

行業概覽

本節及本文件其他章節所載的資料及統計數據摘錄自我們委託灼識諮詢編製的報告、各種政府官方出版物及其他公開來源。我們委聘灼識諮詢就[編纂]編製一份獨立行業報告(即灼識諮詢報告)。來自政府官方來源的資料未經我們、我們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，並對其準確性概不發表任何聲明。

綠色家居綜合服務行業概覽

傳統家裝家居行業長期以來存在產能過剩及粗放型生產方式等特點，導致一系列的健康與環境問題。傳統的裝飾裝修材料與家居產品普遍存在甲醛、苯系列物質及其他VOC超標的問題。該等物質對室內環境及人體健康構成潛在風險。過往，該行業過度依賴成本優勢與規模擴張。許多企業在原材料選擇、生產流程及產品耐用性等方面，缺乏綠色設計理念與系統化管理。因此，整體的環保表現依然較低，資源利用效率有限。傳統生產模式還伴隨著高能耗、低材料利用率以及污染控制不足等問題，這不僅增加了營運成本，也加劇了環境負擔。該等問題顯著限制了該行業向可持續發展的轉型。

該行業亦面臨持續的結構性挑戰，包括嚴重的產品同質化、激烈的價格競爭以及顯著的產能過剩。許多企業主要依賴價格競爭來獲取市場份額，缺乏在產品創新、設計研發及品牌建設方面的持續投入。因此，產品附加值與整體盈利能力依然偏低。隨著消費需求升級以及監管要求日益嚴格，該行業正經歷結構性調整與優化。在低端產能逐步出清的同時，價值鏈的各個分部正加速向更綠色、更智能及更高質量的方向轉型。

全球對可持續發展的關注日益增加，消費者對更健康居住環境的需求不斷增長，正推動傳統家居行業從粗放型製造向更綠色、更智能的發展模式轉型。競爭態勢正從同質化的價格驅動競爭，轉向更高附加值和一體化服務能力。商業模式正從單一產品製造演變為涵蓋設計、材料、生產、安裝及售後服務的全方位服務提供。通過在整個價值鏈中採納綠色設計理念和數字化管理，企業能夠更好地實現更高質量、更可持續的增長。

行業概覽

綠色家居綜合服務的定義與分類

綠色家居綜合服務指通過採用無毒、低排放且節能的材料與技術，以協調及系統的方式，在環保、健康和可持續發展的原則下，將綠色裝飾裝修材料的供應與綠色定制家居的供應結合起來的綜合性服務。其範圍覆蓋了包括設計、研發、生產、銷售及維修在內的整個價值鏈，旨在減少對環境的負面影響，同時提升居民的生活質量與健康水平。

從產品角度而言，綠色家居綜合服務由兩大核心類別組成。第一類包括符合國家或國際環保標準的綠色裝飾裝修材料，如板材、塗料、陶瓷及膠黏劑等。第二類包括綠色定制家居，指在材料選擇、設計、製造及使用的所有階段均符合節能、減排及環境健康要求的家具和家居產品。這兩大類別共同構成綠色家居綜合服務的基礎結構。

開發及提供綠色家居綜合服務，為消費者提供更健康、更安全且更具成本效益的生活解決方案，契合國家促進節能減排及綠色消費的政策目標。透過將環境因素融入整個價值鏈，該等產品及服務在支持家居行業的綠色轉型及持續改善生活水平方面發揮著作用。

綠色家居綜合服務分類



資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

綠色家居綜合服務行業價值鏈

綠色家居綜合服務行業的價值鏈已趨成熟，涵蓋從綠色原材料供應到終端用戶消費的多個階段。上游分部主要涉及綠色原材料的研發與供應，包括木質原材料、無醛膠黏劑、生物基或再生材料以及節能塗料。該等材料構成推動行業綠色轉型的基礎。

中游分部專注於綠色製造，由兩個關鍵部分組成：綠色裝飾裝修材料的生產以及綠色定制家居產品的製造。該分部的企業採取諸如低能耗設備、無醛添加工藝以及回收再利用系統等措施，以提高生產過程中的能源效率並提升產品的環保性能。

下游分部主要由分銷網絡及終端用戶市場組成。其包括裝飾裝修公司、零售渠道、電商平台及個人消費者，共同構建了一個全面且多元化的市場結構，從而實現整個行業內有效的供需匹配。

綠色家居綜合服務行業價值鏈



資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

綠色家居綜合服務行業的商業模式

綠色家居綜合服務提供者的商業模式通常可以分為產品供應及知識產權授權。

在產品供應模式下，企業以自身名義向下游客戶銷售綠色裝飾裝修材料及家居相關產品。銷售安排可能包括分銷、直銷及其他適用的業務模式。根據特定的業務安排，企業通常參與原材料採購或生產組織、庫存管理、交付及售後服務，並在交易結構中承擔相應的品質及售後責任。在此模式下，企業作為交易對手方，直接與客戶結算，並採用相對明確的收入確認與成本會計流程。此模式有助於滿足下游客戶在合規管理、品質保證及責任分配方面的一般性要求，屬業界成熟且普遍採用的業務模式。

在知識產權授權模式下，企業將其相關知識產權及商標授權給予合格的合作夥伴，由合作夥伴根據許可協議組織生產及銷售相關產品。企業主要透過收取許可費或品牌相關服務費來獲得收入，並通過許可管理、品質標準制定及監督機制對許可產品的整體品質及使用進行監管。在這種模式下，許可產品的生產、銷售及相關責任通常由被許可人在相關合約協定的範圍內承擔。此模式使企業能夠在保持可控營運複雜性的同時，拓展產品覆蓋範圍及銷售網路。從產業整體來看，綠色家居綜合服務提供者通常會根據產品特性及通路結構，靈活地結合產品供應及知識產權授權模式。不同模式下業務流程及責任分配的差別使其能夠應用於不同的商業場景，並逐漸演變為產業內相對穩定的營運模式。

中國綠色家居綜合服務市場規模龐大，於2024年達到約萬億級規模。儘管規模顯著，該行業目前仍高度分散，集中度較低。隨著環保標準日益嚴格、對綠色產品的需求增加，以及企業在規模化和標準化運營能力的提升，市場正逐漸向具備強大綠色製造能力、全面產品組合及完善分銷網絡的領先企業傾斜。隨著小型企業持續退出市場，預計行業集中度將進一步提高，為領先企業提供顯著的增長潛力。

行業概覽

中國綠色裝飾裝修材料與綠色人造板行業概況

裝飾裝修材料的定義與分類

裝飾裝修材料是建築與家居產業的重要組成部分。其主要指用於裝飾或保護內外牆、天花板、地面及其他結構表面的材料，同時提供特定的功能屬性。根據材料形態與應用，裝飾裝修材料可分為數個產品類別，包括板材、塗料、陶瓷、金屬五金、塑料管材及其他輔助材料。

近年來，隨著中國「雙碳」目標的推進以及綠色建築政策的持續實施，為產業升級創造了結構性機遇。綠色、環保與節能產品已成為全行業發展的主攻方向。在各類材料類別中，人造板作為裝修過程中至關重要的基礎材料，具備資源利用率高、生產效率強及成本相對可控等優勢，使其成為產業綠色轉型中最具前景的細分領域之一。

為了規範產品環保性能，中國頒佈了《人造板及其製品甲醛釋放量分級》，將室內用人造板及其製品的甲醛釋放量分為E₁、E₀及E_{NF}三個等級，其中E_{NF}為最嚴格的標準。此外，2025年發佈的強制性國家標準《室內裝修裝飾材料—人造板及其製品中甲醛釋放限量》進一步提高了環保要求。新標準顯著縮短檢測週期，並規定人造板產品必須達到E₁級釋放量限制要求，而人造板飾面製品則必須達到E₀級，為綠色人造板的普及提供新的政策動力，並驅動行業進一步升級。

行業概覽

室內用人造板及其製品甲醛釋放量分級

甲醛釋放量限制等級	限量值 (mg/m ³)
E ₁	≤0.124
E ₀	≤0.050
E _{NF}	≤0.025

資料來源：《人造板及其製品甲醛釋放量分級》、灼識諮詢報告

綠色人造板驅動裝飾裝修材料行業的綠色轉型

綠色人造板通常指板材產品在原料選擇、製造流程及產品性能方面均符合健康、環境保護及可持續性要求。通過使用無醛或低醛膠黏劑、生物基或回收原材料，以及節能減排的製造工藝，綠色人造板在減少有害物質排放、改善室內空氣質量及提高資源利用效率方面具有顯著優勢。

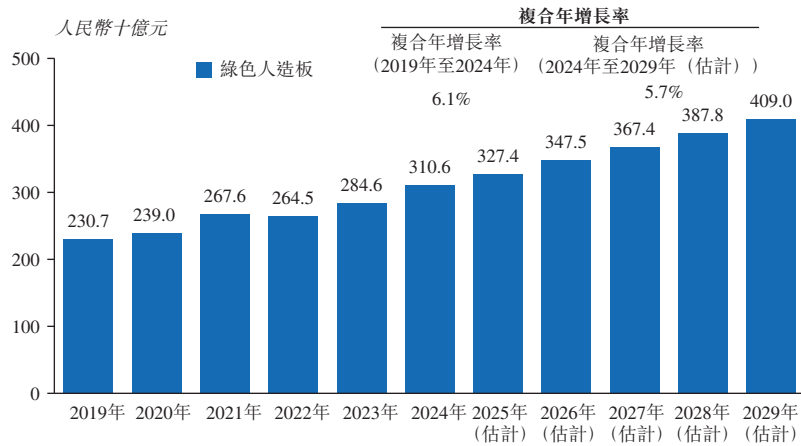
隨著環保標準日益嚴格以及消費者對健康與美學意識的提升，傳統人造板正迅速向綠色人造板產品升級。綠色人造板的更廣泛採用，預計將進一步驅動裝飾裝修材料行業朝著更低碳排放、循環利用及更高產品質量的方向發展，為綠色建築與綠色家居體系提供必要的支持。

中國綠色人造板市場規模

中國綠色人造板市場規模從2019年的人民幣2,307億元增長至2024年的人民幣3,106億元，複合年增長率為6.1%。預計該市場將以5.7%的複合年增長率持續增長，並於2029年達到人民幣4,090億元。

行業概覽

2019年至2029年（估計） 按銷售價值計中國綠色人造板市場規模



資料來源：國家統計局(NBS)、中國林產工業協會、灼識諮詢報告

中國綠色人造板行業的核心驅動力與發展趨勢

- **環保標準的持續強化：**隨著國家綠色建築政策和健康生活標準的不斷實施，人造板行業的環保要求持續提升。在國家大力推行「建造好房子、好社區、好街區、好城市」的倡議，以及「美麗鄉村」建設的背景下，建築和室內裝飾材料越來越需要超越基本的監管合規性，進一步融入長期健康屬性和環境友好屬性。甲醛釋放限量正在從E₁級升級至E₀和E_{NF}級別，部分領先企業已開始探索更高性能的HE_{NF}級產品。作為室內裝潢的基本材料，提高人造板的環境性能已成為整個產業技術升級和產品迭代的關鍵方向，並穩步向更高品質的發展階段過渡。
- **綠色材料與製造工藝的創新：**綠色材料與環保工藝的持續創新是產業升級的核心驅動力。無醛或低醛膠黏劑、再生纖維及生物基原材料等新材料的採用率不斷提升，同時生產過程中的節能減排與資源循環利用也得到了顯著加強。在舊城改造、城市更新和經濟適用房建等應用的支持下，對低排放和性能穩定的人造板的需求持續增長，推動了行業內材料系統和生產過程的更快迭代。同時，行業正從單一關注低醛產品轉向多功能解決方案，包括阻燃、抗菌及防潮板材等。該等發展進一步擴大了應用場景，並提升了綠色人造板的綜合競爭力。

行業概覽

- **智能製造與規模驅動的成本降低：**在工業4.0與智能製造技術的推動下，自動化生產線、信息化控制系統及數字化檢測設備已在人造板生產中得到廣泛應用。智能技術的應用大幅提升了生產效率與產品一致性，同時提高了原材料利用率並降低了能源消耗。隨著對綠色產品的需求規模不斷擴大，擁有可擴展的綠色製造能力和強大的品質控制系統的公司，在成本控制和供應可靠性方面正日益增強其競爭地位。智能化與規模化製造還有效降低了單位生產成本，為綠色人造板在大眾市場的廣泛普及提供了有力支持。
- **消費者環保意識的提升：**隨著健康消費理念的普及以及消費者對居住環境質量關注度的提高，對環保型家裝材料的需求顯著增長。人造板作為與室內生活空間長期接觸的核心材料，直接影響居住健康，因此受到消費者的強烈關注。公眾環保意識的提高不僅推動了綠色產品需求的成長，也促使產業參與者加快建立涵蓋原材料選擇、生產流程和成品檢驗的端到端品質管理體系，從而進一步提高綠色人造板產品的市場滲透率。

中國綠色人造板市場競爭格局

中國人造板行業長期以來規模宏大，但在結構上較為分散。隨著人造板產品環境性能的提升，該產業正逐步向綠色轉型。擁有可擴展綠色生產能力的企業正不斷增強其競爭優勢，產業格局也呈現領先綠色製造商集中化的趨勢。根據2024年綠色人造板的營業收入計算，本公司在中國綠色人造板企業中排名第三。

中國綠色人造板企業排名(按2024年收入計)

排名	公司	收入	收入	品牌
		(僅產品)	(僅知識產權)	銷售價值*
		(人民幣十億元)	(人民幣十億元)	(人民幣十億元)
1	公司A ⁽¹⁾	~4.8	~0.5	~10.0-12.0
2	公司B ⁽²⁾	~4.0	~0.4	~7.0-9.0
3	本公司	2.3	0.4	6.0
4	公司C ⁽³⁾	~0.2	~0.3	~3.0-3.5

資料來源：年報、灼識諮詢報告

行業概覽

附註：

- * 品牌銷售價值指帶有本公司商標的人造板總銷售值，包括(i)本公司直銷人造板產生的收益；及(ii) OEM合作夥伴生產的人造板數目乘以可與本公司比較的人造板的售價。
- (1) 公司A專注於環保人造板及全屋定制領域的裝飾及裝修材料業務。公司A為一家成立於2001年的上市公司，總部位於中國浙江，於深圳證券交易所(深交所)上市。
- (2) 公司B為一家主要從事人造板研發、生產及銷售的裝飾及裝修材料公司。成立於1999年、總部位於中國浙江，公司B為一家公開掛牌公司，其股份在全國中小企業股份轉讓系統掛牌交易。
- (3) 公司C為一家專精於人造板及實木定制家居產品的製造商。公司C為一家成立於2016年的私營企業，總部位於中國浙江。

綠色人造板行業的挑戰及進入壁壘

- **技術及工藝壁壘：**綠色人造板涉及環保材料體系、低排放黏合劑技術及穩定的生產工藝，需要強大的材料研發及工藝實施能力。漫長的研發週期及高昂的試誤成本使得新進入者難以在短期內建立成熟且穩定的綠色產品系統。
- **與大型製造及品質穩定性相關的壁壘：**隨著對綠色產品的需求不斷增長，下游客戶對環保性能及批量供應穩定性提出更高的要求。擁有可擴展綠色生產能力及完善品質管理系統的企業在成本控制及供應可靠性方面具有優勢，而新進入者則面臨產能提升並維持產品品質一致性的挑戰。
- **來自行業集中日益增加的壁壘：**在環境法規日益嚴格及全行業綠色轉型推進的背景下，競爭逐漸向擁有技術及規模優勢的領先企業集中。規模經濟及議價能力的增強提高整體入場門檻。

中國綠色家居與綠色定制家居行業概況

家居產品的定義與分類

家居產品指用於居住空間以滿足功能與裝飾需求的廣泛產品，包括家具、軟裝及相關配套設施。家居產品不僅具備空間利用與儲物等功能性用途，還在提升居住舒適度與表達美學偏好方面發揮著重要作用。根據生產與設計特點，家居產品可進一步分為標準化產品與定制化產品。

行業概覽

定制家居是指根據個人偏好、戶型特點及空間佈局需求進行設計，並通過柔性且規模化的製造流程生產的產品。定制家居的核心價值在於滿足個性化需求的同時，實現設計、製造與交付的標準化與高效化。這一模式代表了行業從傳統大規模製造向數字化、智能化生產轉型的重要方向。

與非定制產品相比，定制家居在材料選擇、空間設計連貫性以及尺寸精確度方面具有顯著優勢。通過個性化設計與規模化生產相結合，定制家居能夠提供更高的產品與服務價值。在材料選擇方面，定制家居企業通常對原材料進行嚴格篩選與質量控制，優先選用綠色、環保且健康的木質人造板及輔料，以確保產品的安全性和可持續性。在空間風格方面，定制家居能夠實現與整體戶型及室內主題一致的統一設計，從而獲得更好的功能與美學整合。在尺寸兼容性方面，產品可以根據具體的房間佈局和使用場景進行量身定制，以最大化空間利用率並減少浪費。通過信息化管理與智能製造系統實現的柔性生產，企業能夠有效連接個性化設計與規模化生產，平衡成本控制與交付效率。

綠色定制家居作為家居行業的核心發展方向

綠色定制家居是指以綠色人造板為主要材料，並將節能、減排及可持續發展理念貫穿於設計、生產和交付全過程的定制化產品。該等產品不僅滿足了居住空間的功能與美學要求，還更加強調環保性能與低碳製造，代表了廣義綠色家居行業中的重要發展方向。

定制家居憑藉其在材料選擇、空間兼容性及生產模式方面的固有優勢，更具備實現早期綠色轉型的有利條件。一方面，定制家居企業通常對原材料採購擁有較強的控制力，能夠優先使用低醛板材、環保膠黏劑及其他綠色輔料，從而從源頭上確保產品的健康與安全。另一方面，柔性且規模化的製造模式為整合綠色製造實踐奠定了堅實基礎，有助於提高能源效率並減少廢棄物產生。

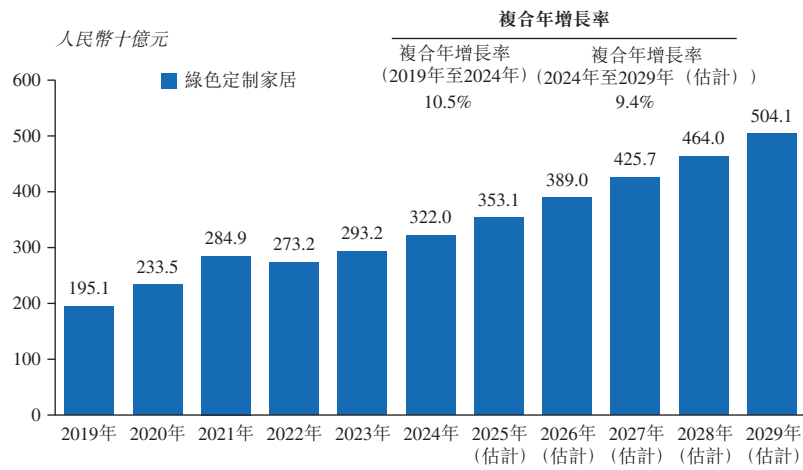
隨著中國「雙碳」政策的持續推進以及消費者健康環保意識的提升，定制家居的關注點正從個性化設計和空間效率擴展到環保性能、綠色屬性和可持續性。因此，綠色定制家居正日益成為行業內的主要發展趨勢。

行業概覽

中國綠色定制家居市場規模

中國綠色定制家居市場規模從2019年的人民幣1,951億元增長至2024年的人民幣3,220億元，複合年增長率為10.5%。預計該市場將以9.4%的複合年增長率進一步擴張，並於2029年達到人民幣5,041億元。

2019年至2029年（估計） 按收入計中國綠色定制家居市場規模



資料來源：國家統計局、灼識諮詢報告

綠色定制家居行業的主要驅動力與發展趨勢

- **消費升級及對健康環保的需求日益增長：**隨著家裝消費趨於理性且注重品質，消費者對健康、環保及低醛材料的關注度持續提升。隨著政策越來越重視住宅安全、舒適和整體空間質量，定制家居產品也在不斷發展，更加注重健康、安全和綜合解決方案屬性。綠色屬性與環保性能已成為購買定制家居時的重要決策因素。綠色定制家居憑藉其更安全、更健康的產品特性，正獲得更高的消費者認可，並成為行業的核心賣點與競爭焦點。
- **全屋定制與成品交付進程加速：**隨著裝修需求從單一產品轉向整合空間設計，市場正從購買獨立家具轉向全屋定制解決方案。這一趨勢正驅動企業在設計、生產及安裝流程中提升標準化與成品化能力。隨著對現有住房升級、舊房改造和部分

行業概覽

空間翻新的需求不斷增長，能夠整合設計、生產和安裝，高效可靠地交付的品牌越來越受到消費者的青睞，而成品交付能力正成為衡量競爭力的關鍵指標。

- **個性化與智能化的融合：**消費者對居住空間的風格、功能及個性化表達的需求日益增長，使個性化設計成為定制家居的一大賣點。同時，隨著智能家居技術滲透率的提升，綠色定制家居產品正朝向多功能化與智能化方向發展，在提供美學價值的同時亦增強了便利性與實用性。
- **渠道多元化與下沉市場滲透：**線上與線下渠道持續融合，使企業能夠透過新零售模式與數位化工具提升獲客能力與市場覆蓋範圍。同時，企業正加速向較低線城市及縣級市場擴張，以服務更廣泛的客群。隨著住房改善需求逐漸向核心城市以外地區擴展，在本地化配送和服務能力提升的支持下，綠色定制家居用品在低線市場的市場滲透深度和穩定性不斷增強。隨著當地對居住條件改善需求的提升，綠色定制家居產品在該等市場獲得了更廣泛的認可，為較低線地區貢獻更穩定的增長機會。
- **行業結構分散：**由於區域消費模式、渠道結構以及交付半徑限制的差異，定制家居行業依然保持分散的特徵。各地區的競爭者利用本土化的運營能力和差異化的產品策略來建立各自的優勢，形成多中心競爭格局。

中國綠色定制家居市場的競爭格局

中國綠色定制家居市場呈現多元化的競爭格局。隨著對環保及定制產品的需求持續攀升，企業在綠色材料應用、供應鏈整合及服務交付方面的能力，已日益成為關鍵的競爭差異化來源。儘管多家企業已將業務拓展至全國範圍，整體市場集中度仍處於有限狀態，競爭格局受區域消費模式及多元化渠道結構所形塑。根據2024年的收入計算，本公司在中國綠色定制家具企業中排名約11至15之間。

行業概覽

中國綠色定制家居產品企業排名(按2024年收入計)*

排名	公司	收入 (人民幣十億元)
1	公司D ⁽¹⁾	~18.9
2	公司E ⁽²⁾	~10.5
3	公司F ⁽³⁾	~5.3
4	公司G ⁽⁴⁾	~3.8
5	公司H ⁽⁵⁾	~3.5
6	公司I ⁽⁶⁾	~1.9
7	公司A	~1.7
8	公司J ⁽⁷⁾	~1.4
9	公司K ⁽⁸⁾	~1.0
10	公司L ⁽⁹⁾	~0.9
	...	
11-15	本公司	0.7

資料來源：年報、灼識諮詢報告

附註：

* 根據公開可查閱數據。

- (1) 公司D為一家定制家具解決方案供應商，產品涵蓋廚房櫥櫃、衣櫥、衛浴套件及木門。公司D為一家成立於1994年的上市公司，總部位於中國廣東，於上海證券交易所(上交所)上市。
- (2) 公司E專注於經營全屋定制櫥櫃、廚房設備、木門及相關產品業務。公司E為一家成立於2003年的上市公司，總部位於中國廣東，於深交所上市。
- (3) 公司F為一家提供全屋定制家具服務的供應商，為消費者提供整合解決方案。公司F為一家成立於2005年的上市公司，總部位於中國安徽，於上交所上市。
- (4) 公司G為一家從事全屋板式家具定制生產及銷售的製造商。公司G為一家成立於2004年的上市公司，總部位於中國廣東，於深交所上市。
- (5) 公司H為一家一站式全屋定制解決方案供應商，提供研究、設計、生產及銷售服務。公司H為一家成立於1999年的上市公司，總部位於中國福建，於上交所上市。
- (6) 公司I專精於全屋家具定制，提供一站式定制解決方案。公司I為一家成立於2007年的上市公司，總部位於中國廣東，於上交所上市。
- (7) 公司J為一家提供廚房櫥櫃、定制衣櫃及全屋定制家具的製造商。公司J為一家成立於2006年的上市公司，總部位於中國江蘇，於上交所上市。
- (8) 公司K為一家提供定制衣櫥、配套家具、五金配件及定制生態門的供應商。公司K為一家成立於2002年的上市公司，總部位於中國廣東，於深交所上市。
- (9) 公司L專營於廚房櫥櫃、衣櫥及相關配套產品的定制。公司L為一家成立於2005年的上市公司，總部位於中國廣東，於深交所上市。

行業概覽

綠色定制家居行業的挑戰及進入壁壘

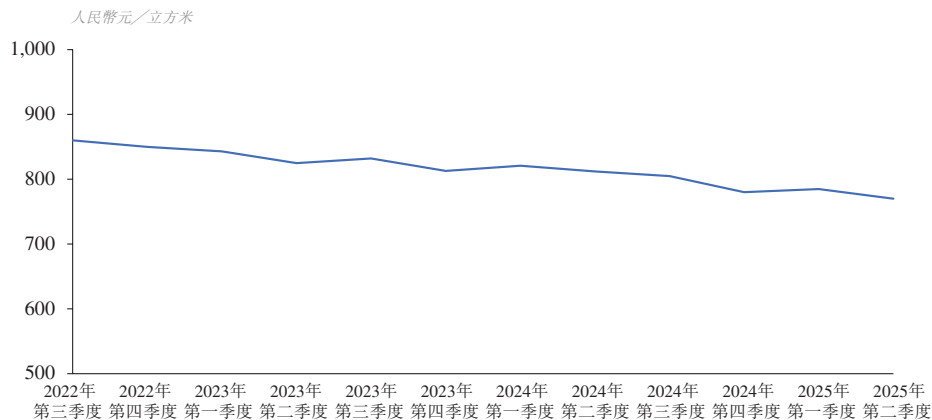
- **品牌及信任壁壘**：綠色定制家居產品與居住者的健康安全息息相關，因此消費者格外重視品牌聲譽和信譽。品牌實力的建立需要長期累積可靠的交付能力及服務質量，這給新入場者在客戶獲取及市場擴張方面帶來相當大的挑戰。
- **與系統交付及數字化能力壁壘**：定制家居涉及多品類組合、個人化設計及靈活生產，對數字化系統及跨流程協調提出很高的要求。缺乏足夠數字化支援的企業往往難以在交付效率、成本控制及品質穩定性方面取得競爭優勢。
- **渠道及服網絡壁壘**：定制家居產業高度依賴線下通路、安裝、配送及售後服務。產業領導者通常擁有完善的通路網路及服務體系，而新入場者則需要在通路開發及服務能力建構方面投入大量前期資金。

主要原材料價格趨勢與分析

生產所需的主要原材料包括木質原料、膠黏劑、裝飾飾面、封邊材料及包裝輔料。其中，木質原料是核心成本組成部分之一。綠色木質人造板及定制家居產品主要使用杉木、桉木、松木和楊木等速生木材品種。近年來，在國內林場種植面積保持穩定以及進口渠道多元化的支撐下，木材整體供應維持充足，價格保持在相對穩定的範圍內。例如，杉木價格在2022年第三季度至2025年第二季度期間波動有限，整體呈現溫和的震蕩下行趨勢。展望未來，隨著國內林木資源的持續釋放以及下游需求結構的穩定，預計木材價格將繼續在穩定區間內運行，這將為企業的成本控制和經營穩定性提供有力支持。

行業概覽

杉木價格走勢(雲南至貴州地區)(2022年第三季度至2025年第二季度)



資料來源：中國木材與木製品流通協會、灼識諮詢報告

資料來源

我們委聘灼識諮詢(一家提供行業諮詢服務、商業盡職調查及戰略諮詢的獨立市場研究及諮詢公司)對中國綠色家居綜合服務行業進行詳細的研究及分析。我們已同意就編製灼識諮詢報告向灼識諮詢支付人民幣583,000元的費用。我們已將灼識諮詢報告中的若干資料載入本節以及本文件「概要」、「業務」、「財務資料」及其他章節，以便為潛在提供我們經營所在行業的全面介紹。經作出合理查詢後，董事確認，就彼等所知，自灼識諮詢報告日期起直至最後實際可行日期，業內概無出現任何不利變動而可能符合、抵觸或產生影響本節所列資料。

於編製灼識諮詢報告期間，灼識諮詢進行了一手及二手研究，並收集了有關目標研究市場內行業趨勢的知識、統計數據、資料及見解。一手研究涉及對主要行業專家及領先行業參與者的訪談。二手研究包括分析來自各種公開來源的數據，例如國家統計局。

灼識諮詢報告乃基於以下假設編製：(i)中國整體社會、經濟及政治環境預計在預測期內保持穩定；(ii)相關的關鍵行業驅動因素可能會在整個預測期內推動中國綠色家居綜合服務行業的持續增長；及(iii)預測期內不存在可能對市場造成重大或根本性影響的極端不可抗力或不可預見的行業法規。