

行業概覽

本節和本文件其他部分所載的資訊來自各種正式政府出版物、其他一般認為可靠的出版物及我們委託弗若斯特沙利文編寫的市場研究報告。我們認為，該等資訊和統計資料的來源是該等資訊的適當來源，並在提取和復制該等資訊時採取了合理的謹慎態度。我們並無理由相信該等資料在任何重大方面屬虛假或誤導，亦無理由相信遺漏了致使該等資料在任何重大方面屬虛假或誤導的任何事實。本公司、保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或彼等各自的董事、顧問(就本段而言，不包括弗若斯特沙利文)概無)和聯屬人士已獨立核實了該等資訊和統計資料，但無人就這些資訊與統計資料的準確性做任何表述。因此，閣下不應過分依賴本文件中包含的該等事實和統計資料。

資訊來源

我們委託弗若斯特沙利文(一家獨立的市場研究和諮詢公司)對[中國和歐洲電熱家用電器市場]進行分析並編寫報告。弗若斯特沙利文為我們編制的報告在本文件中稱為弗若斯特沙利文報告。我們同意向弗若斯特沙利文支付440,000港元的費用，我們認為這反映了此類報告的市場價格。

弗若斯特沙利文成立於1961年，在全球設有40個辦事處，擁有2,000多名行業顧問、市場研究分析師、技術分析師和經濟學家。弗若斯特沙利文的服務包括技術研究、獨立市場研究、經濟研究、企業最佳實踐諮詢、培訓、客戶研究、競爭情報和企業戰略。

我們認為弗若斯特沙利文報告中的某些資訊有助於有意投資者了解中國和歐洲電熱家用電器市場，因此在本文件中納入了該等資訊。弗若斯特沙利文報告包括中國和歐洲電熱家用電器市場資訊以及本文件中引用的其他經濟資料。弗若斯特沙利文的獨立研究包括從各種來源獲得的中國和歐洲電熱家用電器市場初級和二級研究。初級研究涉及與主要行業參與者和行業專家的深入訪談。二級研究是根據弗若斯特沙利文的自有研究數據庫對公司報告、獨立研究報告和資料進行審查。預測資料則是基於宏觀經濟資料和具體行業相關因素，通過歷史資料分析而得出。除非另有說明，本節包含的所有資料和預測均來自弗若斯特沙利文報告、各種正式政府出版物和其他出版物。

在彙編和編制本研究報告時，弗若斯特沙利文假定相關市場的社會、經濟和政治環境在預測期內很可能保持穩定，這將確保中國和歐洲電熱家用電器市場的穩定發展。

歐洲宏觀經濟環境概覽

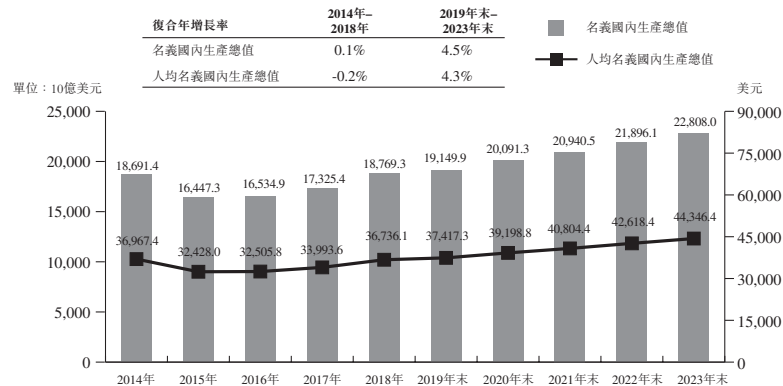
名義國內生產總值及人均名義國內生產總值

由於歐元區危機和若干國家經濟環境不穩定，歐洲的名義國內生產總值由2014年的約186,914億美元溫和增長至2018年的約187,693億美元，複合年增長率為0.1%。2015年出現負增長的主要原因是高失業率、通貨緊縮以及投資疲軟導致國內需求下降。隨著國內需求的增長、全球貿易表現的好轉及經濟的回升，2019年至2023年末歐洲的名義國內生產總值估計將以4.5%的複合年增長率增長。

行業概覽

歐洲人均名義國內生產總值由2014年的約36,967.4美元下降至2018年的約36,736.1美元，複合年增長率為-0.2%。2019年至2023年末歐洲名義人均國內生產總值預期將以4.3%的複合年增長率增長。名義國內生產總值和人均名義國內生產總值所反映的經濟增長為零售及貿易等垂直行業的擴張提供了支撐。

2014年-2023年末名義國內生產總值及人均名義國內生產總值(歐洲)



附註：資料僅涵蓋歐盟國家(歐盟28國)

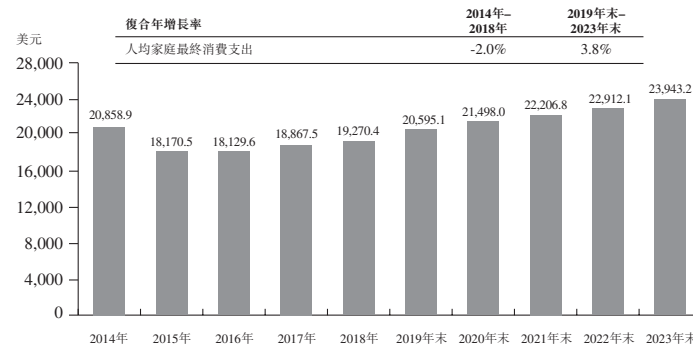
來源：國際貨幣基金組織，弗若斯特沙利文

家庭消費支出

歐洲人均家庭最終消費支出由2014年的20,858.9美元下降至2018年的19,270.4美元，複合年增長率為-2.0%。由於優先考慮的家庭基本需求支出，如電費、燃氣及燃油費、房租和交通費等增加，對實際收入造成的擠壓可能影響消費支出，因此奢侈品、餐館和酒店等非必需品的支出下降。

隨著預期的經濟復甦及國內需求的增長，預計2019年至2023年歐洲家庭支出將與人均名義國內生產總值保持一致，以3.8%的複合年增長率增長。

2014年-2023年末人均家庭最終消費支出(歐洲)



附註：資料僅涵蓋歐盟國家(歐盟28國)

來源：世界銀行，弗若斯特沙利文

行業概覽

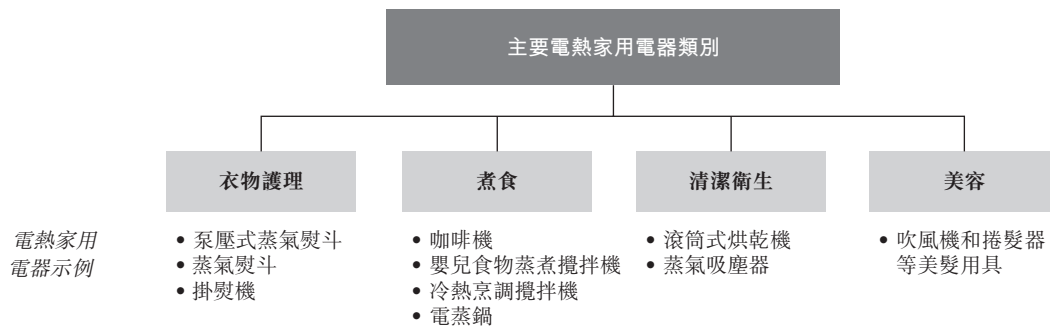
歐洲電熱家用電器市場概述

定義和分類

電熱家用電器通常是指將電能轉換成熱能的家用電器，可大致分為幾大類別，例如衣物護理、煮食、清潔衛生和美容等。

通常，電熱家用電器基於熱動力學實現各種功能，熱動力學涉及熱能與其他形式能量相互轉換的物理過程及測量以及熱能影響物質狀態(例如水與蒸氣)的方式。具體而言，用於衣物護理的某些電熱家用電器，例如蒸氣熨斗和泵壓式蒸氣熨斗的工作原理是，通過熱能傳遞使水達到沸點蒸發，將產生的蒸氣作為熱載體。由於將蒸氣用作熱載體，因此這種電熱家用電器的應用相對更安全，並且降低了爆炸的風險。

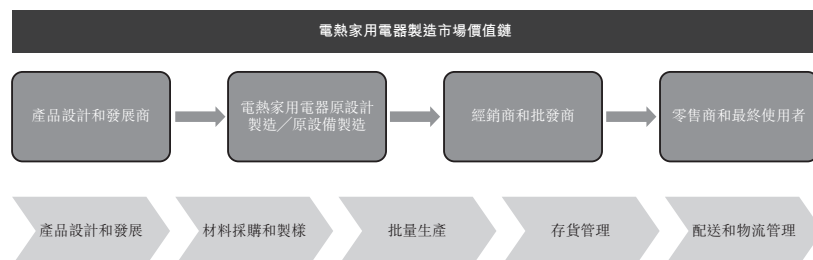
本集團主要從事開發及製造主要用於衣物護理及煮食用途的電熱家用電器，例如泵壓式蒸氣熨斗、蒸氣熨斗、咖啡機、電蒸鍋、冷熱烹調攪拌機以及嬰兒食物蒸煮攪拌機等。



來源：弗若斯特沙利文

價值鏈分析

電熱家用電器的開發通常由內部設計人員和開發人員負責或與品牌商合作。在製造產品之前，由品牌商開發、測試和批准概念設計和樣品。電熱家用電器使用的材料主要是電氣部件、集成電路、晶體管和第三方供應的電機等部件。電熱家用電器的某些原設計製造商會採購金屬(如銅、鋁、鋅)、塑膠和化學品等原材料自行開發部件，確保始終如一的更佳品質，同時展現高水平的研發能力，並通過內部產品開發專注於產品創新。



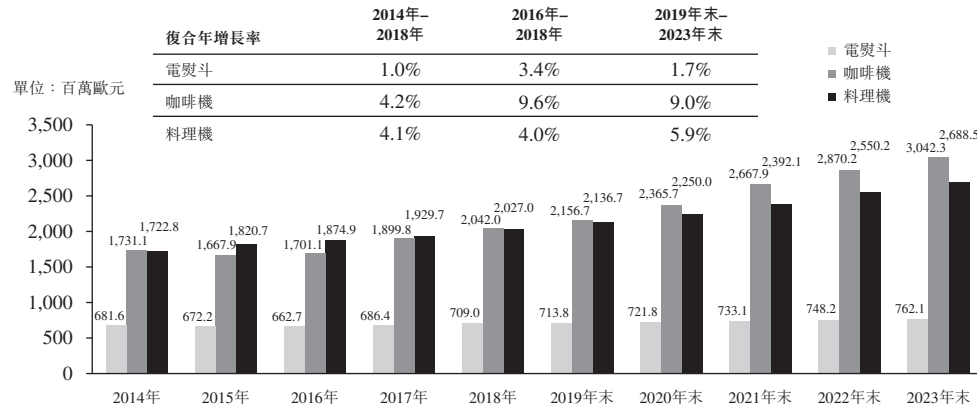
來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

所選電熱家用電器歐洲零售額

過去五年中，隨著開放市場的進一步發展和貿易壁壘的消除，電熱家用電器的零售額有所增長。具體而言，2014年至2018年電熨斗、咖啡機和料理機的零售額分別以1.0%、4.2%和4.1%的複合年增長率穩步增長。人口基數的增長將促進國內家用電器的需求，2019年至2023年歐洲電熨斗、咖啡機和料理機的預期零售額將分別達到1.7%、9.0%和5.9%的複合年增長率。

2014年-2023年末所選電熱家用電器歐洲零售額



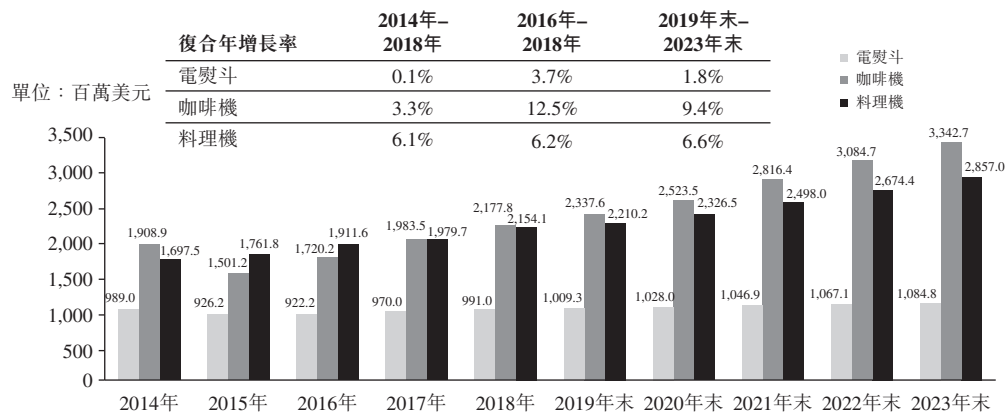
附註：料理機包括電蒸鍋、冷熱烹調攪拌機和嬰兒食物蒸煮攪拌機；電熨斗包括泵壓式蒸氣熨斗和蒸氣熨斗

來源：弗若斯特沙利文

所選電熱家用電器歐洲進口額

受消費者對電熱家用電器需求的推動，跟隨零售趨勢，電熨斗、咖啡機和料理機的進口額整體分別以0.1%、3.3%和6.1%的複合年增長率增長。未來，隨著歐洲電熱家用電器(如咖啡機和蒸煮用料理機)的普及和採用，2019年至2023年期間電熨斗、咖啡機和料理機的進口額預期將保持增長趨勢，複合年增長率將分別達到1.8%、9.4%和6.6%。

2014年-2023年末所選電熱家用電器歐洲進口額



附註：料理機包括電蒸鍋、冷熱烹調攪拌機和嬰兒食物蒸煮攪拌機；電熨斗包括泵壓式蒸氣熨斗和蒸氣熨斗

來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

歐洲電熱家用電器市場展望

具有先進技術和創新功能的新型產品是推動歐洲電熱家用電器市場需求的因素之一。隨著歐洲市場消費者購買力的預期增長和健康意識的提高(例如認為蒸煮在所有煮食方法中最為健康，主要好處包括(i)保留食物中的營養素(如維生素和礦物質)和(ii)無油煮食)，對優質和先進電熱家用電器的需求預期將會增加。因此，歐洲市場中的電熱家用電器品牌商高度重視研發、產品創新以及強大的市場營銷支持活動，以期滿足客戶提高生活品質的需求並在競爭激烈的市場環境中求得生存。

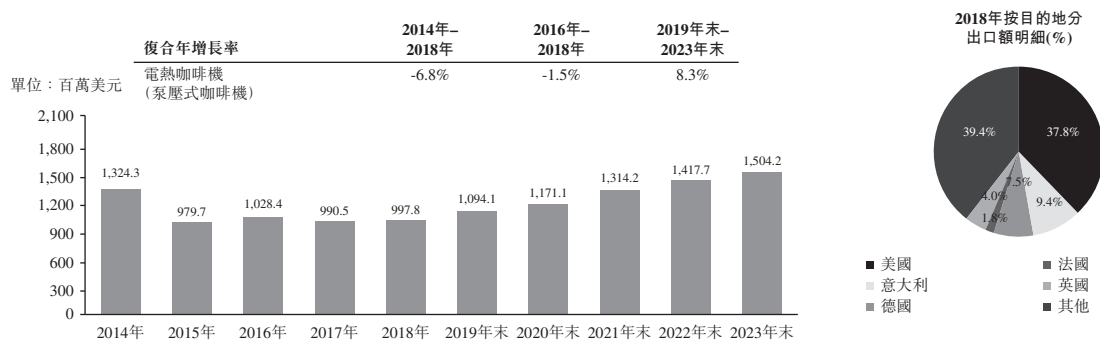
預期中國仍將是歐洲電熱家用電器的主要出口國，主要原因包括(i)歐洲國家的國內生產成本較高；(ii)中國電熱家電製造業有完善的產業結構和供應鏈；(iii)中國與歐洲國家之間貿易關係密切。一般而言，歐洲的品牌商更願意與中國數量有限的認可製造商合作，以確保產品品質始終如一。

中國電熱家用電器製造市場概述

中國咖啡機出口額

中國憑藉生產和勞工成本方面的競爭優勢而成為全球最大的家用電器製造國。2014年至2018年，中國電熱泵壓式咖啡機出口額的複合年增長率為-6.8%，主要原因是2014至2015年全球需求疲軟及經濟的不確定性。隨著消費者對高品質咖啡的需求不斷增長，以及精品咖啡的出現，即特別注重以相當技術製作的咖啡的價值及品質，未來幾年整個咖啡相關行業，包括咖啡機市場可能會產生越來越多的機會。2019年至2023年期間，中國電熱泵壓式咖啡機的出口額預期將以8.3%的複合年增長率增長。2018年，美國、意大利、德國、英國和法國是中國泵壓式咖啡機的主要出口目的地，分別約占同期出口總額的37.8%、9.4%、7.5%、4.0%和1.8%。

2014年-2023年末中國電熱咖啡機出口額



附註：資料參照海關HS編碼85167130泵壓式咖啡機。

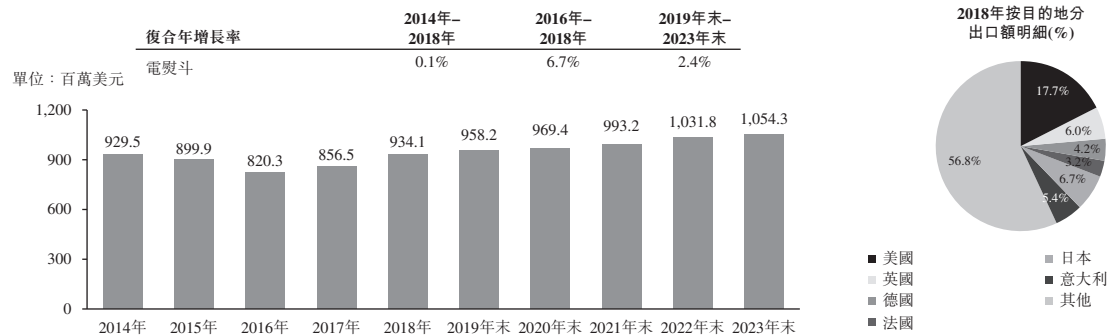
來源：《貿易地圖》，弗若斯特沙利文

行業概覽

中國電熨斗出口額

從2014年至2018年，中國電熨斗出口額略有上漲，複合年增長率為0.1%，由929.5百萬美元增加至2018年的934.1百萬美元。這可能是因為全球市場對電熨斗的需求較為穩定，而中國出口貿易部分受到2014年至2016年歐洲國家需求疲弱的影響。2018年，由於全球經濟復甦和市場需求的推動，電熨斗的出口額較2017年出現顯著增長，增長率為9.1%。2019年至2023年，電熨斗的出口額預期將以2.4%的複合年增長率回升，到2023年達到1,054.3百萬美元，這主要得益於消費者定期更換舊蒸氣熨斗。2018年，美國、日本、意大利、德國、英國和法國是中國電熨斗的主要出口目的地。

2014年-2023年末中國電熨斗出口額



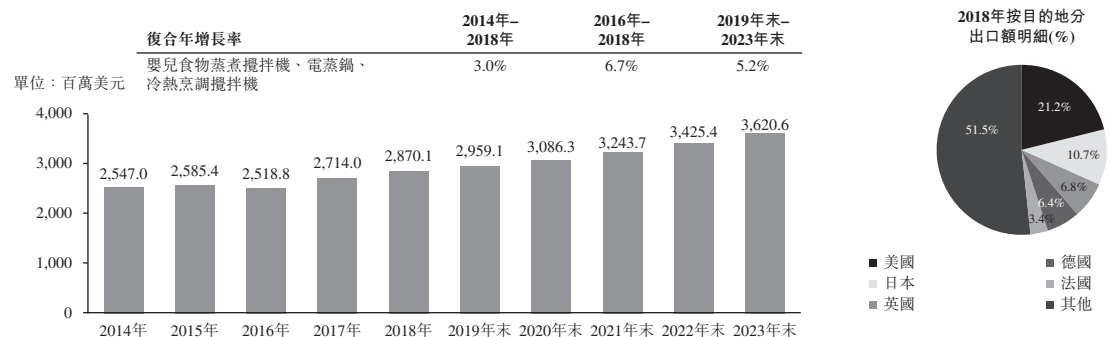
附註：資料參照海關HS編碼851640電熨斗；電熨斗包括泵壓式蒸氣熨斗和蒸氣熨斗

來源：《貿易地圖》，弗若斯特沙利文

中國嬰兒食物蒸煮攪拌機、電蒸鍋和冷熱烹調攪拌機出口額

中國嬰兒食物蒸煮攪拌機、電蒸鍋和冷熱烹調攪拌機的出口額呈現增長，由2014年的約2,547.0百萬美元增加至2018年的2,870.1百萬美元，複合年增長率為3.0%。這一增長的主要原因是全球對先進和創新煮食電器的需求日益增長。從2019年到2023年，嬰兒食物蒸煮攪拌機、電蒸鍋以及冷熱烹調攪拌機的出口額預期將以5.2%的複合年增長率增長，到2023年將達到3,620.6百萬美元。推動增長的原因很可能是人們對這些家用電器的需求不斷增加，並且要求不斷提高。2018年，美國、日本、英國是中國嬰兒食物蒸煮攪拌機、電蒸鍋和冷熱烹調攪拌機的主要出口目的地。

2014年-2023年末中國嬰兒食物蒸煮攪拌機、電蒸鍋和冷熱烹調攪拌機出口額



附註：資料參照海關HS編碼85167990嬰兒食物蒸煮攪拌機、電蒸鍋和冷熱烹調攪拌機等。由於資訊的有限可得性，因此無法按相應的品類提供細分出口額。

來源：《貿易地圖》，弗若斯特沙利文

行業概覽

市場推動因素及機遇

技術創新與產品組合擴展 — 電熱家用電器市場的主要產品創新涉及核心技術、產品性能、功能和設計。中國的電熱家用電器製造業將受益於全球不斷增長的創新產品需求，而這是歐美等海外市場購買力提高帶來的結果。此外，品牌商和製造商正加大研發先進產品的資金和人力投入，以滿足不同消費者的需求。隨著消費者品牌意識的提高，產品的設計、功能和特色越來越受重視，中高端電熱家用電器成為消費市場的支柱產品。高端品牌和創新品牌已經獲得豐厚的利潤，表明擁有技術和專有知識，且能夠提供創新設計的中國製造商將佔據有利地位，抓住市場機遇。

主要終端市場生活方式的轉變 — 歐洲生活方式的改變為設計師和製造商提供了大量的機會來提出新產品概念設計，這有利於擁有強大產品開發能力的中國原設計製造商。隨著消費傾向增加，咖啡機需求快速增長，預期未來增長勢頭將繼續保持。由於可支配收入增加，西方消費習慣的普及以及青少年對咖啡偏好的增強，新興地區咖啡機市場的機會也比比皆是。在海外市場，如歐洲國家，人們的生活方式在改變，在家製作優質咖啡的需求和傾向日趨增加，這些有利於中國的製造和出口市場。對使用者更友好的增強型產品功能，如一按式控制和輕巧設計，正響應趨勢，滿足不斷變化的客戶需求。

市場挑戰及威脅

資本要求 — 鑑於勞工成本上升，產品複雜性增加，生產週期縮短，製造商正採用三管齊下的策略，通過自動化生產、加強教育和引進專業知識來解決生產力差距問題。預期將加大對機器人的投資，而這將進一步刺激各種應用中採用自動化生產。製造商採用自動化生產能夠(i)提供品質、精度和一致性程度更高的產品，(ii)最大限度地減少缺陷產品，並且(iii)從長遠的角度減少勞工成本和總體運營成本。為了保持行業競爭力，製造商需滿足資本支出，因而將面臨籌資壓力。

經營成本上升 — 經營成本上升是電熱家電製造業的主要限制因素之一，其中包括勞工成本上升，該行業屬於勞動密集型產業。由於產品設計師和工程師人數有限，電熱家用電器製造商不得不提高該等專業人員的工資水平。不斷增加的經營成本可能會在財務上對中國製造商造成限制。

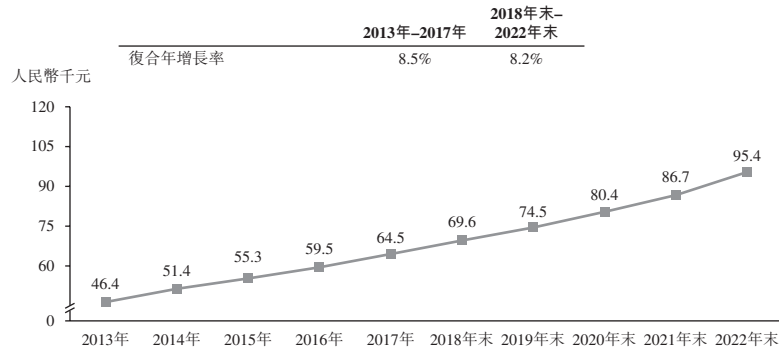
中國電熱家用電器製造商的主要成本

勞工成本

中國城市製造業就業人員的平均工資從2013年的人民幣46,431元快速增長至2017年的人民幣64,452元，複合年增長率為8.5%。從2018年到2022年，城市製造業就業人員的平均工資預期將大幅提高，主要原因是中國的通貨膨脹和製造業對熟練勞動力需求的增加。

行業概覽

2013年-2022年末中國製造業城市地區就業人員年平均工資



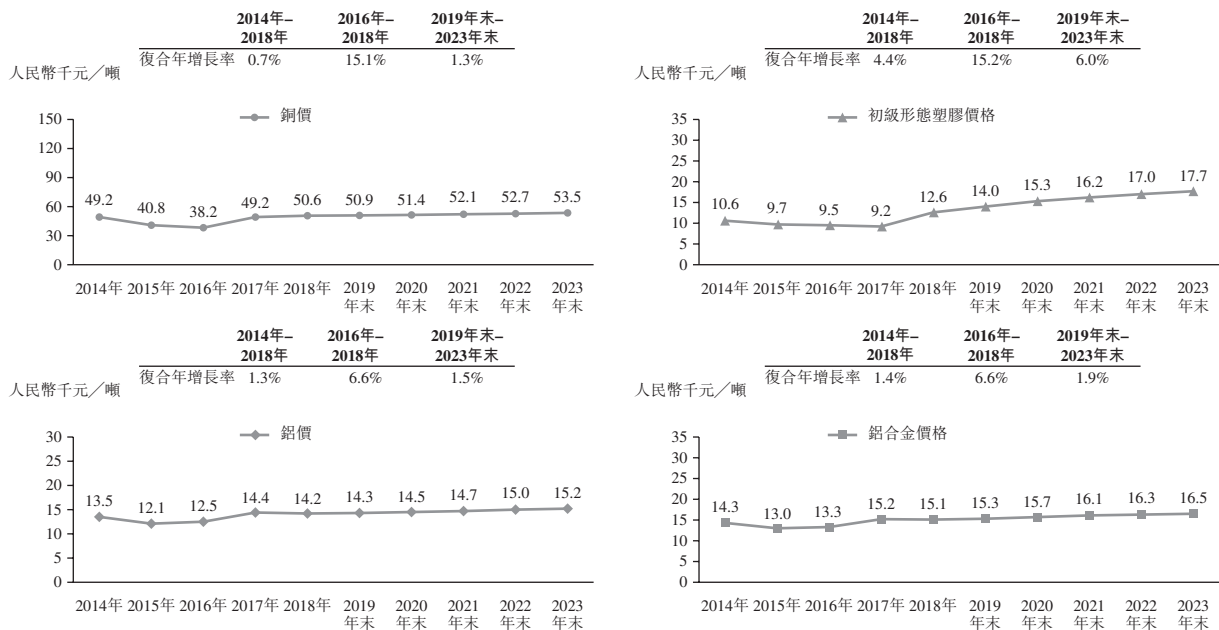
附註：最新可得數據記錄於2017年。

來源：中國國家統計局，弗若斯特沙利文

原材料成本

製造電熱家用電器所用的原材料及元件類似，主要為金屬(如銅和鋁)及塑膠。2014年至2018年期間，中國銅價總體略有增長，複合年增長率為0.7%。2014年至2018年，鋁價有所波動。同一時期，由於下游工業部門的複蘇，初級形態塑膠價格上漲，複合年增長率為4.4%。2019年至2023年，鋁和鋁合金的中國境外消費量預期將超過產量，因此鋁和鋁合金的價格將分別以1.5%和1.9%的複合年增長率上漲。中國政府推動基礎設施項目的財政刺激措施會促進銅的需求，這將支持未來幾年銅價的溫和復蘇。

2014年-2023年末所選原材料的中國價格走勢



來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

中國電熱家用電器製造市場的競爭格局

市場競爭概覽

中國的電熱家用電器製造市場高度分散，2018年有逾5,000間主要從事各類電熱家用電器製造的中小企業和大型企業。中國的大部分本地製造商是原設備製造商，專注於國內市場，一些具有成熟產品開發能力的製造商也作為原設計製造商為海外客戶提供服務。未來，中國的電熱家電製造商可能會專注於增值產品，提升服務水平，開拓海外業務，進而提高溢利。同時，經營成本的不斷上升會給製造商造成財務上的限制，預期市場將進行整合。

根據弗若斯特沙利文，鑑於行業的分散性質，以及市場參與者通常專注於某些類型的電熱家用電器，中國的電熱家用電器市場並沒有獨家稱霸的情況。中國電熱家用電器市場的一些主要參與者包括九陽股份有限公司、廣東新寶電器股份有限公司、寧波凱波集團有限公司、卓力電器集團有限公司以及本集團。上述主要市場參與者可能專注於針對不同目標終端市場的不同類型的電熱家用電器。舉例而言，其中一些企業專注於煮食電器，而另一些則側重於清潔用具並服務國內外客戶。此外，由於中國電熱家用電器市場高度分散且各自的產品可能具有獨有功能，因此市場份額及市場參與者的排名無法獲得。

2018年，本集團電熱家用電器收益達47.9百萬美元（約合373.5百萬港元），包括出口電熨斗等衣物護理電器以及咖啡機、電蒸鍋、嬰兒食物蒸煮攪拌機和冷熱烹調攪拌機等煮食電器。據估計，2018年本集團蒸氣熨斗的市場份額約佔中國電熨斗出口總額的2.3%、泵壓式咖啡機約佔相關品類總額的1.5%、嬰兒食物蒸煮攪拌機、冷熱烹調攪拌機和電蒸鍋約佔相關品類總額的0.4%。

市場競爭因素

產品品質和服務水平 — 成熟的電熱家用電器製造商通常提供高品質的產品，並在產品設計和開發、製造及交付方面展現出卓越的服務能力。此外，如果電熱家用電器製造商能夠提供創新產品，實現嚴格品質控制（例如採用品質管理體系等），做到產品缺陷最少，過往記錄優良，將有助於確保獲得品牌商的訂單并與品牌商維持業務關係。

行業聲譽和認可 — 市場佔有率和行業聲譽高的電熱家用電器製造商更受品牌商的青睞。特別是，如果製造商成立歷史久，符合國際認可的品質管理體系（例如ISO）和行業標準（例如《廢棄電子電氣設備指令》(WEEE)、歐盟《關於化學品註冊、評估、授權和限制的法規》(REACH)以及國際電工委員會(IEC)標準等)，在與歐洲市場的客戶開展業務方面將具有競爭力，這些市場通常高度重視品質，強調對製造商的技術要求。

行業概覽

進入壁壘

資本要求 — 電熱家用電器製造被認為是資本密集型業務。除了需要建立生產設施及配置機械和設備的支出外，還需要資本儲備來支持產品開發、採購、生產和分銷等主要運營環節。因此，沒有足夠資金的新進入者很難維持業務運營。

既有客戶關係 — 總體而言，成熟的電熱家用電器製造商都與主要客戶(主要是品牌商)保持著良好的業務關係。如果將當前合作的電熱家用電器原設備製造商和原設計製造商更換為缺乏經驗的新製造商，品牌商可能會面臨品質和服務方面的風險。因此，品牌商的高轉換成本可能會成為阻礙電熱家用電器製造市場新進入者的主要因素。

行業專有知識及開發能力 — 成熟的市場參與者通常擁有強大的行業專有知識并已展示其製造能力。具體而言，原設計製造商通常展現出強大的設計和產品開發能力，甚至擁有自主發明產品的專利。因此，行業知識和技術知識可能成為主要的進入壁壘。

董事的確認

經適當及合理考慮後，董事認為自弗若斯特沙利文報告日期以來市場資訊無任何不利變動，以致該報告的內容有所限制，或與該報告的內容存在衝突或對該報告的內容有影響。