

## 行業概覽

本節及[編纂]其他章節所載的若干資料，乃採納自多種公開資料來源或摘錄自Frost & Sullivan就[編纂]編製的委託市場研究報告。我們相信，本節資料的來源乃有關資料的適當來源，且我們在摘錄及轉載該等資料時已採取合理慎重態度。我們並無理由相信，該等資料屬虛假或遺漏任何事實導致該等資料具誤導成分。此外，我們相信，自Frost & Sullivan報告編製日期以來，市場資料並無發生任何不利變動，致令該等資料遭到規限、否定或對其造成影響。然而，該等資料並未經我們或任何董事、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或[編纂]獨立核實，亦未對其準確性發表任何聲明。該等資料未必與其他來源所編製的資料吻合一致。

### 全球視密卡市場概覽

#### 概覽

條件接收模塊(或視密卡)是一種電子設備，一般用作為數字電視配備適當硬件設備，以觀看已採用條件接收系統加密的付費電視內容。

視密卡市場的付費電視內容產業鏈包括四大參與者：

- **廣播運營商**。廣播運營商自內容供應商處接收付費電視內容，然後一般選擇一間或兩間條件接收供應商運用條件接收加密技術將付費電視內容加密。
- **條件接收供應商**。條件接收供應商開發及提供技術加密來自電視運營商的付費電視內容及每一至兩年進行技術升級，確保電視內容保持安全加密。
- **視密卡供應商**。視密卡供應商與條件接收供應商合作生產相當於鑰匙的視密卡，接收經引進條件接收供應商的獨家條件接入系統進行加密的付費電視內容，並予以解密。
- **電視製造商**。視密卡此時可與具備兼容接口觀看付費電視內容的數字電視配對。

視密卡大小上相當於一張信用卡，主要採用PCMCIA接口。視密卡用於數字電視以提供接收付費電視內容。除加密數字廣播信號外，最新版視密卡包括個人視頻錄像機(或PVR)及點播視頻(或VOD)等額外功能。

視密卡僅與數字電視一起使用。由於眾多國家逐漸由模擬電視廣播過渡到數字電視廣播(稱為數字化的過程)，視密卡市場將穩定增長。歐洲大部分地區已完成或接近完成數字化過程及世界上大多數其他國家已開始該過程。

## 行業概覽

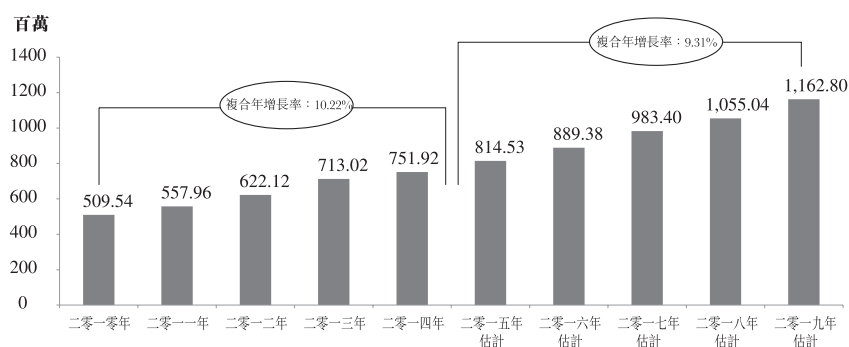
儘管全球範圍數字化的步伐一直加快，惟數字信號廣播的技術標準在不同地區有所不同。在全球範圍內，多種數字電視廣播系統均有投入使用。DVB標準為遍佈歐洲、中國、非洲、澳洲及印度眾多地區的最常用標準。日本及北美各有其本身數字廣播標準。視密卡主要用於採用DVB標準的區域。

### 全球數字電視概覽

由於全球的數字化過程，全球數字電視家庭市場規模由二零一零年至二零一四年按複合年增長率10.2%增長，於二零一四年達751.9百萬戶家庭。根據Frost & Sullivan的資料，全球數字電視家庭市場規模預期由二零一五年至二零一九年將按複合年增長率9.3%穩定增長，於二零一九年前達1,162.8百萬戶家庭。

下圖說明於二零一零年至二零一九年全球數字電視家庭的過往及預期變動：

全球數字電視家庭，二零一零年至二零一九年（估計）



資料來源：Frost & Sullivan

### 視密卡市場概覽

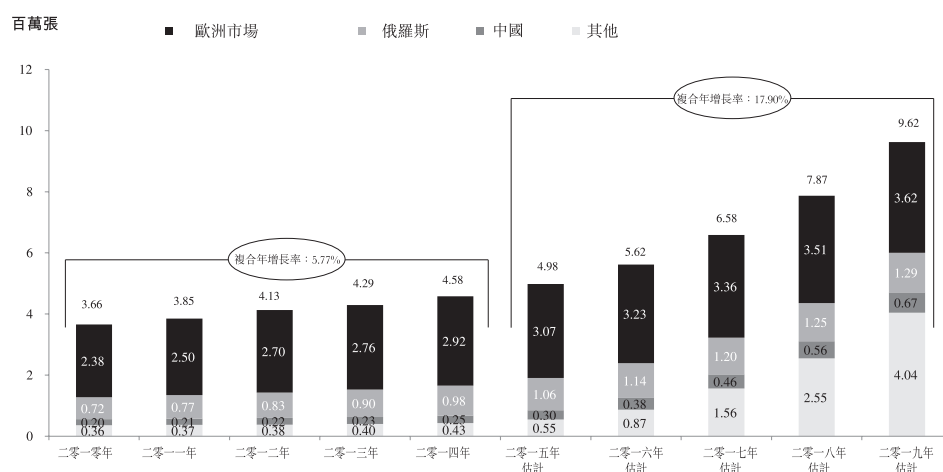
我們於二零零六年進軍西歐的視密卡市場，自當時起一直穩步擴大我們的地域市場及產品組合。由於帶有兼容視密卡接口（如PCMCIA卡槽）的數字電視日益增多及投入使用，全球視密卡市場隨着數字化過程一直穩定增長。根據Frost & Sullivan的資料，全球視密卡市場的銷量於二零一零年至二零一四年按複合年增長率5.8%增長，於二零一四年達4.6百萬張。歐洲市場已成為主要市場，因為(i)其數字化比率（數字電視家庭佔全部電視家庭的比例）於二零一五年六月三十日已達到約92%；及(ii)歐盟國家強制推行的數字電視通用接口標準可使行業標準化。Frost & Sullivan估計，全球日益數字化將使視密卡市場進一步發展，按銷量計的市場規模預期於二零一五年至二零一九年將按複合年增長率17.9%增長，於二零

## 行業概覽

一九年達9.6百萬張，超過二零一零年至二零一四年的增幅。根據Frost & Sullivan的資料，預測以銷量計全球視密卡市場較高增長的最重大推動力，是來自新興視密卡市場的巨大市場需求，例如印度、印尼、越南、馬來西亞、泰國等亞太區國家，以至大部分仍在數字化初期階段的非洲及中東國家。此外，視密卡市場(如俄羅斯和中國)仍在進行較高技術標準及相容性的數字化進程，以應付持續轉化及不斷邁向多元化的客戶需求，有關發展將有助促進該等地區的市場需求，帶來未來數年全球視密卡市場規模的增長。另外，儘管歐洲市場具有高度數字化的比率，以銷量計，歐洲市場仍然是全球視密卡市場規模的重大部分，預期將受仍在進行數字化的歐洲國家市場需求(特別是東歐國家(例如羅馬尼亞、斯洛文尼亞及保加利亞))，以至整個歐洲市場(包括已經完成或接近完成數字化過程的國家)更新CI標準的進一步帶動。

下圖說明於二零一零年至二零一九年按銷量計的全球視密卡市場規模的過往及預期變動：

全球視密卡市場規模(按銷量計)，二零一零年至二零一九年(估計)



資料來源：Frost & Sullivan

於二零一五年六月三十日，歐洲市場的數字化比率已達約92%。一般而言，北歐及中歐的數字化比率高於歐洲其他地區。若干歐洲國家(如德國、瑞士、克羅地亞、西班牙、丹麥、挪威、冰島、捷克及荷蘭)已基本完成或接近完成數字化過程。此外，歐盟國家強制規定電視製造商使用通用接口標準。因此，在該等國家出售的所有數字電視均兼容視密卡。按銷量計，歐洲市場於二零一零年至二零一四年按複合年增長率5.2%增長，於二零一四年達2.9百萬張。根據Frost & Sullivan的資料，歐洲市場的視密卡銷量於二零一五年至二零一九年預期將按複合年增長率4.2%增長，於二零一九年前達3.6百萬張。如上文所述，預期未來增長不僅主要由仍處在數字化過程的其他歐洲市場(如斯洛文尼亞、羅馬尼亞、保加利亞、英國、法國及比利時)所推動，且由歐洲市場內已經完成或大致完成數字化過程的國家不斷提高CI標準所推動。例

## 行業概覽

如，DVB-CI+1.4標準（預期於二零一六年發佈並於二零一七年較為普遍使用）有可能在未來幾年刺激視密卡產品的升級，尤其是於成熟的歐洲市場。

俄羅斯目前正進行數字化，預期將於二零一九年前基本完成。於二零一零年至二零一四年，俄羅斯視密卡市場規模按銷量計乃按複合年增長率8.0%增長，於二零一四年達1.0百萬張。由於數字化過程日趨成熟，儘管受二零一四年起俄羅斯經濟增速放緩所影響，來自俄羅斯視密卡市場的銷量預期將按複合年增長率5.0%增長，於二零一九年前達1.3百萬張。

在中國，自從中國工業和信息化部於二零零六年發佈將PCMCIA接口標準作為推薦行業標準以來，視密卡市場一直穩定增長。數字化過程發展迅速，創造了中國對視密卡的進一步需求，市場預期繼續擴大。按銷量計，中國視密卡市場規模於二零一零年至二零一四年按複合年增長率6.0%增長，於二零一四年達0.3百萬張。根據Frost & Sullivan的資料，按銷量計，中國視密卡市場規模於二零一五年至二零一九年預計將按複合年增長率22.4%增長，於二零一九年達0.7百萬張。

根據Frost & Sullivan的資料，世界其他地區的視密卡銷量於二零一零年至二零一四年按複合年增長率4.5%增長，於二零一四年達0.4百萬張，並預期於二零一五年至二零一九年將按複合年增長率64.6%增長，於二零一九年前達4.0百萬張。此為導致全球視密卡銷量於二零一五年至二零一九年的預測複合年增長率17.9%較二零一零年至二零一四年的歷史複合年增長率5.8%為高的主要因素。根據Frost & Sullivan的資料，該等預測主要基於以下原因及假設作出：

- (1) 全球其他地區的數字電視家庭數（不包括歐洲市場、俄羅斯及中國）預期將由二零一四年的60.9百萬戶增至二零一九年的202.0百萬戶，複合年增長率為27.1%，基於假設：(a)地方消費者的購買力增加及數字電視在有關地區價格趨於相宜；及(b)基建的政府投資增加，以推動由模擬轉換為數字，以及政府為地方電視行業提供有利政策，加快執行商業應用可兼容的數字電視；
- (2) 視密卡於全球其他地區的滲透率預期將由二零一四年的0.7%增至二零一九年的2.0%，基於假設：(a)在新興視密卡市場，將收費電視內容解密，視密卡是較機頂盒更為優勝的選擇，因為視密卡較具成本效益、體積較小巧及易於使用；及(b)將於二零一八年推出的DVB-CI+ 2.0標準，預期會統一視密卡的USB接口，以增進在新興視密卡市場使用的靈活性（有關市場一般並無廣泛或強制採用的CI標準），從而自二零一八年起推動有關地區的視密卡需求。

---

## 行業概覽

---

### 視密卡市場的關鍵推動因素及市場趨勢

根據Frost & Sullivan的資料，全球視密卡的市場規模預期於二零一五年至二零一九年將繼續穩步增長。視密卡市場的關鍵推動因素及市場趨勢為：

- **過渡至數字電視。**由二零一零年至二零一四年，全球數字電視家庭數由509.5百萬戶增至751.9百萬戶。歐洲市場處於完成由虛擬至數字電視過渡的最終階段。在中國、俄羅斯及其他新興視密卡市場，電視數字化過程亦迅速發展及將擴大視密卡的市場潛力。
- **付費電視行業的發展。**全球付費電視行業持續發展，表現為近年來付費電視用戶數激增，其中以印度及印度尼西亞等新興視密卡市場尤甚。儘管當前歐洲付費電視市場已趨於飽和(就用戶數而言)，但市場上供應的較先進付費電視節目服務不斷增加，因此對視密卡等安全解決方案產品的需求亦不斷增加。
- **來自電視製造商的支持。**電視製造商正與數字廣播運營商合作生產適合地區需要的數字電視。主要電視製造商正加快生產兼容視密卡的數字電視，從而推動數字電視及視密卡市場的發展。
- **加速發展CI標準。**二零零二年，DVB-CI標準成為歐盟國家的所有數字電視的強制性標準。在中國，工業和信息化部於二零零六年作為行業建議發佈類似標準。廣泛採納的CI標準可使視密卡標準化，因為視密卡更加廣泛兼容大多數數字電視，從而增加視密卡的市場。為進一步優化數字電視市場，歐盟預期將對歐盟國家繼續提高CI標準及全球其他地區預期可能將採納類似標準。視密卡製造商將需迅速適應以符合不斷提升的行業標準及產品更新的要求。
- **來自新興視密卡市場的需求日益增加。**於過去十年，全球視密卡市場由歐洲市場主導，按銷量計，歐洲佔過半市場規模。由於數字化浪潮在全球範圍內向前推進，更多新興視密卡市場將加入市場及新興視密卡市場佔全球視密卡市場的比例份額將穩步增加，成為未來十年全球視密卡市場的主要推動力。

## 行業概覽

### 視密卡的競爭格局

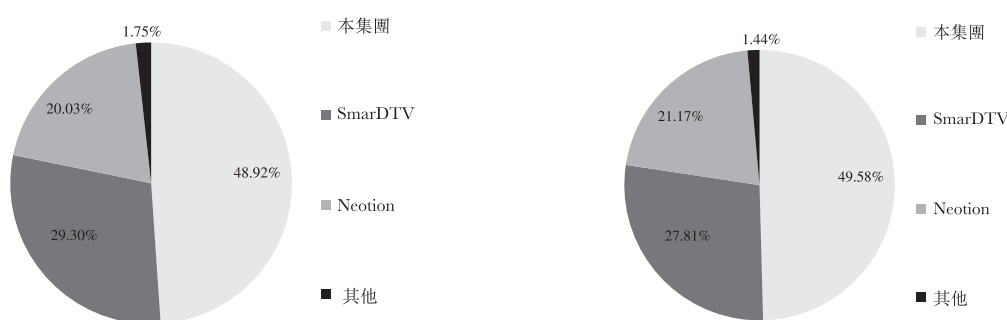
#### 全球視密卡供應商市場的競爭格局

全球視密卡供應商市場主要集中於少數主要參與者。根據Frost & Sullivan的資料，我們於二零一四年為全球最大的視密卡供應商，銷量在全球售出的合共4.6百萬張當中佔2.2百萬張，佔二零一四年按銷量計算的市場份額的48.7%，而於二零一五年上半年，我們視密卡產品的銷售額佔全世界銷售額的大部分，銷量在全球售出的合共2.5百萬張當中佔1.2百萬張，所佔的市場份額為48.9%。按二零一四年及二零一五年上半年的銷量計，我們兩個主要競爭對手分別佔全球視密卡產品銷售額的29.3%及20.0%。

根據Frost & Sullivan的資料，於二零一四年，我們佔全球視密卡市場收益的48.7%，我們的銷售收益在全球視密卡總銷售收益88.8百萬美元當中佔43.2百萬美元，而於二零一五年上半年，我們佔全球視密卡市場收益的49.6%，我們的銷售收益在全球視密卡總銷售收益41.1百萬美元當中佔20.4百萬美元。我們兩個主要視密卡競爭對手於二零一四年分別佔全球視密卡市場銷售收益的27.6%及21.3%，而於二零一五年上半年分別佔全球視密卡市場銷售收益的27.8%及21.2%。

下圖顯示於二零一五年上半年按主要視密卡供應商劃分的全球視密卡銷量及全球視密卡市場收益明細：

全球視密卡市場排名分析(按銷量計)， 二零一五年上半年  
全球視密卡市場排名分析(按收益計)， 二零一五年上半年



資料來源：Frost & Sullivan

根據Frost & Sullivan的資料，我們是中國第一家把握電視數字化趨勢的公司，於二零零六年便開始在中國供應視密卡，因而在中國的視密卡市場佔據最大份額，於二零一四年，按銷量計，所佔市場份額為88.0%，而按收益計，所佔市場份額為88.7%；於二零一五年上半年，按銷量計，所佔市場份額為89.7%，而按收益計，所佔市場份額為89.6%。

我們在全球視密卡市場的主要競爭對手為SmarDTV及Neotion。SmarDTV為Kudelski Group的附屬公司，總部位於瑞士，所設計及製造的視密卡及機頂盒可用於接收付費電視內

---

## 行業概覽

---

容。SmarDTV與和Kudelski Group有關聯的數家條件接收供應商共同合作，在法國、德國、美國、中國及新加坡均設有辦事處。Neotion為一家視密卡供應商，總部位於法國，主要產品包括家用視密卡及工程視密卡。該公司聘有100餘名僱員，注重產品研發。

### 付費電視安全解決方案的競爭格局

在付費電視行業，供應商使用不同的安全解決方案以解密付費電視內容。特別是，視密卡供應商主要與機頂盒供應商競爭。機頂盒是全球終端用戶用來主要從廣播運營商接收付費電視內容的主流設備。根據Frost & Sullivan的資料，按用戶安裝量計，二零一五年六月三十日全球付費電視行業中視密卡及機頂盒的滲透率分別為約15.9%及82.1%。全球主要的機頂盒製造商包括創維(Skyworth)及九洲(Jezetek)，這兩家製造商均位於中國。

和機頂盒相比，視密卡具備以下優勢：

- 視密卡體積小，且安裝更容易，無需任何複雜導線。
- 視密卡在成本效益及節能方面遠優於機頂盒(接收高清電視內容時尤其如此)。

另一方面，機頂盒具有以下優點：

- 與PCAM不同的是，機頂盒在不帶CI插槽的電視機亦可運行。因此，機頂盒的應用更廣(特別是在並未廣泛採用CI標準的地區)。
- 機頂盒對PVR及VOD等增值功能的採用大於視密卡。

與視密卡及機頂盒相反的是，軟件解決方案(如用於保護電視操作系統內容傳輸的安全軟件)並非解密付費電視內容的常見形式，原因為其缺乏硬件鑒別導致安全水平低得多。根據Frost & Sullivan的資料，按用戶安裝量計，二零一五年六月三十日全球付費電視行業的軟件解決方案滲透率僅約為2.9%。因此，在付費電視行業，軟件解決方案對視密卡構成的競爭十分有限。

### 付費電視行業面臨的競爭

隨著技術迅猛發展及消費者喜好不斷變化，付費電視行業正面臨其他新平台(如互聯網視頻平台)越來越強勢的競爭。

## 行業概覽

互聯網視頻平台的風靡主要由計算機、平板電腦、智能手機及其他互聯網終端憑藉其便利性及移動使用的特性而日益流行和普及所推動。此外，觀眾習慣的轉變(如日益強調視頻點播功能及個性化內容選擇)亦促進互聯網視頻平台被人們接受及變得流行。因此，付費電視行業安全解決方案(如視密卡)的需求將受到互聯網的有關在線渠道的趨勢及受歡迎程度的影響。

然而，通過豐富發佈渠道(如同時利用付費電視及互聯網視頻平台)，內容供應商不斷擴大觀眾覆蓋面，從而促進全球範圍內就所有娛樂平台產生的開支整體增加。再者，面對日益流行的互聯網視頻平台，付費電視行業憑藉不同於互聯網視頻平台的獨特優勢(包括供應更多直播及優質高清內容、更高的傳輸穩定性、更強大的安全性能及內容保護)仍保持其競爭力。付費電視傳輸亦正朝通過融合互聯網視頻平台及其現有廣播系統來打造混合解決方案的方向演進。

### 視密卡准入門檻

由於准入門檻高，全球視密卡市場集中於少數主要參與者。部分主要准入門檻為：

- **與廣播運營商及條件接收供應商合作。**廣播運營商一般僅會選擇一或兩名條件接收供應商為其付費電視內容提供加密技術。由於嚴格的質量及安全要求以及靈活定制的需求，廣播運營商一般僅與大型、更有經驗的具有良好聲譽的條件接收供應商合作。條件接收供應商轉而一般僅授權一或兩名視密卡供應商使用彼等的加密技術。因此，對於新參與者而言，進入市場存在困難，因為彼等較業已知名的參與者相比不大可能會被條件接收供應商選中。
- **兼容數字電視。**視密卡僅用於具備兼容接口的數字電視。儘管數字電視在歐洲市場大部分地區作為一項強制標準已經包含規定接口，但中國及其他國家的數字電視仍在不斷發展中及政府並無頒佈有關電視接口的強制標準。因此，視密卡供應商與電視製造商合作生產兼容視密卡的數字電視對於推動該等市場的數字電視市場的發展實屬必要。與主要電視製造商的合作對於新入行者而言可能存在困難，因而增加了准入門檻。
- **垂直整合。**由於對安全的要求變得愈發嚴格，廣播運營商及條件接收供應商目前視垂直整合能力為視密卡供應商的必要能力。視密卡供應商必須能具備芯片、算法、軟件及硬件設計能力以便向廣播運營商及條件接收供應商提供全面的安全解決方案。



---

## 行業概覽

---

### 中國MPOS市場概覽

#### 概覽

移動銷售終端(mPOS)機是扮演類似收銀機功能的專用無線設備，令用戶可以用移動設備進行付款交易。mPOS機與傳統固定POS終端機相比有多種優勢。固定POS終端機不可移動、重量大及佔用空間，並設有透過固定電話進行數據傳輸的複雜線路。相比之下，mPOS機為可移動、重量輕及體積小、易於無線操作的裝置。自二零一三年七月起，我們開始為智能手機及平板電腦開發及銷售mPOS機，用以結合移動應用來處理支付交易。mPOS機具備讀卡系統，可以讀取各種信用卡及借記卡的信息。

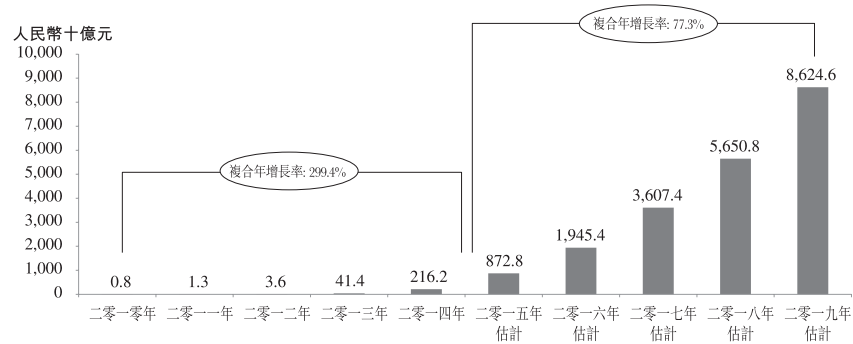
移動支付市場包括支付寶、財付通等軟件類支付平台，以及mPOS機等基於硬件的支付平台。

根據Frost & Sullivan的資料，過去幾年中國mPOS終端機產生的交易價值增長相當可觀，自二零一零年起以299.4%的複合年增長率增長，在二零一四年達到人民幣2,162億元。根據Frost & Sullivan的資料，主要受中國實體小微企業的需求日漸增加所驅動，預計二零一五年至二零一九年期間，mPOS終端機在中國產生的交易價值還將以77.3%的複合年增長率繼續增長，到二零一九年將達到人民幣86,246億元。根據Frost & Sullivan的資料，於二零一五年六月三十日，中國有超過5,800萬家實體小微企業，當中大部分出於成本考量而尚未安裝傳統POS終端機，且需要在日常業務中以合適、便捷的方式進行收款。mPOS機與既有的銀行基礎設施(即獲廣泛使用及接受的信用卡及借記卡)一起使用。因而與該基礎設施兼容的解決方案(如mPOS機)能夠服務大量預先存在的用戶群。實體小微企業龐大的數量代表著中國的mPOS終端機市場蘊含著巨大的增長潛力，因為mPOS機比傳統POS終端機的成本效益更高、使用更靈活，且安全性能方面優於軟件支付解決方案，因此，mPOS機更有可能被實體小微企業選購，從而使得mPOS終端機市場的交易價值在未來五年預計會實現巨大增長。

## 行業概覽

下圖說明於二零一零年至二零一九年按交易價值計的中國mPOS終端機市場規模的過往及預期變動：

中國mPOS終端機市場規模(按交易價值計)，二零一零年至二零一九年(估計)

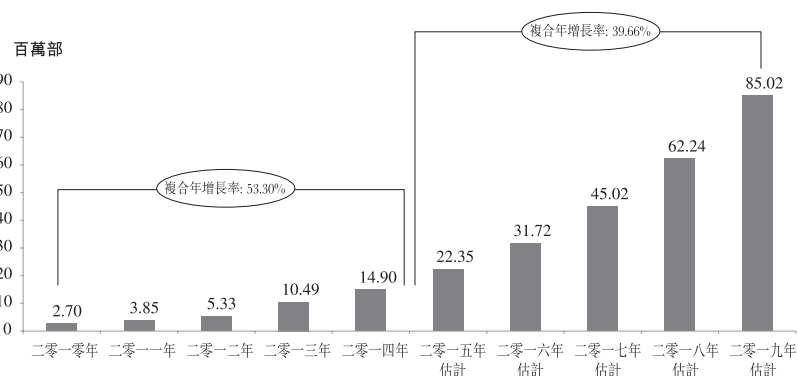


資料來源：Frost & Sullivan

根據Frost & Sullivan的資料，由於mPOS終端機是一種比傳統POS終端機成本更低，更為便捷且操作更為靈活的移動支付系統，二零一零年至二零一四年期間mPOS機的銷量大幅增長，在二零一四年達到14.9百萬部，複合年增長率達到53.3%。根據Frost & Sullivan的資料，預計二零一五年至二零一九年期間，中國的mPOS終端機市場的銷量還將以39.7%的複合年增長率繼續增長，到二零一九年將達到85.0百萬部。

下圖說明於二零一零年至二零一九年按銷量計的中國mPOS終端機市場規模的過往及預期變動：

中國mPOS終端機市場規模(按銷量計)，二零一零年至二零一九年(估計)



資料來源：Frost & Sullivan

---

## 行業概覽

---

### mPOS市場的關鍵推動因素及市場趨勢

mPOS終端機市場增長的關鍵推動因素及市場趨勢為：

- 不斷增長的移動支付需求。隨著移動互聯網的快速發展和消費者購物習慣的改變，移動支付正在被越來越多的國家採用。由於無線網絡日益普及，加之移動設備成本下降，使更多企業選擇移動解決方案來提高付款效率，這有望帶動移動支付市場在今後繼續增長。
- 對安全支付的需求增加。對移動支付市場參與者運行有效機制確保交易安全及保護終端用戶的個人資料的需求不斷增加。為獲准在中國進行移動支付活動，基於硬件的移動支付服務供應商使用的mPOS機需通過嚴格的安全認證。
- 操作及成本效率。與傳統的固定POS終端機相比，mPOS機無需任何額外佈線，使用與操作更為便捷。mPOS機的價格亦比傳統POS終端機低廉，是小企業理想的實惠之選。隨著消費者逐漸選擇以移動設備取代座機和有線基礎設施，預計今後mPOS機的市場潛力將繼續擴大。
- 將可獲得更多的增值服務。與僅可用作支付結算的傳統POS終端機相比，mPOS終端機可為用戶提供其他多種增值服務，如客戶資料管理、購買行為記錄和分析以及存貨管理。這些服務可幫助用戶更有效地開展營銷活動和分配資源。

### mPOS的競爭格局

#### *mPOS及與之構成競爭的支付方式*

在中國的第三方支付市場，mPOS主要與傳統POS終端機及軟件支付解決方案(如支付寶)競爭。

和mPOS支付相比，作為一種更加傳統的第三方支付方式，固定POS終端機當前在中國的採用範圍更為廣泛(對大型零售商而言尤為如此)，交易限額亦更高。儘管如此，mPOS機所具有的以下優點對實體小微企業而言尤為具備吸引力：

- mPOS機的成本效益更高，於二零一五年的平均單價為19.0美元，而傳統POS終端機的平均單價為325.0美元。

## 行業概覽

- mPOS機便於攜帶、重量輕且體積小，而傳統POS終端機不可攜帶、重量大且佔據空間。
- mPOS機易於無線操作，而傳統POS終端機須接入複雜線路以透過固定電話進行數據傳輸。
- mPOS機具有客戶關係管理及存貨控制等額外增值功能，而傳統POS終端機一般只能用於完成支付交易。

用於完成第三方支付的軟件支付解決方案要求在計算機、智能手機及平板電腦等設備上安裝軟件以進行支付交易，且主要用於網上支付及個人轉賬。軟件支付解決方案比mPOS支付更便於使用，此乃由於軟件支付解決方案的用戶身份驗證及交易確認程序較為簡化所致，且具有更高的成本效益，原因是企業用戶進行支付收款時毋須用到硬件設備。

和軟件支付解決方案相比，mPOS產品更為安全，因為該等產品需要人們使用實體卡進行面對面交互。此外，在中國用於進行移動支付活動前，mPOS機須交予第三方支付認證機構(如銀聯)進行嚴格的安全認證。由於mPOS支付可為終端用戶的交易安全提供更多保護，故mPOS支付在交易限額方面受到的限定較鬆，而軟件支付解決方案在每日交易限額及每筆交易限額方面都有限定。此外，由於信用卡和借記卡已經廣泛使用且發展成熟，mPOS機可在毋須進行軟件解決方案所需的額外註冊或設置步驟的情況下與該預先存在的廣泛用戶群進行交互。由於具備該等優勢，mPOS機受到支付收款商戶及企業的青睞，而該等用戶亦是我們mPOS機的目標終端用戶。另一方面，軟件支付解決方案的增長則主要由其目標終端用戶(進行網上支付及個人轉賬的個人)所驅動。

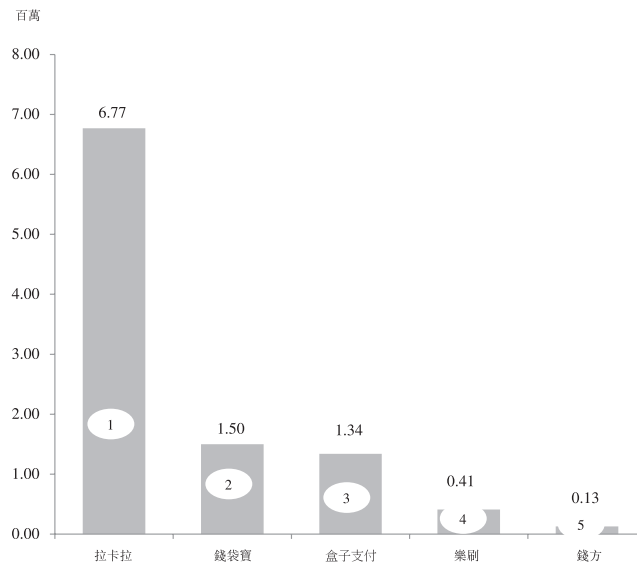
### 中國基於硬件的移動支付市場的競爭格局

mPOS終端機供應商向基於硬件的移動支付服務供應商提供mPOS機。拉卡拉為中國基於硬件的移動支付市場的領導者。二零一五年六月三十日，拉卡拉累計商業用戶數達6.8百萬，位居全國第一，第二大參與者累計商業用戶數達1.5百萬，而本集團主要mPOS客戶盒子支付則位居第三，於二零一五年六月三十日的累計商業用戶數達1.3百萬。二零一五年六月三十日，中國基於硬件的移動支付市場的其他競爭對手各自的累計商業用戶均低於0.5百萬。

## 行業概覽

下圖說明二零一五年六月三十日按累計商業用戶數計的中國基於硬件的移動支付市場的主要參與者排名。根據Frost & Sullivan的資料，累計商業用戶指於基於硬件的移動支付服務供應商的移動支付平台設立賬戶的mPOS產品的商業用戶。

中國基於硬件的移動支付市場的市場排名分析  
(按累計商業用戶數計)，二零一五年六月三十日



資料來源：Frost & Sullivan

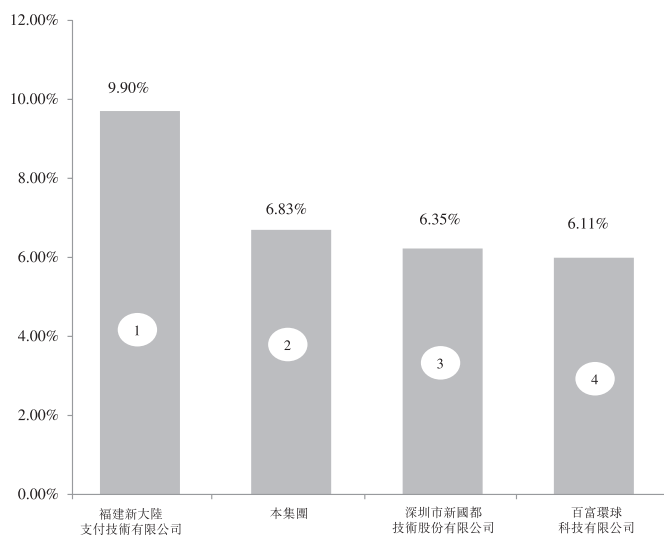
### 中國mPOS終端機市場的競爭格局

中國的mPOS終端機市場分散不集中。根據Frost & Sullivan的資料，我們是中國第二大mPOS供應商，於二零一四年及二零一五年上半年按銷量計的市場份額為6.6%及6.8%，而福建新大陸支付技術有限公司(一家主要專注傳統POS終端機的POS終端機供應商)排名第一，有關期間的市場份額為9.8%及9.9%。根據Frost & Sullivan的資料，除了三至四個最大參與者外，還有多間公司在中國提供mPOS產品，該等公司普遍專注於傳統POS終端機，彼等所佔mPOS終端機市場的百分比相當小，按銷量計，大部分介乎0.1%至1.0%。由於中國mPOS終端機市場現正面臨行業整合，故競爭力較弱的mPOS機供應商很可能會逐漸被淘汰。

## 行業概覽

下圖說明二零一五年上半年按mPOS機銷量計的中國mPOS終端機供應商的排名分析：

中國mPOS終端機市場的市場排名分析(按銷量計)，二零一五年上半年



資料來源：Frost & Sullivan

此外，我們的基於硬件的mPOS技術亦可能面臨其他相關行業的競爭，包括軟件支付解決方案，例如財付通及支付寶。

### mPOS准入門檻

mPOS終端機市場的准入門檻阻礙了大部分參與者獲取大份的市場份額。部分主要准入門檻包括：

- **技術要求。**mPOS入行者需有能力進行安全系統設計，方可開發mPOS產品。新入行者需具備充足的先進技術以及進行大量研發的能力，方能開發所需系統設計專長。
- **移動支付行業監管日益嚴格。**移動支付市場在交易安全性及個人資料保護方面的行業監管日益嚴格。例如，mPOS入行者開發出的mPOS機需通過銀聯安全認證，方可在中國用於移動支付。

## 行業概覽

- 與基於硬件的移動支付服務供應商的關係。mPOS終端機供應商的產品大部分賣給基於硬件的移動支付服務供應商，而不是賣給終端用戶，基於硬件的移動支付服務供應商利用該等mPOS機發展移動支付業務。mPOS供應商需與基於硬件的移動支付服務供應商建立穩固的關係並與其密切協作，確保產品擁有持續不斷的需求，以及發揮資源協同效應以開發更具商業價值的產品。

### 元件成本及售價

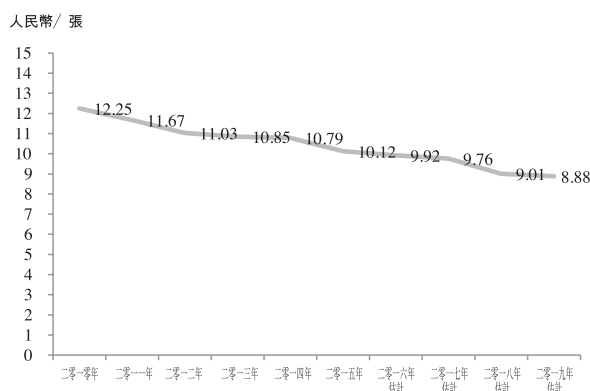
#### 元件成本

元件(尤其是芯片及PCB等電子元件)是生產視密卡及mPOS機的主要原材料，於往績記錄期合共佔總銷售成本的約57%至75%。根據Frost & Sullivan的資料，過往數年該等元件的價格有所下跌，且預期未來幾年會持續穩定地下跌。

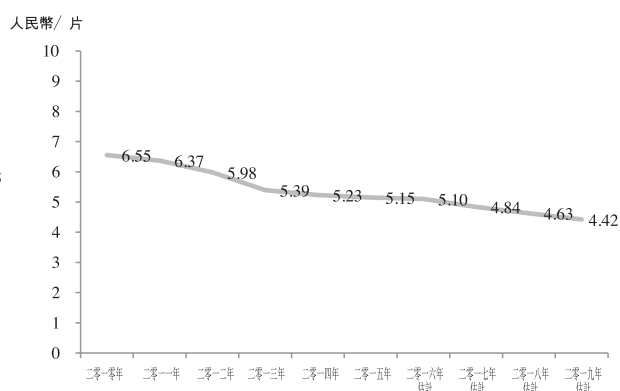
#### 視密卡

下圖列示生產視密卡所用的SM1670S(最常用的其中一種視密卡芯片模型)及PCB於二零一零年至二零一五年的實際價格趨勢，及其於二零一六年至二零一九年的預期價格趨勢：

SM1670S價格趨勢，  
二零一零年至二零一九年(估計)



PCB面板價格趨勢，  
二零一零年至二零一九年(估計)



資料來源：Frost & Sullivan

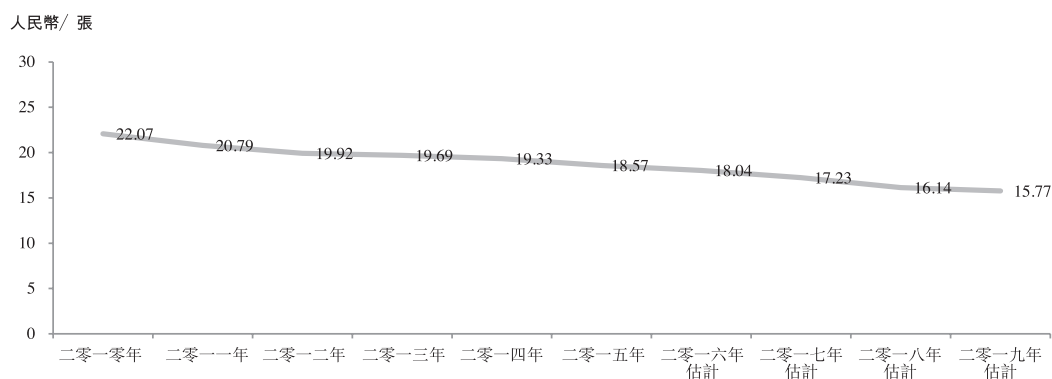
視密卡產品所用元件(如上圖所列)的價格在過去幾年有所下降，預期於二零一九年前將進一步下降，乃由於生產技術提高及相關行業批量生產。

## 行業概覽

### mPOS

芯片為生產mPOS產品的主要元件。下圖列示最常用的其中一種mPOS芯片模型K21DN512芯片於二零一零年至二零一五年的實際價格趨勢及於二零一六年至二零一九年的預期價格趨勢：

**K21DN512價格趨勢，二零一零年至二零一九年（估計）**

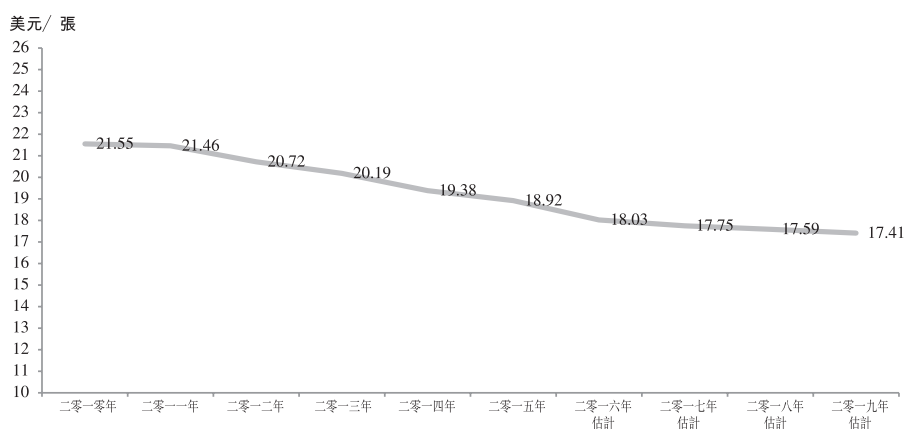


mPOS生產所用芯片(如K21DN512芯片)的價格在過去幾年整體下降，預期於二零一九年前將持續下降，乃由於技術提高及相關行業批量生產。

### 售價

二零一零年至二零一五年全球視密卡的均價穩步下降，由二零一零年的21.6美元／張降至二零一五年的18.9美元／張。根據Frost & Sullivan的資料，預計二零一六年至二零一九年視密卡定價將繼續下跌。視密卡的整體均價到二零一九年預計將降至17.4美元／張，原因是生產規模擴大以及新興視密卡市場對價格較為敏感。

**全球視密卡均價趨勢，二零一零年至二零一九年（估計）**



資料來源：Frost & Sullivan

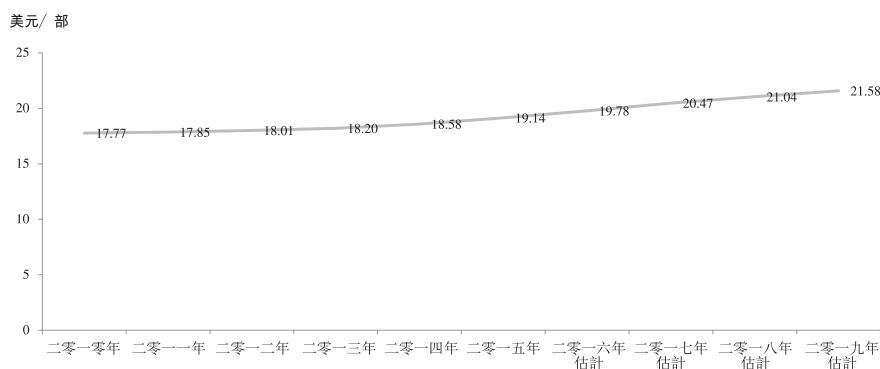


## 行業概覽

由於本集團將其視密卡銷售的地域擴大至視密卡定價相對較低的新興及發展中市場，本集團的整體售價及毛利率日後或會承受下行壓力。

根據Frost & Sullivan的資料，mPOS供應商向中國基於硬件的移動支付服務供應商提供的平均售價平穩上升，由二零一零年的17.8美元／部升至二零一五年的19.1美元／部。根據Frost & Sullivan的資料，由於引進具有更多功能、技術上不斷進步的產品，mPOS供應商向中國基於硬件的移動支付服務供應商提供的平均售價預期會於二零一六年至二零一九年間進一步上升。

中國向基於硬件的移動支付服務供應商提供的mPOS終端機  
平均售價趨勢，二零一零年至二零一九年（估計）



資料來源：Frost & Sullivan

### 資料來源

我們已委託Frost & Sullivan對我們行業作出市場調研及分析，並編製全球視密卡產業及中國mPOS終端機產業獨立市場研究報告。市場調研於二零一六年三月完成。Frost & Sullivan為獨立全球諮詢公司，於一九六一年在紐約成立。其提供行業調查及市場策略，並提供發展顧問服務及企業培訓。

在編製上述報告時，Frost & Sullivan已進行詳盡的一手資料研究，包括與若干業內領先的參與者討論選定行業的狀況。Frost & Sullivan亦已開展二手資料研究，內容涉及審閱公司報告、獨立研究報告及其自身研究數據庫所得的數據。

---

## 行業概覽

---

Frost & Sullivan已根據宏觀經濟數據的歷史數據分析，得出不同的市場規模估計數據，並已考慮報告中討論的行業主要推動因素。預測方法整合多項預測技術，並調查與市場研究工作有關的主要市場因素的內部分析。該等因素包括專家意見預測方法、綜合市場推動因素及限制、綜合市場挑戰、綜合市場趨勢及綜合計量經濟變量。在編製Frost & Sullivan報告時，Frost & Sullivan乃假設中國社會、經濟及政治狀況可能會保持穩定，且相關行業的增長推動因素可能會於預測期間推動市場發展。

Frost & Sullivan就編製報告收取我們約人民幣750,000元。我們所支付的該筆費用並非視乎其研究及分析結果而定。