

## 目標集團的行業概覽

於本章節中，「找鋼」或「我們」指找鋼產業互聯集團、其附屬公司及綜合聯屬實體。本節及本通函其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自不同政府官方刊物、可獲得的公開市場研究及獨立供應商的其他來源，以及灼識諮詢編製的獨立行業報告。我們委聘灼識諮詢就特殊目的收購公司併購交易編製獨立行業報告—灼識諮詢報告。我們相信，該等資料及統計數據的來源就此資料及統計數據而言屬合適，且於摘錄及轉載有關資料及統計數據時已採取合理審慎行事。我們並無理由相信有關資料及統計數據失實或具有誤導性，或遺漏事實導致相關資料及統計數據在任何重大方面失實或具有誤導性。董事在經合理審慎調查後確認，彼等並不知悉有關市場資料自灼識諮詢報告日期以來曾發生任何不利變動，以致本節所載資料附有保留意見、遭否定或受到不利影響。相關資料及統計數據未經我們、Aquila、或我們或彼等任何董事及顧問、聯席保薦人、整體協調人或參與特殊目的收購公司併購交易的任何其他人士或各方核證，亦無對其準確性發表任何聲明。與我們行業相關風險的討論，請參閱「風險因素—與目標集團的業務及行業有關的風險」。

### 全球及中國鋼鐵行業概覽

#### 全球及中國鋼鐵行業概覽

鋼鐵乃世界上使用最廣泛的工業原材料之一，是一種用於建築、基礎設施、機械設備、汽車產品、家用電器、鐵路、製造業及許多其他行業的基本工業原材料，因其具有高強度重量比、多功能性及存在適合各種特定應用的多樣化等級和類型。根據灼識諮詢的資料，目前中國有超過兩百萬個具有不同物理、化學和結構特性的SKU。

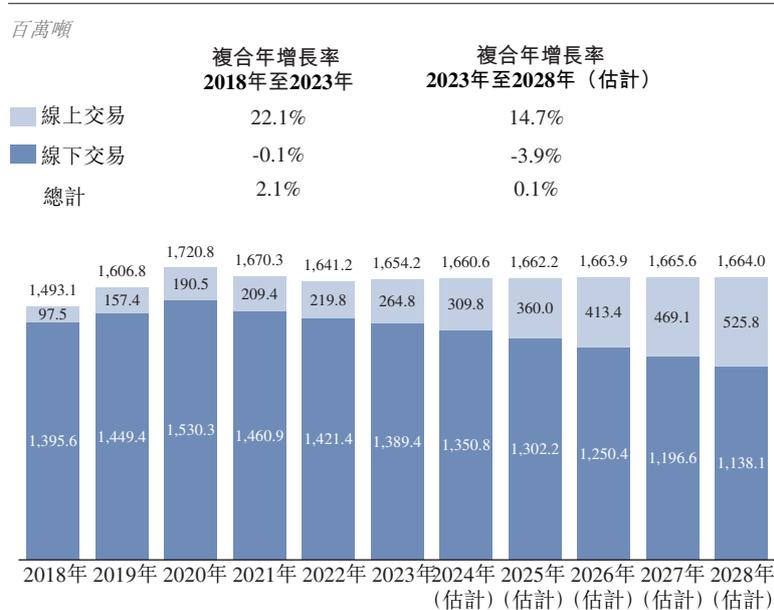
全球粗鋼生產市場規模龐大。按粗鋼產量計算，2023年全球鋼鐵行業的市場規模達1,888.2百萬噸。根據國際鋼鐵協會的資料，亞洲在全球粗鋼生產市場中佔有最大份額，2023年佔總產量的70%以上，且預計將一直是全球最大的鋼鐵生產地區。中國自1996年以來成為全球的「鋼鐵中心」，2023年的鋼鐵產量約佔全球產量的54%。

按交易噸量計算，中國整體鋼鐵交易的市場規模（包括線上線下渠道）從2018年的1,493.1百萬噸增加到2023年的1,654.2百萬噸，且由於鋼鐵生產限制，預計將以0.1%的複合年增長率增加到2028年的1,664.0百萬噸。為應對環境污染及資源利用效率低下問題，中國政府最近實行政策，限制粗鋼生產及減少產能過剩。政府定期發佈文件，確保減少粗鋼產量的措施穩步推進，以減少鋼鐵行業產能過剩，並促進高質量發展。這將為鋼鐵交易的行業參與者創造更有利的營商環境。於2021年4月，國家發改委及工信部宣佈，承諾於2021年實現全國粗鋼產量同比減少。2021年10月13日，工信部和生態環境部聯合發佈《關於開展京津冀及周邊地區2021-2022年採暖季鋼鐵行業錯峰生產的通知》。通知設定的目標是2021年全國粗鋼產量減少25百萬噸。2021年，中國粗鋼產量較上年減少近30百萬噸，實現當年粗鋼產量壓減目標。然而，中國政府並無就2022年及2023年的粗鋼減產設定任何具體的定量目標。於2022年，國家發改委、工信部、生態環境部及國家統計局持續共同在全國範圍內降低粗鋼產量，確保2022年的粗鋼產量同比減少。2023年8月，工信部會同多個部門發佈《鋼鐵行業穩增長工作方案》

## 目標集團的行業概覽

(「《方案》」)。《方案》闡明2023年及2024年鋼鐵行業增長政策。2023年的主要目標是鋼鐵行業供需保持動態平衡，全行業固定資產投資保持穩定增長，經濟效益顯著提升。2024年的主要目標是行業發展環境、產業結構進一步優化，高端化、智能化、綠色化水平不斷提升。2023年實際粗鋼產量與2022年持平，預計粗鋼產量將進入穩定期。中國對鋼鐵產品有大量需求的主要行業包括房地產、基礎設施、機械設備及汽車行業。

### 鋼鐵交易市場規模，中國，2018年至2028年（估計）



資料來源：灼識諮詢分析

### 中國鋼鐵行業參與者面臨的痛點

**供應與需求不匹配。**鋼鐵生產商通常大規模生產，有固定的生產週期，而次終端買家和終端買家一般對單次採購的需求有限，採購頻率相對較低，造成個別產品的嚴重供需錯配。鋼廠和製造商並不總是與終端買家直接聯繫，以了解每種SKU的真實市場需求。

**採購流程效率低下。**傳統上，鋼鐵產品在到達終端買家之前，通常要經過層層分銷中間商，包括代理商和分銷商。這個漫長的過程導致價格透明度低和信息嚴重不對稱。買家需要通過IM工具、電話甚至親自拜訪多個賣家尋求最佳價格。為減輕價格波動，買家通常會就一次採購向同一賣家下達多個訂單。此外，由於鋼鐵價格波動，參與交易的賣家和買家均有很大可能不履行合約義務。重複且往往不可靠的採購流程大大降低了效率。

---

## 目標集團的行業概覽

---

**大量的SKU及有限的地域覆蓋。**根據灼識諮詢的資料，目前中國有超過3,500種鋼材和超過兩百萬個鋼鐵產品的SKU。然而，中國單一地區的鋼廠或製造商可能只在該地區提供有限的產品類型，未必可滿足當地的需求。買家往往不得不親自拜訪多家供應商，以選擇合適的賣家。

**難以安排物流服務。**在傳統的鋼鐵行業中，買家安排物流服務既不方便又費時。物流公司廣泛分散於各個地區，買家通常需要與多名服務提供商談判以獲得合理的報價。物流能力與運輸需求之間存在嚴重的信息不對稱，即有閒置資源的承運商往往要等買家找上門。此外，買家通常缺乏充分的追索權以取得運輸造成的損失賠償。

**鋼鐵交易流程的數字化及標準化程度低。**鋼鐵交易行業的絕大多數參與者（特別是中小企業）技術不成熟，缺乏建立全面IT基礎設施的能力。大部分業務和交易均在線下進行，數字化、標準化和數據集成程度低。大多數數據或交易信息通過人工收集及匯編，容易出現不一致和錯誤。

### 中國鋼鐵數字化服務市場概覽

#### 數字化乃鋼鐵行業所需解決方案

長期以來，中國鋼鐵行業的市場參與者飽受高運營成本和低採購效率的困擾。在激烈的市場競爭中，該等參與者對降低成本和提高效率以保持競爭力的需求迫在眉睫，這為中國的數字化平台提供商在市場上立足提供了巨大的機會。

鋼鐵行業的數字化服務主要包括(i)在線交易服務；(ii)交易支持服務，包括物流、倉儲和加工；及(iii)技術解決方案，包括數據分析和SaaS產品。

根據灼識諮詢的資料，鋼鐵數字化平台的發展和增長主要由以下因素推動：

**對效率提高的強烈需求。**傳統的鋼鐵行業面臨若干痛點，如多個中間商參與導致的效率低下，信息獲取不透明，以及賣家和買家均缺乏成本低且高效的資金渠道。鋼鐵賣家力求提高庫存和資金周轉率，而鋼鐵買家尋求伴隨每單鋼鐵交易的物流、倉儲和資金等優質服務。因此，綜合鋼鐵數字化平台帶來的交易效率的優化和服務質量的提高存在著巨大的機遇。

**新興技術的發展。**新一代信息技術為鋼鐵交易行業引領了新的發展趨勢。例如，數據智能化、雲計算、自然語言處理及AI對數字化平台的售前階段越來越重要，以及時、高效及可靠地處理數以萬計用戶的詢價及下單。

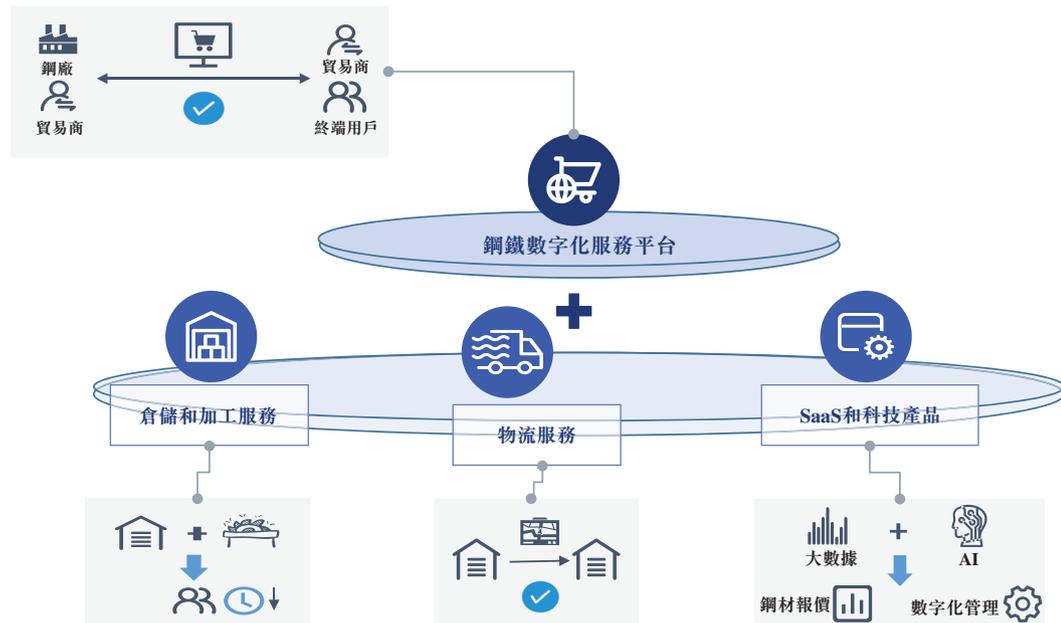
## 目標集團的行業概覽

**有利的監管環境。**國家不斷出台利好政策刺激傳統鋼鐵行業的數字化發展，帶動線上鋼鐵交易市場數字化平台的快速發展。例如，2020年12月，工信部公佈了《工業互聯網創新發展行動計劃（2021-2023年）》以推進2021年至2023年工業互聯網的創新發展，旨在加快建設工業互聯網基礎設施，在更大範圍、更高層次上推進工業化和信息化融合發展。

### 引進鋼鐵數字化服務平台

鋼鐵數字化服務平台是指通過技術和數據智能賦能，實現鋼鐵交易價值鏈上各參與者協同發展的在線平台。鋼鐵數字化服務平台將傳統的線下鋼材採購和銷售需求轉移到更加透明和快捷的線上交易平台，並在數字化中台和交易員的協助下進行快速報價，以快速完成採購和銷售需求的匹配。藉此，其克服了信息不對稱，提高了交易效率及透明度，並通過提供倉儲及加工、物流、大數據分析和SaaS產品等綜合服務，將線下鋼鐵交易轉移到線上場景，降低了行業的合同違約風險。

下圖說明了鋼鐵數字化服務平台的主要功能：



資料來源：灼識諮詢分析

中國的鋼鐵數字化服務平台可分為兩大類型，即：

- **自營模式**：以自營模式運作的平台從鋼鐵生產商購買產品，並直接將產品售予買家，通過購買與銷售之間的差價賺取利潤。
- **數字化平台模式**：與自營模式相反，以數字化平台模式運作的平台主要從事三方線上交易，而彼等不擁有平台上鋼鐵產品的所有權，即鋼鐵產品賣家通過數字化平台向買家提供鋼鐵產品。此外，以數字化平台模式運作的平台更傾向於集中資源用以開發面向行業參與者的增值數字化工具及技術解決方案。以數字化平台模式運作的平台通過服務和技術連接鋼鐵交易價值鏈的所有參與者，並從彼等促成的交易和提供的服務中獲得佣金。數字

## 目標集團的行業概覽

化平台具有更多的可用SKU、更低的交易風險及更強大的數字化智能能力。更為重要的是，鑒於該等平台並未擁有鋼鐵產品的所有權，故其不受材料價格波動相關風險影響，其可擴展性亦不受資本投資限制。因此，其可更好地利用平台效應的力量並穩定毛利率。長遠看來，營運範圍越廣，得益於可擴展性的平台議價能力就越強，使得其能夠實現更高毛利率。

以下是兩種主要類型的鋼鐵數字化服務平台的比較：

### 鋼鐵數字化服務平台的兩種主要模式對比

參與者類型	平台效應	交易風險降低程度	服務覆蓋範圍	數字化支持能力	業務可擴展性
數字化平台模式	●	●	●	●	●
自營模式	◐	◐	◐	◐	◐

● 顯著改善或全面覆蓋  
◐ 部分改善或覆蓋  
◑ 略有改善或覆蓋

以數字化平台模式運作的平台運營商更具優勢引領中國鋼鐵行業數字化進程，主要是由於數字化平台擁有以下主要優勢：

**平台效應和可擴展性。**數字化平台通過將行業參與者連接到同一個平台上，為整個鋼鐵交易價值鏈賦能，匯總信息，從而提高交易速度，降低交易成本並提高行業的整體效率。另一方面，輕資產平台能夠通過集中資本於服務發展，優化其自有資本消耗。所有這些優勢導致數字化平台能夠跨越新行業複製其業務模式、提高可擴展性、降低風險及快速擴張。基於此，數字化平台完全有能力吸引並連接更多的買家和賣家，從而鞏固其市場領導地位並推動進一步發展。

**交易風險低。**與典型的消費品不同，由於具有高單價和眾多產品規格的性質，鋼鐵產品的價格會因市場情況而頻繁波動。鑒於在數字化平台模式下，平台本身並不擁有產品所有權，因此不會受到價格波動的影響。

**服務項目全面。**以數字化平台模式運作的平台通過其數字化平台整合整個供應鏈的資源，提供包括線上鋼鐵交易、物流、倉儲和加工、SaaS及技術產品的全面服務。

## 目標集團的行業概覽

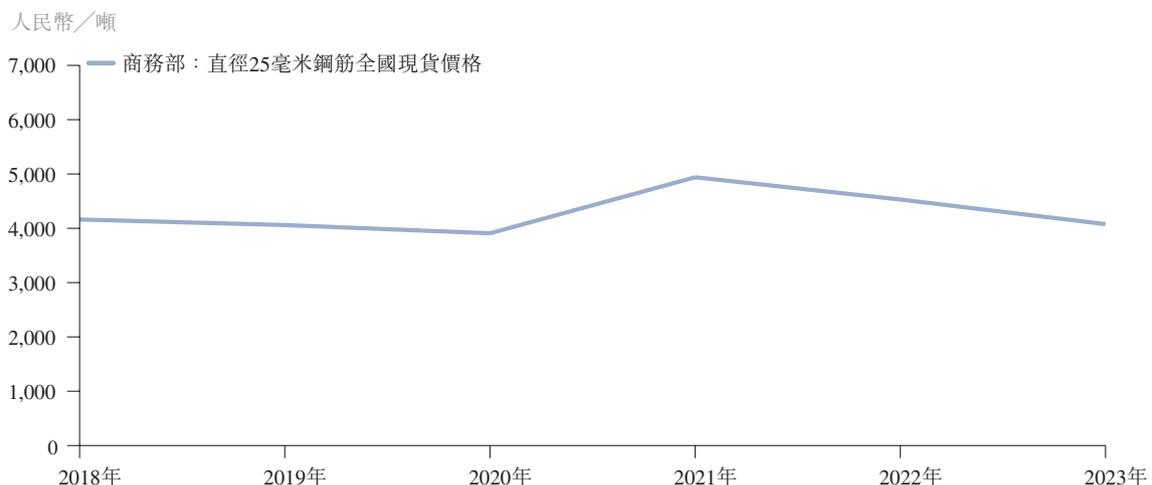
**數字化智能能力。**由於數字化平台天然的可拓展性，該等平台可處理更多交易，捕捉不同參與者的多維度實時交易數據。除提高效率及能見度並降低交易成本外，該等平台憑藉大數據洞察及專門定制的AI，更有能力為鋼鐵交易行業的參與者開發實用業務管理及優化工具，從而深化融合、提高平台使用量及增加用戶黏性。

### 中國線上鋼鐵交易市場

中國線上鋼鐵交易是指通過線上交易平台進行的鋼鐵交易。按銷量計算，中國線上鋼鐵交易的市場規模從2018年的97.5百萬噸增加到2023年的264.8百萬噸，預計將以14.7%的複合年增長率增至2028年的525.8百萬噸。按GMV計算，中國線上鋼鐵交易的市場規模從2018年的人民幣4,057億元增加到2023年的人民幣10,795億元，預計將以15.3%的複合年增長率進一步增至2028年的人民幣21,959億元。中國線上鋼鐵交易的市值與鋼鐵產品的價格密切相關。按交易噸量計算，中國鋼鐵交易的市場規模從2021年的209.4百萬噸增加到2022年的219.8百萬噸，而按GMV計算，市場規模從2021年的人民幣10,346億元下降到2022年的人民幣9,958億元。有關下降主要歸因於2021年鋼鐵價格增加並隨後於2022年下降。於2021年，受全球經濟復甦、外部需求增加、國內鋼鐵產品產能受限以及生產及物流成本不斷增加驅動，鋼鐵產品價格大幅增加。2022年及2023年中國鋼鐵價格顯著下滑，主要由於2021年價格上漲導致鋼鐵產品供過於求。儘管2023年鋼鐵價格下跌，但中國線上鋼鐵交易的銷量仍有所增長，由2022年的219.8百萬噸增至2023年的264.8百萬噸，同時鋼鐵交易市場的線上滲透率由2022年的17.5%上升至2023年的20.8%。因此，中國鋼鐵交易的市場規模按交易噸量及GMV計均有所增加。

下表載列中國及全球的過往鋼鐵市價：

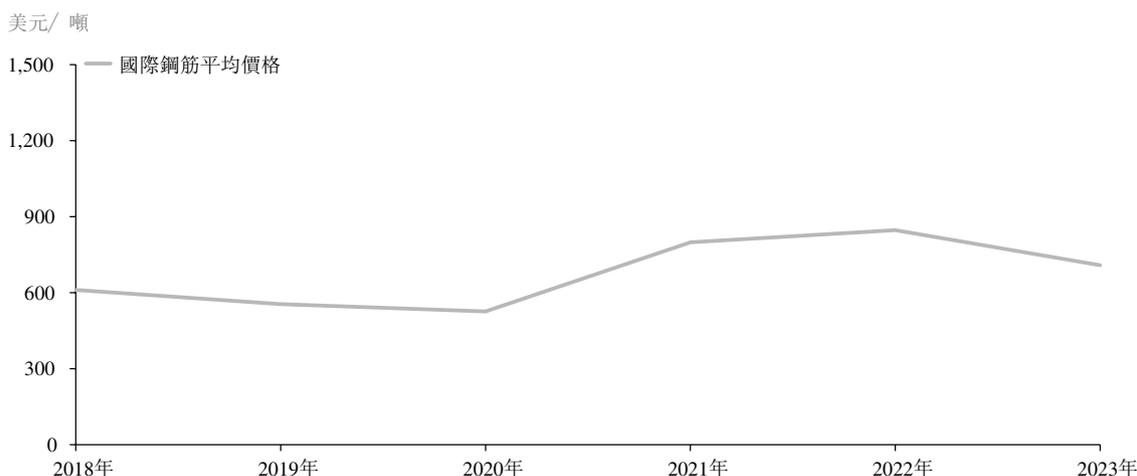
### 2018年至2023年中國鋼鐵市價



資料來源：商務部、灼識諮詢分析

## 目標集團的行業概覽

### 2018年至2023年全球鋼鐵市價



資料來源：Mysteel、灼識諮詢分析

由於缺乏完善的B2B交易技術基礎設施，中國鋼鐵交易市場的線上滲透率較低。根據灼識諮詢的資料，隨著領先數字化平台帶領數字化基礎設施的不斷發展及其與鋼鐵行業的融合，線上鋼鐵交易市場滲透率預計將從2023年的20.8%提高到2028年的40.6%，這意味著存在巨大的市場潛力及發展空間。線上鋼鐵交易市場滲透率是指通過線上交易平台交易的鋼鐵產品量佔通過所有分銷渠道交易的鋼鐵產品總噸量的百分比。

### 鋼鐵行業線上交易市場規模，中國，2018年至2028年(估計)\*



\* 線上鋼鐵交易市場規模僅涵蓋分銷銷售市場

資料來源：灼識諮詢分析

## 目標集團的行業概覽

### 三方線上鋼鐵交易市場

三方線上鋼鐵交易是指由線上平台促成的鋼鐵交易，線上平台為賣家提供直接向買家銷售鋼鐵產品的市場，而非自行銷售鋼鐵產品。三方線上鋼鐵交易市場過去經歷了大幅增長，預計將以19.2%的複合年增長率從2023年的119.4百萬噸增長到2028年的286.9百萬噸。按GMV計算，三方線上鋼鐵交易市場預計將以19.7%的複合年增長率從2023年的人民幣4,869億元增長到2028年的人民幣11,982億元。三方線上鋼鐵交易的滲透率於2023年達到9.4%，預計2028年將增長到22.2%。滲透率是指三方線上交易噸量佔通過所有分銷渠道交易的鋼鐵產品總噸量的百分比。根據灼識諮詢的資料，由於這類平台提供的靈活性及便利，預期鋼鐵行業將有越來越多的中小鋼鐵企業採用線上鋼鐵交易。鋼鐵是具有強週期性且價格大幅波動的商品。三方線上鋼鐵交易平台提供各類鋼鐵交易及增值服務，使買家能夠及時鎖定鋼鐵價格並更好地控制成本，尤其是對抗風險能力及現金流動性有限的中小鋼鐵企業而言。此外，三方線上鋼鐵交易平台具有更多的可售SKU、更低的交易風險、更全面的服務供應及更強大的數據情報能力的特點。因此，越來越多的鋼鐵企業已經且預期將轉向三方線上鋼鐵交易平台進行鋼鐵交易，這有望進一步提振三方線上鋼鐵交易的滲透率並促進三方線上鋼鐵交易日後快速增長。

#### 鋼鐵行業三方線上交易市場規模，中國，2018年至2028年（估計）\*



\* 三方線上鋼鐵交易市場規模僅涵蓋分銷銷售市場

資料來源：灼識諮詢分析

### 中國鋼鐵交易支持服務市場

交易支持服務主要包括物流、倉儲及加工服務和技術服務，均是作為鋼鐵交易價值鏈重要組成部分的增值服務。根據灼識諮詢的資料，在鋼鐵交易行業數字化的趨勢下，增值服務有望快速發展。

---

## 目標集團的行業概覽

---

### 物流、倉儲及加工服務

中國的鋼鐵數字化服務平台與第三方物流、倉儲及加工服務提供商合作完成交易。目前，中國的鋼鐵物流服務市場仍在發展中，其特點是物流成本高，缺乏專業的物流服務解決方案，以及數字化程度低。為提高物流、倉儲及加工服務效率，降低買家的總交易成本，領先的數字化服務平台正在開發信息系統，幫助買家有效識別及連接具有足夠能力和合適能力的服務提供商。此外，由於交易噸量巨大，領先的鋼鐵數字化服務平台能夠與服務提供商談判更有利的條款，為買家創造更多價值。例如，領先的數字化服務平台可以利用先進的技術提供數據分析支持、智能路線優化及智能車隊管理。

### 技術解決方案

中國鋼鐵交易行業的技術解決方案主要包括具有交易、企業資源規劃(ERP)和客戶關係管理(CRM)等功能的SaaS產品，相關產品與行業參與者的日常運營高度相關。目前，鋼鐵行業的批發商、商家及物流公司等大多數參與者仍然根據傳統的交易模式營運，該模式的IT基礎設施尚不成熟，因此其運營和管理的數字化程度低。尤其是大多數中小企業缺乏建立自身IT基礎設施的能力。隨著行業內數字化轉型的不斷深入，技術解決方案(尤其是SaaS產品)可以幫助企業實現跨區域銷售、精準化運營及數據化管理，從而提高銷量，降低人力成本，提升運營管理效率。

### 中國鋼鐵數字化服務平台的未來趨勢

中國鋼鐵交易行業數字化服務平台的未來趨勢將主要集中在以下方面：

**數字化的深入滲透。**數字化平台使用的互聯網和數字技術有望加強鋼鐵交易行業參與者的聯繫，使供應鏈上的物流、信息、資金及業務流更加一體化及高效。鋼鐵交易價值鏈上的參與者將能夠對行業的整體趨勢形成更好的分析和預測，打通不同環節之間的信息孤島，生成實用的複雜問題解決方案，為全價值鏈創造價值。

**一站式解決方案成為鋼鐵行業的主流。**通過將整個鋼鐵交易價值鏈的不同行業參與者連接至同一平台，該平台將更有能力提供多樣化SKU、綜合可靠服務所帶來的便利及滿足買家需求的定制化選項。提供一站式綜合服務(包括物流、倉儲、加工、技術解決方案、大數據分析及其他增值服務)的市場領先平台將逐步成為行業的主流業務模式，重新定義服務標準、促進交易可靠性及提高整體效率。

**數字化基礎設施的重要性日益凸顯。**集成的數字化基礎設施對於支持全套服務的無縫運營至關重要，以應對勞動密集型及費時的傳統鋼鐵交易中的挑戰。成熟的數字化基礎設施使參與者能夠高效交易，實時獲取有用的行業資源，如大數據及行業見解，從而提高整個價值鏈的效率。該數字化基礎設施是平台提供全套服務的必要條件，從而抓住一站式解決方案平台需求帶來的機遇。

## 目標集團的行業概覽

**擴展到其他工業原材料領域。**由於鋼鐵產品與其他工業原材料產品有許多共同點，如產品標準化程度較高及對交易前與交易後支持服務之間的協同效應需求較高。鋼鐵交易行業的一站式數字化服務平台容易複製到其他非鋼鐵工業原材料市場。

**中國日益增長的全球影響力。**東南亞、中東、非洲及拉丁美洲約30%的鋼鐵乃自中國進口。中國鋼鐵生產商對其他國際市場的不斷滲透為鋼鐵交易行業提供巨大的增長潛力。

### 中國鋼鐵數字化服務平台的競爭格局

根據灼識諮詢的資料，按2023年的線上鋼鐵交易噸量計，目標公司是中國第一家提供涵蓋鋼鐵交易整個價值鏈的一站式、完全整合的B2B服務的公司，是世界上最大的三方鋼鐵交易數字化平台。

業務模式	交易噸量 <sup>(1)</sup> (百萬噸)	市場份額 <sup>(2)</sup>	交易買家 <sup>(3)</sup>	物流服務	交易型SaaS 產品
目標公司	47	40%	28,899	<ul style="list-style-type: none"> <li>標準化報價系統和靈活的貨運服務</li> <li>僅需5-10分鐘即可匹配運輸車隊</li> </ul>	✓
公司A <sup>(4)</sup>	39	33%	~29,900	<ul style="list-style-type: none"> <li>缺乏標準化報價</li> <li>綜合第三方承運商資源</li> </ul>	✗
公司B <sup>(5)</sup>	12	10%	~11,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>缺乏標準化報價</li> <li>擁有運輸能力及綜合第三方承運商資源</li> </ul>	✗

資料來源：灼識諮詢分析

附註：

- (1) 交易噸量指三方線上鋼鐵交易噸量，代表賣家通過在線交易平台向買家提供鋼鐵產品產生的交易噸量，而平台本身並不擁有鋼鐵產品的所有權。
- (2) 市場份額按2023年三方線上鋼鐵交易噸量(百萬噸)來計算。
- (3) 交易買家是指2023年在目標公司交易平台上至少交易一次的中小企業買家。
- (4) 公司A，成立於2008年並於2015年於新三板上市，是由一家中國跨國企業集團牽頭的財團控制的B2B鋼鐵交易電子商務平台。公司A提供線上鋼鐵交易服務及供應鏈服務，包括物流及倉儲服務。
- (5) 公司B，成立於2015年，是由一家上海國有鋼鐵企業建立的B2B鋼鐵交易電子商務平台。公司B提供線上交易、物流、倉儲及加工等服務。

## 目標集團的行業概覽

下文載列目標公司於中國整體鋼鐵交易市場（包括自營及三方鋼鐵交易）的排名（按2023年的鋼鐵交易總噸量計）：

	2023年整體鋼鐵交易噸量 (百萬噸)	市場份額
公司A	64	3.8%
公司C <sup>(1)</sup>	52	3.1%
<b>本公司</b>	<b>49</b>	<b>3.0%</b>
公司B	37	2.2%
公司D <sup>(2)</sup>	27	1.6%

資料來源：年報、灼識諮詢分析

附註：

- 公司C，成立於2000年並於2000年在上海證券交易所上市，是一家總部位於上海的中國國有鋼鐵集團的附屬公司。公司C從事鋼鐵生產及全球分銷。
- 公司D，成立於1997年並於1999年在深圳證券交易所上市，是一家總部位於長沙的中國國有公司。公司D從事鋼鐵產品及有色金屬產品的冶煉、生產及銷售。

以下是目標集團就各主要業務線收取的費用與相關行業平均水平的比較：

主要業務線	行業平均水平	灼識諮詢的觀點
提供予中小企業買家的交易服務	目標集團就中小企業賣家在目標集團的平台上進行的銷售向彼等收取佣金。平均行業佣金介於每噸人民幣4元至人民幣7元。	目標集團向中小企業賣家收取的佣金符合行業平均水平。
提供予大客戶的交易服務	目標集團就所提供的採購服務向大客戶收取佣金，該等服務通常以定制化及項目形式進行。這類定制服務並無行業標準，因此費率或會因不同服務提供商而異。	
物流、倉儲及加工服務	<p>物流：對買家收取的行業平均物流服務費介於每噸人民幣0.5元至人民幣5.1元，一般根據運輸距離釐定。</p> <p>倉儲：行業平均倉儲服務費介於每日每噸人民幣0元至人民幣2元。</p> <p>加工：不適用，鑒於鋼鐵種類及加工方式的差異，業內並無標準化加工費。</p>	<p>物流：目標集團收取的服務費符合行業平均水平。</p> <p>倉儲：目標集團收取的服務費符合行業平均水平。</p>
票據結算	其他鋼鐵交易平台一般接受銀行承兌匯票及商業承兌匯票；銀行承兌匯票利率介於2.5%至5%。	目標集團所收到票據的利率符合行業平均水平。
科技訂閱服務	標準化產品的行業平均年度訂閱費介於人民幣2,500元至人民幣3,500元。定制化SaaS產品的行業平均費用介於數十萬元至數百萬元。	目標集團收取的標準化產品年度訂閱費符合行業平均水平。
國際交易業務	不適用，業內其他鋼鐵交易平台通常不從事國際交易業務。	不適用

---

## 目標集團的行業概覽

---

### 鋼鐵行業數字化服務平台的進入壁壘

由於鋼鐵行業的大多數參與者尚未轉移至數字化服務平台，先行者能更好地利用以下優勢：

- **深厚的行業專業知識。**價值鏈上的行業參與者在採購、資金、物流及技術升級方面有不同的需求。只有在鋼鐵產品及供應鏈方面具有深刻行業見解及深厚專業知識的數字化服務平台，才能通過提供具體、結構化及可靠的解決方案，更好地滿足所有參與者的需求。新進入者將難以獲得與市場領先的數字化服務平台類似的服務標準所需的經驗及深刻的行業見解。
- **優質的賣家資源。**賣家將優先與具有廣大買家群體、廣泛分銷渠道及成熟供應鏈管理的數字化服務平台合作以拓展銷售渠道並消除鋼鐵交易行業傳統上存在的地區限制。因此，品牌成熟且網絡發達的平台具備獲得擁有大量SKU及服務能力的成熟優質賣家的先發優勢。新的行業進入者可能難以競爭優質賣家資源。
- **買家的信任。**受賣家、供應商、合作夥伴及買家信任的數字化服務平台有望於競爭中脫穎而出。因此，平台提供的透明度和安全無縫的交易體驗通常有助形成買家的信任、忠誠度及黏性。缺乏營運記錄及行業經驗的平台需要更長時間取得買家的信任。
- **優質的生態系統參與者。**鋼鐵產品買家通常需要一系列配套服務，包括物流、供應鏈技術支持，以促進其鋼鐵交易。有關服務的可用性及質素進而可提高買家對數字化服務平台的黏性。現有平台憑藉其完善的網絡效應可更好地吸引、保留及僱傭優質生態系統參與者，如物流承運商及倉儲運營商。
- **更加成熟的技術能力。**技術能力包括大數據分析、人工智能、雲計算等，是數字化的關鍵。缺乏強大技術能力的平台將難以提高鋼鐵採購效率、提供卓越體驗及有效促進交易。

### 未來擴展到非鋼數字化服務平台

#### 中國非鋼行業潛在的數字化轉型

由於傳統的非鋼行業在交易流程中存在著中間商眾多、信息不對稱、缺乏透明度和效率低下等與鋼鐵行業類似的痛點，因此中國的非鋼行業在數字化轉型方面具有巨大的潛力。中國政府一直提倡工業領域的數字化轉型。例如，2021年12月，國務院聯合工信部、科學技術部及自然資源部發佈了《「十四五」原材料工業發展規劃（2021-2025年）》，旨在到2025年形成質量更高、效益更好、分佈更廣、低碳更安全的中國原材料行業新發展格局。該發展規劃強調要加快發展數字經濟，促進產業基礎升級和產業鏈現代化。此外，激烈的市場競爭迫使行業參與者降低成本，提升效率，以實現可持續增長，行業需要進行數字化轉型。此外，雲計算、物聯網、人工智能、大數據、SaaS等技術和IT基礎設施的快速發展，為提高非鋼行業的整體數字化水平奠定了穩固基礎。

## 目標集團的行業概覽

### 潛在的可拓展市場

工業原材料乃用於生產商品及成品、合成能源的基本材料，或作為未來成品原料的中間材料。此處的工業原材料包括生產資料和工業大宗商品，但不包括紡織原材料和採掘原材料，如原油和煤炭。根據灼識諮詢的資料，傳統的原材料行業面臨低效率和過高成本的問題，產生了對數字化轉型的迫切需求。龐大的工業原材料市場和數字化轉型預計將為工業數字化服務平台參與者提供重要的增長機會，2028年中國工業原材料的市場規模預計將達人民幣21.4萬億元。

根據灼識諮詢的資料，隨著數字化不斷升級及在鋼鐵交易行業獲得的豐富經驗，鋼鐵數字化服務平台有較高潛力將其服務擴展到以下額外的產品類別：

- **有色金屬**。有色金屬是除鐵、鎢和錳之外的所有金屬的總稱。以銅為例，該商品的標準化程度高，相關行業具備穩固基礎進行數字化。中國的有色金屬市場規模預計將在2028年上升至人民幣3.1萬億元，2023年至2028年的複合年增長率為6.6%。
- **電子元器件**。電容器和電阻器等電子元器件是電路的元素。電子元器件市場規模預計在2028年將增長到人民幣3.2萬億元，2023年至2028年的複合年增長率為5.3%。
- **電線及電纜**。電線電纜是輸送電力、傳輸信息、實現電磁能轉換的產品，廣泛應用於國民經濟的各個領域。電線電纜的市場規模預計將於2028年達到人民幣2.3萬億元。

### 資料來源

就特殊目的收購公司併購交易而言，我們已聘請灼識諮詢對中國鋼鐵行業進行詳細分析並編寫行業報告。灼識諮詢是一家位於中國的獨立市場研究及諮詢公司，提供行業諮詢服務、商業盡職調查和戰略諮詢。我們就編寫灼識諮詢報告共產生人民幣1,180,000元的費用及支出。該款項的支付並不取決於特殊目的收購公司併購交易的成功或灼識諮詢報告的結果。除灼識諮詢報告外，我們並無委託任何其他與特殊目的收購公司併購交易有關的行業報告。

我們已將灼識諮詢報告的若干資料載入本通函，原因是我們相信該等資料有助潛在投資者了解中國鋼鐵數字化服務平台行業。灼識諮詢運用各種資料開展一手及二手資料研究。一手資料研究涉及訪問主要行業專家及行業領先參與者。二手資料研究涉及分析來自各種公開來源的數據，例如國際鋼鐵協會、中國進出口數據庫等。灼識諮詢報告中的市場預測乃基於以下關鍵假設：(i)全球經濟和工業發展在未來十年可能保持穩定的增長趨勢；(ii)相關行業的關鍵驅動因素可能會推動中國鋼鐵數字化服務行業的持續增長，如不斷加劇的行業競爭、強有力的工業基礎設施支持以及支持性的政府政策和法規；及(iii)不存在任何市場可能受到巨大或根本影響的極端不可預見的情況或行業法規。

灼識諮詢認為，於編製灼識諮詢報告時所用的基本假設（包括用於進行未來預測的該等假設）均屬真實、準確及無誤導成分。灼識諮詢已獨立分析有關資料，但其審閱結論的準確性主要取決於所收集資料的準確性。灼識諮詢的研究或會因該等假設的準確性及所選擇的該等一手及二手資料來源而受到影響。