

行業概覽

本節及本文件其他章節所載關於零售、室內設計市場及香港整體經濟的若干資料及統計數據，乃摘錄自不同官方及獨立第三方來源，且依據政府實體的公開資料及Frost & Sullivan的受委託研究報告編製。於本節及本文件其他章節所呈列自該等及其他來源的資料乃現時自該等資料來源可獲取的最新資料。我們相信本節及本文件其他章節所載資料的來源乃有關資料的合適來源，並已在摘錄及轉載該等資料時採取合理審慎的態度。我們並無理由相信該等資料在任何重大方面為錯誤或誤導，或遺漏任何事實以致該等資料在任何重大方面為錯誤或誤導。本公司、保薦人、包銷商、彼等各自的董事、僱員、代理人、代表、聯屬人及顧問及所有參與[編纂]的人士並無對該等資料進行獨立核實，亦無對來源於官方或其他第三方的資料的準確性發表任何聲明。該等資料可能與中國國內或國外編纂的其他資料不相符或並非按同樣精確程度或完整程度編纂。因此，本文件所載或所提及的官方及其他第三方來源的資料可能並不準確，閣下不應過分依賴。

資料來源

我們已委任Frost & Sullivan提供室內設計行業的行業資料。我們已同意就報告支付人民幣500,000元，我們預期將於[編纂]前全數支付。我們的董事認為付款並不會影響Frost & Sullivan報告觀點及結論的公平性。

在編寫及編製研究報告過程中，Frost & Sullivan與行業參與者進行了包括電話及面談的第一手研究，亦進行了包括審閱行業刊物、年度報告及其自身數據庫數據的第二手研究。根據宏觀經濟數據得出的過往數據分析以及有關行業推動因素及綜合各專家意見的數據，Frost & Sullivan提供了不同市場規模的預測數據。Frost & Sullivan假設在二零一五年至二零一九年的預測期間(i)社會、經濟及政治環境預期將維持穩定及(ii)主要行業推動因素可能繼續影響市場。

關於FROST & SULLIVAN

Frost & Sullivan是一九六一年成立的全球諮詢公司，在全球擁有40個辦事處、逾1,800名行業諮詢顧問及分析師。其專業服務覆蓋技術研究、市場研究、宏觀趨勢、經濟研究、最佳實踐、培訓、客戶研究、競爭性情報及企業策略。

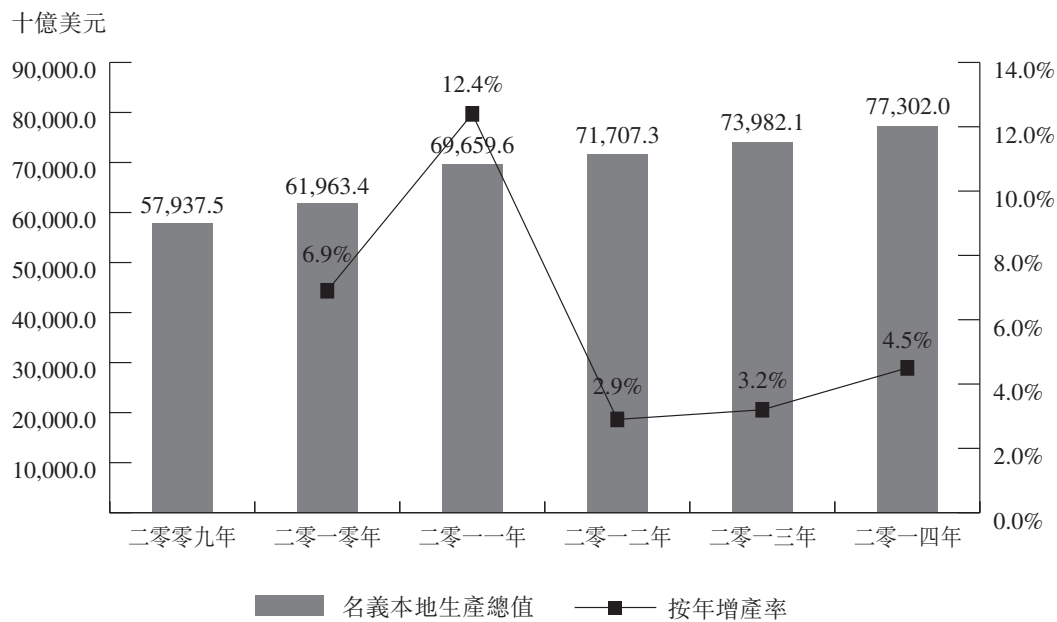
行業概覽

宏觀經濟環境

自二零零八年年末爆發金融危機以來，全球經濟已處於調整及復甦期間。儘管歐洲債務危機及新興市場經濟增長放緩，但受到美國經濟復甦及中國經濟持續增長推動，二零零九年至二零一四年全球名義本地生產總值錄得平均複合年增長率為5.9%，二零一四年達到773,020億美元。在可預見期間內，未來增長預期仍由美國及中國經濟推動。

下表載列從二零零九年至二零一四年的全球名義本地生產總值及按年本地生產總值增長率：

全球名義本地生產總值及按年增長率



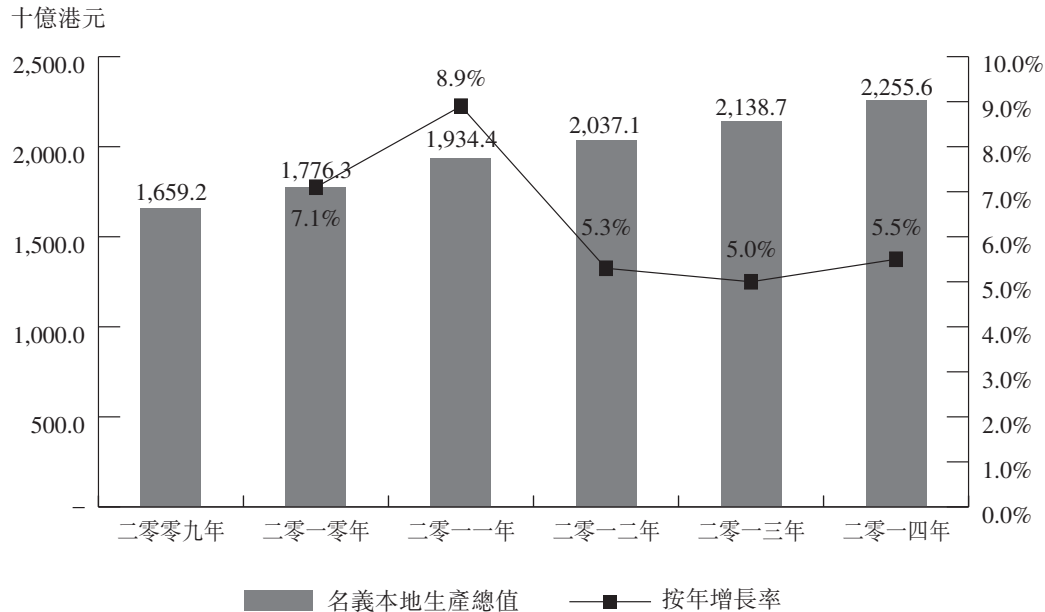
資料來源：國際貨幣基金組織

香港在過去幾年經濟增長穩定，名義本地生產總值從二零零九年的16,592億港元增長至二零一四年的22,556億港元，平均複合年增長率為6.3%。展望不久的未來，在與中國內地相關的龐大潛在國內需求及轉口貿易出口推動下，香港經濟預期將維持穩定增長。

行業概覽

下表載列[從二零零九年至二零一四年的香港本地生產總值及按年本地生產總值增長率：

香港名義本地生產總值及按年增長率



資料來源：香港特別行政區政府統計處

零售市場

概覽

零售是透過分銷渠道向客戶銷售消費品及服務。在零售市場內，奢侈品及高端時尚部門代表一個高價值、知名及專屬客戶產品組別，包括奢華珠寶及時尚商品零售市場分部指包括珠寶、鐘錶、皮革製品、高端服裝及配飾等零售商品的產品組合，以全球知名奢侈品牌進行零售，如格拉夫珠寶、卡地亞、勞力士、路易威登、香奈兒、愛馬仕等。

全球零售市場

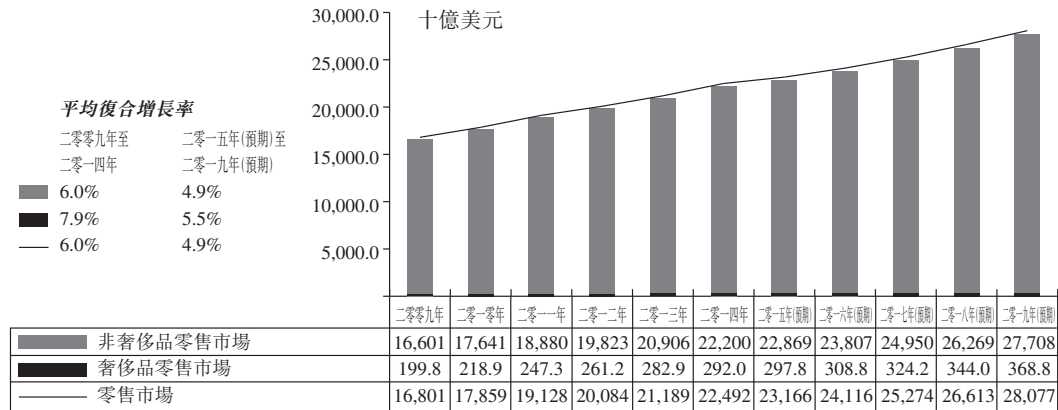
全球零售市場增長穩健，預期日後將保持穩定增長。這主要是因為全球宏觀經濟穩定增長，發達國家繼續推動零售消費，而發展中國家亦增加其消費需求。二零一四年全球零售市場規模達到224,920億美元，二零零九年至二零一四年平均複合年增長率為6.0%，預期二零一五年至二零一九年將實現平均複合年增長率4.9%，相當於280,775億美元的市場規模。

二零一四年，全球知名奢華珠寶及時尚商品零售市場分部的全球零售銷售額達到2,920億美元，自二零零九年以來過去五年平均複合年增長率為7.9%，預期自二零一五年起將維持平均複合年增長率5.5%，到二零一九年將達到3,688億美元。

行業概覽

下表載列從二零零九年至二零一九年全球零售市場規模(按分部)：

二零零九年至二零一九年(預測)全球零售市場規模(按分部)



資料來源：Frost & Sullivan

香港市場

香港是全球表現最佳的零售市場之一。儘管香港人口僅佔全球人口的0.1%，但香港零售市場於二零一四年給全球零售市場貢獻約0.3%的份額。鑑於其在國際上的形象，香港於二零一四年吸引了60.8百萬境外遊客，這對其零售銷售的繁榮表現帶來積極貢獻。香港的零售市場受惠於中國內地的持續經濟發展，來自中國內地的遊客顯示對消費品的強勁需求，從而為香港零售市場帶來顯著增長。來自中國內地的遊客從二零零九年至二零一四年按平均複合年增長率增長21.7%，在二零一四年達到47.2百萬人次佔香港遊客總人次的77.6%。此外，二零一四年零售對本地生產總值貢獻約21.9%，而二零零九年僅為16.6%。零售市場仍將在很大程度上支撐香港經濟。

香港零售市場在過去幾年迅猛增長，總零售銷售額自二零零九年起呈超過10%的按年增長趨勢。儘管在二零一四年略有下滑，但自二零零九年至二零一四年平均複合年增長率達12.4%，二零一四年的市場規模已達4,932億港元。主要推動因素為中國內地訪港遊客持續增多。隨著全球經濟放緩，中國內地訪港遊客人數增長率下降，香港自二零一四年錄得零售銷售額下降。根據香港旅遊發展局統計數據，二零一五年中國內地訪港遊客人數呈現負增長3.0%，減少140萬人次。二零一五年香港公佈的零售市場規模(按收入計)為4,752億港元，錄得負增長3.6%。然而，隨著旅遊業及零售的復甦，香港零售市場在不久的將來有望復甦。估計於二零一九年零售市場規模將達到5,223億港元，預期二零一五年至二零一九年平均複合年增長率為2.4%。

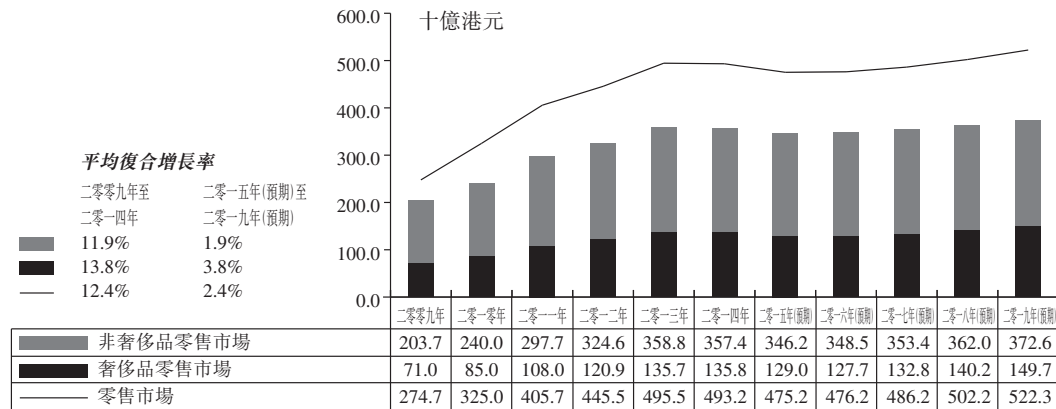
二零一四年香港奢侈品及高端時尚零售分部佔全球銷售收入的6.0%，遠高於總體零售銷售額比例。這表示香港的全球奢侈品及高端時尚商品零售銷售表現更出色。香港二零一四年銷售收入達1,358億港元，二零零九年至二零一四年期間平均複合年增長

行業概覽

率為13.8%，佔香港零售市場收入的27.5%。展望未來，受中國內地流入的大量遊客影響，該分部將持續按相對於整體零售市場而言更高的增長率增長，預期到二零一九年在零售市場比重將增至佔所有零售市場收入的28.7%。

下表載列從二零零九年至二零一九年香港零售市場規模(按分部)：

二零零九年至二零一九年(預期)香港零售市場規模(按分部)

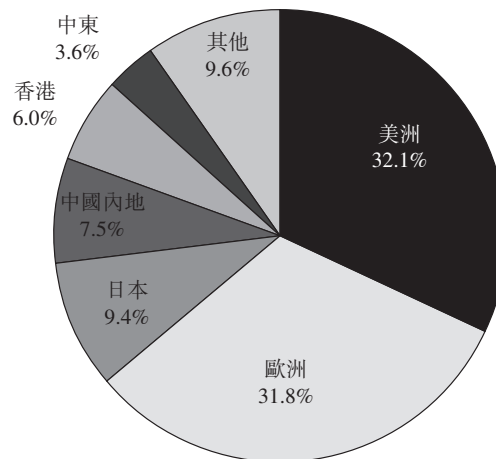


資料來源：香港特別行政區政府統計處、Frost & Sullivan

全球範圍內引領該市場份額的是美洲及歐洲，二零一四年份額合共為63.9%。其次為日本、中國內地、香港及中東。上述地區合共貢獻90.4%的市場份額(按收入計)。

下表載列於二零一四年全球奢華珠寶及高端時尚商品零售(按地區)：

二零一四年全球奢華珠寶及高端時尚全球零售比重(按地區)



資料來源：Frost & Sullivan

行業概覽

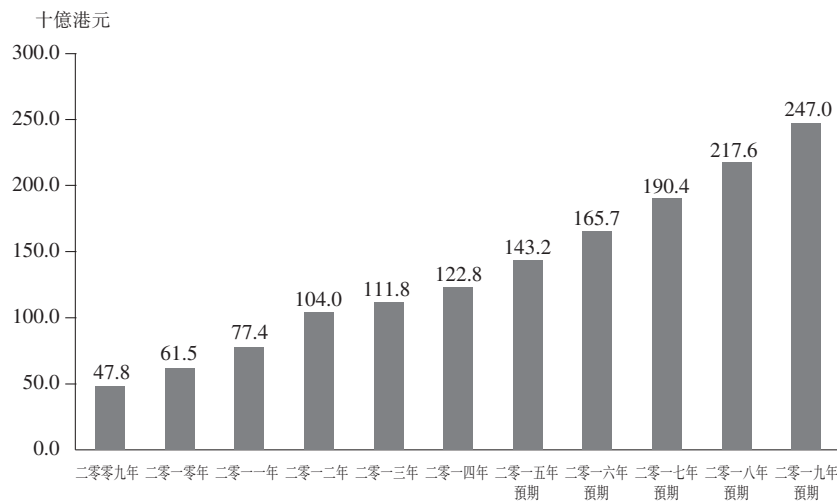
香港建築工程

概覽

香港建築自二零一四年起快速增長。二零一四年香港建築工程總價值達1,228億港元，自二零零九年至二零一四年平均複合年增長率達20.8%。二零一二年按年增長率達到34.4%，主要為受惠於流入香港的中國內地遊客增加，帶動零售主導的商業項目建築的發展，隨後在二零一三年經歷下滑，增長為7.5%及而後在二零一四年增長9.8%。未來期間，隨著私人開發商委託的私營行業建築工程越來越受關注，二零一九年香港建築工程的總價值預計達2,470億港元，自二零一五年至二零一九年複合年增長率為14.6%。

下表載列自二零零九年至二零一九年的香港建築工程總價值：

二零零九年至二零一九年(預期)香港建築工程總價值



資料來源：香港特別行政區政府統計處、Frost & Sullivan

行業概覽

全球奢侈品及高端時尚品牌零售的室內設計

概覽

室內設計指提供設計解決方案的服務，主要包括設計、管理、建設及管理(如幕牆開發及製造以及裝修建設)、提供裝修材料(如木製品及傢俱)。室內設計包括廣泛的子類別，如在住宅、商業(包括零售及寫字樓)、工業及基礎設施住房設施的應用。

零售行業的室內設計可分為以下兩個分部：

類別	特徵	典型應用
全球奢侈品及 高端時尚 零售店鋪的 室內設計	<ul style="list-style-type: none">• 突出購物體驗• 獨特及概念性的形象• 高端• 一對一導購• 寬敞的展示及試穿／ 試戴空間	<ul style="list-style-type: none">• 奢華珠寶店• 高級鐘錶店• 高級皮革製品店• 高級服裝及配飾店
其他零售商品 店鋪的室內 設計	<ul style="list-style-type: none">• 突出購物目標• 商標形象• 便利性• 導購有限• 有限的展示及試穿／ 試戴空間	<ul style="list-style-type: none">• 全球奢侈品及高端時尚 以外的零售店鋪

市場規模

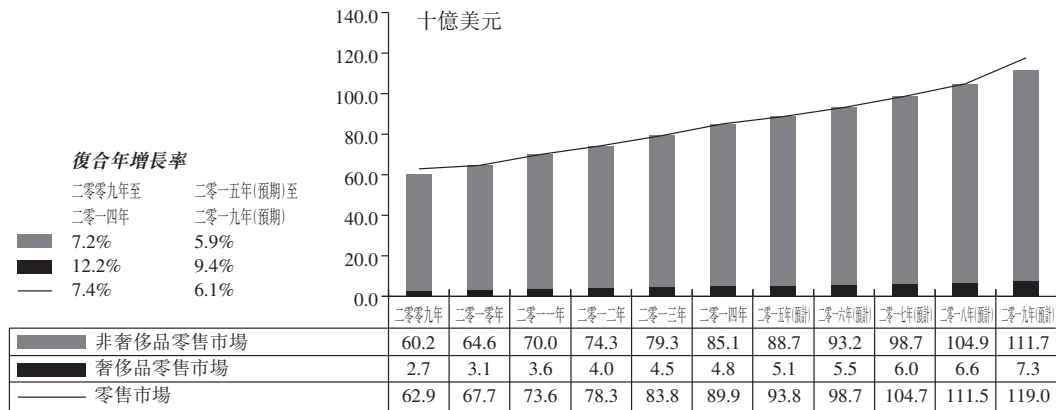
全球市場

全球零售市場穩定增長，服務全球零售市場的室內設計以7.4%的平均複合年增長率，從二零零九年增長至二零一四年899億美元。該市場預期將保持穩定增長，並於二零一九年達到1,190億美元。二零一四年，全球奢侈品及高端時尚品牌全球零售的室內設計分部的市場規模達到48億美元，佔室內設計行業的5.3%，且這個比重呈不斷增長趨勢。

行業概覽

下表載列[從二零零九年至二零一九年]全球零售市場室內設計市場規模(按分部)：

二零零九年至二零一九年(預期)全球零售市場室內設計市場規模(按分部)



資料來源：Frost & Sullivan

香港市場

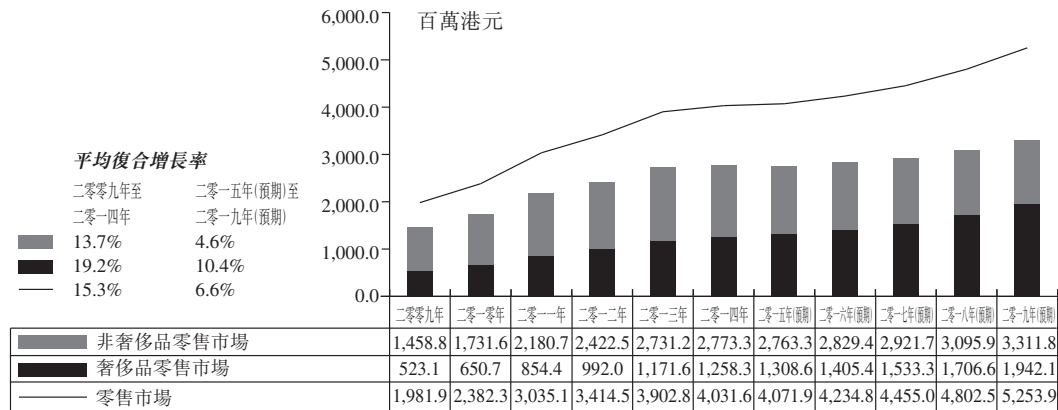
受惠於零售市場的顯著增長，二零一四年香港整體零售市場室內設計達到40.316億港元，自二零零九年至二零一四年期間平均複合年增長率為15.3%。受二零一四年及二零一五年零售市場放緩影響，香港零售市場室內設計預期亦在這兩年受到影響，但在二零一五年之後維持穩定增長。從二零一五年至二零一九年的未來平均複合年增長率將達到6.6%。

就全球奢侈品及高端時尚全球零售市場相關分部而言，全球奢侈品及高端時尚的室內設計在二零一四年佔室內設計行業的31.2%，市場規模達到12.583億港元，自二零零九年至二零一四年平均複合年增長率為19.2%。展望未來，該分部預期將跟隨零售市場相應分部的趨勢，在二零一四年及二零一五年短期恢復，隨後在二零一五年至二零一九年期間以10.4%的平均複合年增長率實現穩定的未來增長。

行業概覽

下表載列從二零零九年至二零一九年香港零售市場室內設計市場規模(按分部)：

二零零九年至二零一九年(預期)香港零售市場室內設計市場規模(按分部)

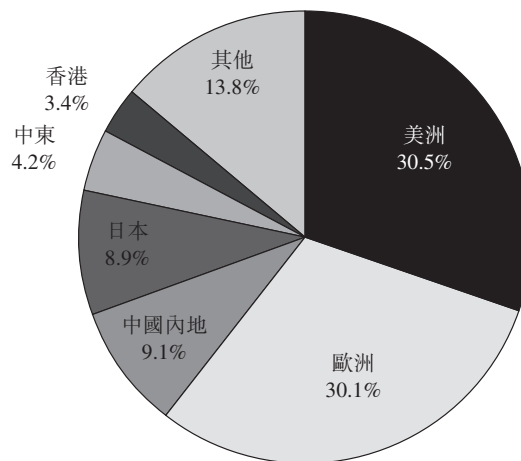


資料來源：Frost & Sullivan

二零一四年香港該分部佔全球銷售收入的3.4%。美洲及歐洲引領市場，市場份額合共為60.6%，該市場呈現合併的局面。其他佔據主導地位的地區包括中國、日本及中東。

下表載列於二零一四年全球奢侈品及高端時尚全球零售的室內設計比重(按地區)：

二零一四年全球奢華珠寶及高端時尚商品全球零售的室內設計比重(按地區)



資料來源：Frost & Sullivan

行業概覽

增長推動因素及市場趨勢

香港奢侈品及高端時尚零售室內設計行業的快速增長源自以下需求及供應因素：

經濟復甦及購買力增長。鑑於香港出口導向型的經濟屬性、國際形象及免稅優勢，商人及遊客訪港人士仍被認為是知名時尚奢侈品的消費主力。儘管在二零一四年及二零一五年經濟放緩的背景下，全球經濟預期將在一系列措施的刺激下顯示復甦趨勢。中國內地的經濟發展將推動這一市場發展，不僅是香港，亦包括出境旅遊購買奢侈品及高端時尚的境外市場。這表明在此分部提供服務的室內設計公司擁有巨大的市場機會。

追求優質的購物體驗。消費升級意味著追求更加優質的零售產品及客戶服務的偏好增加，尤其是在消費者開支能力增加的市場。優質購物體驗在綜合購物環境及友好的指引服務中實現。迎合高端客戶的奢侈品及高端時尚零售是最適合。因此，其推動該等零售店的室內設計市場。

面向全球的奢侈品品牌。奢侈品品牌通常在全球範圍內對店鋪位置進行策略性部署，旨在更廣泛的範圍內吸收收入，同時亦減輕當地經濟下滑多種風險及消費激勵不足帶來的影響。目前，由於中國內地消費需求持續減少，香港正在經歷零售銷售不景氣狀態，但彼等擬利用策略性部署，將店鋪搬遷至具有比較優勢的跨境地區。此外，知名奢侈品品牌擁有人經常嘗試在香港推出一系列新品牌，這取決於香港成熟的奢侈品環境及巨大的消費者流入。而在開設新店以及搬遷及修復工程的過程中，經常就需要室內設計公司的參與。因此，室內設計公司通常不會受到整體經濟下滑趨勢的影響。

奢侈品品牌的新業務策略。奢侈品品牌正在轉變他們的策略以降低全球經濟下滑的影響。例如在中國內地，香奈兒首先降低產品零售價，從而引發其他一些奢侈品品牌效仿。路易威登翻新店面，在其零售店旁開設咖啡廳，試圖讓客戶在其店鋪逗留更長時間。這為專注於該分部的室內設計公司帶來翻新業務機會。

盡力提高市場份額。考慮到全球奢侈品品牌極其重視香港市場，專注於該分部的室內設計公司有提高市場份額的潛力。為了恢復品牌的季節形象，高端奢侈品店通常每兩個月到六個月就翻新他們的精品店的室內設計或重新安置他們的店鋪至不同地區以從大量的不同客戶群體獲取銷售機會。此外，該等店鋪每兩年至三年在品牌概念進行定期翻修，這令室內設計穩定翻新。

行業概覽

在香港，高端室內設計市場的主要趨勢如下：

價值鏈整合。除了提供傳統室內設計服務之外，如今的室內設計公司已逐漸演變成為可提供包括木製品及傢俱、室內裝潢建設、幕牆裝飾、翻修綜合服務。這些公司正逐漸發展為一站式室內設計及解決方案供應商。

業務多樣化。為了應對奢侈品品牌需求降低，一些特別關注該分部的室內設計公司擴展新客戶類型(如寫字樓及高檔住宅建設項目)發展新商機。

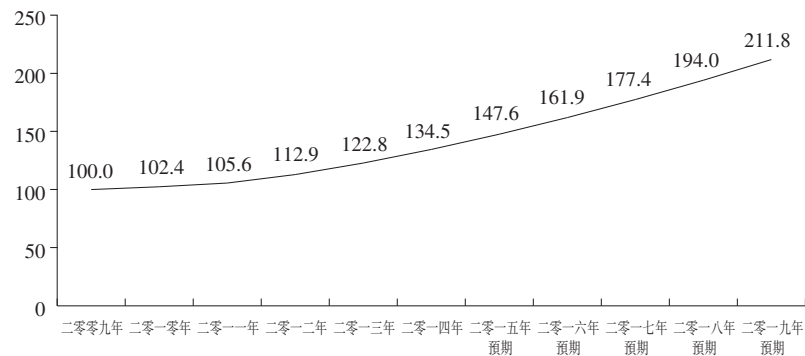
超前研發。與科技公司高度重視研發類似，室內設計公司亦投入大量資源招募更多人才，從而與現有客戶開展更密切合作，實現設計概念及提出新的店鋪佈局建議。這已成為獲委任企業從競爭中勝出的主要趨勢之一。

成本因素

據悉，全球奢侈品及高端時尚零售的室內設計市場工人的平均工資呈上升趨勢，主要原因為該行業勞工短缺，而需求不斷暴增。估計該趨勢將持續保持下去。但考慮到室內設計公司一直致力向其客戶提供更好的服務，因此勞工成本在其整體服務反映及將不會成為顯著限制因素。

下表載列自二零零九年至二零一九年的香港知名時尚及奢侈商品零售的室內設計市場工人的平均工資價格指數：

二零零九年至二零一九年(預期)的香港全球知名奢侈珠寶及
時尚商品零售的室內設計市場工人的平均工資價格指數



資料來源：香港特別行政區政府統計處、Frost & Sullivan

行業概覽

室內設計市場的競爭格局

概覽

香港高端消費品及高端時尚的室內設計市場擁有逾350間公司，其中大多規模較小。該行業公司之間競爭集中在業務關係及設計能力上。專注於奢華品及高端時尚品牌可提供所有設計解決方案的公司十分稀少，原因為該分部客戶通常對概念性形象及實現理念的能力的要求高得多。該領域公司通常擁有較為廣泛的項目經驗。境外項目經驗亦會令這些公司在與同行競爭中佔據優勢。在香港及全球以知名時尚及奢侈品市場為目標的公司的室內設計均高度分散。

二零一四年，香港前五大公司在全球高端消費品及高端時尚零售的室內設計服務的總比重不超過1.0%。下表載列於二零一四年香港領先公司在全球奢侈品及高端時尚品牌的室內設計市場份額(按收入計)：

公司名稱	二零一四年	
	市場份額	業務概述
本集團	0.31%	香港公司，主要業務是為全球奢侈品及商端時尚品牌提供一站式室內設計解決方案
公司A	0.28%	香港公司，主要業務是為零售、酒店及寫字樓提供室內設計服務
公司B	0.19%	香港公司，主要業務是為寫字樓、酒店、住宅及零售提供室內設計服務
公司C	0.12%	香港公司，主要業務是為商業及住宅幕牆建設工程提供設計服務
公司D	0.06%	香港公司，主要業務是為全球知名奢侈品牌提供室內設計服務

資料來源：Frost & Sullivan

行業概覽

二零一四年，在香港奢侈品及高端時尚零售的室內設計市場中，前五大公司合共佔19.4%。下表載列於二零一四年領先全球公司在香港奢侈品及高端時尚品牌零售的室內設計市場中所佔比重(按收入計)：

公司名稱	二零一四年	
	市場份額	業務概述
公司A	5.7%	香港公司，主要業務是為零售、酒店及寫字樓提供室內設計服務
本集團	4.2%	香港公司，主要業務是為全球知名奢侈品牌提供一站式室內設計解決方案
公司E	3.6%	新加坡公司，主要業務領域為零售、寫字樓、展覽會及博物館
公司B	3.3%	香港公司，主要業務是為寫字樓、酒店、住宅及零售提供室內設計服務
公司F	2.6%	新加坡公司，主要業務是為住宅及商業物業(包括零售)提供裝飾材料及設計服務

資料來源：Frost & Sullivan

進入壁壘

進入擁有奢侈品及高端時尚品牌設計解決方案的室內設計市場的壁壘高。設計能力、行業經驗、業務關係及聲譽構成市場新進入者的主要壁壘。

廣泛的設計能力。廣泛的研發能力能夠幫助設計公司實現概念性及複雜的設計理念，而這通常亦是高端客戶的要求。能夠提供木製品及傢俱、室內裝潢及幕牆裝飾的設計公司能夠在進行業務過程中更好提升設計及管理技能。因此，預期能夠不斷發展及改善業務意識，在為廣泛的客戶群提供服務，而這對於在該行業實現良好的設計工程是非常必需的。

服務的質量信譽好。考慮到奢侈品及高端時尚市場的狀況，其店鋪向客戶呈現微妙及理想的形象。他們的店鋪採用的裝修材料應當是有利於環境的。因此，其須確保服務質量，包括室內裝潢建設、幕牆裝飾、陳列、木製品、傢俱等。通常該等品牌擁有人擁有提名室內設計解決方案供應商，該等供應商獲授權列於其合資格供應商名單內及擁有證書確保服務質量。

行業概覽

豐富的行業經驗。設計理念通常是抽象及無法量化的。潛在客戶傾向於選擇在該行業從事過各類業務，擁有豐富實踐經驗的設計公司。綜合的行業經驗亦能促進設計及管理層面設計流，如在項目中高效地協調利用各方的能力。

業務關係及聲譽。與不同人士發展良好業務關係十分重要，包括客戶關係以及整個流程中涉及的其他人士。強有力的客戶關係可確保穩定的項目來源。零售物業業主傾向於推薦聲譽良好的室內設計公司。此外，大部分室內設計公司專注於特定領域，如設計、傢俱或幕牆裝飾，因此，彼等可能在大型項目中與競爭對手相互合作。因此，聲譽將是業內的關鍵。