

## 行業概覽

本節所列資料來源自弗若斯特沙利文報告以及各類官方或公開出版物。來自弗若斯特沙利文報告的資料反映根據各來源的資料對市場狀況的估計。我們認為本節所載資料的來源屬該等資料的適當來源，我們在摘錄及轉載該等資料時已採取合理謹慎的態度。我們並無理由相信該等資料屬不真實或具誤導性，亦無理由認為有任何部分資料被遺漏而致使相關資料不真實或具誤導性。董事確認，經合理審慎考量後，彼等並不知悉自弗若斯特沙利文報告日期後市場資料有任何不利變動而可能限制、抵觸本節所載資料或對該等資料的質素產生不利影響。

我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或彼等各自的聯屬人士或顧問或參與[編纂]的任何其他人士（弗若斯特沙利文除外）並未獨立核實政府官方資料或其他第三方來源資料的準確性，亦不就相關資料的準確性發表聲明。相關資料可能與新加坡境內或境外編製的其他資料不一致，且可能與新加坡境內或境外編製的其他資料的準確度或完整度不同。因此，本文所載政府官方及其他第三方資料來源可能並不準確，不應過分倚賴。

## 行業概覽

### 新加坡乘用車市場概覽

#### 乘用車的定義及分類

乘用車指主要用於運載乘客的輪式公路機動車（電單車除外）。巴士及卡車等車輛界定為商用車，而不屬於乘用車類別。從普通公眾認知角度而言，乘用車可分類為「入門級及中級」、「豪華」及「超豪華」品牌。

#### 新加坡乘用車分銷商及經銷商簡介

在新加坡，新的乘用車全部從海外進口，而二手乘用車是從海外進口或國內買賣。根據不同的業務模式，乘用車分銷商及經銷商可分為以下兩類：

- **授權乘用車分銷商及經銷商**，該等分銷商及經銷商與特定乘用車製造商或其銷售附屬公司簽訂經銷合約。部分授權分銷商及經銷商通常銷售單一品牌乘用車。然而，亦存在銷售來自不同製造商乘用車的多品牌授權乘用車分銷商及經銷商。
- **獨立乘用車分銷商及經銷商（亦稱平行進口商）**，該等分銷商及經銷商未與製造商簽訂經銷合約而銷售自他國進口的乘用車。獨立乘用車分銷商及經銷商不向乘用車製造商取得授權，對自身的業務活動擁有完全控制權。

#### 新加坡擁車證制度簡介

擁車證（「**擁車證**」）是授予在新加坡擁有汽車及使用有限道路空間的合法權利的配額牌照，有效期為十年。陸路交通局要求新加坡的潛在車主在購買新車之前須取得適當汽車類別的擁車證。根據新加坡陸路交通局的規定，車輛配額系統（「**車輛配額系統**」）下新登記汽車有5個類別加以區分，即A類（最多1.6升及97千瓦的汽車）、B類（1.6升或97千瓦以上的汽車）、C類（貨車及巴士）、D類（電單車）及E類（公開（電單車除外），包括的士及豁免納入車輛配額系統的車輛）。在新加坡，所有乘用車，包括入門級及中級品牌、豪華品牌及超豪華品牌均歸入A類及B類。

每月擁車證配額為以下各項之總和：(i) 允許年度車輛淨增額；(ii) 註銷車輛的補充額；及(iii) 就的士數量、過往超量預測、屆滿或註銷臨時擁車證等變動作出的調整。鑒於自二零一八年二月起，A、

## 行業概覽

B及D類的車輛年增長率設定為0%，及每月就的士數量變動作出的調整相對穩定，故註銷車輛的補充額很大程度上影響了擁車證配額的多寡。此外，由於政府可依據過往超量預測來控制擁車證配額，故登記車輛的數量在一定程度上亦受當局影響。

擁車證價格在很大程度上受擁車證配額影響。於二零一三年二月，新加坡金融管理局出台新貸款限制，大大打擊了新乘用車購買積極性，令擁車證價格大幅下跌。於二零一三年九月，由於陸路交通局宣佈新的擁車證分類標準，將大部分高檔車型從A類車移至B類車，令擁車證價格大幅上漲。二零一四年至二零一七年，由於同一過往期間擁車證配額增加，擁車證價格呈下跌趨勢。

	汽車類別	A類	B類	E類
二零一三年	配額	8,534	8,230	6,247
	中標	8,455	8,042	5,972
二零一四年	配額	12,230	11,205	6,031
	中標	12,127	11,076	5,903
二零一五年	配額	32,867	21,578	11,207
	中標	32,628	21,479	10,651
二零一六年	配額	48,734	31,361	12,406
	中標	48,180	31,055	12,142
二零一七年	配額	45,282	31,868	5,635
	中標	44,993	31,766	5,515

### 按類型劃分的登記乘用車總數

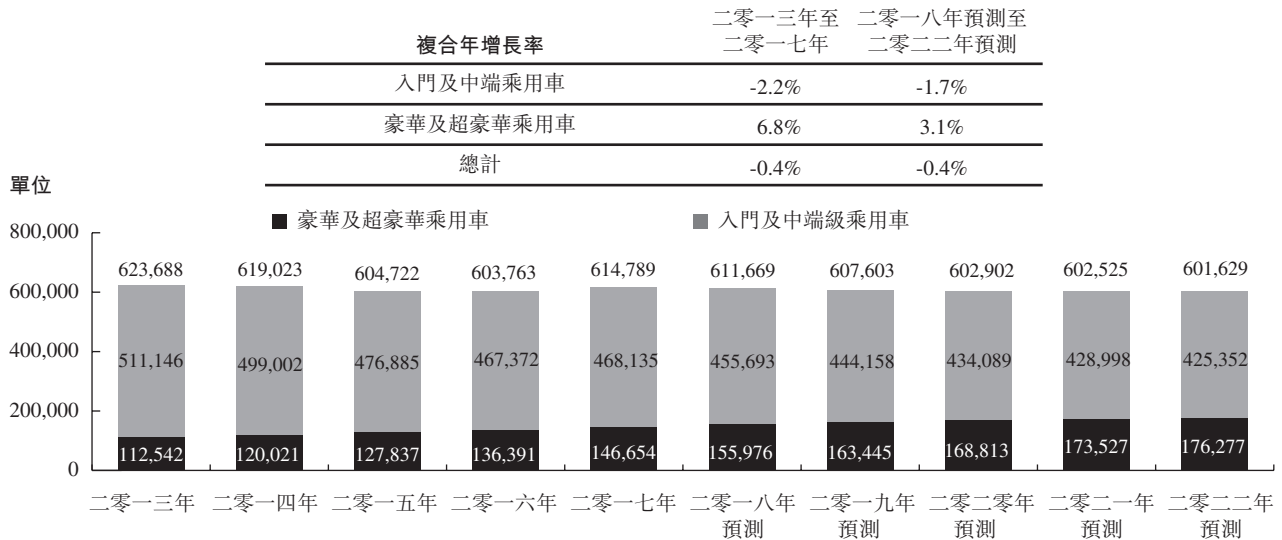
二零一三年至二零一七年期間，由於新加坡政府為防止嚴重空氣污染、緩解交通擁堵及空間不足進行控制，登記乘用車總數保持相對穩定。登記乘用車總數由二零一三年的623,688輛減少至二零一七年的614,789輛，複合年增長率為-0.4%。由於大量舊乘用車達到10年使用限制並報廢，登記乘用車總數於二零一四年至二零一六年期間略有下降。

政府已宣佈，自二零一八年二月起，所有乘用車的增長上限將由每年0.25%降至0%，以進一步緩解大規模的交通擁堵。由於二零一七年後擁車證配額數量減少，預計登記乘用車總數將以-0.4%的複合年增長率由二零一八年的611,669輛略微降至二零二二年的601,629輛。

## 行業概覽

然而，儘管二零一三年後新加坡登記乘用車總數呈下行趨勢，但在銷量不斷增加的推動下，登記豪華及超豪華乘用車總數由二零一三年的112,542輛迅速增長至二零一七年的約146,654輛，複合年增長率為6.8%。展望未來，預計登記豪華及超豪華乘用車總數將於未來五年進一步增加，預計二零一八年至二零二二年將由155,976輛增至176,277輛，複合年增長率為3.1%。

按類型劃分的登記乘用車總數，二零一三年至二零二二年預測



資料來源：陸路交通局、弗若斯特沙利文

附註：豪華及超豪華乘用車包括奧迪、奧斯汀、寶馬、凱迪拉克、克萊斯勒、戴姆勒、霍頓、悍馬、英菲尼迪、捷豹、藍旗亞、路虎、名爵、梅賽德斯-奔馳、MG-F、MINI、MINI-May fair、摩根、莫里斯、Panther、路華、Singer、沃爾沃、阿爾法·羅密歐、阿斯頓·馬丁、賓利、法拉利、蘭博基尼、瑪莎拉蒂、邁巴赫、邁凱倫、光岡、保時捷及勞斯萊斯等汽車品牌。

### 按車齡劃分的登記乘用車總數

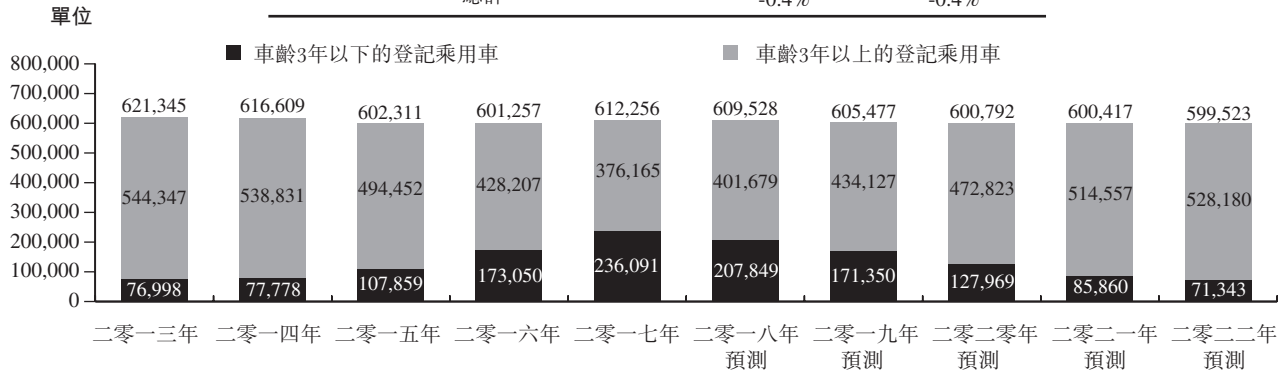
新加坡車齡三年以下的登記乘用車總數按複合年增長率32.3%大幅增加，由二零一三年的76,998輛增加至二零一七年的236,091輛，而新加坡車齡三年以上的登記乘用車總數則由二零一三年的544,347輛減少至二零一七年的376,165輛。上述變動乃由於大量老齡乘用車達到10年使用期限，其次為購買新擁車證及乘用車。

展望未來，於二零一五年至二零一七年擁車證續新高峰期後，新登記乘用車預計於二零一七年後下降，這意味著預測期間新加坡老齡乘用車的數量將會增加。

## 行業概覽

### 按車齡劃分的登記乘用車總數，二零一三年至二零二二年預測

複合年增長率	二零一三年至	二零一八年預測至
	二零一七年	二零二二年預測
車齡3年以下的登記乘用車	32.3%	-23.5%
車齡3年以上的登記乘用車	-8.8%	7.1%
總計	-0.4%	-0.4%



資料來源：新加坡陸路交通局、弗若斯特沙利文

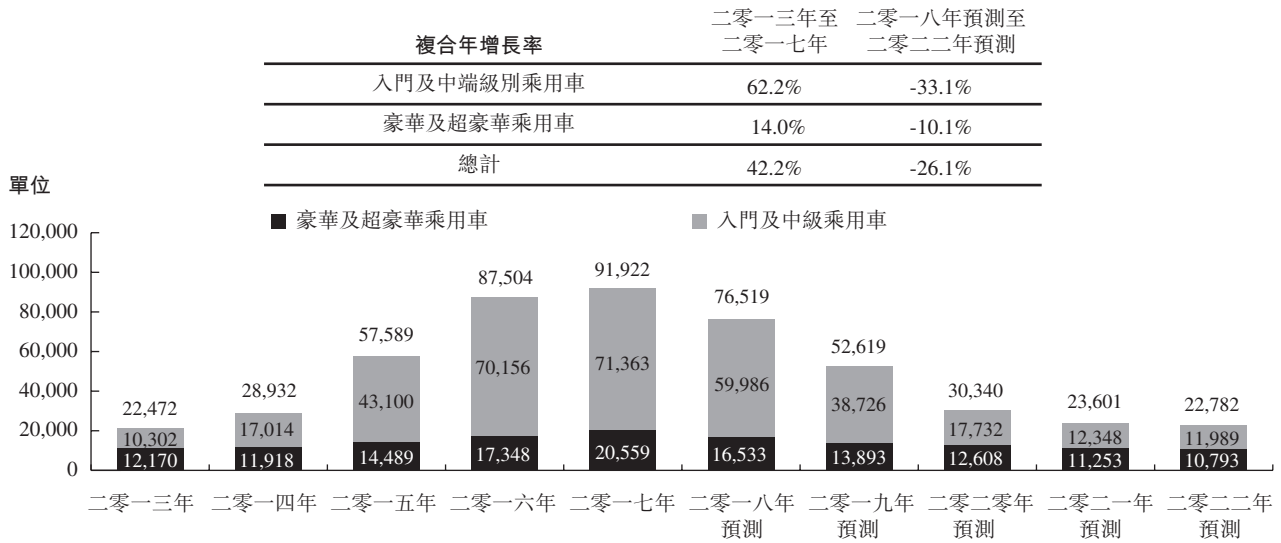
附註：數據不包括免稅車及非公路用車。

### 按類型劃分的新登記乘用車總數

受年齡限制及擁車證制度影響，新加坡新登記乘用車總數呈週期性變動。鑒於擁車證價格相對較低且購買力不斷增長，二零零五年至二零零七年期間，新加坡對乘用車的高需求導致新登記乘用車總數顯著增加。後因新加坡政府控制車輛擁有權及擁車證價格成本上升，該數量逐漸下降。二零一五年至二零一七年期間，由於大量乘用車達到10年使用限制而須購買新乘用車及擁車證，新登記乘用車總數急劇增加。由於市場的週期性性質及達到十年擁車證期限的乘用車數量減少，預計二零一七年後會有一段衰退期。預計新加坡新登記乘用車總數將以-26.1%的複合年增長率由二零一八年的76,519輛降至二零二二年的22,782輛。

## 行業概覽

按類型劃分的新登記乘用車總數，二零一三年至二零二二年預測



資料來源：陸路交通局、弗若斯特沙利文

### 新加坡汽車售後服務概覽

#### 行業價值鏈分析

上游供應商為生產及加工用於提供汽車售後服務所有乘用車零部件、化學產品、設備及配件的製造商並向授權服務中心、獨立服務中心及分銷商提供產品。

分銷商指進口用於提供售後服務的商品的中間商，並將商品轉售予乘用車售後服務提供商。

乘用車汽車售後服務提供商視乎其業務發展情況向最終客戶提供不同的服務。由於資金及人才障礙，大多數服務提供商僅可向終端客戶提供一項或幾項汽車售後服務，而部分領先的服務提供商則能夠為不同製造商及型號多種類型的乘用車提供廣泛全面的汽車售後服務。

在高度分散且複雜的汽車售後服務市場中，可確定兩種類型的服務提供商；(i) 授權經銷商；及(ii) 獨立服務提供商。新加坡授權經銷商通常為其客戶提供官方廠家保修，且彼等通常擁有自身的專用工場，從而可保證服務質素並賺取更多收入。於新加坡，車齡較低的汽車更傾向於在該等修理廠維修。獨立服務提供商為平行進口商、保險公司、汽車租賃公司、個人及其他公司的廣泛客戶提供保養及維修服務。儘管部分平行進口商擁有自身的工場，但由於成本控制及核心業務重點，平行進口商將其售後服務職能（如保養及維修以及保修管理）外包予精心挑選的獨立服務供應商呈向上趨勢。

## 行業概覽

### 新加坡乘用車保修簡介

從授權經銷商購買的新乘用車通常會附帶由原製造商提供支持的特定期間及特定里程數的廠家保修。廠家保修通常涵蓋乘用車所需的所有維修或更換，以確保其性能及質量，並防止昂貴維修單的風險。由於保證及可靠性更高，多數客戶更傾向從授權經銷商購買新乘用車。對於平行進口商，售後汽車服務由彼等自有的工場或獨立服務提供商提供。平行進口商提供的新乘用車保修可能涵蓋基本機械維修及全面售後服務等多個層面，此乃由於平行進口商可全權控制其業務活動。

對於獨立服務提供商，根據二零一六年年尾新加坡金融管理局的規定，乘用車保修必須由新加坡的保險公司承保。為向客戶提供保修計劃，獨立服務提供商必須與持牌保險公司訂立服務協議。一般而言，參與保修計劃的車主首先須向保險公司支付保費。當有關車輛於保修期內送修時，獨立服務提供商獲保險公司支付屬於保修期內維修的維修費用。由於保證及可靠性更高，平行進口商日益將彼等的保修管理外包予保修計劃下的獨立服務提供商。

除二手乘用車外，獲授權經銷商、平行經銷商及具有保修計劃的獨立服務提供商亦為車主提供延長保修，以擴大對額外年期或里程的保護。延長保修費用需另行收費並單獨銷售。

### 新加坡乘用車保養及維修市場概覽

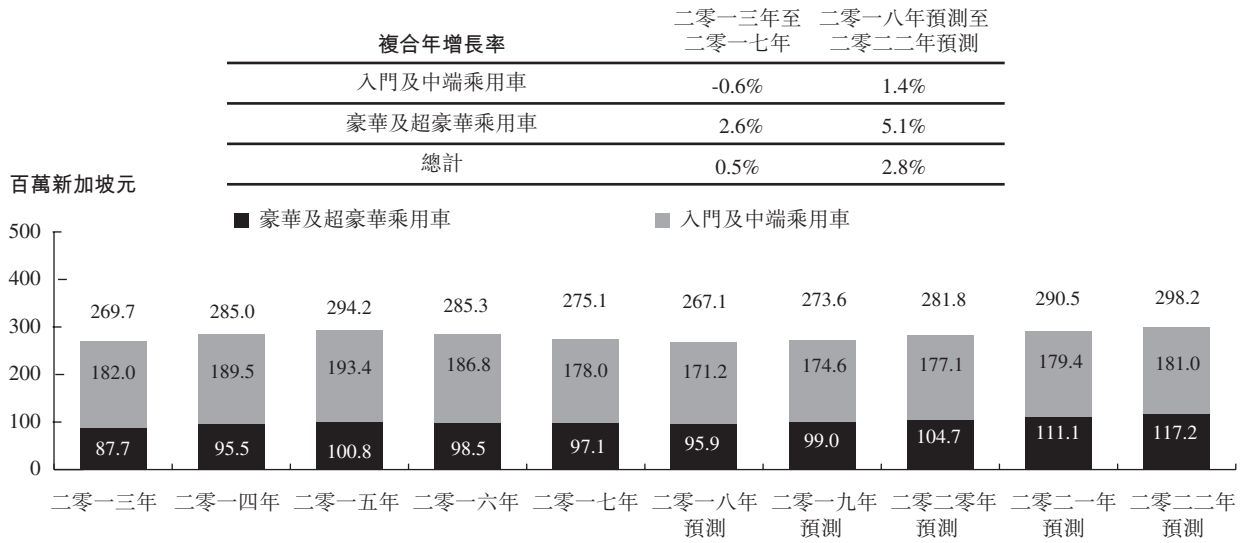
自二零一三年至二零一七年，新加坡乘用車保養及維修行業呈現了一定程度的波動，但整體保持穩定，複合年增長率為0.5%。根據新加坡乘用車的車齡分佈，車齡7年以上的乘用車佔比於二零一三年至二零一五年間由約37.4%增長至54.7%，導致同期的保養及維修行業出現穩健增長。然而，隨著使用舊乘用車的人數回落，二零一六年及二零一七年的乘用車保養及維修行業的市場規模有所減少。

### 按乘用車類型劃分的新加坡乘用車保養及維修行業市場規模明細

隨著新加坡的舊乘用車數量上升，乘用車保養及維修行業的市場規模預期由二零一八年的267.1百萬新加坡元增加至二零二二年的298.2百萬新加坡元，複合年增長率為2.8%，其中豪華及超豪華乘用車分部的市場規模估計於二零二二年達117.2百萬新加坡元，複合年增長率為5.1%。

## 行業概覽

### 按銷售價值計算之乘用車保養及維修行業市場規模，二零一三年至二零二二年預測



資料來源：弗若斯特沙利文

### 按服務提供商類型劃分的新加坡乘用車保養及維修行業市場規模明細

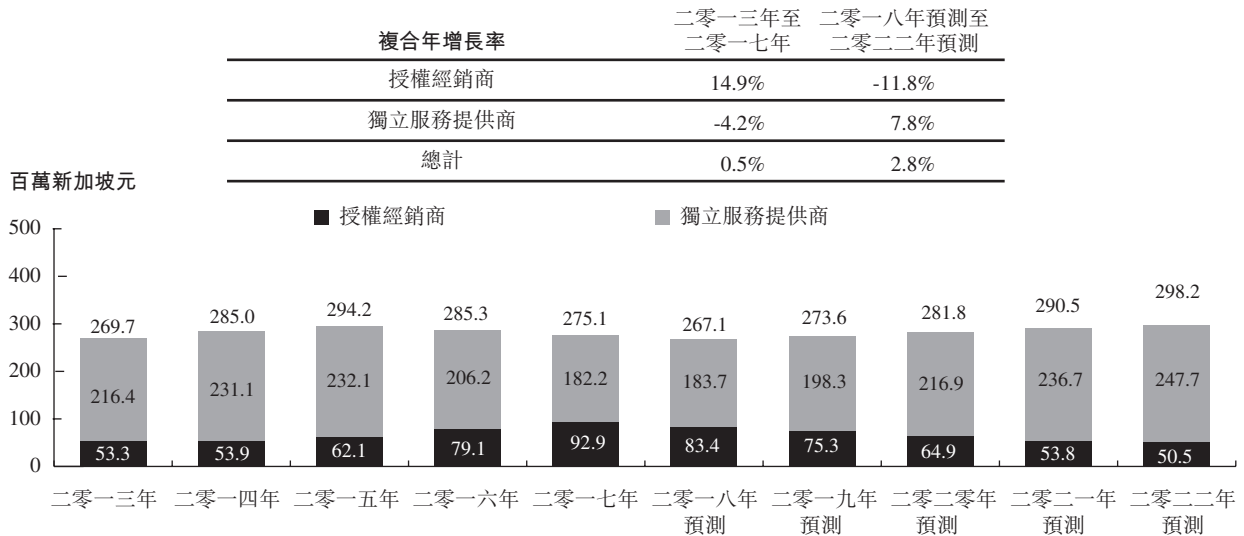
一般而言，具有廠家保修且車齡少於三年的汽車通常由授權經銷商的專用工場進行服務，而老齡車往往由於價格更優及更多的定制服務而由獨立服務工場進行服務。隨著老齡乘用車數量增加，來自獨立服務提供商的乘用車保養及維修行業的市場規模自二零一三年的216.4百萬新加坡元增加至二零一五年的232.1百萬新加坡元。此外，根據新加坡的乘用車車齡分佈，3年以下車齡的乘用車比例自二零一五年的17.9%增加至二零一七年的38.6%。由於車齡較小的汽車往往由授權經銷商進行服務，因此同期來自授權經銷商的乘用車保養及維修行業的市場份額增加。

於預測期內，受擁車證配額限制，新乘用車的增長率應保持在較低水平，新加坡的登記乘用車總數預計將於二零一八年至二零二二年間維持於約600,000輛。這意味著在道路上行使時間較長的乘用車數量會越來越多，從而導致對保養及維修服務的需求增加。由於老齡乘用車往往由獨立工場進行服務，因此來自獨立服務提供商的乘用車保養及維修行業的市場規模預計將於二零二二年達到247.7百萬新加坡元。



## 行業概覽

按銷售價值計算之乘用車保養及維修行業市場規模，二零一三年至二零二二年預測



資料來源：弗若斯特沙利文

### 主要市場驅動因素

#### 舊車數量不斷增加

新加坡乘用車的平均服務年期不斷增長。據陸路交通局透露，於二零一七年，十年服務期以上的乘用車比例為12.2%，而二零一三年僅為1.7%。為保證安全及用戶體驗，隨著汽車里程的增加而磨損的車輛零件及部件須及時進行保養及維修。隨著道路行駛的老齡化車輛增加，市場對保養及維修服務的需求亦不斷增加。

### 主要市場趨勢

#### 更加先進的技術及技術更高的工人

鑒於環保意識及有限的土地面積，新加坡政府已頒佈法律及法規以保護環境，如二零零八年頒佈《新加坡環境保護和管理法》以減少二氧化碳排放。因此，潛在乘用車車主將受鼓勵購買更環保的汽車，如具備更節能發動機的汽車，故此需要更加先進的保養及維修技術以及技術更高的工人。

## 行業概覽

### 更加個性化的互聯網相結合服務

憑藉二零一六年新加坡82.5%的高互聯網滲透率，保養及維修業務將與互聯網更緊密地結合。例如，客戶將有途徑預先取得線上提供的服務以及訂單服務。與此同時，客戶的選擇偏好及要求（如車型、零部件消耗模式）將錄入數據庫系統，以便在汽車整個可使用年期內為客戶提供更加個性化的服務，這可將服務效率及效用達到最大化。

### 業內提供的服務將更加優質

由於新加坡的保養及維修市場經已成熟，發揮核心競爭力佔據市場份額將是業內趨勢。舉例而言，服務中心將購買昂貴的汽車診斷設備以提供迎合高層次消費者的服務。此外，他們將投入營銷策略以吸引新客戶以及招募經驗豐富的工人以提供優質的客戶體驗。

### 乘用車保養及維修市場面臨的機遇及風險

#### 機遇

儘管登記乘用車總數預計將從二零一八年的611,669輛輕微減少至二零二二年的601,629輛，複合年增長率為-0.4%，但乘用車保養及維修行業的市場規模預計將從二零一八年的267.1百萬新加坡元增加至二零二二年的298.2百萬新加坡元，複合年率增長為2.8%。此乃由於新登記乘用車總數預計將從二零一八年的76,519輛減少至二零二二年的22,782輛，複合年增長率為-26.1%，導致多年來老齡乘用車比例逐漸增加。由於乘用車零部件的磨損與行駛里程數不斷增加有關，因此二零一八年至二零二二年的老齡乘用車比例不斷增加預計將使二零二二年的乘用車保養及維修行業的市場規模不斷擴大。

#### 風險

新加坡乘用車保養及維修市場相當成熟。隨著二零一九年後擁車證配額減少，預計擁車證價格將會上漲，預計新加坡乘用車總數將難以繼續增長。此外，政府正在制定公共交通系統，保養及維修市場的增長潛力將因乘用車需求下降而有所抑制。

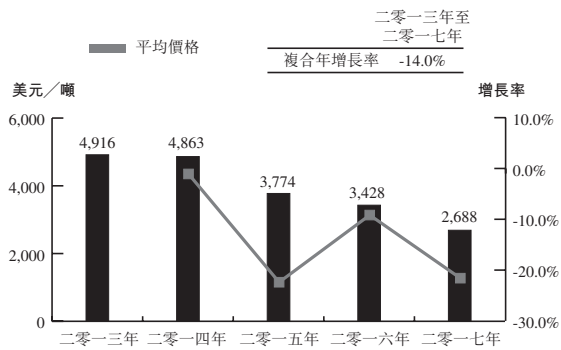
### 主要原材料價格及勞工成本

潤滑油是乘用車保養及維修行業使用的主要原材料之一。進口潤滑脂的歷史價格由二零一三年的4,916美元／噸下降至二零一七年的2,688美元／噸，複合年增長率為-14.0%。潤滑油價格下跌與供給過多導致的原油價格下降密切相關。

勞動力是另一個必要成本部分。據新加坡統計局所發佈，製造業的平均薪酬由二零一三年的82,930新加坡元上升至二零一七年的109,563新加坡元，複合年增長率為7.2%。薪酬上升表明新加坡經濟持續向好。

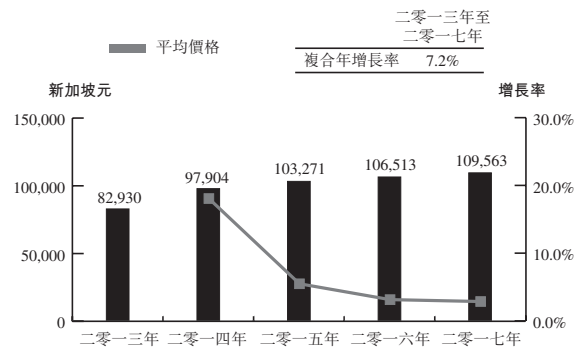
## 行業概覽

進口潤滑脂的歷史價格走勢，  
二零一三年至二零一七年



資料來源：新加坡國際企業發展局、弗若斯特沙利文

人均年薪的歷史價格走勢，  
二零一三年至二零一七年



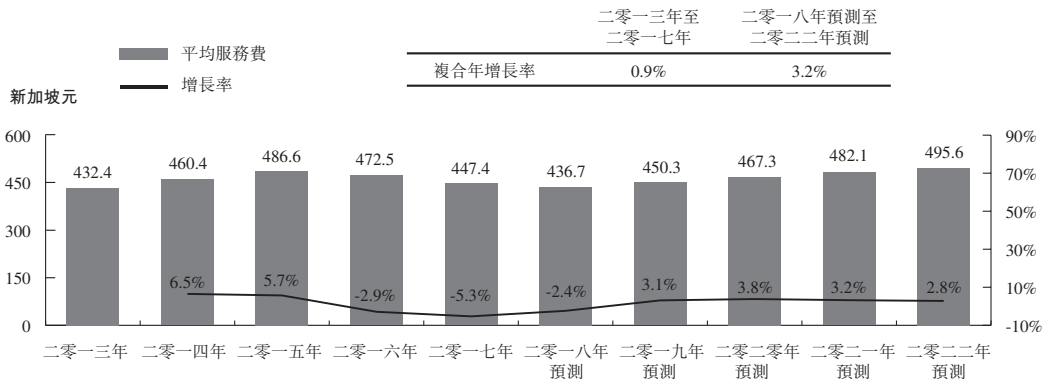
資料來源：新加坡統計局、弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 平均服務費的歷史價格走勢

於二零一三年至二零一五年，平均服務費增加乃主要由於舊乘用車增加，原因為使用年期較長的乘用車需要較長的服務時數並消耗更多配件，從而導致比車齡較短的汽車收取更高的服務費。然而，車齡3年以上的乘用車佔比由二零一五年的約82.1%大幅減少至二零一七年的約61.4%。此乃主要由於大量乘用車達到10年使用上限所致。由於舊乘用車的維修及保養費用相對較高，故平均服務費的減幅與新加坡使用舊乘用車的群體的減幅相符。因乘用車的平均車齡上升而帶動對保養及維修服務的需求增加，平均服務費預期於二零二二年達495.6新加坡元，而二零一八年至二零二二年的複合年增長率為3.2%。

平均服務費的歷史價格走勢，二零一三年至二零二二年預測



資料來源：弗若斯特沙利文

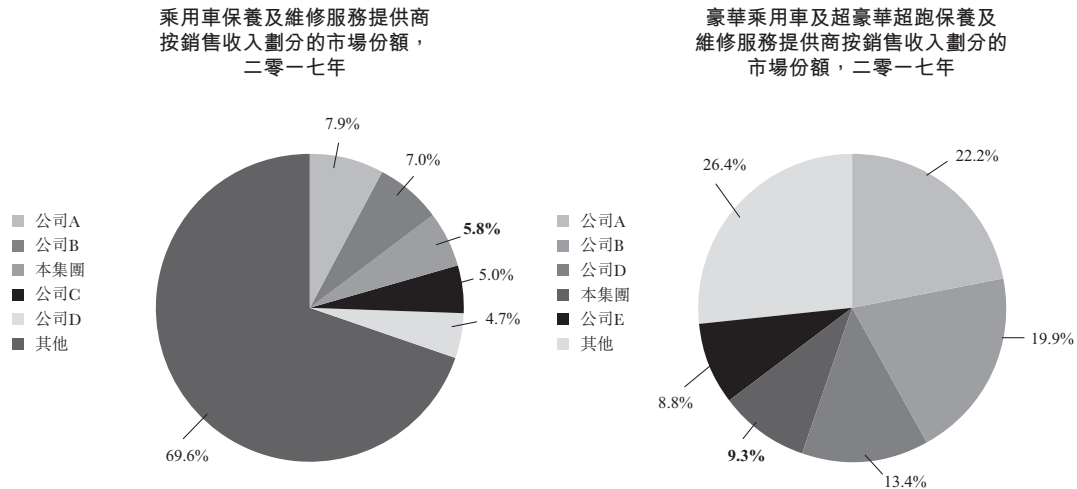
### 新加坡乘用車保養及維修市場的競爭格局

新加坡乘用車售後服務市場的競爭格局高度分散，而這主要歸因於新加坡乘用車售後服務市場激烈的競爭。

就乘用車維修及保養市場而言，其存在中等程度市場集中情況，五大公司於二零一七年按收益計佔總市場份額的30.4%。截至二零一七年，新加坡約有1,400間保養及維修服務中心。由於資金及人才的壁壘較低，絕大部分保養及維修服務中心專注於入門及中端乘用車品牌。因此，從事入門及中端乘用車品牌業務的保養及維修服務提供商面臨激烈的競爭。另一方面，由於豪華乘用車及超豪華分部的准入壁壘較高，故豪華乘用車及超豪華超跑保養及維修服務市場中的保養及維修服務提供商較少。五大公司佔豪華乘用車及超豪華超跑保養及維修服務分部總市場份額的約73.6%。此外，乘用車保養及維修行業的市場規模按獨立服務提供商產生的收益計於二零一七年達182.2百萬新加坡元，佔整個乘用車維修及保養市場約66.2%。與授權經銷商相比，獨立服務提供商具有以下競爭優勢：(i) 有能力為品牌及型號繁多的乘用車提供服務；(ii) 就檢測、保養及維修等售後服務提供更公平的價格；及(iii) 為客戶提供更多類型的靈活定制服務。

## 行業概覽

本集團作為一站式優質汽車售後服務提供商，擁有三個服務中心，其中總部位於新加坡汽車業務領域的中心地帶，當地遍佈豪華及超豪華乘用車展廳及服務中心。憑藉夯實的汽車技術知識及專有技術，本集團承接大部分主要汽車產業帶業務並擁有豐富的汽車相關業務，在新加坡擁有大批忠誠的各類客戶群。此外，與優質供應商的長期穩固關係確保本集團所提供產品的質量，並可降價獲取原材料。因此，於二零一七年按銷售收入計，於所有服務提供商中本集團分別佔保養及維修服務總市場份額的5.8%，及佔豪華及超豪華保養及維修服務市場份額的9.3%。於二零一七年，按所有獨立服務提供商的銷售收入計，在獨立服務提供商中本集團在保養及維修服務市場以8.8%的市場份額排名首位。



資料來源：弗若斯特沙利文

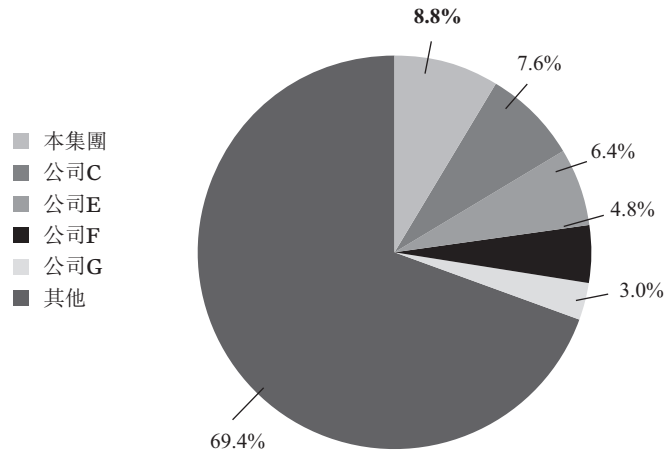
附註：於乘用車保養及維修市場的排名前5位中，本集團、公司C及公司E為獨立服務提供商，而公司A、公司B及公司D為授權經銷商。

### 二零一七年乘用車保養及維修服務行業按銷售收入劃分的獨立服務提供商市場份額

新加坡於截至二零一七年有約1,300間獨立服務中心，獨立服務提供商於乘用車保養及維修市場競爭激烈。二零一七年按銷售收入劃分的獨立服務提供商市場規模為約182.2百萬新加坡元，而五大公司佔據30.6%的市場份額。

## 行業概覽

主要市場參與者（包括本集團、公司E、公司F及公司G）均為新加坡公司，僅公司C為跨國公司。所有該等市場參與者均從事汽車售後服務，其中本集團、公司C、公司E及公司G專注於乘用車保養及維修服務，公司F則提供汽車出租及汽車租賃服務等。



資料來源：弗若斯特沙利文

### 乘用車保養及維修市場的進入門檻

#### 資金投入壁壘

開展乘用車保養及維修服務業務需要大量的資金投入。在所有初步投入中，主要投入包括建設服務中心、採購特定設備、渠道管理、勞工成本及廣告支出。為保障服務質量，乘用車保養及維修服務提供商亦應一直投入汽車診斷設備及材料以及技工的定期培訓，這是持續性投資，需要充足的現金流量。

#### 渠道壁壘

新加坡競爭委員會已與主要汽車經銷商合作移除現有及新保修限制，使車主能在獨立車行維修其汽車，而不是只可在授權車行。乘用車保養及維修市場參與者提供的服務性質相同，因此市場競爭相當激烈，而服務價格預期將下降。為保持競爭優勢，與供應建立良好合作以及按有利價格獲得原材料是維持盈利能力的長久且必要途徑。

## 行業概覽

### 品牌形象壁壘

一般而言，只要汽車服務提供商提供優質服務，車主就會持續委聘該名提供商。因此就市場新進者而言，創立自主品牌形象以及吸引客戶極為重要。為創立良好的品牌形象，新進者須投入營銷活動，如線上廣告及線下宣傳，以吸引客戶及擴大其市場份額。然而，創立品牌形象及累積客戶耗時較長，不僅需要資金投入亦需要優質服務。

### 新加坡乘用車租賃市場概覽

#### 乘用車租賃服務的定義及分類

乘用車租賃服務指公司短期（通常介乎幾小時至幾個月或更長時間）租賃乘用車的運營模式。通常，乘用車租賃服務供應商經營若干地方分支機構以允許用戶在不同地點返還乘用車，該等分支機構主要臨近機場或市區。客戶通常可通過在線網站及電話預訂首選汽車及增值服務。

乘用車租賃服務根據客戶類型可分為企業對客戶（「**B2C**」）租賃及企業對企業（「**B2B**」）租賃，或可根據租賃分為長期租賃及短期租賃。

- **B2C** 汽車租賃指乘用車租賃服務公司通過購買或租賃乘用車以將乘用車租賃予其個人客戶一段特定時間的業務模式。
- **B2B** 汽車租賃指乘用車租賃服務公司通過購買或租賃乘用車以將乘用車租賃予企業客戶（如公司、組織等）一段特定時間的業務模式。
- 長期汽車租賃指汽車租賃公司按每月或更長時間基準與客戶簽署長期租賃合約的租賃業務模式。在大多數情況下，180天或更長時間的租賃分類為長期汽車租賃；且其租金通常按每日、每週或每月的費率收費。
- 短期汽車租賃指汽車租賃公司按每小時或每天基準與客戶簽署短期租賃合約。180天期限以下的汽車租賃合約均分類為短期汽車租賃，通常按小時或每日費率收費。

#### 新加坡乘用車租賃行業的市場規模

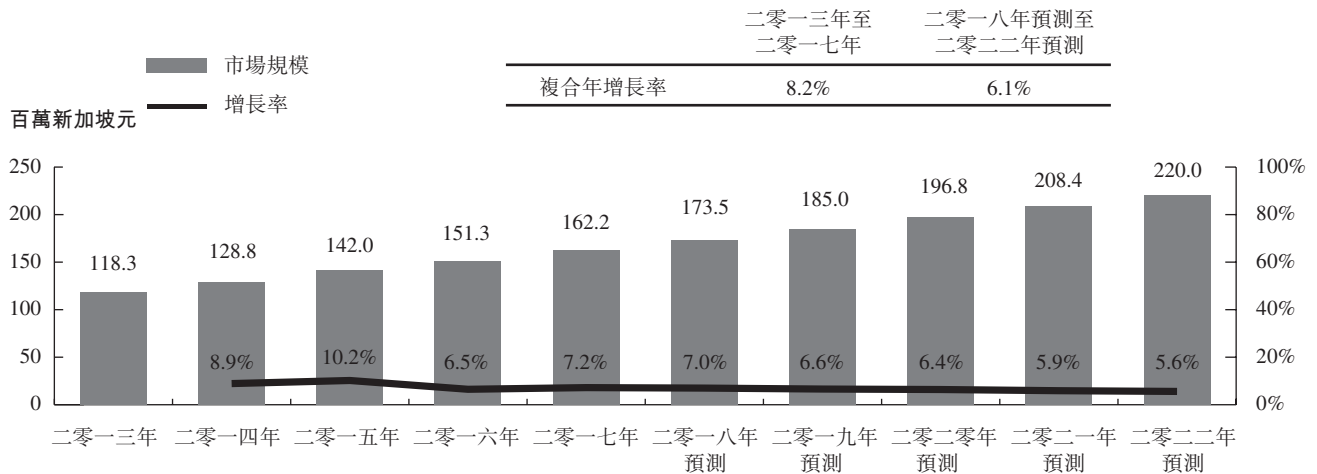
在商務及休閒旅客人數增加以及國內通勤需求的驅動下，乘用車租賃行業於過往數年穩步增長，自二零一三年的118.3百萬新加坡元增加至二零一七年的162.2百萬新加坡元，複合年增長率為8.2%。

展望未來，隨著越來越多的租用車輛獲乘客及政策制定者視為是出租車或自有汽車的可行替代方案，人們將越來越多地選擇使用租用車輛作為交通工具。此外，由於新加坡車輛擁有成本不斷增加，人們更傾向選擇長期汽車租賃而不是購買乘用車，因此乘用車租賃市場持續增長。此外，新加

## 行業概覽

坡旅遊業預計將繼續蓬勃發展，並將進一步推動乘用車租賃市場的增長。因此，預計乘用車租賃行業於二零二二年的總收入為220.0百萬新加坡元，二零一八年至二零二二年期間的複合年增長率為6.1%。

### 按銷售價值計算之乘用車租賃行業市場規模，二零一三年至二零二二年預測



資料來源：弗若斯特沙利文

### 主要增長動力

#### 旅遊業發展帶動乘用車租賃需求走高

遊客為新加坡汽車租賃市場的重要組成部分。新加坡遊客人數持續增加，自二零一零年的每月90萬人次增加至二零一七年的每月150萬人次。遊客不斷增長肯定利好汽車租賃市場，原因為遊客於新加坡各城市遊玩時必定需要租用汽車。另外，與網約車服務不同，有很多方法可以確保汽車租賃服務的安全，如保險及GPS定位。作為一種方便安全的交通方式，汽車租賃市場將會隨著新加坡旅遊業的發展而不斷發展。

#### 乘用車擴張受限

在政府的控制下，在新加坡購買及使用乘用車的成本高昂。乘客車車主於購買乘用車前須擁有擁車證，二零一七年A類擁車證費用平均超過45,000新加坡元及B類費用平均超過42,000新加坡元。擁車證配額由政府控制，這意味著乘用車上限為預先釐定。因此，對於該等有需求使用車輛但未能競標擁車證的人而言，汽車租賃實屬必要。此外，擁有乘用車的開支（如停車費、保險等）亦很大，而租用乘用車則可最大限度地降低該等費用。



## 行業概覽

### 主要市場趨勢

#### 長期車輛租賃需求不斷增長

由於新加坡擁車成本高昂，越來越多的居民傾向於長期租車，而不願購買車輛。為擁有一輛乘用車，除擁車證（預期價格自二零一九年起上漲）外，車主亦必須支付保險、停車費等大量費用。此外，由於政府限制擁車證配額，居民日後將難以購買乘用車。因此，長期租用乘用車不失為一種替代選擇。

#### 結合互聯網租用汽車更方便

互聯網的發展為乘用車租賃市場帶來方便。隨著租用汽車的需求日漸增加，前往實體服務中心諮詢及挑選的傳統方式將過時。互聯網提供可行方便方式滿足租賃需求增長。人們可在流動應用程式上挑選合適汽車型號並前往最近的服務中心租車。彼等可以雙程及單程甚至點對點的方式租用乘用車。

### 乘用車租賃市場面臨的機遇及風險

#### 機遇

遊客為乘用車租賃市場帶來需求。新加坡為一個旅遊國家，二零一七年吸引1,700多萬遊客。於未來數年，旅遊產業將會於旅遊產品更新、旅遊數據庫建立及員工技能培訓等方面投入逾7億新加坡元。旅遊產業蓬勃發展為乘用車租賃市場帶來機遇。

由於政府控制道路上的車輛總數，因此居民更難以競投擁車證及購買乘用車。然而，日常生活離不開使用汽車。因此，租用汽車一段時間為一種替代選擇，為乘用車租賃市場帶來客戶基礎。

#### 風險

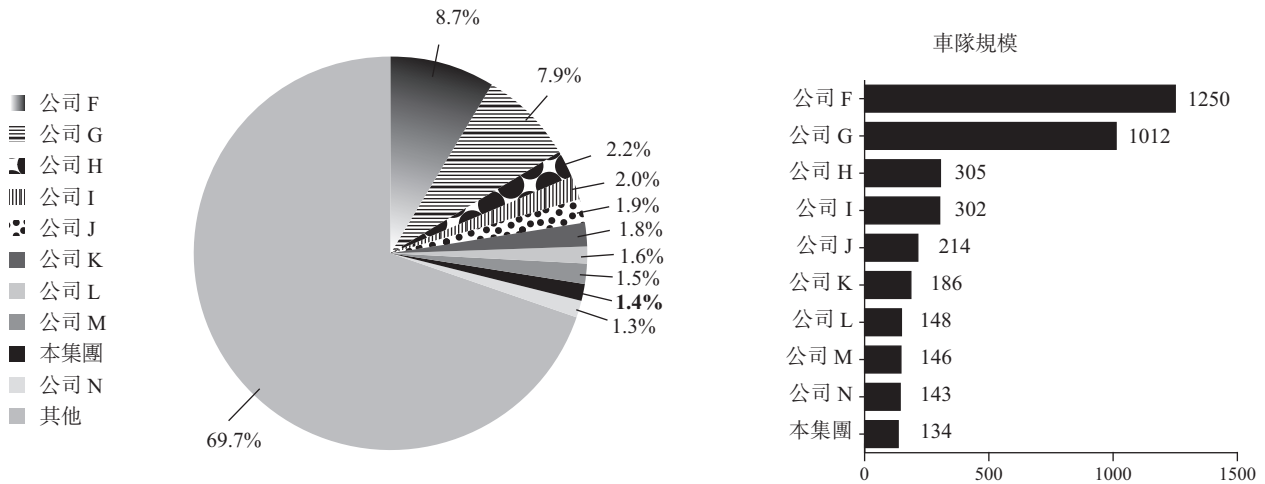
於新加坡使用乘用車花費高昂。用車者須支付停車費、ERP及油費。儘管總費用遠低於購買乘用車，但租車公司提供的套餐價格仍相當高。憑藉世界上其中一個最具成本效益的交通網絡，居民及遊客可乘坐捷運（大眾捷運）、巴士及的士出門。

### 乘用車租賃市場的競爭格局

儘管新加坡有約超過300間汽車租賃公司可提供乘用車租賃服務，乘用車租賃市場的競爭狀況卻較為集中於前十大公司，佔二零一七年收益的總市場份額30.3%。此乃主要由於資金的高要求及牌照的嚴格規定。市場上大多數領先參與者按短期或長期基準提供B2C及B2B租賃服務。於新加坡，於二零一七年用於租賃的乘用車車隊總規模約為7,800輛。本集團於二零一七年擁有134輛乘用車並產生來自提供乘用車租賃服務之收益2.2百萬新加坡元，佔於二零一七年乘用車租賃市場份額的1.4%。

## 行業概覽

就車隊規模按銷售收入及乘用車租賃公司排名劃分的乘用車租賃市場份額，二零一七年



來源：弗若斯特沙利文

### 乘用車租賃市場進入門檻

#### 初始投入門檻

汽車租賃業務起步須龐大初始投入。所有初始投入中，主要投入包括服務中心及停車場建設、車隊購買、擁車證費用、保險費、勞工成本及廣告開支。就汽車租賃代理而言，車隊須得到良好維護並具有較高營業額以滿足客戶需求及吸引高需求客戶，該等客戶須獲持續投資及足夠資本。因此，初始投資乃新進入者的重要門檻。

#### 資質門檻

開展汽車租賃業務須符合所有保險及監管規定。例如，汽車租賃公司的所有車隊須獲新加坡陸路交通局轉成合法租賃汽車，並全面投保。此外，新加坡政府亦已制定環境保護與管理條例、租購法、道路交通法等法規，規管租賃公司行為，對整個租賃市場制定標準，並成為新進入者最先必須遵守的因素。

#### 品牌形象門檻

隨著互聯網及線上社交網絡的發展，客戶傾向於線上分享旅遊體驗，並相當倚賴線上資料作出決定。因此，新進入者須努力在其他租賃公司中脫穎而出，在線上贏得「贊」及營造彼等良好品牌形象。

#### 資料來源

本集團委任市場調查顧問弗若斯特沙利文編製弗若斯特沙利文報告，供本文件使用。本集團已同意就弗若斯特沙利文報告支付費用人民幣430,000元，該費用將於[編纂]前悉數支付。本集團認為，支付該費用並不會影響弗若斯特沙利文報告結論之公平性。

---

## 行業概覽

---

弗若斯特沙利文於一九六一年成立，為汽車行業等各類行業提供市場研究。弗若斯特沙利文報告載有於新加坡檢測、保養及維修，改裝、調試及美容市場之資料。於編製弗若斯特沙利文報告，弗若斯特沙利文已進行詳細的初步研究，其中包括與若干領先行業參與者討論行業狀況。弗若斯特沙利文亦已進行二次研究，其中包括審閱公司報告、獨立研究報告及其自有研究數據庫內的數據。弗若斯特沙利文已自歷史數據分析劃分宏觀經濟數據以及計及行業主要驅動因素獲取估計市場總規模的數字。

弗若斯特沙利文報告乃根據以下假設編製：(i) 新加坡經濟於未來十年維持穩定增長；(ii) 新加坡社會、經濟及政治環境可能於近幾年保持穩定；及(iii) 可能行業驅動因素可能於近幾年繼續影響市場。弗若斯特沙利文、保薦人及我們認為，編製弗若斯特沙利文報告所用基礎假設，包括該等用於作出未來預測的假設，均屬真實、正確且不存在誤導。弗若斯特沙利文已獨立分析相關資料，惟其審閱結論的準確性極依賴所收集資料的準確性。