

全球互聯網市場

互聯網自九十年代初期開始商業化後，發展一日千里，並趨向成為個人、公司及政府通訊、交流意見及進行業務之渠道。根據Internet Data Corporation (「IDC」) 之數據，預期全球互聯網用戶人數將由一九九八年底約144,900,000人增至二零零三年底約532,000,000人，複合年增長率為30%。互聯網使用量迅速增長，乃由以下因素所推動：互聯網之發展、用戶易於使用之導航工具之引入，以及互聯網上供應之資訊、娛樂及商業應用程式數目越來越多。根據IDC之數據，估計全球電子商貿之收入(包括個人、企業及供應連鎖管理支出)將由一九九八年505億美元增至二零零三年1.3兆美元。

亞洲之互聯網市場

IDC預測，非日本之亞洲市場之互聯網用戶人數將由一九九八年年底之12,900,000人增至二零零三年之77,200,000人，複合年增長率為43%。對比發展比較成熟之市場之滲透率及整體人口之多寡，區內之互聯網滲透率目前仍然偏低。

國家	百分比
澳洲	25.83
香港	24.72
新加坡	24.23
台灣	18.11
紐西蘭	18.05
南韓	9.38
馬來西亞	4.69
泰國	1.34
中國	0.91
菲律賓	0.74
印尼	0.35
印度	0.27

資料來源： The Yankee Group (一家亞洲互聯網及科技研究與策略諮詢公司)，一九九九年九月

董事相信日本以外之亞洲地區乃全球最大但發展時間最短之互聯網市場。根據IDC之數據，預期日本以外之亞洲地區之電子商貿收益將由一九九八年之

行業概覽

723,000,000美元增至二零零三年之513億美元，複合年增長率為135%。由於互聯網內容之容量及質量均有所改善，無線接收系統發展蓬勃及個人電腦價格下調，董事相信日本以外之亞洲地區之互聯網用戶將日益依賴互聯網以接收內容、通訊及進行商貿。此外，憑藉高速登入互聯網之供應及區內各政府大力提倡互聯網之使用，互聯網應可進一步拓展及更為商業化。

互聯網之主要預期增長前景以及企業家在techpacific.com若干目標市場之投資機會均載述下文。根據IDC對互聯網用戶之估計，該六個市場於一九九八年佔日本以外之亞洲市場之互聯網用戶市場約54%，至二零零三年將增至71%。

大中華：

香港。IDC指出，香港互聯網用戶人數預期將由一九九八年年底700,000萬增至二零零三年年底2,300,000萬，複合年增長率為26.9%。The Yankee Group指出，一九九九年九月香港之滲透率為24.7%（亞洲最高滲透率地區之一）。此外，香港亦為全球以及亞洲首批擁有全面數碼化通訊網絡之主要人口集中地，現正拓展其寬頻互聯網接駁容量，以應付預期增加之需求。

董事預期政府推動互聯網發展，透過「數碼港」（旨在建立栽培設施以拓展香港初創公司以及國際科技公司）、政府之應用研究基金及其Innovation and Technology Fund，將可進一步加快互聯網整體發展。

上述轉變激發大批專業人士創辦與互聯網或網絡相關之業務。董事相信，傳統企業集資渠道難以有效應付該等新企業不斷增加之數量，因此產生對新資本供應者之需求及取得有關資金之渠道。

中國國內。IDC指出，中國大陸之互聯網用戶人數預期將由一九九八年年底約2,400,000萬增至二零零三年25,200,000萬，複合年增長率為60.0%。The Yankee Group指出，一九九九年九月中國大陸之互聯網滲透率為0.9%，較區內其他國家為低。

董事相信，按互聯網使用增長及整體市場規模而言，中國大陸乃具備最大增長潛力之亞洲市場。中國企業家於開辦有關業務及融資方面遇到重大阻力，投資者於接觸投資商機時亦遭遇阻力。

行業概覽

台灣。IDC指出，台灣之互聯網用戶人數預期將由一九九八年年底1,000,000萬增至二零零三年年底4,500,000萬，複合年增長率為34.9%。Yankee Group指出，一九九九年九月，台灣之互聯網滲透率為18.1%。

縱使台灣一直投資科技、適應轉變之優良傳統，以及擁大批從美國回流之企業家，惟台灣缺乏新媒體及互聯網創業資本。

新加坡：

IDC指出，新加坡互聯網用戶人數預期將由一九九八年年底600,000萬增至二零零三年年底1,900,000萬，複合年增長率為27.3%。The Yankee Group指出，於一九九九年九月初，新加坡之互聯網滲透率為24.2%，乃亞洲滲透率最高之國家之一。新加坡發展完善之通訊基建，以及全面數碼化之電訊網絡，為互聯網持續增長提供穩固基礎。新加坡政府已為科技企業家成立為數10億美元之基金。

南韓：

IDC估計南韓互聯網用戶人數將由一九九八年年底1,800,000萬增至二零零三年年底9,200,000萬，複合年增長率39.5%。The Yankee Group指出，其於一九九九年九月初之互聯網滲透率為9.4%。

南韓資訊及通訊部已公開表示二零零三年前互聯網用戶人數將達16,000,000萬。投資者有意投資南韓，但覓投資商機時卻遇上重大問題。小型業務，雖能獲得當地資金，但亦因沒有渠道接觸科技投資者而受到局限。

印度：

IDC預測印度互聯網用戶人數將由一九九八年500,000萬增至二零零三年11,300,000萬，五年複合年增長率為88.8%。The Yankee Group指出，一九九九年九月印度之互聯網滲透率為0.3%。董事相信印度將繼續成為亞洲及其他地區舉足輕重之軟件及資訊科技出口商。

亞洲創業資本市場

創業資本乃具高增長潛力之新科技公司之主要資本投資來源，根據Asian Venture Capital Journal，亞洲管理之創業資本由一九九零年43億美元增至一

行業概覽

九九八年296億美元，複合年增長率為27.2%。投資資本源自私人及公眾資金、捐贈資金、公司及個人投資者。項目投資者尋求資本收益而非股息收益，因此希望投資新成立之公司，並透過公開發售或私人市場銷售套現。

亞洲科技初創公司面臨之挑戰

董事相信絕大部分亞洲項目投資者並無資源或興趣，以協助初創企業家建立其初期開發業務。鑑於管理經驗、財政及人力資源有限，亞洲科技公司初期需要龐大營運、政策及財政指引。即使有創業資本支持之企業家，亦要挖空心思發展勝人一籌之業務計劃、網羅市場推廣及技術專材，以及聘請優秀人材出掌重要職位。保持高質素專業服務，與享賦聲譽之公司或互補性初創公司建立增值關係，亦成為初創公司之考驗。與美國同業不同，亞洲新辦科技公司缺乏栽培機構，於其公司周期中提供指引。

新企業同時亦缺乏集資渠道，應付業務計劃所需。該等公司通常並無亦無法與有意投資者建立關係。尋找融資費時甚久，往往拖慢公司產品及服務推出，進而減低競爭優勢。大部分互聯網企業家缺乏向有意投資者介紹投資經過之經驗。

亞洲項目投資者面對之挑戰

項目投資者持續取得高回報，吸引巨額資金投入，根據Asian Venture Capital Journal，一九九九年首九個月亞洲投資項目集資逾61億美元，反觀一九九八年首九個月僅為50億美元。可動用資金迅速增加，使企業間尋找項目投資之競爭更形白熱化。

與此同時，區內初創公司不斷湧現，進一步增加該等公司初期之風險。由於尋找資金之互聯網及科技公司眾多，投資者於選擇最終能以概念及管理勝出及付諸實行之公司時，更形艱巨及重要。鑑於亞洲市場多變及獨有之特質，項目投資者往往難以在某一個市場或地區市場物色到最理想之新投資項目。