

行業概覽

本節及本[編纂]其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自政府官方刊物、公開市場調查及獨立研究。此外，我們還為[編纂]聘請了獨立的市場研究及諮詢公司灼識諮詢。來自官方來源的資料並未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實，亦概無就有關資料的準確性發表任何聲明。因此，本節所載來自官方來源的資料未必準確，不應過分依賴。

行業資料來源

我們委託灼識諮詢對我們運營所處的市場進行研究，提供分析，並編製灼識諮詢報告。灼識諮詢是一家獨立的市場研究和諮詢公司，為機構投資者和公司提供行業諮詢服務、商業盡職調查及戰略諮詢服務。我們為編寫灼識諮詢報告共產生費用及開支人民幣550,000元。

灼識諮詢利用各種資源開展了一手及二手研究。一手研究包括與主要行業專家及處於領先地位的行業參與者訪談。二手研究涉及分析各種公開數據來源的數據，如國際遊艇設計大賽、歐洲遊艇行業協會、國際貨幣基金組織、海事工業協會、三亞海事局、美國船舶製造商協會、超級遊艇時代、The Superyacht Group等。

灼識諮詢對各相關市場規模的預測考慮了各種因素，其中包括：(i)全球社會、經濟和政治的整體環境在未來十年內有望保持穩定；(ii)相關的主要驅動因素在預測期內可能繼續推動全球遊艇業的增長；和(iii)不存在會對市場形勢產生巨大或根本性影響的極端不可抗力或行業法規。除另有註明者外，本節所載所有數據及預測均來自於灼識諮詢報告。董事經合理審慎行事，確認自灼識諮詢報告發佈之日起，整體市場資料概無發生不利變化，使數據受到重大限制、抵觸或負面影響。

全球宏觀經濟與奢侈品行業概覽

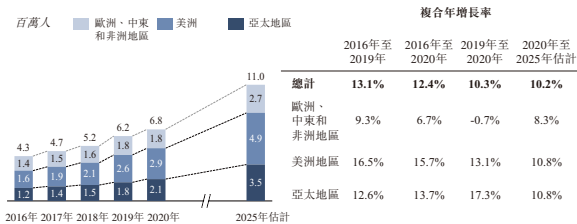
全球富裕人口

儘管受COVID-19疫情影響，超高淨值人士¹及極高淨值人士²總人數繼續分別於2020年增至6.8百萬人及0.2百萬人。歐洲、中東和非洲地區的超高淨值人士及極高淨值人士預期將於2025年增至約2.7百萬人及0.1百萬人，而美洲屆時預期將有約4.9百萬超高淨值人士及0.2百萬極高淨值人士。亞太地區預期於2020年至2025年間在超高淨值人士及極高淨值人士人口增長方面顯示出巨大潛力，於2025年達到約3.5百萬超高淨值人士及0.1百萬極高淨值人士，複合年增長率分別為10.8%及11.6%。

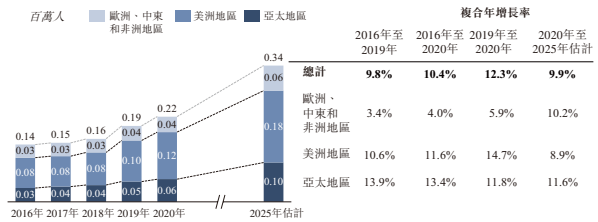
行業概覽

以下圖表說明歐洲、中東和非洲地區、美洲及亞太地區的超高淨值人士和極高淨值人士人數：

超高淨值人士人數，歐洲、中東和非洲地區、美洲及亞太地區，2016年至2025年估計



極高淨值人士人數，歐洲、中東和非洲地區、美洲及亞太地區，2016年至2025年估計



附註：

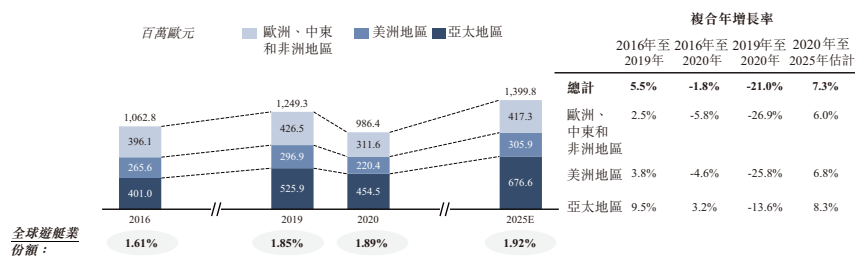
1. 超高淨值人士(VHNWI)為其可投資及流動資產500萬至5,000萬美元的高淨值人士。
2. 極高淨值人士(UHNWI)為其可投資及流動資產超過5,000萬美元的高淨值人士。

資料來源：瑞信2021年全球財富數據手冊、灼識諮詢報告

全球奢侈品業

2016年至2019年，各地區的奢侈品業持續穩步增長，而在COVID-19疫情的影響下，全球奢侈品市場出現暫時性下降。遊艇市場佔全球奢侈品行業份額自2016年以來不斷攀升，並於2020年達到1.89%，預計到2025年將佔全球奢侈品業的1.92%。於不久的將來，歐洲、中東和非洲地區、美洲及亞太地區有望將從這一疫情影響中恢復，並於2020年至2025年期間分別以6.0%、6.8%及8.3%的預計複合年增長率增長。下圖按地區說明2016年至2025年間奢侈品業的市場規模：

奢侈品行業¹市場規模，歐洲、中東和非洲地區、美洲及亞太地區，2016年至2025年估計



資料來源：灼識諮詢報告

1. 奢侈品行業包括(i)個人奢侈品；(ii)奢侈體驗品，包括藝術品、豪華車輛、私人飛機及遊艇、精品葡萄酒及烈酒以及美食；(iii)奢侈體驗，包括豪華酒店、遊艇及精品餐飲。

全球遊艇業概覽

遊艇的定義與分類

遊艇是一種用於水上休閒娛樂的風帆或動力船隻。遊艇的問世可以追溯到十七世紀中葉，而現代全球遊艇業在二十世紀五十年代興起。該行業經歷了七十年代的快速增長後，於九十年代進入成熟的發展期。目前，對遊艇的消費主要集中在歐洲、中東和非洲地區和／或美洲地區的發達國家。

行業概覽

遊艇可按推進方式分為以下幾類：

- **舷內遊艇**：舷內遊艇採用船體內部發動機，該發動機通過穿透船體的軸與螺旋槳相連。與舵輪連接的方向舵系統與推進系統相分離。
- **舷外遊艇**：舷外遊艇採用船體外部發動機（螺旋槳與發動機構成一個整體），包括稱為輕型水上船隻的充氣船，其船舷和船頭由柔性充氣管製成（含加壓氣體）。
- **風帆遊艇**：風帆遊艇將風帆用作主要推進手段 — 而發動機則作為次要推進系統安裝，用於保證安全及在碼頭內挪移船隻。

遊艇可根據其長度和個性化程度進一步劃分為以下類別：

- **複合遊艇(100英尺以下)**：複合船體產品，具有標配功能（因型號而異）。定製程度受限於每個型號可選的配置。
- **專門定製遊艇(100英尺及以上)**：該類遊艇基於預先定義的船體和型號，其內部佈局和配件可以完全改造及定製。此遊艇生產主要使用複合船體。
- **超級遊艇(100英尺及以上)**：完全按照客戶要求的規格設計和定製的作品。此遊艇生產主要使用金屬船體。

遊艇業價值鏈分析



資料來源：灼識諮詢報告

上游：上游板塊是指主要向遊艇製造商提供原材料、內部和外部組件的供應商。為確保供應商完全有能力滿足自身的高要求，遊艇製造商將根據技術能力、聲譽和生產能力來選擇供應商。遊艇製造商經常尋求與主要供應商建立協同關係，以提高產出品質和「合作夥伴」的整體可靠性。

行業概覽

中游：中游板塊涉及到遊艇製造商，大部分增值流程集中於此，通常產生遊艇50%至60%的增量價值。遊艇建造是一項極為複雜的工程，涉及諸多參與方及高額投資。建造一艘現代豪華遊艇的部件數量約在700,000個以上，僅次於建造私人飛機所用部件數量，幾乎是建造豪華轎車部件數量的十倍。遊艇製造開始於模型設計。一旦遊艇製造商完成型號設計，即著手從供應商那裡採購所需的組件，並建造船體和上層建築。之後，遊艇製造商開始組裝階段。鑒於遊艇製造的內在複雜性和挑戰，中游遊艇品牌及製造商借助專門經營者及工匠的專業知識。出於該原因，遊艇製造商傾向於將船廠設在能夠滿足遊艇製造所需全部技能的地區。這些地區大多在歐洲。尤其是意大利，因其北部航海區的卓越技能受到全球認可而脫穎而出。

下游：下游板塊包括遊艇銷售及售後服務。遊艇銷售主要委託予經銷商和經紀。經銷商通常開展100英呎以下遊艇的銷售，而經紀則協助客戶購買更大尺寸的遊艇(100英呎及以上)。客戶也可以直接聯絡遊艇品牌。在完成銷售後，售後服務提供商(既是遊艇製造商本身，也可是專業的第三方公司)，可以提供售後協助及維修、改裝和以舊換新服務，以及為最終客戶提供租賃和船員管理服務。

全球遊艇業的銷售渠道分析

遊艇客戶可以通過經銷商、經紀或直接向遊艇公司的銷售團隊購買。由於大部分遊艇銷售乃通過經紀或經銷商完成，因此遊艇公司必須覆蓋全部三個渠道，以盡量增加銷量。

經銷商：遊艇經銷商既可代表多個品牌，也可代表某個特定品牌。大多數經銷商都與自己所代表的遊艇公司保持著獨家關係。經銷商為小型號遊艇(100英呎以下)的主要銷售渠道。

經紀：專業經紀要麼為經紀公司工作，要麼獨立工作，通過打理遊艇的詳細銷售流程(包括選擇合適的遊艇、談判價格及辦理手續)來賺取佣金。世界領先遊艇經紀協會MYBA(「地中海遊艇經紀協會」)註冊遊艇經紀約有600名。遊艇公司通常與經紀合作，以銷售較大型號的遊艇(100英呎及以上)。

直銷團隊：由於最終客戶在購買過程中通常需要外部專家的支持，因此沒有經銷商或經紀支持的直銷在遊艇業中相對少見。

全球遊艇業市場規模

全球遊艇市場於2016年至2019年期間穩定增長，但在2020年因COVID-19疫情而下降。由於預計超高淨值人士和極高淨值人士將於未來保持穩定增長，加上該等人士於後疫情時代對遊艇的需求快速增長，預計全球遊艇市場將於2020年至2025年期間觸底反彈，於2025年達到268億歐元，2020年至2025年期間的複合年增長率為7.3%。全球疫情叫停了大多數戶外活動，改變了高淨值人士和超高淨值人士的生活方式，增加了他們的

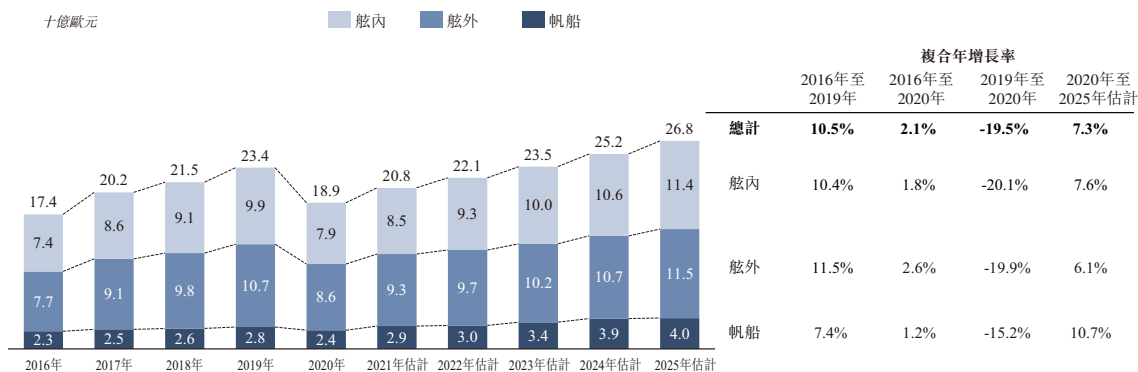
行業概覽

遊艇消費意願。於疫情持續期間，由於鼓勵社交隔離，且遊艇較其他場所能夠提供一個更為私密舒適的場所供消遣時間，越來越多超高淨值人士及極高淨值人士熱衷於體驗遊艇生活方式。此外，疫情的衝擊及餘波已導致超高淨值人士及極高淨值人士十分重視現在的時間，繼而在奢侈品上投入更多作為娛樂方式之一。

遊艇按推進方式可分為舷內、舷外及風帆遊艇。全球舷內遊艇市場規模從2016年的74億歐元增加到2020年的79億歐元，此期間的複合年增長率為1.8%。該市場有望於2020年至2025年期間以7.6%的複合年增長率增長，在2025年達到114億歐元。全球舷外遊艇市場規模於2016年至2020年期間以2.6%的複合年增長率增長，並有望於2020年至2025年期間以6.1%的複合年增長率增長，在2025年達到115億歐元。全球風帆遊艇市場於2016年到2020年期間穩步增長。從2016年的23億歐元增加到2020年的24億歐元，此期間的複合年增長率為1.2%。隨著對生態友好型遊艇的需求不斷增長，全球風帆遊艇市場有望於2020年至2025年期間繼續以10.7%的較高複合年增長率增長，在2025年達到40億歐元。

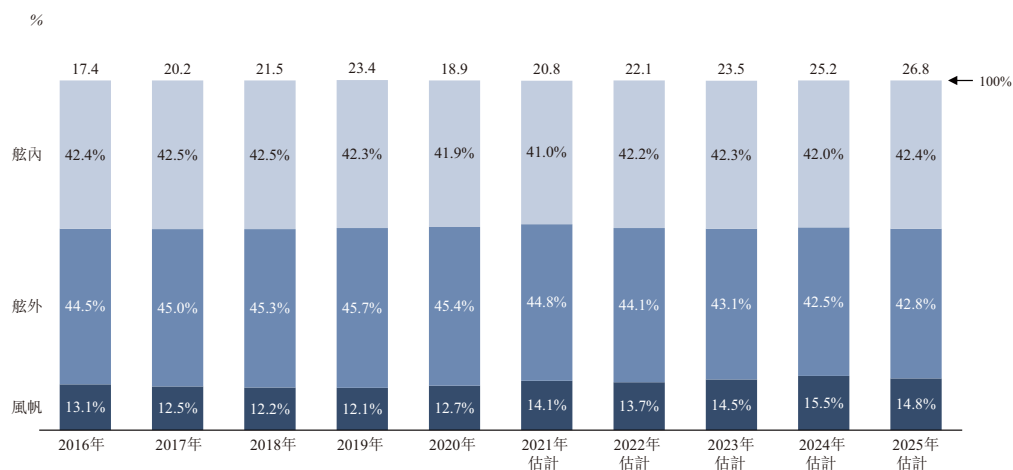
下圖按推進方式說明瞭全球遊艇市場的收益規模：

全球遊艇市場收益規模，按推進方式分列，2016年至2025年估計



資料來源：聯合市場研究、灼識諮詢報告

全球遊艇行業明細，按推進方式分列，2016年至2025年估計



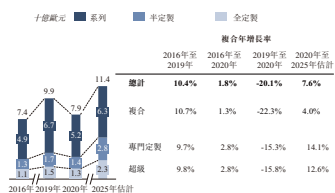
資料來源：聯合市場研究、灼識諮詢報告

行業概覽

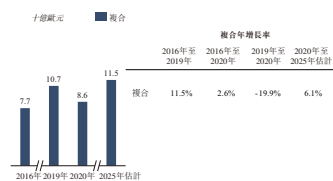
遊艇可按定製程度進一步分為複合材料遊艇、專門定製遊艇和超級遊艇。鑑於越來越多的年輕一代百萬富翁對定製遊艇的興趣漸濃，專門定製和超級遊艇有望在未來幾年變得更加流行。

複合遊艇佔據了舷內遊艇市場、舷外遊艇市場和風帆遊艇市場的最大份額，專門定製遊艇則居次位。複合舷內遊艇於2020年創造收益52億歐元，約佔全球舷內遊艇市場的65.6%。據預測，該市場將於2020年到2025年期間以4.0%的複合年增長率繼續保持擴張，在2025年達到63億歐元。2016年，複合舷外市場創造收益77億歐元，該數字以2.6%的複合年增長率增長，於2020年增加到86億歐元。該市場有望於2025年達到115億歐元，2020年至2025年期間的複合年增長率為6.1%。2020年，複合風帆市場規模增加到14億歐元，於2016年至2020年的複合年增長率為1.0%。據預測，該市場將於2020年到2025年期間以13.7%的複合年增長率擴張，在2025年達到27億歐元。

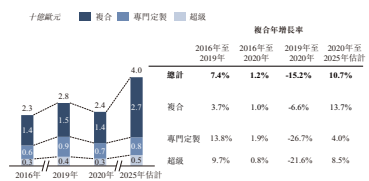
舷內遊艇市場收益規模，按定製程度分列，2016年至2025年估計



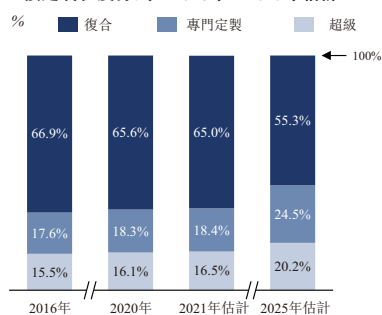
舷外遊艇市場收益規模，按定製程度分列，2016年至2025年估計



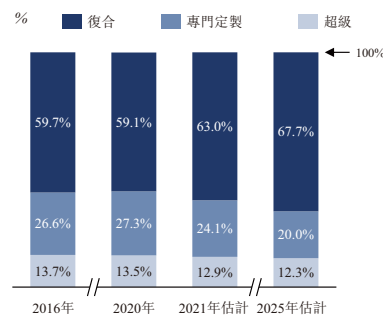
風帆遊艇市場收益規模，按定製程度分列，2016年至2025年估計



全球舷內遊艇行業明細，按定製程度分列，2016年至2025年估計



全球風帆遊艇行業明細，按定製程度分列，2016年至2025年估計



資料來源：超級遊艇時代、聯合市場研究、灼識諮詢報告

全球遊艇業的主要市場驅動因素

根據灼識諮詢報告，以下主要驅動因素促進了全球遊艇業的可持續增長：

- 客戶群不斷擴大：** 超高淨值人士和極高淨值人士是奢侈遊艇市場的主要目標客戶，儘管時局艱難，但近年來該等人士的數量仍持續增長，未來幾年預計繼續增加。遊艇業的績效高度依賴於該等客戶群體的參與，因此隨著客戶群於未來的不斷擴大，遊艇業有望也將迎來穩定的擴張。
- COVID-19疫情之後對遊艇的消費意願會不斷增強：** COVID-19改變了我們目標客戶的生活方式，為推動未來的遊艇需求提供了潛在動力。對於投資生活品質，並與家人密友一起共享的新興需求，在遊艇內生活方式上得以充分體

行業概覽

現，這讓目標客戶能夠私密和安全地旅行，同時為休閒娛樂活動提供了豐富的選擇。該等遊艇購買潮流預計在疫情之後不會消退，會形成一種「新常態」。

- **高端活動越來越多地以遊艇為場地**：遊艇不僅可作為休閒放鬆的「私密島嶼」，還可以展現諸多獨特屬性，如個人標誌或地位、享樂主義和生活品質。近年來，遊艇越來越多地用於高端商務會議及豪華派對，提升了該等活動的價值。這一趨勢有望於未來繼續，最終將會增加遊艇生活方式的流行程度，以及推動對遊艇的消費需求。
- **新興市場的高增長潛力**：新興市場擁有龐大的潛在客戶群，且遊艇生活方式尚不普及，預計將大大推動遊艇業的增長。事實上，即便遊艇普及率相比發達國家較低，但隨著新興市場的遊艇生活方式開始形成，情況有望改觀。例如，在全球極高淨值人士數量居第二位的中國，2019年至2020年的增長率為21.6%。得益於支持性公共政策的實施，遊艇愛好者的數量正在大幅增長。
- **亞太地區主要國家提出的支持政策**：亞太地區多個國家(如中國)已頒佈多項政策支持遊艇行業的發展。例如，自海南自由貿易港登記且具有獨立法人地位的遊艇(航空企業須以海南自由貿易港為主要經營基地)毋須繳納進口關稅、進口增值稅(「**增值稅**」)及消費稅。預期相關政策鼓勵更多專營遊艇公司和外資企業於未來設立遊艇服務、租賃及製造。

中國政府就遊艇業提出的支持性政策

近年來，中國政府提出一系列支持性政策，旨在升級遊艇業基礎設施建設，推動遊艇需求，促進遊艇業可持續發展。未來，相關政策預期鼓勵更多人在中國擁有遊艇，外資企業設立遊艇服務、租賃，甚至是遊艇製造。以下為中國政府就遊艇業提出的一系列不同政策：

政策	頒佈日期	頒佈機構	主要內容
《「十四五」旅遊業發展規劃》.....	2022年1月	中國國務院	<ul style="list-style-type: none">• 推動郵輪及遊艇產業的發展和創新，支持國內製造。• 為進一步支持遊艇產業創新，推進大連、青島、威海、珠海、廈門及三亞等沿海城市建立遊艇試點項目。• 進一步加強遊艇產業基建發展。

行業概覽

政策	頒佈日期	頒佈機構	主要內容
《海南省海洋經濟發展「十四五」規劃》.....	2021年6月	海南省自然資源和規劃廳	<ul style="list-style-type: none"> • 提升海南省遊艇產業達到世界級水平，建立試點區域推進轉型，促進遊艇產業發展創新，建設海南遊艇國際貿易中心 • 進一步完善海南遊艇碼頭基礎設施建設，以建立完善的海南遊艇產業集群為目標，實現年生產價值人民幣200億元以上。
《海南自由貿易港建設總體方案》及《海南自由貿易港「零關稅」及遊艇管理辦法》.....	2020年6月； 2020年12月	海南省人民政府	<ul style="list-style-type: none"> • 為海南自由貿易港指定政策框架，通過實施「零關稅」，實現以自由、有序、安全和便利且來自不同生產要素的跨境流量和現代化工業系統支撐。 • 對在海南自由貿易港註冊登記的進口遊艇，整體減稅約高達63.2%。
《青島市郵輪遊艇帆船碼頭專項規劃》.....	2020年10月	青島市人民政府	<ul style="list-style-type: none"> • 為進一步推動青島市海洋文化、海洋基礎設施及濱海旅遊業的進一步發展，建議發展合共四處郵輪碼頭、55處遊艇帆船碼頭及13處帆船下水點。
《三亞國際遊艇港規劃》.....	2020年	三亞人民政府	<ul style="list-style-type: none"> • 為郵輪和遊艇項目建設提供規劃基礎，並進一步強調了為推動中國遊艇業發展而將於三亞規劃建設的世界級遊艇碼頭的重要性。
《粵港澳大灣區發展規劃綱要》.....	2019年	中國國務院	<ul style="list-style-type: none"> • 更好地協同區內大海和海岸，以更好地開發新島嶼，開設遊艇旅遊目的地，同時增加遊艇觀光遊客的總人數。
《深圳市促進郵輪經濟及粵港澳大灣區海上旅遊發展實施方案(2019—2022年)》.....	2019年	深圳人民政府	<ul style="list-style-type: none"> • 加強國際遊艇旅遊自由港的基礎設施建設，著重建設由中國政府擁有及定價的公共設施，公共遊艇碼頭。鼓勵中國遊艇業基礎設施建設的政策

行業概覽

政策	頒佈日期	頒佈機構	主要內容
《推進遊艇特色小鎮建設建議》.....	2018年	海南省海防與口岸辦公室	• 於2025年前發展八個特色、互通的遊艇小鎮，增加遊艇俱樂部的數量。
《中國(廣東)自由貿易試驗區粵港澳遊艇自由行實施方案》.....	2017年	廣東省人民政府	• 促進營商環境改善，促進跨境貿易，重點簡化遊艇清關程序，提高廣東省與香港、澳門之間的遊艇進出擔保。
各地方政府頒佈《中國製造2025》行動綱要.....	2015年	各地方政府，包括廣東省、山東省及海南省人民政府	• 提出大型豪華郵輪創新及製造發展是海洋工程裝備和高科技船舶製造業的主要戰略目標之一。

全球遊艇業的主要市場趨勢

根據灼識諮詢報告，全球遊艇業的主要市場趨勢包括：

- **行業集中度不斷提高**：隨著科技的進步和品牌影響力的穩步提升，遊艇業的集中度繼續呈現上升趨勢。實際上，受益於廣受認可的品牌形象，市場的逐步整合有利於大型企業。事實上，根據Phil Draper Associates的《New Build Estimate Database》所詳述，前五大遊艇公司在複合及專門定製遊艇領域的市場份額由2018年的約30%增加至截至2021年的43%。
- **對創新科技及生態友好解決方案的研​​究**：除風帆市場因主要由風能驅動而逐步發展為生態友好的解決方案外，舷內、舷外細分市場亦經歷科技創新，如引進高性能超輕材料(如碳纖維、環氧樹脂)以及開發混合推進發動機，以減少其對環境的影響，定位不斷增長、具有環保意識的客戶人群。越來越多遊艇船東意識到傳統遊艇造成的環境污染，主要品牌開始推出混合或電力發動機供能的新能源遊艇型號已成行業趨勢。領先的行業參與者目前宣稱正在投資該類遊艇型號的研發，因此成熟的遊艇公司不會面臨重大風險。
- **追求更高的定製程度**：超高淨值人士和極高淨值人士追求高度差異化的產品，以更好地代表自己的個性和品味，這已成為全球遊艇業最重要的趨勢之一，預計未來將繼續成為主要趨勢。
- **對「一站式」解決方案的需求不斷增加**：擁有一艘遊艇需要很多服務支持，如遊艇維護、修理、改裝和船員管理。由於大多數船東為超高淨值人士和極高淨值人士，他們要求方便的「一站式」解決方案，他們認為這是選擇品牌時的重要購買標準。事實上，越來越多的遊艇公司正在為他們的客戶提供這種「一站式」解決方案。

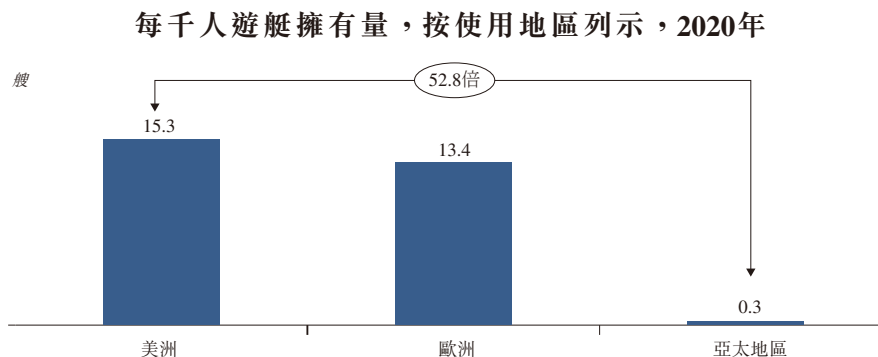
行業概覽

全球遊艇業區域市場分析(歐洲、中東和非洲地區、美洲及亞太地區)

2020年，歐洲每千人中擁有約13.4艘遊艇。美洲取得的數字最高，約為每千人15.3艘，是亞太地區的52.8倍。

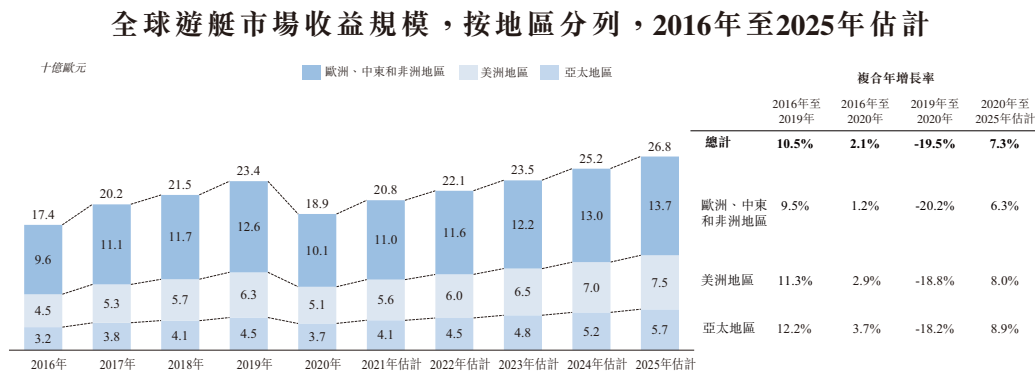
亞太地區市場仍處於初始階段，每千人遊艇擁有量約為0.3艘。隨著後疫情時代人們對奢侈品的興趣越來越深厚，亞太地區的超高淨值人士和極高淨值人士今後預計將增加擁有的遊艇數量。

以下圖表說明瞭歐洲、美洲和亞太地區的每千人遊艇擁有量：



資料來源：歐洲遊艇行業協會、美國船舶製造商協會、海事工業協會、可持續基礎設施與交通部、SweBoat、海洋漁業部、三亞海事局、國際貨幣基金組織、灼識諮詢報告

下圖按產區說明瞭全球遊艇市場的收益規模：



資料來源：聯合市場研究、灼識諮詢報告

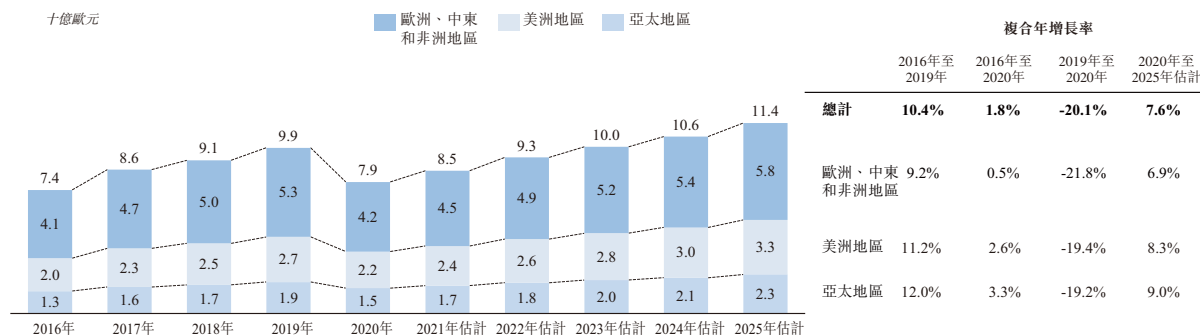
歐洲、中東和非洲地區是世界上主要的遊艇產區，按收益計，於2020年佔全球遊艇市場的53.4%。歐洲、中東和非洲地區的市場規模從2016年的96億歐元增加到2020年的101億歐元，複合年增長率為1.2%。該數字有望於2020年至2025年期間以6.3%的複合年增長率保持上升趨勢，在2025年達到137億歐元。2016年，美洲遊艇製造商創造收益45億歐元，該數字在2020年進一步增加到51億歐元，此期間的複合年增長率為2.9%。該

行業概覽

數字預計將於2025年達到75億歐元，2020年至2025年期間的複合年增長率為8.0%。2020年，亞太地區遊艇製造商創造收益37億歐元，較2016年高出約5億歐元，2016年到2020年期間的複合年增長率為3.7%。同時，該數字有望於2020年至2025年期間保持持續增長，在2025年將達到57億歐元，複合年增長率為8.9%。

以下圖表按舷內遊艇、舷外遊艇和風帆遊艇說明瞭基於產區的市場收益規模：

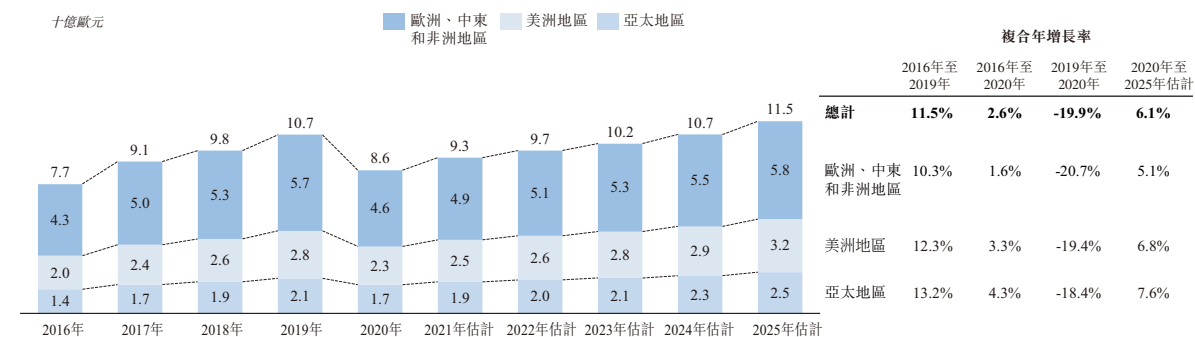
全球舷內遊艇市場收益規模，按地區分列，2016年至2025年估計



資料來源：聯合市場研究、灼識諮詢報告

2020年，歐洲、中東和非洲地區建造舷內遊艇創造收益42億歐元，2016年至2020年期間複合年增長率為0.5%。該數字有望進一步擴大，在2025年達到58億歐元，這意味著2020年到2025年期間的複合年增長率為6.9%。美洲建造舷內遊艇創造的收益從2016年的20億歐元增加到2020年的22億歐元，同期複合年增長率為2.6%。據預測，該數字將於2020年至2025年期間保持持續增長，複合年增長率為8.3%。2020年，亞太地區建造的舷外遊艇創造收益15億歐元，較2016年增加約2億歐元。該數字預計將於2025年進一步達到23億歐元，2020年至2025年期間的複合年增長率為9.0%。

全球舷外遊艇市場收益規模，按地區分列，2016年至2025年估計



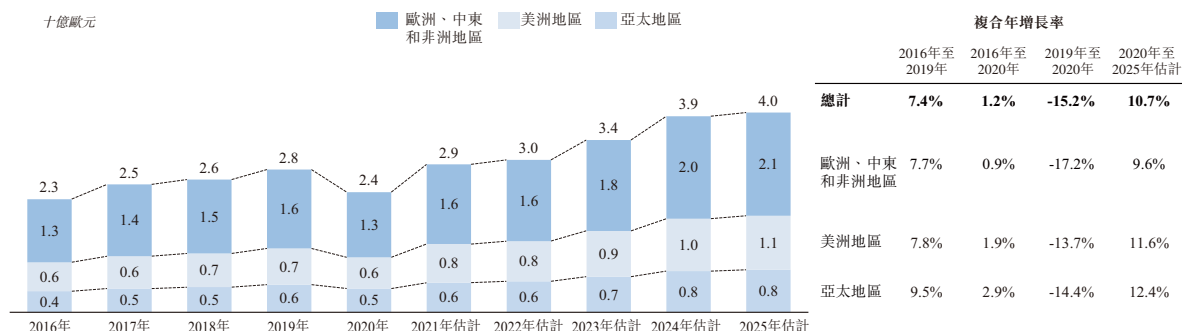
資料來源：聯合市場研究、灼識諮詢報告

2020年，歐洲、中東和非洲地區建造的舷外遊艇創造收益46億歐元，較2016年高出約3億歐元，該期間複合年增長率為1.6%。據預測，該數字將於2020年到2025年期間以5.1%的複合年增長率增長，在2025年達到58億歐元。2016年，美洲地區建造的舷外遊艇

行業概覽

艇創造收益20億歐元，並於2020年擴大到23億歐元，複合年增長率為3.3%。據預測，該數字將於2025年進一步增長到32億歐元，複合年增長率為6.8%。亞太地區建造的舷外遊艇的收益從2016年的14億歐元增加到2020年的17億歐元，複合年增長率為4.3%。該數字有望於2020年到2025年期間以7.6%的複合年增長率保持持續增長，在2025年達到25億歐元。

全球風帆遊艇市場收益規模，按地區分列，2016年至2025年估計



資料來源：聯合市場研究、灼識諮詢報告

按收益計，歐洲、中東和非洲地區是全球風帆遊艇市場的主要產區，其收益於2020年達到13億歐元，2016年到2020年期間的複合年增長率為0.9%。該數字有望於2020年到2025年期間以9.6%的複合年增長率保持強勁增長，在2025年將達到21億歐元。2020年，美洲建造的風帆遊艇創造收益6億歐元。據預測，該數字將於2025年達到11億歐元，2020年到2025年期間的複合年增長率為11.6%。亞太地區建造的風帆遊艇的收益從2016年的4億歐元增加到2020年的5億歐元，複合年增長率為2.9%。據估計，該數字將於2025年達到8億歐元，2020年到2025年期間的複合年增長率為12.4%。

鑑於各地區不同的地理特徵和遊艇文化，這三個地區客戶的購買標準也有所不同。

購買標準	歐洲、中東和非洲地區	美洲地區	亞太地區
購買標準	歐洲、中東和非洲地區有許多高端船舶展，讓人們了解意大利的工藝，提升他們對精緻遊艇的熱衷。歐洲、中東和非洲地區為參與海洋休閒活動的航海愛好者提供了完美的環境。歐洲、中東和非洲地區擁有適合大型遊艇的深水海域。此外，良好的環境和發達的基礎設施也使地中海成為理想的豪華度假地。	美洲擁有漫長的海岸線，每年都會吸引許多遊艇船東前去。此外，在美國，由於對湖泊泛舟感興趣的人頗多，而且與歐洲、中東和非洲相比周圍海域的深度較淺，所以舷外遊艇越來越受歡迎。	儘管在亞太地區，由於缺乏基礎設施，遊艇活動仍處於起步階段，但隨著超高淨值人士和極高淨值人士的大幅增長，未來對遊艇的需求預計將達到令人矚目的高度。
	歐洲、中東和非洲地區的客戶更傾向於提前下單，以便他們能夠參與生產過程，偏好更高的定製程度。	考慮到複合材料遊艇分部，美洲地區的客戶更願意購買存貨產品以避免長時間等待。	亞太地區的客戶剛剛開始對遊艇生活方式產生興趣。基於複合材料遊艇細分市場的特點，亞太地區的客戶更願意購買存貨產品以避免長時間等待。

資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

全球遊艇業價格分析

考慮到品質及品牌溢價，豪華品牌遊艇的定價通常比非豪華品牌高很多。遊艇的價格由其尺寸、定製程度、所用科技以及供求關係決定。近年來，由於原材料和組件成本上漲，遊艇的價格正在上升。由於存在對定製和技術的要求越來越多這一趨勢，遊艇價格預計將於今後繼續上漲。

一般來說，遊艇的製造成本由四個要素組成，按照在總成本的相對權重排序如下：(i)直接材料、(ii)人工、(iii)設計和(iv)管理開支及其他費用。與其他行業相較，由於製造過程所涉的複雜度高、工藝精密，人工佔了較高比重。

原材料(如金屬(鋁、鐵)、複合材料和木材)的價格與整體生產成本呈正比。然而，由於在與供應商和客戶議價時佔據優勢，因此遊艇公司，特別是領先的遊艇公司，所負擔的原材料成本波動風險通常較為有限。

全球遊艇業競爭格局

全球遊艇業競爭格局概覽

全球遊艇業的競爭格局因遊艇類型而異。在遊艇業的各個分部，均有各種不同的領先企業。我們是全球遊艇業的世界領先企業之一。具體而言，我們已確立在舷內複合和專門定製遊艇市場的領導地位，並在較大型遊艇領域不斷擴大影響力，且我們正在擴大在舷內超級遊艇市場的影響力。我們分別於2019年和2021年開始開拓舷外市場和帆船市場，這些市場現在正處於快速增長階段。

就地理區域而言，與其他領先競爭對手相比，本集團目前在歐洲、中東和非洲地區以及美洲地區擁有相對較高比例的銷售額，考慮到亞太地區的增長潛力，我們預期將擴大我們在亞太地區的市場份額。

全球遊艇業排名

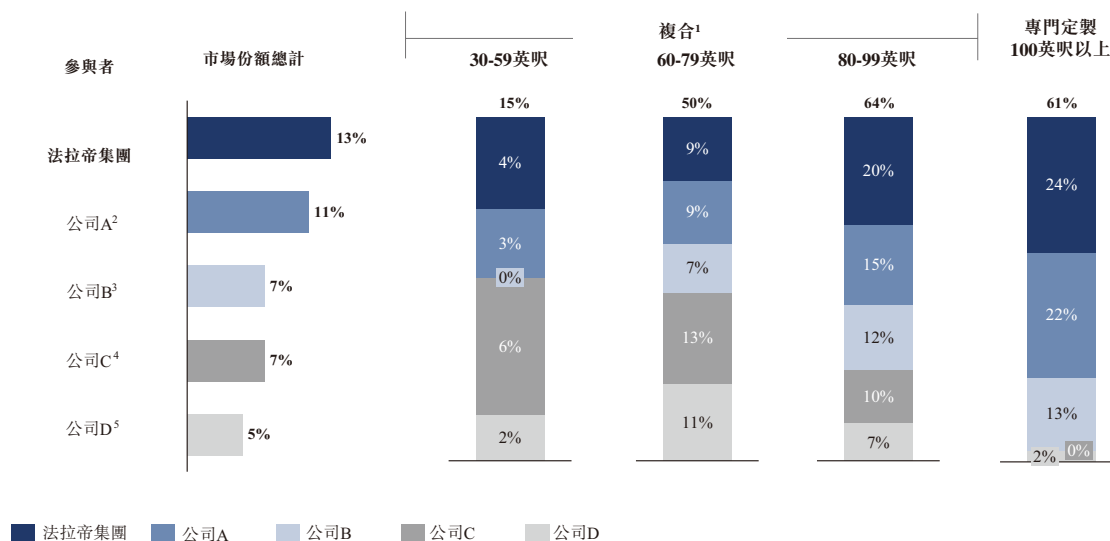
舷內複合及專門定製¹遊艇市場

根據Phil Draper Associates所屬船艇公司發佈的生產價值，我們的市場份額由2018年的10%增加至2021年的13%，是舷內複合及專門定製遊艇市場上無可爭議的龍頭企業。

行業概覽

以下圖表說明2021年舷內複合及專門定製遊艇市場的前五大參與者：

複合和專門定製舷內遊艇市場6前5大遊艇公司的市場份額，按尺寸分列，2021年



資料來源：Phil Draper Associates 的《New Build Estimate Database》

- 上文的複合材料遊艇指尺寸介於30英呎至99英呎的遊艇，而專門定製遊艇為100英呎以上具有玻璃纖維船體的遊艇。
- 公司A為二十世紀六十年代成立的意大利豪華遊艇製造商。
- 公司B為二十世紀五十年代成立的意大利豪華遊艇製造商。
- 公司C為二十世紀六十年代成立的英國豪華遊艇製造商。
- 公司D為二十世紀六十年代成立的英國豪華遊艇製造商。
- 排名數據指行業顧問對2021年市場份額的看法，而數據乃基於Phil Draper Associates的「New Build Estimate Database」的詳盡闡述。

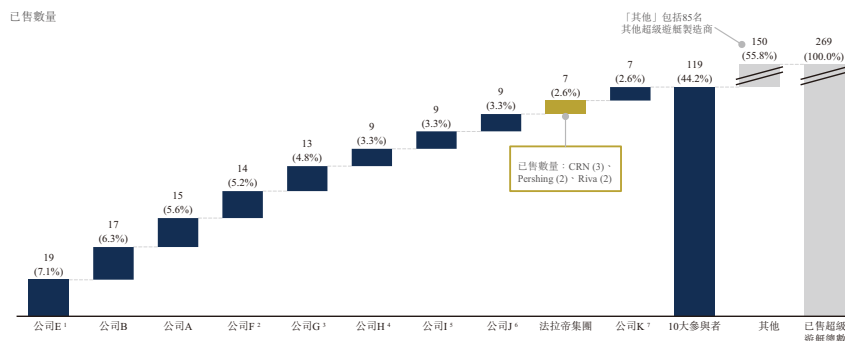
超級遊艇市場

超過100英呎、鋼鋁船體的超級遊艇的全球市場極為獨特，特點在於每年售出單位非常有限。此外，市場高度分散。於2018年至2021年期間，在該細分市場中，95名參與者至少售出一輛遊艇。

行業概覽

下圖說明2018年至2021年期間已售超級遊艇的累計數量：

前十名參與者已售超級遊艇的累計數量⁸，2018年至2021年



資料來源：超級遊艇時代、公司網站

1. 公司E為十九世紀四十年代末成立的荷蘭豪華遊艇製造商。
2. 公司F為二十世紀七十年代末成立的荷蘭豪華遊艇製造商。
3. 公司G為二十世紀一十年代成立的荷蘭豪華遊艇製造商。
4. 公司H為二十一世紀一十年代成立的意大利豪華遊艇製造商。
5. 公司I為十九世紀七十年代成立的德國豪華遊艇製造商。
6. 公司J為二十世紀八十年代成立的意大利豪華遊艇製造商。
7. 公司K為二十世紀一十年代成立的荷蘭豪華遊艇製造商。
8. 已考慮按照2022年3月3日超級遊艇時代IQ於2018年至2021年時間跨度內鋼／鋁船體的超級機動遊艇的已售單位。

在此背景下，我們於2018年至2021年期間售出7輛遊艇，名列十大參與者，其中售出CRN品牌的3輛、Pershing(2)和Riva(2)品牌的餘下4輛。

我們結合超級遊艇細分市場高度分散的性質與我們利用Riva、Pershing及Wally品牌提高市場滲透率的策略，抓取良機、增加市場份額、逐步加強於這一細分市場的影響力。

全球遊艇行業進入門檻：

根據灼識諮詢報告，全球遊艇業的市場進入門檻包括：

- **資本和技術門檻：**倘考慮到購買船廠、僱傭熟練工匠和投資相關活動(如研發、營銷等)的成本，進入遊艇業的初始投資屬巨大。由於遊艇由高度複雜的機械組成，遊艇的建造需要始終使用最先進的技術和材料，以及通過多年經驗積累的行業訣竅。此外，玻璃纖維的生產需要額外的投資來製作生產模具。新進入者必須投入大量資金，經歷漫長的過程才能趕上現有的公司。

行業概覽

- **與供應商的牢固關係**：主要遊艇製造商通過多年的業務運營，與供應商建立了牢固的關係和感情。現有企業由於具有更好的聲譽和更高的購買力，比新進入者更有可能獲得更好的價格或服務。
- **成熟的高端銷售渠道**：由於大多數遊艇品牌專注於超高淨值人士和極高淨值人士，因此必須建立高端銷售渠道，才能更好地接觸到客戶。現有公司經營了幾十年的業務，與他們委託的經銷商和經紀形成了牢固的關係。由於經銷商通常涉及排他性的合作關係，而且整體上經銷商和經紀的數量有限，因此新進入者面臨建立自有網絡的壁壘。
- **悠久的品牌歷史**：奢侈品的客戶，特別是遊艇的客戶，將品牌價值與品牌相聯繫。出於該原因，每個品牌都投入大量資源於廣告和品牌營銷「文化」，並在競爭領域中使自己與眾不同。高認可度帶來了消費者忠誠度，這需要花費數年累積。倘無「強大」的品牌，新進入者可能需要持續投入多年後，方能開始真正有所收益。

全球海岸巡邏及救援船業

海岸巡邏及救援船業市場規模

海岸巡邏及救援船乃一種相對較小的海軍艦艇，一般用於沿海防禦和監視、邊境保護、執法和搜救任務。該船可由一國的警察部隊、海岸警衛隊或海軍使用。

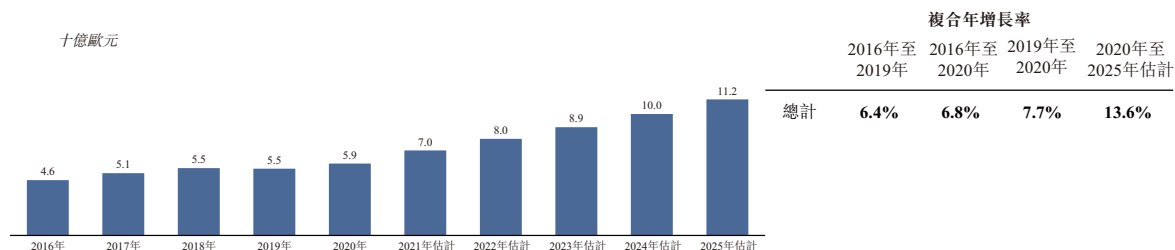
海岸巡邏船體形小、速度快，旨在應對各類行動中遇到的挑戰性情況，以保障海岸線和國際海域及領海的安全，開展巡邏和防禦。由於船員少、速度快，這些多功能艦艇是海軍武器庫中有效且重要的船隻類別。

救援船負責支援遇難船隻。該等船隻的一般性任務能力包括打撈、起重、拖曳、收回擱淺船隻及載人潛水作業。

2016年至2020年，海岸巡邏及救援船市場呈現增長趨勢，從2016年的46億歐元增加到2020年的59億歐元，複合年增長率為6.8%。全球海岸巡邏及救援船市場預計將於2020年至2025年經歷持續增長，於2025年達到112億歐元，此期間的複合年增長率為13.6%。

下圖說明全球海岸巡邏及救援艇行業的市場收益規模：

全球海岸巡邏及救援船市場收益規模，2016年至2025年估計



資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

海岸巡邏及救援船市場的主要市場驅動因素及趨勢

據灼識諮詢稱，全球海岸巡邏及救援艇市場的主要市場驅動因素及趨勢包括：

- **增加國防開支**：隨著海上安全在國防戰略的重要性不斷提高，大多數國家都在擴大軍費開支。這種增長將直接提升海岸巡邏艇的需求。
- **對高科技船隻的追求**：為提高效率及加強國家處理海事爭端的能力，各國需要具有最具創新性的技術和解決方案的船隻。事實上，海岸巡邏市場已經歷過許多技術革新週期(例如，引入航向傳感器、自動駕駛系統、高清聲納成像、高清數字雷達系統等)。為此，製造商與供應商緊密合作，不斷提高創新程度。
- **越來越需要阻止地中海地區的非法移民**：通過地中海的非法越境行為激增，對海岸巡邏及救援船產生了新的需求。海軍、海岸警衛隊和警察越來越多地參與監測和控制海岸綫，積極參加巡邏搜救任務，以及不得不處理與移民、販運和海上安全有關的緊急情況。