其他指如網絡平台及流動電話品牌擁有人於香港的自營零售店等銷售渠道。

行業概覽

二零零九年至二零一三年香港流動電話的平均價(按分銷商層面)

根據Ipsos報告，由於流動電話先進操作系統方面的生產成本上升，香港流動電話的平均價(按分銷商層面)按約4.8%的複合年增長率由二零零九年的約每部2,079港元增至二零一三年的約每部2,503港元。

二零零九年至二零一三年香港流動電話的平均價(按分銷商層面)



資料來源：Ipsos 研究及分析。

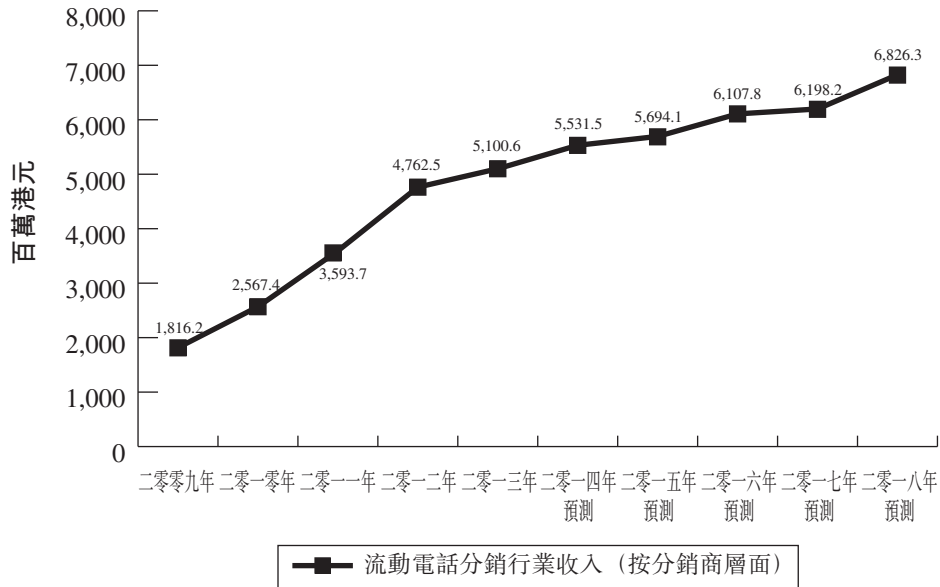
因流動電話行業競爭越趨激烈，預期流動電話的平均價(按分銷商層面)增長適中。更多流動電話品牌擁有人將開發低成本流動電話。該趨勢長遠而言將促使香港流動電話的平均價(按分銷商層面)增長放緩。

香港流動電話分銷行業收入

香港流動電話行業的總收入由二零零九年的約1,816.2百萬港元增至二零一三年的約5,100.6百萬港元，複合年增長率約29.5%。此主要由於同期流動電話零售增加所致。另一原因為新業者進入香港流動電話市場，如於二零一零年的小米公司(Xiaomi Inc)及二零一二年的中興通訊股份有限公司。該等公司乃按較流行品牌如蘋果及三星更低價格銷售流動電話。彼等把握香港較低價格流動電話的需求及擴大流動電話的市場收入及流動電話分銷商的收入。預期香港流動電話分銷商的總收入由二零一四年的約5,531.5百萬港元進一步增至二零一八年的約6,826.3百萬港元，複合年增長率約5.4%。

行業概覽

二零零九年至二零一八年香港流動電話分銷行業的總收入(按分銷商層面)



資料來源：Ipsos 研究及分析。

香港流動電話分銷行業的主要推動力

流動電話的持續需求。Ipsos認為流動電話如今不純屬功能，亦為時尚及潮流理念。因流動電話保持推出具技術升級的新款，消費者需求持續將保持市場增長。

先進的技術。據Ipsos所述，香港本地電訊服務供應商所提供高速4G服務的不斷滲透將推動可支持該功能的更新款流動電話需求，故用戶可有更快進入互聯網的獲提高用戶體驗。

對遊客的流動電話銷售。香港零售行業受入境遊客消費如流動電話、服裝及奢侈品等商品所推動。據Ipsos所述，二零一三年過夜遊客在香港消費約8,100港元，由二零一二年增加約3.9%。由於其預期香港到訪遊客數目將增加，此亦將推動香港流動電話分銷行業的需求。

香港流動電話分銷行業的競爭分析

根據Ipsos報告，二零一三年香港有約16家流動電話分銷商。前五大流動電話分銷商佔二零一三年香港流動電話分銷行業總收入的約64.2%。本集團躍居香港前五大流動電話分銷商第一位及佔二零一三年行業收入的約21.7%。主要業者具強大品牌擁有

行業概覽

權及下游零售渠道的廣泛網絡。二零一三年行業收入預計約5,100.6百萬港元。預期市場已成熟及各流動電話分銷商可成為行業重要的部分。

隨著若干分銷商取得品牌擁有人的流動電話授權經銷，流動電話分銷商的現有及之前業務夥伴的彪炳往績記錄可將其從香港其他競爭者中脫穎而出。眾多流動電話分銷商依賴其聲譽(如保修期的售後服務)保持競爭力。

為及時支持由流動電話品牌擁有人或流動電話生產商向消費者及下游零售渠道準時交付產品量及解決方案及下游零售渠道，有效的物流及交付安排支持尤為重要。為保持競爭力，香港流動電話分銷商亦涉及規劃及物流安排以確保交付產品將達到客戶預期。

香港流動電話分銷行業的主要市場業者及彼等各自於二零一三年的市場份額(就行業收入而言)乃載列於下表：

二零一三年香港前五大流動電話分銷商

排名	公司名稱	總部位置	二零一三年 收入 (百萬港元)	應佔行業 總收入 (%)	主要服務範圍
1	本公司	香港	1,106.0	21.7%	流動電話分銷及售後服務
2	聯強國際股份有限公司	香港	910.4	17.8%	流動電話分銷及售後服務
3	Kentech International Limited (勤達國際有限公司)	香港	449.1	8.8%	流動電話分銷及售後服務
4	電訊物流網絡有限公司	香港	437.0	8.6%	流動電話分銷及售後服務
5	Brightstar Asia Limited	香港	372.1	7.3%	流動電話分銷及售後服務
	其他		<u>1,826.0</u>	<u>35.8%</u>	
	總計		<u>5,100.6</u>	<u>100.0%</u>	

資料來源：Ipsos 研究及分析。

附註：收入數據指於香港分銷流動電話所得收入。

行業概覽

香港流動電話分銷行業的進入門檻

行業資本密集性質。現有流動電話分銷商因其自品牌擁有人大批採購具成本優勢。此外，分銷商需要資本，故其可於向下游零售商取得付款前可採購流動電話。缺少啟動資金為新入行者壁壘。

建立分銷網絡。由於現有分銷商已與品牌擁有人簽訂協議，新入行者與品牌擁有人形成新業務關係較困難。此外，授權分銷商須能處理廣泛下游零售商網絡並提供售後保修服務，而此為希冀進入行業的新公司的繁重任務。

香港流動電話分銷商的機遇

提供保養計劃及維修服務配套。根據Ipsos報告，多數現有及潛在客戶購買流動電話考慮功能、價格、外觀、品牌及可提供流動電話維修／保修服務。此為香港現有流動電話分銷商擴大其業務至涵蓋有關售後領域提供可觀商機。

持續提供新款流動電話。由於全球品牌擁有人持續提供新款流動電話，將有購買新款流動電話的持續需求。因此，為流動電話分銷商向香港引入新款及更多品牌提供可觀商機。

香港流動電話分銷行業的挑戰

平行進口。香港平行進口普遍。其零售價一般低於授權分銷商的5%至20%。儘管平行進口並無保修或其他售後服務，因其較低零售價而消費者仍購買。此可能導致香港分銷行業失去市場份額。

依賴少數品牌。由於香港分銷商一般僅與少數品牌擁有人訂約為其分銷商，單一品牌的授權經銷權流失可能對分銷商的業務及盈利能力造成重大影響。