*本節載列若干摘錄自政府官方來源及委託獨立第三方IPSOS所編製IPSOS報告的資料。本公司相信資料來源乃有關資料的適當來源並已合理審慎地摘錄及轉載該等資料。本公司並無理由相信有關資料失實或存在誤導成分或當中遺漏任何事實致使該等資料失實或存在誤導成分。然而，本公司、我們的任何聯屬人士或顧問、聯席保薦人、[**編纂**]、[**編纂**]、[**編纂**]、[**編纂**]或其任何聯屬人士或顧問或參與[**編纂**]的任何其他各方概無對該等資料進行獨立核實，惟IPSOS就IPSOS報告所載資料而進行者除外。概無就IPSOS報告的準確性發表任何聲明。我們的董事經採取合理審慎措施後確認，市場資料自IPSOS報告日期起至本文件日期止並無不利變動。*

資料來源

本公司已委託獨立市場研究公司IPSOS分析（其中包括）2009年至2018年期間全球及香港優質珠寶業的趨勢並編製報告，費用為438,000港元，董事認為，此費用反映市場費用水平。為對上述市場進行分析，IPSOS已結合以下數據及情報搜集方法：(a)進行客戶諮詢以協助進行研究，包括客戶本身之背景資料，例如本公司的業務；(b)通過案頭研究採集背景資料及取得業內相關資料及統計數據；及(c)深入訪問香港優質珠寶商家中的主要參與者及業內專家，包括面談及電話訪問。本節所載的資料及統計數據乃摘錄自IPSOS報告。

IPSOS SA於1975年在法國巴黎創辦，並自1999年起於巴黎紐約泛歐交易所(NYSE Euronext Paris)上市，繼而於2011年10月收購Synovate Ltd.。合併後，IPSOS成為世界第三大研究公司，在全球85個國家僱用約16,000名人員。IPSOS的研究範圍包括市況、市場規模、份額及分部分析、分銷及價值分析、競爭對手追蹤及企業情報。IPSOS獨立於本公司，且概無董事或其聯繫人於IPSOS擁有任何權益。

董事確認，IPSOS（包括其所有附屬公司、分部及單位）在各方面均獨立於我們且與我們並無關連（定義見上市規則）。IPSOS同意我們引述IPSOS報告並於本文件中使用IPSOS報告所載的資料。

除另有註明外，本節所有數據及所作預測均摘自IPSOS報告、各種政府官方刊物及其他刊物。

IPSOS報告採用的假設及參數

IPSOS報告乃根據以下假設進行分析：

- 於預測期間並無發生將影響優質珠寶需求的外部衝擊（如全球市場之金融危機或自然災害）；及
- 假設預測期間香港優質珠寶製造業的產品供求及製造商維持穩定且並無短缺。

IPSOS報告的市場規模及預測模式已考慮下列參數：

- 2009年至2018年的全球名義國內生產總值／地方生產總值、國內生產總值／地方生產總值增長率及人均國內生產總值／地方生產總值；
- 2009年至2018年的全球年均家庭可支配收入及消費支出；
- 2009年至2013年的香港優質珠寶產品出口總量及總額；及
- 2009年至2013年優質珠寶製造業主要原材料的平均價格走勢。

IPSOS報告所載資料的可靠性

董事認為，由於本節所採用的資料摘錄自IPSOS報告，故該等資料來源乃屬可靠。董事相信，由於IPSOS為一家擁有豐富專業經驗的獨立專業研究機構，故IPSOS報告乃屬可靠且並無誤導成分。

全球優質珠寶市場概覽

根據聯合國的資料，優質珠寶產品指金、銀或鉑金類金屬（手錶及手錶飾品除外）及金匠或銀匠製品（包括鑲嵌珠寶）的珠寶產品。優質珠寶產品一般包括(i)項鏈、(ii)手鐲、(iii)耳環、(iv)戒指及(v)其他個人配飾，例如胸針、髮夾、錢夾子及袖扣等。截至2013年，優質珠寶的全球零售額約為2,663億港元。

優質珠寶業可劃分為三個市場分部：(i)大眾至中端分部（每件零售價低於12,000港元）；(ii)高端分部（每件零售價介乎12,000港元至80,000港元）及(iii)奢華珠寶分部（每件零售價高於80,000港元）。

優質珠寶業供應鏈

全球優質珠寶業供應鏈包括如下所示的五個關鍵角色：

資料來源：IPSOS研究及分析

附註：

1. 原材料供應商：主要供應貴重材料，如鑽石、寶石及貴金屬（包括鉑金、黃金及白銀）。
2. 優質珠寶製造商：主要涉及採購原材料、設計及製造優質珠寶產品。
3. 優質珠寶批發商：向國際及／或地方優質珠寶製造商採購優質珠寶產品，並將該等珠寶產品分銷予各零售商。
4. 優質珠寶零售商：通過不同的零售渠道向買家／終端用戶銷售優質珠寶。
5. 買家／終端用戶：優質珠寶產品的消費者。

影響優質珠寶產品需求的主要因素

一般而言，影響優質珠寶產品需求的主要因素包括全球市場的品牌知名度、設計、訂製化及性別喜好。

*品牌知名度：*能簡易快捷地獲取市場訊息使客戶可密切關注優質珠寶的流行趨勢及品牌。國際品牌的優質珠寶因其卓越的品牌形象而日趨受到客戶歡迎。

*設計：*隨着生活水平的不斷提高，優質珠寶產品的客戶現今更為講究其欲購買優質珠寶產品的設計及工藝。

*訂製化：*訂製優質珠寶的需求不斷增加，尤其就喜歡個性化優質珠寶產品的較為年輕客戶而言。

*性別喜好：*隨着男士更為注重外表打扮，男性分部成為新興市場。大部分男士鍾情於袖扣、錢夾子及戒指等優質珠寶，亦會為伴侶購買戒指、耳環及項鏈等優質珠寶作為禮物。

影響俄羅斯市場優質珠寶產品需求的主要因素

於往績記錄期間，俄羅斯為我們的最大銷售市場。影響俄羅斯市場優質珠寶產品需求的主要因素包括品牌知名度、設計、場合、年齡及性別喜好。

*品牌知名度：*品牌聲譽在俄羅斯優質珠寶業是至關重要的。與全球市場的客戶相似，由於國際品牌在客戶中的品牌知名度較高，故俄羅斯客戶對其更感興趣。

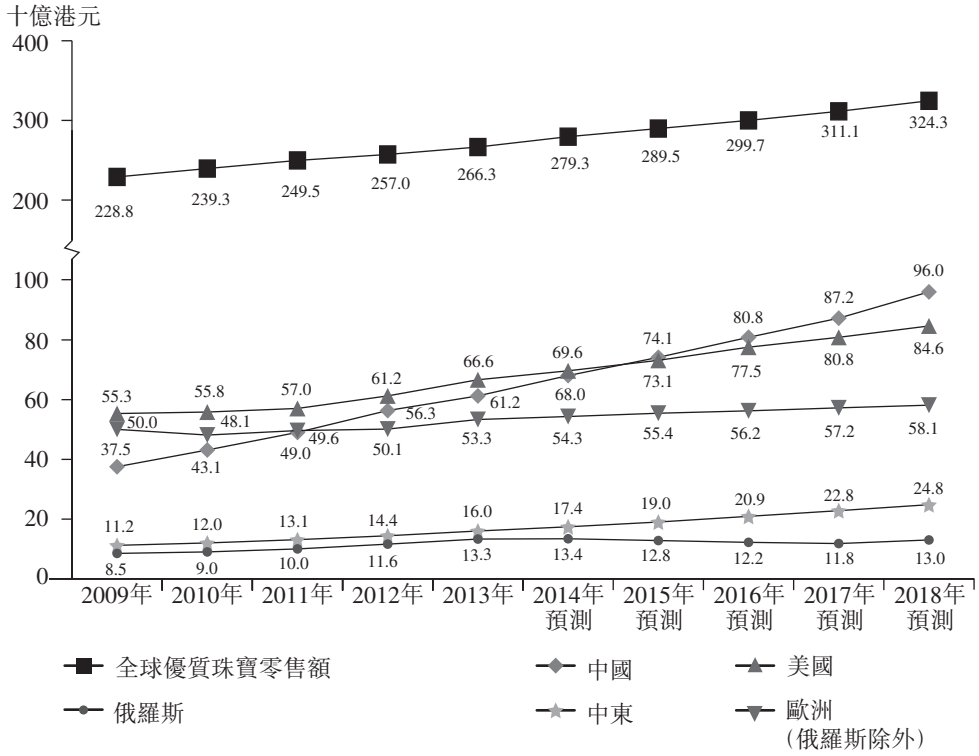
*設計：*俄羅斯客戶喜愛設計時尚及工藝精緻的優質珠寶產品。同時，鑽石是俄羅斯優質珠寶產品使用的主要材料。

*場合：*在俄羅斯，鑽石珠寶主要在特殊場合佩戴而非在日間佩戴。然而，超過90%的俄羅斯女士擁有鑽石珠寶，因為鑽石珠寶常用作特殊場合的贈禮，如生日及結婚紀念日，或一些其他重要事件。

*年齡：*整體而言，俄羅斯超過60%的優質珠寶消費者介乎30至50歲。

*性別：*俄羅斯男士與女士鍾情於不同類型的優質珠寶產品。俄羅斯男士喜歡購買優質珠寶作為商務著裝的一部分，如袖扣、領帶夾及商務配飾，而俄羅斯女士則喜歡購買戒指、耳環、吊墜及項鏈。

2009年至2018年全球優質珠寶零售額

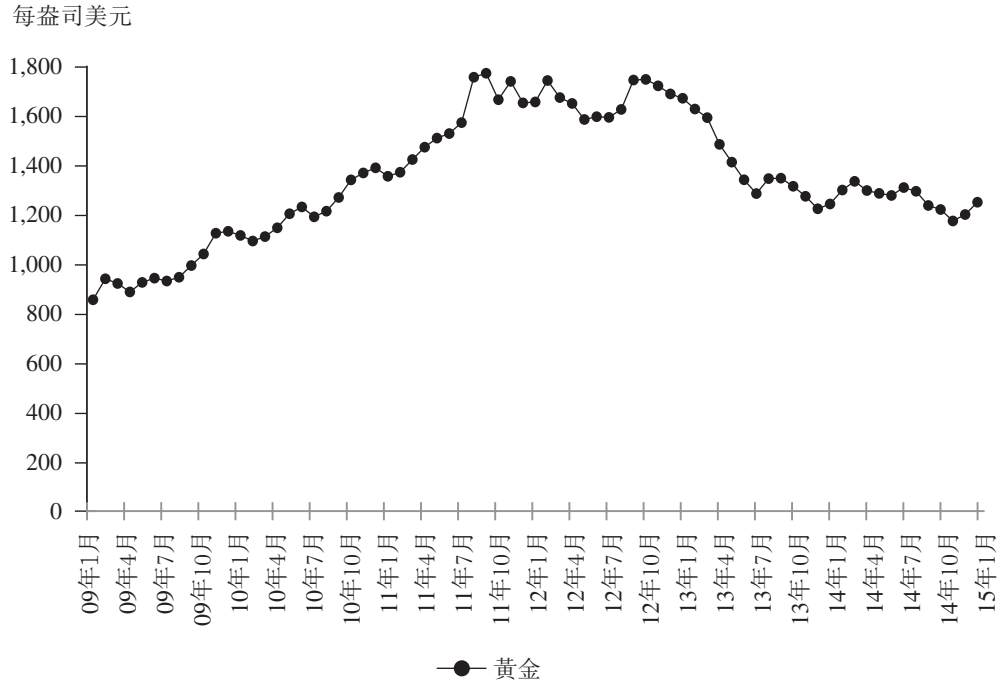


資料來源：IPSOS研究及分析

全球市場的優質珠寶零售總額由2009年約2,288億港元增至2013年約2,663億港元，複合年增長率為約3.9%，而全球市場的人均零售總額則由2009年約33.6港元增至2013年約37.4港元，複合年增長率為約2.7%。2012年及2013年的黃金價格下跌導致消費者對黃金製成的優質珠寶產品需求增加。根據世界黃金協會的資料，於2013年1月至9月期間，全球的黃金珠寶產品需求較2012年同期激增約20%，達到約3,757噸，價值約14,271億港元。

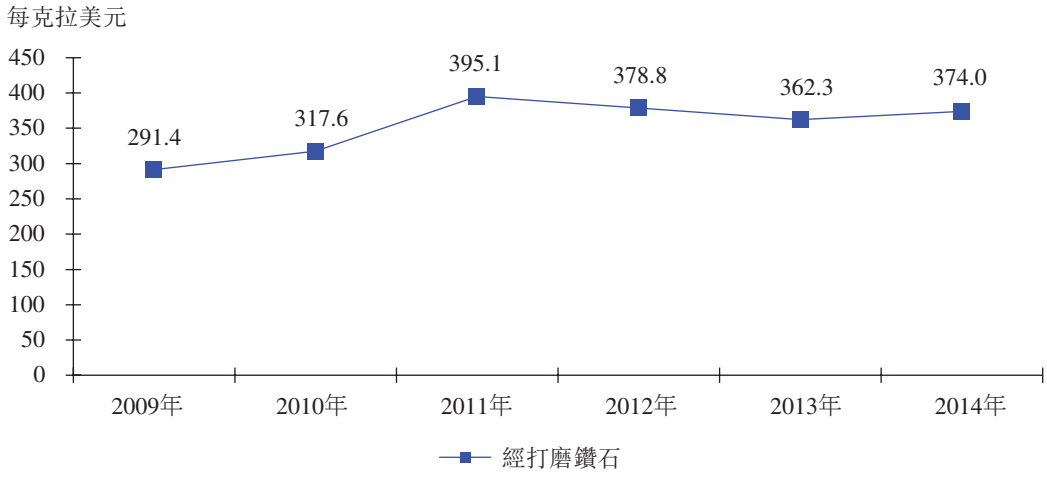
預計全球市場的優質珠寶零售總額將由2014年約2,793億港元增至2018年約3,243億港元，複合年增長率為約3.8%，而全球市場的人均零售總額預期將由2014年約38.3港元增至2018年42.0港元，複合年增長率為2.3%。於2009年至2013年，俄羅斯、中國及中東等市場的優質珠寶零售總額大幅增長，該三地的複合年增長率分別為約11.8%、13.0%及9.3%。美國市場亦於2009年至2013年穩定增長，複合年增長率約為4.8%，而歐洲（俄羅斯除外）市場則於2009年至2013年保持穩定，複合年增長率約為1.6%。

2009年1月至2015年1月用作優質珠寶業原材料的黃金的每月平均價格



資料來源：IPSOS研究及分析

2009年至2014年用作優質珠寶業原材料的經打磨鑽石的年度平均價格



資料來源：IPSOS研究及分析

全球市場的每月平均金價由2009年約每盎司973.0美元增加至2014年約每盎司1,266.2美元，複合年增長率為約5.4%。用於製造首飾及投資的黃金需求持續增長。然而，自2013年起供其他投資用途（如交易所交易基金）黃金的需求減少，對全球市場的平均金價構成下行壓力。全球市場的平均金價預期將於2014年第四季度下跌至約每盎司1,250美元並於2015年穩定在約每盎司1,230美元。此乃由於發達國家的通脹壓力較小（如美國（於2014年約1.7%）及歐洲（於2014年約0.4%）），降低了用於通脹對沖的黃金的需求。

經打磨鑽石在全球市場的年度平均價格乃關於介乎0.01至0.40克拉之間且透明度介乎I-1至I-3（即10倍放大後可見雜質）之間的經打磨鑽石。該平均價格由2009年約每克拉291.4美元增加至2014年約每克拉374.0美元，複合年增長率為約5.1%。平均價格上漲乃由於經打磨鑽石的全球需求增加，銷售額由2009年約125億美元以複合年增長率約12.3%增加至2013年約199億美元。尤其是，中國及印度珠寶製造業對經打磨鑽石的需求不斷增加。全球市場的經打磨鑽石平均價格預期將於2015年至2018年上漲5%至10%。此乃由於美國及歐洲經濟增長前景及日本輕微正面增長，以及發展中國家（如中國及其他東南亞國家）人口城鎮化及中產階層增長。

全球優質珠寶市場的未來趨勢及發展

專注於單一品牌零售的優質珠寶零售商

優質珠寶零售商專注於單一品牌零售，令其更易控制品牌、與消費者的聯繫更密切，以及潛在利潤更高。單一品牌優質珠寶零售商的發展一直較多品牌優質珠寶零售商更快速。

多元化產品可緊抓更多的市場需求

為緊抓更多的市場需求，如今的優質珠寶產品更為多元化，為各種用途及場合而製，價格亦更為相宜。優質珠寶產品與時尚珠寶產品之間的界定漸見模糊。例如在二十世紀六十年代之前，優質珠寶產品曾幾乎僅會被作為禮品購買，但當代的消費者更多的是為自己購買優質珠寶產品。有見及此趨勢，優質珠寶零售商或會考慮引入價格更相宜的新產品，以吸引年輕的消費者，令彼等有途徑接觸優質珠寶產品。

俄羅斯優質珠寶市場的未來趨勢及發展

俄羅斯優質珠寶的市場需求或受益於俄羅斯家庭收入的未來增長

俄羅斯年均家庭可支配收入預期從2013年約18,169.7美元增加至2020年約35,000.0美元，複合年增長率約為9.8%。年均家庭可支配收入的增長將令年均家庭消費支出增加，零售市場尤其是優質珠寶等奢侈品市場將因此而增長。預期俄羅斯優質珠寶市場將擁有更龐大的潛在客戶群，將為出口俄羅斯的香港優質珠寶製造商帶來更多商機。

俄羅斯優質珠寶進口量或受益於進口關稅稅率的下降

隨著俄羅斯於2012年正式加入世界貿易組織（世貿組織），俄羅斯承諾逐年修訂進口關稅稅率。進口關稅稅率將於每年8月至9月調低，直至2020年，且優質珠寶適用的進口關稅稅率將定期調低。於稅率調低期間，大部分商品的進口關稅稅率將平均降低1%至3%，而加權平均關稅稅率將從7.8%降低至7.1%。調低進口關稅稅率預期將減少優質珠寶出口至俄羅斯的成本，從而將提高香港優質珠寶出口商與俄羅斯優質珠寶製造商競爭的能力。調低進口關稅稅率或為香港的優質珠寶出口製造業帶來可觀的前景。

美國及歐盟於2014年對俄羅斯實施的制裁將對香港的優質珠寶出口製造業形成威脅

自2014年3月起，作為對俄羅斯在烏克蘭的軍事干預的回應，美國及歐盟對俄羅斯實施烏克蘭相關制裁。預期有關制裁將對涉及國家及全球貿易流量（包括進口至俄羅斯商品）帶來外交衝突。因此，這將令俄羅斯的投資氛圍轉淡及對俄羅斯的營商環境產生潛在影響。俄羅斯對優質珠寶的需求很大程度上依賴國家的經濟狀況，而俄羅斯的總體經濟或會受到有關制裁拖累，因而可能令致俄羅斯對優質珠寶的需求減少及對出口俄羅斯的優質珠寶出口製造商構成威脅。

油價下跌及盧布兑美元貶值將影響俄羅斯優質珠寶及香港出口至俄羅斯的優質珠寶的零售額

2014年末，油價下跌及資本外流導致盧布貶值。盧布貶值推高通脹率，並對家庭消費產生負面連鎖反應。由於通脹率高企、實際工資下降及消費者信心疲弱（部分由盧布快速貶值造成），預計俄羅斯的國內生產總值增長率將於2015年下降約3.5%，而俄羅斯的人均消費支出估計將於2015年減少約6.1%。估計俄羅斯的人均可支配收入將於2015年減少約7.8%，隨後於2016年增加約0.3%。長遠來看，為維持穩定的溢利率，俄羅斯的優質珠寶零售商或會提高珠寶產品的價格以抵銷貨幣波動產生的不利影響。俄羅斯優質珠寶及香港出口至俄羅斯的優質珠寶的零售額將受到負面影響。

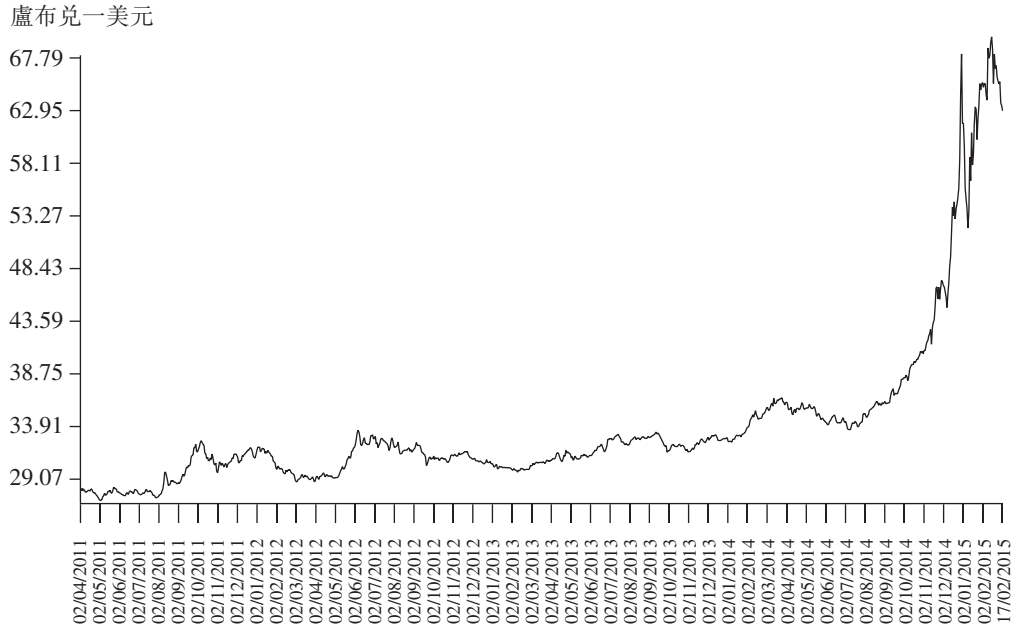
下圖列示所示期間WTI（西德州中級）原油的價格：

WTI原油的價格

資料來源：美國能源信息署

下圖列示所示期間盧布兑一美元的匯率：

盧布兑一美元的匯率



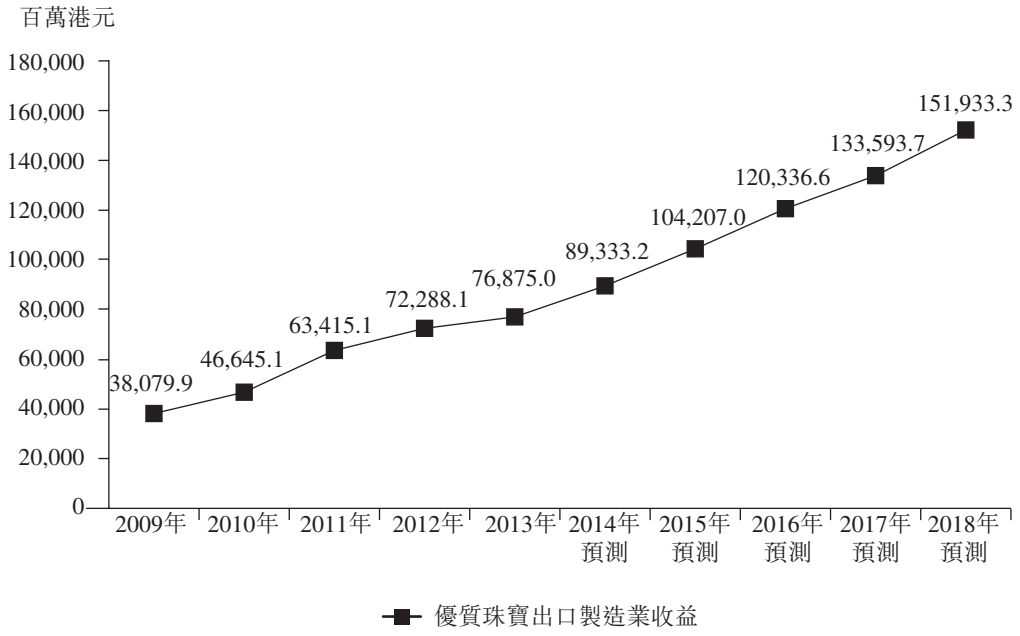
資料來源：彭博

油價持續下跌連同盧布貶值可能對俄羅斯經濟繼而對俄羅斯客戶的購買力造成不利影響並可能增加俄羅斯客戶拖欠款項的潛在風險。此等因素亦可能對優質珠寶製造商的財務表現造成不利影響，其中包括俄羅斯客戶對優質珠寶產品的需求下降，而有關需求的下降可能進一步導致優質珠寶製造商的銷售額、平均批發價及整體盈利能力下降。

香港優質珠寶製造業

於2013年，香港擁有逾640家優質珠寶製造商，大多數專注於優質珠寶出口。下圖載列從事優質珠寶出口業務的香港優質珠寶製造商收益總額。

2009年至2018年香港優質珠寶出口製造業收益



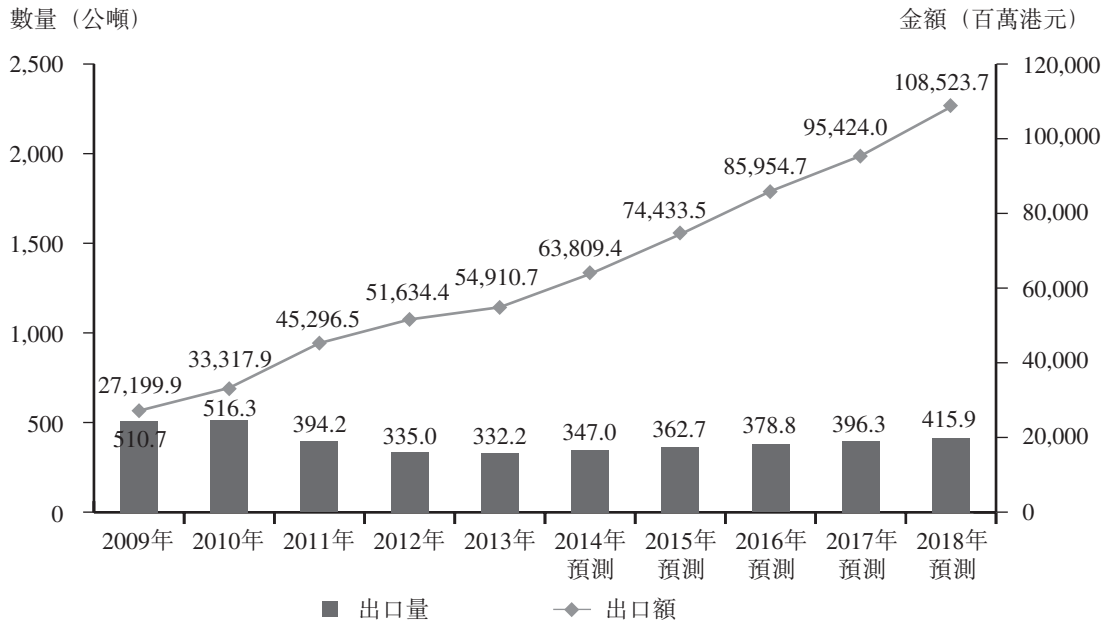
資料來源：IPSOS研究及分析

香港的優質珠寶出口製造業收益由2009年約380.799億港元增至2013年約768.750億港元，複合年增長率為約19.2%。此主要由於對俄羅斯及中東出口增加，於2009年至2013年的複合年增長率分別為約48.5%及約30.5%。來自俄羅斯的需求日益上升為香港的優質珠寶出口製造商帶來更多業務及收益。

預計香港的優質珠寶出口製造業收益將由2014年893.332億港元增至2018年約1,519.333億港元，複合年增長率為約14.2%。隨著美國經濟穩步復甦及俄羅斯及中東對優質珠寶的需求持續，預期優質珠寶業的未來增長可持續。

香港對俄羅斯、美國、中東及歐洲（俄羅斯除外）的出口總額預計將分別由2014年約19.043億港元、約182.047億港元、約41.602億港元及約177.247億港元增至2018年約20.489億港元、約308.085億港元、約103.862億港元及約305.458億港元，複合年增長率分別為約1.9%、約14.1%、約25.7%及約14.6%。

2009年至2018年香港優質珠寶的出口總量及總額



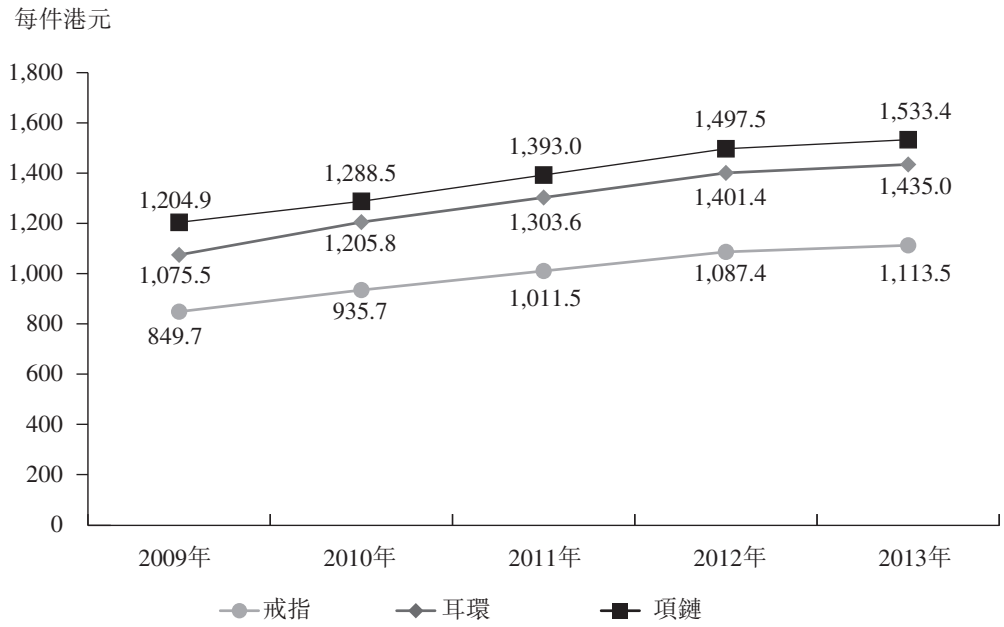
資料來源：香港特區政府統計處；IPSOS研究及分析

*附註：*出口額及出口量（包括香港出口至中國）乃按優質珠寶產品劃分為珠寶及貴金屬鑲嵌寶石的分類計算。

香港優質珠寶出口總量由2009年約510.7公噸下降至2013年約332.2公噸。同時，優質珠寶出口總額由2009年約271.999億港元增至2013年約549.107億港元，複合年增長率為約19.2%。出口量下降乃由於全球經濟衰退及優質珠寶市場零售銷售欠缺動力。另一方面，出口總額的增加乃由於美國及歐洲等優質珠寶產品主要出口市場的平均售價上漲，抵銷了需求量下跌的影響。

預計香港的優質珠寶出口總量將由2014年約347.0公噸增加至2018年約415.9公噸，複合年增長率為約4.6%。同時，香港的優質珠寶出口總額預計將由2014年約638.094億港元增至2018年約1,085.237億港元，複合年增長率為約14.2%。由於全球經濟復甦的跡象將提高潛在消費者購買優質珠寶供個人消費的意願，預計優質珠寶的出口總量及總額將增加。

2009年至2013年香港主要優質珠寶產品的平均出口批發價



資料來源：IPSOS研究及分析

附註： 由14K金及白銀配以淡水珍珠、微型有色寶石及／或直徑1至2毫米的經打磨鑽石裝飾的優質珠寶均屬研究對象。

優質珠寶的平均批發價上升乃受原材料價格上漲的影響。例如，經打磨鑽石的平均售價於2009年至2013年以複合年增長率約5.6%增長。另外，經營成本（如工資）增加亦導致優質珠寶平均批發價上升。中國勞工成本於2009年至2013年保持增長。於2009年至2013年，中國實際平均工資由2009年約人民幣2,723.7元增至2013年約人民幣4,283.8元，複合年增長率為約12.0%。

香港優質珠寶出口製造業的競爭格局

珠寶業總體包括服飾珠寶、時尚珠寶及優質珠寶，而優質珠寶業的出口總額約佔2013年香港珠寶出口總額的83.6%。2013年，香港有超過640家優質珠寶出口製造商。香港從事出口業務的五大優質珠寶出口製造商佔香港優質珠寶業出口總額約8.9%。此等香港優質珠寶出口製造商的製造設施大多位於中國。

2013年香港五大優質珠寶出口製造商

排名	業內同行	總部位置	優質珠寶出口額	佔行業出口總額的市場份額	主要產品	目標出口市場
			(百萬港元)	*(%)*		
1	競爭對手A	香港	1,395.0	2.5%	• 彩色寶石首飾 • 鑽石珠寶首飾 • 純金首飾（金鏈除外） • 純鉑金首飾	• 歐洲 • 亞洲 • 北美洲
2	本集團	香港	1,235.4	2.2%	• 彩色寶石首飾 • 鑽石珠寶首飾 • 珍珠黃金飾品（南洋珠）	• 俄羅斯 • 歐洲 • 亞洲 • 中東 • 非洲
3	競爭對手B	香港	782.6	1.4%	• 彩色寶石首飾 • 鑽石珠寶首飾 • 純金首飾（金鏈除外） • 純銀首飾	• 美國 • 歐洲 • 中東 • 亞洲
4	競爭對手C	香港	781.2	1.4%	• 彩色寶石首飾 • 鑽石珠寶首飾 • 金鏈	• 北美洲 • 東南亞 • 歐洲
5	競爭對手D	香港	693.4	1.3%	• 彩色寶石首飾 • 鑽石珠寶首飾 • 純金首飾（金鏈除外） • 純銀首飾	• 俄羅斯 • 歐洲 • 亞洲 • 中東 • 非洲
其他			50,023.1	91.2%	• 彩色寶石黃金及鑽石黃金首飾 • 黃金飾品（純金、金鏈除外）	
總計			54,910.7*附註*	100.0%		

資料來源：IPSOS研究及分析

附註： 香港於2013年的珠寶出口總額乃來自香港政府統計處的資料。

香港優質珠寶出口製造商的差異因素之一是產品特徵，包括產品設計、工藝及材料使用等。除產品特徵外，在優質珠寶業，產品品質亦使產品區別於競爭對手。由於優質珠寶產品最終將分銷至零售店，優質珠寶產品的品質決定公司是否可成功在全球市場擴張。嚴格的品質控制體系有助於香港的優質珠寶出口製造商在同行中脱穎而出。此外，良好的往績記錄也會使品牌於優質珠寶業的競爭對手中別樹一幟。與優質珠寶品牌所有者保持良好、穩定及長期的生產往績記錄及關係，對於維持與其他優質珠寶品牌所有者的業務關係並把握新商機至關重要。

香港優質珠寶製造業的進入壁壘

優質珠寶製造業存在眾多進入壁壘，包括：

- 客戶對珠寶製造商在業內的往績記錄、經驗及聲譽的期望；
- 依賴批發商的成熟業務網絡；及
- 聘用具備優質珠寶設計及製造技術的工人。

香港優質珠寶製造業的增長動力及挑戰

俄羅斯、中國及印度等新興市場對優質珠寶產品的需求不斷增加。因此，該等市場的優質珠寶品牌擁有人數量亦不斷增加。目前，主要國際珠寶品牌在中國隨處可見。因此，香港的優質珠寶製造商應把握新興市場優質珠寶品牌擁有人增長的機會並致力於與其建立業務關係。

中東等地區對珠寶的需求日漸上升亦將有利於香港優質珠寶業的發展。中東的黃金及黃金飾品需求額由2012年約194億港元增加至2013年約240億港元。該需求增加乃由於阿拉伯聯合酋長國的印度僑民社區對黃金飾品（彼等中意22開的黃金飾品）的需求持續增加。