

## 行業概覽

本節所載資料乃由弗若斯特沙利文編製，並基於公開資料來源及政府出版物反映市況，主要作為市場工具而編製。凡關於弗若斯特沙利文之提述不應視為弗若斯特沙利文就本公司任何證券價值或投資於本公司是否可取而發表的意見。我們的董事相信，本節所載資料的來源為該等資料的恰當來源，而在摘錄及轉載該等資料時已採取合理審慎的態度。我們的董事並無理由相信該等資料屬虛假或存在誤導成份或已遺漏任何事實致使該等資料屬虛假或存在誤導成份。

### 資料來源

我們委託弗若斯特沙利文於2012至2021年期間提供有關全球蠟燭製造及分銷行業的行業資訊。弗若斯特沙利文報告由弗若斯特沙利文獨立於本公司影響而編製。弗若斯特沙利文編製弗若斯特沙利文報告的費用為490,000港元。弗若斯特沙利文成立於1961年，擁有45個全球辦事處，擁有1,800多名發展顧問、分析師和預測家。其提供行業研究和市場策略，並為包括蠟燭行業在內的多個行業提供成長諮詢。

弗若斯特沙利文採用綜合資料收集模式，其中包括與行業利益相關者及參與者進行初級研究，對政府統計、上市公司的行業報告和年度報告以及行業專家的資料驗證過程的二級研究。從與宏觀經濟資料繪製的歷史資料分析以及與行業相關的具體驅動因素及專家意見的整合獲得預測資料。弗若斯特沙利文對以下假設進行了預測：(a)在預測期間，社會、經濟及政治環境將保持穩定，(b)蠟燭製造業及產品行業的發展將保持穩定及健康，(c)主要行業驅動因素在預測期內繼續影響市場。於作出合理詢問後，董事確認，由於弗若斯特沙利文報告數據概無可能會對本節之資料出現保留意見、互相抵觸或產生重大影響的市場資料不利變動。

### 蠟燭製造市場概覽

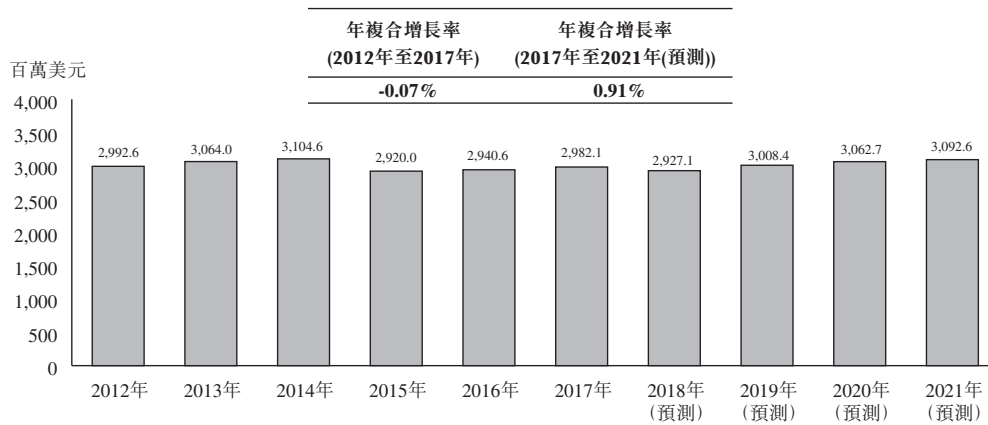
#### 全球蠟燭製造業

蠟燭是一種將可燃燈芯或其他易燃固體物質(如牛油或凝膠)嵌入蠟中，用以提供光，在某些情況下，其香料或裝飾效果的物體。它不再僅用於日常生活照明，且廣泛應用於家庭護理，包括空氣清新或芳香療法，並作為裝飾產品。蠟燭產品的主要消費者為已發展國家。由於供需矛盾，蠟燭產品，特別是低端蠟燭，通常由低勞動力成本國家

## 行業概覽

的製造商出口到已發展國家。美國及一些已發展國家亦從事製造及出口高附加值蠟燭，如裝飾蠟燭和香熏蠟燭。

自2012年至2021年(預測)全球蠟燭行業出口值

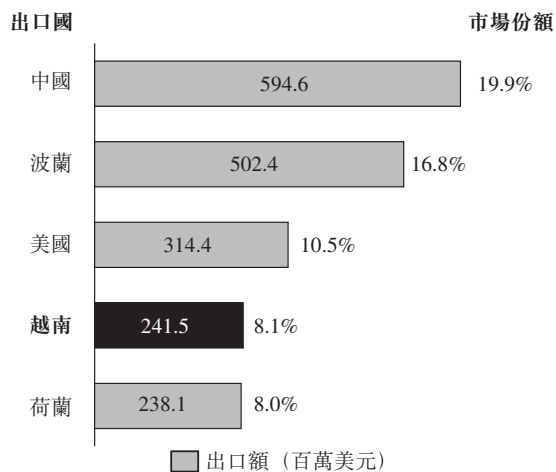


資料來源：Trade Map，弗若斯特沙利文分析

自2012年至2017年，全球蠟燭行業出口價格從29.926億美元略微下降至29.821億美元，複合年增長率為-0.07%。根據西方國家消費增長預期和經濟復蘇的預期，於2021年，全球蠟燭行業出口額預計將達到30.926億美元，於2017年至2021年複合年增長率為0.91%。

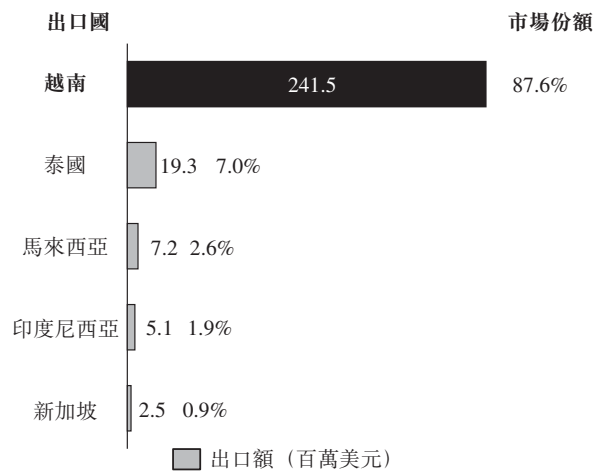
以下圖表列示於2017年世界及東南亞蠟燭產品出口國按出口額的分佈：

2017年按出口值計量的  
五大蠟燭產品出口國



2017年總出口額 = 2,982.1百萬美元

2017年按出口值計量的  
東南亞五大蠟燭產品出口國



2017年總出口額 = 275.6百萬美元

資料來源：Trade Map

---

## 行業概覽

---

越南的出口額為241.5百萬美元，佔市場份額的約8.1%，是世界第四大蠟燭出口國，就2017年出口額而言是東南亞最大的蠟燭出口國，佔總市場份額的87.6%。

於1986年8月，美國國際貿易委員會（「委員會」）認定，由於從中國進口的蠟燭價格低於公平值，美國的一個行業受到重大傷害。美國商務部於1986年8月28日對中國的蠟燭發出了反傾銷稅法令（「法令」）。此後，委員會對該法令進行了定期審查。

該法令涵蓋的產品是由石蠟製成的具有纖維或紙芯的若干有香味或無香味的石油蠟燭。按以下列形狀出售：錐形、螺旋形及直邊晚餐蠟燭；圓、圓柱、柱子、燭杯；及各種蠟填充容器。蠟燭是由堅固、易熔、可燃的蠟或脂肪物質包圍及浸透可燃的燈芯製成。蠟燭用於照明、發熱或香薰，或用於慶祝或儀式目的。當蠟燭燃燒時，其火焰通過由於毛細作用而在芯上流動的熔融蠟供給。

美國為蠟燭產品最大進口國家，2017年進口額達464.7百萬美元。美國政府對1986年從中國進口的石蠟蠟燭徵收54.21%的反傾銷稅，作為維持美國當地蠟燭製造商對中國的競爭力的措施。2004年反傾銷稅提高到108.3%。並在2011年進一步擴大了稅收範圍，以涵蓋所有形狀、尺寸、款式和類型及含有任何數量石蠟的蠟燭。

反傾銷稅對出口美國市場的中國蠟燭製造商產生了負面影響。因此，許多上述中國蠟燭製造商被迫倒閉或搬遷至生產成本較低的東南亞國家，其包括越南。這導致了越南蠟燭製造及分銷市場的興起，越南已成為世界主要的蠟燭出口國之一。本集團被認定為越南首批國外蠟燭製造投資者，專注於向國家出口蠟燭，其包括美國。

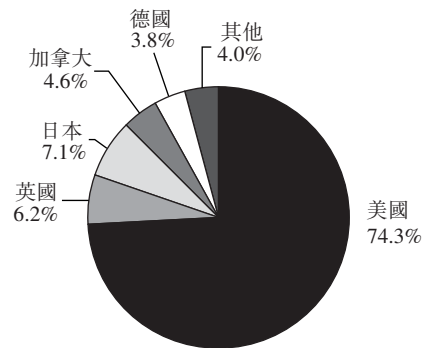
當出口商於國外銷售的產品少於在國內收費時，或低於製造成本時，即發生傾銷。美國商務部對來自中國的蠟燭產品徵收反傾銷稅，以維持美國當地蠟燭製造商的競爭力。然而，由於從越南出口的蠟燭產品不會對美國的國內蠟燭製造商造成重大傷害，越南對蠟燭生產並無徵收反傾銷稅。於未來對越南蠟燭產品徵收反傾銷稅的可能性很小。

## 行業概覽

自2012年至2021年(預測)越南對全球的蠟燭出口值



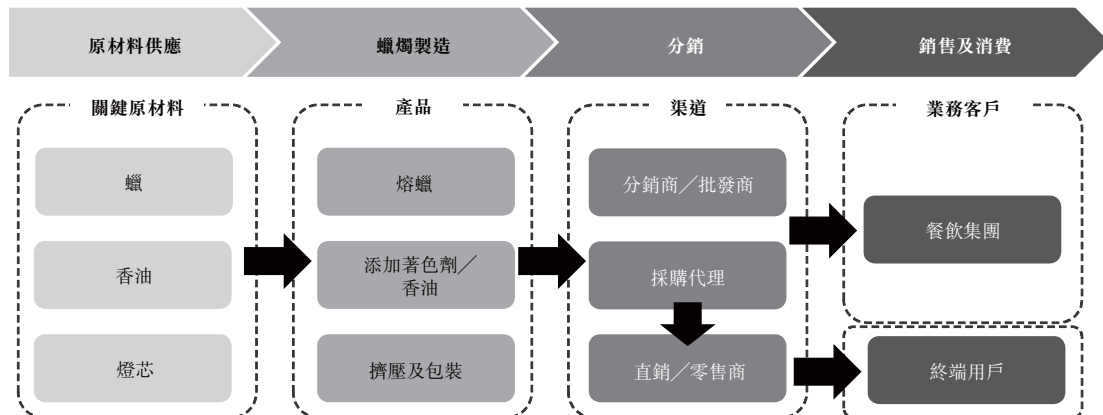
2017年越南向各國的出口額明細



資料來源：Trade Map，弗若斯特沙利文分析

越南的蠟燭出口額從2012年約168.4百萬美元增加至2017年約241.5百萬美元，但自2012年起的複合年增長率為7.5%。根據弗若斯特沙利文，越南的蠟燭出口額預計到2021年將達264.8百萬美元，自從2017年起，複合年增長率為2.3%。2017年，美國佔越南蠟燭出口額的約74.3%，成為越南最大的蠟燭產品出口目的地，同年英國成為其第三大出口目的地。

### 價值鏈分析



蠟燭製造和分銷過程包括原材料供應、製造、分銷及銷售四個主要階段。根據商業模式，蠟燭製造商的目標客戶可以是零售商，如百貨公司，家居用品店及／或其指定為零售商提供蠟燭產品的購買代理商。部份大型製造商能夠通過分銷商／批發商將其蠟燭產品出口給外國客戶，而一些市場參與者可能有自己的零售銷售網路，如實體店及線上商店。

## 行業概覽

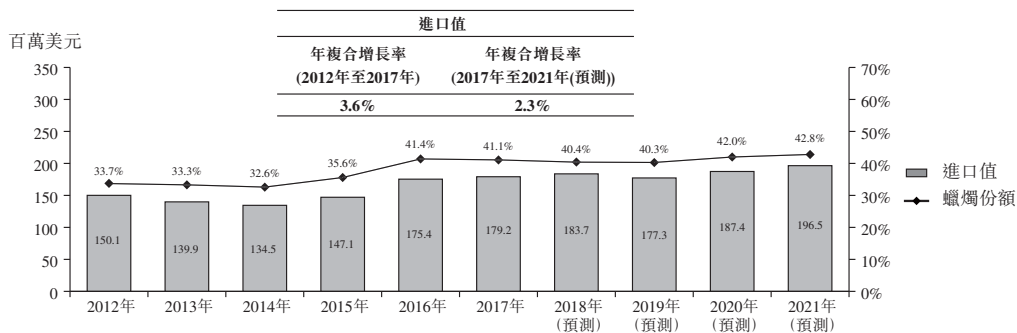
### 全球蠟燭製造市場的驅動力

發展中國家日益增長的需求 — 傳統上，蠟燭產品一直用於西方國家的宗教活動、節日和日常生活。隨著文化全球化進程的推進，日益增長的發展中國家消費者比以往購買更多蠟燭產品，這與彼等對生活質量意識的提高是一致的。這有望促進全球蠟燭產品消費。

中高端蠟燭產品的消費量增加 — 隨著美國及其他發達國家的經濟持續復甦，中高端蠟燭產品的消費量有望增加。與此同時，發展中國家日益壯大的中產階級高檔的生活方式常態，有利於提高對帶有裝飾功能的蠟燭產品的需求。這為蠟燭製造行業提供了巨大的機會。市場亦越來越偏好帶有香氣和顏色添加劑的蠟燭產品。偏好使用蠟燭為房間和家居增添香味和顏色，對香薰和裝飾蠟燭產品不斷增長的需求，為整個市場提供了動力。

### 美國市場概覽

#### 2012年至2021年(預測)美國從越南進口的蠟燭產品進口值及份額



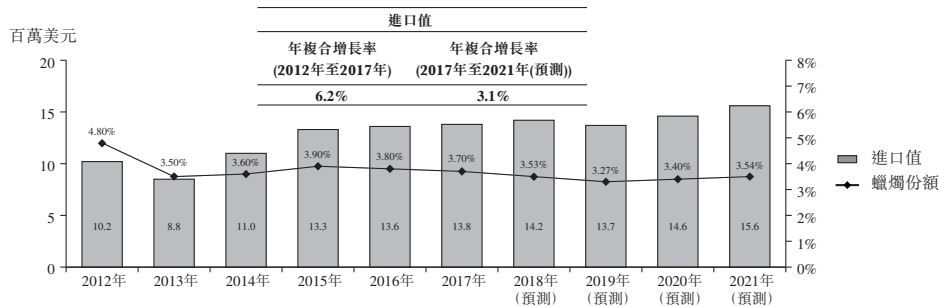
資料來源：Trade Map、弗若斯特沙利文分析

來自世界各地的美國蠟燭產品的進口額自2012年至2015年相對穩定。由於美國經濟復甦，2015年至2016年增長了2.4%。2013年至2015年的進口衰退主要是由於消費量減少和貿易政策的變化，如擴大對蠟燭出口國的反傾銷稅範圍。隨著對中國蠟燭產品出口商的反傾銷稅範圍的擴大，美國從越南的進口額呈整體上升趨勢，從2012年的約150.1百萬美元至2017年的約179.2百萬美元。同樣，佔美國從越南的蠟燭產品進口額的份額從2012年的33.7%增至2017年的41.1%。這表明從越南的進口在美國的蠟燭產品進口總量中變得越來越重要。根據弗若斯特沙利文報告，美國於2021年自越南進口蠟燭產品的進口值及份額預計分別達到約196.5百萬美元及42.8%。

## 行業概覽

### 英國市場概覽

#### 2012年至2021年(預測)英國從越南進口的蠟燭產品進口值及份額



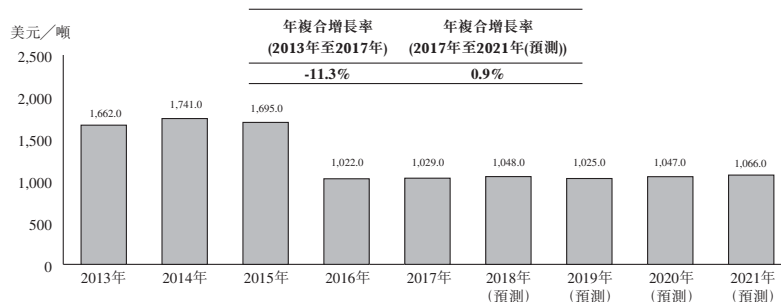
資料來源：Trade Map、弗若斯特沙利文分析

英國從全球的蠟燭產品進口額維持總體上升趨勢，從2012年的211.8百萬美元增至2017年的373.2百萬美元，複合年增長率為12.0%。然而，英國市場的競爭比美國市場更為強烈，此乃由於英國市場來自其他國家(如中國)的競爭。在過去5年中，英國從越南的蠟燭產品進口額一直在波動，總體從2012年的10.2百萬美元增至2017年的13.8百萬美元，複合年增長率為6.2%。與此同時，佔英國從越南的蠟燭產品進口額的份額亦從2012年的4.8%降至2017年的3.7%。根據弗若斯特沙利文報告，美國於2021年自越南進口蠟燭產品的進口值及份額預計分別達到約15.6百萬美元及3.54%。

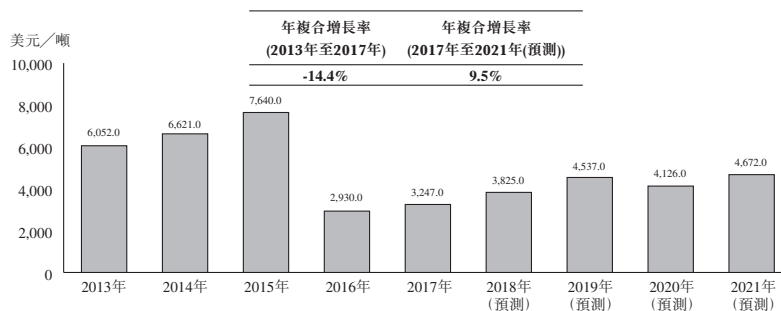
### 運營成本

#### 原材料

#### 自2013年至2021年(預測)越南每單位石蠟的進口值



#### 自2013年至2021年(預測)越南每單位植物及蟲蠟的進口值



資料來源：Trade Map、弗若斯特沙利文分析

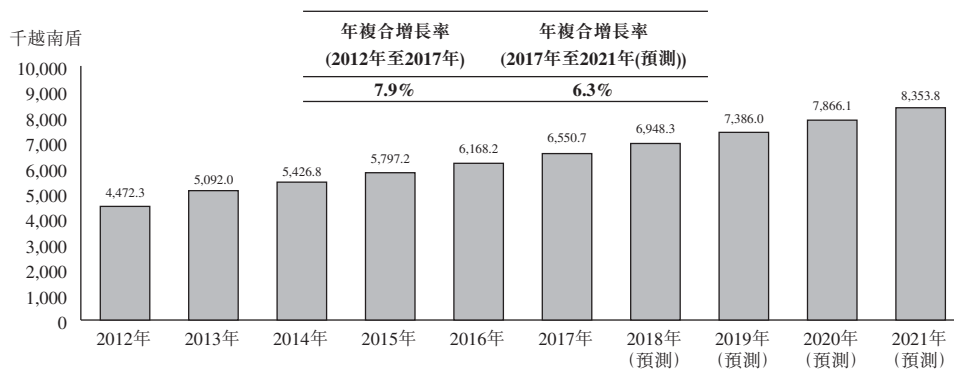


## 行業概覽

蠟是蠟燭產品的主要成分。蠟燭產品通常由多種類型具有不同物理屬性的蠟製成。石蠟是蠟燭產品中最多的原料成分，幾乎佔原料成分的60%以上。蜂蠟(蠟燭製作中的傳統蟲蠟)或棕櫚蠟通常加入到蠟混合物中作為硬化或軟化材料以調節蠟燭產品的質感。

在越南，大多數蠟依賴進口貿易。從2013年到2017年，每噸石蠟的進口價從1,622.0美元每噸降至1,029.0美元每噸，複合年增長率為-11.3%。儘管植物蠟和蟲蠟的需求量較少，但其價格卻比石蠟更昂貴，且從每噸進口價6,052.0美元每噸降至3,247.0美元每噸，同期的複合年增長率為-14.4%。中國為越南石蠟的最大出口方。中國向越南的石蠟出口額由2015年的10.6百萬美元增加至2016年的26.3百萬美元，表明越南對石蠟的強勁需求。中國的石蠟高出口量及越南的強勁需求導致2016年石蠟每單位進口額顯著下降。根據弗若斯特沙利文報告，於2021年預計每噸石蠟、植物及蟲蠟的進口價分別達到約1,066.0美元每噸及4,672.0美元每噸，分別佔自2017年年複合增長率的0.9%及9.5%。

### 2012年至2021年(預測)越南製造業就業人員平均月收入



資料來源：越南統計局、越南國家工資委員會、弗若斯特沙利文分析

於2011年，越南政府實行最低工資政策，並由越南國家工資委員會定期審查最低工資。於過往年度，越南製造業從業人員的平均月收入略微增長，從2012年的4,472.3千越南盾到2017年的6,550.7千越南盾，複合年增長率為7.9%。於2017年，平均最低月工資增長7.3%。隨著越南國家薪資委員會對最低工資的持續審查，蠟燭製造商的勞工成本預計會在未來增加。根據弗若斯特沙利文報告，越南製造業工人平均月收入於2021年預計達到約8,353.8千越南盾，佔於2017年年複合增長率的6.3%。

## 行業概覽

### 蠟燭製造市場於越南之競爭格局

蠟燭製造及分銷市場為典型的勞動密集型產業，其競爭激烈。大多數低檔蠟燭產品均由OEM廠商生產，並無專利及設計，因只需要簡單的技術要求，其通常以低利潤出售產品。因此，低檔蠟燭製品市場集中度較低。相反，中高端蠟燭產品的市場集中度相對較高，因為該等製造商在品牌、設計、技術、定制、行銷及業務管理方面具有很強的競爭力。彼等通常在低勞動力成本區域擁有自建大型工廠，以便增加毛利。

競爭較激烈。領先的蠟燭製造商努力提升彼等核心競爭優勢，以增加市場份額。大型製造商提供各種蠟燭產品及增值服務，以滿足客戶的具體需求。從2017年1月1日至2017年12月31日，越南五大蠟燭製造商佔蠟燭產品總出口值約50.2%。彼等每年向發達國家(如美國，英國及德國)出口大量蠟燭產品。從2017年1月1日至2017年12月31日，本集團就預計出口值、預計收入及預計生產能力於越南所有蠟燭製造商中分別排名第三、第四及第四。本集團被確認為越南蠟燭製造商第一批國外投資者，主要向發達國家出口蠟燭產品。

#### 自2017年1月1日至2017年12月31日根據估計出口值排列之越南五大蠟燭製造商

排名	製造商	估計出口值 (百萬美元)	佔蠟燭產品出口值 總額之市場份額
1	A公司	43.8	18.1%
2	B公司	34.6	14.3%
3	本集團	15.0	6.2%
4	C公司	14.7	6.1%
5	D公司	13.4	5.5%

#### 自2017年1月1日至2017年12月31日預計收益排名前五的越南蠟燭製造商

排名	製造商	預計收益(百萬美元)	製造業收益 總額之市場份額
1	A公司	48.3	18.2%
2	B公司	39.1	14.7%
3	C公司	17.8	6.7%
4	本集團	17.3	6.5%
5	D公司	15.8	6.0%



## 行業概覽

自2017年1月1日至2017年12月31日預計生產能力排名前五的越南蠟燭製造商

排名	製造商	預計生產能力 (單位：百萬)
1	A公司	336.8
2	B公司	278.7
3	C公司	187.6
4	本集團	136.5
5	D公司	130.8

資料來源：弗若斯特沙利文分析

附註：

A公司主要向發達國家(尤其是美國及歐洲國家)出口藝術蠟燭及手工蠟燭。

B公司為越南蠟燭產品領先出口商，已與美國多家國際零售商建立了業務關係。該公司於越南、美國馬里蘭州及中國杭州擁有生產基地。

C公司為越南優質蠟製品領先的製造商及出口商之一。除製造宗教及日常用途的蠟燭之外，該公司亦生產各種場合使用的精美藝術蠟燭。

D公司為蠟燭產品國際供應商，於越南、中國東莞及香港擁有生產設施。提供的產品包括雕塑裝飾蠟燭、季節性蠟燭、圓形蠟燭、宗教蠟燭及其他蠟燭。

### 全球蠟燭製造市場的趨勢及威脅

#### 重視蠟燭產品的設計及香味

為了適應消費者的複雜需求，為與由競爭對手製造的產品區分開來，製造商越來越重視在裝飾蠟燭產品的設計。例如，為高級場地及典禮設計的蠟燭通常需要高品質及精美的設計，其價格比普通蠟燭的價格高。獨特的設計通常為製造商帶來高收益。由於生產過程中加入香味，香薰蠟燭出售價格亦通常較一般蠟燭高。由於人們不斷追求更好的優質生活，近年來對香薰蠟燭的需求呈上升趨勢。

#### 製造過程自動化

由於蠟燭製造為勞動密集型產業，自動化可以節省大量勞動力成本，以及提高效率及精度。從原料混合到最終產品包裝，蠟燭產品自動化生產過程的批量生產確保了產品品質均勻性，這將難以在沒有自動化的情況下實現。因此，高度自動化的蠟燭工廠在市場中日益起主要作用。

---

## 行業概覽

---

### 增加勞動成本

作為典型的勞動密集型產業，蠟燭製造受到勞動力成本上漲的影響，從而顯著影響利潤率。因此，蠟燭製造商的常見做法是在工人薪金相對較低的發展中國家建立製造工廠。然而，隨著該等國家的經濟發展，製造商預計日後會面臨勞動力成本上升的問題。

### 蠟燭製造市場的進入壁壘

**技術知識及生產安全要求** — 蠟燭製造需要具有用於蠟燭配製和成型的化學品和原材料(如蠟、香料和染料)性質的複雜知識。尤其是，製造具有數千種變化和形狀的裝飾及香薰蠟燭，需要對原料精心選擇和混合。除了研發能力，在生產和工作流程管理方面擁有豐富的經驗和知識被認為是蠟燭製造行業的先決條件，該等生產和工作流程管理包括原材料採購、人工分配、成型／擠壓機的運轉和維護。因此，技術要求預計將成為沒有蠟燭製造行業豐富經驗的新進入者的主要壁壘。

**大量配備成本及持續投資** — 配備蠟燭製造設施需要大量投資，包括工廠的租金成本、設備和機械的採購費用。尤其是製造商可能需要通過採購自動化蠟燭生產機器來實現高水平的自動化，以應對客戶訂單的嚴格時間表，這需要額外的配備成本。此外，研發、生產和監督亦需要專業招聘專業人員和工人。因此，配備蠟燭製造設施和保持正常運營需要大量的持續投資。該先決條件很可能給行業的新進入者帶來沉重的經濟負擔。

### 主要成功因素

**產品質量和特點** — 隨著大量的蠟燭消耗及特色蠟燭產品如香薰及裝飾蠟燭的潛在增長，具有生產該等類型優質蠟燭產品的能力的製造商被認為比其他製造商更具競爭力。此外，企業客戶(如百貨公司經營者及擁有連鎖店的零售商)更偏愛於更了解客戶對產品的質量要求及有能力滿足該等要求的製造商。

**往績** — 大型知名零售商及其他企業客戶通常非常偏愛具有可靠產品質量及優質服務的蠟燭供應商。與主要客戶合作的良好往績以及出色的產品組合，成為蠟燭製造商的主要區別。該等往績亦使得市場參與者能夠進一步從其他潛在客戶物色到商機。

**服務水平** — 為了令客戶滿意，成功的蠟燭製造商應提供高水平的服務，包括及時的訂單處理、抽樣及批量生產。此外，具有特定設計要求的客戶十分重視根據市場趨勢提供產品開發諮詢等增值服務。因此，提供綜合製造服務的能力是強大的市場參與者的主要競爭優勢。