

行業概覽

除另有所指者外，本節所載資料來自各種政府官方刊物及其他刊物以及本公司委託弗若斯特沙利文編製的市場研究報告。本公司相信有關資料來自適當來源，且本公司已合理謹慎地摘錄及轉載有關資料。本公司並無理由相信有關資料在任何重大方面失實或存在誤導成分，或當中遺漏任何事實致使有關資料在任何重大方面失實或存在誤導成分。本公司、保薦人或本公司或彼等各自的任何董事、高級職員或代表或參與[編纂]的任何其他人士並無對有關資料進行獨立核實，亦無就其準確性或完整性作出任何聲明。本節所載的資料及統計數據未必與新加坡及馬來西亞內外編撰的其他資料及統計數據一致。

資料來源

本公司已委聘獨立市場研究及諮詢公司弗若斯特沙利文就新加坡及馬來西亞的在線營銷市場進行分析及編纂報告。弗若斯特沙利文為本公司編纂的報告在本文件中稱為弗若斯特沙利文報告。本公司同意向弗若斯特沙利文支付400,000港元的費用，本公司認為此費用反映此類報告的市場價格。

弗若斯特沙利文為於一九六一年在紐約成立的環球發展顧問公司，在全球設有超過43間辦事處，僱用逾2,000名行業顧問、市場研究分析員、技術分析員及經濟學學者。

研究方法

弗若斯特沙利文於編撰弗若斯特沙利文報告時就收集相關市場數據所採用的方法包括一手及二手研究。一手研究涉及與行業領先參與者及行業專家進行深入訪談。二手研究涉及審閱公司報告、獨立研究報告及以弗若斯特沙利文自身研究數據庫為基礎的數據。推算數據乃參考特定行業相關因素，以過往數據分析對比宏觀經濟數據而得出。除另有註明者外，本節所載所有數據及未來預測源自弗若斯特沙利文報告、各種政府官方刊物及其他刊物。

基礎及假設

於編撰及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文已假設新加坡及馬來西亞社會、經濟及政治環境很可能維持穩定，從而確保於預測期間的在線營銷市場得以繼續穩健發展。

概覽

互聯網使各類商業在全球更廣泛發展，並使廣告客戶能夠每日接觸互聯網用戶。隨著互聯網用戶增加，企業愈發重視在線營銷。新加坡的在線營銷包括搜索引擎營銷、搜索引擎優化、視頻互聯網廣告、社交媒體營銷、其他展示型互聯網廣告(例如網上橫幅)及其他種類的互聯網廣告(例如電郵營銷)。網上媒體平台相較傳統平台的其中一項優勝之處，在於在線營銷服務供應商可利用互聯網及每項在線營銷活動收集的數據，向廣告客戶提供寶貴的回饋，讓彼等更深入了解其目標市場及為發展其業務制定更具體

行業概覽

策略。新加坡的在線營銷開支由二零一二年的272.4百萬美元增加至二零一七年的386.5百萬美元。同時，馬來西亞的在線營銷開支由二零一二年的178.6百萬美元增加至二零一七年的259.4百萬美元。

在線營銷種類

有別於傳統營銷服務，在線營銷服務向廣告客戶提供工具，以針對特定受眾群體並與彼等互動，從而於互聯網瀏覽器使用關鍵字搜索特定資料時，有關在線營銷服務便可使相應平台的搜索結果頁面以最有效及切合客戶需求的方式展示有關資料，令廣告客戶網站或營銷活動的流量增加。網上廣告服務供應商所提供的服務可分為六大類：搜索引擎營銷、搜索引擎優化、視頻互聯網廣告、社交媒體營銷、其他展示型互聯網廣告及其他種類的互聯網廣告。

- 搜索引擎營銷指於搜索結果頁面競投廣告版面以展示廣告客戶廣告的有效方法，其可以透過網站及圖片形式展示。
- 搜索引擎優化指提高廣告客戶網站在非付費搜索結果頁面的搜索排名。
- 視頻互聯網廣告指於視頻搜索引擎平台建立及發佈視頻廣告。
- 社交媒體營銷指於社交媒體平台建立及發佈有關內容，包括建立及管理廣告客戶的簡介頁面、離線商務模式營銷活動及定期發佈廣告客戶最新資料。
- 其他展示型互聯網廣告指於搜索引擎平台建立及發佈網上橫幅。
- 其他種類的互聯網廣告指透過其他互聯網媒介(例如電郵)建立及發佈廣告資料。

就本集團而言，搜索引擎營銷服務包括搜索引擎營銷、視頻互聯網廣告及其他展示型互聯網廣告。社交媒體營銷服務與上述具相同涵義，而創意及技術服務包括由本集團提供的搜索引擎優化及其他廣告支援服務。

搜索引擎平台的全球市場(包括東南亞)由少數市場參與者主導，當中以Google作為市場領導者，而雅虎及Bing則緊隨其後。就視頻搜索引擎平台的市場而言，其主要由YouTube主導。而就社交媒體平台而言，其由Facebook、Instagram及微信主導。另一方面，亞馬遜及阿里巴巴等全球科技巨頭近年來作為消費品的搜索引擎日漸普及。最近，中國的科技巨頭積極透過投資活動增加於東南亞的覆蓋，顯示此地區的潛力龐大。

於新加坡的在線營銷市場概覽

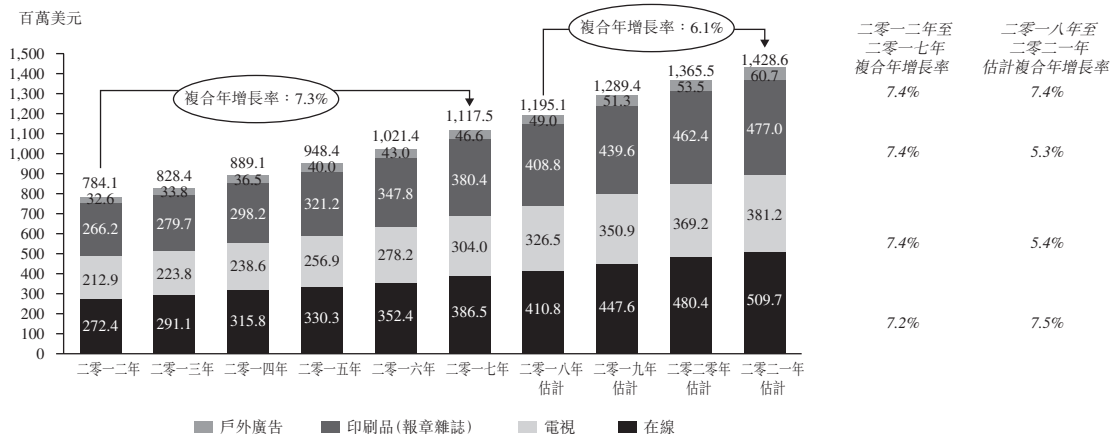
市場規模

新加坡整體營銷行業的總營銷開支由二零一二年的784.1百萬美元增加至二零一七年的1,117.5百萬美元，複合年增長率為7.3%，及將於未來幾年繼續按複合年增長率6.1%上升，於二零二一年達1,428.6百萬美元。整體而言，新加坡的營銷開支一直上升，並預

行業概覽

期趨勢將會持續，特別是由於市場日益注意到在線營銷的效率，預期在線營銷在四類營銷方法中會錄得最高增長。

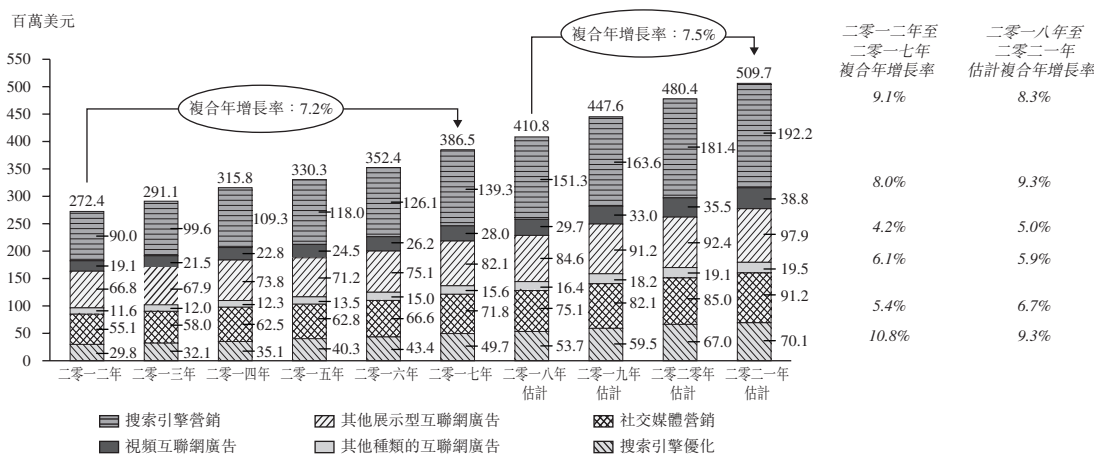
二零一二年至二零二一年估計以媒體劃分整體營銷行業的市場規模(新加坡)



資料來源：弗若斯特沙利文

新加坡的在線營銷開支由二零一二年的272.4百萬美元增加至二零一七年的386.5百萬美元，複合年增長率為7.2%。由於資訊及通訊科技發展、網上媒體興起，加上穩健的互聯網基建發展及新加坡政府推行的有利政策，新加坡的在線營銷極可能會維持急速增長，預期二零二一年的市場開支將會達509.7百萬美元，由二零一八年至二零二一年的複合年增長率為7.5%。於所有在線營銷服務種類當中，搜索引擎營銷為最大的開支分類，預期將會由二零一八年151.3百萬美元增加至二零二一年的192.2百萬美元，複合年增長率達8.3%，而搜索引擎優化則於二零一二年至二零一七年期間錄得最高的過往複合年增長率，達10.8%，並預期將會於二零一八年至二零二一年期間錄得9.3%的最高預期複合年增長率，於二零二一年達70.1百萬美元。

二零一二年至二零二一年估計以服務種類劃分在線營銷的市場規模



附註：市場規模為按照本集團財政年度作出估計。

資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

市場驅動力、趨勢及挑戰

市場驅動力及趨勢

數碼轉型 — 新加坡於過往數年經歷重大數碼轉型。尤其是智能手機愈趨普及，推動行業發展，於二零一六年，新加坡智能手機用戶平均每日使用智能手機的時間超過12.5小時。預期對互聯網服務的依賴性越來越大。新加坡智能手機用戶將更容易接觸到在線營銷廣告，提升在線營銷使用率及覆蓋面。

在線營銷產品迅速發展 — 過去幾年，網上搜索引擎平台及社交媒體平台創造的廣告產品已改進在追蹤用戶的網上活動習慣方面的功能，令廣告客戶得以利用搜索引擎營銷及社交媒體營銷更有效地接觸其目標客戶。此外，各營銷活動在覆蓋率、點擊率、轉換次數等方面的表現均能夠追蹤，有助分析及顯示有關營銷活動的投資回報，從而令廣告客戶對在線營銷有更深入的理解。

推動數碼轉型的支援政策 — 新加坡政府一直積極投資資訊及通訊科技，截至二零一七年末，已斥資逾20億新加坡元發展數碼數據及安全。新加坡於其二零一七財政預算案中公佈SMEs Go Digital計劃，由Infocomm Media Development Authority (IMDA)負責，旨在協助新加坡中小型企業在未來年度進行數碼轉型及進一步擴充業務。中小型企業可獲得補助及在其目前營運中實施數碼解決方案，並最終得以透過互聯網及社交媒體推廣其業務。

內容營銷 — 近年內，隨著互聯網用戶的關注時間縮短，在任何流動內容的平均關注時間少於三秒的情況下，相關內容營銷在在線營銷方面變得更加普遍。內容營銷的效率可透過搜索引擎營銷及搜索引擎優化進一步增強，對廣告客戶整體而言屬最有效開發潛在客戶及產生流量的方法。

市場挑戰

市場採納所需時間 — 雖然新加坡企業逐漸接納採用在線營銷推廣其業務，惟部分對在線營銷仍然持保守態度，原因是廣告客戶對計量線上廣告成效所採用的標準及回報價值缺乏了解。此外，部分廣告客戶對離線廣告渠道較具信心，並將網上廣告預算限於某個水平。因此，對新加坡在線數碼營銷市場的發展而言，教育廣告客戶相信在各種互聯網平台進行在線營銷是有效的營銷方法將屬至關重要。

網上資訊凌亂 — 互聯網用戶透過網上媒體接收的資訊量大幅增加，原因是資訊透過互聯網快速傳遞，令目標受眾難以消化龐大資訊量及捕捉最有效資訊。該等低效的資訊通訊方式將令廣告服務供應商吸引目標受眾的成本增加，繼而對廣告服務行業的持續發展構成巨大挑戰。

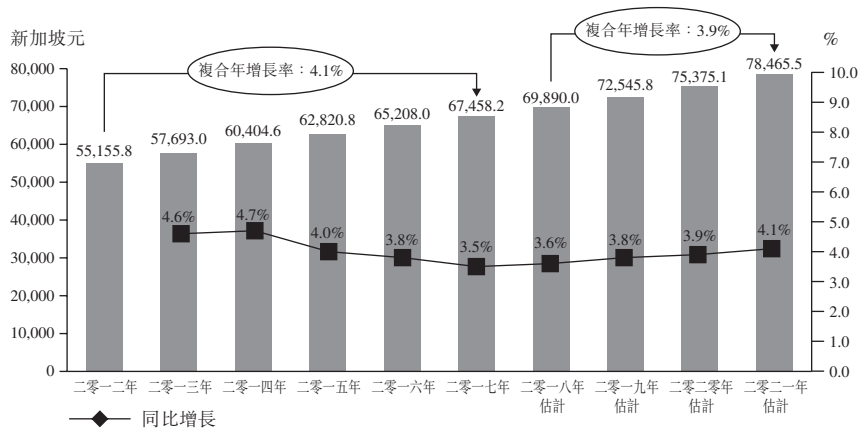
行業概覽

網站整合一創造良好用戶體驗對在線營銷而言十分重要。各行各業在投資在線營銷以接觸目標互聯網用戶的同時，其網站質素對在線營銷的成效亦極為重要。在某些情況下，廣告客戶忽視了其網站素質的重要性及網站對不同設備的兼容性，繼而令到被廣告吸引的客戶因網站本身缺乏資訊或素質不佳而大感失望。因此，網站的可靠性及在不同流動瀏覽器的兼容性以及網站所呈列資料的準確性對提升用戶體驗而言十分重要。

成本分析

在線營銷服務專家的平均年薪由二零一二年的55,156新加坡元增加至二零一七年的67,458新加坡元，複合年增長率為4.1%，預期於二零一八年至二零二一年期間按複合年增長率3.9%增長，於二零二一年末達78,466新加坡元。同時，新加坡的平均工資由二零一二年至二零一七年按複合年增長率3.4%增長，稍低於在線營銷服務市場的平均增長率。有關增幅乃由於新加坡缺乏數碼營銷專家所致。數碼營銷的進化，造成知識方面的缺口，傳統營銷者缺乏技術利用及了解以數碼方式收集的數據，而年輕員工則缺乏於行業的工作經驗，因此在新加坡的在線營銷服務供應商的招聘過程方面創造了競爭環境。

二零一二年至二零二一年估計在線營銷服務人員平均年薪(新加坡)



資料來源：弗若斯特沙利文

於新加坡的競爭情況

新加坡的在線營銷主要集中於網上搜索引擎及社交媒體平台，而高度的網絡覆蓋率令新加坡互聯網用戶容易在有關平台接觸資訊。逾100個不同營運規模的服務供應商分佈於新加坡在線營銷服務市場。部分服務供應商集中於提供特定範圍的在線營銷服務，而規模較大的服務供應商則提供更多種類的在線營銷服務。新加坡穩健的消費者市場吸引跨國傳媒機構於新加坡成立其東南亞總部，以擴展其於東南亞的業務。由於新加坡為該地區的科技創新領導者，於新加坡多年來擁有穩固聲譽的在線營銷服務供應商擁有優勢，能較容易在東南亞其他國家(例如在線營銷服務市場迅速發展的馬來西亞)擴展其業務。

行業概覽

以下所選擇的新加坡五大在線營銷服務供應商為於新加坡註冊成立並於該國設立總部，均從事提供搜索引擎營銷、搜索引擎優化及社交媒體營銷服務的業務。有關公司亦提供多種科技服務，例如網站發展及分析。此外，該五間公司亦與同一全球網上搜索引擎公司建立夥伴關係，而本公司為首間成為該全球網上搜索引擎供應商的新加坡在線營銷服務供應商，我們亦於過去幾年發展成為新加坡市場的領導者，於二零一七財政年度的市場份額約為6.4%，相當於二零一七財政年度新加坡整體營銷行業的市場份額約1.5%。

新加坡五大在線營銷服務供應商

排名	公司名稱	公司類型	服務	二零一七 財政年度 估計收益 百萬美元	二零一七 財政年度在 線營銷的概 約市場份額 %
1	本公司	私營	搜索引擎營銷、搜索引擎優化、社交媒體營銷、創意及技術服務	15.2	6.4
2	公司A	私營	搜索引擎營銷、搜索引擎優化、社交媒體營銷、創意及技術服務	9.5	4.0
3	公司B	私營	搜索引擎營銷、搜索引擎優化、社交媒體營銷及技術服務	8.4	3.6
4	公司C	私營	搜索引擎營銷、搜索引擎優化、社交媒體營銷、網站設計及開發，以及創意服務	6.9	2.9
5	公司D	私營	搜索引擎營銷、搜索引擎優化、社交媒體營銷及技術服務	5.2	2.2
前五名總計				45.2	19.1

附註：排名為按照本公司財政年度作出估計。

資料來源：弗若斯特沙利文

准入門檻

領域知識 — 為了透過搜索引擎營銷、社交媒體營銷及搜索引擎優化以獲得有效的營銷活動效果，廣告客戶須針對不同行業採取不同方法，特別在關鍵字選擇及網站編碼方面，此等為實現有效在線營銷活動的主要工具。因此，多年來為特定行業的廣告客戶提供服務的在線營銷服務供應商積累了豐富的經驗，可為類似行業的新廣告客戶提供寶貴見解。

優異往績記錄及市場聲譽 — 在線營銷服務行業散佈於新加坡，廣告客戶選擇在線營銷服務供應商時所考慮的若干主要因素包括其先前營銷活動的質素及多年來建立

行業概覽

的市場聲譽。潛在廣告客戶將核查服務供應商是否擁有廣告客戶行業的營銷活動經驗，並於參與前向其業內同行詢問其在線營銷服務的質素。因此，於該行業缺乏優異往績記錄及聲譽，將為新市場入行者尋找新廣告客戶構成較高障礙。

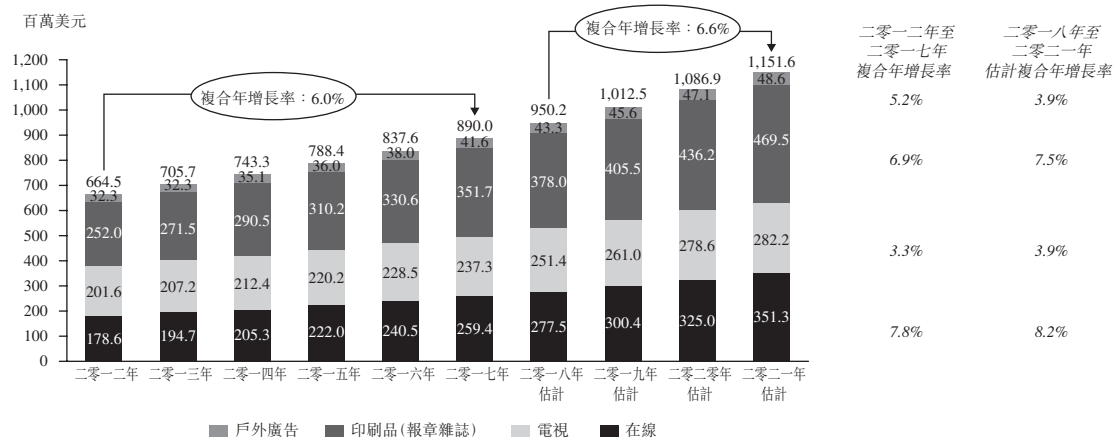
招聘及留聘在線營銷專家—由於新加坡市場缺乏專業人員，對於新入行者來說，招聘經驗豐富的在線營銷專家非常困難。新市場入行者將與現有在線營銷服務供應商進行競爭，該等供應商於招聘新員工時能提供更具有競爭力的薪酬方案。此外，新市場入行者亦須投入精力及資源以留聘現有員工，特別是業內流失率較高的銷售人員。

馬來西亞在線營銷市場概覽

市場規模

馬來西亞整體營銷行業的總營銷開支從二零一二年的664.5百萬美元上升至二零一七年的890.0百萬美元，複合年增長率為6.0%，並將會於未來數年繼續以複合年增長率6.6%增長，達到二零二一年的1,151.6百萬美元。於在線營銷使用率日益增加的支持下，於二零一二年起至二零一七年期間，馬來西亞的在線營銷開支於四類營銷渠道中錄得最高增長，複合年增長率達7.8%，預計其於未來數年將會維持於8.2%的更高複合年增長率，於二零二一年將達351.3百萬美元。馬來西亞在線營銷開支的過往及預期增長率均高於新加坡。

二零一二年至二零二一年估計以服務種類劃分整體營銷行業的市場規模(馬來西亞)

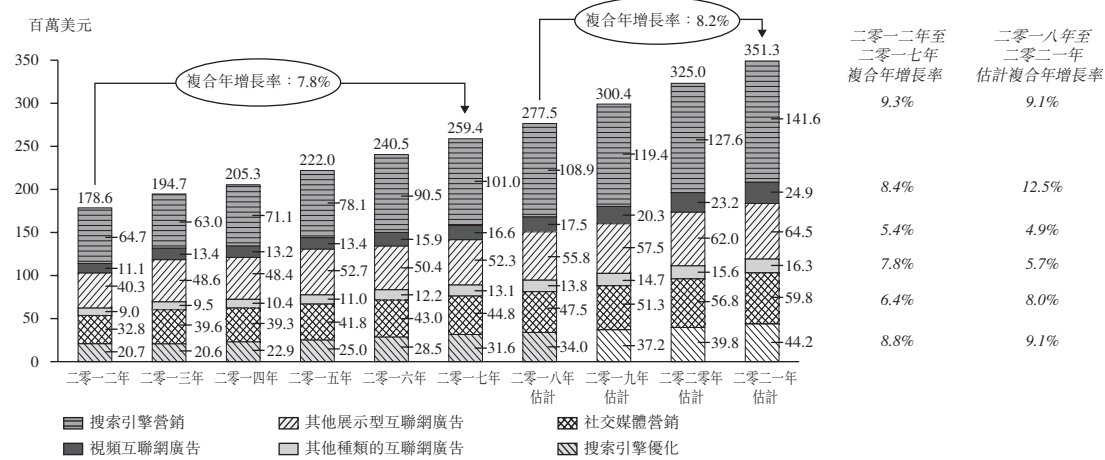


資料來源：弗若斯特沙利文

搜索引擎營銷為馬來西亞在線營銷的最大支出分部。而於二零一二年至二零一七年期間，搜索引擎營銷、視頻互聯網廣告、社交媒體營銷及搜索引擎優化的過往開支均錄得超過7.5%的複合年增長率，並預期於二零一八年至二零二一年間的複合年增長率將繼續超過8.0%。

行業概覽

二零一二年至二零二一年估計以服務種類劃分在線營銷的市場規模(馬來西亞)



附註：市場規模為按照本集團財政年度作出估計。

資料來源：弗若斯特沙利文

市場驅動力、趨勢及挑戰

市場驅動力及趨勢

在線營銷的應用日益增加—隨著技術基礎建設及互聯網接駁的不斷完善，智能手機的滲透率提高及在年輕人口的支持下，整體在線營銷於馬來西亞越來越受歡迎。資源被調配用作整合線上及線下媒體以發揮營銷的協同效應，讓廣告客戶能夠更有效地接觸其客戶，進而帶動在線營銷服務的需求相應增加。

馬來西亞對在線營銷的優待政策—馬來西亞政府已實施扶持政策，以發展馬來西亞的在線營銷行業。該國於二零一七年三月推出數碼自由貿易區，為中小型企業及企業提供最先進平台，旨在促進無縫跨境貿易及鼓勵當地企業開展電子商貿。另一方面，馬來西亞數碼樞紐計劃隨後於二零一七年四月啟動，旨在透過為科技初創公司提供資源以推動數碼化發展，將該等公司與東盟及全球數碼生態系統連接，以及協助將馬來西亞建設成為東盟地區的數碼及科技樞紐。

流動互聯網用戶數量增加—與大多數其他東盟市場相比，馬來西亞流動通訊市場較為發達。於馬來西亞，流動寬頻佔流動通訊市場的主導地位，而流動通訊用戶的基礎亦不斷擴大。截至二零一六年底，馬來西亞流動互聯網用戶總數達約18百萬人，約佔人口的60.0%及約佔互聯網用戶的85.0%，而預期截至二零二一年，流動互聯網用戶將超過22百萬人。流動互聯網用戶數量增長如此迅速，將推動馬來西亞公司在線營銷開支的增長。

行業概覽

中國科技企業集團於東南亞不斷擴展——新加坡及馬來西亞在過去數年一直帶領東南亞地區的數碼轉型，因此吸引了中國科技企業集團進駐。例如，亞里巴巴在過去兩年於東南亞電子商務平台Lazada已投資超過40億美元，藉以在中國商貿市場增長放緩的情況下可把握東南亞地區的增長前景。另一方面，騰訊在馬來西亞已累積超過2,000萬微信用戶，其於二零一八年選擇在馬來西亞推出微信支付，使馬來西亞成為中國境外首個推出該項移動電話付款服務的國家。從上述例子可見，中國科技企業正在加快步伐擴展進入東南亞市場，此意味著會為新加坡及馬來西亞的數碼營銷服務供應商帶來潛在機會，於未來數年可與中國科技企業集團合作。

市場挑戰

在線營銷滲透率低——由於馬來西亞為發展中國家，對於許多廣告客戶而言，馬來西亞的在線營銷服務仍是一個相對較新的概念。廣告客戶過去一直將營銷開支分配於印刷品及電視廣告，許多廣告客戶可能甚至仍未創建其公司網站。彼等可能需要時間了解在線營銷服務的成本效益。

馬來西亞的競爭情況

競爭概況

馬來西亞毗鄰新加坡，而新加坡以其成熟的監管框架而聞名，因此馬來西亞廣告客戶一般對總部設於新加坡的公司所提供的服務質素更有信心。此外，馬來西亞的經濟結構有別於新加坡，馬來西亞主要由工業而非服務業支持，因此擁有服務工業行業廣告客戶經驗的在線營銷服務供應商在馬來西亞發展業務方面將具有優勢。隨著在線營銷逐漸普及，加上新加坡廣告客戶日漸了解在線營銷的成本效益，馬來西亞廣告客戶於目睹新加坡取得的成功後，甚可能會在廣告預算中仿效這種變動。與新加坡相比，馬來西亞的在線營銷行業更為分散，因馬來西來亞對在線營銷服務的需求增長較新加坡遲，故行業參與者正在努力於此快速增長的市場中提升其市場地位。同時，馬來西亞現時最大行業參與者多數為國際公司，其除提供在線營銷服務外，亦提供不同類型的廣告服務，包括品牌諮詢、設計、於不同媒體（例如電視及印刷媒體）的製作及發行服務，以滿足傳統營銷服務需求。

准入門檻

在線營銷專家——馬來西亞仍處於採用在線營銷的初期階段，業界需要有關網站編碼的技術知識，以及與搜索引擎平台合作的經驗。由於行業處於發展狀況，在線營銷服務供應商的新入行者可能需要付出額外努力以招募及培訓足夠數量的專家，以確保彼等能夠向其廣告客戶提供質素一致的服務。

建立客戶網絡——由於大多數業務規模健全的馬來西亞公司可能已於先前擴展至新加坡，在馬來西亞的商機通常是經該等公司的新加坡辦事處轉介。對於尚未於新加坡建立聲譽的馬來西亞在線營銷服務市場新入行者而言，在與業務已從新加坡擴展至馬來西亞的服務供應商進行競爭時或會遭遇困難。

行業概覽

結論及本集團前景

本集團的競爭定位

東南亞企業正經歷過渡至數碼化的轉變，加上中國公司尋求境外擴張，對在線營銷服務的需求日益增加。弗若斯特沙利文認為，憑藉本集團於新加坡及馬來西亞的強勁往績記錄，以及與客戶及供應商建立的長期關係，本集團處於適當位置，在東南亞(當地公司對在線營銷成效的了解正在不斷加深)的在線營銷行業增加其市場覆蓋及市場份額。

本集團的優勢

弗若斯特沙利文亦指出本集團具有以下主要優勢：

- 本集團多年來透過向客戶提供服務，累積了豐富的領域知識，並一直密切關注業內的最新產品。這使本公司能夠為客戶提供最有效的營銷活動及精辟的分析。
- 本集團的管理層及在線營銷專家具備提供在線營銷活動的往績，能實現客戶的目標，使本集團處於有利位置，在新加坡及馬來西亞公司在把營銷預算中的更大部分自印刷媒體廣告分配至在線營銷的情況下，把握新加坡及馬來西亞在線營銷的巨大增長潛力。
- 本集團擁有穩健的客戶基礎，多年來建立了長期穩固的關係。弗若斯特沙利文認為本集團於新加坡及馬來西亞享有良好聲譽。此外，本文件「歷史、重組及集團架構」一節所載獎項可顯示主要供應商對本公司高質素服務的認可。