

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制。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、[編纂]、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]的其他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。

在編寫及編制研究報告過程中，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假設在二零一六年至二零二零年的預測期間(i)社會、經濟及政治環境預期將維持穩定，並且(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。

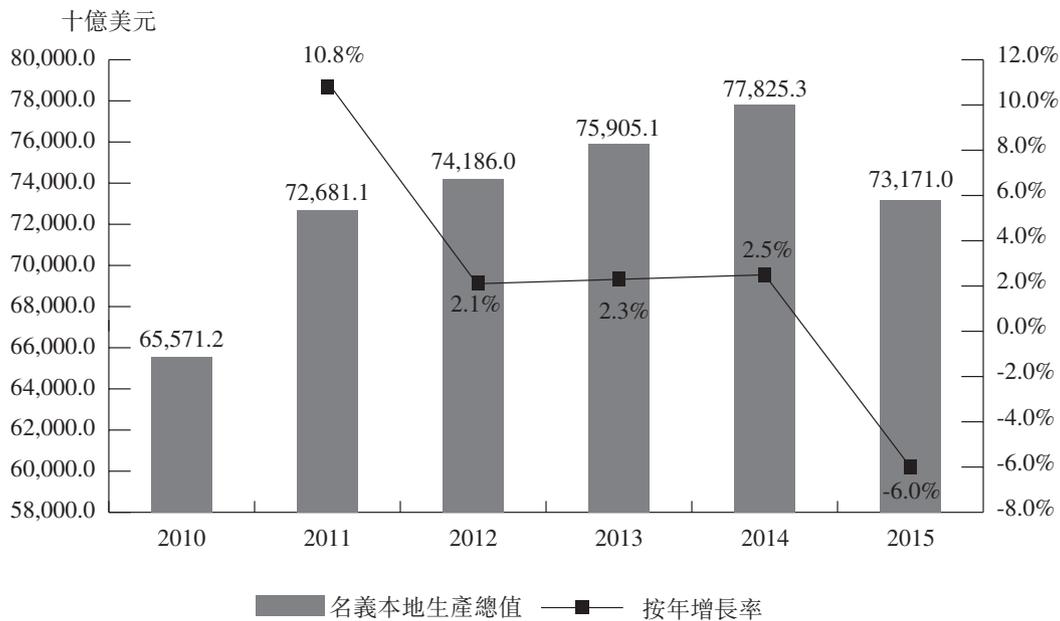
行業概覽

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，但由於美國經濟復甦及中國經濟持續增長推動，二零一零年至二零一五年全球名義本地生產總值錄得複合年增長率為2.2%，二零一五年達到731,710億美元。二零一五年，全球名義本地生產總值較二零一四年減少6.0%，主要由於已發展國家經濟增長放緩及地區政治動盪。在可預見期間內，未來增長預期仍由美國及中國經濟推動。

下表載列從二零一零年至二零一五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



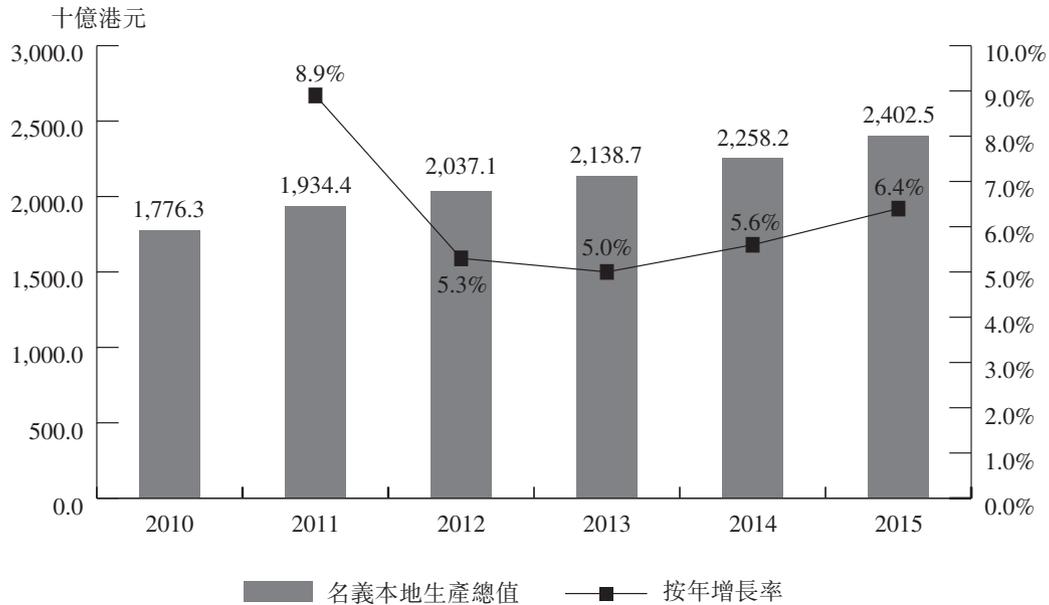
資料來源：國際貨幣基金組織

香港在過去幾年經濟增長穩定，名義本地生產總值從二零一零年的17,763億港元增長至二零一五年的24,025億港元，複合年增長率為6.2%。展望不久的未來，在龐大潛在本地需求及與中國內地的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

下表載列從二零一零年至二零一五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

零售是通過分銷渠道向客戶銷售消費品及服務的過程。在零售市場內，高端消費品及高端時尚代表一個高價值、知名及專屬客戶產品組別，包括珠寶、鐘錶、皮革製品、高端服裝及配飾，以全球知名高端消費品品牌進行零售，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

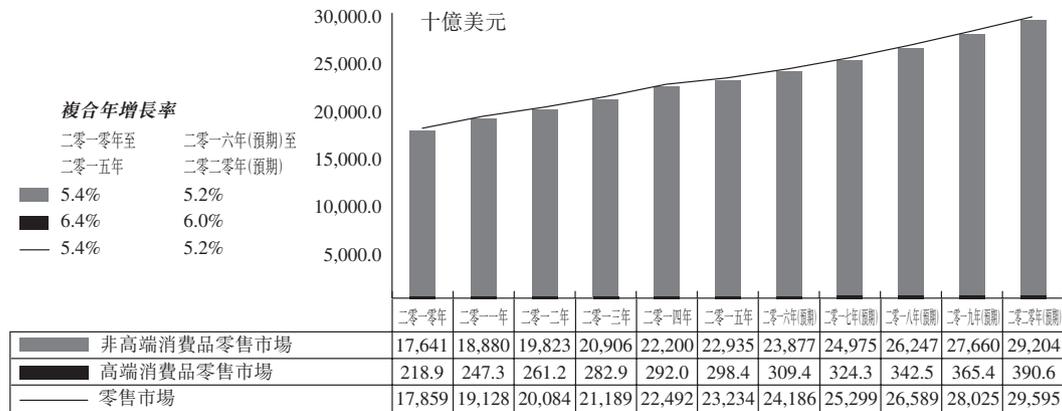
全球零售市場增長穩健，預期日後將保持逐步穩定增長。這主要是因為全球宏觀經濟穩定增長，發達國家繼續推動零售消費，而發展中國家亦增加其消費需求。二零一五年全球零售市場規模達到232,342億美元，二零一零年至二零一五年複合年增長率為5.4%，預期二零一六年至二零二零年將實現複合年增長率5.2%，相當於295,949億美元的市場規模。

二零一五年，高端消費品及高端時尚零售市場分部的全球零售銷售額達到2,984億美元，自二零一零年以來過去五年複合年增長率為6.4%，預期自二零一六年起將維持複合年增長率6.0%，到二零二零年將達到3,906億美元。

行業概覽

下表載列從二零一零年至二零二零年全球零售市場規模(按分部)：

二零一零年至二零二零年(預期)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%，但香港零售市場於二零一五年為全球零售市場貢獻約0.3%的份額。鑑於其在國際上的形象，香港於二零一五年吸引了59.3百萬境外遊客，這對其零售銷售的繁榮表現帶來貢獻。受惠於中國內地的持續經濟發展，來自中國內地的遊客對消費品的需求呈強勁趨勢，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二零一零年至二零一五年按複合年增長率增長15.1%，在二零一五年達到45.8百萬人次，佔香港遊客總人次的77.2%。此外，二零一五年零售市場銷售對香港本地生產總值貢獻約19.8%，而二零一零年為18.3%。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，總零售銷售額自二零一零年起呈逾10%的按年增長趨勢。二零一五年的市場規模已達4,752億港元，二零一零年至二零一五年複合年增長率達7.9%。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1.4百萬人次，導致零售市場規模(按收入計)較二零一四年負增長3.6%。然而，隨著香港政府已在旅遊業及零售業方面推出多項復甦措施，香港零售市場在不久的將來有望復甦。估計於二零二零年零售市場規模將達到5,442億港元，預期二零一六年至二零二零年複合年增長率為3.4%。

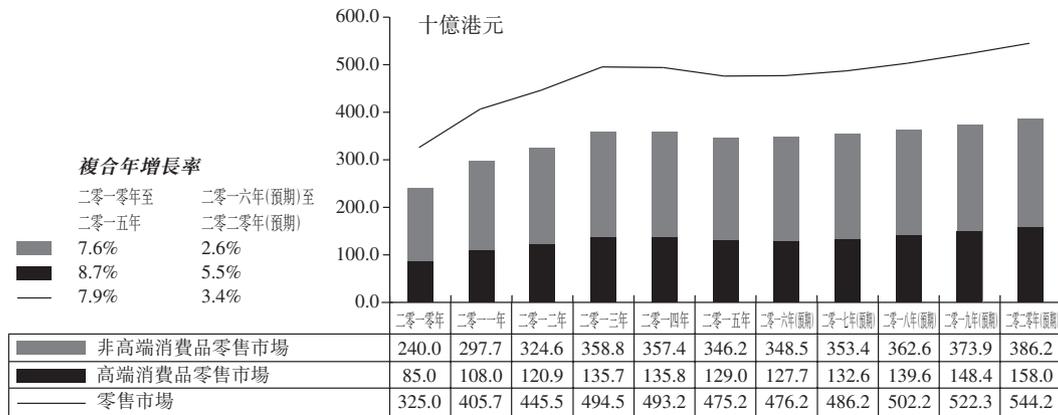
二零一五年香港高端消費品及高端時尚零售分部佔全球銷售收入的5.6%，遠高於總體零售銷售額比例。這表示香港的全球高端消費品及高端時尚商品零售銷售表現更

行業概覽

為人所知。香港二零一五年銷售收入達1,290億港元，二零一零年至二零一五年期間複合年增長率為8.7%。該分部香港零售市場產生的總收入的27.1%。展望未來，該分部預期將持續按相對於整體零售市場而言更高的增長率增長，預期到二零二零年將佔零售市場總收入的29.0%。

下表載列從二零一零年至二零二零年香港零售市場規模(按分部)：

二零一零年至二零二零年(預期)香港零售市場規模(按分部)

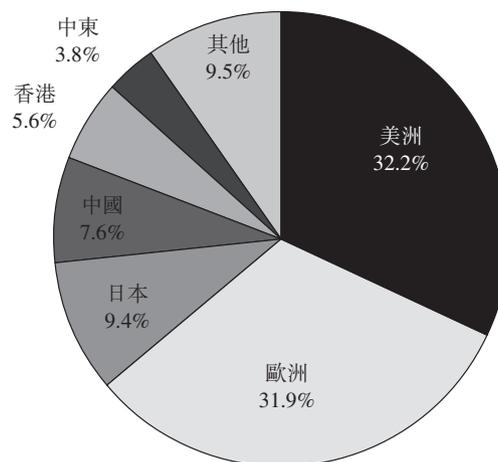


資料來源：香港特別行政區政府統計處、Frost & Sullivan

全球範圍內該分部引領市場份額的是美洲及歐洲，二零一五年份額合共為64.1%。其次為日本、中國、香港及中東。上述地區合共貢獻90.5%的市場份額(按收入計)。

下表載列於二零一五年全球高端消費品及高端時尚零售(按地區)：

二零一五年全球高端消費品及高端時尚全球份額(按地區)



資料來源：Frost & Sullivan

行業概覽

全球高端消費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、營建管理(如幕牆開發及製造以及裝潢建設)以及提供裝修材料(如金屬、玻璃及木製品及傢俱)。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)、工業及基建設施的區域。高端消費品零售室內設計指為高端消費品及高端時尚品牌的實體零售店提供的設計及裝修服務，例如格拉夫珠寶、卡地亞、勞力士、路易·威登、香奈兒、愛馬仕等。此分部的規模乃透過將室內設計公司的收入細分至僅向高端消費品及高端時尚品牌提供服務的部分進行界定。

零售行業的室內設計可分為以下兩個分部：

類別	特徵	實例
全球高端消費品及 高端時尚品牌 零售店鋪的 室內設計	突出創造高端、獨特及私享的整體購物體驗。店鋪通常擁有寬敞的展示及試穿／試戴空間	<ul style="list-style-type: none">高級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	突出空間的利用及吸引目標消費群。店鋪展示及試穿／試戴空間通常有限	<ul style="list-style-type: none">低價或主流服飾店

市場規模

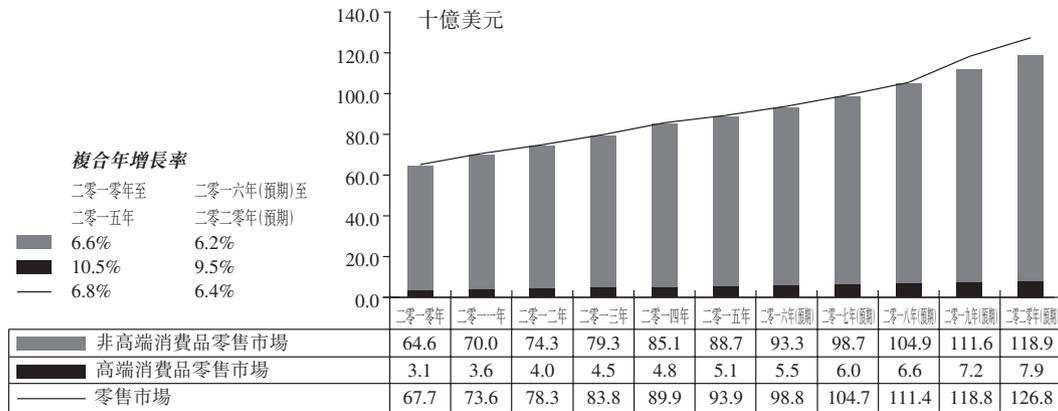
全球市場

全球零售市場穩定增長，服務該市場的室內設計以6.8%的複合年增長率，從二零一零年增長至二零一五年的939億美元。該市場預期將保持穩定增長，並於二零二零年達到1,268億美元。二零一五年，針對全球高端消費品及高端時尚品牌的室內設計分部的總收入達到51億美元，佔室內設計行業整體份額的5.4%。預期該分部的增長將持續至二零二零年。

行業概覽

下表載列從二零一零年至二零二零年全球零售市場室內設計市場規模(按分部)：

二零一零年至二零二零年(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

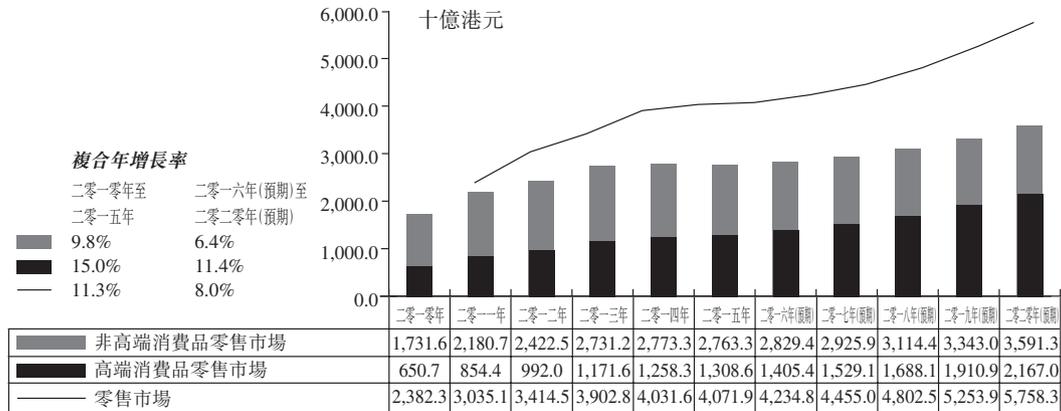
受惠於零售市場的顯著增長，二零一五年香港整體零售市場室內設計達到40.719億港元，自二零一零年至二零一五年期間複合年增長率為11.3%。受二零一四年及二零一五年零售市場放緩影響，香港零售市場室內設計預期同期會受到不利影響，但在二零一五年之後維持穩定增長。從二零一六年至二零二零年的未來複合年增長率預期達到8.0%。

針對全球高端消費品及高端時尚市場的室內設計分部在二零一五年佔室內設計行業的32.1%，市場規模達到13.086億港元，自二零一零年至二零一五年複合年增長率為15.0%。展望未來，該分部預期將跟隨零售市場相應分部的趨勢，在二零一五年短期恢復，隨後在二零一六年至二零二零年期間以11.4%的複合年增長率實現穩定的未來增長。

行業概覽

下表載列從二零一零年至二零二零年香港零售市場室內設計市場規模(按分部)：

二零一零年至二零二零年(預期)香港零售市場室內設計市場規模(按分部)

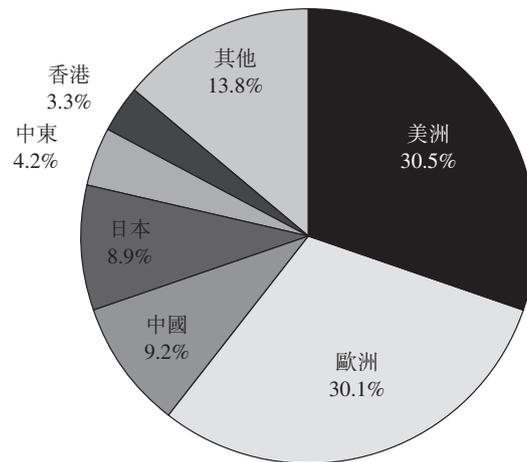


資料來源：Frost & Sullivan

二零一五年香港該分部佔全球銷售收入的3.3%。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。

下表載列二零一五年針對全球高端消費品及高端時尚品牌的室內設計分部(按地區)：

二零一五年針對全球高端消費品及高端時尚市場的室內設計分部(按地區)



資料來源：Frost & Sullivan

行業概覽

增長推動因素及市場趨勢

香港高端消費品及高端時尚市場室內設計分部的增長推動因素如下：

經濟復甦及購買力增長。鑑於香港出口導向型經濟、國際形象及免稅優勢，包括商人及遊客在內的訪港人士仍被認為是知名時尚高端消費品的消費主力。儘管在二零一四年及二零一五年經濟放緩的背景下，全球經濟預期將在各種措施的刺激下呈復甦趨勢。中國內地的經濟發展將推動這一市場發展，不僅是香港，亦包括對高端消費品及高端時尚品牌有高需求的出境遊境外市場。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愉悅的購物環境及服務中實現。為創造上等的購物體驗，全球高端消費品及高端時尚品牌十分重視其店鋪的室內設計質量，從而推動了市場對優質室內設計服務的需求。

高端消費品品牌的國際佈局。高端消費品品牌在全球範圍內開設店鋪，選址一般都位於能吸引大量客戶及經濟下滑風險較低或缺乏消費刺激措施的地區。目前，由於中國內地消費需求減少，香港正在經歷零售銷售不景氣時期。對此，高端消費品品牌將會將其店鋪遷至香港其他較有優勢的地區。儘管市場情緒低迷，但室內設計公司會新設店鋪以及將現有店鋪搬遷及重新翻修。因此，室內設計公司通常不會受到整體經濟下滑的影響。

高端消費品品牌的新業務策略。高端消費品品牌正在轉變他們的業務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，其後其他一些高端消費品品牌開始效仿。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店鋪翻新的業務機會。

潛在的加速增長。考慮到全球高端消費品品牌極其重視香港市場，專注於該分部的室內設計公司加速增長的潛力。為了使品牌的季度形象煥然一新，高端消費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，由於每兩年至三年品牌概念會變更，故該等店鋪會進行定期更新，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金屬、玻璃及木製品及傢俱供應、室內裝潢建設、幕牆裝飾及翻修綜合服務。這些公司正逐漸發展為一站式設計解決方案供應商。

業務多樣化。由於此分部內的競爭激烈，一些針對高端消費品及高端時尚品牌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)。

更加重視研發。室內設計公司投入大量資源進行研發并招募更多人才，從而與其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。

高端消費品及高端時尚境外市場室內設計分部的增長動力如下：

市場重心轉向發達國家。未來高端消費品零售行業的主要發展動力正逐漸從發展中國家轉向發達國家市場。受益於良好的金融市場、不斷增加的人口及技術發展，發達國家，尤其是美國及加拿大，預計個人財富將大幅增加，進而提升消費者購買高檔產品的購買力，吸引高檔零售店鋪重返發達國家。因此，發達國家對高端消費品及高端時尚品牌的室內設計服務需求將會增多。

機場高端零售店鋪數量增多。全球位於機場的高檔零售店鋪產生的業務不斷增多。因此，預計未來機場高端零售店鋪的數量將增多。這進而為專注高端消費品及高端時尚品牌的室內設計服務供應商創造新的機遇。

英國高端消費品需求增長。英國近期脫歐導致英鎊匯率大幅下跌。預計境外高端消費品消費者可能會選擇在英國購買商品。此外，英國高端消費品品牌(如博柏利)預期近期銷售將大幅增長，這亦反映在該公司股價近期增長上。因此，我們預計對新的英國高端消費品品牌零售店鋪需求將增多。

當代高端消費品品牌需求增長。千禧一代(當前年齡為十八至三十六歲)對高端消費品的需求增多，尤其是關注能夠標榜個人風格及個性的物品。因此，為迎合千禧一代對高端消費品的新偏好，出現更多當代高端消費品品牌，這進而將為成立這些品牌的新零售店鋪創造更多機遇。

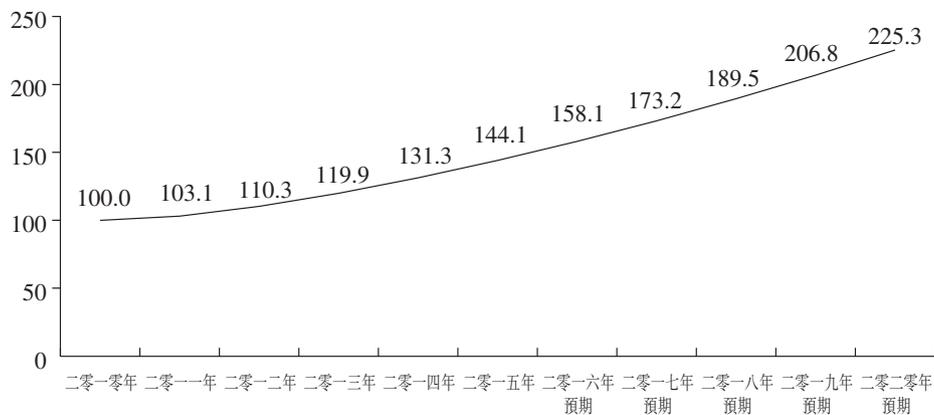
行業概覽

成本因素

據悉，針對高端消費品及高端時尚品牌的室內設計分部工人的平均工資呈上升趨勢，主要因為該分部勞工短缺，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費用反映及將不會構成主要限制因素。

下表載列自二零一零年至二零二零年的香港知名時尚及高端消費品零售的室內設計市場工人的平均工資價格指數：

二零一零年至二零二零年(預期)的香港針對全球高端消費品及高端時尚品牌的室內設計分部工人的平均工資



資料來源：香港特別行政區政府統計處、Frost & Sullivan

室內設計市場的競爭格局

全球市場

市場概覽

針對高端消費品及高端時尚品牌的全球室內設計行業高度分散，在全球範圍內於此行業中競爭的公司約逾30,000間。為維持良好的品牌形象，高端消費品及高端時尚品牌商通常委聘享有盛譽的室內設計師來為其零售店鋪提供設計概念。此外，這些品牌偏好在其店面裝飾中應用創新型材料及設計概念，以營造獨一無二的購物氛圍。因此，競爭比拼的是設計師的聲譽、設計能力以及與品牌擁有人維持長期業務合作關係或與其總部直接溝通。領先的公司通常擅於憑藉這些因素，來向不同地區的品牌零售店鋪提供全球範圍內的設計解決方案及服務。

北美及西歐市場發展成熟，市場集中度相對較高，而本行業的室內設計公司一般發展成熟且成立已久。近年來，中東市場表現強勁，當地的室內設計公司不斷湧現。

行業概覽

非洲的高端消費品及高端時尚品牌零售的室內設計市場亦蓬勃發展，被認為是未來最具前景的市場之一。未來十年，預期非洲市場競爭激烈。亞太市場的格局更為複雜，香港、日本及新加坡等部分發達地區的市場高度成熟，而中國內地及印度等部分地區仍持續增長。然而，亞太地區的集中度仍遠遠不及北美及西歐。

市場中的主要公司

以下公司為針對高端消費品及高端時尚品牌的全球室內設計市場的主要公司：

公司名稱	總部位置	市場涵蓋地區
Peter Marino Architect	美國	北美、歐洲、亞洲
Baciocchi Associati	意大利	北美、歐洲、中東、亞洲
RDAI Architecture	法國	北美、歐洲、亞洲
Permasteelisa Group	意大利	北美、歐洲、亞洲
Molteni & Co.	意大利	北美、歐洲、亞洲
Bussola & Ralph	意大利	北美、歐洲、亞洲
Decca Holdings Limited	香港	北美、歐洲、中東、亞洲
Kingsmen Design Pte Ltd	新加坡	北美、歐洲、中東、亞洲
Legend Interiors Limited	香港	北美、歐洲、亞洲
CROSSTEC Group Holdings Limited	香港	北美、歐洲、亞洲
Redwood Interior Pte Ltd	新加坡	北美、歐洲、亞洲
In Situ & Partners Ltd	香港	歐洲、中東、亞洲

資料來源：Frost & Sullivan

行業概覽

歐洲市場

市場概覽

針對高端消費品及高端時尚品牌的歐洲室內設計市場較全球整體市場相對更集中。路威酩軒集團、歷峰集團及開雲集團等全球領先的高端消費品及高端時尚品牌巨頭的起源地及總部均位於歐洲。其零售店鋪，尤其是其位於歐洲的旗艦店鋪對於其品牌形象而言至關重要。因此，彼等更願意花重金委聘享有盛譽的設計師來負責其零售店鋪的室內設計項目，這為其他名氣不足的室內設計公司設置了一道相當高的門檻。

市場中的主要公司

以下公司為針對高端消費品及高端時尚品牌的歐洲室內設計市場的主要公司：

公司名稱	總部位置	市場涵蓋地區
BacIOCchi Associati	意大利	北美、歐洲、中東、亞洲
RDAI Architecture	法國	北美、歐洲、亞洲
Permasteelisa Group	意大利	北美、歐洲、亞洲
Molteni & Co.	意大利	北美、歐洲、亞洲
Bussola & Ralph	意大利	北美、歐洲、亞洲

資料來源：Frost & Sullivan

英國市場

市場概覽

針對高端消費品及高端時尚品牌的英國室內設計市場發展成熟，過往英國市場的競爭較為適中。然而，自英國脫歐起，英鎊暴跌。因此，大量境外的高端消費品消費者預期將前往英國購買高端消費品。新零售店鋪及翻新項目的需求將不斷增加，而英國市場的競爭將在不久的將來日趨激烈。

行業概覽

市場中的主要公司

以下公司為針對高端消費品及高端時尚品牌的英國室內設計市場的主要公司：

公司名稱	總部位置	市場涵蓋地區
David Chipperfield Architects	英國	北美、歐洲
Shopworks	英國	北美、歐洲、亞洲
Brinkworth	英國	北美、歐洲

資料來源：Frost & Sullivan

美國市場

市場概覽

由於美國經濟發展成熟及消費者購買力強勁，其市場亦發展成熟。這導致其市場在全球市場中相對更集中(僅次於歐洲)。近年來，美國市場的高端室內設計發展趨勢愈來愈專注於科技。紀梵希及愛馬仕等眾多高端消費品品牌商已結合數碼及高科技元素將其零售店鋪升級。

市場中的主要公司

以下公司為針對高端消費品及高端時尚品牌的美國室內設計市場的主要公司：

公司名稱	總部位置	市場涵蓋地區
Peter Marino Architect	美國	北美、歐洲、亞洲
Spacesmith	美國	美洲、歐洲、亞洲
Micheal Neumann Architecture	美國	美洲、歐洲

資料來源：Frost & Sullivan

行業概覽

香港市場

概覽

針對香港及全球高端消費品及高端時尚市場的室內設計分部高度分散。香港擁有專門針對此分部的室內設計公司逾350間，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。針對高端消費品及高端時尚品牌可提供整體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更高。從事該領域的公司通常擁有較為豐富的項目經驗。境外項目經驗亦會令這些公司在與同行競爭中佔據優勢。

二零一五年，前五大在針對全球高端消費品及高端時尚品牌的室內設計分部的香港室內設計公司佔全球的總比重不超過1.0%，如下表所示：

公司	二零一五年 市場份額 ⁽¹⁾ 業務概述
易緯集團控股有限公司	0.29% 香港公司，主要業務是為全球高端消費品及高端時尚品牌提供室內設計解決方案
達藝控股有限公司	0.18% 香港公司，主要業務是為零售店、酒店及寫字樓提供室內設計服務
理程室內工程有限公司	0.10% 香港公司，主要業務是為寫字樓、酒店、住宅及零售店提供室內設計服務
In Situ & Partners Ltd	0.07% 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
怡築設計有限公司	0.05% 香港公司，主要業務是為全球知名高端消費品品牌提供室內設計服務

附註：

1. 香港各公司於全球的市場份額乃基於該香港公司的高端消費品零售室內設計於全球各地的收入除以全球高端消費品零售市場室內設計的總收入，再乘以100%計算。

資料來源：Frost & Sullivan

行業概覽

二零一五年，在香港針對高端消費品及高端時尚的室內設計分部中，前五大香港及非香港室內設計公司合共佔16.3%市場份額，如下表所示：

公司	二零一五年	
	市場份額 ⁽¹⁾	業務概述
Decca Holdings Limited	5.3%	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
Kingsmen Design Pte Ltd	3.3%	新加坡公司，主要業務領域為零售、寫字樓、展覽會及博物館
理程室內工程有限公司	3.1%	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
易緯集團控股有限公司	2.3%	香港公司，主要業務是為全球知名高端消費品品牌提供室內設計解決方案
Redwood Interior Pte Ltd	2.2%	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

附註：

1. 各公司於香港的市場份額乃由該公司的高端消費品零售室內設計服務於香港的收入除以香港高端消費品零售室內設計市場的總收入，再乘以100%計算。

資料來源：Frost & Sullivan

全球及香港整體室內設計市場高度分散，存在大量室內設計公司。其中大部分為中小規模的室內設計公司，可針對住宅樓宇、辦公樓宇、一般零售店鋪、工業及基礎設施提供有限範圍的設計或建設服務。於二零一五年，香港及香港境外的室內設計公司於全球室內設計市場所佔之市場份額分別為約0.2%及99.8%。於二零一五年，本集團於全球及香港的整體室內設計行業所佔的市場份額分別約為0.003%及0.22%。

行業概覽

進入壁壘

進入具備為高端消費品零售市場提供整體設計解決方案的室內設計市場的壁壘高企。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。此外，具備管理跨地區項目的能力亦為重要因素。

一般而言，進入歐洲、英國、美國及香港高端室內設計市場的壁壘包括：

廣泛的設計及研發能力。廣泛的設計及研發能力能夠幫助室內設計公司實現概念性及複雜的設計概念並以創新的方式充分利用材料，而這通常亦是高端客戶的要求。能夠提供金屬、玻璃及木製品及傢俱供應、室內裝潢及幕牆裝飾等綜合服務的室內設計公司能夠在進行業務過程中更好進行控制及協調，這對完成出色的設計及確保項目及時完成而言至關重要。就美國市場而言，除金屬、玻璃及木製品以及傢俱、室內裝潢及幕牆裝飾等服務外，數碼技術得到越來越廣泛的應用。

優質的服務及產品。高端消費品品牌重視其店鋪整體設計的質量。彼等同時高度重視能夠提升能源使用效率及使用環保型建築材料的室內設計。因此，該等高端消費品品牌挑選其室內設計師及其幕牆及傢俱供應商的過程相當嚴格，以確保能提供高質量服務，並且僅有那些能滿足他們要求的設計師及供應商會獲委聘。

豐富的行業經驗。潛在客戶(尤其是高端消費品品牌)傾向於選擇業內擁有豐富的產品組合及經驗的室內設計公司。廣泛的行業經驗亦能確保各方之間可進行充分及有效的項目管理及協調。

業務關係及聲譽。緊密的客戶關係是確保穩定項目來源的關鍵所在。例如，獲得與品牌擁有人的長期合作關係或直接與其公司總部溝通可大幅提升市場競爭力。除客戶關係外，與參與整個服務過程的其他各方發展良好的業務關係至關重要。零售物業的業主亦傾向於推薦聲譽良好的室內設計公司。此外，大多數的室內設計公司專長特定的領域，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，在業內擁有良好聲譽至關重要。

項目管理能力。為了能在全球市場中競得一席之地，室內設計公司必須考慮多種因素，如材料物流、人力資源及文化差異。因此，唯有具備強勁的項目管理能力的公司方能處理不同地區的項目及其在全球各地的業務拓展。

跨地區覆蓋能力。鑑於大多數高端消費品及高端時尚品牌業務遍布全球，服務此等高端客戶的室內設計公司一般跟隨其客戶的全球足跡開展項目。有效的溝通及豐富的行業知識乃構建其跨地區覆蓋能力的關鍵因素。