

## 行業概覽

此行業概覽中所述資料乃由Euromonitor所編製，反映基於公開可獲得信息的來源以及行業調研所得的市場行情估計，並主要作為市場研究工具而編製。行業概覽中提及Euromonitor不應被視為Euromonitor就任何證券價值或投資於本集團是否可取而發表的意見。董事認為載於本行業概覽的資料的來源屬適當，且轉載該等資料時已合理審慎行事。董事不認為該等資料虛假或具誤導性，或遺漏任何重大事實導致該等資料虛假或具誤導性。由Euromonitor、保薦人、[編纂]編製並載於本行業概覽的資料未經本集團、[編纂]、包銷商或參與[編纂]的任何其他各方獨立核實，且彼等及Euromonitor International Limited亦並無對該等資料的準確性作出任何聲明，且該等資料不應作為作出或不作出任何投資決定的依據。

### Euromonitor報告

我們委託Euromonitor對香港及中國的住宅室內設計進行分析及作出報告。我們已就編製該報告向Euromonitor支付總費用81,000美元(相等於約628,300港元)。

Euromonitor成立於一九七二年，為一間有關行業、國家及消費者商業情報的全球性研究機構及私營獨立供應商。Euromonitor的報告乃於Euromonitor的新加坡及上海辦事處進行全面及勤勉的調研後編製。市場調研程序為由上而下進行的中央研究，輔以由下而上的資訊，以更全面準確地呈列香港及中國住宅室內市場的情況。Euromonitor的方法涉及：

- 詳細二次研究，涉及審閱已刊發資料來源，包括國際貨幣基金組織、香港政府統計處及中國國家統計局等國家統計及官方來源、專業商業刊物及協會(如香港室內設計協會、中國建築裝飾協會)以及獨立調查報告。倘本概覽引用國家統計數據，則有關數據均以可獲得的已公佈最新官方數據為出處。
- 宏觀經濟資料，如源自Euromonitor數據庫，則乃由專注於全球經濟、消費者傾向、人口統計學、收入及開支、商業環境、技術及通訊、工業、能源及環境的專家團隊編製。所利用有關宏觀統計數據的資料來源包括一系列國內及國際二次資料來源。
- 初步研究涉及對所抽取的一些行業參與者及行業專家進行有關最新數據及對未來趨勢的深刻見解的採訪，以核實及交叉核對數據及調查估計的一致性。

---

## 行業概覽

---

- 推算數據是以歷史數據分析對比宏觀經濟數據並參考特定行業相關因素而得出。
- 審閱及交叉核實所有資料來源及獨立分析，以作出所有最終估計，包括室內設計市場的規模、形式、推動力及未來趨勢並編製最終報告。

初步及二次研究齊全後，Euromonitor已同時利用兩類資源證實所收集的全部數據及資料，而不依賴任何單一資料來源。另外，對各位受訪者的資料及意見與其他資料進行測驗，以確該等資料來源的可靠性及規避該等資料來源所產生的偏見。

Euromonitor報告內各項推算所依據的基準及假設包括下列各項：

- 香港／中國經濟預期於預測期間呈現正面增長，儘管增速緩慢；
- 香港／中國社會、經濟及政治環境預期於預測期間保持穩定；
- 於預測期間並無發生外部衝擊，如金融危機或原材料短缺，以致對香港／中國室內設計的供需狀況造成影響；
- 可支配收入及消費開支不斷增長以及示範單位設計及裝飾投資增加等主要市場驅動因素預期將推動室內設計市場的發展；及
- 主要驅動因素(包括住宅物業市場逐步復甦、中國潛在購房者及物業發展商對室內設計鑒賞力提高)很可能推動室內設計市場的未來增長。

除本地室內設計公司外，海外室內設計師、建築公司、裝修公司及物業發展商可提供室內設計服務。由於香港行業動態的複雜性及本公司的業務模式，市場規模及分析僅基於香港室內設計公司的活動，即海外室內設計師、建築公司、裝修公司及甚至物業發展商的收益不包括在內。

由於缺乏有用的資料確定香港住宅室內設計分部內五大室內設計公司的收益，故Euromonitor報告內不提供排名及份額。

由於缺乏有用的資料確定中國住宅室內設計分部內五大室內設計公司的收益，故Euromonitor報告內不提供排名及份額。

## 行業概覽

研究結果或會受到該等假設的準確性及所選用參數的影響。市場研究於二零一五年二月完成，Euromonitor報告內的所有統計數字均基於在編製報告時可獲得的資料。Euromonitor的預測數據源於對市場過往發展、經濟環境及相關市場推動因素作出的分析，並經參照已確認的行業數據及與行業專家進行的貿易面談進行交叉核對。

在此基礎上，董事及保薦人信納本節所披露的預測及行業數據並無誤導成分。

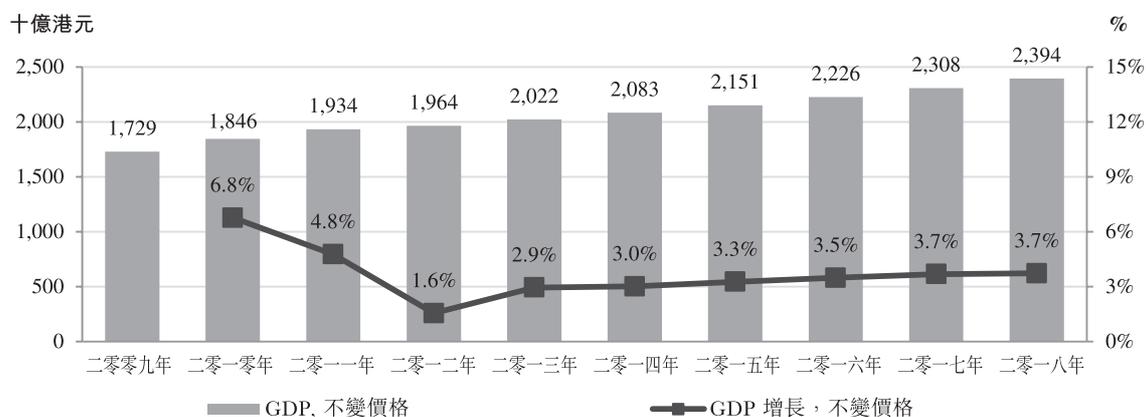
董事於作出合理考慮後確認，自上述資料刊發日期以來，市場資訊並無重大不利變動，致使可能就本節所載資料附保留意見或與有關資料出現衝突或造成不利影響。

### 香港

#### 香港的宏觀經濟環境

香港的經濟表現於二零一三年有所改進，實際GDP增長2.9%（圖1），此為內需增加及服務出口不斷增長所推動。於預測期間內，香港的GDP預計將按3.4%的複合年增長率增長，於二零一八年前達2.4萬億港元。中國的經濟增長加快是預期將促進香港經濟增長的一項主要因素。

圖1 實際GDP及實際GDP增長率，香港（二零零九年至二零一八年）

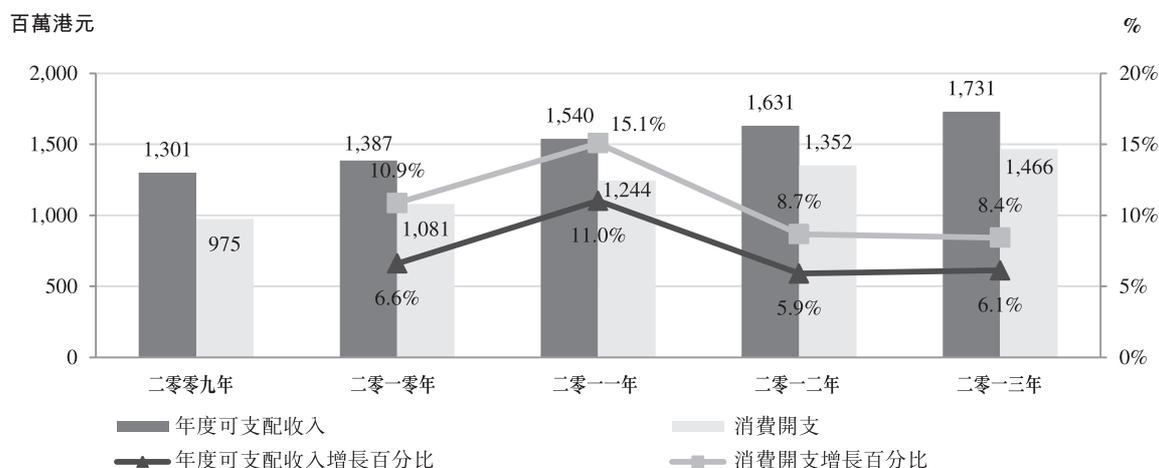


資料來源：國際貨幣基金組織

不斷增長的內需是二零一三年出現盈餘經濟增長的另一項重要促進因素。私人消費開支及年度可支配收入較上年度有所增長，主要是由於就業市場改善及大部分消費者整體的收入狀況改進。消費者的消費意欲預期亦會隨著經濟前景的日益明朗而不斷增強。上述因素，加上預測期間內接踵而至的大型基建項目，預期將全部成為直至二零一八年香港經濟增長的強大推動力。

## 行業概覽

圖2 香港的年度可支配收入及消費開支(二零零九年至二零一三年)



資料來源： Euromonitor 報告數據－國家及消費者(二零一四年)

### 香港物業市場

#### 私人住宅、辦公室及零售分部為主導的市場

香港的物業市場以私人住宅、私人辦公室及私人零售物業分部為主導，其次是工廠等私人工業物業。其中，私人住宅物業分部是香港室內設計服務的主要需求推動力。

#### 有限的市場空間及強勁的需求推動下異常昂貴的物業價格

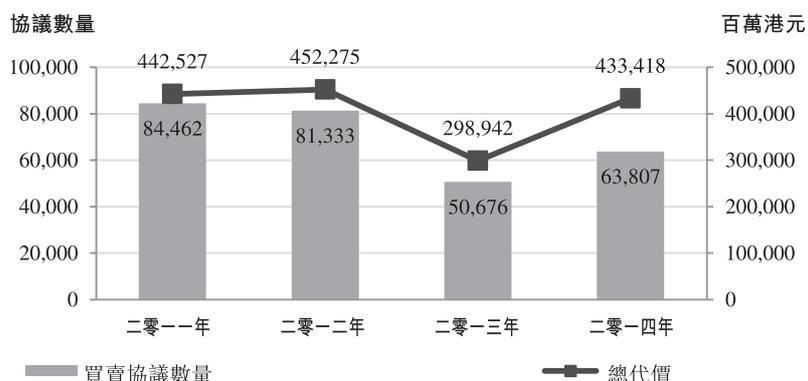
香港是全球範圍內最活躍的物業市場之一。有限的私人住宅物業供應及外商投資者的強勁需求推動香港私人住宅物業價格的上漲，引發有關房地產泡沫的擔憂。

#### 二零一三年所採取的冷卻市場的措施導致經濟下滑

香港政策於二零一三年不斷推出新政策冷卻對私人物業的需求；因此，二零一三年對私人住宅物業的需求大幅下降。二零一三年私人住宅物業的整體銷售交易量下跌37.7%至50,676筆交易(圖3)。二零一四年的銷售交易量增加25.9%至63,807筆交易，該等銷售的整體美元價值上升45.0%至超過4,330億港元。這反映市場回暖。

## 行業概覽

圖3 香港的買賣協議數量及收房登記的住宅單位的總代價(二零一一年至二零一四年)



資料來源：差餉物業估價署

附註：不包括根據居者有其屋計劃、私人機構參建居屋計劃及租者置其屋計劃所銷售的單位(已支付地價者除外)。

### 冷卻措施對豪宅的影響更大

豪宅物業發展商對消費者因新措施而改變的意欲及偏好採取應對行動，如建造相對便宜的小戶型公寓及吸引較低首付人群。

### 開發商通過推出小戶型公寓保持物業的可售出性

小戶型物業通過將其賣點轉為「緊致奢華」及設計師風格來彌補較小樓面面積的不足。有關室內設計的成本亦可能與物業估值分開列賬，以助降低大幅上漲的必要首付、印花稅及其他費用。豪宅物業發展商向小戶型公寓轉型滿足消費者需求的趨勢可能會引致奢華室內設計服務需求的猛增。

### 信貸收緊及雙重印花稅導致豪宅價格下跌

二零一一年及二零一二年，整體豪華住宅價格保持穩定，但在二零一三年第一季度(每平方呎22,592港元)至二零一三年第四季度(每平方呎21,823港元)有所下降。價格趨勢的變動體現政府推出的信貸緊縮及雙重印花稅的影響。然而，自二零一一年第三季度起，豪華私人住宅單位相應租金一直穩步下跌至二零一四年第二季度的39.1港元。該持續下跌乃由於僑民需求不斷下降，僑民的需求一般構成豪華住宅租賃的絕大部分。

## 行業概覽

表1 香港豪華住宅物業平均季度市場租金及價格(二零一一年至二零一四年)

數據	單位	二零一一年				二零一二年			
		第一 季度	第二 季度	第三 季度	第四 季度	第一 季度	第二 季度	第三 季度	第四 季度
整體豪華住宅 租金	每平方呎 每月港元	45.4	47.3	48.4	46.8	45.3	45.3	不適用	不適用
整體豪華住宅 價格	每平方呎 港元	18,806	19,520	19,629	19,149	18,730	19,723	不適用	不適用
數據	單位	二零一三年				二零一四年			
		第一 季度	第二 季度	第三 季度	第四 季度	第一 季度	第二 季度		
整體豪華住宅 租金	每平方呎 每月港元	42.6	41.9	41.1	40.5	39.7	39.1		
整體豪華住宅 價格	每平方呎 港元	22,592	22,309	22,123	21,823	21,566	21,372		

資料來源：高力國際

在實施新的冷卻政策的情況下，開發商對市場仍持樂觀態度

根據圖3，二零一四年達成的買賣協議數量增長25.9%至63,807筆交易，整體銷售值上升45.0%至超過4,330億港元，反映市場回暖，二零一四年下半年尤其明顯。雖然香港金融管理局於二零一五年二月進一步推出新的冷卻措施，但隨着香港的家庭組成不斷大幅增長且個人收入不斷增加，物業發展商不斷向市場供應新的住宅項目以產生更多的銷售及開展更多的活動。

### 香港住宅室內設計市場

香港的室內設計市場相對分散，國內國際名稱的公司比比皆是，且近幾年來，設計及服務供應日趨成熟。由於入行門檻不高，大量規模及服務類別不一的公司競相向各組織、企業、物業發展商及房屋擁有人提供室內設計及裝修作業。

#### 市場概覽

**公司及設計師的數量。**室內設計公司及香港設計師的數量相當穩定。根據香港室內設計協會(「香港室內設計協會」)及商務目錄，二零一四年，香港有約1,053家室內設計公司及逾7,000名室內設計師。

---

## 行業概覽

---

**入行要求。**由於室內設計大體上屬於一個創新行業，除管制公司或合夥企業註冊成立的標準法規外，並無任何部門設置有關資格的官方規定。多數情況下，個別設計師層出不窮的創意及設計確定了該等業務的持續發展。

**項目類別。**住宅室內設計分部為室內設計市場的中堅力量。根據香港室內設計協會於二零一一年份的調查(抽樣香港101家室內設計公司)，約67%的公司主要參與私人住宅項目，22%參與商業項目及約5%參與住宅示範單位設計。

**所提供服務類別。**香港的室內設計市場可大致分類為兩個主要分部—設計及裝修。較為成熟的公司向其客戶同時提供設計、裝修及採購服務，一般將後續工作外判；而較小規模的公司則僅提供設計服務，鮮有或基本不牽涉承包商。

**室內設計師的甄選標準。**甄選室內設計師時，物業發展商及個人房屋擁有人主要基於價格、風格、聲譽及創意選擇室內設計師。雖然物業發展商擁有內部設計團隊，但彼等仍將邀請室內設計公司投入項目，以提供創新設計理念，裝修開發的示範單位及售樓處。

### 市場表現

二零一三年，花費在示範單位上的價值因整個市場緊縮而增加

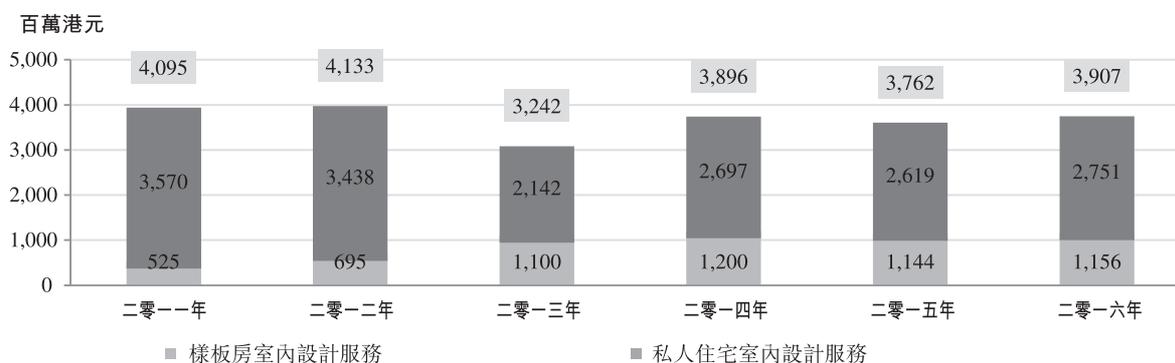
二零一三年，客戶花費在香港整體住宅室內設計服務方面的費用(圖4)錄得合共32億港元，即於二零一一年至二零一三年的複合年增長率為-11%，原因在於住宅物業市場波動不穩。住宅示範單位室內設計市場呈現不同趨勢，於二零一一年至二零一三年錄得44.8%的複合年增長率。主要物業發展商所推出的新物業開發的涌現是回顧期間示範單位室內設計的主要推動力。然而，由於設有示範單位的新發展項目數量減少，二零一四年至二零一六年期間，花費在住宅示範單位室內設計服務的客戶價值的趨勢預計有-1.9%的變動。然而，此下降將於未來三年因花費在每間示範單位的價值可能增加而有所抵銷。由於更多香港物業開發項目往往被定位為豪華住宅，導致物業發展商更多地投資於示範單位，以此吸引客戶並引起客戶的興趣。

開發商投資示範單位設計的同時整個住宅市場衰退

即使私人住宅室內設計因住宅物業價格波動打消一套及二套住房購買而受創，但物業發展商反而在物業市場低迷時期花費更多開銷於示範單位上，以吸引及盡可能增加物業銷售。加大對示範單位裝修的投入及物業發展商的經常性銷售拉對該領域的增長。

## 行業概覽

圖4 客戶花費在住宅室內設計服務方面的價值，香港(二零一一年至二零一六年)



資料來源：Euromonitor從案頭研究及對相關行業協會及領先室內設計公司的貿易採訪估計

### 原材料及勞工成本

建材、傢具及裝置以及勞工成本構成室內設計行業的主要設計及裝修成本。二零一一年至二零一三年，下表所列平板玻璃、馬賽克及瓷磚、乳膠漆、水性漆及木模板等建材(鋼筋除外)的平均批發價格穩步增長(表2)。

表2 建材的平均批發價(二零一一年至二零一三年)

數據	單位	二零一一年	二零一二年	二零一三年
透明平板玻璃，5毫米厚	每平方米港元	139.5	147.6	151.0
釉面牆壁瓷磚				
白瓷磚，108毫米x108毫米	每100片港元	175.3	210.8	237.1
彩色瓷磚，200毫米x200毫米	每100片港元	293.3	375.8	397.4
已鋸開硬木，50 x 75毫米柱形	每立方米港元	5,043.3	5,548.0	5,516.1
鑲嵌地磚				
無釉磚，18毫米x18毫米	每平方米港元	77.6	90.2	106.1
玻璃瓦板，25毫米x25毫米	每平方米港元	33.7	43.0	50.0
琉璃瓦，45毫米x45毫米	每平方米港元	101.1	116.6	125.5
油漆				
乳膠漆	每公升港元	43.3	47.8	51.6
水性漆	每公升港元	44.4	48.4	48.7
木模板				
膠合板，模板，19毫米厚	每平方米港元	70.2	71.3	74.0
已鋸硬木，25毫米厚木板	每立方米港元	3,307.8	3,580.3	3,814.0
鋼筋				
軟圓鋼條，6毫米至20毫米	每噸港元	6,914.7	6,374.3	5,979.8
高強度粗鋼筋，10毫米至40毫米	每噸港元	6,454.1	5,917.4	5,282.2

資料來源：香港政府統計處

## 行業概覽

由於優質建材通常用於豪宅設計，故過去兩年內大理石的價格呈現穩定增長，二零一三年，來自中國及意大利的大理石瓷磚的價格分別增至63美元及84美元，主要是由於中國經濟的持續增長令勞工價格及本土匯率不斷提高。

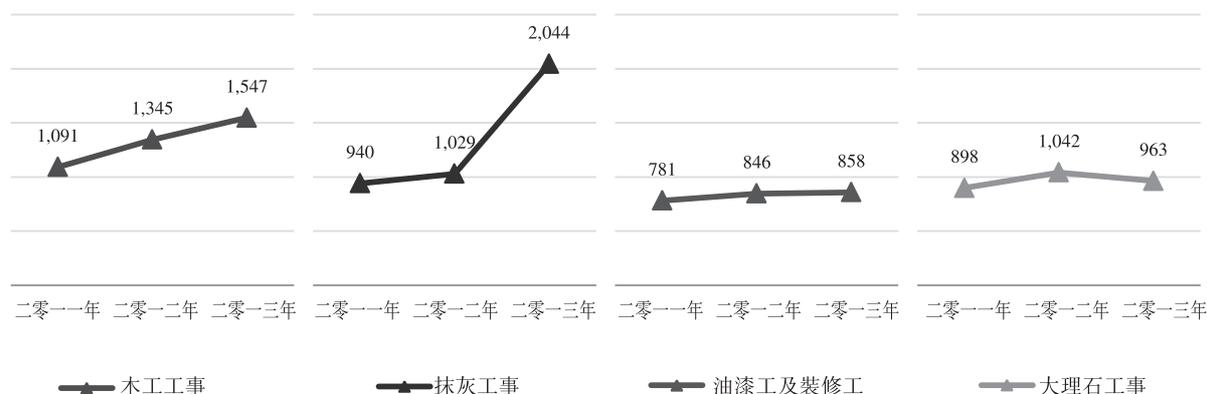
表3 大理石的平均價格範圍(二零一二年至二零一三年)

數據	單位	二零一二年	二零一三年
大理石-2厘米(來自中國)	每平方米美元	57	63
大理石-2厘米(來自意大利)	每平方米美元	76	84

資料來源：Euromonitor從案頭研究及對相關行業協會及領先室內設計公司的貿易採訪估計

就勞工成本而言，二零一一年至二零一三年，香港技術工人的平均日薪錄得增長(圖5)。根據香港建造業總工會的資料，工資上漲可能是由於建築行業內的技术工人短缺。

圖5 香港技術工人的港元日薪(二零一一年至二零一三年)



資料來源：香港政府統計處工資及勞工成本統計部(Wages and Labor Costs Statistics Section)

### 未來展望

於二零一四年至二零一六年預測期間，整體住宅室內設計市場可能按0.1%的複合年增長率往上增長，於二零一六年將達39億港元。除消費者不斷增長的可支配收入及對物業的可購買能力外，物業發展商不斷投資示範單位設計及裝修，以在蕭條的物業市場上吸引購房者。此外，如前所述，二零一四年至二零一六年期間，預期物業發展商將豪華概念強烈灌輸給準業主。

## 行業概覽

二零一二年年底以來物業價格暴漲，再加上政府實施的降溫措施，已使二零一三年的銷售及購買總額較前一年變得慘淡(圖3)，且此趨勢一直持續至二零一四年末。根據行業來源消息，此趨勢刺激物業發展商投入更多資金在示範單位設計，以激起潛在購房者對購置住宅的興趣以及對目標市場的嚮往。預期在每個示範單位室內設計項目上所花費的價值於未來三年內會增加，原因在於越來越多的物業開發項目被定位為豪華住宅，因而預期將會使用越來越多的高級用料，從而提高了在示範單位設計和裝修上所花費的金額。

在二零一四年一月頒佈的行政長官年度施政報告中，政府已開展計劃應對住房土地短缺的問題。隨著確定了150個住宅房屋地盤以及將住房目標定為於未來十年內提供480,000個公共及私人住宅單位，這些計劃將為香港的室內設計市場打下基石，於預測期間以及從長遠來看，均會實現持續的增長。

這些計劃將會影響開發商關於在住宅物業市場中突圍並取得市場領先位置的策略。為確保在物業價格高昂的市場中使需求保持穩定，部分物業發展商通過推出面積較小的住房令購房變得更實惠和更容易接受。展望未來，室內設計師不僅需要在其示範單位設計上呈現出視覺效果來吸引購房者的眼球，亦需要為小單元的房主更周全有效地利用空間，同時又不在公寓的奢華高貴和質量上有所失分。

### 市場趨勢、推動力及入行門檻

#### 推動力

##### 1. 不斷增長的消費開支及家庭收入

隨著可支配收入的不斷增加，香港消費者有能力花費更多用於奢侈消費。於預測期間內，消費者於住宅室內設計方面的開支預期將增加並穩步增長。

##### 2. 物業發展商採用示範單位作為主要的銷售及營銷手段

由於示範單位模型與新開發的實際單位相若，故物業發展商將加大使用示範單位作為主要的銷售及營銷工具。

#### 趨勢

##### 1. 將重心由境內項目轉向境外業務

中國經濟的加快發展以及設計師處理項目的空間大幅增加吸引了大量室內設計師將重心由香港轉至中國。未來三至五年內，預期將保持該趨勢，而香港市場將保持穩定。

---

## 行業概覽

---

### 2. 開發商從海外引進設計師

近年來推出的新開發項目不斷增加，似乎定位為價格昂貴的豪華住宅。較大型開發商偏好邀請海外設計師為其示範單位作設計，以憑藉彼等的名望及更好地為其物業打造奢華感。

### 3. 提議一項行業改進方案

香港室內設計協會同時向政府提議一項行業改進方案及一項專業登記計劃，旨在提高室內設計行業的教育標準及提升本土室內設計師的專業形象。

#### *一般市場進入門檻*

香港的室內設計行業規管並不嚴格，採取放任自由模式。該行業並非勞動密集型行業，不需要大量資本啟動一項新業務。低轉換成本及行業缺乏規模經濟使得進入門檻相對不高。

#### **競爭格局**

*業內有逾1,000家公司，競爭激烈且分散*

行業較為分散，在香港有逾1,000家室內設計公司，但無佔據市場的單一市場領頭羊，這表示業內的競爭相當激烈。市場內的眾多室內設計師紛紛提高買方的議價力以防被替代。

#### *設計師在價格、風格及聲譽方面各有不同*

本土室內設計師會在價格、風格及設計多樣化、聲譽以及彼等的設計效果方面起競爭。另外，香港的物業發展商及個人購房者深刻認為相對中國而言，彼等的物業示範單位及房屋擁有良好的室內設計，且彼等對行業的了解更透徹。面對受過高等教育的消費者，本土室內設計師如欲與眾不同及與外國競爭對手競爭，所面臨的挑戰更大。

#### *示範單位室內設計仍然是空間有餘的分部*

由於示範單位室內設計是在室內設計空間內有較大發展空餘的分部，市場參與者較少。彼等多為香港知名室內設計師，多年來，與領先物業發展商有經常性的合作，設計涵蓋物業項目的示範單位、售樓處、俱樂部會所及大堂。

基於本集團提供的數據及Euromonitor本身作出的行業估計，本集團於二零一三年在香港錄得整個住宅室內設計3.6%的市場份額，及住宅示範單位室內設計8.8%的市場份額。

## 行業概覽

### 中國

#### 中國的宏觀經濟環境

多年來，中國經濟呈現強勁的兩位數增長，現趨於穩定。二零一三年，中國的實際GDP達人民幣17.9萬億元，於二零一二年起保持7.7%的穩定年度增長。二零零九年至二零一三年，人均GDP由人民幣9,594元增至人民幣13,164元。由於中國逐漸轉型為以消費者為主導的經濟，在二零零九年全球經濟衰退及國內政策調整的情況下，直至二零一八年的經濟表現均可預計。二零一四年至二零一八年預測期間的實際GDP增長預期將達6.7%，將實現二零一八年人民幣25.0萬億元的總GDP。

圖6 中國的實際GDP及實際GDP增長(二零零九年至二零一八年)

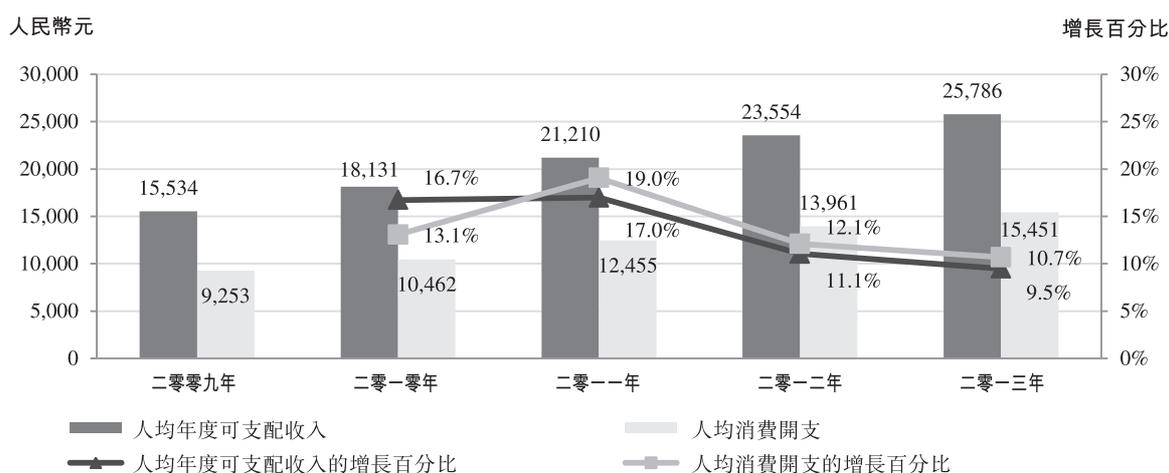


資料來源：國際貨幣基金組織

## 行業概覽

消費市場不斷擴張，其規模及潛力仍然緊迫。可支配收入及開支錄得穩健收益，中國居民的人均可支配收入由二零零九年的人民幣15,534元增至二零一三年的人民幣25,786元，該期間的複合年增長率達13.5% (圖7)。同時，可支配收入增長帶動消費開支的增長，由二零零九年的人民幣9,253元增至二零一三年的人民幣15,451元，反映中國消費者的可持續消費能力。

圖7 中國人均年度可支配收入及消費開支(二零零九年至二零一三年)



資料來源：Euromonitor 報告數據－國家及消費者(二零一四年)

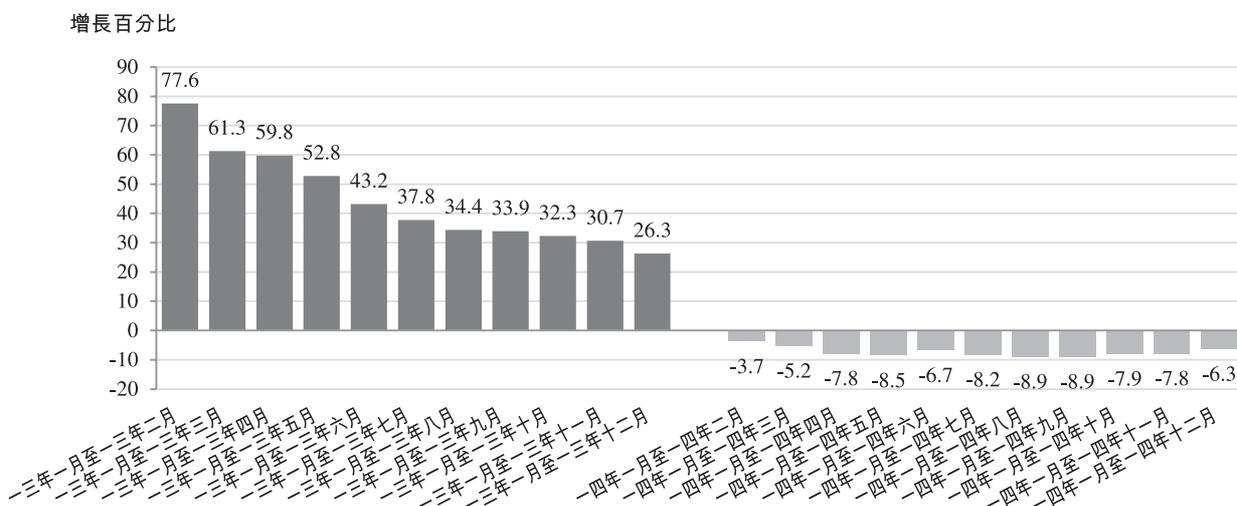
### 中國物業市場

中國物業市場以私人住宅住房為主導。隨著可支配收入的增長以及家庭開始不僅滿意於基本需求，私人住宅分部變得日益有投機性，當中，人們現可擁有最多兩套或三套住宅物業。二零一三年，物業發展商的樓宇銷售錄得新高，年同比增長26.3%，而住宅銷售超越二零一二年起26.6%的總銷售額。該等樓宇的銷售額為數合共人民幣8.1萬億元，而住宅樓宇銷售額則佔據物業發展商所銷售樓宇總銷售值83%的大比重。

二零一三年，物業價格暴漲，政府積極推出多項政策，包括更為嚴格的按揭要求、房產稅及限購，導致二零一四年的住房銷售下降(圖8)。二零一四年，即使在開發商降價後，所有樓宇類別及住宅的銷售值仍然分別出現6.3%及7.8%的負增長。住宅公寓的過度供應亦是業績不佳的原因之一。

## 行業概覽

圖8 物業發展商所售樓宇的銷售值增長，中國（二零一三年至二零一四年）



資料來源：中國國家統計局

為防止住房銷售進一步下跌，自二零一四年第三季度起，政府不再限制擁有及按揭第二套房。根據中國國家統計局的資料，市場出現積極反應，銷售回彈，二零一四年十二月的住宅樓宇銷售值年同比增長4.2%。

### 豪宅市場所受政府政策影響較小

根據高力國際的資料，二零一四年，一線城市的高檔住宅樓宇價格保持穩定。仲量聯行預測，二零一五年，一線城市高檔住宅的價格將出現適度增長，而二三線城市的高檔住宅價格則可能因過度供應而略為下跌。一線城市豪華公寓的需求產生的原因主要為優質資產增值預期。豪華公寓通常位於市中心，該等地段可用作新開發的土地將日趨稀缺。同樣，政府已停止審批新土地用於建造別墅，土地稀缺將成為售價持續呈現上升趨勢的一項依據。

### 中國的住宅室內設計市場

#### 市場概覽

**住宅室內設計分部。**中國的住宅室內設計市場包括(1)個人業主的室內設計，(2)住房精裝，及(3)示範單位及售樓處的室內設計。

**公司及設計師的數目。**根據中國建築裝飾協會的資料，室內裝飾市場極為分散，於二零一二年底約有120萬名室內設計師及裝飾師。二零一二年底，市場上有超過142,000家企業，較上一年度減少2.3%。未能存續的企業主要為小型企業。中國建築裝飾協會計劃於二零一五年前將建築裝飾企業的總數控制在120,000家以下。

---

## 行業概覽

---

**入行要求。**由於許多室內設計公司屬獨立民營性質，故國內設計師並無進行資格認證的標準基準。業內人士表示，由於資格證書可輕易取得，故通常根據室內設計師的工作而非資格證書對其進行評估。

**所提供服務類別。**室內設計公司主要負責設計及不時將裝修工程外判予第三方承建商。室內裝飾公司主要承接裝修工程，而物業發展商則與設計師及設計公司訂約提供室內佈局及風格，同時讓其內部設計團隊裝飾有關物業。

**聘任室內設計師。**視乎各項目的規模而定，部分物業發展商傾向於將項目的設計及裝修分配予一名或多名賣方。物業發展商透過公開招標、戰略合作或僅透過邀請等多種方式甄選室內設計師。邀請設計師對非地方發展商而言更為常見，因為其對室內裝修的風格及吸引力更加挑剔。領先的發展商通常擁有室內設計師及公司的優選名單，該等室內設計師及公司曾與其在過往項目中進行合作或簽署戰略合作協議。

**設計費。**設計費通常十分低廉，且不時作為對業主的額外待遇或商譽免費提供。設計費一般低於設計及裝飾個人住宅總項目花費的10%。就示範單位設計項目而言，有關收費主要包括設計費及少量材料／飾件採購款。

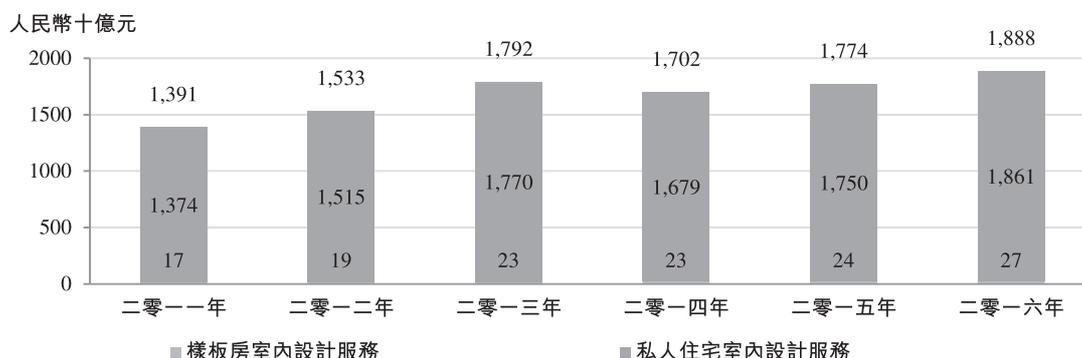
### 市場表現

示範單位設計價值花費超過整體住宅設計市場增幅

二零一三年，整體住宅物業室內裝飾服務的客戶價值花費總額達人民幣17,920億元，較上一年度增長16.9% (圖9)。暢旺的物業銷售以及不斷增加的人均可支配收入及不斷增強的消費者消費意願帶動了室內設計及裝飾的更強勁需求。二零一三年示範單位的客戶價值花費達人民幣225億元，錄得更高的按年增幅19.8%。越來越多的地方物業發展商相信可透過具吸引力及美觀的示範單位吸引更多買家並促進物業銷售。預計物業發展商將頻繁邀請來自香港、台灣或其他國家的著名設計師通過示範單位展現其設計。

## 行業概覽

圖9 中國住宅室內設計服務的客戶價值花費(二零一一年至二零一六年)



資料來源：Euromonitor從案頭研究及對相關行業協會及領先室內設計公司的貿易採訪估計

勞工成本、傢具、建材及五金為決定室內設計業務盈利能力的重要成本組成部分。根據表4，二零一二年至二零一三年，建材及五金的消費者價格增長0.2個指數點及0.2%。業內人士亦表示，原材料及勞工成本按年平均增長7%。

表4 所用最終產品的物價指數(二零一一年至二零一三年)

	二零一一年	二零一二年	二零一三年
傢具的生產者物價指數	102.4	101.7	100.5
建材及五金的消費者物價指數*	104.7	101.0	101.2

資料來源：中國國家統計局

### 未來展望

#### 取消限購可能會推動住宅銷售及內部設計

預期二零一四年至二零一六年期間整體住宅室內設計市場將按5.3%的複合年增長率增長，於二零一六年達到人民幣18,880億元。儘管市場於二零一四年出現下滑，但由於政府於二零一四年底取消部分購房限制，預期市場自二零一五年起將重拾增勢。城鎮化進程亦將為住房需求提供支持。除物業市場復蘇外，購房者對室內設計的需求增加預期亦會支撐市場發展。在精裝住宅方面，發展商傾向於利用更多優質材料，特別是在因關稅降低通常可按更低的價格購買同等進口材料的情況下。

## 行業概覽

### 發展商的投資支持示範單位設計的增長

預期二零一四年至二零一六年期間示範單位室內設計市場將按7.4%的複合年增長率增長，增幅高於整體住宅室內設計市場。示範單位室內設計市場於二零一六年將達到人民幣265億元。儘管二零一四年的房地產銷售不佳，但由於物業發展商保持對示範單位的投資，該市場仍能保持增長。發展商相信，示範單位乃鼓勵潛在購房者購買物業的有效方式。

### 市場推動力、趨勢及入行門檻

#### 推動力

#### 1. 由城鎮化支持的物業市場快速發展

二零一一年至二零一三年，住宅房地產的銷售價值錄得18.5%的複合年增長率。儘管於二零一四年有所放緩，但預期市場將會恢復並保持穩定增長。二零一四年的城鎮化率約為55%，長期而言該比率將繼續增長。房地產市場的快速增長為住宅室內設計行業奠定了牢固的基礎。

#### 2. 室內設計服務的穩定需求

中國的大多數新住宅單位為毛坯房，故購房者須與室內設計師訂約對其住宅進行室內裝修。物業發展商不斷加大對設計及建設的投入，以提升其物業價值。現有公寓及大部分重售單位的翻新亦需要進行室內設計。

#### 3. 消費開支及家庭收入的不斷增長

利用優質材料裝飾的個性化家居被許多中國人視為更佳生活質素的眾多指標之一。隨著可支配收入的提高，消費者在住宅室內設計方面的花費預期將於預測期間保持穩定增長。

#### 4. 物業發展商採用示範單位作為主要銷售及市場營銷方式

由於大多數新住宅單位在售予客戶之前未經裝飾及大部分在售新住宅仍在建設中，故設置示範單位乃物業發展商展示其產品及吸引客戶的主要賣點。

#### 趨勢

#### 1. 網上室內裝飾平台將成為住宅室內設計的新渠道

許多領先的室內裝飾公司已推出網上平台，以使客戶能夠在線購買室內設計及裝飾服務。領先的參與者能夠更高效地取得逐漸成為購房者主流的年輕客戶，同時以更為低廉的成本擴展其網絡。

---

## 行業概覽

---

### 2. 物業發展商越來越願意投資於示範單位室內設計

與購房者一樣，中國的物業發展商越來越注重示範單位及售樓處的室內設計，並更加願意對其進行投資。發展商聘請著名室內設計師，並利用大理石瓷磚等優質材料裝飾其物業，以吸引目標客戶。

### 3. 邀請海外知名室內設計師設計示範單位更為常見

許多物業發展商一直引入海外設計師設計示範單位，因為其相信知名海外設計師能夠展現其物業形象，並迎合高端市場的品味。來自香港及台灣的室內設計師尤其受歡迎，原因在於彼等並無語言障礙，且其中許多在中國設有辦事處。

### 4. 由於關稅降低，故能夠以更低成本取得優質進口材料

對於豪華示範單位及精裝公寓，物業發展商利用從其他國家進口的優質材料。由於中國與更多國家及地區簽署零關稅協議，故物業發展商目前能夠以更低成本取得有關進口材料。

### 5. 商業及酒店室內設計預期將佔更大部分

物業市場出現下滑後，為分散風險，許多發展商開始建設包含住宅、商業樓宇及公共設施的綜合體。逐漸地，酒店及餐廳的商業及酒店室內設計在市場上變得更加重要。

#### 一般市場進入門檻

### 1. 個人業主住宅室內設計的准入門檻十分低

住宅室內裝飾公司一般須持有營業執照並須通過工商行政管理局進行的年檢。然而，市場上存在許多未登記的獨立營運建築團隊，許多業主為節省開支而選擇有關團隊，並認為儘管其規模較小且並未登記，但質素可予接受。

### 2. 發展商為選擇合資格設計及裝飾供應商設有多項標準

物業發展商一般設有室內設計公司的名單，該等公司擁有卓越的榮譽及聲譽，部分有過往合作經驗，故而更有可能受邀承接新的發展項目。物業發展商亦可透過公開招標進行選擇。

### 3. 聲譽及地方據點對高端物業示範單位設計而言至關重要

就豪華發展項目或旗艦項目的示範單位而言，物業發展商會審慎甄選室內設計公司，其中大部分擁有來自香港、台灣或其他國家的知名室內設計師。室內設計公司是否擁有地方辦事處則為另一項重要標準，以便其能及時提供現場支援。

---

## 行業概覽

---

### 競爭格局

行業極為分散，存在許多小型及尚未登記的公司

中國的室內設計市場極為分散，並無單一的市場領導者。就住宅室內裝飾而言，該市場被規模非常小的公司或未登記公司分解。然而，預期該市場會因監管政策及激烈競爭下的市場整合而更為鞏固。中華人民共和國住房和城鄉建設部自二零一四年十二月起已停止接受建築裝飾企業的資格申請，以控制企業數目。當領先公司在全國範圍內的規模及網絡擴大且客戶對質素的要求提高時，小型公司將不會在競爭中存續。

品牌名稱及榮譽對示範單位設計的成功至關重要

示範單位室內設計市場亦高度分散，該分部存在1,500至2,000家營運公司。領先的室內設計公司對物業市場下滑等不利狀況展現出更強的抵抗力，此乃由於對示範單位室內設計的需求波動較小及知名設計師／公司為物業發展商的首選。

低門檻令其他行業的公司可輕易進入

由於准入門檻較低且知名品牌名稱能利用更佳的服務及聲譽獲取市場份額，故其他行業的部分領先公司已加入競爭。

室內設計師不斷跨越地域邊界擴充業務

雖然地方室內裝飾公司僅為中國的客戶提供服務，但預計越來越多的海外室內設計公司將在中國成立分公司，以將其業務拓展至龐大的中國市場，尤其是示範單位、售樓處、俱樂部會所、酒店、餐廳等室內設計市場。該等公司多年來一直與中國領先的物業發展商合作，並為中國各地的物業項目設計示範單位、售樓處、俱樂部會所及大堂。

基於本集團提供的數據及Euromonitor本身作出的行業估計，本集團於二零一三年在中國內地錄得整體住宅室內設計0.002%的市場份額，及住宅示範單位室內設計0.1%的市場份額。