

行業概覽

除另有指明者外，本節以下資料及統計數據乃摘錄及取材自益普索報告。我們認為本節中的資料及統計數據的來源為該等資料及統計數據的合適來源，且我們已合理審慎地摘錄及轉載該等資料及統計數據。我們無理由認為該等資料及統計數據含錯誤或誤導成分或遺漏任何事實致使該等資料及統計數據含錯誤或誤導成分。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、我們或彼等各自的任何聯屬人士、董事或顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方並未對本節資料進行獨立核實，且並未就其完整性、準確性或公正性發表任何聲明。因此，閣下不應過份依賴本節所載資料。

資料來源及可靠性

益普索的背景

我們委託獨立市場研究公司益普索評估香港網上廣告行業與雜誌及書籍出版行業的行業發展趨勢、市場需求及競爭格局，費用為430,000港元，董事認為相關費用符合市價。益普索是一家獨立市場研究及顧問公司，對市場情況、市場規模、份額及分部分析、分佈及價值分析、競爭對手追蹤及企業情報進行研究。其已承接多個有關在香港進行首次公開發售的市場評估項目。Ipsos SA於1975年於法國巴黎創立，並自1999年起在巴黎證券交易所（紐約泛歐證券交易所）公開上市。Ipsos SA於2011年10月收購思緯市場資訊有限公司。於該項收購後，益普索成為全球最大的市場研究及顧問公司之一，於全球88個國家僱用約16,600名僱員。

研究方法

益普索透過以下方法獲取並搜集數據及情報編製益普索報告：(i)進行案頭研究；(ii)進行客戶諮詢；及(iii)透過與主要利益相關者及業內專家面談進行第一手資料研究。本節所載資料及統計數據乃摘錄自益普索報告。

益普索報告所採用的假設及參數

預測數據乃基於宏觀經濟因素及行業特定因素之歷史數據以及行業發展作出。益普索報告中的市場規模及預測模型採用的基準及假設包括(i)假設網上廣告與雜誌及書籍出版行業的全球供應與需求於預測期間內保持穩定，且不會出現短缺；及(ii)假設外部環境不會出現任何衝擊（如金融危機或自然災害）而影響2017年至2021年香港廣告行業及出版行業的需求與供應。

基於上文所述，董事及獨家保薦人信納本節所載的未來預測及行業數據之披露並無誤導成分。

編製益普索報告時已計入以下參數：

- 香港創意行業的本地生產總值（「GDP」）；
- 2011年至2021年香港按分部劃分的廣告行業收入；
- 2011年至2021年香港互聯網普及率及互聯網用戶數量；

行業概覽

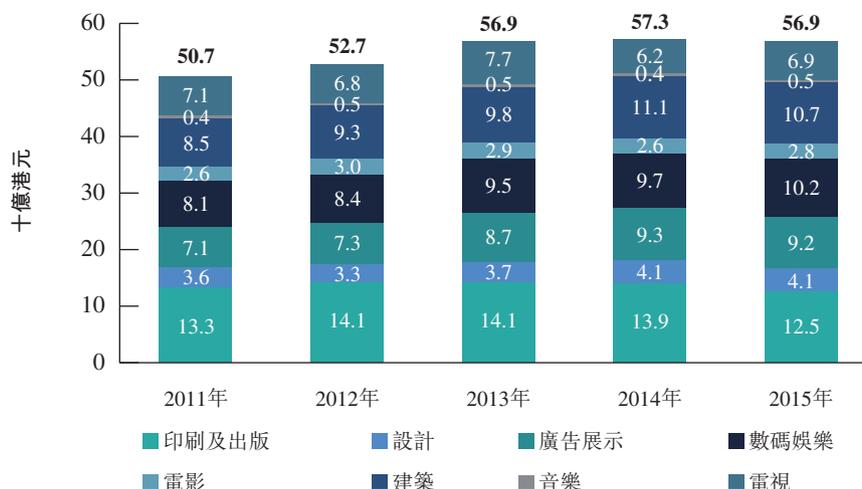
- 2011年至2021年香港流動通訊用戶數量及流動通訊普及率；
- 2011年至2021年香港網上廣告收入；
- 2011年至2016年香港從事(i)印刷及出版業及／或(ii)雜誌出版業的公司數量；
- 2011年至2021年香港出版市場收入；及
- 2011年至2021年香港書籍出版市場收入。

市場資料無不利變動

董事經審慎考慮後確認，於最後可行日期，自益普索報告日期以來，市場資料並無發生任何致使本節所載資料產生保留意見、相抵觸或受到影響的重大不利變動。

香港創意產業的市場概覽

下圖載列2011年至2015年按香港創意行業劃分的GDP。



資料來源：香港特區政府統計處；益普索研究與分析

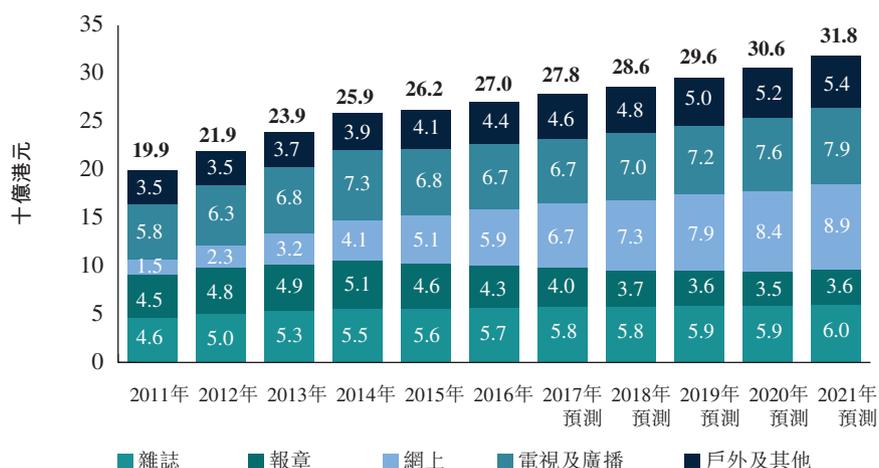
過去五年來，香港創意行業市場總規模從2011年的約507億港元增至2015年的約569億港元，年複合增長率約為2.9%。在創意行業中，廣告展示、建築及數碼娛樂行業於同期錄得最高年複合增長率，分別約為6.7%、5.9%及5.9%。就價值而言，於2015年，印刷及出版分部（為最大單一分部）錄得GDP約125億港元，而於2011年，GDP呈下降趨勢，錄得約133億港元，年複合增長率約為負1.6%。

香港廣告行業市場概覽

香港廣告行業的收入從2011年的約199億港元快速增至2016年的約270億港元，年複合增長率約為6.3%。具體而言，網上廣告收入從2011年的約15億港元快速增至2016年的約59億港元，年複合增長率約為31.5%。相較於2011年的約46億港元，雜誌廣告行業於2016年獲值約57億港元，以約4.4%的年複合增長率小幅增長。

行業概覽

下圖載列2011年至2021年香港按分部劃分的廣告行業收入。



資料來源：益普索研究與分析

網上廣告的收入快速增長主要歸因於香港智能手機使用的增加及互聯網普及率的增長。於2016年，香港的流動通訊普及率約為232.1%。目前，香港居民同年的互聯網普及率約為85.2%。

香港優良的信息通訊技術基礎設施預期將於未來五年內為網上廣告市場帶來持續增長。根據商務及經濟發展局轄下投資推廣署，4G流動通訊技術服務廣泛應用於香港，且超過30,000個公共Wi-Fi將遍及整個城市。因此，網上廣告市場的收入預計將從2017年的約67億港元增至2021年的約89億港元，年複合增長率約為7.4%，而雜誌分部於同期預計將以約0.9%的年複合增長率增長，保持整體穩定。

香港互聯網用戶數量及互聯網普及率



資料來源：國際電信聯盟；經濟學人智庫；益普索研究與分析

受市場上各種寬頻互聯網服務供應商的驅動，香港互聯網用戶數量於2016年達到約6.3百萬人，普及率約為85.2%，成為全球普及率最高的地區之一。此外，隨著香

行業概覽

港互聯網基礎設施的增強，互聯網用戶數量預計將從2017年的約6.5百萬人增至2021年的約7.4百萬人，年複合增長率約為3.3%，而於預測期間內，互聯網普及率預計將從約88.2%增至97.6%。

香港流動通訊用戶數量及流動通訊普及率



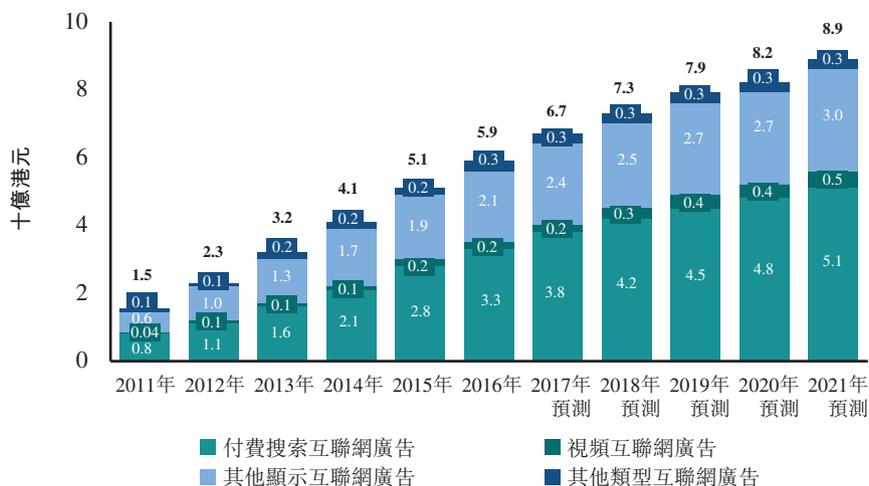
資料來源：BMI，香港電信行業研究報告；披露易；益普索研究與分析

香港流動通訊用戶數量從2011年的約14.9百萬人增至2016年的約17.1百萬人，年複合增長率約為2.7%。於整個預測期間，流動通訊用戶數量預計將從2017年的約17.2百萬人增至2021年的約17.3百萬人，年複合增長率約為0.2%，流動通訊普及率則預計將於2021年達到約230%。智能手機使用的增加預計將有助未來流動通訊用戶及普及率的持續增長。

香港網上廣告行業市場概覽

隨著信息通訊技術及新媒體的出現，香港廣告行業透過改變向目標客戶傳遞市場推廣信息的方式於近幾年進行改造。相較於過去，更多公司開始從事網上廣告，而香港廣告業的市場參與者則急於適應，以應對廣告客戶或客戶要求的轉變。隨著社交媒體出現，大約自2014年至2015年起，更加傾向於網上廣告的趨勢有所加快。此外，自2012年起使用各種流動設備（如智能手機及平板電腦）的消費者數量增加將持續有助未來香港網上廣告行業的發展並創造商機。

香港按分部劃分的網上廣告行業收入



行業概覽

附註：(i) 付費搜索互聯網廣告包括於顯示搜索引擎查詢結果網站上發佈的廣告；(ii) 其他顯示互聯網廣告包括以各種形式（例如品牌內容廣告／原生廣告）投放於網站上的傳統廣告；及(iii) 視頻互聯網廣告指插播視頻廣告（前插廣告、中插廣告、後插廣告）及獨立視頻廣告。其包括產生於傳統傳媒廣告及基於互聯網網站的收入。

資料來源：益普索研究與分析

香港網上廣告行業的收入從2011年的約15億港元快速增至2016年的約59億港元，年複合增長率約為31.5%。自2011年至2016年，網上廣告行業收入的所有子分部均呈現大幅增加，各自年複合增長率均超過24.0%。互聯網技術（如高速流動連接）的發展促成了過去幾年網上廣告行業的加速增長。

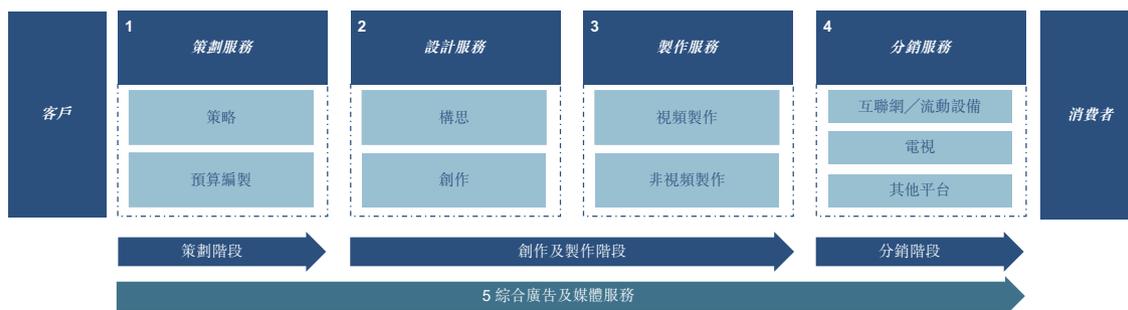
將香港網上廣告行業的收入按分部劃分，則產生自視頻互聯網廣告的收入自2011年的約40百萬港元以約38.0%的年複合增長率快速增至2016年的約2億港元。根據視頻平台的發展，這一上升趨勢未來將於整體上持續。

2017年至2021年期間，香港網上廣告行業的收入預計將保持正增長。其中，2017年至2019年的行業收入預計將從2017年的約67億港元增至2019年的約79億港元，年複合增長率約為8.6%。

網上廣告行業的主要產品及服務

網上廣告行業的主要服務分為五類，即策劃、設計、製作、分銷及綜合廣告服務。

下圖載列香港網上廣告行業的服務流程。



資料來源：益普索研究與分析

策劃服務指組織整體廣告細節的諮詢服務，包括設計及製作之前的各種準備工作，以及為了解潛在目標受眾的市場行為，以確定媒體選擇及投入特定媒體的預算金額所開展的調查。

設計服務指廣告構思，及基於策劃階段確定的細節，使一個概念或創意具備外形、圖形、模型、樣式或說明。

製作服務指製作各種形式的媒體內容（如電視廣告或視頻內容）從而令廣告可視化的服務。一般而言，製作服務可分為視頻製作及非視頻製作。

分銷服務指廣告投放服務，即選擇展示及發佈廣告的媒體平台。

綜合廣告及媒體服務包括各類網上廣告相關服務，其中包括上述四類服務。大部分有能力提供綜合廣告及媒體服務的代理商為大型廣告代理商。具體而言，綜合廣告

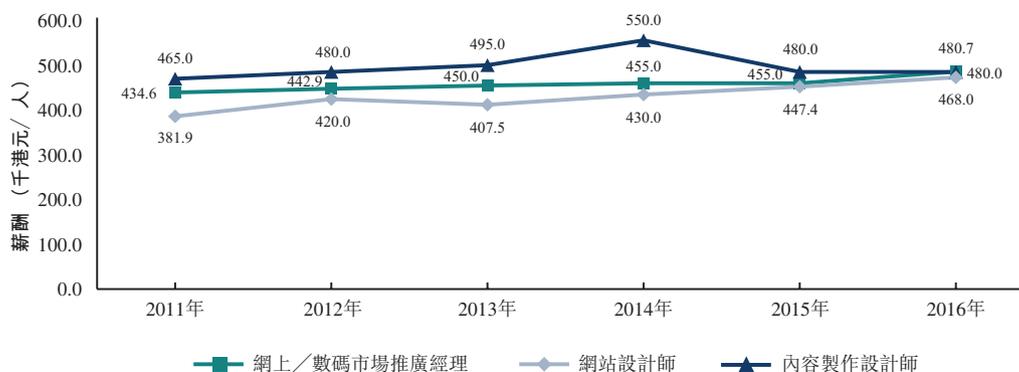
行業概覽

及媒體服務供應商憑藉其各自的一體化策略、方法、渠道、媒體及活動組合，提供廣告、直銷及社交媒體等服務。

本集團向數碼媒體平台的客戶提供綜合廣告及媒體服務，包括上述網上廣告相關服務的所有五個主要範疇。有關本集團一站式廣告解決方案工作流程的詳情，請參閱本文件「業務－創意廣告及媒體服務的工作流程」一節。

香港網上廣告行業員工薪酬水平

下圖載列2011年至2016年香港網上廣告行業員工薪酬水平。



附註：

- (1) 薪酬數據乃基於可用數據來源而預估的用於表明行業內各分部僱員的平均薪酬。此外，所表明的薪酬數據乃基於年度基本薪酬（未計入獎金／激勵計劃）。網上／數碼市場推廣經理的工作資歷年限基本要求為4至8年；網站設計師的工作資歷年限基本要求為2至5年；內容製作設計師的工作資歷年限基本要求為5至8年。
- (2) 統計數據說明過往人均薪酬水平趨勢，而未表明香港主要成本因素的整體開支。

資料來源：Classified Post、米高蒲志、益普索研究與分析

由於網上廣告行業屬於技術型產業，員工薪酬為該產業的主要成本因素。總體而言，市場已呈現向網上及電子商務的重大轉變，且許多公司已應時勢而開始專注於數碼市場推廣。因此，對數碼領域相關專業人才（包括市場推廣經理、網站設計師及內容製作設計師）的需求日益增加，該等專業人才的薪酬水平亦相應增加。

如上圖所示，網上／數碼市場推廣經理的年薪已從2011年的約434,600港元逐漸增至2016年的約480,700港元，年複合增長率約為2.0%。網站設計師的年薪已從2011年的約381,900港元增至2016年的約468,000港元，年複合增長率約為4.1%。內容製作經理的年薪已從2011年的約465,000港元增至2016年的約480,000港元，年複合增長率約為0.6%。

香港網上廣告行業競爭性分析

香港網上廣告行業屬分散市場。根據香港政府統計處的資料，截至2016年，估計參與者的數量達到1,560名。自2014年起，網上廣告行業開始被公認為主要的市場推廣渠道，隨著這一變化的發生，就創意及內容形式而言，市場推廣平台（如流動、互聯網及社交媒體平台）已變得更為多樣化，旨在直接或間接向客戶傳達重要的市場推廣信息。網上廣告市場尚不成熟，然而，預計該市場將會增長，原因是未來網上廣告的效果被視為比電視廣告更好。

行業概覽

同時，香港網上廣告行業的幾大參與者主要為跨國廣告公司。除國際網上廣告公司外，香港市場亦存在大量的中小型公司。根據香港政府統計處的資料，截至2016年，在香港註冊的廣告公司有1,560家，自2011年起公司數量以約0.9%的年複合增長率增長。

香港網上廣告行業的主要市場參與者概況

香港網上廣告行業的大型市場參與者普遍能夠根據各自的能力及專長向客戶提供規劃、設計、製作及分銷服務等多種廣告服務。該行業的主要市場參與者通常為大型國際廣告代理商，亦為4AHK的會員。彼等主要專注於提供廣告活動及預算規劃服務以及廣告設計服務等服務。部分知名的4AHK會員甚至可能根據廣告的複雜程度提供一定範圍的製作服務。下文載列香港的主要網上代理商，其亦為4AHK會員，且其母公司均於海外證券交易所上市：

公司名稱	總部	成立年份	所提供服務類型	主要客戶類別
市場參與者A	美國紐約	1972年	廣告、品牌諮詢及策略、客戶關係管理	零售業、銀行與金融業、航空業
市場參與者B	美國紐約	1978年	綜合廣告服務	公共機構、銀行與金融業、汽車行業、零售業、航空業
市場參與者C	美國紐約	1979年	數碼轉換、社交、激活、創新、市場研究、品牌建設	銀行與金融業、工業
市場參與者D	美國芝加哥	1965年	全方位服務市場推廣溝通代理商	電子行業、銀行與金融業、零售業
市場參與者E	美國紐約	1963年	從品牌創建至綜合解決方案的綜合廣告服務	零售業、汽車行業

資料來源：益普索研究與分析

本集團提供的部分服務可能與主要4AHK市場參與者的服務重疊。該等市場參與者可能在廣告設計方面與本集團進行競爭，而倘彼等需要本集團於製作及分銷領域的專業知識，彼等或會與本集團進行合作。

市場驅動因素及商機

香港於互聯網上花費的時間增加

根據香港政府統計處的資料，參與網上娛樂活動的互聯網用戶人數從2011年的約32.7百萬人增至2016年的約49.1百萬人，年複合增長率約為8.5%。透過智能手機使用互聯網促使互聯網上的互聯網用戶增加。因此，在所有亞洲國家及地區中，香港使用智能手機最為普遍。

數碼渠道激增

越來越多消費者開始透過使用智能設備及網站等各種數碼方式探索不同的數碼

行業概覽

媒體渠道。這令數碼廣告服務公司得以透過整合線上線下媒體與客戶進行更高效的接觸，並最大限度地使用其市場推廣預算，從而形成綜合數碼市場推廣／廣告策略。

香港網上廣告行業的進入門檻

特色及時尚業務組合的設立

網上廣告行業的進入門檻較低，乃由於新入行者通常能以較少資本輕易進入市場。然而，要想成為領先的參與者及使業務持續下去，參與公司應有其自身的特色業務組合。此外，在選擇網上廣告服務公司時，客戶考慮的主要因素仍然是其行業經驗及往績記錄。許多客戶傾向選擇該等從事過類似項目或提供差異化服務的參與者。因此，網上廣告服務代理商在當前趨勢下應具備競爭優勢，方能獲得青睞及創造出具創意的內容以提供差異化創意服務，從而引領市場推廣／廣告活動取得成功，同時在客戶中贏得良好聲譽。

網上廣告的策劃能力

在選擇網上廣告服務公司時，客戶考慮的另一主要因素是其從一開始進行策劃及組織網上廣告理念的能力。該過程對於正確定位受眾至關重要。選擇網上廣告服務公司應基於透過網上或流動平台深入了解潛在受眾。有關專業技能需要深入及廣泛的網上廣告經驗。

最初使我們成功克服行業進入門檻的因素

截至2016年3月31日止年度，本集團正式推出數碼媒體服務，以迎合數碼化趨勢帶來的客戶喜好的改變，我們的服務亦由印刷媒體到數碼媒體進一步多樣化（「服務多樣化」）。董事認為，服務多樣化的成功應歸因於自我們成立多年來建立起的以下競爭優勢及應對不斷變化的市場的應變能力。新市場進入者可能會遇到上述進入門檻，該等優勢亦使得本集團最初能跨躍該等進入門檻：

- **服務多樣化前已建立的品牌知名度：**本集團分別於2010年1月及2013年3月創辦《黑紙》雜誌及《100毛》雜誌。該等出版物在香港及澳門的便利店、連鎖書店及報攤廣泛出售，這使得本集團獲得大批受眾，並以「黑紙」與「100毛」之名為大眾所熟知。如本文件「業務－綜合廣告及媒體服務－(B)印刷媒體服務－雜誌及書刊出版－分銷雜誌」一節所披露者，《100毛》雜誌於2015年3月31日分銷至1,800多個零售點；
- **吸引廣泛的客戶及廣告客戶群的數碼媒體平台受歡迎程度：**除傳統印刷媒體渠道以外，就數碼化趨勢而言，本集團於2013年3月開始主要透過流行第三方社交媒體平台的「100毛」粉絲專頁使自身與更廣泛的受眾取得聯繫，並進一步於同一平台創立「毛記電視」粉絲專頁及於2015年5月運作「毛記電視」網站。透過有關平台，受眾及觀眾可享受我們發佈的不斷更新的創新內容。以下概述本集團三大數碼分銷渠道的表現：我們(i)「100毛」粉絲專頁獲得的點「讚」數目從2016年3月31日的約0.8百萬個增至2017年3月31日的約1.1百萬個；(ii)「毛記電視」粉絲專頁獲得的點「讚」數目從2016年3月31日的約0.4百萬個增至2017年3月31日的約0.6百萬個；及(iii)「毛記電視」網站截至2016年3月31日止年度累計取得總數超過135百萬的頁面訪問量；
- **良好的客戶群及應對客戶需求的能力：**於截至2016年3月31日止年度正式推出數碼媒體服務前，本集團於《100毛》雜誌提供社論式廣告製作及廣告投

行業概覽

放服務以及建立起主要包括廣告代理商及品牌擁有人的客戶群。如本文件「業務－客戶」一節所披露者，於往績記錄期間的五大客戶大多數在服務多樣化前已與我們開展業務關係。董事認為，服務多樣化是為回應市場的數碼化趨勢，市場上客戶的廣告需求通常反映了客戶對數碼媒體的喜好。隨後，推出綜合廣告及媒體服務能夠讓我們的客戶透過彼等要求的印刷及／或數碼媒體靈活選擇媒體服務的類型及分銷渠道。因此，如本文件「業務－(A)數碼媒體服務」一節所披露，本集團就數碼媒體服務分部項下的服務按項目與客戶訂立零、414份、560份及342份合約，其中零、149份、228份及54份合約涵蓋不止一個服務分部；及

- **營運團隊共同努力促成服務多樣化：**本集團於往績記錄期間不斷發展由若干主要人員領導的不同營運團隊以支持本集團的業務營運。業務及服務多樣化的成功歸功於我們營運團隊的共同努力。彼等職位及經驗的詳情載於本文件「業務－我們的營運團隊及主要人員」一節。

有關本集團競爭優勢的詳情，請參閱本文件「業務－競爭優勢」一節。

香港網上廣告行業面臨的威脅

客戶對網上廣告成本效益的疑慮

客戶對於網上廣告的未來通常持保守態度。其中一個主要原因是很難透過相關廣告的統計數據（包括訪問量或點擊率）計算網上廣告的投資回報率。缺乏有關聯接導致很難估算市場推廣預算，並將持續影響網上廣告行業。

香港出版行業市場概覽

隨著消費者喜好傾向於數碼新聞及由於數碼化的整體趨勢，香港活躍的雜誌出版公司數量從2011年的470家減至2016年的390家。由於現今多數年輕人並不傾向閱讀或購買印刷報章及雜誌，故消費者喜好的變化在年輕一代當中體現得尤為明顯。

香港出版市場的收入

下圖載列2011年至2021年香港出版市場的收入。



資料來源：益普索研究與分析

行業概覽

香港出版市場的收入從2011年的約165億港元增至2016年的約175億港元，呈緩慢增長趨勢，年複合增長率約為1.2%，預計到2021年前市場收入將維持穩定，2017年至2021年的年複合增長率將約為負0.1%。有關增長主要歸因於雜誌出版市場的收入從2011年的85億港元增至2016年的99億港元，年複合增長率約為3.1%，而自報章出版及書籍出版市場產生的收入則於同期呈現負增長，年複合增長率分別約為負0.9%及負1.5%。

香港消費者雜誌出版市場的收入

下圖載列2011年至2021年香港消費者雜誌出版市場的收入幣值及對應的年度變動百分比。



資料來源：益普索研究與分析

過去六年來，香港消費者雜誌出版市場的發行收入從2011年的約34億港元略增至2016年的約35億港元，年複合增長率約為0.6%。其中，有關發行收入於2015年的年增長率約為2.9%。該市場的廣告收入亦穩健增長，從2011年至2016年同期從約40億港元增至約50億港元，年複合增長率約為4.6%。因此，廣告收入於2014年及2015年的年增長率分別約為4.3%及2.0%。消費者雜誌整體相關市場增長的關鍵驅動因素為寬頻的問世及智能手機普及率不斷提高，因而有更多的消費者得以透過流動電話或平板電腦購買消費者雜誌。然而，香港消費者雜誌出版市場的發行收入和廣告收入的增長速度均有放緩，且於2016年的年增長率幾乎為零。

香港書籍出版市場的收入

下圖載列2011年至2021年書籍出版市場的總收入。

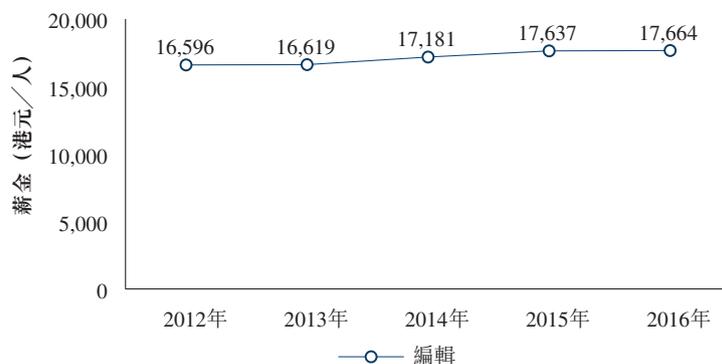


資料來源：益普索研究與分析

行業概覽

香港出版行業工資

編輯為出版行業的主要職位，在雜誌及書籍出版工作中發揮著突出作用。下圖載列2012年至2016年香港編輯的平均月薪。



附註：

- (1) 上圖數據包括來自印刷媒體、創意與設計、社論及新聞行業以及其他媒體／廣告相關行業的編輯。
- (2) 平均月薪計及包括佣金在內的基本月薪，但不包括任何紅利。為避免極值，不包括與平均值相差兩個標準差以上的異常值。

資料來源：益普索研究與分析

人力資源開支被視為雜誌及書籍出版行業內的重要成本因素。如上表所示，香港市場編輯的平均月薪從2012年的約16,596港元略增至2016年的約17,664港元，年複合增長率僅約為1.6%。這主要由於公司在媒體行業的業務方面具成本意識，編輯的入職條件普遍較低，在進入市場前無須取得特定從業資格，市場競爭激烈。



資料來源：United Nations Comtrade、益普索研究與分析

紙張為雜誌及書籍出版業務的原材料。香港的紙張價格作為另一主要成本因素，其趨勢從2011年的約9.2港元／千克降至2016年的約8.2港元／千克，年複合增長率約為負2.2%。香港的紙張價格下降主要由於造紙業的前體材料（如木漿）的價格降低。

香港書籍出版市場的總收入從2011年的約1,336.1百萬港元略降至2016年的約1,317.0百萬港元，錄得年複合增長率約為負0.3%。期間，總收入下降可能因讀者喜好從閱讀書籍轉變為網上娛樂以及書籍出版審查力度增加令一般書籍產生的收入下降所致。然而，書籍出版收入仍有望從2017年的約1,319.7百萬港元增至2021年的約1,430.2百萬港元，年複合增長率約為2.0%。該等預計增長可能由電子書市場的增長所驅動。

行業概覽

香港雜誌及書籍出版行業的競爭格局

競爭局勢

活躍的雜誌出版公司數量從2011年的470家降至2016年的390家，年複合增長率約為負3.7%，而雜誌出版市場則於同期小幅上升，年複合增長率約為3.1%。於過去五年，約有80家出版商歇業。與雜誌出版行業類似，根據香港政府統計處的資料，自2011年至2016年，書籍出版公司的數量減少了2.7%，且書籍出版行業的收入於上述期間小幅下滑，但於預測期間有所提高。其背後的基本原因是出版技術的發展減少了出版過程中的工作量，而流動及網絡高科技又誘發對數碼格式的需求相較印刷格式而言不斷增長。預計活躍的雜誌及書籍出版公司數量不斷減少的趨勢於不久的將來會持續，而該行業的競爭將會更為激烈。

下表載列出版行業的主要市場參與者（其股份已於聯交所上市）。

公司名稱	總部	所提供服務類型	成立年份	產生自相關業務分部的收入 (百萬港元)
市場參與者F	香港	報刊、雜誌	1938年	1,499.2 ⁽¹⁾
市場參與者G	香港	印刷媒體（報刊、雜誌、書籍）、 財經新聞通訊社、數碼	1988年	739.2 ⁽²⁾
市場參與者H	馬來西亞	報刊、雜誌、數碼、教科書、書籍	1991年	417.3 ⁽³⁾
市場參與者I	香港	雜誌、數碼、健康管理	1999年	212.7 ⁽⁴⁾
市場參與者J	香港	數碼、報刊、雜誌	1999年	157.1 ⁽⁵⁾

附註：

- (1) 指產生的廣告收入及發行收入，約佔截至2016年12月31日止財政年度參與者總收入的93.2%。因此，參與者同期的總收入產生自香港、中國、北美、澳洲、紐西蘭及歐洲。
- (2) 指截至2017年3月31日止財政年度，參與者於香港及中國印刷及出版報刊、雜誌及書籍產生的收入以及與該等出版物有關的廣告收入、發行收入及服務收入。
- (3) 指截至2017年3月31日止財政年度，參與者於香港、台灣及中國出版、印刷及分銷報刊、雜誌、書籍及數碼內容（主要為中文）產生的收入。
- (4) 指產生的廣告收入及發行收入，約佔截至2016年12月31日止財政年度參與者總收入的40.3%。因此，參與者同期的總收入產生自香港及中國。
- (5) 指銷售書籍及雜誌產生的收入以及書籍及雜誌的廣告收入，約佔截至2017年3月31日止財政年度參與者總收入的8.8%。因此，參與者同期的總收入產生自香港、台灣、北美、歐洲、澳大拉西亞及其他國家或地區。

資料來源：益普索研究與分析

香港業內的主要市場參與者通常為出版報刊及／或雜誌的傳統大型印刷媒體公司。該等主要市場參與者主要專注於報刊及雜誌出版，透過發行及廣告產生收入。與該等主要市場參與者類似，本集團的類似業務模式亦專注於雜誌及書籍出版，但本集團主要面向香港當地的年輕一代群體。因此，就目標受眾而言，本集團或不會與該等主要市場參與者直接競爭。

行業概覽

香港雜誌及書籍出版行業的市場驅動因素及商機

對數碼格式雜誌的需求

數碼格式雜誌使讀者可使用其手持設備獲取雜誌內容而不受任何時間及地點限制，對數碼格式雜誌的需求主要源於流動設備（如智能手機及平板電腦）的高普及率，於2016年的普及率約為232.1%。讀者喜好的變化導致涉及數碼格式資料的市場參與者數量日益增加。

香港雜誌及書籍出版行業面臨的威脅

在閱讀上花費的時間減少

相比過去，參與網上娛樂活動的互聯網用戶人數有所增加，而在印刷媒體上花費的時間相應減少。根據香港政府統計處的資料，參與網上娛樂活動的互聯網用戶人數從2011年的約32.7百萬人增至2016年的約49.1百萬人，年複合增長率約為8.5%。該趨勢或會對香港雜誌及書籍出版行業不斷下降的需求造成影響。