

行業概覽

除另有所指外，本節及本文件其他各節所呈列有關中國汽車內飾產品行業的若干資料(包括若干事實、統計數字及數據)乃摘自我們所委託的獨立行業顧問弗若斯特沙利文編製之市場研究報告(「弗若斯特沙利文報告」)及各種政府刊物及其他公開刊物。自弗若斯特沙利文報告摘錄之資料不應被視為投資於[編纂]的依據，亦不應被視為弗若斯特沙利文關於任何證券價值或是否投資於本公司的意見。我們相信該等來源對有關資料而言屬適當，且我們摘錄及轉載有關資料時已合理審慎行事。我們並無理由相信有關資料在任何重大方面失實或存在誤導成分，或當中遺漏任何事實致使其在任何重大方面失實或存在誤導成分。我們董事確認，經作出合理查詢及施以合理審慎考慮後，自弗若斯特沙利文報告日期起，市場資料並無重大不利變動，或會改變、反駁、誤導或以其他方式於重大方面對本節資料之質素產生不利影響。我們、獨家保薦人或我們或彼等各自之任何董事、高級職員或代表或參與[編纂]的任何其他人士(弗若斯特沙利文除外)並無對該等資料及統計數字進行獨立核實，亦未對其準確性或完整性發表任何聲明。除另有指明者外，本節的所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。

資料來源

我們已委託獨立市場研究及諮詢公司弗若斯特沙利文對2013年至2022年期間的中國汽車內飾產品市場進行分析，並就此作出報告。弗若斯特沙利文報告主要關注中國市場，即我們業務所在的主要司法權區。我們已同意就編製弗若斯特沙利文報告支付合共人民幣500,000元之費用，我們認為此費用反映了此類報告的市場費率。弗若斯特沙利文創辦於1961年，於全球有40間辦事處，擁有超過2,000名行業顧問、市場研究分析師、技術分析師及經濟師，提供行業研究等服務。自20世紀90年代起，弗若斯特沙利文透過於中國的辦事處覆蓋中國市場，於中國所涵蓋行業包括農業、化工、材料及食品等。

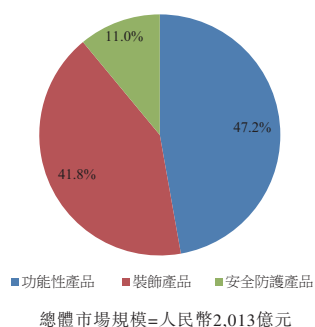
我們已將弗若斯特沙利文報告中的部分資料納入本文件，原因是我們相信有關資料有助於有意投資者了解我們目前業務營運所在地區或我們日後業務擴張目標地區(特別是陝西省及中國西北)的汽車內飾產品市場。編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文採用以下假設：(1)於預測期間全球社會、經濟及政治環境可能保持穩定；及(2)於預測期間相關行業主要驅動力可能推動市場發展。弗若斯特沙利文所進行的獨立研究包括依據多個來源對陝西省及中國西北汽車內飾產品市場開展的一手及二手研究。我們基於過往數據分析獲得的預測數據乃依據宏觀經濟數據，並已參考特定行業相關因素。我們認為有關資料來源恰當，且已合理審慎地摘錄及轉載有關資料。我們並無理由認為該等資料在任何重大方面有誤或含誤導成分或遺漏任何事實致使該等資料在任何重大方面有誤或含誤導成分。

行業概覽

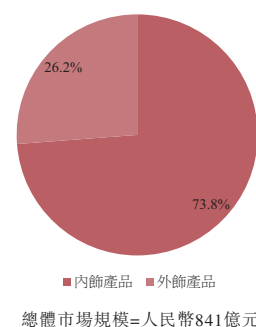
中國汽車飾件產品市場概覽

汽車裝飾是增添各種配件以裝備車輛在外部及內部方面的美感、功能及安全性的過程，通常反映在裝飾、功能性及安全防護方面。汽車裝飾系統指設計並安裝於汽車以實現整體裝飾、功能及安全防護性能的一系列產品。汽車裝飾系統市場包括：(1)裝飾產品，指安裝在車輛內部或外部的組件，主要用於表面裝飾，對車輛的駕駛性能並無影響，可進一步分為汽車內飾產品（包括儀錶板、頂篷、地板墊、高架箱、隔熱墊等）及汽車外飾產品（包括保險杠、進氣格柵、擾流板、後視鏡、門把手、板、輪罩、擋泥板等）。(2)功能性產品，指主要為了車輛特定的功能而設計及應用的組件，與車輛駕駛的完整性有關，包括座椅系統、照明系統等；及(3)安全防護產品，指特別為安全保護而設計及應用的組件，如氣囊系統及安全帶，此在完全駕駛情況下是必不可少的。

2017年按產品類別劃分的中國汽車裝飾系統市場（按銷售額計）



2017年中國汽車裝飾產品市場（銷售額明細）



資料來源：弗若斯特沙利文

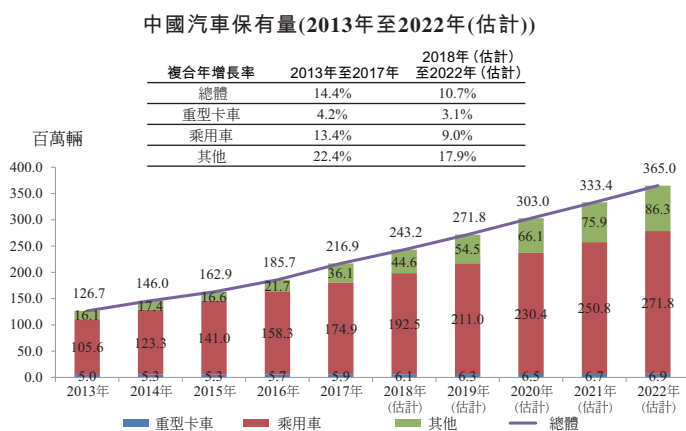
2017年，中國汽車裝飾系統市場實現銷售額人民幣2,013億元，而飾件產品、功能性產品及安全防護產品分部於2017年分別佔據41.8%、47.2%及11.0%的市場份額。2017年，中國汽車飾件產品市場規模達人民幣841億元。中國汽車內飾產品市場於2017年的市場規模為人民幣62,039.7百萬元，而中國汽車外飾產品市場於2017年的市場規模為人民幣22,078.0百萬元。

中國汽車內飾產品市場概覽

汽車內飾產品主要由內飾產品製造商透過直銷及分銷的方式分銷予從事汽車零件製造及銷售的客戶、汽車維修店及汽車製造商以及透過直銷及分銷的方式分銷予汽車製造商門店。於2017年，在各類下遊客戶中，汽車製造商為重型卡車及乘用車市場的最大下遊客戶群，分別佔所有客戶的80.0%及75.0%。第二大客戶群為汽車維修店，各佔所有客戶的15.0%及15.0%；而從事汽車零件製造及銷售的客戶則分別佔所有客戶的5.0%及10.0%。一般而言，汽車裝飾產品製造商的所在地鄰近汽車製造商。

行業概覽

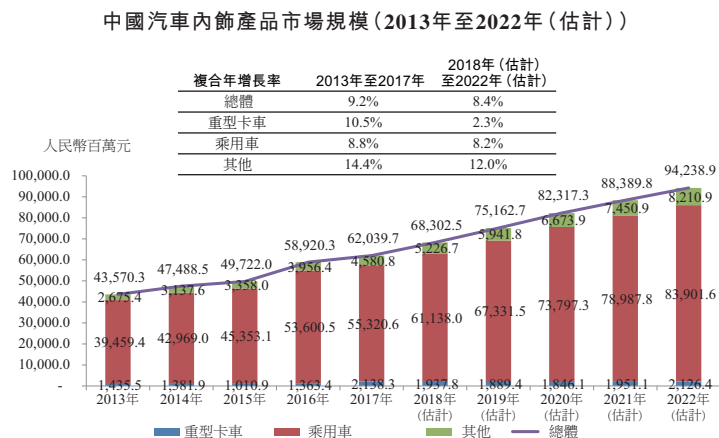
下表載列2013年至2022年期間的中國汽車保有量、乘用車保有量及重型卡車保有量（以汽車輛數計）：



資料來源：弗若斯特沙利文

中國汽車內飾產品市場規模

汽車內飾產品市場的總值由2013年的人民幣43,570.3百萬元增至2017年的人民幣62,039.7百萬元，複合年增長率為9.2%。由於中國客戶的收入水平提高及購買能力增強，預期汽車內飾產品市場的總值會進一步增加。估計市場規模將於2022年達至人民幣94,238.9百萬元，2018年至2022年期間的複合年增長率為8.4%。下圖載列2013年至2022年中國汽車內飾產品市場的總產值：



資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

1. 其他包括運載9名或以上乘客的車輛、輕型卡車（6噸以下）、中型卡車（6至14噸）等。
2. 內飾產品包括地板墊、儀錶板、頂篷、高架箱、隔熱墊等。

就市場規模而言，乘用車內飾產品市場構成中國汽車內飾產品市場的大部分。乘用車內飾產品市場的規模由2013年的人民幣39,459.4百萬元增加至2017年的人民幣55,320.6百萬元。乘用車內飾產品市場預計將隨著中國汽車行業的發展及人們生活水平的提高而發

行業概覽

展。市場規模預計於2022年達到人民幣83,901.6百萬元，2018年至2022年的複合年增長率為8.2%。

重型卡車內飾產品市場的規模由2013年的人民幣1,435.5百萬元增加至2017年的人民幣2,138.3百萬元。由於中國政府對卡車的大小和載重及車輛尾氣排放實施更為嚴格的監管、煤炭行業的需求增長及高速公路的發展使得交貨時間縮短，重型卡車市場的規模預期會擴大。此外，隨著製造技術改進，重型卡車飾件產品進行產品升級估計將繼續帶動市場增長。於2017年，該市場較2016年實現56.8%的強勁年度增長率，主要受到2017年重型卡車銷售激增的推動。由於2017年的顯著增長，市場於2018年將稍微放緩，在某種程度上有損於2018年的持續增長。顯示增長的回升需要一些時間。市場預計於2022年前達到人民幣2,126.4百萬元，2018年至2022年的複合年增長率為2.3%。

中國重型卡車及乘用車內飾產品市場增長的市場驅動因素

- (i) *乘用車日益普及以及重型卡車的廣泛應用*：中國汽車保有量於過往五年快速增長。乘用車保有量由2013年的105.6百萬輛增加至2017年的174.9百萬輛，複合年增長率為13.4%。隨著消費增長及生活水平提高，未來五年內，中國的乘用車保有量預計會持續維持增長。預計自2018年至2022年中國的乘用車保有量將繼續按複合年增長

行業概覽

率9.0%增長，並於2022年達到271.8百萬輛。除加強基礎設施建設及進出口活動外，受「一帶一路」及「長江經濟區」政策所帶動，預計重型卡車保有量於2022年達到6.9百萬輛，2018年至2022年的複合年增長率為3.1%。

- (ii) *物流行業及煤炭行業需求的增加*：電商市場增長及消費者購買力提高推動物流行業的發展，同時，長時間使用重型卡車導致其使用壽命縮短，從而導致對重型卡車的需求增加及向全國各地運輸煤炭的需求增加。隨著煤炭價格的持續上漲，運輸所需的重型卡車需求預期錄得穩定增長。
- (iii) *更高的舒適度要求*：人民生活水平的提高推動了對更加舒適的重型卡車駕駛室的需求，從而拉動內飾產品需求。
- (iv) *監管控制及政策支持*：中國政府旨在更加嚴格地控制非法超限及超載重型卡車運輸以及對重型卡車實行更為嚴格的排放控制的法規及政策推動新重型卡車的需求，繼而刺激重型卡車內飾產品市場。

美國關稅對貿易的潛在影響

繼特朗普總統於2018年3月宣佈美國將對從中國進口的價值約500億美元的產品加徵25%的關稅後，美國貿易代表辦公室（「USTR」）啟動對1974年《貿易法》第301條項下的評估（由USTR實施），並公佈兩份須徵繳25%關稅的中國進口產品清單（分別自2018年7月及8月起生效），合併年交易價值約為500億美元。此外，USTR發公佈了第三份總值約2,000億美元的中國進口產品清單，該份名單上的產品自2018年9月24日起將被課徵額外10%的關稅。自2019年1月1日起加徵關稅稅率將上調至25%。

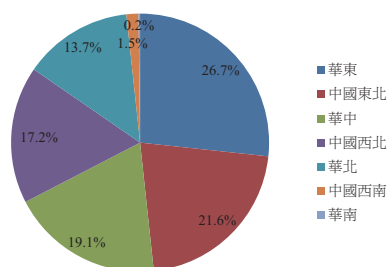
根據所施行的美國關稅，美國從中國進口的所有車輛從美國東部夏令時間7月6日起須徵收強制性關稅25%，而先前從中國進口乘用車到美國稅率僅為2.5%，從中國進口卡車到美國稅率為25%。因此，面對所有車輛被徵收25%的關稅，中國汽車製造商對美國市場的出口銷售在該政策實施後可能會受到阻礙。鑒於中國對美國的出口量有限（2017年約為53,000件），預計近期美國的貿易保護政策整體上不會妨礙向在中國國內製造汽車的客戶銷售汽車零部件（包括內飾產品）的公司。

行業概覽

中國西北汽車內飾產品市場展望

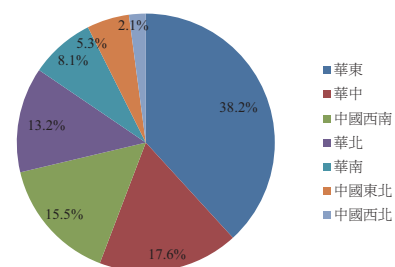
一般而言，汽車飾件產品製造商的所在地鄰近汽車製造商。中國對重型卡車及乘用車內飾產品的需求因地區而異。下圖載列中國按地區劃分的重型卡車及乘用車內飾產品市場的市場規模：

2017年中國重型卡車內飾產品市場



總體市場規模=人民幣2,138.3百萬元

2017年中國乘用車內飾產品市場



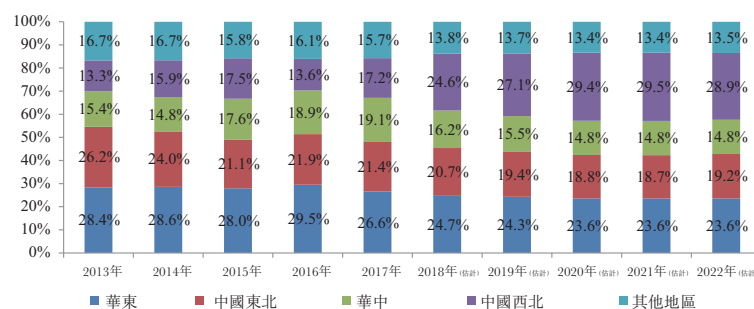
總體市場規模=人民幣55,320.6百萬元

資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

華東為最大的重型卡車內飾產品市場，佔2017年中國市場總額的26.6%。中國東北、華中、中國西北及華北地區亦為佔有可觀市場份額的重要市場，於2017年分別佔中國市場總額的21.4%、19.1%、17.2%及13.7%。儘管中國西北內飾產品市場規模小於華東、華北及華中，但中國西北內飾產品市場估計較該等地區增長更快，原因是人們生活水平快速提高及西部大開發不斷推進。西部大開發政策針對中國西部地區實施，內容包括發展基礎設施（例如運輸、能源及電信）、吸引外資、加強生態保護（如重新造林）、推崇教育及挽留人才。此外，陝西省黨委及中國政府正專注發展汽車產業，並將其作為新支柱產業推進。中國西北重型卡車內飾產品於中國的比例自2013年的13.3%增至2017年的17.2%，為中國第四大重型卡車內飾產品市場。受益於若干政策及項目的實施，包括《陝西省汽車產業發展規劃》、《貫徹落實國務院節能與新能源汽車產業發展規劃》及「百萬輛汽車工程」等，預期到2019年中國西北將成為中國最大的重型卡車內飾產品市場。下圖載列2013年至2022年期間中國按四個地區劃分的產值比例：

中國重型卡車內飾產品市場（2013年至2022年（估計））



資料來源：弗若斯特沙利文

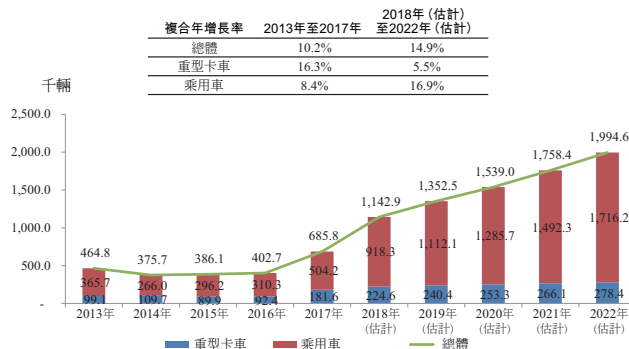
受人們生活水平的提高及西部大開發運動所帶動，中國西北有更多人需要將汽車由低端升級至高端，因此中國西北市場預計進一步擴張。中國西北乘用車內飾產品的比例自2013年的1.6%增長至2017年的2.1%，2013年至2017年期間的複合年增長率為7.0%。自2018年至2022年的未來5年內，該數據預期將保持在約3.4%。

汽車飾件市場受汽車產量的影響。自2013年至2017年，中國西北乘用車產量按複合年增長率8.4%增長，於2017年達到504.2千輛，而中國西北重型卡車產量按複合年增長率16.3%增長，於2017年達到181.6千輛。在重型卡車的產量方面，由於2017年的急速增長，整體中國市場於2018年將稍微放緩，在某種程度上有損於2018年的持續增長。此導致整體的中國重型卡車產量於2018年略有減少。然而，由於上述經濟因素及政府政策，中國西北的市場表現並無因此受到損害，中國西北的重型卡車需求預期將有所增長。中國政府一直在推動中國西北的經濟發展。汽車製造（尤其是重型卡車製造）被視為中國西北的支柱

行業概覽

產業，亦為中國西北經濟增長的關鍵推動因素之一。於2018年至2022年期間內，預計乘用車產量將按複合年增長率16.9%保持增長，而同期重型卡車的產量將按複合年增長率5.5%保持增長。預計於未來五年，中國西北將增建五家以上整車廠。下圖載列有關中國西北地區乘用車及重型卡車產量的情況：

中國西北乘用車及重型卡車產量(2013年至2022年(估計))



資料來源：弗若斯特沙利文

中國及中國西北重型卡車市場前景

於2017年，中國重型卡車生產實現快速增長，超過1.1百萬輛，較2016年增長逾50.0%。這主要歸因於物流行業的需求增長，電商市場增長強勁，使得重型卡車運輸需求不斷上升。此外，於2017年，對重型卡車尾氣排放實施更為嚴格的監控及超限和超載規定，驅動重型卡車市場發展。就近期前景而言，由於經歷了2017年的快速增長，2018年市場發展會稍微放緩，將在一定程度上抑制未來數年的持續增長，但2021年會再度上揚，因為產量預期會重新超過1.0百萬輛。城市化進程加速、基礎設施建設及更新需求將成為支持增長的顯著因素。

於2017年，中國西北重型卡車生產增長近乎100.0%，接近0.2百萬輛。與中國整體市場不同，預計中國西北的市場表現不會受2017年快速增長的影響，此得益於在該地區實施的若干舉措：(i)在該地區實施的西部大開發將刺激運輸、能源、電信等基建發展；(ii)陝西省黨委及中國政府正專注於發展汽車行業，並將其打造成新的支柱產業。於2018年8月，陝西省政府進一步發佈促進汽車產業發展的指導，澄清已籌集產業專項資金人民幣40億元促進汽車產業發展，目標年產量將於2021年達到3.0百萬輛。獲益於此，陝西汽車控股集團有限公司及陝西重型汽車有限公司作為當地的主要重型卡車製造商，將發揮政策優勢，進一步壯大業務，促進中國西北重型卡車在可見將來實現高速發展。

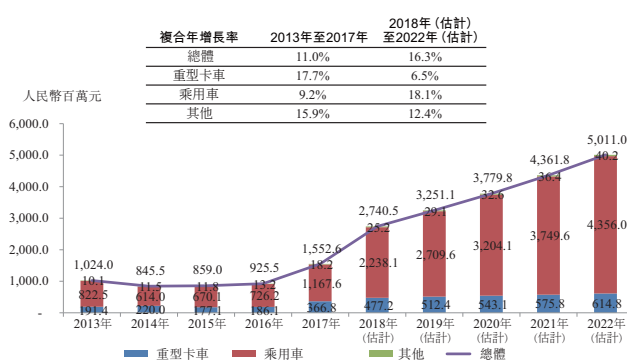
中國西北的汽車內飾產品市場總值自2013年的人民幣1,024.0百萬元增加至2017年的人民幣1,552.6百萬元，複合年增長率為11.0%。估計市場規模將於2022年達到人民幣5,011.0百萬元，自2018年至2022年期間的複合年增長率為16.3%。中國西北的重型卡車內飾產品市場自2013年的人民幣191.4百萬元增加至2017年的人民幣366.8百萬元，複合年增長率

行業概覽

為17.7%。由於前述推動因素，市場預期將於2022年達到人民幣614.8百萬元，2018年至2022年的複合年增長率為6.5%。乘用車內飾產品市場自2013年的人民幣822.5百萬元增加至2017年的人民幣1,167.6百萬元，複合年增長率為9.2%。隨著中國西北的汽車行業發展，乘用車市場預期將同時實現增長。市場預期將於2022年達到人民幣4,356.0百萬元，2018年至2022年的複合年增長率為18.1%。

由於中國西北為中國主要的重型卡車製造基地之一，中國西北重型卡車內飾產品市場的複合年增長率高於中國其他地區的平均水平。下圖載列中國西北汽車內飾產品市場的市場規模：

中國西北汽車內飾產品市場規模（2013年至2022年（估計））

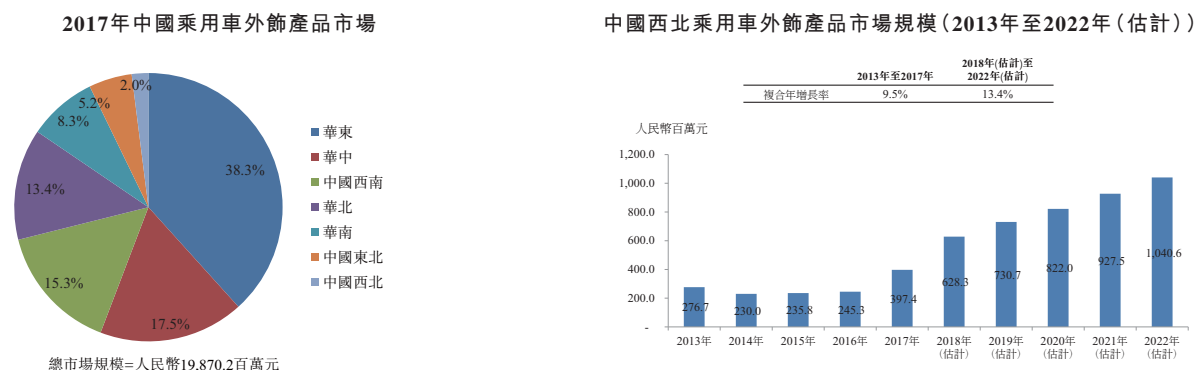


資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

中國西北乘用車外飾產品市場展望

中國重型卡車及乘用車外飾產品的需求因地區不同而有所差異。下圖載列中國按地區劃分的乘用車外飾產品市場的市場規模及中國西北乘用車外飾產品市場規模：



資料來源：弗若斯特沙利文

乘用車外飾產品市場自2013年的人民幣276.7百萬元增加至2017年的人民幣397.4百萬元，複合年增長率為9.5%。隨著中國西北汽車行業的發展及人民生活水平的改善導致對汽車外飾產品的更高需求及更大銷量，預計乘用車外飾產品市場將相應擴大。於2018年至2022年，預計該市場按複合年增長率13.4%增長至2022年的人民幣1,040.6百萬元。

競爭格局

中國重型卡車內飾產品市場

中國西北整個重型卡車市場由幾家重型卡車製造商主導，加之經濟上可行，本集團於2017年在中國西北重型卡車內飾產品市場中佔據約62.7%的市場份額，此意味著地方主要重型卡車製造商難以避免從西安天瑞採購內飾產品，形成了一種相互依存的關係。下表載列中國前五大市場參與者(以2017年銷售額計)及彼等各自的市場份額：

排名	公司	重型卡車內飾產品銷售額 (人民幣百萬元)	於2017年 的市場份額
1	公司A	275.5	12.9%
2	公司B	240.3	11.2%
3	本集團	230.0	10.8%
4	公司C	220.9	10.3%
5	公司D	215.6	10.1%
	前五大公司總計	1,182.3	55.3%
	其他	956.0	44.7%
	總計	2,138.3	100.0%

資料來源：弗若斯特沙利文

中國有100多家重型卡車內飾產品製造商。中國重型卡車內飾產品市場整體相對集中，前五大公司於2017年佔據55.3%的市場份額。中國該行業排名首位的公司於2017年錄得銷售總額人民幣275.5百萬元，佔市場總銷售額的12.9%。於2017年，本集團在中國重型卡車內飾產品市場佔10.8%的市場份額，以2017年重型卡車內飾產品銷售計排名第三。

行業概覽

中國西北的重型卡車內飾產品市場較中國整體更為集中。就重型卡車內飾產品銷量而言，本集團於2017年在該地區前五大市場參與者中排名第一，而該等市場參與者佔95.3%的總市場份額。在中國西北，卡車及乘用車製造商依賴一家或多家大型內飾產品供應商以形成行業集群效應的現象很普遍，使彼等能夠進行資金合作、共享技術及工作技能以及發展戰略聯盟的密切合作。下表載列中國西北前五大市場參與者（以2017年銷售額計）及彼等各自的市場份額：

排名	公司	重型卡車內飾產品銷售額 (人民幣百萬元)	於2017年 的市場份額
1	本集團	230.0	62.7%
2	公司E	60.2	16.4%
3	公司F	27.1	7.4%
4	公司G	21.1	5.8%
5	公司H	11.3	3.1%
	前五大公司總計	349.7	95.3%
	其他	17.1	4.7%
	總計	366.8	100.0%

資料來源：弗若斯特沙利文

中國西北乘用車外飾產品市場

中國西北乘用車外飾產品市場分散。中國西北約有50至60家乘用車外飾產品製造商，同時超過100家來自其他地區的製造商亦向中國西北銷售產品。就乘用車外飾產品銷售額而言，該地區前五大市場參與者佔總市場份額的約30%。由於大部分外飾產品乃來自其他地區，因此中國西北當地的外飾產品製造商面臨激烈的競爭。

中國重型卡車內飾產品市場的主要准入門檻

- (i) **製造技術**：先進成熟的製造技術及能力以及通過長期製造經驗所積累的有效製造實踐以及突出的研發及產品設計能力乃屬行業所需。初創企業可能發現為建立技術平台以進入市場而積累巨額資本投資、人才及經驗頗具挑戰性。
- (ii) **穩定的客戶關係**：於重型卡車內飾產品市場，內飾產品製造商通常會於產品開發流程的早期階段自彼等現有的重型卡車製造商累積重型卡車車型的技術資料或規格。重型卡車製造商不願變更供應商以盡量減少與新供應商溝通的時間，從而使之難以進入市場。
- (iii) **資金**：製造內飾產品需要製造商作出大量資本投資，此乃新市場參與者進入市場的主要障礙。啟動需要大量資金，包括採購不同的機器、測試機器及生產模具，以及持續進行的研發成本和各種營運資金需求。
- (iv) **專業人才**：專業人才（包括設計人才、研發人才、管理人才及技術熟練的工人等）對重型卡車內飾產品市場參與者至關重要。然而，新進入者在初期相對難以建立人才儲備及相比大型企業難以吸引人才。

行業概覽

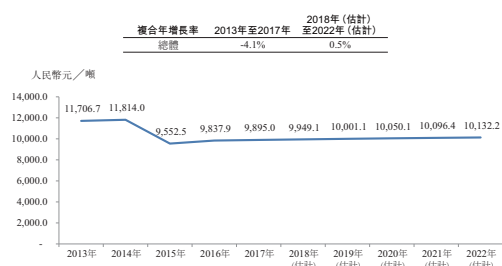
中國重型卡車內飾產品市場的主要威脅及挑戰

- (i) **缺少投資**：資本投資在內飾產品製造行業至關重要。由於缺少投資，大部分中小型重型卡車內飾產品製造商在發展過程中正面臨若干障礙，如設備陳舊、自動化水準低、研發資源有限及產品增值較低等。因此，該等中小型重型卡車內飾產品製造商或僅可通過低成本策略參與競爭，而非通過以較高價格供應優質產品進行競爭，且可能無法打入高端市場。
- (ii) **創新能力薄弱**：大多數中小型重型卡車內飾產品製造商主要專注於低端市場及供應技術含量低及低利潤的重型卡車內飾產品，且由於缺少創新，其無法生產具有先進技術及附加值的高端產品。因此，創新能力薄弱已成為市場瓶頸之一。鑒於市場趨勢，技術投資有限的中小型內飾產品製造商可能會發現難以開展創新研究。

關鍵原材料成本趨勢

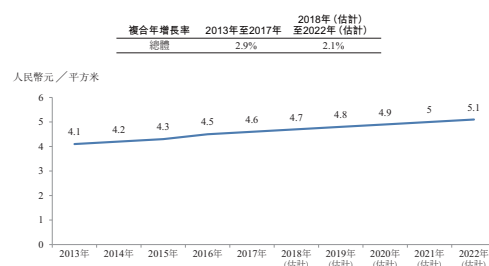
內飾產品製造商的原材料主要成本包括聚丙烯（「聚丙烯」）、面料及人造皮革。聚丙烯的價格於過往數年內出現波動，自2013年的人民幣11,706.7元／噸下降至2017年的人民幣9,895.0元／噸，複合年增長率為-4.1%。相關價格於2015年出現最大幅的下跌，主要由2014年聚丙烯的產能過剩及聚丙烯供應商的去庫存壓力所導致。然而，相關價格於2016年開始上漲。估計聚丙烯的價格將於2022年達到人民幣10,132.2元／噸，自2018年至2022年按複合年增長率0.5%穩定增長。

原材料（聚丙烯）的價格變動（2013年至2022年（估計））



資料來源：弗若斯特沙利文

原材料（面料）的價格變動（2013年至2022年（估計））

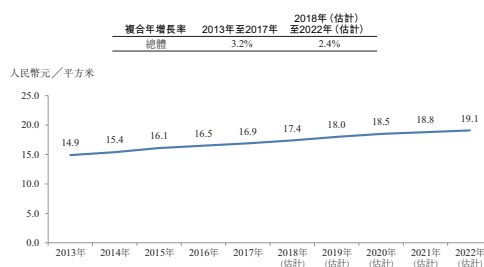


資料來源：弗若斯特沙利文

於2013年至2017年，面料價格由人民幣4.1元／平方米上漲至人民幣4.6元／平方米，複合年增長率為2.9%。面料價格估計將於2022年前達到人民幣5.1元／平方米，自2018年至2022年的複合年增長率為2.1%。

於2013年至2017年，人造皮革價格由人民幣14.9元／平方米上漲至人民幣16.9元／平方米，複合年增長率為3.2%。人造皮革價格估計將於2022年前達到人民幣19.1元／平方米，自2018年至2022年的複合年增長率為2.4%。

原材料（人造皮革）的價格變動（2013年至2022年（估計））



資料來源：弗若斯特沙利文