

## 行業概覽

本節載有來自政府官方刊物及業務資料來源的若干資料，以及一份我們委託弗若斯特沙利文編製的報告。我們相信，該等資料之來源乃該等資料的適當來源而我們已合理審慎地摘錄及轉載該等資料。我們並無理由相信該等資料屬虛假或含誤導成份，亦無理由相信有遺漏任何事實可致使該等資料屬虛假或含誤導成份。我們、保薦人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商或彼等的任何聯屬人或顧問、或參與股份發售的任何其他各方並無獨立核證來自上述來源的該等資料，且並無就該等資料的準確性發表任何聲明。有關進一步資料，請參閱本招股章程「風險因素－與本招股章程有關之風險－本招股章程所載統計數字及行業資料可能不準確及不應過份依賴」一節。我們經合理考慮後，認為自刊發行業報告日期起，市場資料並無重大不利變動，以致可能對本節的資料有所保留、存在矛盾或產生影響。

### 資料來源

我們委託獨立市場調查及諮詢公司弗若斯特沙利文就香港停車場地坪鋪設市場進行分析並就行業、發展趨勢及市場競爭格局作出報告。市場研究涵蓋二零一零年至二零一四年之過往年度及基準年度二零一五年。預測年度為二零一六年至二零二零年。我們已就編製市場研究報告向弗若斯特沙利文支付總費用380,000港元，董事認為該費用乃反映市價。該付款並不以行業報告的結果或本集團成功上市為條件。該報告的編製不受我們的影響。

本節所載香港停車場地坪鋪設行業的資料及統計數據乃摘錄自行業報告。行業報告的數據乃透過與行業專家及競爭對手進行的訪談、官方統計數據來源及市場指標得出，以用作參考。

弗若斯特沙利文為一間於一九六一年在紐約創立的全球諮詢公司，在全球各地設有40多個辦事處，擁有超過2,000名行業顧問、市場研究分析員、技術分析員及經濟師。弗若斯特沙利文的服務包括技術研究、獨立市場研究、經濟研究、企業最佳常規諮詢、培訓、客戶研究、競爭情報及企業策略。自九十年代以來，弗若斯特沙利文的服務涵蓋中國市場。弗若斯特沙利文在中國設有四個辦事處，可直接聯繫熟悉停車場地坪鋪設行業的專家及市場參與者以及其行業顧問，有關人士平均擁有超過三年經驗。

所有統計數據均基於行業報告日期當日可得的資料。研究將以二零一五年為基準年度，並以二零一六年至二零二零年為預測期間。然而，由於研究於二零一六年進行，若干二零一六年之數據於進行研究時乃無法從公開統計資料來源中獲得。於該等情況下，弗若斯特沙利文將使用可得的最新資料（例如二零一五年）或基於歷史趨勢作出預測。

行業報告內的分析可能源於政府機構、行業協會及市場參與者的資料。

弗若斯特沙利文根據下列假設作出估計及預測：(i)假設全球經濟於整個預測期間保持穩步增長；及(ii)假設並無金融危機或疾病大規模爆發等外部衝擊，以致影響於預測期間香港建設及翻新服務（包括停車場地坪鋪設服務）的供需情況。

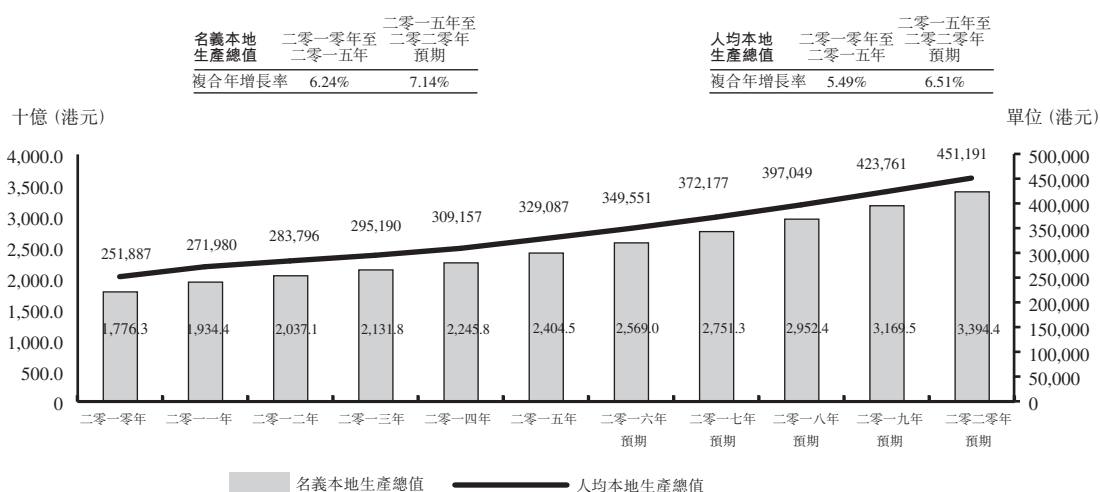
### 香港宏觀環境市場概覽

#### (a) 名義本地生產總值及人均本地生產總值

名義本地生產總值自二零一零年以來維持穩定增長，且增速於二零一五年至二零二零年期間將保持穩定。

於過去五年，香港經濟取得穩定增長。名義本地生產總值從二零一零年的17,763億港元增加至二零一五年的24,045億港元，複合年增長率<sup>1</sup>為6.24%。預計二零一五年至二零二零年期間的複合年增長率將增至更高的7.14%，而於二零二零年末名義本地生產總值將達33,944億港元。人均本地生產總值於二零一零年至二零一五年期間亦維持平穩增長，從251,887港元增加至329,087港元，複合年增長率為5.49%。市場估計二零二零年底的增長將會加速，複合年增長率達6.51%，人均本地生產總值將達451,191港元。

本地生產總值及人均本地生產總值（二零一零年至二零二零年預期）

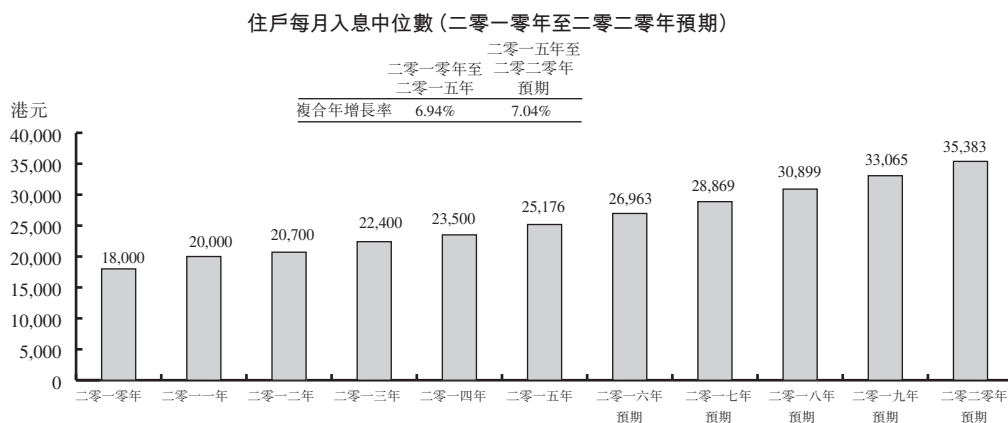


資料來源：國際貨幣基金組織、弗若斯特沙利文

1 複合年增長率指複合的年增長率，為一項投資於超過一年的特定期間內的平均年增長率。

## (b) 住戶每月入息

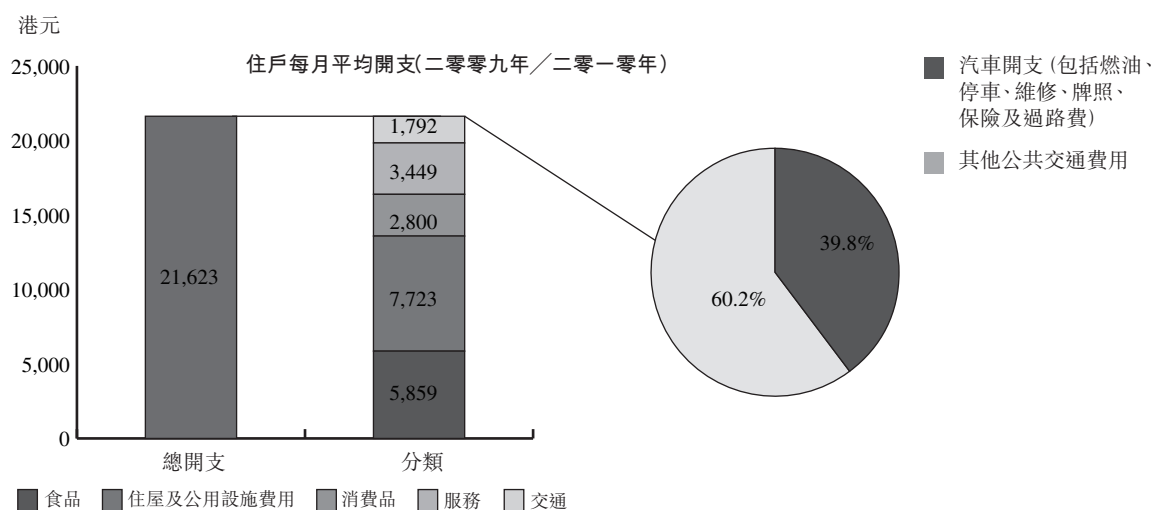
香港的住戶每月入息預計在未來五年繼續增長。二零一零年至二零一五年期間，香港的住戶每月平均入息從18,000港元增加至25,176港元，複合年增長率為6.94%。於未來五年內，住戶每月入息預計將按7.04%的複合年增長率增長，至二零二零年底將達35,382港元。住戶入息加速增長預計將推高對私家車的需求，從而亦將增加對停車場的需求，這將為香港停車場地庫鋪設行業帶來潛在增長。



資料來源：香港特區政府統計處、弗若斯特沙利文  
附註：平均住戶人數 = 2.9 (二零零九年至二零一四年)

## (c) 住戶每月開支

汽車開支佔二零一零年交通開支總額的40%。於二零一零年，住戶每月平均開支為21,623港元，其中食品以及住屋及公用設施開支佔總開支的60%以上。根據香港特區政府統計處，交通、消費品及服務(如醫療服務、學費及娛樂開支)等其他開支分別達1,792港元、2,800港元及3,449港元。更重要的是，汽車開支佔交通開支總額的40%，而其他公共交通費用(如巴士、電車、地鐵、的士及渡輪)合計約佔60%。



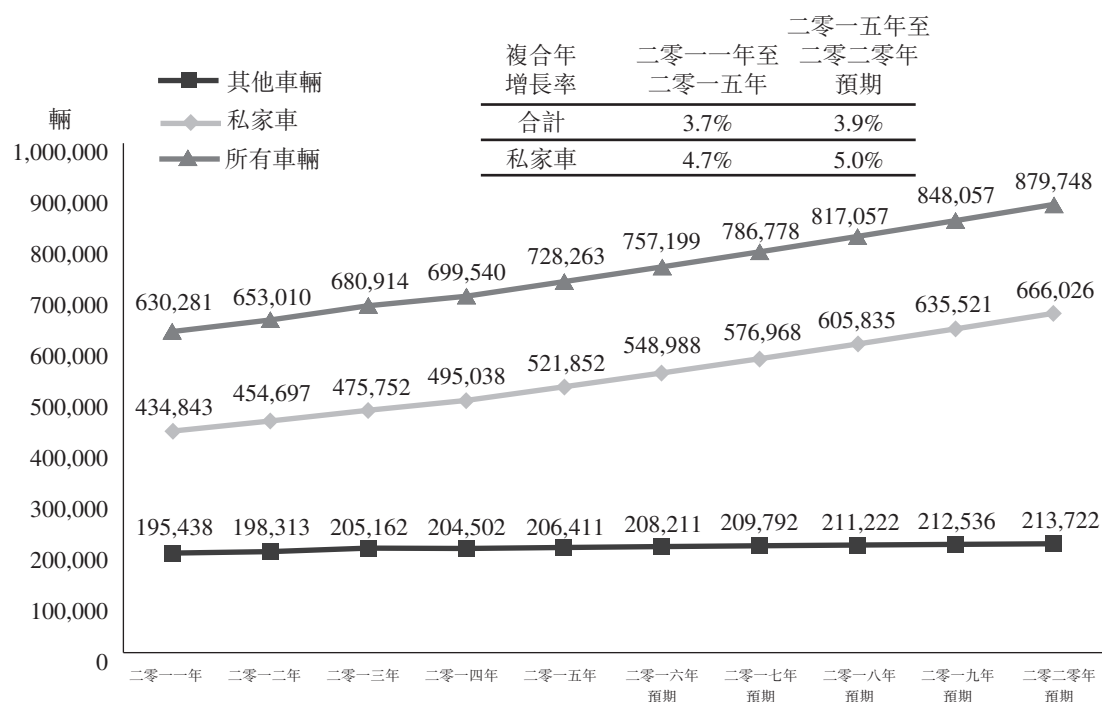
資料來源：香港特區政府統計處、弗若斯特沙利文  
附註1：住戶開支統計調查每五年進行一次  
附註2：最新調查記錄為二零一零年

(d) 汽車總量

香港已領牌車輛總數自二零一一年以來有所增長。於二零一一年至二零一五年，車輛總數從630,281輛增加至728,263輛，複合年增長率為3.7%，其中私家車的按年同比增長率為4.7%。於二零一五年，私家車佔香港車輛總數近70%，成為推動停車場及泊車位需求的主要驅動力。

據估計，香港車輛總數在二零一五年至二零二零年期間將繼續以3.9%的複合年增長率增長，而私家車的複合年增長率將達5.0%。直至二零二零年，私家車數量將達車輛總數的75.7%，這意味著市場存有擴大停車場總面積的需要，為停車場地庫鋪設市場創造更多增長機會。

已領牌車輛總數，按類別(二零一一年至二零二零年預期)



資料來源：香港特區政府運輸署、弗若斯特沙利文

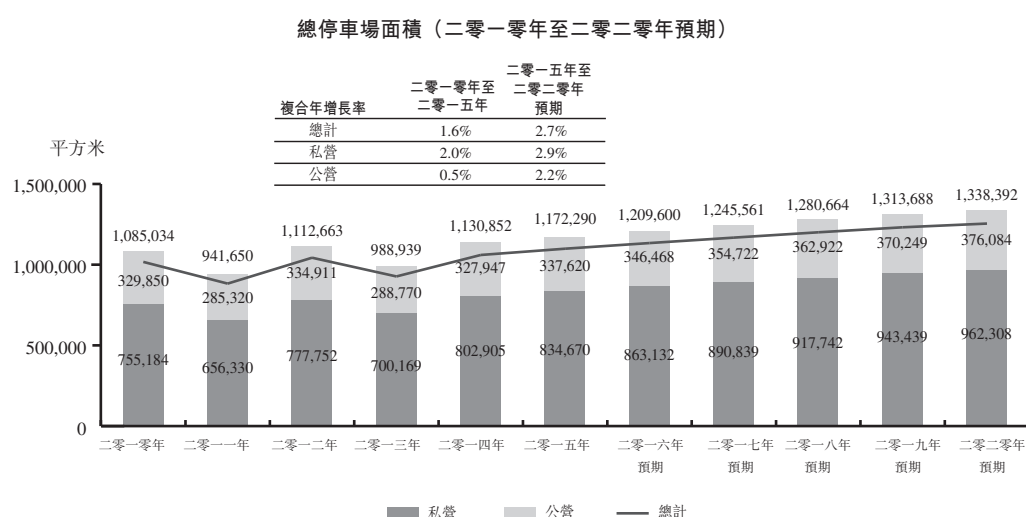
附註1：最早的數據記錄為二零一一年

附註2：其他車輛包括公共及私人巴士、小巴、的士、電單車、貨車、特殊用途車輛及政府車輛

(e) 總停車場面積

香港的停車場面積預計於未來保持穩步增長。香港總停車場面積從二零一零年的1,085,034.2平方米上升至二零一五年的1,172,290平方米，複合年增長率為1.6%。停車場面積增長在過去五年隨新落成建築項目建築面積的起伏而波動。隨著香港車輛(尤其是私家車)總數不斷增長，為應付未來對停車場面積的需求，估計香港總停車場面積於二零一五年至二零二零年期間將繼續以2.7%的複合年增長率增長。在某種程度上，停車場面積增加反映了香港政府在中期增加住宅單位供應的決心。

下表載列私營及公營停車場面積的歷史及預測供應：



資料來源：香港特區政府屋宇署、香港特區政府運輸署、弗若斯特沙利文

上表載列私人泊車位(即本集團現有業務的目標市場)總數預期於二零一五年至二零二零年每年增加2.9%，而二零一零年至二零一五年之間則每年增加2.0%。增幅主要由於預期車輛數量增加連同私人住宅單位的供應增加所致。

與停車場面積有關的政府政策

香港政府增加住房供應的計劃及受規劃署規管的物業發展泊車位的標準是香港停車場面積供應的主要關鍵推動力。該等政府政策的詳情載於下文段落。

(a) 香港住房市場

於二零一五年十二月，香港政府公佈《長遠房屋策略》二零一五年周年進度報告。該報告指出，香港政府採納二零一六年至二零一七年年供應460,000個單位的十年總房屋供應目標。在以上460,000個單位當中，公共房屋(包括公屋及資助出售單位)的供應目標為280,000個單位，而私營房屋供應目標則為180,000個單位。

隨著香港政府不斷供應房屋土地，私營房屋單位的中期供應已大幅增加。截至二零一六年三月底，香港政府宣佈，未來三至四年新私人住宅物業市場的供應預測約為92,000個單位，與二零一零年至二零一五年之間完成68,200個私人住宅單位相比，此乃二零零四年九月供應季度統計數據首次公佈以來的高記錄。

於截至二零一六年三月三十一日止財政年度，香港政府根據賣地計劃合共出售14幅住宅用地，可建成約8,940個私人住宅單位。連同私營房屋土地供應的其他來源（包括鐵路物業發展項目、市區重建局項目及私營重建／發展項目），總土地供應的估計總量可建成約19,870個私營住宅單位，超過該年度設定的19,000個私營住宅單位的土地供應目標。這個數字是自香港政府於二零一零年推出私營房屋土地供應目標以來的第二高產出量。

### **(b) 與物業發展的泊車位相關之香港標準**

香港政府規劃署設立不同類型發展項目泊車位的標準。根據規劃署的指引，該等標準之總的意圖是確保根據對道路容量的考慮，所有住宅發展項目應當具備足夠泊車位以配合市民擁有的車輛數量；而商業發展項目應當具備足夠現場泊車位以應付突顯的營運需求。

運輸署就二零零九年至二零一二年之間「香港規劃標準與準則的私人房屋泊車設施標準的檢討」委聘一名顧問。檢討結果顯示私人房屋的私家車泊車位的總體利用率約為70%。儘管供應總體令人滿意，但據發現，私人房屋的中小型單位（即100平方米以下的單位）的利用率相對較低，而私人房屋的大單位（即100平方米以上的單位）的私家車泊車位供應則不充足。

於二零一四年二月，為了更好利用私人房屋的新發展土地以及減少私家車泊車位的整體閒置率，香港政府修訂私人房屋的私家車泊車位供應的標準及指引。該等修訂主要修改泊車設施標準以應對最新的情況，並考慮私人房屋各種單位面積、住宅發展項目與火車站之間的距離以及發展密度等因素。

目前，根據新發展項目的規劃標準及指引，住宅發展項目的泊車位數量取決於(1)該發展項目是公營還是私人性質－與私人發展項目相比，公共房屋將獲分配的泊車位比較少；(2)私人住宅發展項目的密度（或地積比率）－密度較大的發展項目將需要更多泊車位；(3)私人發展項目的單位面積－與小單位相比，大單位將獲分配更多泊車位；(4)發展項目是否鄰近港鐵站點或火車站－距離車站500米範圍內的發展項目將需要較少的泊車位。



## 行業概覽

住宅發展項目及商業發展項目的泊車位標準概要載於下表：

### 住宅發展項目泊車位標準

發展類別	泊車位所需數目			備註
	標準			
1. 公共房屋—	— 私家車：			見註釋 (1)至(3)。
	通用泊車標準(GPS)		按比例每 6至9個單 位關設1 個泊車位	
	需求調整比率(R1)	所有公共房屋	0.23	
	地點遠近 調整比率 (R2)	在火車站500米半 徑範圍內 <small>(註釋2)</small>	0.85	
		在火車站500米半 徑範圍外 <small>(註釋2)</small>	1	
	<b>泊車位所需數目 = GPS x R1 x R2</b>			
	— 輕型貨車(LGV)：			
按比例每200至600個單位關設1個輕型貨車泊車位				
— 中型貨車：				
沒有固定標準。可善用屋邨附連的商業中心所劃設的上落客貨處作通宵停泊用。				

## 行業概覽

發展類別	泊車位所需數目			備註	
	標準				
2. 私人房屋－	－ 私家車：			見註釋(1)和(4)至(6)。	
	通用泊車標準(GPS)				按比例每6至9個單位闢設1個泊車位
	需求調整比率(R1)	單位面積(FS) (平方米) (總樓面面積)	單位面積(FS) ≤40		0.4
			40<FS≤70		0.7
			70<FS≤100		2.1
			100<FS≤130		5.5
			130<FS≤160		7.5
	地點遠近調整比率(R2)	在火車站500米半徑範圍內 <sup>(註釋4)</sup>			0.75
		在火車站500米半徑範圍外 <sup>(註釋4)</sup>			1.00
	發展密度調整比率(R3)	住用地積比率(PR)	0.00<PR≤1.00		1.30
1.00<PR≤2.00			1.10		
2.00<PR≤5.00			1.00		
5.00<PR≤8.00			0.90		
PR>8.00			0.75		
<b>泊車位所需數目 = GPS x R1 x R2 x R3</b>					

註釋：

### 所有住宅發展

- (1) 運輸署會根據每區普遍的泊車位供求情況，在通用泊車標準的規限下為各區訂定區內泊車標準，並會不時予以檢討。

### 公共房屋

- (2) 如果有關發展的所在地範圍超過50%位於火車站500米半徑範圍內，則應該容許住宅泊車位的供應量減少15%。不論火車站的布局及設計，計算火車站的500米半徑範圍，均應該從火車站的中心點起計。
- (3) 在根據單位數目來計算所需的私家車和輕型貨車泊車位總數時，無須計及「單人／雙人」單位。



### 私人房屋

- (4) 如果有關發展的所在地範圍超過50%位於火車站500米半徑範圍內，則應該容許住宅泊車位的供應量減少25%。不論火車站的布局及設計，計算火車站的500米半徑範圍，均應該從火車站的中心點起計。
- (5) 如果有關發展的單位面積超過160平方米，則表上所列的標準只屬基本要求。運輸署會按個別情況，考慮要求關設更多泊車位和上落客貨處。
- (6) 在訪客泊車位方面，私人住宅發展內每幢超過75個單位的大廈，均須比建議的標準多關設1-5個訪客泊車位，或以當局所定的要求為準。至於其他私人住宅發展，運輸署會按個別情況建議所需的訪客泊車位數目。

### 商業設施的泊車設施標準

發展類別	所需泊車位數目	
	標準	備註
1. 零售設施	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 首200至300平方米總樓面面積： 按比例每200至300平方米總樓面面積關設1個泊車位。</li> <li>— 首2,000平方米總樓面面積： 按比例每40至50平方米總樓面面積關設1個泊車位。</li> <li>— 繼首2,000平方米後的總樓面面積： 按比例每150至200平方米關設1個泊車位。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 設於路旁而主要顧客為區內住客的小型零售商店一般獲准不設泊車位。</li> <li>— 零售設施的涵義包括商場內常見的食肆及有關服務，但在位置及設計上並非商場部分的零售市場則不包括在內。</li> <li>— 為設於各公共屋邨內的零售中心訂定泊車位的要求時，應參考房屋署相關的零售業務可行性研究的結果。</li> </ul>
2. 辦公室	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 首15,000平方米總樓面面積： 按比例每150至200平方米總樓面面積關設1個泊車位。</li> <li>— 繼首15,000平方米後的總樓面面積： 按比例每200至300平方米總樓面面積關設1個泊車位。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 如辦公室大廈設有汽車升降機，應提供足夠的輪候空間，以免汽車須在公用道路上輪候。</li> <li>— 如辦公室大廈十分接近載客量高的運輸系統，或者用地有嚴重限制，有關當局應彈性處理，批准降低標準或不設任何泊車位。</li> </ul>

## 行業概覽

總而言之，預計住房供應增加將令停車場面積供應相應增加；而規劃署設定的停車場泊位標準（「**規劃署標準**」）旨在令不同發展項目的停車場泊位供求差異縮小，當中考慮私人住宅發展項目的類型、密度及單位面積，以及與港鐵站點或火車站的鄰近距離。

政府目前增加私人及公營領域住房供應的政策預期是泊車位供應增加的主要推動力，對二零一五年至二零二零年的每年2.7%之停車場預測增長率有所貢獻。

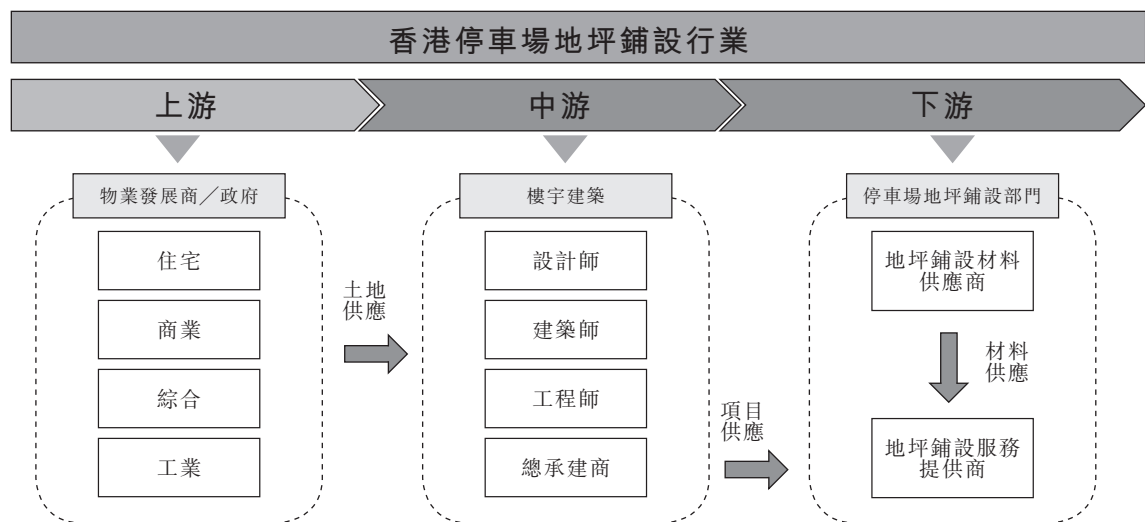
### 香港停車場地坪鋪設行業市場概覽

#### (a) 價值鏈分析及業務模式

##### 價值鏈分析

當物業發展商或政府有土地需開發時，彼等將為建築行業提供機會及項目。若干項目需要停車場地坪鋪設服務—而這正是停車場地坪鋪設行業的用武之地。

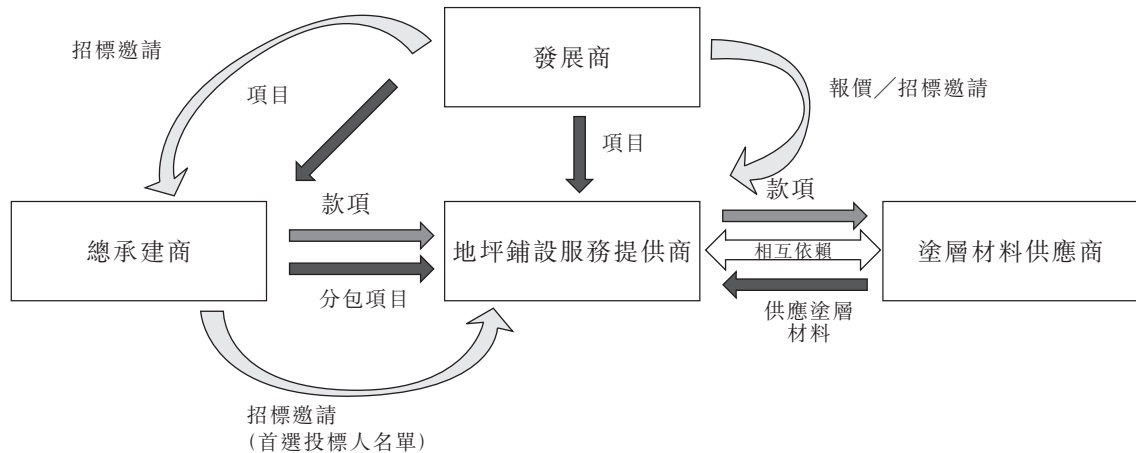
停車場地坪鋪設服務供應商從地坪鋪設材料供應商採購材料，並利用該等材料生產產出。



### 典型商業模式

於香港停車場地坪塗層行業中，地坪鋪設服務提供商透過兩個主要渠道獲得項目：(1) 物業發展商向總承建商發出招標邀請，而總承建商將於隨後委聘其首選投標人名單上的分包商進行其發展項目工程；(2) 於若干情況下，分包商(如地坪鋪設服務公司)亦將獲得物業發展商的直接報價邀請。

上述地坪鋪設服務公司其後經考慮競爭、場地條件及客戶類別(如香港政府、發展商或建築公司)後，基於材料及人工成本以及週期及項目跨度提出投標價。地坪鋪設服務公司向其供應商支付材料款項，而彼等則透過進度款及尾款方式向總承建商收取款項。



資料來源：弗若斯特沙利文

地坪鋪設服務提供商與塗層材料供應商之間的相互依賴被視為香港停車場地坪鋪設行業內的行業正常現象。此乃由於塗層材料供應商傾向透過與地坪鋪設服務提供商建立長期合作關係，以為其塗層材料固定銷售渠道覓得表現良好的塗裝公司；同時地坪鋪設服務提供商於提供服務時亦傾向於使用優質的塗層材料，以確保向其終端客戶提供最佳服務。

從少數地坪塗層材料供應商採購在香港停車場地坪鋪設行業被視為正常現象，乃因地坪鋪設服務提供商傾向將供應商的數量減少至一間或兩間供應商，以增加彼等於批量採購時的議價能力並降低採購成本。與地坪塗層材料供應商維持可持續的業務關係從長期而言可有效提高地坪塗裝服務提供商的議價能力，乃因地坪鋪設服務提供商可利用其作為重大買家的地位向塗層材料供應商施壓，以磋商更佳條款，如獲得較低的地坪塗層材料價格及更多技術及營銷支持。

---

## 行業概覽

---

停車場地坪鋪設行業並不屬資本密集型，乃因停車場地坪鋪設工程的性質及程序，其僅需少數類型的小型機械，如打沙機及地台批盪機。相比而言，其更著重停車場地坪鋪設服務提供商的專業知識及經驗。正確處理專利地坪塗層產品乃生產優質停車場地坪鋪設工程的關鍵，此乃業內共識；倘未能正確處理，則停車場地坪的耐用度、性能及長遠狀況將受到不利影響，因此，停車場地坪鋪設服務提供商具備進行地坪鋪設工程所需的技能及經驗尤為重要。鑑於我們是(i)合規格塗裝公司之一或專利停車場地坪塗層材料的獨家分銷商，深受廣大客戶的認可；及(ii)香港停車場地坪鋪設行業龍頭公司之一，我們處於較有利的位置，能以更優惠的價格進行磋商或中標，從而令本集團可取得高於整個建築行業的行業平均水平的毛利率。本集團的利潤率處於行業正常範圍內。

停車場地坪鋪設服務提供商較其他建築公司具有更高的毛利率乃屬行業正常現象，乃因(i)在大多數情況下，停車場地坪鋪設服務的用戶傾向使用特定品牌的地坪鋪設材料，而該等地坪鋪設材料由合規格塗裝公司獨家塗用。該等地坪鋪設材料通常為於海外生產且可維持長達10年的專利品牌產品。此外，該等停車場地坪鋪設材料需由專業停車場地坪鋪設塗裝公司塗用。因此，相對於進行普通建築施工作業的本地建築公司的利潤率而言，表現優秀的塗裝公司具有較高利潤率的優勢；(ii)停車場地坪鋪設工程需要知識及經驗以及專業知識，乃因其涉及專業塗用工程。因此，停車場地坪鋪設服務的用戶往往需要專業地坪鋪設服務承包商(如本集團)而非僅為普通房屋建築承包商塗用該等產品。由於該等工程的要求及複雜程度較高，該等工程的毛利率通常較普通建築商的項目高。

### (b) 主要供應商及客戶群

已識別的香港停車場地坪塗層材料主要供應商為供應商A、供應商B、供應商X、供應商Y及供應商Z(排名不分先後)。彼等主要向香港地坪鋪設服務公司提供停車場塗層材料，如環氧樹脂、聚氨酯以及甲基丙烯酸甲酯。

停車場地坪鋪設公司的主要客戶分為五類：香港政府、物業發展商、建築公司以及業主及代表現有建築物的業主立案法團尋求翻新的物業管理公司。彼等為停車場地坪鋪設服務(包括新建及翻新項目)的需求來源。

有別於新建造市場(其客戶為物業發展商及專業物業建築公司)，翻新市場的客戶主要為物業管理公司、專注於樓宇翻新工程的總承建商，以及尋找停車場地坪鋪設服務的現有樓宇的業主立案法團。

## 行業概覽

有別於新發展項目的客戶(如物業發展商及建築公司，其建築師及發展商在其主承建標書中已載列預先確定或首選的產品)，材料通常由停車場地坪鋪設服務提供商提出建議，並在翻新項目開始時由翻新市場客戶選擇。

香港新建或翻新樓宇的停車場通常會使用可提供色彩豐富、防滑以及具防水及不易受石油化工產品破壞特性的耐磨表面的停車場塗層材料。

### 主要供應商的審查

香港停車場地坪塗層材料供應商的市場估計為高度集中，二零一五年的頭五大地坪塗層材料供應商在產品使用方面佔58.6%。供應商Z估計為香港最大的地坪塗層材料供應商，於同年的市場份額為19.0%。香港停車場地坪鋪設行業主要供應商之間的背景及特點比較載列如下。

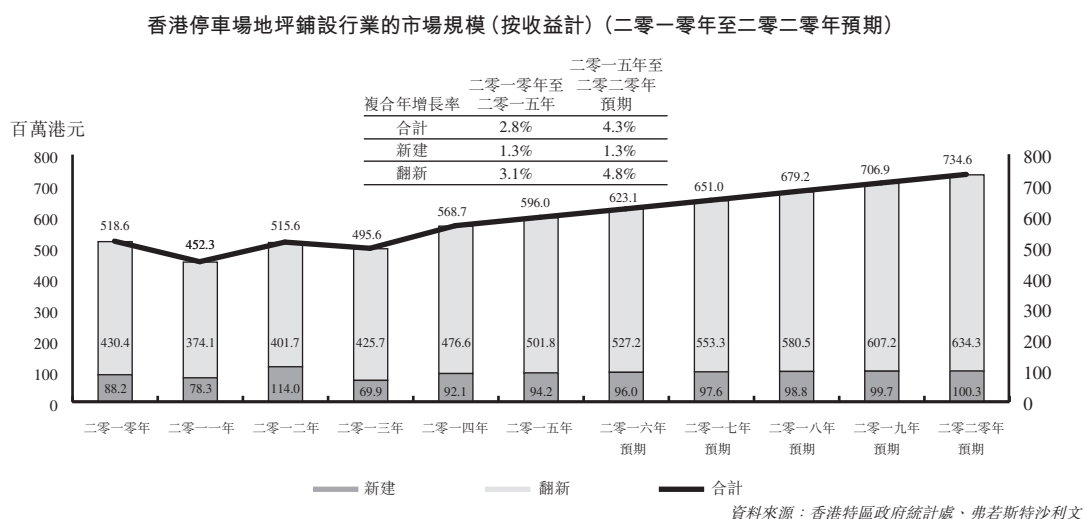
	供應商A	供應商B	供應商X	供應商Y	供應商Z
成立年份	一九八二年	一九二八年	一九八八年	一九七二年	一九一零年
總部	英國	英國	香港	英國	瑞士
地坪鋪設產品主要生產地點(亞洲市場)	馬來西亞	英國	香港	中國	中國
香港合規格塗裝公司(附註)	本集團、競爭對手C	本集團	競爭對手A	向市場開放，並無特定合規格塗裝公司	競爭對手D、競爭對手E及其他較小型競爭對手
地區覆蓋	32個國家	25個國家	1個國家	20個國家	93個國家
有關地坪鋪設產品的綠色評估摘要	領先能源與環境設計(LEED)	✓	✓	不適用	不適用
	建築研究院環境評審法(BREEAM)	✓	✓	不適用	不適用
	建築環境評審法(BEAM)	✓	不適用	不適用	不適用

附註：有關本公司競爭對手的詳情請參閱本節「排名」一段。

### (c) 停車場地坪鋪設行業的市場規模

香港停車場地坪鋪設行業的市場規模未來很可能維持穩步增長。香港停車場地坪鋪設行業的市場總規模以收益計從二零一零年的約518,600,000港元升至二零一五年的約596,000,000港元，於二零一零年至二零一五年期間的複合年增長率為2.8%。於二零一五年至二零二零年期間，香港私家車數量的複合年增長率估計為5.0%，因此將產生更多對泊車位的需求。然而，香港土地供應短缺往往會對新建項目造成限制。因此，受停車場翻新需求日益增加所推動，二零一五年至二零二零年期間的市場總規模估計將按4.3%的複合年增長率增長。

由於香港土地供應有限，停車場地坪翻新工程的市場規模已大於停車場新建項目的市場規模，複合年增長率亦較高。大型停車場地坪翻新市場具有較高複合年增長率的整體情況很可能在未來五年維持。於二零一五年，停車場地坪翻新的市場規模是新建項目的五倍，乃因停車場地坪翻新工程佔整個市場規模的84.2%。



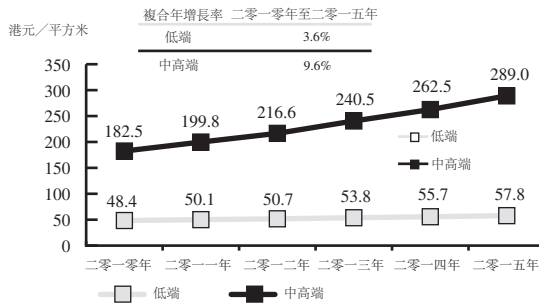
### (d) 停車場地坪鋪設的歷史價格走勢分析

香港停車場地坪鋪設服務的價格在過往期間錄得不斷增長的趨勢。由於地坪鋪設工程的附加程序（例如去除舊有塗層材料及地台批盪），停車場地坪翻新的平均價格較新建項目為高。

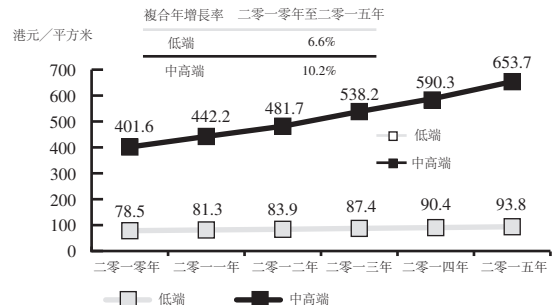
一般而言，停車場地坪鋪設服務可根據多種標準（如客戶認知、價格、質量及所涉建築及物業的等級）分為中高端及低端。停車場地坪鋪設服務提供商的價格不斷上升的趨勢乃歸因於不斷上升的運營成本，包括塗層材料（如環氧樹脂、水泥）及勞工成本。另一方面，由於塗用優質材料，中高端服務提供商的價格較低端服務提供商呈現更高的複合年增長率，而低端服務提供商乃透過降低項目價格維持彼等的競爭力。



香港停車場地氹鋪設的價格走勢  
二零一零年至二零一五年(新建項目)



香港停車場地氹鋪設的價格走勢  
二零一零年至二零一五年(翻新)



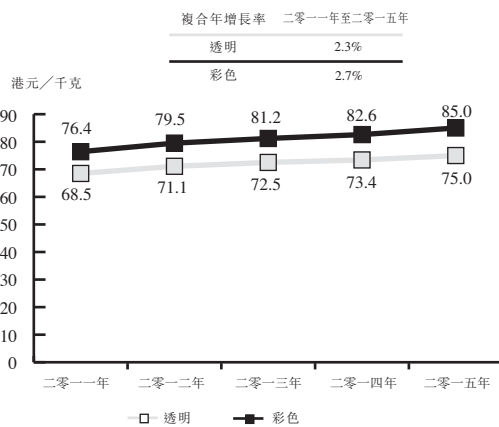
資料來源：弗若斯特沙利文

(e) 主要原材料的歷史平均價格走勢分析

香港塗層材料價格於二零一一年至二零一五年期間有所上升。環氧樹脂及聚氨酯乃停車場地氹塗裝中最常採用的兩種塗料，這兩種材料由石油及樹脂製成，而甲基丙烯酸甲酯亦為可更快塗裝的塗料選擇之一。聚氨酯可分為底漆及面油，其中面油通常比底漆稍貴，而彩色環氧樹脂也較透明環氧樹脂貴。聚氨酯及環氧樹脂就不同目的用於不同情況，就防滑目的而言，聚氨酯乃屬更好選擇，而環氧樹脂則用於承重表面。

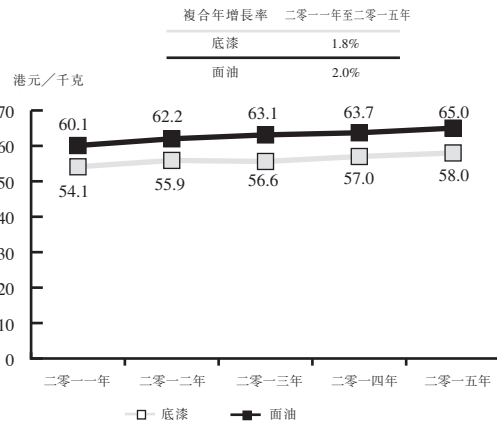
由於對健康的關注日益增加及政府限制粉刷材料的揮發性有機化合物水平，環氧樹脂(其具有較低的揮發性有機化合物水平)的需求及價格的上升速度較聚氨酯為快。同時，由於對停車場外觀的要求有所提高，彩色塗裝越來越受歡迎。

香港環氧樹脂的價格(二零一一年至二零一五年)



附註：最早的數據記錄為二零一一年

香港聚氨酯的價格(二零一一年至二零一五年)



附註：最早的數據記錄為二零一一年

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：最早的數據記錄為二零一一年

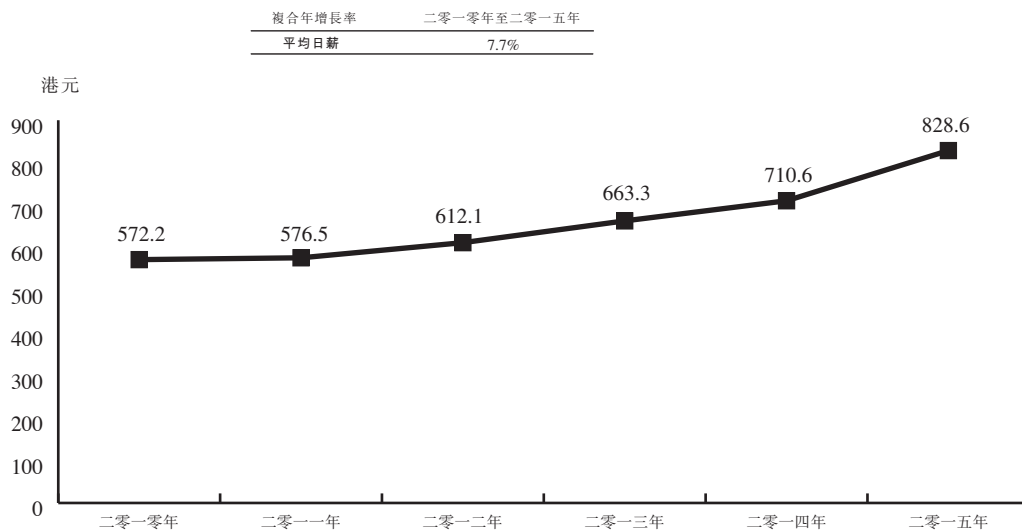


### (f) 停車場地坪鋪設服務工人的歷史平均工資

停車場地坪鋪設工人的平均日薪於過去五年有所增加，這主要受通貨膨脹及對勞動力大量需求所推動。香港停車場地坪鋪設工人的平均日薪呈增長趨勢，從二零一零年的572.2港元增加至二零一五年的828.6港元，複合年增長率為7.7%。

通貨膨脹、因物業發展項目增加導致對建築行業工人產生大量需求、政府公佈發展目標（例如10年住房供應目標）及勞動力短缺，乃過往期間推高停車場地坪鋪設行業日薪的主要因素。

香港停車場地坪鋪設工人的平均日薪（二零一零年至二零一五年）



資料來源：弗若斯特沙利文

### 香港停車場地坪鋪設行業的競爭格局

香港停車場地坪鋪設行業可分為兩個分部，即新建造市場及翻新市場。然而，香港新建造及翻新市場之間的競爭格局並無差異，乃因業內所有競爭對手均可在任何新建造及翻新項目中成為遞交標書的合資格候選人。

新建造市場較翻新市場相對集中。此乃由於新建造市場的客戶（如物業發展商及建造公司）通常在其主承建標書中已載列預先確定或首選的產品，這導致市場由少數合規格地坪塗層塗裝公司主導。而相比之下，由於翻新市場客戶可從眾多地坪鋪設服務提供商中進行選擇，因而該市場較為分散。

## 行業概覽

### (a) 客戶行為及服務提供商挑選標準

標準	影響力	客戶行為
質量	●	塗層材料及塗裝工程的質量乃客戶選擇停車場地坪鋪設服務提供商時所考慮的最重要標準。
經驗及參考項目	●	服務提供商的經驗越豐富，其獲選的機會便越高，乃因這意味著服務提供商曾參與大量相關項目，有助於為其客戶提供更全面的解決方案。
價格	●	更優質的材料及工程往往需花費更多成本但使用壽命會更長。然而，客戶較願意為品質較佳的地坪鋪設工程支付更高價格。
品牌及聲譽	●	在選擇合適的服務提供商執行工程時，口碑變得越來越重要，乃因差劣的塗裝工程將給客戶造成大量的金錢損失及時間成本。
售後服務	●	提供保修是行業慣例。因此，當出現問題時，客戶期望得到售後服務。保修期越長，客戶在選擇特定服務提供商時的信任度便越高，乃因這將意味著產品較耐用。
服務範圍	●	一間公司提供的服務範圍越廣，其獲客戶選用的機會便越高，乃因客戶在一個項目中往往有不同要求及需完成各項工程，例如地坪塗層防水及防滑表面系統。
材料的環保性	●	隨著環保意識增強，環保塗層材料越來越受到客戶青睞。

附註：從低到高●●●●●

資料來源：弗若斯特沙利文

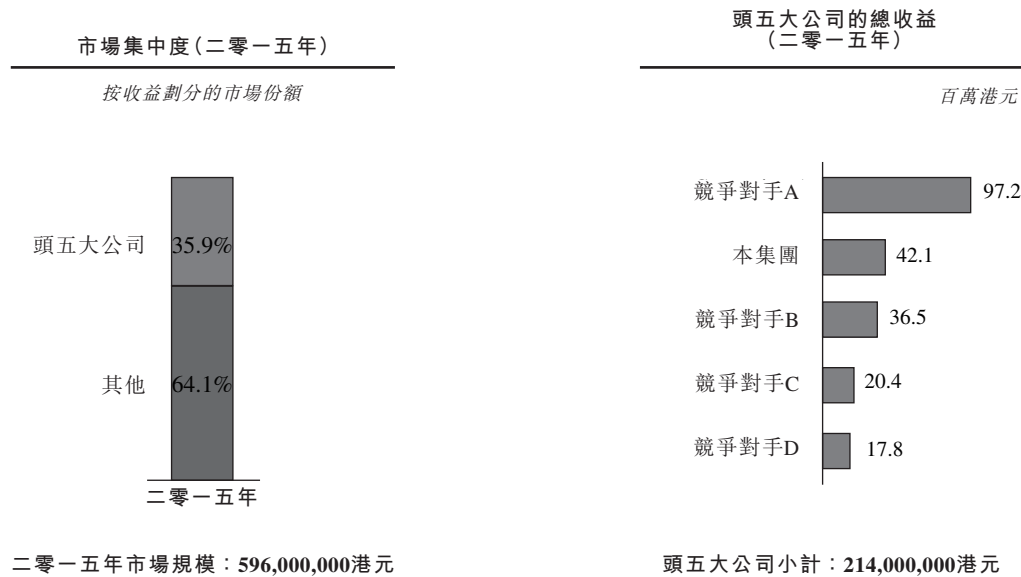
### (b) 市場集中度

於二零一五年，頭五大公司佔香港停車場地坪鋪設市場總市場份額的36%。

本集團為香港停車場地坪鋪設新建市場的龍頭公司，我們佔二零一五年新建項目分部的33.7%，我們為新建市場及翻新市場帶來約42,100,000港元之貢獻，佔頭五大公司總市場份額的19.7%。

## 行業概覽

競爭對手A在其他公司中排名第一，於二零一五年估計帶來97,200,000港元之收益，而因其專注於翻新業務，其佔香港停車場地坪鋪設市場16.3%的市場份額。



### (C) 排名

#### 按收益及市場份額計排名

以來自停車場地坪鋪設服務的收益計，二零一五年香港頭五大公司為競爭對手A、本集團、競爭對手B、競爭對手C及競爭對手D。下表列示頭五大公司的收益及市場份額：

排名	公司	二零一五年來自 香港停車場地坪鋪設的 收益(百萬港元)	二零一五年香港停車場 地坪鋪設的市場份額
1	競爭對手 A	97.2	16.3%
2	本集團	42.1	7.1%
3	競爭對手 B	36.5	6.1%
4	競爭對手 C	20.4	3.4%
5	競爭對手 D	17.8	3.0%
	頭五大公司合計	214.0	35.9%

資料來源：弗若斯特沙利文

---

## 行業概覽

---

### 競爭對手概況

公司	成立年份	描述
競爭對手A	一九八八年	競爭對手A乃香港一間電子化學品供應商。該公司過去多年不斷成長並向多元化發展，成為領先的製造商、設備及材料供應商以及環氧樹脂、聚氨酯、聚脲及其他高性能樓宇建造及工業應用材料的專業塗裝公司。在停車場地坪鋪設方面，該公司一直專注於翻新項目。
競爭對手B	二零零二年	競爭對手B是一間工程公司，其採用進口台灣品牌地坪鋪設產品承接承包工程。競爭對手B以牆面粉刷公司身份開展業務，然後逐漸轉移到地坪鋪設業務，並成功爭取到香港停車場地坪鋪設市場的若干市場份額。
本集團	二零零二年	我們是香港停車場地坪鋪設行業之著名承建商。
競爭對手C	一九八一年	競爭對手C主要從事防水、地坪鋪設、外部翻新服務及附加服務或材料供應。競爭對手C在澳門之佔有率較在香港為高，此乃由於其專注於涉及澳門娛樂場之工程。至於停車場地坪鋪設方面，競爭對手C一直專注於新建造市場。
競爭對手D	一九九一年	競爭對手D是一間從事環氧樹脂地坪塗裝、停車場防滑塗層、地坪鋪設硬化劑及結合處密封劑塗裝之承建商。於過去幾年，該公司已成功完成多個項目，特別是停車場地坪鋪設整修項目。

據觀察，所有上述競爭對手均於香港設有辦事處展示停車場地坪塗裝樣品或擁有產品展示廳。

資料來源：弗若斯特沙利文

### (d) 市場進入門檻

香港停車場地坪鋪設市場之新進參與者可能會遇到以下進入門檻：

#### *總承建商與現有市場參與者之間的關係*

總承建商於香港發展項目之建設部分扮演重要角色，而彼等本身可能已有招標名單，當中載列塗裝及裝飾工程(包括停車場之地坪鋪設工程)之首選分包商。因此，在停車場地坪鋪設市場並無往績記錄之新進參與者須付出更多努力方能被納入招標名單及獲得項目。

#### *熟練勞工數目有限及市場勞工成本飛漲*

於停車場地坪鋪設行業中，服務於現有地坪鋪設服務提供商之專職及熟練工人數量有限。與此同時，建造業普遍面對人手短缺問題亦可能進一步減少停車場地坪鋪設工程可用之人力。此外，勞工成本上漲亦可能會對新進服務提供商於市場上啟動及維持業務造成困擾。

### (e) 市場推動力及機遇

#### *車輛及泊車位*

根據運輸署之資料，於二零一五年，已領牌車輛數量為731,073輛，而泊車位之總數為695,000個(不計街邊泊車位)。鑑於車輛數量龐大，對泊車位之需求將十分巨大，特別是於市區及屋苑。近年來，屋苑泊車位炒賣及價格上升亦推高需求。因此，為應付日漸增長的需求，泊車位預計於未來頗具增長潛力，此將帶動停車場地坪鋪設業務增長。

#### *住房及發展*

根據房屋委員會之資料，公屋普通申請者之人數由二零一零年之77,800人增至二零一四年之121,900人，顯示對公共屋苑泊車位之需求日益增加。為解決不斷增加的住屋需求，政府自二零一一年已於施政報告內擬定住房供應目標。誠如二零一四年施政報告所估計，於未來十年將合共有470,000個房屋單位落成，此舉將推高住宅樓宇停車場的建設需求，因此相關停車場地坪鋪設項目將會越來越多。

### 翻新項目

隨著生活水平及質素提高，物業發展商及管理公司已在設施翻新方面加大力度。根據規劃署之估計，二零一六年全港樓齡超過40年之樓宇有12,220座，而樓齡介乎30至39年之樓宇則有4,340座。強制驗樓計劃（「**強制驗樓計劃**」）已於二零一二年全面實施，有關計劃著重對樓齡達30年及以上的樓宇開展驗樓及相關維修工程。除強制驗樓計劃外，政府已採取措施推進翻新項目。例如，市區重建局已出資150,000,000港元作維修及保養工程。因此，預計舊樓及相關設施（包括停車場）的翻新工程將越來越多，此舉將推高對停車場地坪鋪設工程之需求。

### 泊車位數量及質量提高

鑑於香港之汽車擁有量呈上升趨勢，加上泊車位之炒賣情況，地下及多層停車場之泊車位供應有可能增加以滿足不斷增長之需求。

與此同時，根據強制驗樓計劃，預計會有更多舊停車場連同樓宇之其他公共區域進行翻新及升級。與此同時，生活水平提高將會帶動對具有更好的車輛保護功能之現代化設計停車場之需求，以及出於安全考慮，相較於室外，車主更願意將車輛停放在停車場內。因此，預計未來會有更多之停車場地坪鋪設項目。

## (f) 威脅因素

### 地坪塗層材料及技術之提升

環氧樹脂及聚氨酯是停車場地坪鋪設中常用之塗層材料。隨著技術發展及出現新材料，地坪鋪設工程之效率及質量日後將可能會有所提升。

例如，甲基丙烯酸甲酯因其快速固化塗裝時間及高效抵擋紫外線之特性（此可盡量減少對停車場正常運作之干擾）而成為翻新項目會選用的材料之一。然而，甲基丙烯酸甲酯現時之成本約為市場上現有地坪鋪設產品成本的兩倍。此外，其在塗裝時釋放具有揮發性氣味的缺點，導致其僅限用於戶外空間。另一方面，未來或會出現具有消耗更少材料及集料、更加耐用、可抵抗極端條件以及人員安排較少等特點的新系統。