

## 行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據摘自不同的官方政府刊物、可供查閱的公開市場研究資料來源及獨立供應商的其他資料來源，以及弗若斯特沙利文編製的獨立行業報告（「弗若斯特沙利文報告」）。我們委聘弗若斯特沙利文編製有關[編纂]的獨立行業報告弗若斯特沙利文報告。來自官方政府來源的資料並無經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實且概無就其準確性發表任何聲明。

### 資料來源

我們[編纂]獨立市場研究及諮詢公司弗若斯特沙利文對香港個人防護及診斷設備、輪椅及個人醫療保健產品市場進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文為於1961年在紐約成立的一間獨立全球諮詢公司，提供行業研究及市場策略並提供成長諮詢及企業培訓。根據公平磋商協定的服務協議，我們同意向弗若斯特沙利文支付[編纂]350,000港元。除另有說明外，本節所載之所有數據及預測資料皆來自弗若斯特沙利文報告。我們亦提述載於「概要」、「風險因素」、「業務」及「財務資料」各節之若干信息以提供有關我們經營所在行業更加周全之陳述。

編製報告時，弗若斯特沙利文已進行一手及二手研究，並藉助各種資料來源。一手研究乃通過對主要行業專家及領先行業參與者進行訪談而進行。二手研究則涉及對取自若干公開可得數據來源（如香港政府統計處及其他行業協會）的市場數據進行分析。弗若斯特沙利文報告所載市場預測乃基於以下關鍵假設：(i)於2026年至2030年，預期香港整體社會、經濟及政治環境將維持穩定；(ii)於預測期間內，香港的經濟及行業發展很可能維持平穩增長；(iii)於預測期間內，相關行業的主要驅動力很可能會帶動香港個人防護及診斷設備、輪椅及個人醫療保健產品市場的增長；及(iv)並無可能對市場造成嚴重或根本性影響的極端不可抗力事件或行業法規。

### 香港公共衛生及人口結構概覽

#### 主要趨勢及前景

**長者人口不斷增加** — 香港正經歷深刻的人口結構轉變，60歲及以上的人口由2021年的2.06百萬人迅速增長，預計到2030年將達到2.83百萬人，複合年增長率約為3.6%。由於高齡組別本身對呼吸道感染及嚴重疾病併發症的易感性較高，社區對嚴格感染控制的需求亦隨之提升。因此，此結構性老化趨勢。

## 行業概覽

**季節性流感的持續復甦** — 隨著口罩令的解除，香港錄得季節性流感(甲型流感及乙型流感)的顯著復甦。根據世界衛生組織(「世衛組織」)的基準，季節性流感通常每年感染香港10%至15%的人口(約0.75至1.1百萬人)，其中兒童感染率達到20%至30%。在疫情前年度(2017年至2019年)，流感呈現明顯的季節性高峰，每季平均有570至601宗成人重症病例及356至430宗死亡個案。截然不同，由於人口免疫力減弱而加劇，2024年流感季節合併成一個連續28週的疫情浪潮，導致1,167宗成人重症病例、791宗死亡個案及32宗兒童重症病例。2025年，高發病率持續，錄得995宗重症病例。這種長期轉變與全球觀察到的後疫情流行病學趨勢高度一致，世衛組織估計每年季節性流感疫情導致估計10億宗感染、約3至5百萬宗重症病例及超過300,000宗呼吸系統死亡個案，突顯了該病原體嚴重的基線威脅。因此，從季節性高峰轉變為全年性的公共衛生挑戰，鞏固了對診斷快速檢測及高效過濾口罩的持續需求。

**流行病學威脅格局的多樣化** — 對全球重大衛生危機(如2003年SARS、2009年H1N1、2012年MERS及2019年COVID-19)的歷史回顧顯示，大規模疫情正週期性地爆發。在全球城市化及國際航空旅行的推動下，該等爆發不再是個別的異常事件，而是不可避免的公共衛生威脅。更複雜的是，香港面臨著日益複雜且正流行的空氣傳播病原體組合。範圍從死亡率超過50%的高度致命性病毒(如漢坦病毒)，到高度傳播的感染(如呼吸道合胞病毒、腺病毒、肺炎支原體及人類偏肺病毒)。由於這些不同呼吸道感染的臨床症狀高度重疊，多重自我檢測快速抗原檢測試劑已變得至關重要。精確的早期檢測使患者能夠準確找出致病源，並接受針對性的臨床干預，例如針對甲型流感的特定抗病毒藥物。持續的多病原體威脅鞏固了多重診斷快速檢測及高效過濾口罩作為家庭標準必需品的地位。

**持久的行為轉變與疫情防範** — 香港公共衛生格局的一大特點是持續轉向自願性個人防護。儘管香港的口罩令已於2023年3月結束，但居民仍保持對呼吸道衛生的高度重視。雖然日常街頭佩戴口罩的比例自然下降，但在高風險情景下(例如流感高峰期、出現症狀時或於人多擠迫的室內環境中)按情況佩戴口罩仍然常見。受根深蒂固的文化規範而非法律強制所推動，佩戴口罩已從緊急措施轉變為一種隨時可採用且被接受的慣常做法。公民意識的提高，令個人防護及診斷設備形成一個永久性、由社區驅動的市場，確保家庭會持續囤備這些用品。

### 個人防護及診斷設備市場概覽

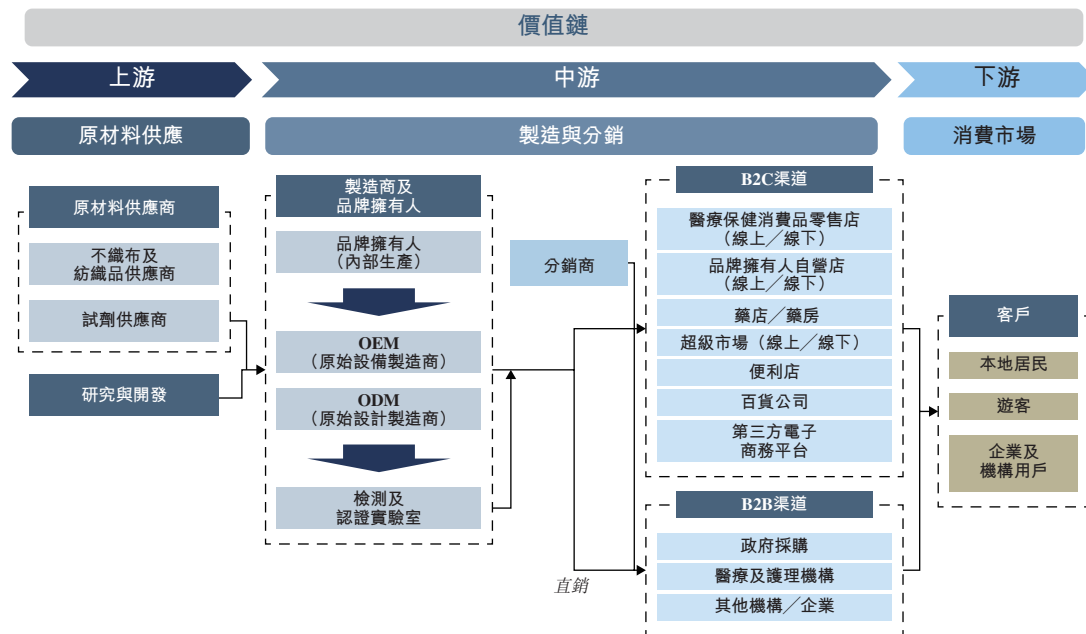
個人防護及診斷設備市場是指專注於旨在預防傳染源傳播及實現即時居家疾病篩檢產品的行業。該市場涵蓋用於減少接觸空氣中懸浮顆粒物及病原體的物理屏障產品，以及使個人能夠獨立檢測病毒感染或監測特定生理狀況的快速檢測工具。該等產品用於日常消費者生活及專業環境中，以確保個人安全、控制感染及進行主動疾病管理。該市場包括以下類別：

## 行業概覽

- **口罩及呼吸器**包括設計用於遮蓋口鼻以過濾空氣中顆粒物、污染物及病原體的產品。主要產品包括口罩(例如符合ASTM及EN14683標準的醫用及外科口罩)及高效過濾呼吸器(例如符合EN149 FFP2/3、KMOEL KF94、GB2626 KN95標準的產品)。
- **個人診斷檢測試劑**包括易於使用的居家醫療器械及檢測解決方案，使個人能夠監測自身健康狀況並及早發現潛在疾病。最主要的產品包括：(i) 用於快速檢測COVID-19、甲型乙型流感、呼吸道合胞病毒及其他呼吸道病毒等的自我檢測快速抗原檢測試劑；及(ii)其他類型的快速抗原檢測試劑等。

## 價值鏈

個人防護及診斷設備市場的價值鏈在三個主要環節中高度整合：上游原材料供應、中游製造與分銷以及下游消費市場。上游環節供應基礎原材料，包括口罩的不織布及檢測試劑的生物試劑。中游環節涵蓋製造(由品牌擁有人、原始設備製造商及原始設計製造商執行)，以及由認證實驗室進行的強制性品質保證。製成產品隨後通過獲授權或直接的分銷網絡，分流至B2C(例如全渠道零售、藥房及電子商務)及B2B(例如政府、醫療及護理機構以及企業採購)渠道。下游環節包括終端用戶：通過B2C渠道購買作個人用途的個人消費者及遊客，以及利用B2B渠道進行大規模工作場所安全及感染控制的機構客戶。



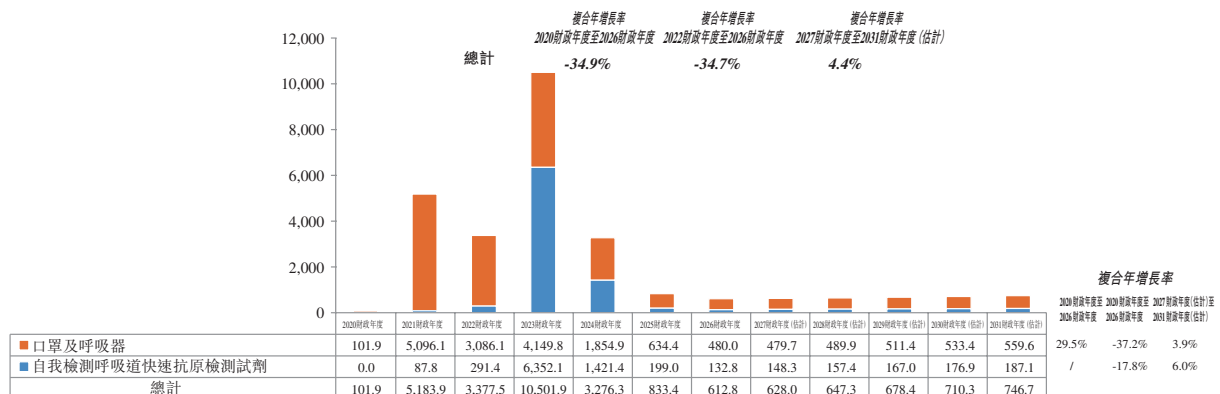
資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 按零售銷貨價值劃分的市場規模

- 自2020財政年度較低的疫情前基線101.9百萬港元起，隨著公眾衛生習慣發生根本性轉變，整體個人防護及診斷市場經歷了巨大變革，於2020財政年度至2026財政年度錄得強勁的總複合年增長率34.9%。在嚴格政府規定的推動下，口罩及呼吸器分部於2022財政年度錄得3,086.1百萬港元，其後急劇收縮至2025財政年度的634.4百萬港元，而於2026財政年度則為480.0百萬港元。然而，縱觀2020財政年度至2026財政年度期間，該分部仍實現了強勁的複合年增長率29.5%，顯示基線需求相較於2020年前水平持續提升。展望未來，在持續的季節性流感意識及疫情後已建立的衛生習慣的支持下，市場預期將自2027財政年度起以3.9%的增長率穩定增長，至2031財政年度前達到559.6百萬港元。值得注意的是，消費者行為正轉向高端化。儘管整體銷售量較低，但買家越來越優先考慮高過濾效率、透氣性及美觀設計，這為創新品牌創造了持續的價值創造機會。
- 自2020財政年度幾乎不存在的零售市場起步，自我檢測呼吸道快速抗原檢測試劑市場於2021財政年度達到87.8百萬港元，其後經歷極端波動，受嚴重感染浪潮及強制檢測要求影響，由2022財政年度的291.4百萬港元飆升至2023財政年度的峰值6,352.1百萬港元。隨著該等強制要求結束，銷售額於2025財政年度暴跌至199.0百萬港元，導致於2022財政年度至2026財政年度的複合年增長率為負17.8%，原因為消費者使用現有的家庭庫存而非進行新的零售採購。該分部預期將在較低的基線上趨於常態化，用於偶發性的症狀檢測，預計於2031財政年度前將達到187.1百萬港元，自2027財政年度起的複合年增長率為6.0%。至關重要的是，疫情已永久確立了消費者對居家診斷的熟悉度，將該等工具融入日常家庭健康管理，並為更廣泛的多重健康篩查檢測試劑的未來零售需求奠定了堅實基礎。

### 按零售銷貨價值劃分的個人防護及診斷設備市場規模(香港)， 2020財政年度至2031財政年度(估計)



資料來源：業界專家貿易訪談及公開市場資料、弗若斯特沙利文

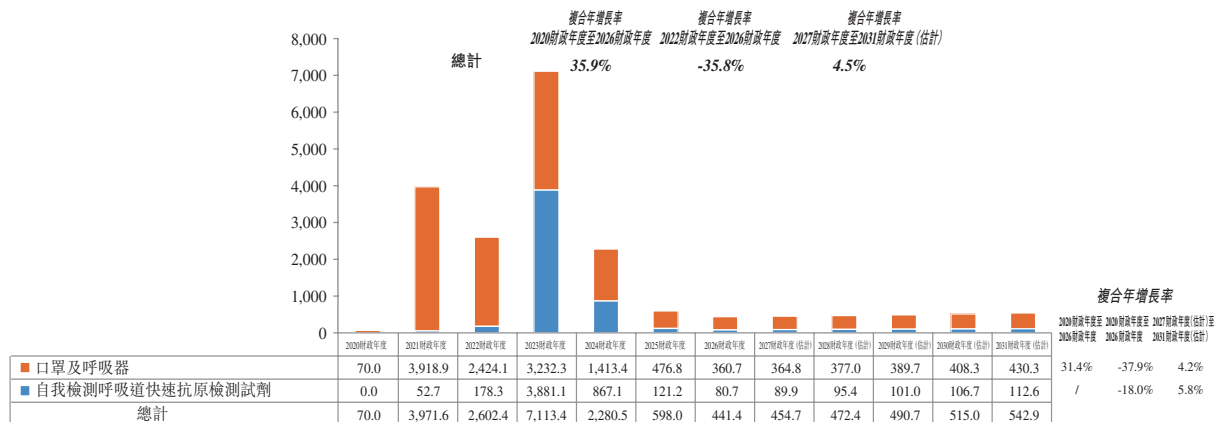
附註：財政年度指截至3月31日止財政年度(例如，2026財政年度指截至2026年3月31日止年度)。除非另有說明，所有金額均以百萬港元為單位。

## 行業概覽

### 按收益劃分的香港市場規模

- 受零售趨勢影響，隨著公眾衛生習慣發生根本性轉變，品牌收益自2020財政年度起迅速擴張，截至2026財政年度的複合年增長率合計達到35.9%。市場現已度過疫情期間採購的波動期，並於2026財政年度在較高基數上趨於穩定，為穩健且由利潤率驅動的增長奠定基礎。在口罩及呼吸器分部，2020財政年度至2026財政年度期間實現了31.4%的強勁複合年增長率，反映基準需求的永久性上升趨勢，收益於2026財政年度常態化至360.7百萬港元，預測至2031財政年度將達到424.8百萬港元，自2027財政年度起複合年增長率為4.2%，此增長受季節性流感期間持續的自願佩戴口罩行為以及產品高端化(品牌透過優質、注重外觀設計的產品獲取更高利潤)所推動。同樣地，自我檢測呼吸道快速抗原檢測試劑分部於2026財政年度達到80.7百萬港元，預計至2031財政年度將按5.8%的複合年增長率增長至112.6百萬港元，原因是領先品牌正轉向更廣泛的多重呼吸道篩檢，以滿足持續的醫療保健需求。

### 按收益劃分的個人防護及診斷設備市場規模(香港)， 2020財政年度至2031財政年度(估計)



資料來源：業界專家貿易訪談及公開市場資料、弗若斯特沙利文

附註：財政年度指截至3月31日止財政年度(例如，2026財政年度指截至2026年3月31日止年度)。除非另有說明，所有金額均以百萬港元為單位。

### 主要增長驅動因素

**消費者衛生行為及意識的永久轉變** — 公眾健康意識的根本轉變仍是B2C市場的主要驅動因素，而香港極端的人口密度及對地鐵等擠迫的交通網絡的依賴，進一步放大該轉變。有關需求因機構政策而進一步增加，其中醫院及學校通常強制要求佩戴口罩，以減輕易受感染群體之間的交叉感染風險。預防性衛生措施已永久常態化。在流感季節佩戴口罩、使用消毒劑，以及在跨境旅遊或探訪體弱親友前自行進行快速測試，已成為標準習慣。健康意識的基線提升，確保個人防護及診斷設備現已被本地藥房、超級市場及電子商務平台視為必需的快速消費品。

## 行業概覽

**持續的流行病學轉變及新型病原體的威脅** — 傳染病的生物演化，包括COVID-19新變種、季節性甲／乙型流感，以及呼吸道合胞病毒等呼吸道病原體，產生對感染控制的持續需求。作為跨境流動頻繁的主要國際航空及金融樞紐，香港仍然高度容易受到病毒快速傳播的影響。動態的流行病學格局確保需求不會回落至2020年前的水平。此外，這推動診斷領域的持續銷售及創新，因為消費者及醫療機構經常需要最新的快速檢測試劑，以區分不斷演變的病毒株。

**企業及職業健康最佳常規的常態化** — 感染控制已從暫時性的危機應對轉變為企業風險管理的常態化方面。企業、教育機構及安老院舍繼續遵循衛生防護中心建議的加強衛生指引。因此，維持個人防護及診斷設備的基本庫存已成為常規的設施管理開支，而非臨時的緊急採購。持續的機構意識支持穩定的B2B需求，因為機構會定期下單以促進工作場所安全及減少員工缺勤。

**持續的政府強制規定及戰略性儲備** — 經歷過往的供應鏈中斷後，香港政府及主要醫療保健網絡已實施嚴格的戰略性儲備政策。衛生署及醫院管理局等實體要求對關鍵醫療用品維持穩健的最低庫存，以應對季節性呼吸道威脅。由於該等產品設有嚴格的有效期(特別是診斷試劑及過濾口罩中的靜電層)，該等庫存需要持續、週期性的補充。強制性的更換週期為上游製造商及中游分銷商提供了穩健且有保障的需求基線。

### 行業未來趨勢及展望

**透過技術及品牌協同效應進行戰略性跨類別擴張** — 該領域中具創新能力且實力雄厚的製造商，正善用其在個人防護及診斷設備領域建立的強大消費者信任及品牌認知度，進軍更廣泛的生活方式及健康類別。憑藉在嚴格質量保證、安全及可靠性方面建立的穩固聲譽，該等實體有效地將消費者信任轉移至新推出、非相關的產品線。擴張涵蓋其他高價值類別，例如家居環境健康設備、智能電器及個人護理電子產品。對於消費者及機構買家而言，在健康防護方面的卓越實績，是整體工程卓越性及產品安全性的有力佐證。藉由運用既有的公信力，部分有實力的製造商已成功從醫療耗材的專業供應商轉變為全方位的家庭健康品牌。

**轉向多重及多合一檢測試劑** — 在診斷領域，消費者偏好已迅速轉向多重檢測試劑。由於香港流感季節期間多種呼吸道病原體同時流行，消費者及診所更傾向使用單次拭子採樣即可同時檢測甲／乙型流感、COVID-19、呼吸道合胞病毒及腺病毒或支原體。受快速、全面症狀分析(無需購買多個獨立測試)的願望所驅動，多合一檢測試劑現已成為藥房貨架上的標準產品。

## 行業概覽

**個人防護設備高端化及生活化** — 在B2C零售領域，個人防護設備已從臨床用品演變為生活配件。以重視美學及質量著稱的香港消費者，正推動強勁的高端化趨勢。消費者非常願意為提升舒適度付款，包括3D人體工學設計、低致敏內層及適合香港潮濕氣候的透氣材料。此外，美學定製(如多種顏色)及附加功能(如香薰貼片或保濕消毒劑)使品牌能夠獲取更高利潤。

**向更廣泛的個人健康科技生態系統多元化發展** — 隨着對傳統個人防護及診斷設備的基礎需求趨於穩定，具前瞻性的市場參與者正利用其品牌資產擴展至更廣泛的個人健康領域。製造商正多元化其產品組合，納入智能穿戴設備、血壓計、氧氣機、空氣淨化機及環境監測儀等產品。該橫向擴張使企業能從消耗性醫療用品供應商轉變為全方位的生活健康品牌，從而在現代消費者的健康支出中佔據更大份額。

**先進的本地化製造及工業4.0自動化** — 儘管全球供應鏈趨於穩定，消費者及機構對高品質本地製造的健康產品仍有強烈偏好。其中一個關鍵機遇在於利用工業4.0技術，例如自動化無塵車間、機器人及人工智能驅動的品質控制。先進的本地生產可確保嚴格的質量保證、建立品牌信任及根據本地趨勢快速推出新設計的靈活性。這種高科技製造方法對重視品質的消費者及優先考慮可靠本地供應鏈的企業採購團隊極具吸引力。

### 市場挑戰

**激烈競爭及對品牌差異化的需求** — 隨著防護及診斷設備需求常態化，來自仿制替代品的激烈競爭已然出現。為維持市場份額，企業必須利用既有的品牌信譽及穩健的營銷及分銷渠道。此外，優先考慮產品創新(例如人體工學舒適度、美觀吸引力及與生活方式的融合)對於在飽和市場中脫穎而出並留住客戶忠誠度至關重要。

**季節性需求波動及庫存管理** — 消費者購買行為已由持續囤積轉向季節性購買，在流感及旅遊季節達到高峰。由於診斷試劑的保質期有限及口罩過濾材料會隨時間推移劣化，此類週期性需求帶來了重大的物流挑戰。加上香港高昂的倉儲成本，企業必須精準平衡庫存，既要防止因產品過時而造成昂貴損失，亦要確保足夠供應以應對突發需求高峰。

### 成本分析

香港的運營成本主要受勞工成本、商業租金水平及原材料價格影響。受通脹及勞工短缺所推動，批發及零售業員工的月薪中位數由2021年至2025年穩步增長，複合年增長率分別為3.7%及2.5%，預計到2030年將繼續上升。相反，寫字樓及貨倉租金指數

## 行業概覽

過往出現收縮，2021年至2025年的複合年增長率為-2.4%，但預期將溫和復甦，2026年至2030年的複合年增長率為0.7%。同時，不織布的原材料成本在疫情後經歷大幅波動，現正趨於常態化，預計2026年至2030年將以1.0%的複合年增長率達到穩定的長期均衡。

### 批發及零售業從業人員月薪中位數(香港)，2021年至2030年(估計)

| 港元  | 2021年  | 2022年  | 2023年  | 2024年  | 2025年  | 2026年<br>(估計) | 2030年<br>(估計) | 複合<br>年增長率<br>(21年-25年) | 複合<br>年增長率<br>(26年-30年) |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|---------------|---------------|-------------------------|-------------------------|
| 批發業 | 16,100 | 16,600 | 17,000 | 17,900 | 18,600 | 19,200        | 21,800        | 3.7%                    | 3.2%                    |
| 零售業 | 14,500 | 14,700 | 15,000 | 15,500 | 16,000 | 16,500        | 18,000        | 2.5%                    | 2.2%                    |

### 私人寫字樓及貨倉租金價格指數(香港)，2021年至2030年(估計)

| 價格指數(2021年=100) | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2025年 | 2026年<br>(估計) | 2030年<br>(估計) | 複合<br>年增長率<br>(21年-25年) | 複合<br>年增長率<br>(26年-30年) |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|---------------|-------------------------|-------------------------|
| 私人寫字樓           | 100.0 | 98.5  | 97.6  | 94.2  | 90.6  | 90.8          | 93.4          | -2.4%                   | 0.7%                    |
| 貨倉              | 100.0 | 97.1  | 99.4  | 96.0  | 90.9  | 90.5          | 93.1          | -2.4%                   | 0.7%                    |
| 私人零售            | 100.0 | 101.5 | 104.7 | 103.3 | 100.2 | 100.5         | 100.8         | 0.0%                    | 0.1%                    |

### 口罩及呼吸器原材料價格指數(香港)，2021年至2030年(估計)

| 價格指數(2021年=100) | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2025年 | 2026年<br>(估計) | 2030年<br>(估計) | 複合<br>年增長率<br>(21年-25年) | 複合<br>年增長率<br>(26年-30年) |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|---------------|-------------------------|-------------------------|
| 不織布             | 100.0 | 50.0  | 58.9  | 70.5  | 87.5  | 89.4          | 93.2          | -3.3%                   | 1.0%                    |

資料來源：政府統計處、差餉物業估價署、Trade Map、弗若斯特沙利文

附註：本節所列數據以標準曆年為基準(1月1日至12月31日)匯報，反映官方刊物所採用的報告格式

## 競爭格局

於2026財政年度，香港口罩及呼吸器市場已由疫情驅動的激增轉變為成熟、以品質為主導且競爭適度的格局。經歷一段時期的市場整合後，行業已擺脫極度零散的局面。儘管整體市場仍存在眾多參與者，但大部分零售銷貨價值現已集中於成功建立持久消費者信任並適應疫情後生活方式需求的頂級品牌。

## 行業概覽

於2026財政年度，香港整體口罩及呼吸器市場相對集中，前五大零售商按品牌收益計合共佔有市場份額54.1%。本集團在香港口罩及呼吸器市場排名首位，於2026財政年度，口罩及呼吸器銷售所產生的收益佔市場份額14.1%。與2025財政年度相比，本集團的市場份額由12.2%增加至2026財政年度的14.1%。

### 口罩及呼吸器前五大品牌按收益劃分的排名及市場份額(香港)， 2026財政年度

| 排名         | 公司  | 描述                                                        | 估計收益<br>(百萬港元) | 市場份額  |
|------------|-----|-----------------------------------------------------------|----------------|-------|
| 1          | 本集團 | 救世為一間總部位於香港的製造商，專門設計、開發及銷售個人防護設備、經認證的診斷快速檢測試劑以及創新健康及保健產品。 | 50.8           | 14.1% |
| 2          | 公司A | 該公司為一間全球製造商，專門為醫護專業人員及消費者提供醫療級感染控制產品及個人防護設備。              | 44.2           | 12.3% |
| 3          | 公司B | 該公司為一間健康品牌，專注生產設計美觀、顏色及圖案多樣的日常用口罩。                        | 38.5           | 10.7% |
| 4          | 公司C | 該公司為一間本地保健品牌，傳統上以急救用品聞名，其後將產品組合擴展至日常口罩及衛生產品。              | 34.2           | 9.5%  |
| 5          | 公司D | 該公司為一間跨國企業，製造工業及醫療保健個人防護設備，包括多種顆粒呼吸器。                     | 27.3           | 7.6%  |
| 前五大小計      |     |                                                           | 195.0          | 54.1% |
| 其他         |     |                                                           | 165.7          | 45.9% |
| 按收益計的總市場規模 |     |                                                           | 360.7          |       |

資料來源：業界專家貿易訪談、弗若斯特沙利文

## 行 業 概 覽

2026財政年度，香港的自我檢測呼吸道快速抗原檢測試劑市場高度集中，按收益計，前五大零售商合共佔有市場份額75.5%。

本集團在香港的自我檢測呼吸道快速抗原檢測試劑市場排名第三，2026財政年度，自我檢測快速抗原檢測試劑銷售所產生的收益佔市場份額11.4%。與2025財政年度相比，本集團的市場份額由4.5%增加至2026財政年度的11.4%。

### 自我檢測呼吸道快速抗原檢測試劑前五大品牌按收益劃分的排名及 市場份額(香港)，2026財政年度

| 排名         | 公司  | 描述                                                        | 估計收益<br>(百萬港元) | 市場份額  |
|------------|-----|-----------------------------------------------------------|----------------|-------|
| 1          | 公司E | 該公司為一間生物科技公司，開發及製造用於篩查傳染病的快速診斷及抗原檢測試劑。                    | 19.8           | 24.5% |
| 2          | 公司F | 該公司為一間生物科技品牌，開發獲國際認證的快速抗原檢測試劑，供機構買家及個人家庭使用。               | 17.9           | 22.2% |
| 3          | 本集團 | 救世為一間總部位於香港的製造商，專門設計、開發及銷售個人防護設備、經認證的診斷快速檢測試劑以及創新健康及保健產品。 | 9.2            | 11.4% |
| 4          | 公司C | 該公司為一間本地保健品牌，傳統上以急救用品聞名，其後將產品組合擴展至日常口罩及衛生產品。              | 8.6            | 10.7% |
| 5          | 公司G | 該公司為一間診斷產品製造商，專注於多聯快速檢測試劑，讓用戶可同時篩查多種呼吸道感染。                | 5.4            | 6.7%  |
| 前五大小計      |     |                                                           | 60.9           | 75.5% |
| 其他         |     |                                                           | 19.8           | 24.5% |
| 按收益計的總市場規模 |     |                                                           | 80.7           |       |

資料來源：業界專家貿易訪談、弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 進入壁壘

**嚴格的監管合規及品質保證標準** — 防護裝備及診斷產品必須符合嚴格的品質標準，並取得本地及國際衛生機構(如ISO13485或CE標誌)的認證。此外，與政府機構簽訂採購合約須確保營運符合當地法規框架。舉例而言，從單一標靶到先進的多重快速檢測等診斷產品必須取得香港衛生署的特定批准及上市。取得該等認證需要廣泛的臨床驗證及持續的合規監控，為新進入者帶來龐大的財務成本、更長的上市時間以及嚴重的品質保證違規法律風險。

**成熟的分銷網絡** — 在此行業中取得成功很大程度上依賴於穩固的B2B及B2C分銷渠道。醫院及政府機構等機構買家十分青睞具有可靠往績記錄的既有供應商，而零售方面的成功則需要在主要連鎖藥房獲得優質貨架空間。現有參與者與供應商建立長期的合作關係，使得新進入者極難滲透市場，除非提供不可持續的大幅折扣。

**對供應鏈韌性及研發的高資本要求** — 於此行業經營需大量資本進行持續研發，以確保產品安全、人體工學設計及技術準確性。此外，公司必須維持高度韌性的供應鏈及充足的存貨緩衝，以應對突發的需求激增。新進入者通常缺乏足夠的營運資金以同時資助複雜的研發計劃及維持不間斷供應所需的存貨成本。

**健康與保健領域的品牌資產** — 於醫療及個人保健領域，品牌資產與其可靠性及安全性的認知息息相關。老牌企業受益於多年來良好的臨床效果及品牌忠誠度。由於該等產品直接影響人體健康及身體安全，機構買家及個人消費者均具有高度的風險厭惡性，通常不願轉用未經證實的品牌，即使其定價具競爭力。

### 輪椅市場概覽

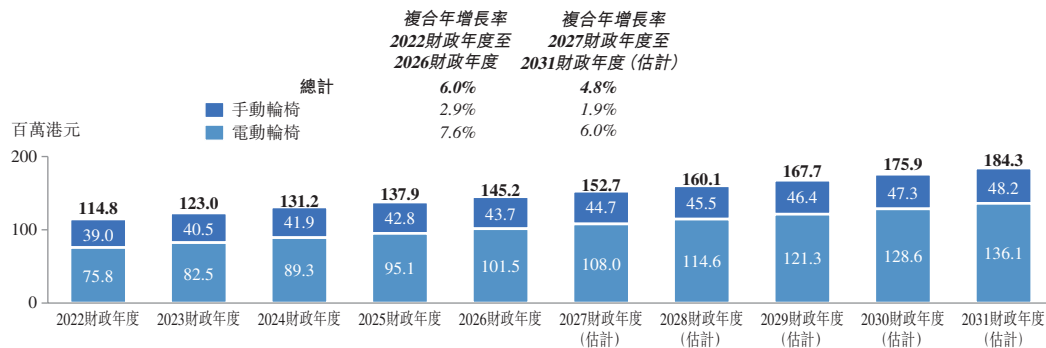
輪椅市場包括輔助設備，旨在為無法長時間行走或站立的人士提供移動支持、姿勢穩定性及安全移位。該市場涵蓋促進坐姿移動的產品，主要包括手動輪椅及電動輪椅。此類設備的核心功能乃實現室內及室外移動，協助日常生活活動，並提供安全的機械解決方案以將使用者在不同休息位置之間移動，從而支持使用者的獨立性並確保護理人員的操作安全。該市場的產品一般分類為(i)電動輪椅；(ii)手動輪椅。

## 行業概覽

### 按零售銷貨價值劃分的市場規模

受人口快速老齡化及對居家護理需求上升所驅動，香港輪椅的整體零售銷貨價值正快速增長。整體市場由2022財政年度的114.8百萬港元增長至2026財政年度的145.2百萬港元，複合年增長率為6.0%，並預計到2031財政年度將達184.3百萬港元，複合年增長率為4.8%。在此不斷擴張的市場中，存在一個明確趨勢，即電動輪椅正在取代傳統手動型號，成為未來的主導分部。在2022財政年度至2031財政年度的10年期間，電動輪椅分部預計將實現79.6%的顯著增長(由75.8百萬港元增長至估計的136.1百萬港元)，遠超同期手動輪椅的23.6%增長。到2031財政年度，電動輪椅預計將佔據73.8%的龐大市場份額。香港密集的城市環境進一步加速這種快速普及和市場主導地位的轉變，這種環境正需要現代電動型號中越來越常見的極致輕量及可摺疊設計。

### 按產品類別劃分的輪椅零售銷貨價值(香港)，2022財政年度至2031財政年度(估計)



資料來源：業界專家貿易訪談、弗若斯特沙利文

附註：財政年度指截至3月31日止財政年度(例如，2026財政年度指截至2026年3月31日止年度)。

### 個人醫療保健產品市場概覽

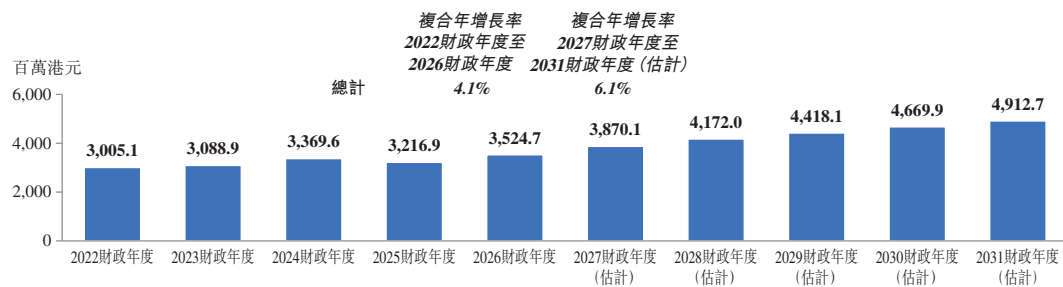
個人醫療保健產品市場是一個廣泛且不斷發展的消費品市場，涵蓋旨在傳統臨床環境之外維持、監測及提升個人健康的設備、配件及消耗品。受消費者對預防性健康、環境健康及積極生活方式的關注度不斷提高所推動，該市場填補了傳統醫療用品與以生活方式為導向的消費電子產品之間的鴻溝。該市場的產品一般分類為(i)個人健康及保健設備，如氧氣機及電動按摩器；(ii)環境健康設備，如空氣淨化機、加濕器、便攜式冷卻／加熱裝置等；(iii)個人護理及美容電子產品，如護髮吹風機、經皮神經電刺激(TENS)及肌肉電刺激(EMS)設備；(iv)傷口護理產品，如敷料、膠布；及(v)健康監測設備(如血壓計、體溫計及脈搏血氧儀)。

## 行業概覽

### 按零售銷貨劃分的市場規模

個人醫療保健產品的零售銷貨價值表現出韌性增長，由2022財政年度的3,005.1百萬港元增加至2026財政年度的3,524.7百萬港元，複合年增長率為4.1%。在消費者對預防性保健的支出復甦、尋求治療設備的老齡化人口以及環保意識提高推動氣候舒適產品需求的共同作用下，預計市場將加速增長。關鍵在於，個人醫療保健產品的持續擴展正由電池技術進步及歐盟《通用充電器指令》所推動。包括血壓計及氧氣機在內的移動醫療設備，過去因一次性電池及專用充電器而受限。通用USB-C兼容性讓有關設備能夠使用標準充電器及行動電源運作，實現無縫的戶外使用。便利性提升促使消費者升級至現代化的便攜式健康設備，消除了關鍵使用障礙，並顯著擴大便攜式醫療設備的市場規模。該行業自2027財政年度起將以6.1%的複合年增長率擴張，預計於2031財政年度達到4,912.7百萬港元，數位健康追蹤功能持續融入日常生活亦將進一步支持此增長。

#### 個人醫療保健產品零售銷貨價值(香港)，2022財政年度至2031財政年度(估計)



資料來源：業界專家貿易訪談、弗若斯特沙利文

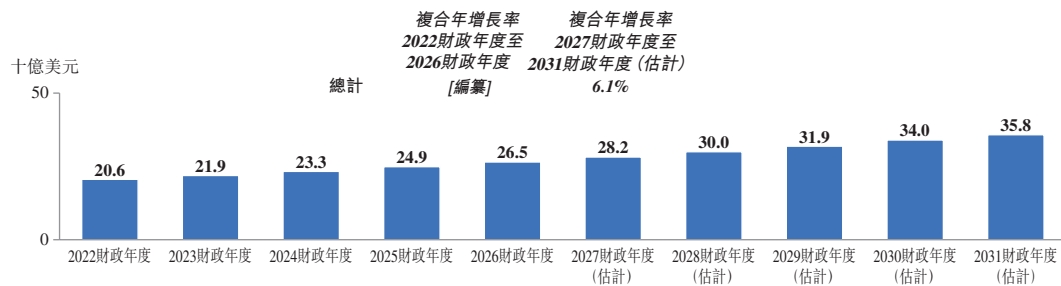
附註：財政年度指截至3月31日止財政年度(例如，2026財政年度指截至2026年3月31日止年度)。

## 行業概覽

### 全球傷口護理產品市場規模

全球傷口護理產品行業涵蓋一系列對患者治療及康復至關重要的醫療敷料。該市場涵蓋標準紗布等傳統基礎材料，以及旨在加速癒合的先進技術解決方案。該等先進產品採用熱塑性聚氨酯（「**熱塑性聚氨酯**」）技術，利用吸水性海綿與透氣防水薄膜優化滲出液管理，同時亦包含水膠體、藻酸鹽及生物敷料等其他精密替代方案。反映此類多元產品組合的全球穩定需求，市場總值從2022財政年度的206億美元擴增至2026財政年度的265億美元，複合年增長率為6.5%。展望未來，受標準醫療程序的需求持續以及先進癒合技術於各類臨床應用中日益普及所帶動，預計該行業將維持穩定的上升趨勢，預計整體市場將於2031財政年度達到358億美元，自2027財政年度起複合年增長率為6.1%，保持穩定。

#### 傷口護理產品零售銷貨價值(全球)，2022財政年度至2031財政年度(估計)



資料來源：業界專家貿易訪談及公開市場資料、弗若斯特沙利文

附註：財政年度指截至3月31日止財政年度(例如，2026財政年度指截至2026年3月31日止年度)。