

行業概覽

本節及本[編纂]其他章節所載的資料及統計數據乃摘錄自各類官方及政府刊物以及可供公開查閱的市場研究資料。此外，本節載有摘自賽迪就本[編纂]編製的委託報告（「賽迪報告」）的資料。我們委託中國獨立行業研究顧問公司賽迪就中國的手機話費充值服務行業及相關電信行業進行分析，並就本[編纂]編製行業報告。賽迪在中國提供顧問服務，總部位於北京，並於聯交所創業板上市。賽迪報告由賽迪獨立編製完成，不受我們影響。我們就行業報告向賽迪支付的費用約為人民幣250,000元。我們認為該費用符合市場定價。除本報告外，我們並無就[編纂]或本[編纂]委聘任何其他人士度身編製研究報告。

行業報告由賽迪於二零一五年四月出具，賽迪了解中國手機話費充值服務行業及相關電信行業，而預測及主要假設乃基於賽迪對過往數據及趨勢的分析而作出。

為分析我們經營所在的市場，賽迪採用宏觀經濟角度及利用其對行業發展的了解，結合初始及二手研究資料。數據搜集工作由賽迪根據對中國手機話費充值服務及中國相關電信行業方面的了解來完成。公司報告及過往市場數據等二手資料乃通過對工信部等多個政府機構及行業組織編製的數據分析產生。於編製報告過程中，賽迪亦訪問了行業參與者及行業專家，以支持其預測模型。訪問亦作為覆查及核實數據的方法。市場預測指賽迪根據市場需求的主要動力就中國手機話費充值服務行業及中國相關電信行業的未來發展發表的觀點。

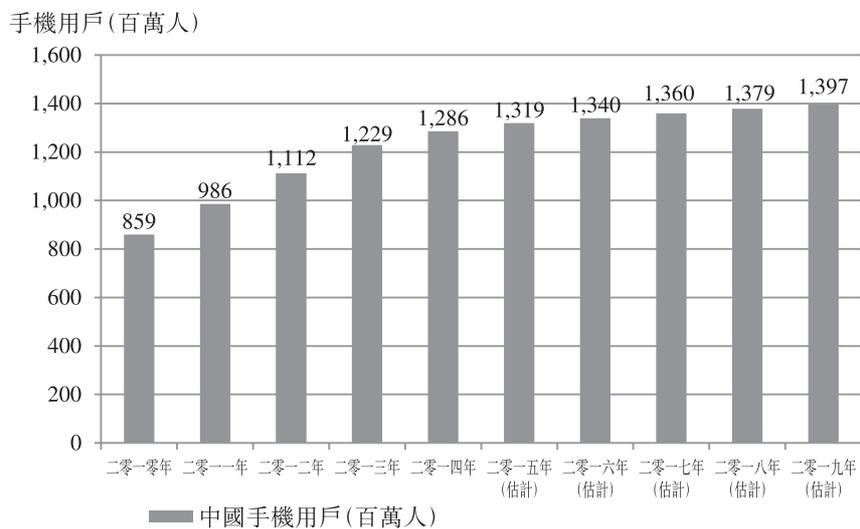
董事經採取合理的審慎措施後確認，市場資料自賽迪編製報告日期以來並無出現任何不利變動而可能令本節所載資料有重大保留、與本節所載資料相抵觸或對本節所載資料產生重大影響。我們相信資料來源為有關資料的適當來源，且我們於摘錄及轉載有關資料時已審慎行事。我們無理由相信有關資料屬失實或具誤導成分或已遺漏任何事實導致有關資料失實或具誤導成分。然而，有關資料並未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或彼等各自的董事或參與[編纂]的任何其他人士獨立核實。摘錄自賽迪報告的資料反映了根據抽樣估計市場的狀況，並主要作為市場研究工具而編製。凡對賽迪的提述不應被視為賽迪就任何證券價值或向我們投資是否屬可取而發表的意見。本節資料及統計數據未必與來自中國境內或境外其他來源的資料相符。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或彼等各自的董事或參與[編纂]的任何其他人士並無就來自官方政府及非官方來源的有關資料的準確性、完整性或公平性發表聲明，故此閣下不應過份依賴有關資料。與我們所處行業有關的風險的討論，請參閱「風險因素－與我們所處行業有關的風險」。

行業概覽

中國手機市場概覽

中國為世界上最大的手機市場。於過往數年，中國手機市場顯著增長，由中國手機用戶人數及手機的普及率可見。根據賽迪報告，中國手機用戶數目由二零一零年的859百萬人增加至二零一四年約13億人，並預期於二零一九年達約14億人。此外，中國手機的普及率由二零一零年的每一百人擁有64.4部手機大幅增加至二零一四年的每一百人擁有94.5部手機。根據賽迪報告，全球手機普及率由二零一零年的每一百人擁有78.0部手機增至二零一四年的每一百人擁有96.4部手機，而發達國家手機普及率由二零一零年的每一百人擁有114.2部手機增至二零一四年的每一百人擁有125.8部手機。

下圖載列於所示年度中國手機用戶數目。



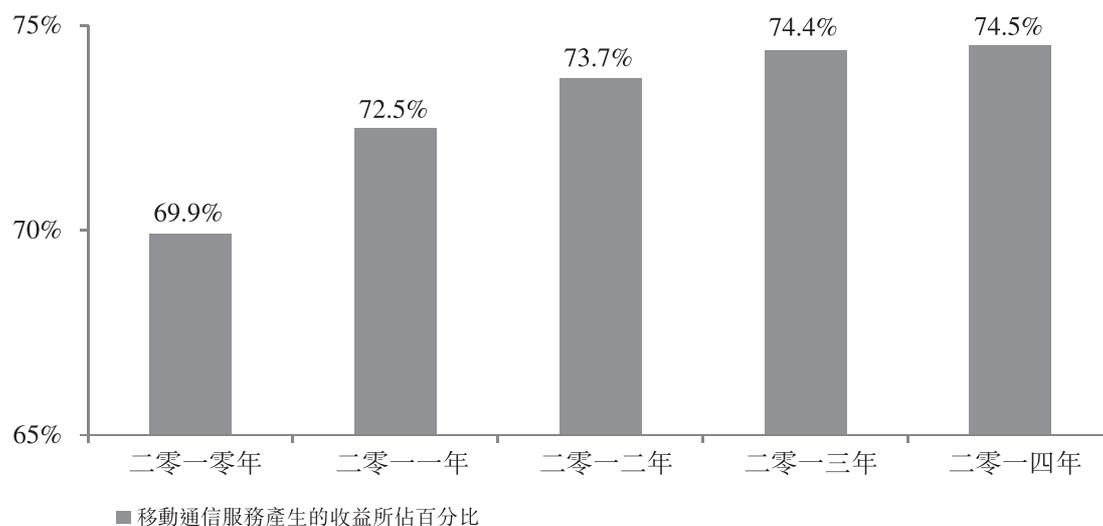
資料來源：賽迪報告

行業概覽

中國移動通信市場概覽

由於手機用戶數量龐大且隨著3G及4G網絡的擴張和智能手機的普及，中國移動通信服務扮演日益重要的角色。二零一零年移動通信服務產生的收益佔整個電信服務市場（包括中國電信運營商提供的移動通信服務及固話通信服務）的69.9%，該比例於二零一四年上升至74.5%。

下圖載列所示年度移動通信服務產生的收益所佔百分比。

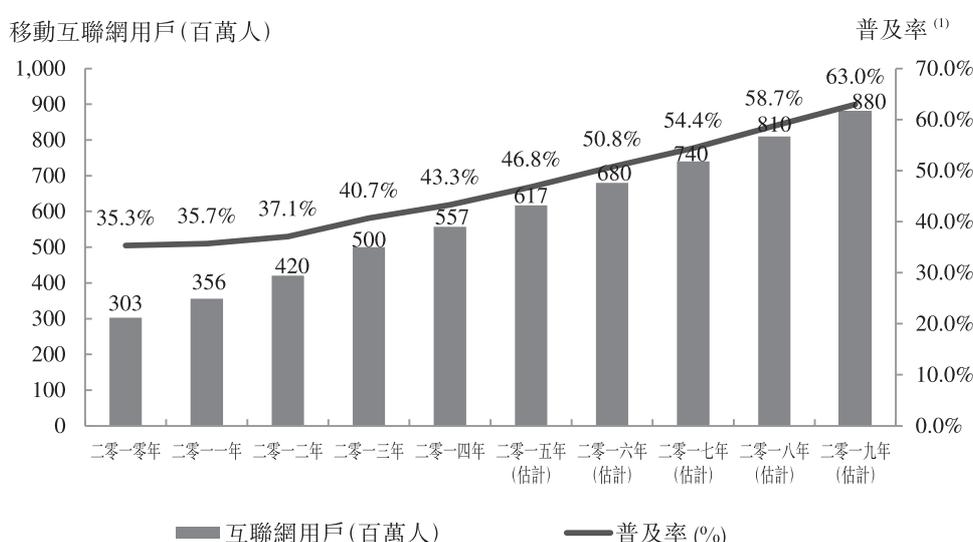


資料來源：賽迪報告

行業概覽

中國移動互聯網市場概覽

於二零一四年，中國的網民由二零一零年的457百萬人增加至649百萬人，複合年增長率為9.2%。中國移動互聯網市場於近年來亦顯著增長，主要受3G及4G網絡發展、無線網絡的發展以及智能手機成本下降所帶動。根據賽迪報告，中國移動互聯網用戶人數由二零一零年的303百萬人增加至二零一四年的557百萬人，複合年增長率為16.4%，並預測於二零一九年進一步增加至880百萬人。移動互聯網用戶的普及率由二零一零年的35.3%上升至二零一四年的43.3%，並預計於二零一九年達63.0%。下圖載列於所示年度的移動互聯網用戶人數及移動互聯網普及率：

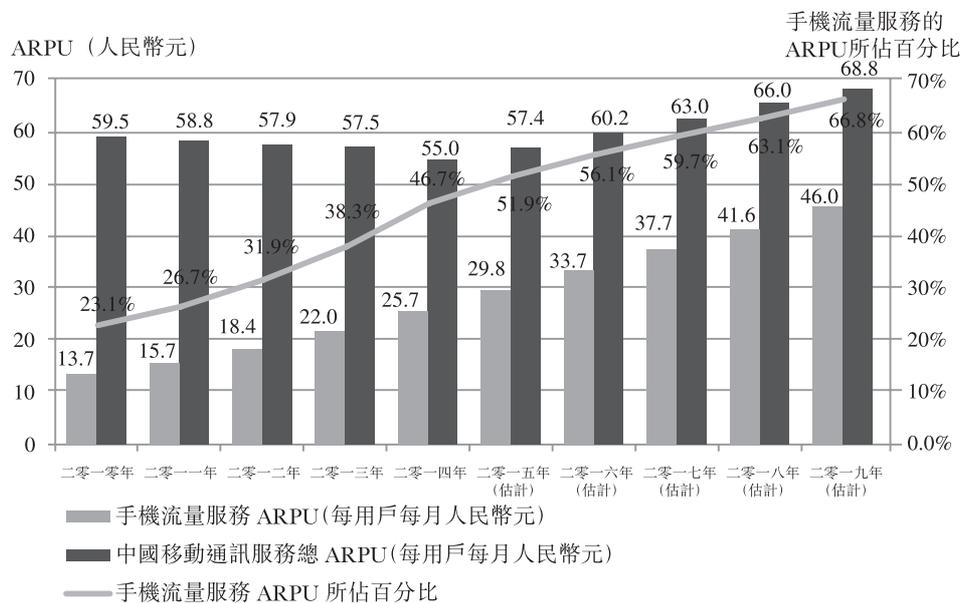


(1) 移動互聯網普及率按移動互聯網用戶人數除以中國手機用戶人數計算。

資料來源：賽迪報告

行業概覽

根據賽迪的資料，手機流量服務的每名用戶平均收入（「ARPU」）由二零一零年的人民幣13.7元增長至二零一四年的人民幣25.7元，複合年增長率為17.0%，預期於二零一九年將達人民幣46.0元，自二零一四年起計的複合年增長率為12.3%。下圖載列所示年度的ARPU。



資料來源：賽迪報告

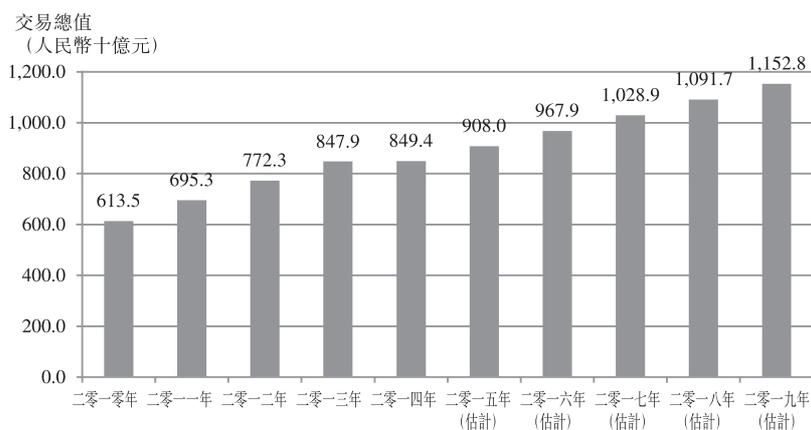
於二零一三年十一月，工信部向中國三家電信運營商發放4G牌照。二零一四年，4G手機用戶數量約達97.3百萬人。賽迪認為，持續推出3G及4G網絡及相關移動基礎設施的發展使得手機用戶更容易、快捷及安全地通過手機連接互聯網，這將促進中國移動互聯網市場的增長。移動數據服務佔中國電信運營商收益的比重預計會不斷上升。

行業概覽

中國的手機話費充值市場

概覽

根據賽迪報告，中國手機話費充值市場的交易總值由二零一零年的約人民幣6,135億元增至二零一四年的約人民幣8,494億元，複合年增長率為8.5%，並預計到二零一九年將達人民幣11,528億元，自二零一四年起複合年增長率為6.3%。下圖載列於所示年度中國手機話費充值市場的市場規模。



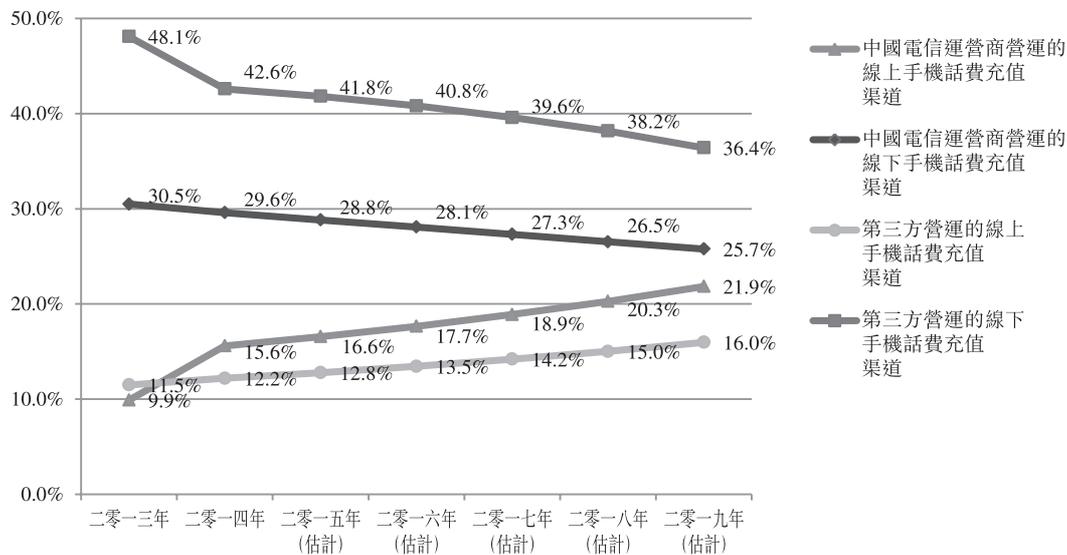
資料來源：賽迪報告

手機話費充值服務渠道

中國手機話費充值服務渠道可分為兩個類別：(i)中國電信運營商提供的渠道及(ii)第三方手機充值渠道，包括手機充值服務供應商營運的渠道。中國電信運營商及第三方手機充值渠道可進一步劃分為線上及線下渠道。根據賽迪報告，於二零一四年，中國電信運營商保有的渠道產生的收益佔手機話費充值服務收益總額的45.2%。中國電信運營商的話費充值服務收益有15.6%來自線上渠道，有29.6%來自線下渠道。第三方話費充值渠道佔手機話費充值收益總額的54.8%。第三方供應商的話費充值服務收益有12.2%來自線上渠道，有42.6%來自線下渠道。根據賽迪報告，預期於二零一九年，中國電信運營商保有的渠道產生的收益將佔手機話費充值服務收益總額的47.6%。中國電信運營商的話費充值服務收益將有21.9%來自線上渠道，25.7%來自線下渠道。第三方話費充值渠道將佔手機話費充值收益總額的52.4%。第三方供應商的話費充值服務收益將有16.0%來自線上渠道，36.4%來自線下渠道。儘管線下渠道收益於二零一四年佔來自所有渠道產生收益總額的72.2%，但賽迪認為通過線上渠道提供的手機充值服務為手機充值服務行業的未來趨勢。

行業概覽

下圖載列所示年度內自不同手機話費充值渠道的收益百分比。



資料來源：賽迪報告

下表載列於所示年度來自不同話費充值渠道與上一年度比較的(i)交易總值及(ii)交易總值的增長。

(人民幣十億元)(概約)	二零一四年 (實際)	二零一五年 (估計)	二零一六年 (估計)	二零一七年 (估計)	二零一八年 (估計)	二零一九年 (估計)
中國電信運營商營運的渠道						
線上手機話費充值渠道	132.5 (57.90%)	150.5 (13.50%)	170.9 (13.60%)	194.5 (13.80%)	221.3 (13.80%)	251.9 (13.80%)
線下手機話費充值渠道	251.4 (-2.80%)	261.8 (4.10%)	271.8 (3.80%)	281.1 (3.40%)	289.6 (3.00%)	297.1 (2.60%)
第三方營運的渠道						
線上手機話費充值渠道	103.6 (6.30%)	116 (12.00%)	130.2 (12.20%)	146.1 (12.20%)	164 (12.20%)	184.1 (12.30%)
— 銀行話費充值渠道	21.0 (不適用)	23.5 (11.90%)	26.2 (11.50%)	29.2 (11.50%)	32.5 (11.30%)	36.1 (11.10%)
— 非銀行話費充值渠道	82.6 (不適用)	92.5 (12.00%)	104 (12.40%)	116.9 (12.40%)	131.5 (12.50%)	148 (12.60%)
線下手機話費充值渠道	361.9 (-11.30%)	379.7 (4.90%)	395 (4.00%)	407.2 (3.10%)	416.8 (2.30%)	419.7 (0.70%)
總計：	849.4 (0.20%)	908 (6.90%)	967.9 (6.60%)	1028.9 (6.30%)	1091.7 (6.10%)	1152.8 (5.60%)

資料來源：賽迪報告

附註：括號內的百分比指按年增長率

行業概覽

中國電信運營商營運的線上手機話費充值渠道

中國電信運營商主要通過其互聯網及移動互聯網門戶提供線上充值服務。為手機賬號充值時，移動用戶可通過中國電信運營商運作的網站輸入手機號碼及充值金額，並使用銀行卡進行線上支付。儘管有關線上渠道為手機用戶提供便利，惟通過中國電信運營商門戶的線上支付交易涉及安全問題。根據賽迪報告，來自中國電信運營商的線上手機話費充值渠道收益於二零一四年達約人民幣1,325億元，佔所有手機話費充值渠道收益總額的約15.6%，並預期將於二零一九年達約人民幣2,519億元，佔所有手機話費充值渠道的收益總額的約21.9%。

中國電信運營商營運的線下手機話費充值渠道

中國電信運營商營運的線下充值渠道包括與銀行的自動支付安排、在中國電信運營商的分支機構付款及在中國電信運營商的自助服務終端支付。根據賽迪報告，於二零一四年，來自中國電信運營商營運的線下手機話費充值渠道收益達人民幣2,514億元，佔所有手機話費充值渠道收益總額的約29.6%，並預期將於二零一九年達約人民幣2,971億元，佔所有手機話費充值渠道的收益總額的約25.7%。

與銀行之間的自動支付安排

中國部分銀行向中國電信運營商就手機服務付款提供自動支付服務。在與中國電信運營商建立有合作關係的中國銀行擁有銀行賬號的手機用戶可授權銀行從其銀行賬號中提取金額用於支付手機月結費。對手機用戶而言，雖然自動支付安排似乎是一種可便捷、有效地支付其手機月結費的方式，但由於許多手機用戶希望在付款前查看扣費金額，故不情願使用自動支付安排。

在中國電信運營商的分支機構付款

手機用戶可在中國電信運營商的分支機構使用現金或使用銀行卡為其手機賬號充值。雖然手機用戶可享受分支機構專職人員提供的全方位專業服務，但手機用戶須親自前往方可享受有關服務。此外，中國電信運營商須花費大量時間及產生高額成本來建設及擴大其分支網絡。

行業概覽

在中國電信運營商的自助服務終端支付

手機用戶可通過中國電信運營商在其分支機構、便利店、地鐵站及其他公共場所設立的自助終端進行手機話費充值。這可讓電信運營商覆蓋大範圍客戶並可提供全天候充值服務。然而，中國電信運營商亦須為這一渠道投入大量資金用於安裝及維護自助服務終端。

第三方網上手機話費充值渠道

第三方網上手機話費充值渠道包括電子商務平台和網上銀行話費充值渠道。根據賽迪報告，於二零一四年，第三方網上手機話費充值渠道的收益達到約人民幣1,036億元，佔全部手機話費充值渠道總收益的約12.2%，且預計於二零一九年將達到約人民幣1,841億元，佔全部手機話費充值渠道總收益的約16.0%。

電子商務平台上的話費充值渠道

近年來，淘寶、微信及京東等多家電子商務平台開始提供手機話費充值服務。電子商務平台運營商通常會提供一定折扣，以提高平台訪問流量。隨著移動數據服務不斷發展及電子商務平台日趨成熟，預計越來越多的手機用戶將使用這一新型話費充值渠道。

網上銀行話費充值渠道

手機用戶可透過中國各銀行運營的網上電子銀行系統(包括手機銀行系統、電話銀行系統、自動櫃員機及其他電子銀行系統)為其手機賬號充值。自一九九七年推出首個互聯網銀行系統以來，網上銀行付款顯著增長。根據賽迪報告，二零一四年網上銀行話費充值渠道產生的收益為人民幣210億元，約佔中國手機話費充值市場的2.5%份額，且預計未來五年每年增長11.5%。面對電子商務平台運營商的挑戰，許多銀行已建立其自身的電子銀行系統為其客戶提供在線銀行服務。截至二零一四年一月，五大國有商業銀行均已建成自身的電子銀行系統。網上銀行話費充值渠道除具備電子商務平台話費充值渠道的優點外，還擁有一些獨特優勢，如用戶認可度以及網上銀行系統的可靠性均較高。

第三方線下手機話費充值渠道

中國電信運營商亦委聘第三方分銷商提供手機話費充值服務。中國電信運營商通常與第三方分銷商訂立利潤分享安排。通過該等第三方分銷商的龐大網絡，中國電信運營商可覆蓋更多手機用戶並降低經營其自有分店或自助終端的風險和成本。線下第三方分銷商包

行業概覽

括便利店、報攤和代理分店。根據賽迪報告，於二零一四年，第三方線下手機話費充值渠道產生的收益達到約人民幣3,618億元，佔全部手機話費充值渠道總收益的約42.6%，且預計於二零一九年將達到約人民幣4,197億元，佔全部手機話費充值渠道總收益的約36.4%。

手機話費充值金額的價格波動情況

手機話費充值金額的價格在過去幾年一直較為穩定。中國電信運營商通常會向手機充值卡分銷商及手機話費充值服務供應商提供折扣。根據賽迪的資料，中國電信運營商向其分銷商提供的折扣介乎1.0%至2.5%，且賽迪預期於未來兩年將保持相對穩定水平。於二零一四年，中國聯通向手機虛擬充值卡分銷商提供約1.5%的折扣及向手機充值刮刮卡分銷商提供約2.5%的折扣，而中國電信向手機充值卡分銷商提供約2.0%的折扣。中國移動向手機充值卡分銷商提供的折扣略低於中國聯通所提供的折扣。

競爭格局

中國的手機話費充值市場競爭激烈且高度分散，市場參與者眾多。一般而言，該等市場參與者的銷售收益及交易量並不對外公開。因此，無法獲得有關本集團在中國手機話費充值服務行業的市場排名(以銷售收益及交易量計)的資料。然而，網上銀行話費充值市場則相對集中。主要市場參與者包括深圳年年卡、易寶支付有限公司、北京天機移聯科技有限公司、北京益泰金網軟件技術有限責任公司、上海電銀信息技術有限公司及上海快錢信息服務有限公司。根據賽迪的資料，二零一四年，按交易量計，在通過電子銀行系統提供手機話費充值服務的供應商當中，深圳年年卡在中國所佔的市場份額為61.5%。

准入門檻

賽迪認為，中國的手機話費充值服務供應商能否取得成功取決於(其中包括)其與國內銀行及中國三大電信運營商的合作關係、資金資源、市場洞察力、技術實力是否雄厚以及客戶服務質素水平。例如，為透過網上銀行話費充值渠道提供話費充值服務，供應商須與國內銀行保持穩固關係，並須具備先進的技術及優質的客戶服務，以期達到國內銀行及中國電信運營商所設定的嚴格要求。我們相信，當國內銀行已與某一家手機話費充值服務供應商建立關係後，由於涉及系統安裝及軟件升級方面的成本及實施難度以及安全問題，這為其他服務供應商設下了准入門檻。

行業概覽

中國手機話費充值市場的主要增長動力

根據賽迪報告，中國手機話費充值市場的快速增長乃主要歸因於以下因素：

使用手機流量服務的手機用戶不斷增加。受移動技術、網絡基站及手機互聯網應用的不斷發展所驅動，人們使用手機流量服務的頻率及時間在過去幾年急劇上升。使用手機流量服務的手機用戶數目由二零一零年的303百萬人增至二零一四年的557百萬人，複合年增長率為16.4%，預期將進一步增至二零一九年的880百萬人，自二零一四年起的複合年增長率將為9.6%。賽迪認為，該手機流量用戶群的擴大以及用戶在手機上花費的時間不斷增加將拉動中國手機話費充值服務的需求。

有利的監管環境。中國的手機話費充值市場受益於中國監管部門所採取的有利政策。例如，於二零一三年八月十四日，國務院發佈《關於促進信息消費擴大內需的若干意見》，鼓勵公共部門及家庭信息消費。有關消費於二零一四年上半年快速增長，於二零一四年六月三十日達到人民幣1.34萬億元，與二零一三年同期相比增加20%。

工信部的資料顯示，根據國務院發佈的意見，預計信息消費收益到二零一五年將超過人民幣3.2萬億元。賽迪認為，消費量及該等規定將促進中國手機話費充值市場的發展及向話費充值服務供應商提供巨大的商機。

引入移動虛擬網絡運營商。二零一三年一月，工信部頒佈《移動通信轉售業務試點方案》，允許並無擁有無線網絡基礎設施的合資格電信服務供應商將從中國三家電信運營商購買的移動電信服務，重新包裝成自有品牌並銷售予客戶。移動虛擬網絡運營商擁有龐大的客戶群，加之3G網絡的發展以及4G技術的推出，這將進一步擴大手機話費充值市場。此外，該等移動虛擬網絡運營商提供的新型話費充值渠道預計將為中國的手機話費充值服務供應商帶來更多業務。

手機功能增強及手機市場實現商業化。手機逐漸從單一的通訊工具轉變為一個門戶入口，提供網上支付、手機遊戲和O2O服務等全面增值服務。新商業模式(如O2O服務)的出現為手機應用的創新注入新動力。手機應用的類型不斷增加及其質量不斷改進，為消費者帶來了便利、前所未有的手機體驗及新思維。所有這些進而又推動消費者對手機應用的需求，提高客戶忠誠度並增加客戶花費在手機上的時間，從而刺激消費者對手機話費充值服務等其他增值服務的需求。

行業概覽

中國手機話費充值市場的發展前景

手機流量充值服務日顯重要

隨著互聯網用戶人數近年來空前增加以及互聯網技術的發展，客戶可享用的服務及應用(如短信服務、即時通信、彩信、郵件及手機娛樂)已大大增加。根據賽迪報告，已開通3G網絡的手機用戶數量已由二零一三年的約402百萬人增加至二零一四年的逾485百萬人，主要是由於3G網絡基站得以改進、3G手機流量服務覆蓋面擴大、智能手機普及率提高以及移動互聯網應用增加。自4G手機流量服務於二零一四年推出後，已開通4G網絡的手機用戶人數增至約97.3百萬人。4G網絡的發展預計將提供更快、更便捷的移動互聯網連接服務。中國移動互聯網市場的技術進步已改變人們的消費及支付喜好，使手機流量充值服務的需求不斷增加。我們認為，由於手機服務及應用吸引客戶並增加其對手機流量服務的消費，手機流量充值服務將繼續具備實現高速增長的潛力。此外，為應對不斷增加的非語音流量服務需求，中國電信運營商已採取各種措施為客戶提供靈活的手機話費充值服務。於二零一四年初，中國三家電信運營商已開始向手機用戶出售不同面值的手機流量充值金額，手機用戶可以此享用中國電信運營商提供的流量服務。中國電信運營商所提供靈活、豐富的流量充值金額組合預計將進一步推動手機流量充值服務實現增長。

網上手機話費充值服務的需求不斷增加

根據賽迪報告，於二零一四年，網上渠道所得收益佔所有手機話費充值渠道所得收益的約27.8%，預計於二零一九年增至約37.9%，複合年增長率為13.1%。賽迪進一步預測，於未來五年，國內銀行運營的電子銀行系統所產生的收益將按每年約12%的增速增加。

由於互聯網市場繼續發展及改善，我們預計，網上話費充值服務的需求未來將增加，而這將推動手機話費充值服務行業增長。

中國手機話費充值市場面臨的主要挑戰

來自OTT產品的挑戰

傳統手機話費充值市場的參與者面臨互聯網服務供應商(如谷歌、蘋果、微軟及騰訊)的挑戰，該等互聯網服務供應商利用電信運營商的網絡為客戶提供OTT應用。新興的互聯網通信工具具有價格較低且多功能服務的特點。例如，許多公共場所提供免費無線網絡連接，使得手機用戶毋須使用流量數據即可接入互聯網。此外，網絡社交活動可通過裝有

行業概覽

QQ、微信、Skype及WhatsApp等應用程式的終端設備以音頻甚至是視頻方式進行。該等通訊方式的成本遠低於傳統通訊方式。部分手機用戶可不再使用傳統的通訊工具，而是選擇價格較低的OTT產品。OTT產品正成為傳統電信運營商及手機話費充值服務供應商面臨的挑戰。

使用中國電信運營商提供的話費充值渠道

中國電信運營商透過線上及線下渠道提供手機話費充值服務。根據賽迪報告，二零一四年上述渠道所得收益佔手機話費充值市場的45.2%，並預計於二零一九年增加至47.6%。由於中國電信運營商正擴展其網上話費充值渠道，越來越多手機用戶可減少客戶對專門手機話費充值服務供應商(如我們)的依賴。然而，由於中國電信運營商在提供手機話費充值服務方面面臨多項挑戰(包括經營成本增加、低運營效率以及低利潤率)，賽迪預期，中國電信運營商將繼續尋求與專門手機話費充值服務供應商(如我們)合作，向其客戶提供手機話費充值服務，以補充其本身的話費充值服務渠道。