

行業概覽

除另有所指外，否則本節資料及統計數字乃摘錄自各私人及政府官方刊物、公開所得來源以及本集團委託弗若斯特沙利文編製的市場研究報告弗若斯特沙利文報告。我們相信於本節的資料來源為有關資料的合適來源，而我們於摘錄及轉載該等資料時已合理審慎行事。我們並無理由相信該等資料為錯誤或誤導或遺漏任何事實致使該等資料錯誤或誤導。由弗若斯特沙利文編製並載於本節的資料並未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他各方（就本段而言不包括弗若斯特沙利文）獨立核實，彼等概不對其準確性或正確性發表任何聲明，故此在作出或不作出任何投資決定時均不應依賴該等資料。

資料來源及可靠性

本集團委聘獨立市場調查公司弗若斯特沙利文對新加坡室內裝修服務市場進行分析並出具報告以供本文件使用。弗若斯特沙利文為於1961年成立的獨立環球顧問公司，為各行業提供行業研究、市場策略及提供增長諮詢及企業培訓。於本文件中所披露的弗若斯特沙利文的資料乃摘錄自弗若斯特沙利文報告，該報告由我們以450,000港元費用委託編製，並獲弗若斯特沙利文同意披露。

弗若斯特沙利文報告是透過不同來源所取得的一手及二手資料研究。一手資料研究包括訪問新加坡室內裝修服務市場的行業專家及從業者。二手資料研究涉及審閱政府官方統計數據、行業刊物、年度報告刊發的統計數據及弗若斯特沙利文自有數據庫內的數據。弗若斯特沙利文對新加坡的宏觀經濟環境及整體室內裝修服務市場作出預測時亦採用了以下主要假設：

- 預期新加坡經濟將在有利的政府政策及全球經濟復甦等因素推動下穩步增長；及
- 預測期內新加坡的社會、經濟及政治環境可能保持穩定，將確保新加坡的室內裝修服務市場持續穩定發展。

除另行知悉者外，本節所有數據及預測均摘錄自弗若斯特沙利文報告。董事確認，經合理審慎行事，本節所用的資料（摘錄自弗若斯特沙利文報告）來源可靠及不具誤導性，因為弗若斯特沙利文是一間具有廣泛經驗的獨立專業市場研究機構，以及自弗若斯特沙利文報告日期以來，整體市場資料概無出現可能在任何重大方面約制、抵觸或影響本節資料的任何重大不利變動。

新加坡的宏觀經濟環境概覽

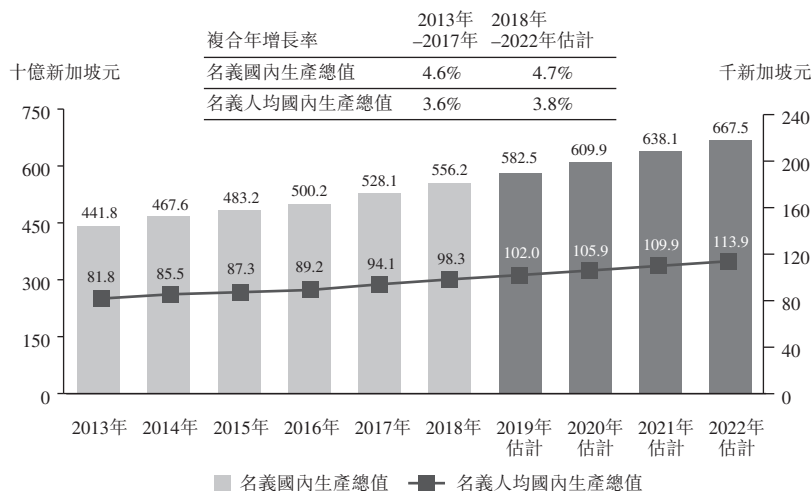
名義國內生產總值及名義人均國內生產總值

根據國際貨幣基金組織（「IMF」），新加坡的名義國內生產總值由2013年的4,418億新加坡元穩定增長至2017年的5,281億新加坡元，相當於複合年增長率4.6%。預期持續貿易及工業發展以及經濟活動將推動新加坡的國內生產總值增長。於2018年至2022年期間，預期名義國內生產總值將按複合年增長率4.7%增長，於2022年之前達至6,675億新加坡元。

行業概覽

名義人均國內生產總值由2013年的81,800新加坡元增長至2017年的94,100新加坡元，相當於複合年增長率3.6%。於2018年至2022年期間，名義人均國內生產總值估計將按複合年增長率3.8%增長。

名義國內生產總值及名義人均國內生產總值(新加坡)，2013年–2022年估計



資料來源：國際貨幣資金組織、弗若斯特沙利文

可用的商業及工業空間

根據新加坡統計局，於近年，可用的商業空間錄得正面增長，由2013年至2017年相當於複合年增長率為4.2%，主要由於對辦公空間的需求持續增加。由於新加坡的工業空間供過於求，於2013年至2017年錄得溫和增長，複合年增長率為1.6%。由於新加坡建造業的未來前景良好，於2018年至2022年，商業及工業界別的可用空間預測將進一步上升，複合年增長率為5.1%。

可用的商業及工業空間(新加坡)，2013年–2022年估計



資料來源：新加坡統計局、IMF、弗若斯特沙利文

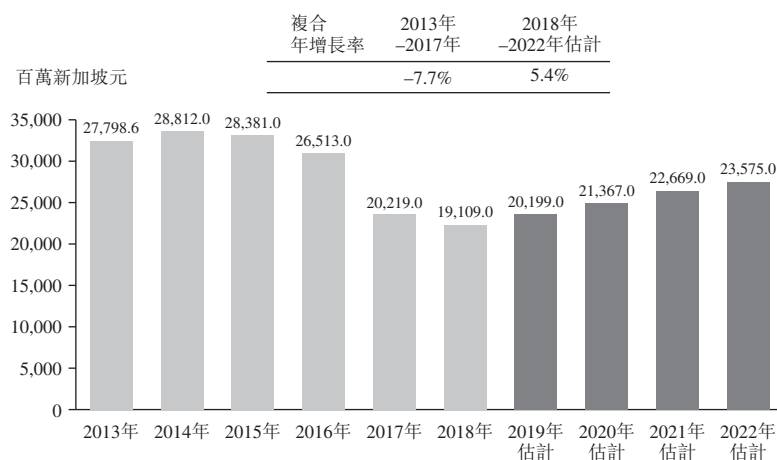
附註：工業空間指倉庫及工廠。

行業概覽

進度付款的價值

根據新加坡建設局，新加坡認可的進度付款價值由2013年約27,798.6百萬新加坡元下跌至2017年約20,219.0百萬新加坡元，相當於複合年增長率為-7.7%。錄得跌幅主要由於先前全球及國內經濟下滑，加上政府對物業市場實施降溫措施令私人住宅物業的銷售放緩，例如就物業交易徵收額外的買家印花稅和賣家印花稅。估計由2018年至2022年，進度付款價值將按複合年增長率5.4%增加，乃由於住房供應增加及商業分部持續發展。

樓宇工程進度付款的價值(新加坡)，2013年–2022年估計



資料來源：新加坡建設局、弗若斯特沙利文

新加坡室內裝修服務市場概覽

定義

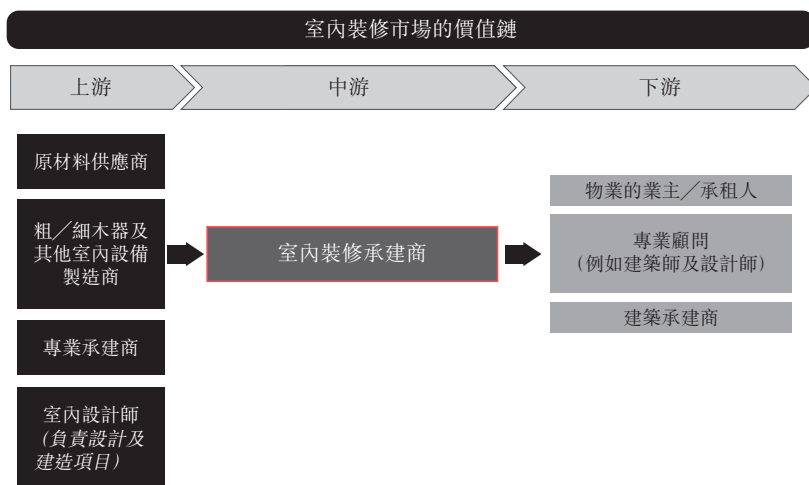
- 室內裝修工程，是令室內空間變成適合佔用的過程，一般包括地盤預備工程、間隔工程、鋼鐵及金屬工程、木工、大理石工程、石材工程、批盪及髹漆工程、若干樓宇服務，如機電工程以及水管和排水設施安裝系統。
- 室內裝修服務亦主要包括定製、製造及供應粗／細木器及室內設備。
- 大型市場參與者的室內設計服務服務一般亦於執行室內裝修工程前提供。

價值鏈分析

新加坡室內裝修市場的價值鏈包括上游、中游和下游從業者。室內裝修承建商從供應商和製造商採購原材料和其他輔助建築產品。專業承建商可能參與提供玻璃、層壓和MEP工程。倘室內裝修承建商內部並無室內設計的技能，室內設計師亦可參與設計及建造項目。於中游，總承建商為主要從業者，並有大量分包商。根據項目規模和能力，部份公司兼任總承建商和分包商。室內裝修承建商亦負責整體項目管理工作。室內裝修工程一般由下游從業者開始，包括物業的業主或承租人、專業顧問，例如建築師及設計師、以及建築承建商。室內裝修承建商與下游從業者建立長期業務關係屬普遍，而業主／承租人委聘專業顧問處理室內裝修項目亦屬普

行業概覽

遍，因此室內裝修承建商通常自該等顧問獲授標書或受其邀請投標，並與其及物業的業主／承租人建立穩定的工作關係。



資料來源：弗若斯特沙利文

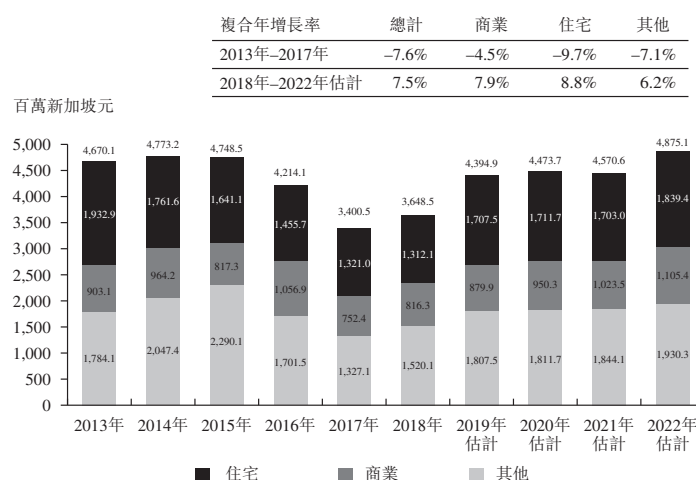
市場規模

新加坡室內裝修的估計市場規模由2013年的4,670.1百萬新加坡元減少至2017年的3,400.5百萬新加坡元，相當於複合年增長率為負7.6%。2016年及2017年的跌幅主要由於物業發展放緩及取得的樓宇工程合約減少所致。所取得的住宅和商業樓宇工程合約由2015年的7,770.1新加坡元及2,183.5百萬新加坡元減少至2017年的6,249.9百萬新加坡元及1,859.2百萬新加坡元。

於商業方面，市場規模從2013年約903.1百萬新加坡元減少至2017年的752.4百萬新加坡元，相當於複合年增長率為-4.5%。

隨著持續進行的市區重建和政府對促進家居改善縮短商務物業的翻新週期的政策支持，預期新加坡室內裝修的估計市場規模將於2022年獲得推動並達至4,875.1百萬新加坡元，相當於2018年至2022年的複合年增長率為7.5%。

按收益劃分的室內裝修市場規模(新加坡)，2013年–2022年估計



資料來源：弗若斯特沙利文

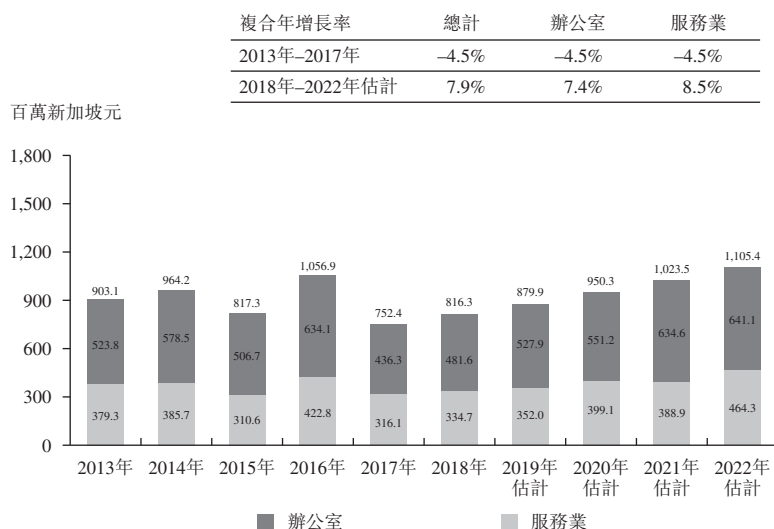
附註：其他包括工廠、倉庫及工業設施(如石油化工及製藥工廠)、教育設施(如學校建築物)、醫療設施(如醫院及綜合診所)、宗教及非牟利機構，以及其他建築物(如機場客運大樓及多層停車場)。

行業概覽

商業領域可進一步劃分為辦公室及服務業分部。辦公室分部室內裝修的估計市場規模由2013年的523.8百萬新加坡元減至2017年的436.3百萬新加坡元，複合年增長率為-4.5%，而服務業方面由2013年的379.3百萬新加坡元減至2017年的316.1百萬新加坡元，複合年增長率為-4.5%。

預期由2018年至2022年，商業室內裝修的估計市場規模將按複合年增長率7.9%增長。新加坡的商業室內裝修市場受以下因素驅動：對辦公室分部中進行的升級工程需求飆升、市區重建中零售及辦公室的空間面積增加及商業物業的翻新周期縮短。有關詳情，請參閱本文件「行業概覽—市場驅動因素」一段。

按收益劃分的商業室內裝修市場規模(新加坡)，2013年–2022年估計



資料來源：弗若斯特沙利文

室內裝修服務市場前景

在濱海灣金沙酒店興建新娛樂場館及酒店塔樓及擴建聖淘沙名勝世界的新加坡環球影城等新商業樓宇開發項目以及經濟環境改善帶動更正面的市場氣氛大力支持下，新加坡室內裝修市場預期將受惠於日後的需求增長和發展。即將進行的服務業項目包括興建Northshore Plaza、Canberra Plaza、Le Quest及Woodleigh Mall，以及升級世界城購物中心(Great World City)。此外，Clan Hotel及艾迪遜酒店(edition hotels)正在興建，提供逾500間房間。

商業室內裝修服務市場的前景在可見的未來仍顯樂觀。根據市區重建局(「市區重建局」)，辦公空間將於2018年至2022年各年保持穩定增長，在建建築面積(「建築面積」)平均約150,000平方米。辦公空間增長乃由於對甲級寫字樓的需求劇增及商業活動持續進行。主要的辦公室項目包括羅敏申道(Robinson Road)的ASB Tower、Chulia Street的CapitaSpring及Woodlands Square的Woods Square。預期服務業亦將於2018年至2022年增長。估計於2018年至2022年各年在建的零售空間及辦公空間分別按複合年增長率6.8%及7.6%增長。

行業概覽

按類別劃分的興建中商業樓宇⁽¹⁾ (新加坡)，2018–2022年估計

		2018年	2019年 估計	2020年 估計	2021年 估計	2022年 估計	複合年增長率 (2018年至 2022年估計)
辦公空間	建築面積(千平方米)	130.0	140.7	150.8	161.1	174.5	7.6%
零售空間 ⁽²⁾	建築面積(千平方米)	282.0	297.8	320.4	341.6	367.5	6.8%

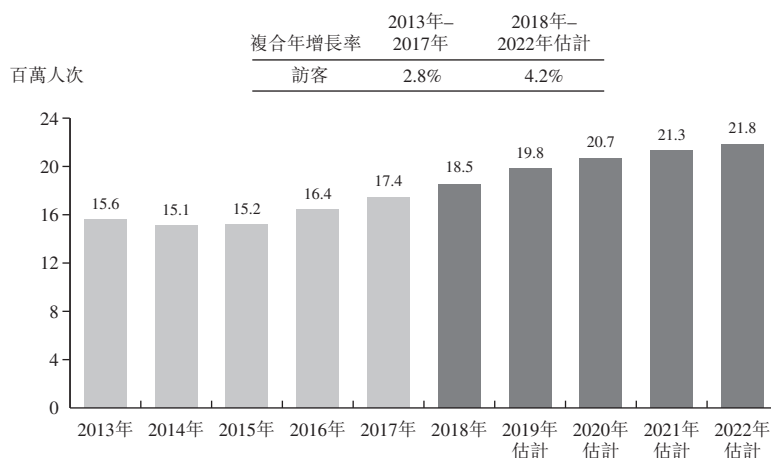
附註：

- (1) 興建中商業樓宇指按規劃審批的新發展及重建項目。
- (2) 指作商店、餐飲、娛樂及健康健身用途的空間。

資料來源：市區重建區、弗若斯特沙利文

於過去數年，新加坡的國際訪客總數由2013年的15.6百萬人次穩定增長至2017年的17.4百萬人次，相當於複合年增長率為2.8%。訪客人數增加將進一步推動服務業的需求上升，包括零售商店、餐飲店舖、酒店等。由於中國內地的訪客人數增長，預期於2022年或之前，總計訪客人數將達21.8百萬，而於2018年至2022年的複合年增長率則為4.2%。

國際訪客總數(新加坡)，2013年–2022年估計



資料來源：新加坡統計局、弗若斯特沙利文

市場驅動因素

● 新加坡的建築項目數量增加

根據建設局的資料，於不久將來，私營及公營建築項目不斷增多，於2017年，建築合約超過289億新加坡元。於私營領域方面，市場對住宅、商業及工業建築項目的需求殷切。部分商業項目的例子包括於Outside City Centre興建Yotel Changi Jewel及聖淘沙村莊酒店(Village Hotel Sentosa)、於烏節路(Orchard Road)重建Park Mall及於珊頓道(Shenton Way)的Afra-Asia樓宇重建。建造業的強勁需求為新加坡室內裝修承建商提供了大量的潛在項目。

● 辦公室分部的需求激增

新加坡室內裝修市場辦公室分部的整體前景仍然正面。由於共同運營商和技術公司的需求持續增加以及金融機構的需求復甦，辦公室分部的裝修及升級工作增加。由於辦公室搬遷將重新設計室內佈局，故需要室內設計和裝修服務。預測新加坡的室內裝修需求將相應增加。

行業概覽

- 市區重建帶動需求

新加坡老化樓宇的數目增加成為室內裝修市場的推動力。誠如2014年總體規劃所載，市區重建局將西部地區視為主要發展區域，引進混合用途的裕廊湖區 (Jurong Lake District)，分別可提供估計500,000平方米和250,000平方米作辦公室和零售用途。同時，據估計，新加坡於2018年有超過1,000幢樓齡達30年或以上的樓宇，該等老化的樓宇最終可能會進行重建，因此需要室內裝修工程。

市場趨勢

- 縮短商業物業的翻新周期

鑑於競爭加劇及營商環境瞬息萬變，零售商正在採用產品多元化和個性化，故須新的室內佈局及裝飾。為推出促銷活動和零售佈局的新主題，翻新項目的數目持續增加。此外，室內裝修項目由物業發展商及管理人員進行，以改善現有設施，並提升購物中心的整體估值及租金。新加坡的商業樓宇的翻新周期持續縮短，增加了對室內裝修服務的需求。

- 市場整合趨勢

隨著建築項目日益複雜，室內裝修承建商正在擴大服務範疇，以滿足客戶的期望。由於市場發展至成熟階段，大型承建商正在通過橫向或縱向整合和業務組合多元化尋求擴張機會，導致新加坡室內裝修市場的併購活動增加。新加坡若干已建立名聲的室內裝修承建商一直尋找機會透過併購進一步擴大業務規模及多元化收入來源。預期新加坡的室內裝修市場於不久將來將會更加鞏固。

- 環保及可持續發展設計的崛起

新加坡現時的趨勢是將環保實踐融入樓宇發展項目。新加坡的客戶日益關注綠色環保設計。另一方面，新加坡政府於公營部門及私營部門積極推動綠色樓宇建設。根據建設局，於2018年的綠色建築標誌認證項目 (Green Mark Building Project) 數目達到3,200個，總建築面積超過94百萬平方米，並已引進綠色建築標誌認證項目的獎勵計劃。政府機構、發展商、特定人士、建築師均傾向採用新加坡綠色建築產品 (SGBP) 標籤計劃認證產品以達致環境績效，從而促進了綠色建築產品的使用。預期室內裝修市場將日漸採納環保及可持續發展設計。

市場機遇

- 設計及建造的趨勢上升

愈來愈多室內裝修公司於整體項目實施上採取設計及建造的業務模型，包括於整個在建期間進行設計策劃、協調、監察及監督，直至完工為止。設計及建造模型成為主流，由一方承擔合約責任，將項目擁有人承受的風險減至最低並透過將項目設計階段及在建階段重疊以簡化交付時間表。此外，為客戶提供的服務質素可以得到保證並更能滿足客戶需求，為該等能夠設計兼實施項目的多樣服務供應商帶來優勢。新加坡建造業的設計及建築項目的滲透率由2017年的5.8%增加至2018年的6.1%。於2018年，新加坡設計及建築項目的合約總額估計超過60億新加坡元。正在發展的設計及建築項目包括位於Lorong Kismis的發展項目、位於沈氏道 (Sims Avenue) 的公寓、商店及公共設施綜合發展項目以及位於Silat Avenue的兩座公寓建築項目，總建築面積超過200,000平方米。愈來愈多項目擁有人聘用單一裝修承建商以提供綜合裝修服務，而非聘用多樣服務供應商。為迎合上升需求，若干承建商正擴充服務組合至室內設計以獲得推動。

行業概覽

● 綜合解決方案成為主流

愈來愈多室內裝修服務供應商在整個項目執行結合一站式解決方案供應商的業務模式，包括整個施工期間直至完工的設計、規劃、協調、監控及監督。一站式解決方案成為主流，保證向客戶提供的服務質素，更好地滿足客戶需要，令多服務供應商持續贏得大型項目、業界獎項、媒體關注及客戶信賴。本集團作為承建服務及項目管理服務的一站式解決方案供應商，所提供的綜合服務確保工程的一致性與品質，為客戶提供便利，省去聘請不同人士執行項目的需要。

市場挑戰

● 勞動力供求不平衡

由於新加坡的勞動力短缺問題，公司難以僱用人才。此外，人力部提出就業准證(EP)外國勞工的標準，有關修改預期將影響成功申請人和工人的數目。新加坡外籍建築工人的工作許可證數目由2013年的318,900名工人減少至2017年的284,900名工人，複合年增長率為-2.8%。此可能會使新加坡室內裝修公司在僱用外籍工人方面面臨營運限制，從而阻礙整體室內裝修市場的增長及發展。

● 周期性工業性質影響建築工程的需求

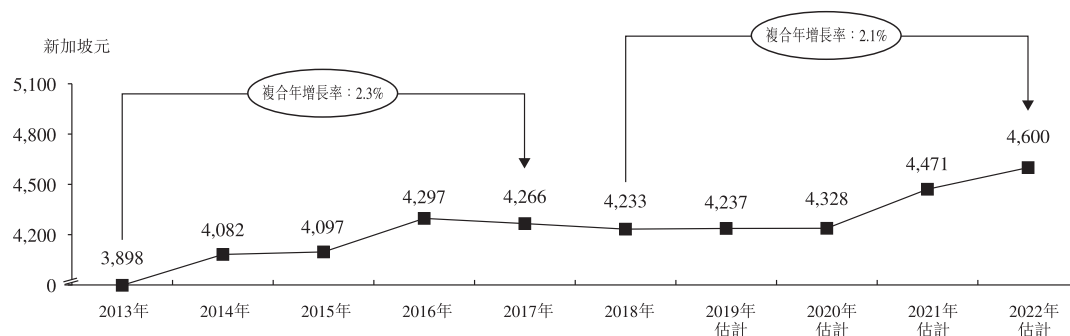
建造業被視為一個週期性行業，因為它受到業務周期和當前宏觀經濟前景、政府政策和市場猜測的影響。因此，當發生經濟衰退時，會為室內裝修服務行業帶來不確定性。一旦市場出現經濟衰退，對相關建築工程的需求將會降低，因此，行業從業者就經濟衰退制定應急計劃至關重要。

成本結構分析

室內裝修業工人的平均月薪由2013年約3,898新加坡元穩定增長至2017年約4,266新加坡元，複合年增長率為2.3%。增長主要由於2013年至2014年室內裝修業快速增長對工人重大需求，而由於2015至2016年期間經濟增長及建造業發展放緩，室內裝修業工人的平均月薪增長率溫和下跌。

由於新加坡建造業工作許可證持有人的限制，新加坡建築工人的工資水平預期將於2018年至2022年按複合年增長率2.1%進一步提高。

室內裝修業工人的平均月薪(新加坡)，2013年–2022年估計



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

室內裝修主要材料(包括玻璃、大理石及天花板材料)的價格指數於過去五年均錄得增長，複合年增長率分別為1.0%、4.7%及0.9%。

主要材料價格上漲意味著新加坡室內裝修業的增長。隨著建築工程需求上升，室內裝修主要建築材料的價格指數預期於不久將來將會相應上漲。

室內裝修主要材料的價格指數(新加坡)，2013年–2022年估計

2013年=100	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2022年 估計	複合年增長率 2013年–2017年	複合年增長率 2018年–2022年 估計
玻璃	100	101.3	101	103.3	104.1	104.8	108.2	1.0%	0.8%
大理石	100	101.4	113.6	119.4	120	123.4	138.7	4.7%	3.0%
天花板材料	100	90.3	80.8	77.6	103.7	104.7	108.9	0.9%	1.0%

資料來源：建設局

新加坡的競爭格局

排名及市場份額

新加坡室內裝修業被認為具競爭，約有1,500名市場從業者，相對分散，五大市場從業者佔2017年市場份額的11.0%。按收益計算，本集團是新加坡室內裝修市場的第三大從業者，佔市場份額的2.2%。下表載列於2017年按收益計算的五大室內裝修承建商排名及彼等的市場份額。

按收益計算知名室內裝修承建商的排名及市場份額(新加坡)，2017年

排名	公司	於2017年的 估計收益 (百萬新加坡元)	於2017年的 概約市場份額	公司概述
1	公司A	98.3	2.9%	一家於新加坡專門從事室內裝修和加建及改建工程的私營公司。
2	公司B	81.1	2.4%	一家提供物業和建築服務，包括室內裝修和工程服務的私營公司。
3	本集團	74.9	2.2%	本集團專注於新加坡室內裝修工程。
4	公司D	69.1	2.0%	一家於新加坡為各行業提供室內裝修解決方案和製造業務的新加坡上市公司。
5	公司E	52.3	1.5%	一家業務分部包括零售和企業室內裝修、展覽和主題及其他營銷業務的新加坡上市公司。
	五大總計	375.7	11.0%	
	市場規模總額	3,400.5	100%	

資料來源：弗若斯特沙利文

競爭概覽

聲譽、符合指定要求的能力和良好的行業專業知識以及於大型項目的良好往績記錄是新加坡室內裝修業挑選承建商的關鍵標準。能夠提供室內裝修解決方案和相關工程(如MEP工程)的市場從業者是新加坡客戶的首選。MEP工程與樓宇發展項目較後期的室內裝修工程有關。因此，工程設計能力、市場知識和技能通常適用於室內裝修和MEP工程領域。更重要的是，參與室內裝修和MEP工程讓承建商能夠更多參與整個項目的總體規劃，增加取得合約的可能性。

行業概覽

新加坡市場對MEP系統的維修和保養需求相對穩定，原因為項目擁有人傾向於維持支出確保物業所安裝的MEP系統的安全性和功能性，因此有關支出的水平不太可能受到整體建造業和整體經濟狀況的影響。

隨著項目複雜性增加，室內裝修服務供應商正在擴展其服務範圍，以達到客戶不斷提高的期望。由於市場正在發展至成熟階段，領先市場參與方正在透過垂直整合及多樣化項目組合尋求擴展機會。若干室內裝修服務供應商收購生產或加工設施，發揮經營效率。借助垂直整合業務模型，室內裝修服務供應商能更有效地控制生產成本及產品質素，並更快地回應市場需求。具體而言，該優勢為市場參與方提供無可比擬的能力，以此驅動收益增長及擴張市場份額。於新加坡擁有自身的生產或加工設施的室內裝修服務供應商數目有限。

入行門檻

- 初始資金需求

室內裝修承建商必須擁有大量的初始資金以滿足運營需求。有關資金對分包商、供應商和製造商的預付款項及按金非常重要。未能及時付款可能會延誤項目進度並影響承建商的可靠性。此外，承建商亦可能需要若干金額的資金向客戶發出履約保證金。因此，沒有足夠現金流量的新進入者可能因此於維持在此行業經營方面遇到困難。

- 完善的網絡

室內裝修承建商通常與主要客戶（例如主要專業顧問及建築承建商）建立業務關係。由於與客戶建立了長遠的合作夥伴關係，部份承建商名列該等專業諮詢和建築承建商的首選招標名單上，並符合資格提交標書。此外，其他承建商可以通過他們於新加坡的本身網絡獲得服務合約。因此，新進入者可能需要額外的努力和時間向客戶取得業務。

- 行業聲譽和專業知識

具有豐富市場經驗的行業專業知識是挑選室內裝修承建商時的主要考慮因素之一。於不同行業擁有良好往績記錄的知名承建商通常較其他行業從業者擁有優勢，從而提高了項目評分的機會。因此將成為新市場進入者的障礙，因為可能需要若干時間招聘有經驗的僱員及培訓新員工。