

行業概覽

本節載有取自政府官方刊物及業界來源之資料以及弗若斯特沙利文之委託報告(弗若斯特沙利文報告)。我們相信資料來源恰當，並在摘錄及轉載該等資料時已力求審慎行事。我們並無理由認為資料在任何重大方面失實或存在誤導成份，或當中遺漏任何事實致使其失實或存在誤導成份。資料未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或彼等任何聯屬人士或顧問或參與[編纂]的任何其他一方獨立審核，對其準確性亦不發表任何聲明。

弗若斯特沙利文編製的委託報告及資料來源

我們已委託獨立市場研究及諮詢公司弗若斯特沙利文對(其中包括)2014年至2024年期間的中國板式家具出口市場及美國板式家具進口市場進行分析及編製報告，於本文件內稱為弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文就編製及使用弗若斯特沙利文報告向我們收取總額人民幣880,000元的費用，我們認為該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，全球設有40間辦事處並擁有超過2,000名行業顧問、市場研究分析師、技術分析師及經濟師。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、企業最佳常規諮詢、培訓、顧客研究、競爭情報及企業策略。

弗若斯特沙利文的獨立研究包括自各種來源取得的有關中國及美國板式家具市場的一手及二手研究。一手研究涉及與領先行業參與者及行業專家進行深入訪談。二手研究涉及基於弗若斯特沙利文自有研究數據庫審閱公司報告、獨立研究報告及數據。預測數據參考特定的行業相關因素，取自以宏觀經濟數據繪製的歷史數據分析。因此，董事相信在本節披露的未來預測及行業數據並無偏頗或誤導。載於本節內的所有數據及預測來自弗若斯特沙利文報告、不同政府官方刊物及其他刊物。

在編彙及編製研究時，弗若斯特沙利文假設相關市場的社會、經濟及政治環境於預測期內可能會維持穩定，確保板式家具市場穩步健康發展。此外，弗若斯特沙利文根據以下基礎及假設編製預測：(i)中國及美國經濟未來十年很可能維持穩定增長，於預測期內的國家社會、經濟及政治環境很可能維持穩定；(ii)中國的板式家具出口市場及美國板式家具進口市場預期根據對經濟體的宏觀經濟假設增長；(iii)主要行業驅動因素，包括：可支配收入提高、於板式家具市場的投資增加以及美國及中國政府的有利政策。弗若斯特沙利文報告內的市場規模及預測模式已考慮以下參數：(i)中國及美國於2014年至2024年的國內生產總值價值及國內生產總值增長率；(ii)中國及美國於2014年至2024年的家具市場及板式家具市場的收益及出口額；及(iii)中國板式家具市場的五大從業者於2019年的出口額。

本節所載的過往市場資料涵蓋截至2019年12月31日止五個年度，原因是於最後可行日期未能取得此後期間的有關資料。董事經作出合理調查後確認，自2019年12月31日起直至最後可行日期，市場資料概無重大不利變動可能使本節資料的不符、相互矛盾或對任何重大方面造成影響。

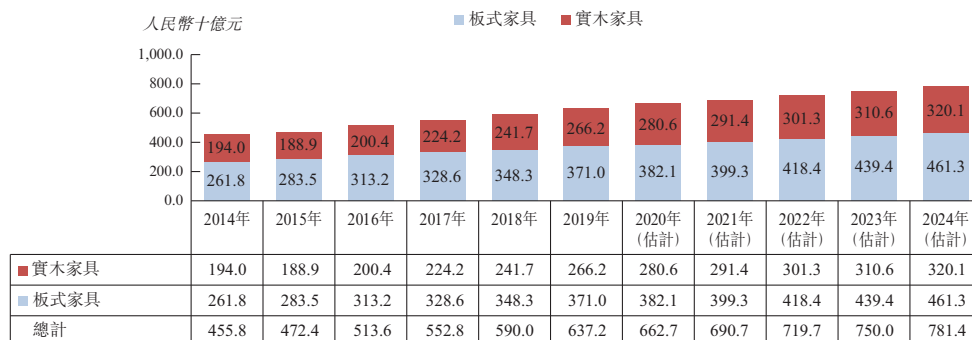
中國板式家具市場

隨著中國穩定的宏觀經濟環境持續增長的收益，中國木業家具市場總量於2014年至2019年間穩步增長，估計於2024年達至人民幣7,814億元。隨後幾年，板式家具市場的增長將趨於穩定，2019年至2020年的年度增長率為3.0%及2020年至2024年複合年增長率為4.8%。

行業概覽

中國木製家具市場的市場規模明細，2014年至2024年(估計)

複合年增長率／增長率	2014年至2019年	2019年至2020年(估計)	2020年至2024年(估計)
總計	6.9%	4.0%	4.2%
板式家具	7.2%	3.0%	4.8%
實木家具	6.5%	5.4%	3.3%



資料來源：弗若斯特沙利文報告

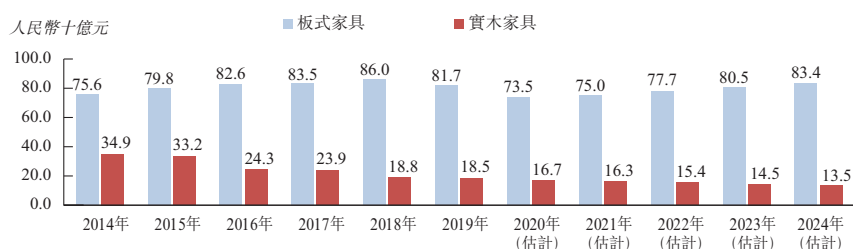
中國板式家具出口市場

中國的家具出口額由2014年的約93,378.0百萬美元增至2019年的約99,499.8百萬美元，複合年增長率約為1.3%，顯示出中國整體家具市場的強大製造能力。中國家具產品於2019年出口至210多個國家及地區。

於2014年至2019年，美國仍為中國最大的家具出口國，價值由2014年的約24,175.3百萬美元增至2019年的約27,663.9百萬美元，日本在同期自中國進口的家具價值方面緊隨其後。

中國出口木製家具市場貿易價值明細，2014年至2024年(估計)

複合年增長率／增長率	2014年至2019年	2019年至2020年(估計)	2020年至2024年(估計)
板式家具	1.6%	-10.0%	4.2%
實木家具	-11.9%	-10.0%	4.8%

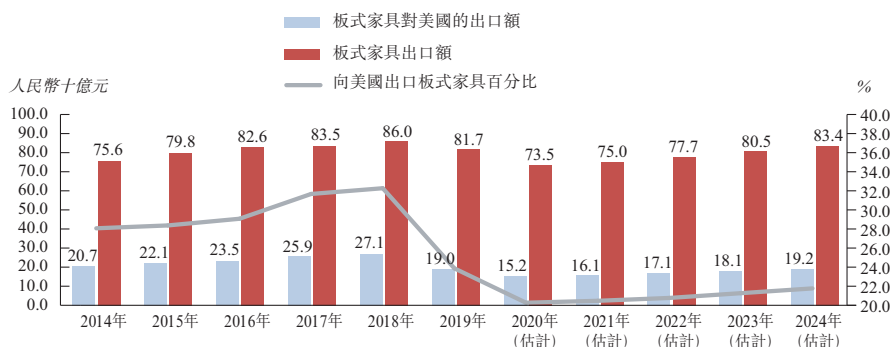


資料來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

中國板式家具市場出口貿易額及出口至美國百分比，2014年至2024年(估計)

複合年增長率／增長率	2014年至2019年	2019年至2020年(估計)	2020年至2024年(估計)
出口額	1.6%	-10.0%	3.2%
出口至美國	-1.7%	-20.0%	6.0%



資料來源：弗若斯特沙利文報告

按貿易值計量的中國板式家具的出口額由2014年的約人民幣756億元增至2019年的約人民幣817億元，複合年增長率為約1.6%。於2019年，中國板式家具對美國的出口額佔中國板式家具出口市場份額約19.0%。板式家具出口的增長率高於實木家具乃由於(i)板式家具產品因成本低於實木家具而擁有價格優勢；(ii)產品質量穩定性較高，如水分密度不穩定或其他氣候條件可能導致實木家具出現裂紋及其他損害；(iii)板式家具相對容易拆卸及壓縮大小降低運輸板式家具至海外客戶的難度及成本；及(iv)消費者更傾向於低成本但設計時尚以及適應不同市場需求的更加靈活的產品設計。因此，板式家具在海外市場更為暢銷。儘管如此，由於中美貿易戰，中國向美國的板式家具出口值於2019年下降。該減少亦因部分板式家具製造商亦將彼等之部分生產線轉移至鄰近東南亞國家(如越南)，該等國家的勞工成本較中國相對為低，且該地區與境外國家之間並無重大貿易摩擦。由於COVID-19疫情將導致中國及美國的業務暫時關閉及物流網絡中斷，預計2020年出口值將進一步下降。估計2020年到2024年中國板式家具出口市場將逐步恢復並保持緩慢增長，複合年增長率約為3.2%。

競爭格局

中國板式家具出口市場高度分散，其特點是2019年中國約有2,000家板式家具出口商，競爭激烈，佔2019年中國家具製造商總數約33.5%。2019年中國五大板式家具出口商的綜合出口額僅佔中國板式家具出口總額約5.73%的市場份額。2019年，我們在中國的板式家具出口市場佔有約3.92%的市場份額，按出口額計為2019年中國最大的板式家具出口商。

行業概覽

2019年中國板式家具市場按出口額計的排名

排名	名稱	主營業務	2019年出口額 (人民幣 百萬元)	按出口額劃分 的市場份 額(%), 2019年
1	本集團	板式家具製造商及出口商	3,200.6	3.92%
2	A公司	板式家具製造商及出口商	720.0	0.88%
3	B公司	高端板式家具研發、生產及出口	365.5	0.45%
4	C公司	桌椅及現代風格板式家具生產商及出口商	230.5	0.28%
5	D公司	桌椅及現代風格板式家具生產商及出口商	162.5	0.20%
		前五總額	4,679.1	5.73%
		其他	77,020.9	94.27%
		總計	81,700.0	100%

資料來源：弗若斯特沙利文報告

根據弗若斯特沙利文報告，海外零售連鎖店傾向於自在彼等過往合作中可提供優質產品的若干供應商採購板式家具產品。彼等通常與其認可的供應商保持穩定及長期的業務關係，因為其採用嚴苛及嚴格的程序選擇供應商，因此轉向新供應商的成本較高。由於我們與海外零售連鎖店建立了穩定及長期的合作關係，且我們在提供優質板式家具產品方面享有盛譽，因此相較其他市場參與者，我們在中國板式家具市場上具有競爭優勢。

我們認為我們的競爭對手主要為位於中國的其他家具製造商。此外，我們亦可能面臨來自越南及馬來西亞等東南亞附近地區的外國家具製造商的競爭。董事認為，我們主要在良好的往績記錄、製造業務的垂直整合、產品設計及開發能力、產品種類、多元化銷售渠道、產能規模、產品質素及提供符合嚴格國際標準的優質產品的能力、價格及具有深入的行業知識經驗豐富的管理團隊等方面較競爭對手存在優勢。特別是，我們認為我們的產品設計、開發及製造能力以及垂直整合的製造系統使我們能夠以穩定的家具產品供應和相對有競爭力的價格為客戶提供全面製造解決方案，使我們的競爭優勢超過我們的競爭對手。

根據弗若斯特沙利文報告，與其他類型的板式家具相比，因易組裝及處置的特徵而傾向於具有較短生命週期的組裝產品等板式家具被視為快消品。設計符合最新市場及時尚潮流的板式家具產品，滿足最終用戶的動態需求，是中國板式家具製造商的另一個競爭焦點。由於越來越多的參與者正處於從原設備生產到原設計生產的轉型過程，市場參與者加強自身的研發和設計能力以製造能夠在市場中脫穎而出的產品日漸重要，從而吸引下遊零售商及最終用戶的注意力。與其他須從供應商採購原材料的板式家具製造公司不同，為把握住製造業務垂直整合的益處以及獲得我們主要生產材料的穩定供應以生產我們的板式家具，我們亦生產刨花板、鋼管、塑料管及塑料部件主要用於我們自身的生產用途。因此，我們能夠降低整體營運成本，原因是我們可避免上游供應商原材料價格上漲等問題，從而使我們能夠以更有效的方式經營。

對於來自東南亞通常以較低的成本享有充裕的勞動力供應的工廠的競爭而言，我們認為我們在員工的技能及技術知識以及我們毗鄰主要生產材料供應商生產設施的戰略位置方面與該等工廠保持競爭力。有關我們競爭優勢的進一步資料，請參閱「業務 — 競爭優勢」一節。

行業概覽

中國板式家具製造業的主要准入門檻

一般而言，板式家具製造業的准入門檻相對較低，但為了成為業內的主要參與者並與國際採購商建立業務關係，維持可能需要大量資本投資的大規模經營實屬必要。以下載列中國板式家具製造業的主要准入門檻：

研發能力：研發能力是板式家具產品質量及設計方面的決定性因素。隨著生活水平的提高和消費者對時尚潮流的追求，終端用戶的需求在產品功能、設計、質量等方面變幻莫測。因此，需要強大的研發能力緊貼不斷變化的市場需求。然而，市場中的新參與者由於可能缺乏專業人才和經驗而存在能力不足。

渠道障礙：廣泛的銷售網絡對於板式家具製造商而言至關重要，由於是建立分銷渠道可幫助公司獲得豐富的客戶資源及與大型零售商的合作機會，這可能會對公司的整體盈利能力造成影響。然而，建立廣泛的銷售渠道短時期內不可能實現，將需消耗大量的時間及精力。此外，由於缺乏市場經驗和品牌知名度，新進入者無法輕易獲得良好的分銷渠道資源。

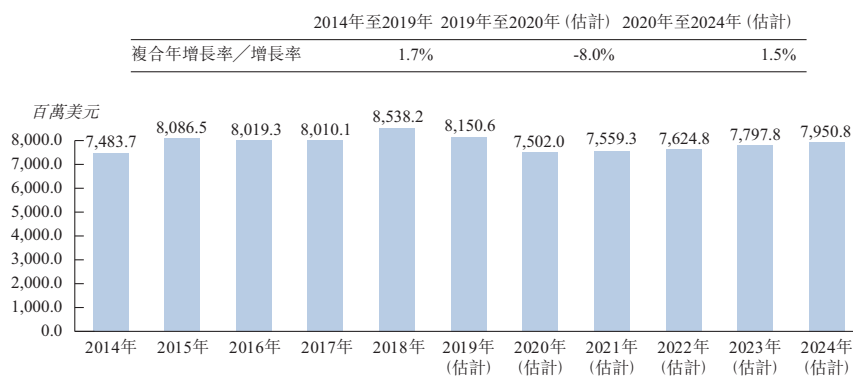
資本投資：為了成為業內的主要參與者並與國際採購商建立業務關係，維持可能需要大量資本投資的大規模經營實屬必要。此外，由於該等國際採購商需要確保持續供應產品質量始終如一的产品，製造商將需遵守該等國際採購商規定的年度審查程序，以成為彼等認可的供應商之一，這對新進入者而言門檻相對較高。

管理能力：擁有具備深入了解市場動態及趨勢有效的管理團隊，確保公司整個業務流程的有效協調。就大型市場參與者而言，彼等已意識到先進管理和運營機制的重要性，這有助於製定戰略計劃以維持公司的競爭力。缺乏上述管理意識的新進入者或中小型公司可能會被市場淘汰。

中國板式家具出口市場的主要推動因素

美國進口板式家具的穩定增長率：儘管受經濟衰退的負面影響，由於美國板式家具的價格競爭力及住房市場回暖，美國的板式家具零售市場現在正以穩定的速度增長。因此，預計美國對進口板式家具的需求於未來將會增加。由於全球化及不斷轉向低本地區，美國進口板式家具的貿易額由2014年的約7,483.7百萬美元增至2019年的約8,150.6百萬美元，複合年增長率約為1.7%。為防止COVID-19傳播，眾多工廠及商店被暫時關閉，因此美國進口板式家具的貿易額自2020年以來已呈下降趨勢。預計2019年至2020年間美國的進口板式家具市場將下降，且預期於2020年至2024年會緩慢復甦，複合年增長率約為1.5%。

按貿易值劃分美國進口板式家具市場的市場規模，2014年至2024年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

由中國向不同國家進口板式家具的預期增長：預計各國對中國進口板式家具的需求將持續增長。例如，中國板式家具出口至澳大利亞及荷蘭(按貿易價值)預計將由2019年至2020年以複合年增長率約4.5%及5.4%增長。此外，由中國向南非出口板式家具於2014年至2019年以複合年增長率約為16.4%錄得大幅增長，預計此類需求將於可預見的未來繼續增長，主要原因乃南非目前的製造能力無法滿足當地對板式家具消費的需求。預計中國向南非出口的板式家具於2019年至2020年以年度增長率20.0%及2020年至2024年以複合年增長率約30.0%進一步增長。

市場集中度：隨著時間的推移，美國的板式家具市場愈發集中，沃爾瑪、Ashley、宜家及Williams-Sonoma等主要零售商佔據了大量市場份額。大型零售商與家具產品供應商維持穩定的關係且不願意換成新的供應商。板式家具的出口商與零售商建立穩定的關係以維持其市場份額至關重要。

快速增長的在線渠道：在線商店正成為板式家具零售市場增長最快的渠道，眾多公司正在加大對在線零售店的投入力度。受益於板式家具的在線購物，消費者可享受免費送貨、安裝及當日收貨等服務。在線渠道的發展將刺激美國對板式家具的需求，從而推動板式家具產品的進口。

政府的支持性政策：在一帶一路倡議的推動下，中國商品出口總值在連續兩年錄得下降後於2016年至2019年間出現復甦。對東南亞地區、歐洲國家及美國等海外國家的出口總值呈現上升趨勢。例如，作為中國家具出口主要地區之一的廣東省，向一帶一路區域的65個國家或地區的家具出口總值同比增長率約為4.1%。此外，江西省為了進一步加強家具出口方面的優勢，地區政府於2017年12月成立了國際貿易促進委員會，收集包括各類海外零售商及供應鏈服務供應商、家具展覽等信息，以協助當地的板式家具製造商擴大其海外銷售網絡。

中國板式家具出口市場的挑戰

分銷關係障礙：與美國主要零售商建立及維持穩定分銷關係的能力為板式家具出口業務長期發展的關鍵。建立穩定的分銷渠道，例如傳統店舖、設計師及百貨商店，需要大量的成本。此外，建立銷售網絡的資源需要在一段時間內積累，並可能成為新的板式家具出口公司出口產品至美國及其他海外市場的障礙。

法規障礙：於2016年12月，環境保護局公佈了減少國內生產或進口至美國的若干木製品的甲醛釋放量風險的最終規則。其設定了低排放限值，並建立了第三方認證體系測試及監督進口複合木製品(包括刨花板、中密度纖維板及硬木膠合板)的甲醛釋放量。該標準要求業務覆蓋美國的中國製造商採用嚴格的生產標準，以確保產品質量，並確保產品符合相關的出口標準。對於缺乏先進技術的新入行公司及小型製造商可能無法滿足嚴格要求標準，並發現難以進一步開拓海外市場。

來自其他東南亞國家的競爭日益激烈：由於中國的生產成本不斷增加，預計越南等周邊地區的板式家具製造商競爭將愈發激烈。由於競爭激烈，預計中國向東南亞國家的板式家具出口未來將呈下降趨勢。2019年中國向新加坡及馬來西亞的板式家具出口貿易價值分別約為118.4百萬美元及171.9百萬美元，預計中國向新加坡及馬來西亞的板式家具出口額於

行業概覽

2019年至2020年以年度增長率-40.0%及-10.0%，其後於2020年至2024年將分別按約-10.0%及1.7%的複合年增長率增長。

嚴格的环境合規：中國政府已頒佈一系列有關整體家具製造業環保的措施，以保障板式家具市場的可持續發展。此外，歐洲國家等外國政府亦根據有害化學品的程度更新了有關家具產品進口的相關規定。因此，為符合國內外市場嚴格的环境合規性，板式家具製造企業必須採取有效措施，如升級設備及採用先進製造技術降低相關化學品比例，從而導致營運投資升高，給板式家具製造商帶來壓力。

中國板式家具未來出口至美國市場的機會

美國的經濟增長

美國的名義國內生產總值由2014年的約174,276億美元增長至2019年的約214,347億美元，複合年增長率約為4.2%。2015年及2016年的低增長率約2.8%為消費者支出下降和美國出口市場放緩的綜合影響所致。根據國際貨幣基金組織的數據，自2020年到2024年，美國的名義國內生產總值預計將錄得增長，到2024年將達至約249,424億美元，複合年增長率約為3.4%。2019年至2020年的年度增長率估計為1.8%。

由於經濟環境穩定，美國的人均可支配收入從2014年的約40,861.0美元穩步增長至2019年的約50,550.0美元，複合年增長率約為4.3%。金融危機後，美國的經濟環境正處於復甦階段。因此，人均可支配收入在不久的將來可能保持穩定增長，到2024年達約60,910.4美元，2020年至2024年的複合年增長率約為4.0%，而2019年至2020年的年度增長率估計為3.0%。穩定的人均可支配收入通常表明人們對改善生活水平的持續需求，包括購買家具以優化內部環境的需求，例如選擇甲醛含量較低的木製家具或購買可減少佔用空間的板式家具。

美國消費品銷售額在2014年至2019年期間穩定增長，從2014年的約52,115億美元增加到2019年的約62,352億美元。按照世界各地按消費品整體銷售額計，美國在2017年之前保持領先地位，於2017年首次被中國超越。近期，年輕一代越來越青睞便於組裝的經濟型家具，如板式家具，該情況表明，市場對不同類型的板式家具需求強勁，特別是組裝家具。

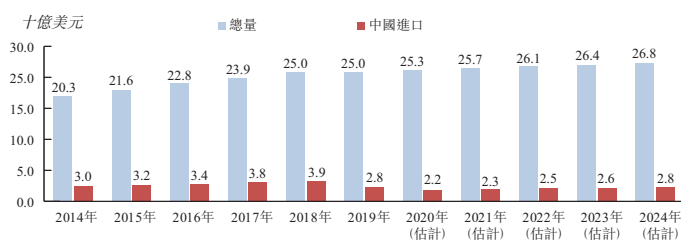
儘管中美貿易戰升級導致2019年中國出口至美國的木製家具的出口額較2018年下降，預計中國板式家具出口市場將於可預見未來逐漸恢復及估計日後出口額將維持穩定增長。

行業概覽

美國板式家具市場

按收益劃分的美國板式家具市場規模，2014年至2024年(估計)

複合年增長率/增長率	2014年至2019年	2019年至2020年(估計)	2020年至2024年(估計)
總計	4.3%	1.2%	1.5%
中國進口	-1.4%	-21.4%	6.2%



資料來源：弗若斯特沙利文報告

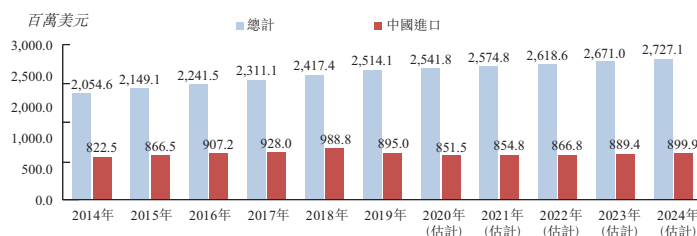
按美國收益計算，板式家具的市場規模從2014年的約203億美元穩步增長至2019年的約250億美元，複合年增長率約為4.3%，主要是由於年輕一代對經濟實惠家具的需求日益增加以及追求組裝及低維護家具的趨勢上升。隨著技術的進步，製造效率不斷提高，2020年至2024年該趨勢很可能會持續。預計2024年美國板式家具市場規模將達約268億美元，自2020年起複合年增長率約為1.5%。

由於中國板式家具的價格競爭力，中國一直為美國的進口板式家具的最大進口國。於2019年，中國進口板式家具的貿易額為28億美元，佔美國板式家具市場總額的約14.7%。然而，中國的板式家具出口自2019年起一直受中美貿易戰的影響，導致2018年至2019年下降約28.2%。同時，預計2020年出口至美國的中國板式家具市場規模將因COVID-19的影響繼續下降。然而，儘管中美貿易戰及COVID-19疫情的演變存在不確定性，中國進口板式家具的貿易額於可見未來有望恢復，乃由於美國長期以來一直倚賴從中國進口板式家具，而且與美國本土製造的板式家具相比，即使美國加徵關稅，中國的板式家具仍具價格競爭力。

美國組裝家具市場

按收益劃分的美國組裝家具市場規模，2014年至2024年(估計)

複合年增長率/增長率	2014年至2019年	2019年至2020年(估計)	2020年至2024年(估計)
總計	4.1%	1.1%	1.8%
中國進口	1.7%	-4.9%	1.4%



資料來源：弗若斯特沙利文報告

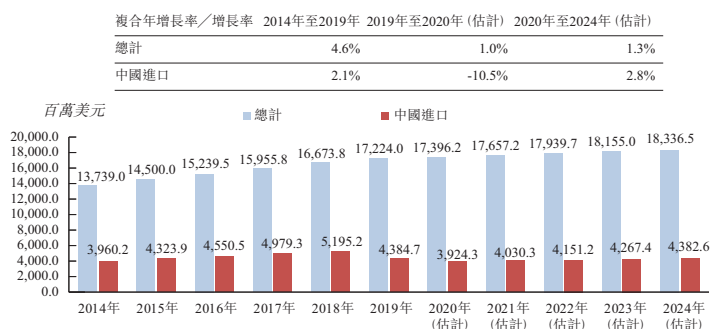
美國組裝家具市場的市場規模從2014年約2,054.6百萬美元增加到2019年的約2,514.1百萬美元，複合年增長率約為4.1%。由於組裝家具與即用家具相比，其價格優勢及高度可定制性愈發受青睞，與板式家具相比，美國組裝家具市場的市場規模於2020年至2024年估計將達約2,997.8百萬美元，複合年增長率高達約1.8%，而2019年至2020年的年度增長率為1.1%。

行業概覽

於2019年，中國進口的組裝家具佔美國組裝家具市場總收益約35.6%。2019年至2020年中國進口的組裝家具的收益可能因COVID-19的影響而減少，並預期自2020年起逐漸復甦，2020年至2024年的複合年增長率約為1.4%。

美國軟體家具市場

按收益劃分美國軟體家具市場的市場規模，2014年至2024年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

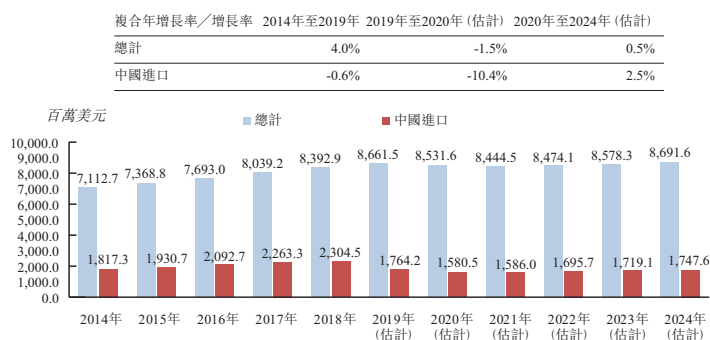
作為勞動密集型行業，美國的軟體家具製造市場很大程度上依賴自其他國家進口以滿足相應增長需求。海外進口產品滿足約40%的國內軟體家具消費。2019年，中國佔美國軟體家具進口總額的約65%，大多數軟體家具製造商均為原始設備生產。就美國軟體家具市場而言，由於其主要進口國家的經濟優勢(例如較低的勞動力成本及優惠的原材料價格)，預計未來對進口軟體家具的倚賴仍會持續。

隨著經濟衰退的逐步復甦及房地產市場的相應回暖，美國軟體家具市場以收益計的市場規模從2014年的約13,739.0百萬美元增長到2019年的約17,224.0百萬美元，複合年增長率約為4.6%。自動化水平不斷提高促使生產效率提高以及原材料及勞動力成本降低。此外，技術進步引領軟體家具綠色化生產，製造過程中釋放的有害物質減少亦已成為市場發展的驅動力。此亦符合消費者對綠色產品日益增長的需求。預期美國軟體家具市場到2024年將進一步增長至約18,336.5百萬美元，2020年至2024的複合年增長率約為1.3%。

於2019年，從中國進口的軟體家具收益佔美國軟體家具市場總額的約25.5%。預期從中國進口的軟體家具收益於2019年至2020年因COVID-19而下滑，年度增長率為-1.5%，其後於2020年至2024年按複合年增長率約2.8%復甦增長。

美國戶外家具市場

按收益劃分美國戶外家具的市場規模，2014年至2024年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

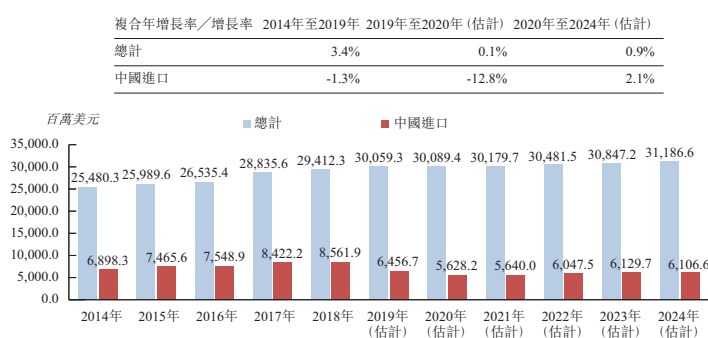
行業概覽

戶外生活空間消費支出的增加為美國戶外家具市場的主要推動因素。戶外家具的目標消費者年齡介乎20至35歲的人數預計將在可預見的未來出現增長，因此推動美國戶外家具市場未來的增長。美國戶外家具市場的市場規模從2014年的約7,112.7百萬美元增長到2019年的約8,661.5百萬美元，複合年增長率約為4.0%。COVID-19的影響導致美國旅行限制、家庭辦公政策以及商店及設施臨時關閉，美國戶外家具市場的市場規模預期於2019年至2020年以年度增長率0.1%及2020年至2024年以複合年增長率0.9%緩慢增長。

於2019年，中國進口戶外家具佔按收益劃分美國總戶外家具市場的份額約為20.4%。中國戶外家具製造商致力於質量控制，以更符合UL4041標準。隨著中國戶外家具質量的提高，預計美國市場的中國進口戶外家具的收益減少將由2020年的1,580.5百萬美元逐漸增長至2024年1,747.6百萬美元，複合年增長率約為2.5%。然而，由於COVID-19的影響，2020年將出現下降，自2019年起的年度增長率為-12.8%。

美國體育及娛樂設備市場

按收益劃分美國體育及娛樂設備的市場規模，2014年至2024年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

美國的體育及娛樂設備市場受個人可支配收入增加及美國體育參與者數量所推動。美國的體育及娛樂設備市場已經顯示出更加注重以技術為導向及更複雜用法的特點。在體育及娛樂設備的製造及設計中採用碳纖維及納米技術等創新材料越來越受歡迎。隨著生產成本的增加和外包的持續增長，進口體育及娛樂設備極大可能成為可預見未來的趨勢。例如，2017年至2018年美國乒乓球設備的進口值已增長約5%。

健身房及健身中心等商業機構日益增長的需求以及消費水平的提高導致美國體育及娛樂設備市場錄得增長。由於業餘乒乓球的普及對台球和桌上足球等娛樂活動的穩定需求將進一步推動市場的發展，市場的增長率預計將在未來保持不變。體育及娛樂設備市場的市場規模按收入計由2014年的約25,480.3百萬美元增長至2019年的約30,059.3百萬美元，複合年增長率約為3.4%。預計2019年至2020年的市場規模受COVID-19影響而縮小，並預期由2020年的30,089.4百萬美元增長至2024年31,186.6百萬美元，複合年增長率約為0.9%。

於2019年，中國進口的體育及娛樂設備收益所佔比例為約21.5%。

板式家具主要原材料於中國的供應

用於生產板式家具的主要原材料為刨花板、MDF(中密度纖維板)及鋼帶。中國刨花板及中密度纖維板的供應一直充足。根據中國國家林業局編製的《中國林業統計年鑒》，刨花板

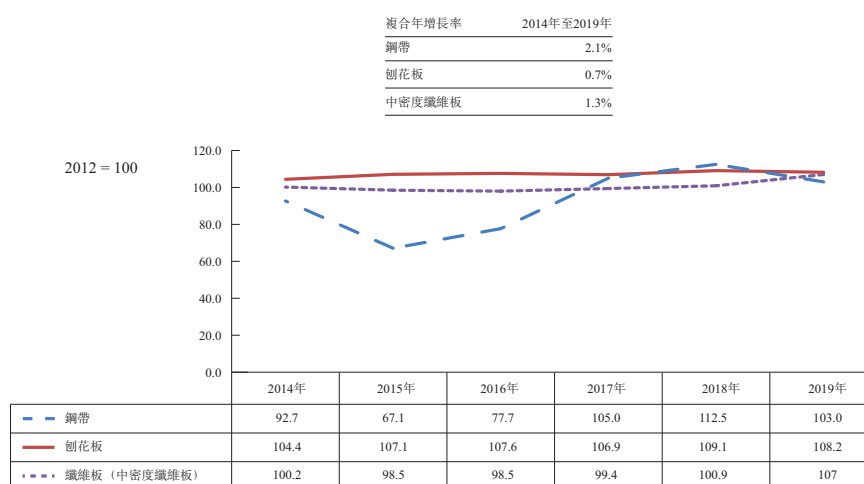
行業概覽

及中密度纖維板的產量自2013年至2018年分別按約7.7%及0.5%的複合年增長率增加，到2018年達約27.3百萬立方米及55.3百萬立方米。此外，2019年中國約有6,000家刨花板供應商。許多該等刨花板製造商一直持續升級其生產設施，以進一步提高生產效率，從而維持其於市場競爭中的業務，繼而進一步增加中國刨花板的供應。另一方面，由於鐵(鋼帶的生產原料)的產量於過去數年維持連續增長，從2014年約589.3百萬噸增加至2018年約651.5百萬噸，中國的鋼帶供應亦十分充足。

主要原材料及板式家具的歷史價格趨勢

主要原材料成本：刨花板價格指數由2014年的104.4上升至2019年的108.2。中密度纖維板及膠合板價格指數下跌乃由於受到中國政府在中密度纖維板和膠合板甲醛含量較低嚴格標準影響的有關工程板短缺所致。中密度纖維板的價格取決於其厚度。較厚的中密度纖維板通常比較薄的貴。鋼帶價格指數於2014年至2019年以約2.1%的複合年增長率上升。2014年至2016年的減少主要是由於中國鋼材供過於求。2017年鋼帶價格指數由於成功實施去庫存已有所回升。

中國製造板式家具的主要材料價格指數，2014年至2019年



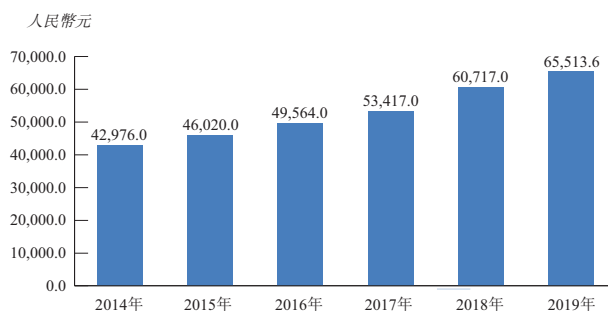
資料來源：中國鋼鐵工業協會，China Tiber Price Index Net，弗若斯特沙利文報告

主要原材料價格的波動在一定程度上會影響板式家具製造商的整體運營成本，但不會對板式家具產品的銷售價格產生顯著影響，原因是板式家具製造商須維持價格穩定性及競爭力，以保持長期市場地位。

勞工成本：根據國家統計局的數據，中國城市製造業員工的年薪從2014年的人民幣51,369.0元穩定增長至2019年的人民幣78,287.6元，複合年增長率約為8.8%，與中國過往數年的穩定經濟發展以及產業轉型相一致。江西省城鎮製造業員工年薪由2014年的人民幣42,976.0元上升至2019年的人民幣66,513.6元，複合年增長率約為8.8%，這與江西省製造業特別是家具業的大幅擴張密不可分。

行業概覽

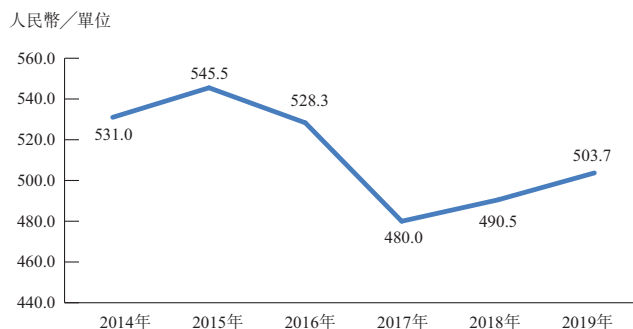
江西省城鎮製造公司員工年薪，2014年至2019年



資料來源：弗若斯特沙利文報告

板式家具價格

中國板式家具平均出口價格，2014年至2019年

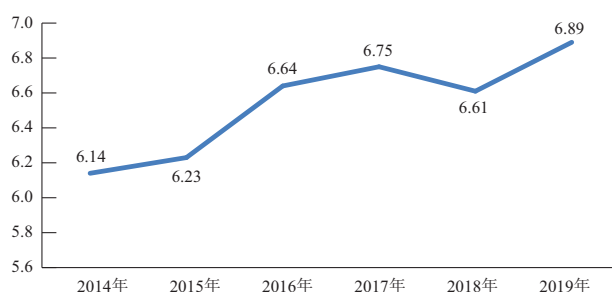


資料來源：中國國家統計局，Trade Map，弗若斯特沙利文報告

中國板式家具的平均出口價格在2014年至2019年期間出現波動，2015年價格達到每件約人民幣545.5元峰值，其後在2017年降至每件約人民幣480.0元，2014年至2019年的複合年增長率約為-1.1%。2015年至2017年的減少主要歸因來自越南等勞動力成本較低的附近地區的激烈競爭。

美元兌人民幣匯率

美元兌人民幣匯率，2014年至2019年



資料來源：中國國家統計局，弗若斯特沙利文報告

2014年美元兌人民幣匯率為6.14，2017年上升至6.75，再於2018年略降至6.61，2014年至2019年的複合年增長率約為2.3%，顯示過往數年人民幣兌美元處於貶值趨勢，為中國的板式家具市場的出口帶來好處。中國出口商在2014年至2017年期間使用美元結算其大部分國際貿易傾向於從貨幣兌換中獲利。