

行業概覽

本節及本文件其他章節所載若干資料及統計數據乃來源於各種政府官方及其他公開可得的資料及數據，以及來自我們委託的獨立行業顧問灼識諮詢編製的市場研究報告（「灼識諮詢報告」）。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他各方（灼識諮詢除外）或彼等各自的董事、高級人員、僱員、顧問或代理並無獨立核實來自政府官方來源的資料，亦無對其準確性發表聲明。除非另有說明，否則本「行業概覽」一節中呈列的市場及行業資料及數據均來自灼識諮詢報告。

資料來源

我們就編製及使用灼識諮詢報告而付予灼識諮詢的合同金額為人民幣550,000元，我們認為該費用符合市場費率。灼識諮詢提供行業研究及市場策略以及增長諮詢及企業培訓。在編製及擬備灼識諮詢報告時，灼識諮詢採用了以下假設：(i)在預測期內，中國的整體社會、經濟及政治環境可能保持穩定；(ii)在預測期內，中國政府對中國場內物流設備解決方案市場及中國場內物流設備及配件銷售市場的政策在所有重大方面將保持不變；及(iii)在預測期內，相關的關鍵行業驅動因素可能會繼續推動市場的增長。灼識諮詢已進行詳盡的初步研究，涉及與行業頭部參與者及行業主要專家討論行業現狀。灼識諮詢還進行了二手研究，這涉及審閱公司報告、獨立研究報告及基於自身研究數據庫的數據。灼識諮詢根據宏觀經濟數據以及具體的相關行業驅動因素進行的歷史數據分析得出預計總市場規模的數據。董事確認，據彼等作出合理審慎措施後所深知，自灼識諮詢報告日期以來，市場資料概無不利變動，而可能使本節所載資料有所保留、產生矛盾或對該等資料構成重大影響。

中國場內物流設備解決方案市場

概覽

場內物流設備是一種工業設備，用於替代密集型勞動，例如在製造工廠、物流園區、倉庫、機場、港口等類似工作場所搬運、搬移、分揀以及堆垛貨物及重物等機械作業。場內物流設備品類繁多，包括但不限於叉車、堆垛機、分揀機、輸送機等，其中叉車應用最為廣泛。叉車是一種動力設備，前部帶有叉台，可用於短距離提升、移

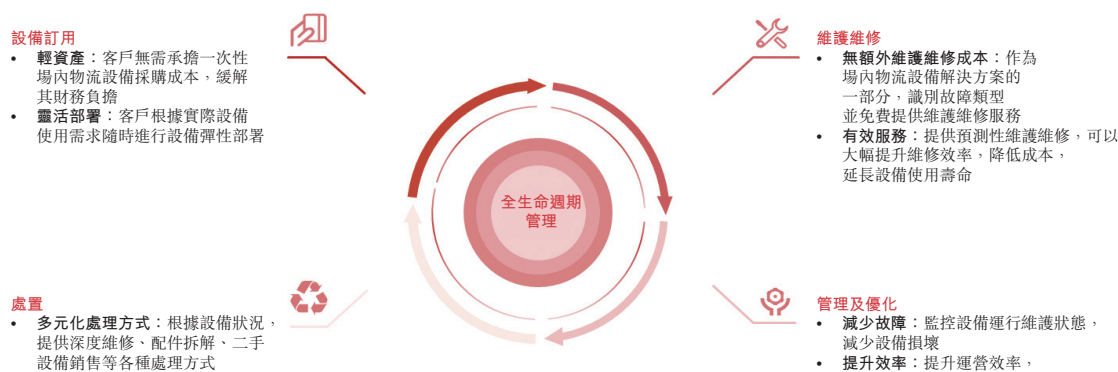
行業概覽

動或堆疊重物。叉車是高度標準化的設備，對要載運的貨物類型、操作場地的可用空間要求低，因此可靈活部署，已被廣泛應用於各種場景。

自21世紀以來，中國製造業及物流業經歷迅速發展，帶動了製造業及物流業公司對場內物流設備需求的增長。但是，製造業及物流業公司面臨傳統場內物流設備購置模式的固有挑戰。傳統場內物流設備購置模式下企業面臨的痛點主要包括：

- (i) 場內物流設備採購的高昂支出，對企業產生較重的財務負擔；
- (ii) 由於缺少專業技術團隊的支持，結構化的設備管理及監控不足，導致設備維護維修成本高；
- (iii) 缺乏品類多樣、機動靈活的設備車隊，無法滿足企業不斷變化的發展需求；及
- (iv) 難以滿足在旺季階段（如618購物節、雙11購物節前後期間）通常較大的場內物流設備需求。

隨著中國企業越發重視成本控制及經營效率，為解決傳統的場內物流設備購置模式的上述痛點，場內物流設備解決方案應運而生。場內物流設備解決方案以場內物流設備訂用服務為核心業務分部，同時涵蓋向製造業及物流業企業等場內物流設備需求方提供的維護維修服務、管理優化服務及處置服務。下圖為場內物流設備全生命週期管理涉及的主要活動：



行業概覽

利用綜合服務佈局，場內物流設備解決方案提供商可實現不同業務分部間的協同效應。場內物流設備解決方案提供商通常可提供廣泛的設備型號組合，滿足各類企業在不同場景下部署設備的需求，而無需承擔一次性設備採購成本。同時，場內物流設備解決方案提供商可以通過優化管理，減少設備損壞，提高效率，還可以通過為企業提供維護維修服務積累大量的客戶資源，進一步實現不同服務間客戶的相互轉化。此外，場內物流設備解決方案提供商可通過處置服務（根據設備的狀況，包括設備整修、配件拆解、二手設備銷售等）充分利用設備。場內物流設備解決方案能夠幫助企業大幅提高設備利用率、運營效率及整體成本效益，現已成為場內物流設備管理的最新趨勢。

中國場內物流設備解決方案市場的市場規模

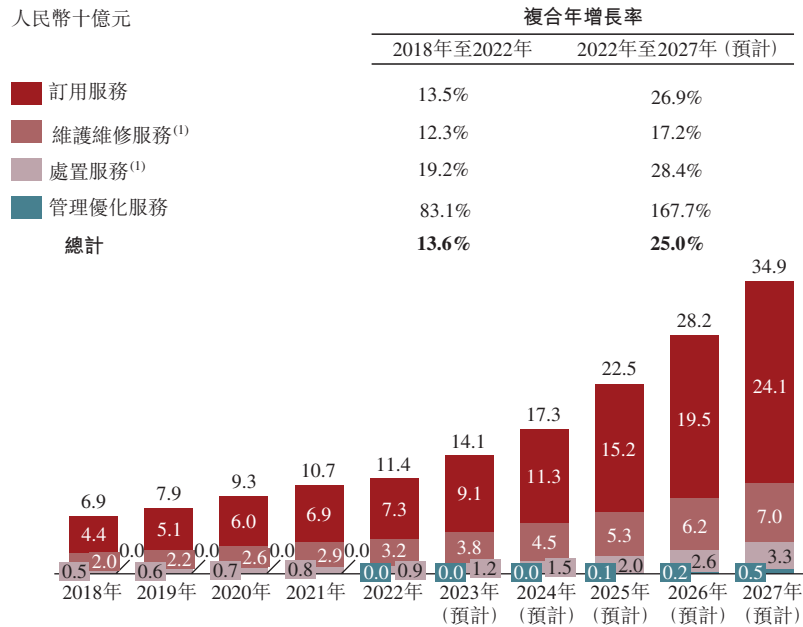
根據灼識諮詢的資料，中國場內物流設備解決方案市場仍處於發展初期。與美國等發達國家和地區相比，中國場內物流設備解決方案的滲透率相對較低。2022年美國場內物流設備解決方案的估計滲透率達54.6%，而2018年及2022年中國場內物流設備解決方案的滲透率分別為約3.5%及約3.7%，表明中國場內物流設備解決方案市場的增長潛力巨大。預計2027年中國場內物流設備解決方案的滲透率將增至5.9%。

中國場內物流設備解決方案市場在過去五年經歷了快速擴張，整體市場規模從2018年的人民幣69億元增至2022年的人民幣114億元，複合年增長率達13.6%。在製造業及物流業發展及對降本增效需求日益增強的推動下，預計2027年中國場內物流設備解決方案市場將進一步增至人民幣349億元，2022年至2027年的複合年增長率達25.0%。中國的物流業及製造業發展迅速，未來還將繼續增長。中國製造業附加值及社會物流總成本預計將由2022年的人民幣33.4萬億元及人民幣17.8萬億元分別增至2027年的人民幣47.4萬億元及人民幣22.9萬億元，複合年增長率分別為7.2%及5.2%。製造業及物流業的發展對場內物流設備產生強勁需求，進一步推動了場內物流設備解決方案市場的增長。同時，企業在業務發展過程中更加注重降低成本，減少一次性採購支出，提高利用率和運營效率。由於場內物流設備解決方案有利於有效降低場內物流設備的使用成本，提高場內物流設備管理的效率，因此有望被企業更廣泛地採用。根據灼識諮詢的資料，與傳統的場內物流設備採購模式相比，場內物流設備解決方案可以幫助企業在設備整個生命週期內降低約20%的運營成本。

行業概覽

下圖為按服務類別劃分的中國場內物流設備解決方案的市場規模（按收入計）：

中國場內物流設備解決方案市場規模，2018年至2027年（預計）



資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 維護維修服務及處置服務的市場規模僅反映場內物流設備解決方案市場的市場參與者的維護維修服務及二手場內物流設備銷售產生的收入。

場內物流設備訂用服務

場內物流設備訂用服務可使客戶根據實際場內物流設備需求訂用多種場內物流設備。在提高經營效率和整體成本效益需求不斷增長的驅動下，場內物流設備訂用服務市場近年來呈現迅猛的發展勢頭。根據灼識諮詢的資料，中國場內物流設備訂用服務市場規模由2018年的人民幣44億元增至2022年的人民幣73億元，複合年增長率為13.5%；預計未來仍將保持強勁增長勢頭，至2027年，預計市場規模將達人民幣241億元，於2022年至2027年期間複合年增長率為26.9%。

行業概覽

維護維修服務

維護維修服務主要針對仍在使用壽命內的設備。場內物流設備解決方案提供商提供專業的維護維修服務，確保設備的平穩運行，延長設備的使用壽命。維護維修服務主要包括設備檢測、常規維護及故障維修，可以滿足設備需求方不同的維護維修需求。通過採用場內物流設備解決方案，設備需求方不再需要配置專業維護維修人員及備貨零部件，可降低相關成本。隨著場內物流設備解決方案提供商逐步擴展其能力，為客戶提供維護維修服務，預計中國維護維修服務市場規模將由2022年的人民幣32億元進一步增長至2027年的人民幣70億元，預測期內的複合年增長率為17.2%。

處置服務

不同於維護維修服務的重點是仍在使用的設備，處置服務針對老舊的閒置設備。處置服務包括場內物流設備整修、配件拆解及二手設備銷售。通過處置服務，場內物流設備解決方案提供商不僅可以通過整修將老舊場內物流設備恢復至工作狀態，還可以通過拆解及銷售處置二手設備，從而將場內物流設備的價值最大化。在近年來中國政府所出台旨在促進企業環保的政策及激勵措施的推動下，中國處置服務的市場規模由2018年的人民幣5億元增至2022年的人民幣9億元，複合年增長率為19.2%，預計2027年將進一步增至人民幣33億元，複合年增長率為28.4%。

管理優化服務

管理優化服務主要包括對場內物流設備使用及運行狀況進行監控和管理。場內物流設備解決方案提供商主要依賴智能物聯網設備、可穿戴設備及其他硬件設備準確實時監控設備運行及維護狀態，並依賴數字設備全生命週期管理及其他軟件平台追蹤及分析設備信息，從而提升運營效率。目前管理優化服務市場規模極小，2022年的收入不足人民幣1,000萬元，但管理優化服務市場具有巨大發展潛力。隨著業務規模和車隊規模的增長，物流業及製造業公司在設備管理方面面臨更多困難和勞動力成本。為了更好地提高運營效率，越來越多的物流業及製造業公司需要實時監控設備運行和維護狀態。隨著物聯網、大數據、人工智能等技術日益成熟，預計更多的場內物流設備解決方案提供商將利用其技術能力為物流業及製造業公司提供管理優化服務，以進一步減少設備損壞，提高運營效率。預計2027年管理優化服務的市場規模將達到人民幣5億元，2022年至2027年複合年增長率將達到167.7%。於往績記錄期間，作為場內物流設備訂用服務的一部分，本公司向客戶提供管理優化服務，如對訂用的場內物流設備的運行實施監控和管理，且除了場內物流設備訂用費用以外並不加收任何費用。

行業概覽

中國場內物流設備解決方案市場主要增長驅動因素

- *製造業及物流業的發展*。中國製造業及物流業發展迅速，日後將持續增長。製造業及物流業的發展對場內物流設備產生強勁需求，進而推動場內物流設備解決方案市場的增長。
- *降本增效需求與日俱增*。企業在業務發展過程中日益注重降低成本及減少一次性採購支出，以及提高利用率及運營效率。由於場內物流設備解決方案能夠切實降低場內物流設備使用成本及提高場內物流設備管理效率，有望被更多企業廣泛採用。
- *技術賦能*。信息化技術是優化設備管理不可或缺的工具。通過物聯網、大數據等技術，可對大量設備運行、調度、維護維修產生的複雜數據進行數字化管理。場內物流設備解決方案提供商可對收集到的數據進一步分析，提升其服務質量和效率，從而進一步推動場內物流設備解決方案市場的發展。
- *利好政策*。近年來，中國政府密集出台《中國製造2025》、《「十四五」規劃》、《推動物流業製造業深度融合創新發展實施方案》等一系列政策，鼓勵製造業、物流業的智能化、數字化發展。這些政策的實施將促進採用高效、節省成本、環保的方式管理場內物流設備，進而刺激對場內物流設備解決方案的需求。

中國場內物流設備解決方案市場的競爭格局

根據灼識諮詢的資料，2022年，按收入口徑計，中國場內物流設備解決方案市場中的前五大市場參與者合計市佔率約為18.2%。目前，市場上仍存在著大量的中小型場內物流設備解決方案提供商，其可供訂用的場內物流設備規模通常不足100台。

行業概覽

按2022年收入計，我們是中國最大的場內物流設備解決方案提供商，佔市場收入總額的7.7%。此外，按2022年設備車隊規模計，我們亦在所有場內物流設備解決方案提供商中排名第一。於2022年，我們的設備車隊規模超過同年前十大市場參與者中所有其他市場參與者車隊規模的總和。根據灼識諮詢的資料，在規模效應、技術賦能等作用下，頭部供應商優勢凸顯，市場集中度將進一步提升。下表為2022年按收入計中國前五大場內物流設備解決方案市場參與者的市場份額：

排名	公司名稱	2022年		
		場內物流 設備解決方案 業務收入 ⁽¹⁾ 人民幣十億元	2022年 市場份額 ⁽²⁾	2022年 設備車隊規模 千台
1	本公司	0.9	7.7%	39
2	公司A ⁽³⁾	0.5	4.7%	~10
3	公司B ⁽⁴⁾	0.4	3.1%	~8
4	公司C ⁽⁵⁾	0.2	1.7%	~7
5	公司D ⁽⁶⁾	0.1	0.9%	~3

資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 場內物流設備解決方案的收入包括場內物流設備訂用服務、維護維修服務及處置服務產生的收入。
- (2) 市場份額的估算乃基於有關年度各公司場內物流設備解決方案產生的收入及中國場內物流設備解決方案的市場規模。
- (3) 公司A是一家成立於1993年總部位於福建的非上市公司，是一家於德國上市的全球性場內物流設備製造商的子公司。
- (4) 公司B是一家成立於2016年總部位於上海的非上市公司，是一家於中國上市的公眾場內物流設備製造商與另一家於德國上市的公眾場內物流設備製造商的合資公司。
- (5) 公司C是一家成立於2000年總部位於浙江的公司，是一家於中國上市的場內物流設備製造商。
- (6) 公司D是一家成立於2006年總部位於江蘇的非上市公司，是一家場內物流設備解決方案提供商。

行業概覽

准入壁壘

- **豐富的供應鏈資源。**場內物流設備解決方案提供商能夠與上游供應商建立深度合作關係，並獲得上游供應商的戰略支持，以確保以優惠的價格穩定供應高品質場內物流設備及配件，滿足客戶對場內物流設備管理的不同需求。新市場參與者可能缺少足夠的供應鏈資源，因此，其可能難以在短期內獲得競爭優勢或進入該行業。
- **創新的數字化能力。**對於場內物流設備解決方案提供商而言，擁有數字化能力以實現場內物流設備的動態與透明管理，從而進一步簡化其內部管理，提高運營效率至關重要。缺乏相關能力及技術的新進入者在進入市場時可能會面臨更大挑戰。
- **廣泛的服務網絡。**客戶一旦需要場內物流設備解決方案，解決方案提供商必須立即作出回應，解決客戶需求，這需要覆蓋中國眾多城市的廣泛服務網絡以及具備行業知識及運營經驗且訓練有素的管理團隊。上述要求為不具備廣泛服務網絡和訓練有素的管理團隊的新市場參與者設置了很高的准入壁壘。

威脅及挑戰

中國場內物流設備解決方案市場面臨的主要威脅及挑戰包括以下幾個方面：

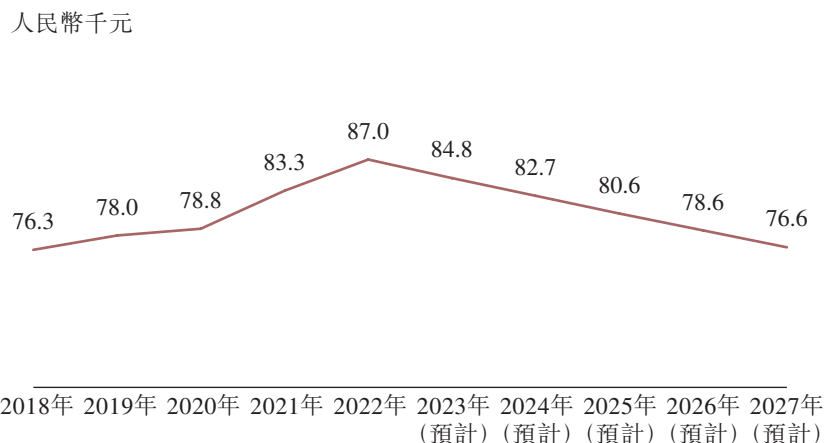
- (i) 中國經濟增長放緩可能會對製造業、物流業、電商行業產生不利影響，進而可能會降低對場內物流設備解決方案的需求；
- (ii) 中國場內物流設備解決方案的滲透率較低，表明解決方案提供商需要投入更多時間提高企業客戶對場內物流設備解決方案的市場接受度；
- (iii) 解決方案提供商可能很難獲得可持續、穩定、充足、低成本的融資資源。

行業概覽

場內物流設備解決方案市場的成本結構

場內物流設備解決方案的成本主要包括場內物流設備採購成本及勞動力成本。具體而言，在場內物流設備採購成本方面，中國通用工業設備的生產者價格指數（PPI）相對穩定，過去數十年間PPI一直在100左右波動，預計未來數年還將保持該水平。近年來，由於越來越多地採用新能源設備，而新能源設備的價格通常略高於傳統能源設備的價格，導致場內物流設備的成本隨之上升。此外，由於汽車等行業對鋰電池的需求激增，鋰電池原材料價格出現波動，這亦影響了設備採購成本。在勞動力成本方面，訂用及商業服務行業的平均年薪已由2017年的人民幣81,393元上升至2021年的人民幣102,537元，預計將於2027年達至人民幣137,409元。未來，隨著上游產能擴大，場內物流設備的成本有望下降。場內物流設備採購成本已由2018年的人民幣76,300元上升至2022年的人民幣87,000元，但預計於2027年將會下降至人民幣76,600元。下圖列示場內物流設備的歷史及預計採購成本。

場內物流設備採購成本，2018年至2027年（預計）



資料來源：灼識諮詢報告

附註：

* 上述場內物流設備採購成本乃根據平衡重叉車（包括內燃式平衡重叉車及電動平衡重叉車）的價格計算或估算。

中國場內物流設備解決方案市場未來趨勢

- **市場集中度持續提升。**中國場內物流設備解決方案市場仍處於發展初期，大部分市場份額被大量中小型參與者佔據。未來，設備數量少、客戶資源有限、服務能力弱的市場參與者將無法與市場中能夠提供廣泛設備組合和涵蓋設備管理全生命

行業概覽

週期的綜合服務的頭部參與者競爭。因此，頭部場內物流設備解決方案提供商將獲得更大的市場份額，市場將進一步整合。

- *滲透率不斷增長。* 中國場內物流設備解決方案市場的滲透率與發達國家相比相對較低。根據灼識諮詢的資料，2022年美國場內物流設備解決方案的估計滲透率達54.6%，而同年中國場內物流設備解決方案的滲透率約為3.7%。隨著中國企業愈發重視成本控制及運營效率，目前場內物流設備解決方案已成為場內物流設備管理的一種趨勢，未來其市場滲透率預計將進一步上升。
- *設備品類愈加多樣化。* 未來幾年，企業對不同種類場內物流設備的需求將繼續增長。為應對企業不斷變化的需求，場內物流設備解決方案提供商將建立更具彈性的設備車隊，提供更加多樣化的設備品類。
- *服務組合不斷擴大。* 隨著場內物流設備全生命週期管理需求的不斷增長，場內物流設備解決方案提供商逐漸開始提供廣泛的服務組合，包括場內物流設備訂用服務、維護維修服務、管理優化服務及處置服務。未來，受更高要求的環保措施和整體效率的驅動，設備深度維修業務將得到進一步發展，以還原場內物流設備的性能和狀況，及盡量延長設備使用壽命。
- *踐行環境友好型發展道路。* 隨著中國政府出台一系列政策，推廣減廢、設備及物料回收等原則，預計場內物流設備解決方案提供商將探索設備處置新方法，發展設備環保化處置、電池回收等環保業務。

中國場內物流設備及配件銷售市場

根據灼識諮詢的資料，場內物流設備解決方案市場的許多市場參與者是以市場的若干主要業務分部（如物流設備訂用服務）或相關行業業務起家。然而，隨著下游企業對降本增效的需求日益強烈，以及考慮到電商平台的發展及場內物流設備及配件銷售市場競爭的加劇，該等市場參與者正逐步轉變為場內物流設備解決方案提供商，將其業務擴展至包括場內物流設備訂用服務以及維護維修服務，以滿足客戶的需求。

行業概覽

中國場內物流設備及配件銷售市場的市場規模

場內物流設備及配件銷售市場包括新場內物流設備及配件的銷售。根據灼識諮詢的資料，2022年，中國場內物流設備及配件銷售市場的市場規模達人民幣1,549億元。隨著場內物流設備的進一步自動化和智能化，場內物流設備的需求將進一步擴大。在國內各行業對場內物流設備需求增長的推動下，加上場內物流設備出口量的不斷增加，中國場內物流設備及配件銷售市場繼續保持增長態勢，預計於2027年達至人民幣3,217億元，2022年至2027年將以約15.7%的複合年增長率增長。

中國場內物流設備及配件銷售市場的未來趨勢

- **智能化發展。**當前，產業智能化已成為製造業及物流業發展的關鍵戰略。隨著工業互聯網、人工智能、雲計算等創新技術的快速發展，智能物流裝備得到進一步發展，並通過前述技術支持下游應用，實現實時監控、智能調度、無人化操作，進一步提升供應鏈管理效率，降低人力成本。因此，預期智能化趨勢將繼續推動場內物流設備及配件銷售市場的發展。
- **場內物流設備及配件國產化。**近年來，國內領先廠商加快將研究成果轉化為可適用於各行業的產品。他們通過打造產業鏈集群及建設生產基地，逐步實現傳感器、動力系統、核心配件國產化，穩步降低採購價格及綜合交付成本。未來國內頭部供應商綜合競爭力有望進一步提升，國產化進程有望加快。

中國場內物流設備及配件銷售市場的競爭格局

中國場內物流設備及配件銷售市場的銷售網絡相對多元化，包括場內物流設備製造商的直銷，以及授權及特許經銷商的間接銷售，包括場內物流設備服務提供商、經銷商、代理商、電商平台等。場內物流設備製造商通常通過直銷渠道向訂單較為集中的客戶提供服務，通過非直銷渠道滿足相對分散的訂單需求。根據灼識諮詢報告，截至2022年，約37.1%的市場通過非直銷渠道銷售。中國非直銷渠道的場內物流設備及配件銷售市場的市場規模由2018年的約人民幣318億元增至2022年的人民幣575億元，預計於2027年將進一步增至人民幣1,101億元。由於場內物流設備製造商通常會限制其

行業概覽

授權經銷商的地理覆蓋範圍，並可能會限制他們從其他製造商採購設備，因此非直銷渠道市場高度分散，超過3,000家市場參與者分散在全國各地，非直銷渠道中只有少數經銷商能夠覆蓋多個省級市場。根據灼識諮詢報告，按2022年場內物流設備及配件銷售收入計算，我們在中國場內物流設備及配件銷售市場的非直銷渠道中位居第一。下表列示按2022年銷售收入計的中國前五大市場參與者的市場份額。

排名	名稱	2022年場內 物流設備及 配件銷售收入 人民幣十億元	2022年 市場份額 ⁽¹⁾
1	本公司	0.3	~0.2%
2	公司E ⁽²⁾	0.1	<0.1%
3	公司F ⁽³⁾	<0.1	<0.1%
4	公司G ⁽⁴⁾	<0.1	<0.1%
5	公司H ⁽⁵⁾	<0.1	<0.1%

資料來源：灼識諮詢報告

附註：

- (1) 市場份額的估算乃基於有關年度各公司新場內物流設備及配件產生的收入及中國場內物流設備及配件銷售的市場規模。
- (2) 公司E是一家成立於1993年總部位於廣東的非上市公司，是一家業務覆蓋華南區域市場的場內物流設備銷售公司。
- (3) 公司F是一家成立於2003年總部位於北京的非上市公司，是一家業務覆蓋北京及周邊區域市場的場內物流設備銷售公司。
- (4) 公司G是一家成立於2015年總部位於天津的非上市公司，是一家業務覆蓋華北區域市場的場內物流設備及配件銷售公司。
- (5) 公司H是一家成立於2001年總部位於北京的非上市公司，是一家業務覆蓋華北和華中區域市場的場內物流設備及配件銷售公司。