

本節所載資料摘錄自公開來源，包括互聯網及各種私人及公開出版物，可能與中國境內或境外所編製之其他資料不一致。該等資料未經本公司、聯席全球協調人、包銷商或彼等各自之顧問編製或獨立核實。本公司對此等資料之正確性或準確性並不發表任何聲明，因此不應過度倚賴此等資料。

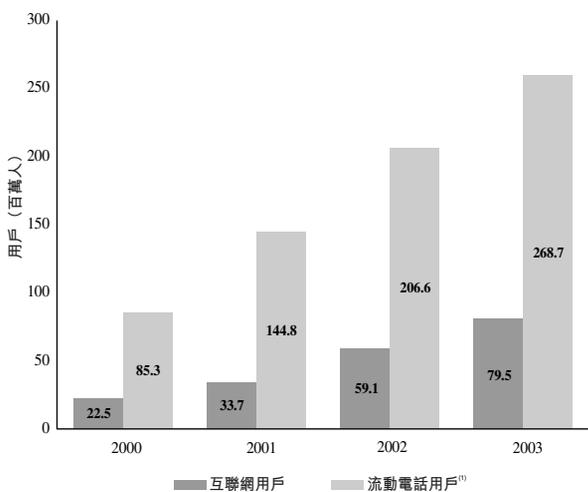
中國流動電訊營運商一直促進其無線增值產品及服務市場之發展，從而推動無線增值服務之發展。這種發展為互聯網公司創造機會，利用其互聯網入門網站傳輸內容予流動電話用戶，並收取內容費用。

## 中國互聯網及流動電訊行業

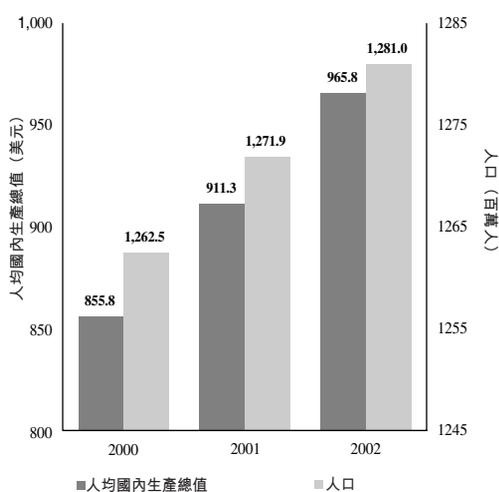
中國之互聯網行業近年急速發展。根據中國互聯網絡信息中心（「CNNIC」，一間非牟利組織，為中國之互聯網中心）之資料，中國互聯網用戶數目由截至一九九九年十二月三十一日約9,000,000人，增至截至二零零三年十二月三十一日約80,000,000人，令中國成為全球第二大互聯網市場。中國互聯網行業急速增長之原因包括資訊科技基建之投資有所增加、連接互聯網之方法多樣化及價錢合理、電腦擁有率增加及互聯網內容發展日益成熟。預期互聯網市場將於未來數年繼續急速增長。國際數據公司（「IDC」，一間全球性之資訊科技及電訊業市場顧問公司）估計，中國互聯網用戶在二零零七年將增至約154,000,000人。

根據信息產業部之資料，中國目前為世界最大之流動電訊市場。截至二零零三年十二月三十一日之流動電話用戶約為269,000,000人。下表列載於各年度年終中國之若干互聯網及電話用戶及人口數據：

中國之互聯網及流動電話用戶



中國之人口及人均國內生產總值

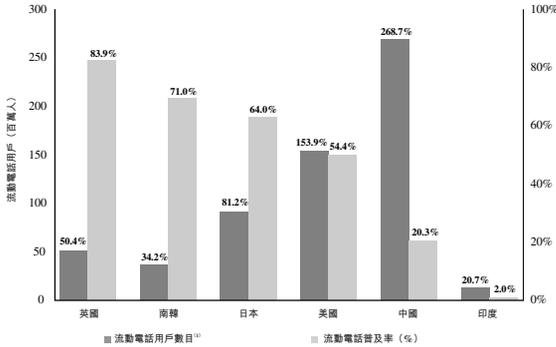


(1) 流動電話數目。

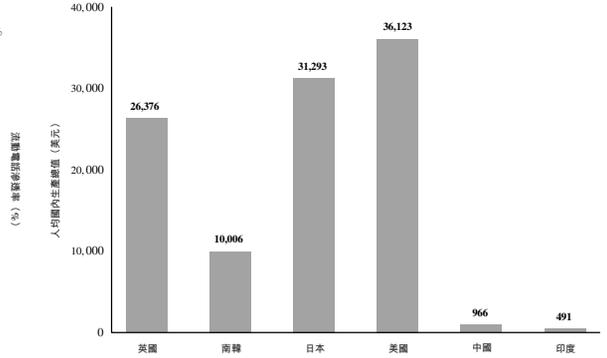
資料來源：有關互聯網用戶之數據取自CNNIC出版之資料；有關流動電話用戶之數據取自信息產業部；有關中國人口及國內生產總值之數據乃取自世界銀行出版之資料。

中國流動電話普及率相對其他國家仍然偏低。下表列載所示若干國家於二零零三年十二月三十一日之流動電訊市場數據及於二零零二年十二月三十一日之人均國內生產總值：

若干國家之流動電話用戶及普及率



若干國家之人均國內生產總值



## (1) 流動電話數目

來源：人均國內生產總值數據來自世界銀行。流動電話用戶數據來自信息產業部及IDC。流動電話普及率數據來自IDC。

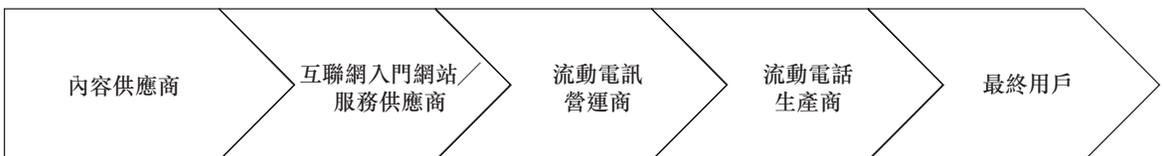
與其他國家相比，中國之信用卡普及率非常低，十分依賴現金作為主要付款方法。因此，中國之互聯網供應商，若要利用個人電腦直接向用戶收費仍十分困難。另一方面，中國移動等中國流動電訊服務營運商已建立內部收費系統以向用戶收費。故此，中國互聯網入門網站透過與流動電訊營運商作出安排向彼等之用戶收費更為方便。

## 中國無線增值服務行業

無線增值服務業務乃流動電訊行業中嶄新及快速增長之行業，流動電話用戶可利用手機接收及傳輸文字、圖像及其他形式之數碼及語音數據。無線增值服務供應商已為互聯網入門網站使用計費及收費系統，以於流動電訊基建設施提供產品及服務。此外，中國流動電訊營運商一直推動無線增值服務市場之發展，以提高彼等之網絡之瀏覽人次及維持近年日趨下降之每名用戶平均收益。

中國之無線增值服務作業與NTT DoCoMo, Inc. i-Mode模式相若。根據此模式，中國各流動電訊營運商提供服務平台，使第三者可向流動電話用戶提供無線增值產品及服務，包括鈴聲、賀卡、新聞、體育快訊、天氣、遊戲及交友服務等。營運商透過作為計費及收費代理獲取收益，並從出售該等產品及服務獲取部份收益，以及獲取傳輸或時間收費之收益。

無線增值服務乃透過與價值鏈內多個經營商合作提供予最終用戶。內容供應商(例如媒體)創造提供予用戶之內容。互聯網入門網站及服務供應商(例如本公司)收集及重新包裝內容，並透過流動電訊營運商(例如中國移動及中國聯通)平台提供，最終用戶透過流動電話手機生產商(例如諾基亞及波導)製造之流動電話接收內容及服務。下圖說明無線增值服務行業之價值鏈：



中國移動於二零零零年第四季推出移動夢網提供無線增值服務，而中國聯通則於二零零一年推出其聯通在信平台。現時，該等流動電訊營運商依賴內容及服務供應商以提供無線增值服務，本身製作之內容相對較少。然而，彼等可能在未來自行或與其他合作夥伴合作開發或整合內容。請參閱「風險因素—與本公司業務有關之風險—本公司大部份業務均倚賴中國之流動電訊營運商，與彼等之關係終止或轉差可能會導致本公司之業務營運受到嚴重干擾及損失大部份之收益」。

### 產品及服務

無線增值服務包括無線數據服務及無線IVR服務。無線數據指透過流動電話往來傳輸之任何形式數碼數據，包括SMS訊息、MMS訊息、使用WAP技術之互聯網傳輸及使用Java™技術之互動遊戲。無線IVR服務讓用戶從流動電話中接通語音內容。

- **SMS**。中國正迅速接受SMS，就訊息量而言，為二零零二年亞太區增長之冠。SMS讓流動電話用戶可傳送及收取文字訊息，以及下載鈴聲、電郵提示、新聞資訊及其他內容。最常見之SMS應用為從一部流動電話向另一部流動電話傳送傳統文字訊息，通常稱為「點對點SMS」，即有關用戶透過流動電訊營運商之網絡向受話人直接傳送文字訊息。除了點對點SMS外，流動電話用戶可向無線增值服務供應商購買SMS產品，包括頭條新聞、體育、遊戲、鈴聲、待接鈴聲、笑話及星座。根據諾盛電訊諮詢之資料，二零零三年於中國傳送之SMS訊息約為180,000,000,000條，而二零零二年則約為90,000,000,000條。此外，根據諾盛電訊諮詢之資料，於二零零二年，點對點SMS佔透過中國移動平台傳送之SMS訊息總數約78.6%，而其他SMS無線數據服務則佔餘下約21.4%，該等服務包括流動電話銀行、資訊隨選、流動電話股票買賣及其他移動夢網服務。根據中國互聯網絡信息中心在二零零三年六月所進行之調查，約50.1%無線增值服務用戶每日使用入門網站之SMS產品及服務。該等用戶中，超過51.0%通常會選用其熟悉之入門網站之SMS產品及服務。
- **MMS**。此服務讓用戶之訊息升級至附有聲音及圖像。中國移動於二零零二年十月推出MMS服務。傳統SMS有160個字元之限制，MMS則具有綜合文字、視頻及音頻信息之能力，因此更受歡迎。
- **WAP及Java™**。WAP讓用戶可直接在流動電話上接通及瀏覽互聯網，並且從互聯網入門網站下載特定形式之資料。另一類無線產品則使用Java™技術，該技術讓流動電話用戶參加互動遊戲，及下載應用軟件以訂定其流動電話設定。
- **無線IVR服務**。無線IVR服務讓用戶從流動電話接通語音內容。例如，用戶可選擇傳送歌曲予其他用戶，在語音聊天室內交談、使用語音交友服務及透過語音而非透過數據收取資料。交友及聊天室服務可供多名用戶互相交談。

中國之流動電訊營運商計劃提升其網絡以提供3G無線電訊服務，令用戶能夠更快傳輸較大量數據，包括更複雜之內容，如串流媒體及多用戶遊戲。中國政府正開始進行國際認可3G無線電訊服務標準之測試，作為發出3G電訊營運執照前之第一步。中國政府並未公佈發出3G執照之時間表。預期新技術及網絡之推出及改善有助於傳輸數據，將帶動先進無線增值服務需求增加，包括使用更複雜內容之服務如串流媒體及多用戶遊戲。見「風險因素—就本售股章程所作之陳述而應予考慮之事宜—本售股章程所載之前瞻聲明或許不能達成」。

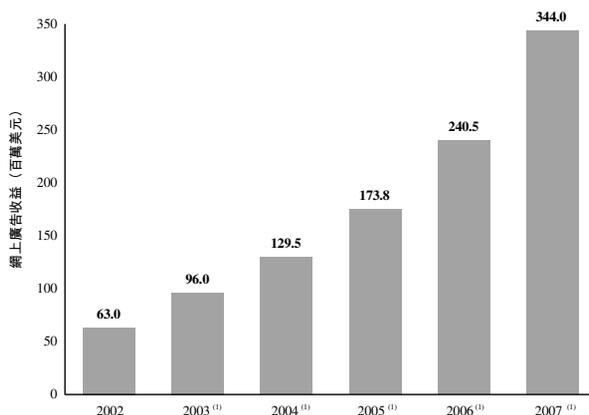
## 中國之網上廣告業

中國之公司正增加開支，透過互聯網入門網站刊登廣告，向龐大之互聯網用戶推廣產品及服務。根據IDC預測，中國網上廣告市場將由二零零二年約63,000,000美元增至二零零七年約344,000,000美元，每年複合增長率約40.4%。

網上廣告讓公司可接觸通常較為年青、接受良好教育、相對富裕，且高度集中於網上之用戶。廣告客戶藉此能夠分析有關用戶之廣告瀏覽量、點閱率及轉換率，亦能搜集到該等用戶之消費行為資料。根據中國互聯網絡信息中心於二零零三年十二月進行之調查，中國互聯網用戶較接受網上廣告，尤其是約12.4%及約9.8%回應者分別表示，經常收看網上廣告及經常在決定購買哪種產品時會參考網上廣告。

下表載列中國網上廣告在所示期間之收入：

### 中國之網上廣告收益



(1) 二零零三至二零零七年數據由IDC預測。

來源：來自IDC刊發之資料。

互聯網使用量增長亦正吸引大量公司刊登網上廣告。根據IDC之資料，二零零零年之大部份網上廣告客戶均為互聯網公司、電訊公司及資訊科技公司。於二零零一年及二零零二年，刊登網上廣告之金融、汽車及製藥公司數目增加。在中國刊登網上廣告之電訊公司及資訊科技公司之數目仍較其他廣告客戶為多。

雖然中國之網上廣告近年已有所增加，但用在每名互聯網用戶上之廣告總開支仍遠低於用在每名電視觀眾上之廣告總開支。根據以自信息產業部及中國互聯網絡信息中心公佈之互聯網用戶人數及IDC之網上廣告收益數據得出之數據，用於每名互聯網用戶上之廣告開支由二零零一年之0.85美元增至二零零三年之1.21美元。

## 競爭

### 無線數據服務

由於行業門檻相對較低及無線數據服務供應商數目眾多，中國內地無線數據服務市場競爭激烈。根據中國移動之上市附屬公司中國移動(香港)有限公司於其二零零二年之年報所報告，於二零零二年十二月三十一日，其移動夢網平台有超過500名服務供應商提供內容及服務。

無線數據服務市場之主要業者包括本公司、新浪網、搜狐公司、網易公司及騰訊公司。

### 無線IVR服務

由於行業門檻較低，中國無線IVR服務市場之競爭，將會隨著新無線IVR服務供應商進軍市場而加劇。

中國之無線IVR服務供應商包括本公司、北京恒信掌中游信息有限責任公司、滾石移動網絡有限公司、博開拓網絡技術有限責任公司、深圳浩天科技發展有限公司、新浪網和騰迅公司的QQ及Honglian95。

### 網上廣告

網上廣告業之競爭十分激烈，主要業者包括本公司、新浪網、搜狐及網易。此外，中國之互聯網用戶人數急速增加，尤以在中國加入世貿後為然，將吸引跨國業者對中國互聯網市場之注意。

### 商務企業解決方案

商務企業解決方案市場之主要業者為在中國內地之互聯網公司，包括本公司、新浪網、搜狐及其他公司，例如傳統之商務企業解決方案供應商。