

行業概覽

除另有指明者外，本節以下資料及統計數字乃摘錄及取材自我們委託弗若斯特沙利文編製的報告。我們相信該等資料來源屬恰當，且我們已合理審慎地抄錄及轉載該等資料。我們無理由相信該等資料含錯誤或誤導成分或遺漏任何事實致使該等資料屬虛假或含誤導成分。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他人士並未對該等資料進行獨立核實，且並未就該等資料或數據之準確性或完整性發表任何聲明。有關資料及統計數據可能與香港境內或境外所編製的其他資料及統計數據不一致且有關資料不得作為作出或不作出任何投資決定的依據。董事於作出合理查詢後確認，自委託報告日期起，市場資料並無不利變動，而可能導致於本節以下的資料出現保留意見、互相抵觸或受到影響。

資料來源及研究方法

我們已委託獨立第三方弗若斯特沙利文進行市場研究並編製題為中國傢具市場研究的報告，總費用為380,000港元。弗若斯特沙利文為一間於1961年在紐約成立的獨立全球諮詢公司。其提供行業研究及市場策略以及發展顧問及企業培訓。

該調研的市場研究流程乃通過詳盡的一手研究，包括與領先的行業參與者及業內專家討論行業的狀況進行。二手研究涉及審閱公司報告、獨立調查報告及弗若斯特沙利文本身調查數據庫的數據。預測市場規模總額乃由根據宏觀經濟數據編製的過往數據分析及特定相關行業驅動因素綜合所得。

弗若斯特沙利文報告乃基於以下假設編製：

- 中國經濟有望在未來十年內保持穩定增長；
- 中國社會、經濟及政治環境可於預測期間內維持穩定；及
- 市場驅動因素(如財富增長及消費升級、持續城鎮化及第三產業發展、製造及創新能力的提高、更加良好的監管競爭環境及產業集中度提升)有望推動中國四川辦公傢具市場的增長。

本報告內的價值及百分比數字均為約數。由於數字為約數，故數字的總和不一定為相關總額。基準年份為2015年。過往期間為自2010年至2014年。預測期間為自2016年至2020年。

中國傢具市場概覽

中國為世界上最大的傢具產品製造商及用家。

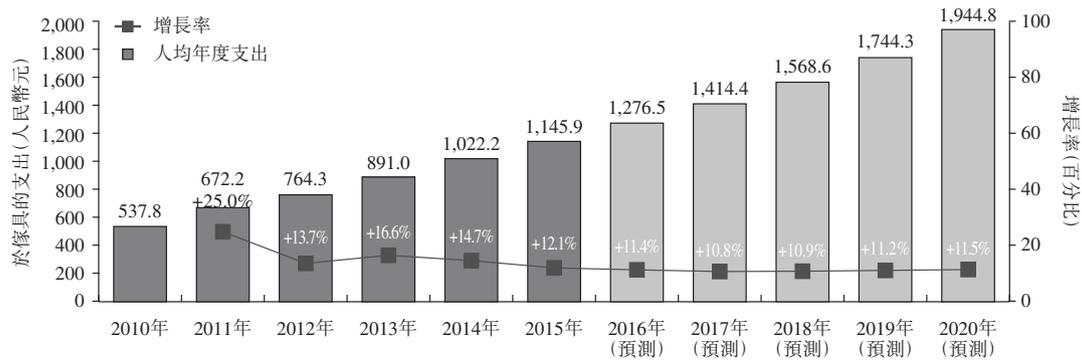
除中國的龐大人口基礎外，傢具產品需求受傢具市場持續增長支持，而傢具市場持續增長乃受以下各項帶動：

- (i) 中國的經濟增長，已帶來持續繁榮及城市化速度加快；
- (ii) 房屋及公寓修葺的一般週期約為六至八年；及
- (iii) 多個地方政府放寬物業限制及建立經濟適用房制度刺激房屋需求日益增加。

行業概覽

如下圖所示，中國人均年度支出於過去五年以複合年增長率16.3%急劇上升，預期於未來五年繼續以複合年增長率11.2%增加，中國人均年度傢具支出預期於2020年達人民幣1,944.8百萬元。

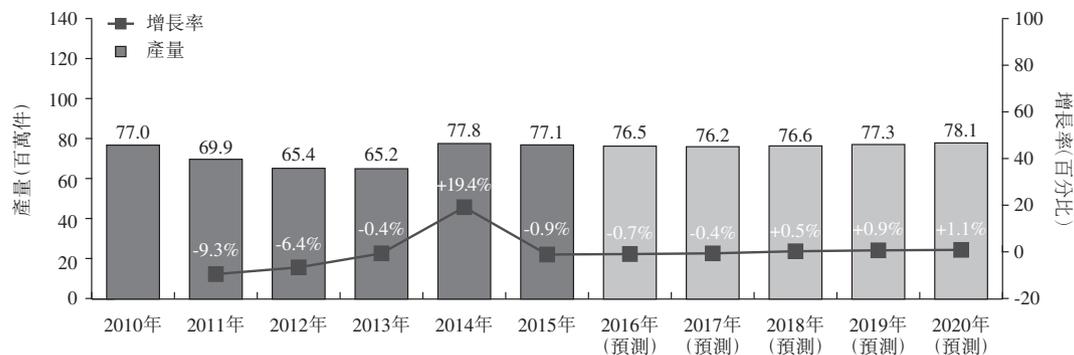
2010年至2020年(預測)中國人均年度支出



來源：弗若斯特沙利文分析

反之，近年中國傢具產量相對穩定，產量於2010年至2015年期間維持每年約77百萬件。產量預期未來維持穩定水平，以應付客戶新辦公室傢具及現有辦公室翻修需求。

2010年至2020年(預測)傢具市場的產量(中國)



來源：

1. 歷史數據：中國國家統計局
2. 預測數據：弗若斯特沙利文的分析

由於客戶於傢具的開支與產量之間有直接關聯(乃由於傢具生產商一般按所收取訂單進行生產)，產量的穩定發展趨勢反映中國傢具市場價值增長預期主要受消費升級(即消費者願意為更好的質量及使用產品的體驗支付更多的價格)帶動。

行業概覽

中國辦公傢具市場概覽

辦公傢具產品指作辦公用途的傢具產品，包括辦公桌、辦公椅、摺疊屏風、檔案櫃、書櫥、沙發及桌子。

中國辦公傢具行業包括四個主要程序，即：

- (i) 上游原材料(包括實木、木板、金屬、塑料等)供應用作傢具生產；
- (ii) 生產辦公傢具；
- (iii) 通過多個途徑，包括直銷、競爭性招標、零售店舖及家居商場分銷辦公傢具；及
- (iv) 公私營公司及政府機構的下游消費。

中國的主要辦公傢具生產基地

中國辦公傢具生產高度發展成為五個主要地理群落，即長江三角洲、中國東北部、中國西部、珠江三角洲及環渤海經濟圈。

中國主要辦公傢具生產基地



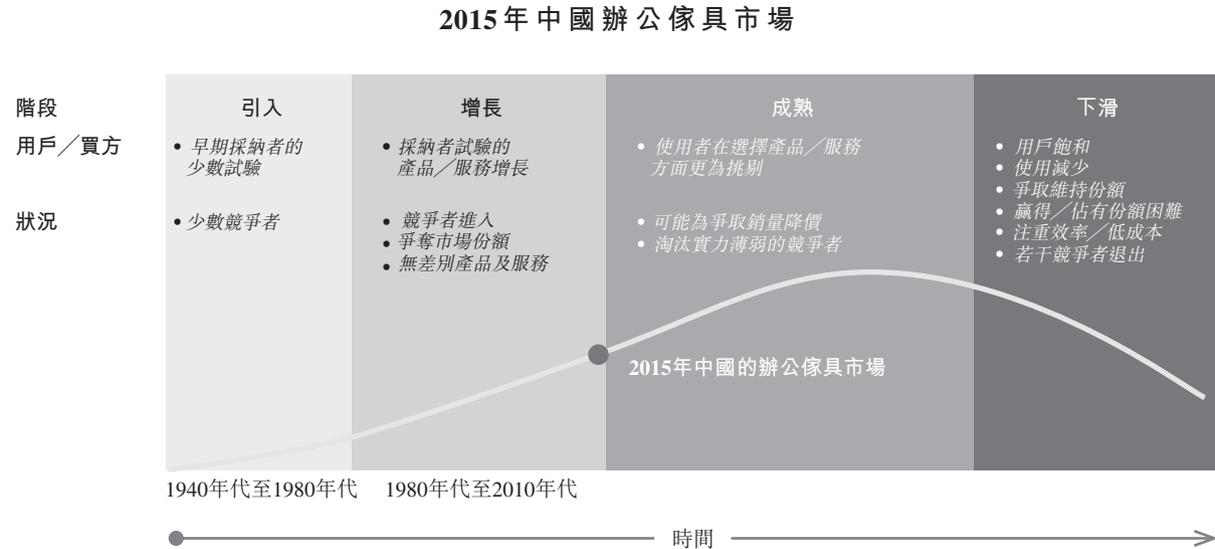
珠江三角洲的重要生產基地主要指廣東省(包括廣州、深圳、東莞、順德及佛山)。廣東的成熟產業鏈及地理優勢吸引眾多香港及台灣公司，大多數公司擁有自己的品牌。

由於受中國西部強勁經濟發展支撐的良好地方需求前景，中國西部作為主要辦公傢具生產基地的重要性亦與日俱增。

行業概覽

中國辦公傢具市場的行業成熟度

如下圖所示，經過數十年發展後，中國辦公傢具市場正處於行業生命週期中的後期發展階段並正邁向成熟：



在該發展階段中，中國辦公傢具市場高度分化，有大量業務規模有限的本地參與者，而在該等參與者中，產品供應及質量方面的差異程度相對較低。然而，由於最終用戶在選擇產品時變得更加講究及有要求，預期在質量、設計及渠道開發方面具有競爭優勢的參與者將提升其市場地位，隨著市場進入成熟階段，將導致較弱的參與者被淘汰，而市場參與者的集中程度亦將逐漸提升。

中國辦公傢具製造商產生的收益

中國辦公傢具的需求與中國人民的可支配收入水平以及生活水平有關，繼而受中國宏觀經濟狀況影響。

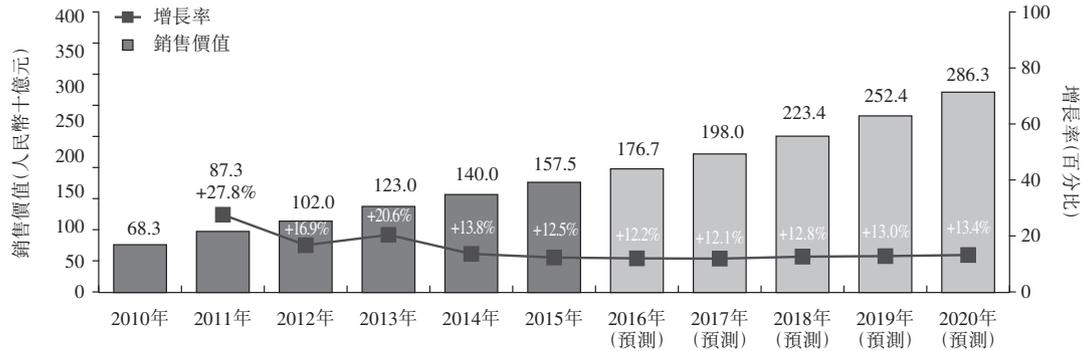
過去數年，儘管經歷世界金融危機，中國經濟仍保持穩定增長(2010年至2015年複合年增長率為10.6%，人均名義國內生產總值於同期增長10.1%至人民幣49,351元)，乃主要由於中國政府實施的有效刺激政策以及中國城鎮化不斷加快。根據國際貨幣基金組織，隨著中國從投資導向型經濟轉為消費導向型經濟，預計中國經濟將於2015年至2020年以7.8%的複合年增長率繼續增長(人均名義國內生產總值於同期以7.2%的複合年均增長率增長至人民幣69,823元)。

中國人均名義國內生產總值的增加已使中國人民的可支配收入水平增加及生活水平提高，轉而使辦公傢具的需求增加。中國傢具市場於過去數年快速增長，銷售總值以複合年增長率18.2%從2010年的人民幣683億元增加至2015年的人民幣1,575億元。

預計中國辦公傢具行業的市場總收益將繼續以相對較快的速度增長，按複合年增長率12.7%，市場總收益很可能於2020年達到人民幣2,863億元。

行業概覽

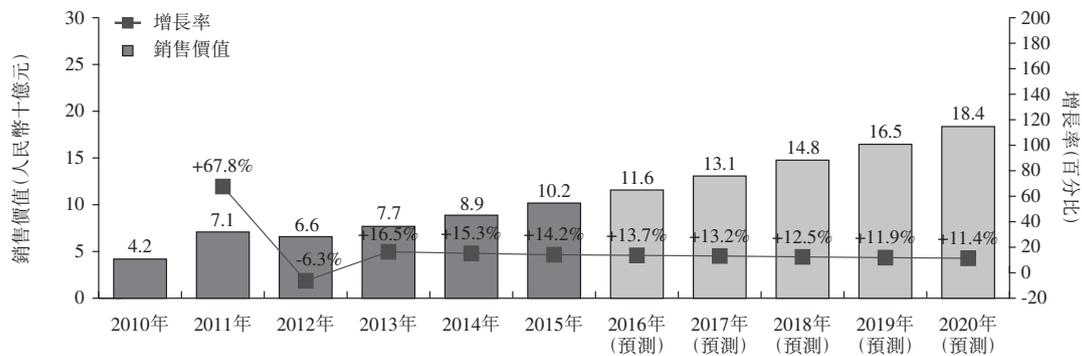
中國辦公傢具製造商產生的總收益



來源：弗若斯特沙利文分析

由於四川省繼續成為中國重要的傢具生產基地及中國政府推出振興西部省份經濟措施，使四川人民的可支配收入水平提高，預期四川辦公傢具市場將如下圖所示繼續高速增長(於未來五年的複合年增長率為12.5%)：

四川省辦公傢具製造商產生的總收益



來源：弗若斯特沙利文分析

中國辦公傢具市場的原材料價格分析

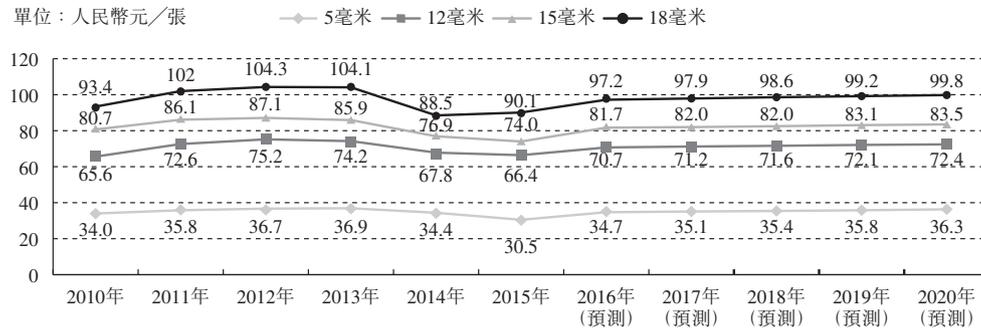
中等密度纖維板為中國辦公傢具製造的主要原材料，其價格視其厚度而定。於回顧期間，12毫米、15毫米和18毫米厚度纖維板的價格於2012年達到頂峰，而5毫米纖維板的價格於2013年達到峰值，其後至2016年一直下跌。於2015年，5毫米、12毫米、15毫米和18毫米厚度的中等密度纖維板的平均價格分別為人民幣30.5元，人民幣66.4元、人民幣74.0元及人民幣90.1元。於2016年，所有選定厚度中等密度纖維板的價格均有所反彈，且預計此趨勢將會延續。

面板製造商是中國辦公傢具行業重要的上游供應商，中國的面板製造行業高度分散，具有一定規模的生產廠商大約有5,000家。山東、江蘇、廣西、安徽、河南、河北為中國傢具面板製造的主要省份，按產量計合共佔中國整個行業面板總產量的大約60%到70%。

行業概覽

中國辦公家具市場的原材料價格分析

2010年至2016年中等密度纖維板*的價格(中國)



來源：弗若斯特沙利文分析

附註：*纖維板指木製纖維板

中國辦公家具市場主要增長驅動力

以下為中國辦公室家具市場(特別是四川省)主要增長驅動力：

(1) 不斷增加的財富和消費升級

消費升級(消費者變得越來越願意為更好的質量及使用產品的體驗支付更高的價格的趨勢)預計為中國(特別是四川省)辦公家具市場的主要增長驅動力。經濟持續發展和財富的增長預計將促使辦公家具的終端用戶選擇更好的品質、更方便用戶和更高的產品性能。從供應角度來看，終端用戶的這種需求預計將會促進產品的多樣性和高質量品牌產品的發展。這兩股力量的結合正在促進消費升級，進而推動市場的增長。

(2) 城市化和第三產業的發展

中國(尤其是以四川省為代表的中國西部)的經濟發展和城市化的趨勢預期將持續，從而有可能推動新辦公室裝修和現有辦公室翻新的需求，從而支持辦公家具市場的增長。

(3) 不斷提高的製造和創新能力

中國的辦公家具製造企業正經歷從習慣模仿發達經濟體的產品設計和服務模式向探索創新的解決方案過渡的過程，此乃基於專門技術及經驗的積累以及資本金額及其他資源的增強。此外，本地製造商紛紛開始採用先進的品牌塑造和市場營銷計劃。這種增強創新能力的效益預計將造就中國辦公家具市場的長期增長。

行業概覽

(4) 更好的監管及競爭環境

中國辦公傢具市場相對較為分散，存在大量的小型廠商，其生產過程和所使用材料均已過時且並不環保。國家和地方政府已經頒佈新訂及經修訂規例，旨在淘汰該等缺乏競爭力的群體，並創造更好的行業環境，促進行業的可持續發展。

主要驅動力

- 1 不斷增加的財富和消費升級
- 2 持續的城市化和第三產業的發展
- 3 不斷提高的製造和創新能力
- 4 更好的監管及競爭環境

影響(1-2年) 影響(3-5年)

高	高
高	高
中	高
中	高

來源：弗若斯特沙利文分析

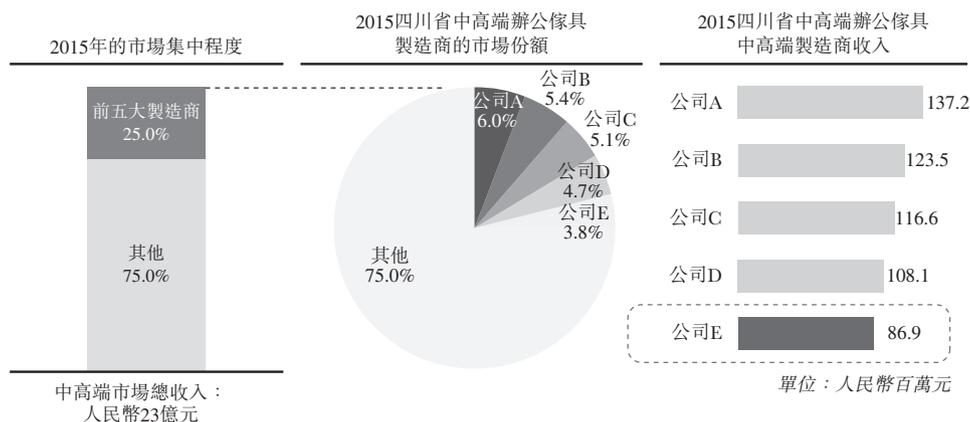
四川中高端辦公傢具製造的競爭格局概述

四川青田為中高端辦公傢具製造商。中高端辦公傢具製造商指(i)中高端質量的辦公傢具產品佔收益超過60%；(ii)產品售價較大眾市場產品貴約5%至10%，乃主要由於其質量較佳(就所用原材料的質量、功能表現、設計風格及耐用程度等因素而言)；及(iii)擁有內部設計能力的製造商。

2015年就中高端傢具市場相對整個辦公傢具市場的規模而言，中高端傢具製造佔(i) (以收入計)中國辦公傢具市場約30%市場份額；(ii) (以收入計)四川省辦公傢具市場約23%市場份額。四川省內有約50間中高端辦公傢具製造商，其經營毛利率約為25%至40%，而大眾市場辦公傢具製造商則有約1,000間，其經營毛利率約為10%至20%。中高端辦公傢具製造商的客戶基礎分散程度較低，與大型企業及政府機構等主要客戶有長期合作，而大眾市場傢具製造商則專注於零售銷售。

四川省中高端辦公傢具市場的競爭格局

四川省中高端辦公傢具生產商的收入



來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

2015年，四川省中高端辦公傢具製造企業的總營業收入達到約人民幣23億元，五大企業合共佔行業總營收的25.0%。

本集團的排名

公司A及公司B分別以約人民幣1.372億元和人民幣1.235億元的總收益排名第1及第2，其次為公司C和公司D，總收益分別約為人民幣1.166億元及人民幣1.081億元。本集團排名第5，總收益為約人民幣86.9百萬元，佔3.8%的市場份額。

主要競爭對手及四川青田的概況

下表載列主要競爭對手的概況：

總部	公司A	公司B	公司C	公司D	四川青田
成立時間	1997年	1995年	1998年	1997年	1996年
中高端辦公傢具收入(2015年)	人民幣137.2百萬元	人民幣123.5百萬元	人民幣116.6百萬元	人民幣108.1百萬元	人民幣86.9百萬元
產品類別	辦公桌椅、桌子、折疊屏風、沙發、文件櫃	文件櫃、辦公桌、沙發、椅子、桌子	辦公桌、文件櫃、桌子、沙發、折疊屏風、茶水櫃	辦公桌椅、會議桌椅、文件櫃、折疊屏風、桌子、沙發	辦公桌椅、折疊屏風、沙發、桌子、文件櫃、書櫃
地理覆蓋範圍	中國西南部，主要是四川省	中國西南部，主要是四川省	中國西南部	四川省、重慶市	中國西南部，主要是四川省
主要客戶群	<ul style="list-style-type: none">政府辦公室私營或公 有制企業	<ul style="list-style-type: none">政府辦公室公有制企業 及機構	<ul style="list-style-type: none">公有制企業 及機構私營企業	主要為政府辦公室 及公有制機構	<ul style="list-style-type: none">中國政府部門金融機構(國有及私營)其他實體(國有及私營)
銷售渠道 (附註1)	80%直銷： 20%分銷商銷售	100%直銷	70%直銷： 30%分銷商銷售	80%直銷： 20%分銷商銷售	100%直銷

附註1：就弗若斯特沙利文報告而言，透過競標所得之銷售額屬於直銷類別。

上表呈列四川青田競爭對手的概況與四川青田並無重大差異。

中高端辦公傢具產品定價

中高端辦公傢具產品的平均售價一般較同類大眾市場產品高約5%至10%。在2015至2020年的預測期內，按中國商品價格水平的普遍升勢，中國消費者對辦公傢具產品的消費升級趨勢及日益提高的環境及質量標準提高生產成本，中高端辦公傢具的平均價格可能繼續上升。中高端辦公傢具的平均價格預計將於2015年至2020年以約5%至8%的複合年增長率增長。

行業概覽

於2014年至2016年，中國所有主要類別的中高端辦公傢俱的平均售價呈上升趨勢，複合年增長率約4%至6%。於業績記錄期間，本集團各主要類別的平均售價與國內具同比特色(主要在物料及大小方面)的同類別中高端辦公傢俱的平均售價相若。

中國和四川省辦公傢俱市場的未來展望

預期未來中國及四川省的辦公傢俱市場將受下列因素影響：

(1) 環保傢俱的需求日益增加

由於中國客戶越來越重視環境問題，環保意識不斷增強預期會令環保辦公傢俱的需求增加。儘管環保辦公傢俱的成本較高，但由於中國人民的可支配收入持續上升，中國客戶可能選擇較環保的辦公傢俱，以取代較不環保的辦公傢俱。同時，加上中國有關辦公傢俱製造環保標準的管制及監管框架日趨嚴格，預計將進一步支持這方面的發展。

(2) 技術創新

隨著互聯網和數碼技術的傳播，智慧型辦公室正成為一個日益流行的概念。因此，辦公傢俱與先進數碼技術的集成預計將成為辦公傢俱市場的一個主要發展趨勢。由於中國辦公傢俱製造業由模仿發達經濟體的產品設計及服務模式轉變成創新及開發原創設計及業務模式，本地製造商正投放更多資源進行獨立研究，這一創新趨勢預計將會提速。

(3) 中國西部經濟發展

西部作為主要的辦公傢俱生產基地的重要性日益突出，主要得益於中國西部地區強勁的經濟發展及政策，導致急速城市化，令區內收入及財富增加，帶來旺盛的本地需求。預期四川省(作為中國西部一部分)的傢俱產量將於2015年至2020年間以遠較中國其他地區強勁的幅度增長。

行業概覽

中國和四川省辦公傢具市場面臨的威脅

中國和四川省辦公傢具製造商面臨以下威脅：

(1) 政府倡導節約

自2011年5月起，中國政府呼籲並實施法規減少政府及公共機構的行政費用。有關法規明確禁止政府機構購買奢侈品、商品或產品，並界定國家公務員的節約辦公方式。為遵守有關法規，中國國家部委及政府辦公室已採取積極措施限制辦公傢具及設備方面的支出。中國政府呼籲節約開支，對於擁有經濟價格的大眾市場產品有利，但對中高端辦公傢具製造商構成威脅。

(2) 國外品牌

國外品牌持續滲入中國及四川的辦公傢具市場，主要通過中國分銷商分銷及銷售其產品。該等市場參與者通常鎖定要求高端及優質辦公傢具的客戶。該等國外品牌對直接競爭的本地中高端辦公傢具製造商構成威脅。然而，上文一段所提及中國政府倡導的節約風氣可能會令部分國外品牌卻步。

(3) 家用傢具替代辦公傢具

部分中高端辦公傢具可由家用傢具替代，尤其是設計有創意並適用於辦公室的家用傢具。儘管辦公傢具製造商不斷創新及開發廣泛的產品和設計以應對家用傢具的替代，但家用傢具的替代仍然對中國的辦公傢具製造商構成威脅。

(4) 價格競爭

四川辦公傢具市場仍然高度分散，存在大量的本地企業，其業務規模在產品類別差異性方面較為有限且品質較差。然而，隨著市場持續發展及步入成熟，市場的集中程度預計將會增加。預期市場參與者的競爭將會加劇，對價格造成下調壓力，因而淘汰競爭力較弱的參與者，可能擾亂四川省過度集中的辦公傢具市場。

中高端辦公傢具市場的進入壁壘

新入行企業進入四川省中高端傢具市場面對的壁壘如下：

(1) 綠色壁壘

如上節所述，由於中國客戶的環保意識不斷增強且可支配收入上升，儘管環保辦公傢具的價格較高，環保傢具的需求仍日益增加。中高端辦公傢具的主要客戶包括大型企業及政府辦公室，彼等在評估採購訂單的投標時注重供應商是否遵

行業概覽

守環境或綠色準則。然而，致力生產環保辦公傢具需要投放大量資源(包括尋求可靠環保供應商及核實其環保聲明)，而國內市場通常並無相關的可再生原材料，故此增加生產成本。跟隨該趨勢所需的資源對於新入行企業而言可謂挑戰。

(2) 聲譽及客戶網路

聲譽及往績記錄乃影響客戶對辦公傢具供應商選擇的重要因素，客戶通常傾向於選擇受認可且具有良好往績記錄的製造商，交付高品質產品，以降低其風險。同時，行業領先的中高端辦公傢具製造商通常與大型企業和政府機構等重要客戶保持著長期合作關係，而新入行企業一般沒有依靠多年經營積累的客戶網絡或長期關係。獲得及維持客戶可能對中高端辦公傢具市場的新入行企業構成挑戰。

(3) 資本投資

中高端辦公傢具市場的新入行企業需要較大的初始和運營投資，從而建立一個能夠提供高品質產品，滿足中高端辦公傢具目標客戶預期標準的體系。具體而言，新入行企業需要有足夠的資金支持，以購買土地、設備，進行人員招聘、維持品質及系統控制和對優質的原材料持續支出。因此，資本投資亦是這一市場的進入壁壘。