

行業概覽

除另有指明者外，本章節呈列資料來自我們委託灼識諮詢編製之灼識諮詢報告，並主要作為市場研究工具而編製旨在反映基於公開可獲得的資源以及行業調研對市場行情作出的估計。灼識諮詢之提述不應被視為其對任何證券價值或向本集團投資可取性的意見。董事相信，資料及統計數據之來源為該等資料及統計數據之恰當來源。董事並無理由相信，該等資料及統計數據失實或存在誤導，或遺漏任何重大事實以致該等資料及統計數據於任何重大方面變失實或存在誤導。由灼識諮詢編製並載於本行業概覽之相關資料未經本集團、售股股東、控股股東、獨家保薦人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商或任何參與股份發售之任何其他各方或彼等各自之董事、高級職員、僱員、顧問及代理獨立查證，且彼等就其準確性及完整性不作任何陳述。因此，在作出或不作出任何投資決定時不應過分依賴有關資料。

資料來源

我們已委託獨立第三方灼識諮詢對於新加坡的汽車市場進行分析並作出報告。該報告已由灼識諮詢單獨編製。我們就報告之編製向灼識諮詢支付110,500美元(相當於約862,000港元)，我們認為該費用符合市場費率。灼識諮詢報告乃透過一手及二手研究方法進行。一手研究涉及與主要行業專家及領先之行業參與者進行面談。二手研究則涉及對取自多個可公開查閱之數據來源之數據進行分析。

市場預測乃來自歷史數據分析及相關市場推動因素。於編製灼識諮詢報告時，灼識諮詢已採納以下主要假設：(i)新加坡經濟及行業具體發展於未來數年內可能維持穩定增長趨勢；(ii)相關主要行業驅動因素於預測期內可能繼續影響新加坡汽車市場；及(iii)並無可能會發生顯著或從根本上影響市場之極端不可抗力事件或行業監管條例。

除另行獲悉者外，本章節所有數據及預測均來自灼識諮詢報告。我們的董事確認，經合理查詢後，自灼識諮詢報告日期起，市場資料概無重大不利變動而可能約制、抵觸或影響本節所披露資料。

新加坡汽車市場概覽

概覽

新加坡已成為東南亞最大的汽車市場之一。根據OICA，2017年新加坡約售出110,907輛新車，較2012年的售出約37,200輛，複合年增長率為24.4%，其遠高於同期東南亞市場整體負1.2%的複合年增長率。

陸交局為新加坡交通運輸部轄下之法定機構，其規劃、建立及維持新加坡道路交通基礎設施及系統。新加坡的所有汽車均須於陸交局登記。鑒於新加坡有限的土地供應及日益增長的汽車所有權造成的嚴峻挑戰，陸交局已引入車輛配額制及擁車證系統限制汽車數量的增長。想要在新加坡登記新車輛的車主均須先取得擁車證。

新加坡的擁車證配額系統

於新加坡，一輛新車於適當的汽車類別中註冊時需要擁車證，其代表於新加坡10年期間的汽車擁有權及有權使用有限道路空間。於10年擁車證期間末，車主可選擇註銷

行業概覽

或通過支付現行配額溢價使擁車證再生效5或10年。車主亦可於10年期間到期前註銷彼等擁車證並將獲得一筆退款。根據陸交局的資料，每月的擁車證配額乃通過合計(i)允許的車輛數量年度淨增長；(ii)註銷車輛的更換情況；及(iii)就出租車數量、過往超量預測、屆滿或註銷臨時擁車證等變更作出調整而計算得出。鑒於允許的汽車數量年度淨增長率維持在一個固定比率，及每月的調整保持相對穩定，註銷車輛的更換對擁車證配額影響較大。註冊的私家車總數乃由新註冊的汽車數量減去註銷的汽車數量所得。新加坡有五種擁車證類別，即通過發動機的不同功率及汽車的一般用途分為A類別至E類別。私家車通常屬於A類別及B類別，而商務車屬於C類別。所有類型的汽車均可屬於E類別且於使用時應轉入相應類別。

新加坡的汽車數量

基於不同類別的汽車可分為私家車及商務車。新加坡的私家車數量已於2013年開始從高峰下跌，此乃由於更多老化汽車註銷而新註冊車輛數量較少的綜合影響所致。新加坡汽車數量總額保持相對穩定。

新加坡按類別劃分的汽車數量，2012年至2023年預測



來源：新加坡陸交局、灼識諮詢報告

擁車證趨勢

隨著過去十年購買的汽車擁車證已達到彼等之10年到期期限，過去六年私家車註銷數量大幅增加。私家車註銷數量由2012年的13,585輛增至2017年的80,788輛，複合年增長率為42.8%。於2017年年底，車齡5到10年的私家車數量為251,764輛，約為2017年汽車註銷數量的約3.1倍並因此將轉化為汽車更換需求的增長。商務車註銷數量由2012年的4,446輛增至2017年的20,685輛，複合年增長率為36.0%。於2017年年底，車齡5到10年的商務車數量約為33,082輛，約為於2017年汽車註銷數量的1.6倍。

新加坡汽車註銷，2012年至2023年預測

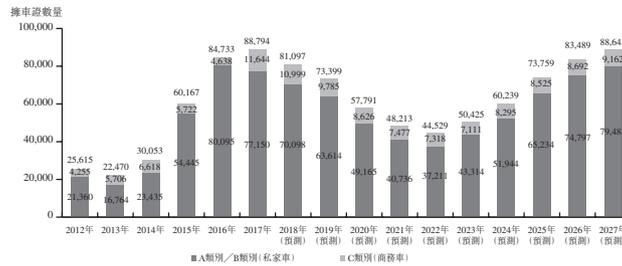


來源：新加坡陸交局、灼識諮詢報告

行業概覽

受汽車更換數量日益增加的驅動，擁車證配額(特別是私家車類別的配額)於2014年及2017年間經歷激增。由於需要註銷及更換的老化汽車數量預期自2018年逐漸下降，預期汽車擁車證配額將自2018年至2022年相應減少。儘管如此，由於10年有效週期，擁車證配額數量預期自2023年開始逐漸增長。商務車擁車證配額將與私家車配額趨勢保持一致。此外，由於提早換車計劃(ETS)於2017年7月31日到期，故自2017年8月1日至2019年7月31日已實施一項強化計劃，該計劃將鼓勵擁有歐洲II號或歐洲III號排放標準的C類別柴油車輛的車主更換為歐洲VI號排放標準(或相當)車輛。隨著強化計劃的實施，以C類別為主的商務車擁車證配額於2017年達到歷史新高。

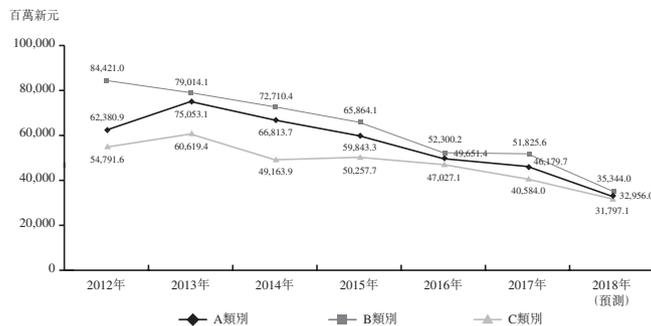
新加坡按車型劃分的擁車證配額分配，2012年至2027年預測



來源：新加坡陸交局、灼識諮詢報告

擁車證溢價為擁車證的價格，其主要受汽車採購需求及擁車證供應的影響。各類擁車證溢價於2011年及2013年間迅速增長，原因為新加坡陸交局宣佈減少擁車證供應。各類擁車證溢價自2014年起開始下降，原因為新加坡陸交局為支持汽車更換增加擁車證供應。擁車證溢價下降導致較高的市場需求，且於2014年至2017年增加了汽車銷售的數量。於2016年，需要註銷及更換的老化汽車數量達致峰值，在一定程度上加劇各類擁車證的競爭，並因此增加擁車證溢價。與此同時，預期於2018年1月實施的車輛排放計劃亦刺激了A類別及B類別車輛的需求，導致擁車證溢價於2017年11月達致峰值。然而，於2017年11月後，所有類別車輛的擁車證溢價呈下降趨勢，其乃主要由於(i)受到車輛排放計劃的實施的暫時性影響導致於2017年12月時擁車證競標數量突然驟降，且至2018年12月底仍保持較低水平；及(ii)由於私家出租汽車公司(如優步)退出新加坡市場，擁車證配額競標的競爭減少，因此，於2018年收到的A類別車輛擁車證競標較2017年平均下降11.8%。因此，2018年擁車證溢價較2017年進一步下降。儘管存在上述情況，考慮到收緊的擁車證供應的影響從2019年起將更突出，預期擁車證溢價自此以後將上漲。

新加坡按類別劃分的擁車證溢價，2012年至2018年(預測)



來源：新加坡陸交局、灼識諮詢報告

於新加坡擁有汽車的稅費及成本

目前，於新加坡擁有汽車的稅費及成本包括(i)公開市場價值，由海關評估，其經考慮採購價、運費、其他費用，且其將根據來源及車型不同而有所不同；(ii)商品及服務稅及消費稅，該稅項相對固定，按公開市場價值的20%計算；(iii)附加登記費，為對汽車註冊施加的費用；(iv)註冊費用，固定為每輛汽車140新元；(v)擁車證溢價；及(vi)其他稅項及成本(包括保險費、公路稅及經銷商佣金等)。

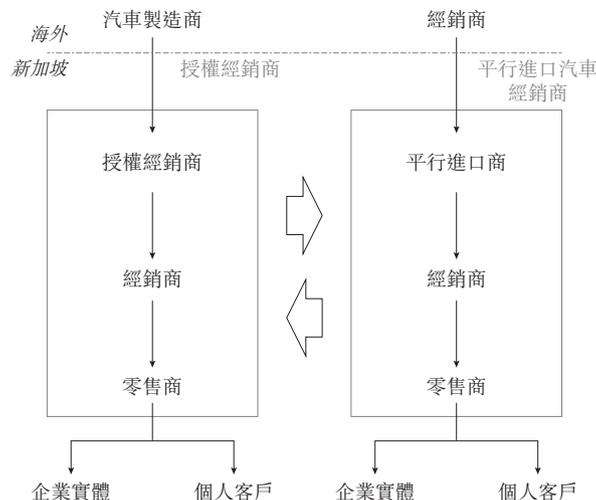
新加坡新車經銷市場概覽

概覽

新加坡新車經銷市場劃分為授權經銷商及平行進口汽車經銷商之銷售。授權經銷商通常就特定汽車品牌從原始製造商獲得獨家分銷權，而平行進口汽車經銷商根據原製造國從汽車經銷商或貿易商進行採購，其後進口該等汽車到新加坡。

平行進口汽車於新加坡屬合法行為。授權經銷商或平行進口汽車經銷商隨後出售汽車予將直接接觸下游最終客戶的經銷商或零售商。經銷商或零售商或會從其他下級經銷商或零售商進行購買以補足某特定車型或顏色的汽車供貨不足時的缺陷，此為行業慣例。在新加坡，平行進口汽車經銷商代表最終客戶參與擁車證投標為市場慣例。僅有30至40名平行進口汽車經銷商直接向海外經銷商或貿易商購車，而其他經銷商則從新加坡當地經銷商購車。於30至40名平行進口汽車經銷商中，僅有10至20名將進一步將汽車批發予下游經銷商或零售商。

新加坡新車經銷產業鏈



來源：灼識諮詢報告

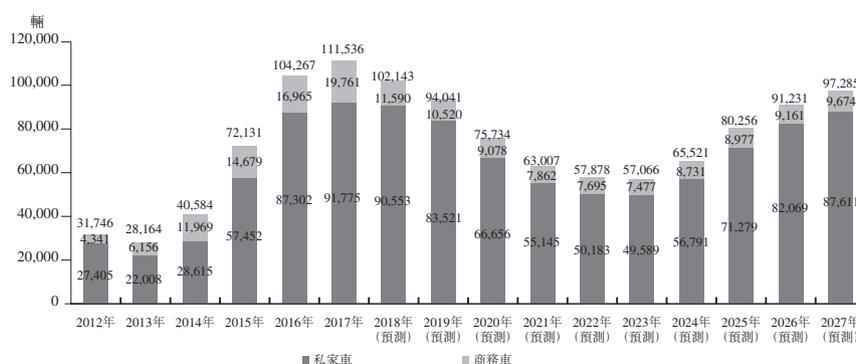
新加坡新車銷售及預測

新加坡新車市場受到汽車車齡限制及擁車證系統的驅動，此乃由於擁車證的10年有效期導致的循環模式。由於新加坡政府通過車輛配額制及擁車證系統嚴格控制新加坡

行業概覽

汽車數量，新加坡新註冊的汽車總數與註銷的數量具有很高的相關性。於新加坡，汽車車主須就購買的汽車獲登記，因此，新車登記數量相當於已售新車總量。由於新加坡陸交局採取控制措施，新註冊的汽車總數自2012年的31,746輛降至2013年的28,164輛，直至2014年才開始逐漸上升並於2017年達到111,536輛，得益於擁車證供應增加及買家重新進入市場更換舊車。擁車證供應的增加使新註冊汽車數量增加。隨著現有汽車不斷更換為新車，陸交局自2018年已開始逐步減少擁車證配額，以維持新加坡汽車數量的平穩水平。由於預計臨近到期的擁車證數量減少，預期自2018年至2023年私家車新登記數目將相應減少。隨著自2014年至2017年繁榮期內購買的汽車預計將從2024年起達到擁車證10年有效期的末期且預計其後將被註銷並更換，新加坡新車市場預計於2024年開始回暖。

新加坡按車型劃分的新車註冊，2012年至2027年預測



來源：新加坡陸交局、灼識諮詢報告

就私家車而言，日本品牌(包括豐田、本田、日產及萬事得)越來越受到廣大消費者的歡迎，特別是追求較好燃油效率及較低擁車證溢價汽車的客戶。歐洲品牌(包括平治、寶馬)汽車亦因其品牌聲譽及卓越性能而暢銷。該等品牌之汽車的銷量多年來一直穩步增長。新加坡政府採取的任何限制或增加汽車註冊數量的措施都可能影響新車的銷售。然而，相關政府政策或法規(如增強型ETS及車輛排放計劃)可能會影響特定車型的銷量，而不會影響品牌的整體銷量，乃由於該等政策主要管制排放標準。

2017年新加坡新車十大暢銷汽車品牌

排名	品牌	新車銷量(輛)	新註冊汽車總數的市場份額 (%)
1	豐田	26,111	23.4
2	本田	16,013	14.4
3	日產	11,117	10.0
4	萬事得	8,509	7.6
5	平治	8,355	7.5
6	三菱	5,810	5.2
7	寶馬	5,591	5.0
8	起亞	3,954	3.5
9	現代	3,856	3.5
10	富士	3,239	2.9

來源：新加坡陸交局、灼識諮詢報告

汽車經銷市場規模及新車預測

因於期內擁車證供應增加，經銷商於新加坡的新車銷售額從2012年的6,798百萬新元大幅增至2017年的14,861百萬新元。由於預計自2018年起擁車證供應將減少，預計汽車經銷市場銷售額將逐步下降，並將於2024年回暖。特別是，平行進口汽車經銷商的新車銷售額將從2017年至2023年以複合年增長率8.0%下降，且預計將從2023年至2027年以複合年增長率15.2%增長。

較由授權經銷商售出之汽車，由平行進口汽車經銷商售出之汽車通常：(i)價格較低；(ii)工藝水準普遍較高，因此，人們將更傾向於選擇自平行進口汽車經銷商處購買。由平行進口汽車經銷商售出的新車佔經銷商新車總銷售額百分比從2012年的8.0%增至2017年的23.3%，及平行進口汽車經銷商的新車銷售額自2012年至2017年按複合年增長率44.8%增長。

平行進口汽車經銷商及授權經銷商之新車的平均售價受多種驅動因素影響，如不同車型的普及、擁車證溢價等。由於過往幾年，擁車證溢價相對較低，新車平均售價輕微下降。於2018年，擁車證溢價普遍下降，乃由於車輛排放計劃的實施暫時導致較低的市場需求。然而，預計新車平均售價將自2019年起按每年約3%至5%的速率小幅上升，乃由於因擁車證配額自2018年起收緊將推動擁車證溢價預期增長。於2016年及2017年，已售新車總量分別約為104,000輛及112,000輛。於2016年及2017年，新私家車的平均售價分別約為133,000新元及144,000新元；及新商務車的平均售價分別約為93,000新元及82,000新元。通常情況下，平行進口汽車經銷商之平均售價將低於授權經銷商平均售價的10%至30%，該價格介乎約70,000新元至152,000新元之間。

銷售新車的經銷商的毛利率通常介乎6%至15%，這主要取決於彼等銷售的汽車品牌及型號的組合。高檔及奢侈的汽車品牌或型號的汽車通常能夠以較高的毛利率出售，而日本品牌通常較歐洲品牌以較低的毛利率出售。高檔型號及低檔型號的毛利率範圍分別介乎約9%至15%及6%至12%。因此，高檔品牌或型號的汽車(如歐洲品牌或日本品牌的高檔型號)的銷售組合所佔較大比例的經銷商往往獲得較高毛利率。部分豪華車甚至可以高達20%的毛利率出售，這使得豪華汽車專業經銷商能夠實現比行業平均水平更高的整體毛利率。此外，頂級經銷商配有更好的銷售及售後支持，這使彼等能夠獲得比其他行業參與者更高的毛利率。

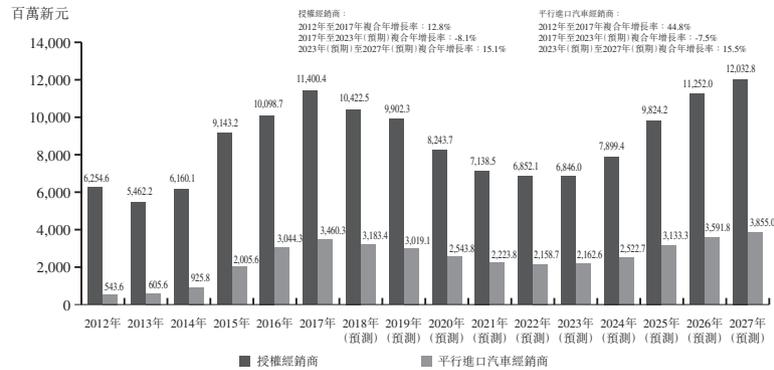
車輛排放計劃的引入代替了舊行的所有新車、出租車及新進口二手車的車輛排碳量稅務計劃。碳排放量高的汽車將產生註冊附加費。車輛排放計劃已自2018年1月1日實行，但對實施前註冊的汽車並無影響。由於車輛排放計劃具有更嚴格的排放標準，若干流行車型的折扣及附加費已發生重大變化。例如，豐田C-HR混合動力車S的先前定位於擁有20,000新元折扣的A1級別，但其已於實行車輛排放計劃後下降至須繳納10,000新元附加費的C1級別。折扣／附加費的差額(即30,000新元)巨大，約為其零售價80,000新元的37.5%。因此，部分客戶選擇在車輛排放計劃實施前購買該等將受該計劃較大影響的汽車，且該等車型於2017年第四季度的銷售額激增。

於2018年上半年，實施車輛排放計劃導致較先前更高的註冊附加費，其對高碳排放的新車造成了短期銷售下降的影響。因此，相較於2017年，擁車證溢價於2018年普遍下降。然而，由於擁車證配額自2018年起逐漸收緊，且該影響將於2019年更加顯著，擁車證溢價預期將自2019年起有所上升。平均售價亦將增加，尤其是於2017年末汽車經銷商大量拋售以降低彼等之存貨後。

行業概覽

由於授權經銷商銷售的汽車平均售價相對高於平行進口汽車經銷商的汽車平均售價，因此平行進口汽車經銷商有可能就定價方面保持其對授權經銷商的競爭優勢，尤其是在擁車證溢價處於增長趨勢的情況之下。此外，由於授權經銷商銷售的汽車型號之可用性受到原始汽車製造商出口清單的限制，而平行進口汽車經銷商通常不受該清單的限制，且能在短時間內交付新的且受歡迎的汽車型號以滿足各種客戶的需求，因此平行進口汽車經銷商也很可能長期保持其在授權經銷商的車輛品種方面的競爭優勢，並且平行進口汽車經銷商的市場份額有望穩步上升。

新加坡按業務模式劃分的經銷商新車銷售額，2012年至2027年預測



附註：銷售額包括擁車證溢價及經銷商佣金。
來源：灼識諮詢報告

新車在新加坡經銷市場的未來趨勢及機遇

老化汽車更換的需求仍將保持強勁

根據陸交局的資料，車齡介於九至十年的汽車數量從2012年的約21,200輛增至2017年的約98,300輛。此外，私家車註銷從2012年的約13,600輛增至2017年的約80,800輛。預期自2018年至2023年的未來六年期間將有約337,800輛私家車計劃進行註銷，該數目較自2012年至2017年的前六年期間私家車註銷總數約高10%。綜上所述，儘管預期自2018年起擁車證供應將逐漸減少，但對老化汽車更換的需求仍將保持強勁。

改進產品及提供服務

為於激烈的競爭中生存，經銷商正盡力為客戶提供多樣化的汽車型號，並提供如租購、融資、保險、售後服務等額外服務，以促使客戶購買並滿足其各種需求。

互聯網為汽車銷售帶來新機會

技術工具，包括互聯網及移動互聯網，預期將重塑汽車購買過程的客戶體驗。為精簡運營及吸引技術精通消費者，經銷商正在投資新技術，包括電子記錄保存、平板電腦服務登記及安排服務預約的移動應用程序。

更換汽車之支持政策

由於ETS於2017年7月31日到期，故該計劃已獲延長，且加強計劃將自2017年8月1日起至2019年7月31日運行並將鼓勵擁有歐洲II號或歐洲III號排放標準的C類別柴油車輛的車主更換為歐洲VI號排放標準(或相當)車輛。所有新車、出租車及新進口二手車均已採用車輛排放計劃(VES)代替車輛排碳量稅務計劃(CEVS)，且自2018年1月1日起生效。汽車或出租車的車輛排放計劃退款或附加費用由其最嚴重污染情況決定。該等退款或附加費用將為10,000新元或20,000新元。此旨在鼓勵買家選擇所有標準中排放量更低且更環保的車型。增強的ETS及車輛排放計劃的實行將促使車主更換更環保且節能的汽車。

新加坡新車經銷市場的競爭格局

新加坡新車經銷市場包括授權經銷商及平行進口汽車經銷商並為一個競爭激烈的市場，該市場的十大汽車經銷商(均為授權經銷商)按銷量佔市場份額的64.5%。新加坡擁有逾50家授權經銷商，對逾40個汽車品牌進行銷售。與此同時，新加坡當前擁有約131家大型平行進口商及更多小型經銷商，彼等按銷量佔2017年新加坡汽車經銷市場的約23.3%，而該百分比預計於未來五年將有所上升。

影響汽車經銷商競爭力的主要因素包括：(i)經銷商提供的產品及服務；(ii)銷售及營銷戰略；及(iii)與供應商的關係，例如經銷商對供應商是否有議價能力將影響經銷商的成本及底價。

授權經銷商及平行進口汽車經銷商之間的競爭態勢如下：

(a) 提供的售後支援

授權經銷商能夠對其售出的車輛提供保修服務，乃由於該等保修服務通常由若干品牌的製造商提供支持，而平行進口汽車經銷商的售後支援通常更為有限。儘管如此，部分大型平行進口商仍能提供具有競爭力的保修服務，其將由保險公司所安排的保險範圍提供支持。

此外，授權經銷商通常經營自有車間以提供售後服務，而平行進口汽車經銷商通常與獨立車間合作以提供該等服務。通常而言，擁有自有車間的經銷商較僅與獨立車間進行合作的經銷商更具競爭力，乃由於彼等通常可以通過提供一站式售後服務更為輕鬆地贏得客戶忠誠度並獲得更多溢利。

(b) 所售汽車的多樣性及工藝水準

授權經銷商所售汽車由製造商決定並通常受授權經銷商及製造商合約協定銷售的車型限制。與授權經銷商有所不同，由於平行進口汽車經銷商從世界各地採購汽車，故彼等在車型選擇上具有更高的靈活性及多樣性，並且因此對市場變化更為敏感。平行進口汽車經銷商亦能幫助客戶訂購部分特殊車型，如限量版汽車，而當地授權經銷商可能無法提供。因此，平行進口汽車經銷商較授權經銷商能夠提供範圍更廣的汽車供客戶選擇。

就汽車工藝水準而言，平行進口汽車經銷商能夠在款式及型號方面提供更好的選擇，乃由於彼等擁有更多的供應渠道。平行進口汽車經銷商可從可能具有更好工藝的原產國進口車輛，如日本或德國。此外，平行進口汽車經銷商亦可進口區域專用車型，

以滿足客戶的需求。反之，授權經銷商進口的汽車通常來自較低營運成本的國家(如泰國及馬來西亞)，乃由於該等品牌的製造商通常傾向於在勞動力及營運成本較低的國家設立海外工廠。

(c) 報價

授權經銷商提供的價格通常由製造商釐定，而平行進口汽車經銷商能夠更好的把控從汽車採購到銷售的整個過程。平行進口汽車經銷商亦能向彼等客戶提供更具競爭力的價格。

(d) 銷售及營銷力度

授權經銷商通常通過彼等高檔並處於中心位置的展廳及經驗豐富的銷售員工在銷售及營銷方面投入更多精力。彼等展廳通常配備大量屢獲殊榮的汽車及彼等員工可由汽車製造商直接培訓。相關工作將幫助授權經銷商與客戶溝通並增加汽車銷售額。部分平行進口汽車經銷商儘管缺乏汽車製造商的支持，但仍將彼等展廳擴展至中心位置並不斷培訓員工以與授權經銷商進行競爭。

(e) 目標客戶群

授權經銷商通常向國內零售客戶出售汽車，而平行進口汽車經銷商能夠向汽車經銷商以及零售客戶出售汽車。因此，平行進口汽車經銷商能夠擁有更廣泛且更多元化的客戶群，從而自汽車銷售獲得額外的收益來源。

(f) 授權經銷商由製造商施加的附加限制

授權經銷商亦可能不時被要求承諾達到預定銷售量。就此而言，此要求可能導致庫存積壓，從而增加存貨成本。相反，平行進口汽車經銷商通常毋須作出此類承諾，從而能更好的控制存貨成本。

本集團為新加坡的一家平行進口汽車經銷商。就銷量而言，我們於2017年銷售約1,514輛新車，於所有汽車經銷商中排名第12，而新車銷量於新加坡平行進口汽車經銷商中排名第一。本集團2016年的行業內排名亦相同。於汽車經銷商行業，汽車送到最終客戶時可能已經經過了多個汽車經銷商，其表明所有經銷商出售的汽車總量高於市場銷售車輛實際數量。上述汽車經銷商之間的交叉銷售使得無法準確估計主要市場參與者在市場份額方面的排名。

領先市場參與者具有部分相同點，包括(i)於近二十年前開始運營；(ii)提供一站式服務；(iii)每月汽車銷量達50輛以上；及(iv)開發廣泛的業務範圍(涵蓋汽車銷售及出租、汽車融資及保險服務)。

行業概覽

新加坡按新車銷量劃分之最大汽車經銷商，2017年

排名	公司	新車的概約		主營業務	地理覆蓋	上市地位
		銷量(輛)	公司類型			
1	公司A	~14,500	授權經銷商	銷售新車及二手車、售後車間服務、財務服務、重型設備、採礦、建設及能源等	新加坡、馬來西亞及緬甸	一間上市公司之附屬公司
2	公司B	~12,500	授權經銷商	銷售新車及二手車、售後車間服務	新加坡	一間上市公司之附屬公司
3	公司C	~11,600	授權經銷商	銷售新車、售後車間服務、物業租賃及開發、運輸服務	新加坡、中國、泰國、日本、台灣等	上市
4	公司D	~9,700	授權經銷商	銷售新車及二手車、售後車間服務	新加坡、印度尼西亞、澳大利亞、中國	未上市
5	公司E	~6,400	授權經銷商	銷售新車及二手車、售後車間服務、塑料製品、酒店及度假村、投資控股及財務服務等	新加坡、馬來西亞	一間上市公司之附屬公司
12	本集團	1,514	平行進口汽車經銷商	銷售新車及二手車	新加坡	

附註：

- (1) 由於汽車經銷商之間的交叉銷售，無法準確估計市場份額的百分比。
- (2) 售後車間服務指內部車間服務。

來源：灼識諮詢報告

進入市場的門檻

資金：獲得經銷權需要大量前期資金，其大部分用於收購汽車存貨、裝修展廳以及支付擁車證溢價。汽車可花費高達數十萬。此外，大部分汽車經銷商將須耗費大筆財務資源於銷售及市場推廣以吸引客戶。

行業知識：由於在新加坡進行汽車登記須擁有擁車證，客戶或會要求經銷商代其安排擁車證投標。部分客戶或亦會要求優質的售後服務。另一方面，汽車供應商亦將對經銷商的分銷能力施加若干規定。因此，不具備行業知識的新進入者或會發現進入市場較難。

貨源：獲得採購汽車的平台亦為妨礙新進入者進入市場的另一因素。現有經銷商已與汽車供應商建立長期關係。新進入者或會難以以有利價格從海外經銷商採購汽車。

激烈的競爭：由於陸交局對汽車數量施加的嚴格監管，眾多小型經銷商已停止業務，而僅有受益於規模經濟及當地聲譽的成熟公司得以存活。新進入者或會更難以進入市場及難以盈利。

威脅

政府政策及法規

由於新加坡車輛市場受高度監管，政府政策及法規在汽車經銷市場中具有重要作用。任何由政府採取限制車輛登記數量之措施，特別是可能導致汽車擁有及維護成本增加之措施均可能影響汽車銷售。新加坡陸交局已宣佈自2018年2月起將私家車新增長目標由0.25%下調至0%。該等政策法規將對新加坡汽車經銷市場帶來負面影響。自2018年1月1日起，所有新車、出租車及新進口二手車均採用車輛排放計劃代替車輛排碳量稅務計劃。汽車或出租車的車輛排放計劃退款或附加費用將由其最嚴重污染情況釐定。碳排放量高的車輛將收取註冊附加費。

新加坡新車經銷市場的歷史價格走勢

公開市場價值成本

公開市場價值將基於汽車的來源及型號而有所不同，通常佔客戶最終車輛總價的約20%至30%。新加坡海關評估之公開市場價值主要受由供需、運費、保險、手續及製造國向新加坡銷售及交付汽車附帶之所有其他費用影響的購買價格之影響。

擁車證溢價趨勢

就擁車證溢價趨勢而言，有關詳細請參閱本節上文「新加坡汽車市場概覽—擁車證趨勢」一段。

外匯波動

原產國家的匯率變動可能影響採購成本，並直接影響最終客戶的最終車輛價格。由於自2012年至2015年日圓貶值，日本汽車比歐洲汽車價格更低並更具價格競爭力。

新加坡二手車經銷市場分析

二手車市場概覽

一般而言，新加坡二手車指擁有未到期擁車證的二手車。購買二手車(尤其是擁車證配額受限及擁車證溢價波動時)是一個不錯的選擇。新加坡越來越多汽車駕駛者選擇購買擁有六至九年車齡的汽車作為臨時選擇，直至擁車證溢價因預計較高的註銷數量而於未來下降。

新加坡二手車之平均售價較新車受更多複雜因素影響，如二手車款式及車型更多樣化及二手車的情況各不相同。有時，即使是具有相同款式及車型且具有相似車況的汽車，二手車價格亦可能在很大範圍內變化。此乃由於二手車的售價不僅包括公開市場價值成本，亦包括部分初始擁車證溢價、優惠附加登記費及經銷商的加價(倘汽車由經銷商銷售)。因此，價格變化通常反映出汽車最初註冊時擁車證溢價波動的情況。一般而言，陸交局收緊擁車證配額預計將推動二手車的價格，原因為新車需求將轉向二手車。於2016年及2017年二手車銷售總量分別約為136,000輛及136,000輛。自2016年至2017年銷售向零售客戶的二手車的整體平均售價介乎約70,000新元至100,000新元，而向經銷商銷售的價格介乎約62,000新元至90,000新元。就平行進口汽車經銷商而言，向零售客戶銷售的二手車的平均售價介乎約65,000新元至90,000新元，而向經銷商銷售的每輛二手車平均售價於同期介乎約55,000新元至80,000新元。相關價格包括擁車證及附加登記費等。通常情況下，平行進口汽車經銷商的平均售價將較授權經銷商平均售價低20%。然而，二手車實際售價因汽車的不同類型、品牌、車型及車況，以及客戶與經銷商之間的議價而異。預計於預測年度二手車之平均售價將小幅增長但將保持在相似的价格範圍內。

與新車相比，二手車賣家通常不會提供保修服務，而部分二手車經銷商可根據其規模及能力提供介乎3個月至3年的保修服務。

新加坡二手車的銷量於過去十年保持上升趨勢。自2007年至2012年，銷量由約38,600輛持續增加至約96,200輛，複合年增長率為20.0%。於2013年，由於持續下降趨勢的車輛註銷突然轉為增加，暫時影響了二手車的供應，從而使得銷量略有下降。然而，隨著網絡平台的發展，銷量回歸上升趨勢，自2012年至2017年，其由約96,200輛增加至約135,700輛，複合年增長率為7.1%。鑒於新加坡汽車總數保持相對穩定，二手車銷量佔汽車總數的百分比已從2007年的約5%大幅增加至2017年的約18%。預計二手車銷量佔汽車總數的百分比將持續增長，乃考慮到：(i)歷史增長勢頭；(ii)預計從2018年開始的緊縮擁車證配額將驅使價格敏感型客戶因擁車證溢價的波動或預期增長趨勢而購買二手車而非新車；(iii)網絡平台的快速發展簡化了二手車的購買流程並使信息更加透明。因此，二手車的銷量預計將保持上升趨勢，並在2017年至2023年間以1.3%的複合年增長率逐步增長。受銷售二手車的利潤空間及政府限制新註冊擁車證配額的規定等因素影響，新加坡經銷商的二手車銷售額於2012年至2017年間以複合年增長率1.8%增長，預計2017年至2023年間將以複合年增長率1.6%進一步逐漸增長。於2012年至2017年間，二手車的供應日益增長降低了二手車的平均市場售價，其導致期內二手車銷售量增加，同時二手車銷售額增長緩和。就2017年至2023年而言，由於預期銷售量將於預測期間按緩和速率穩定增長，平均市場售價預期保持穩定並隨通脹增加。因此，銷售額預期亦將按緩和速率增長。

新加坡二手車銷售量，2012年至2023年預測



來源：新加坡陸交局，灼識諮詢報告

新加坡二手車經銷市場的驅動因素

更大的利潤空間 — 二手車交易可能有更大的利潤空間，此乃基於二手車價格或會受不同因素(如公開市場價值成本、優惠附加登記費及原始擁車證溢價)的影響，即使車況類似的同一類型汽車的價格範圍亦可能會有所不同。該綜合因素為擁有市場經驗及專業知識的經銷商釐定特定二手車價格及其利潤提供了更大的空間，且可透過買賣二手車獲得更多回報。平均而言，向零售客戶銷售的二手車的毛利率介乎5%至8%。出售二手車的毛利率受其車況及受歡迎程度以及經銷商的銷售努力的高度影響。尤其是對於車況較好且擁車證有效期較長的二手車，毛利率可介乎12%至18%，而若干高檔歐洲品牌二手車可以超出此範圍的毛利率出售。歐洲品牌或車況較好的汽車佔大部分銷售比例的二手車經銷商連同他們更好的銷售及售後支持往往比其他經銷商獲得更高的毛利率。因此，汽車經銷商願意將更多資源投資於二手車貿易。

擁車證供應緊縮 — 擁車證供應緊縮將增加擁車證溢價，並因而增加購買新車的成本。與之相反，二手車無須考慮擁車證投標及大幅取決於前車主已付價格的擁車證溢價。因此，於擁車證配額緊縮時，二手車需求將增長，並代替新車需求。當擁車證溢價較高或波動時，客戶將傾向於購買二手車，尤其是車況較好且擁有較長擁車證有效期的二手車，而非購買新車。擁車證收緊將導致新車需求減少因而將刺激並增加二手車銷售量。

網絡平台的快速發展 — 新加坡二手車網絡平台近年來發展迅速。特別是，在過去五年中建立了超過三個新網絡平台。該等網絡服務簡化了二手車的購買流程並使市場更加透明。此外，該等網絡平台降低了經銷商及客戶的搜索成本。因此，二手車交易在過去十年中逐漸增加，且隨著更多網絡平台的發展，預計將進一步增長。

新加坡二手車經銷市場的競爭格局

新加坡二手車經銷商運用兩種主要業務模式，尤其是，企業對企業(B2B)模式以及企業對客戶(B2C)模式。其乃二手車經銷商或零售商自其他經銷商或零售商採購的行業慣例。

二手車行業較為分散，約有800名市場參與者。大多數市場參與者為中小型公司，而大型零售經銷商很少。

擁車證配額變動對新車及二手車市場的影響

於2012年至2017年間，有大量老化汽車註銷，其增加了重回市場循環的擁車證配額數量。增加的擁車證配額對新加坡汽車銷售市場擁有如下影響：

- (i) **增加新車的新註冊** — 老化汽車車主逐漸用新車取代彼等的汽車。擁車證溢價亦同時降低，其刺激價格敏感客戶產生大量需求。因此，自2014年至2017年，新車銷售量增加。此外，於2017年10月新加坡政府宣佈實施零汽車增長率前，汽車經銷商為於政策全面實施前降低彼等之存貨而大量拋售汽車，其進一步增加了於2017年末及2018年初新車的銷售總量。因此，銷售量於2012年至2017年達到28.6%的高複合年增長率。
- (ii) **二手車價格下降** — 於2012年至2017年，大量汽車達到10年有效期末。老化汽車或於第十年註銷，或於擁車證到期前提前數年於二手車市場出售。因此，二手車供應增加，其導致二手車平均售價降低。平均售價下降部分抵銷二手車銷售量增長的影響，導致銷售額以約1.8%的複合年增長率緩慢增長。

於2017年末，陸交局宣佈新加坡所有私家車(A類別及B類別)及摩托車(D類別)的汽車增長率將裁減至零。該變動將從中長期影響擁車證配額的供應。緊縮的擁車證供應將對新加坡汽車銷售市場產生如下影響：

- (i) **新車註冊減少** — 陸交局已自2017年11月起逐漸減少擁車證配額數量，且儘管其於2018年8月有略微增長，陸交局預期將長期進一步減少該配額數量。此外，回收的擁車證配額由於預期汽車註銷減少而有所減少。由於新車註冊與擁車證配額緊密相關，擁車證配額亦將面臨下降趨勢。
- (ii) **二手車需求增加** — 擁車證供應將影響二手車需求。擁車證配額緊縮將導致擁車證溢價長期保持較高水平，並進一步增加購買新車的成本。因此，二手車需求將取代新車需求。具體而言，價格敏感客戶將傾向於購買二手車而非新車。購買二手車於擁車證配額受限及擁車證溢價短期波動時尤其受到青睞。新加坡越來越多的汽車駕駛者選擇購買擁有六至九年車齡的汽車作為暫時選擇直至擁車證溢價因預計較高的註銷數量而於未來下降。

新加坡汽車經銷融資市場

概覽

由於在新加坡購買汽車花費昂貴，大多數買主會考慮從放債人或從金融機構貸款以獲得其購買汽車之資金。買主可以選擇(i)直接從銀行或信用合作社等金融機構借款；或(ii)通過汽車經銷商提供的更方便的一站式服務獲得經銷融資。成功的汽車經銷商通常已與各個銀行及融資公司建立了牢固的關係，能夠為客戶提供更多的融資方案。在所有融資方案中，新加坡汽車經銷融資的主要形式為租購融資。

就汽車經銷融資而言，經銷商可將客戶介紹予第三方放債人或金融機構，以換取轉介佣金，或向客戶提供直接內部租購融資。

從客戶的角度看，銀行提供的融資方案通常較經銷商直接內部租購融資更加優惠。然而，由於經銷商直接內部租購融資的信用審批程序通常更簡單快速，故極其看重時間的客戶更傾向於選擇經銷商直接內部租購融資而非銀行提供的融資方案。經銷商的平均處理時間通常為一周以內，而銀行通常需要約兩周或以上的時間來處理有關申請。快速的處理能夠大幅縮減客戶的等待時間及因此提升客戶的購買體驗。

汽車經銷融資市場規模及預測

於新加坡，約70%的客戶使用汽車貸款協助購買汽車。租購融資為新加坡汽車經銷融資的主要形式。於2013年，新加坡金管局通過金融機構提出對汽車貸款進行限制，以緩和車輛及擁車證的需求並緩解通貨膨脹的壓力。然而，於2016年5月，新加坡金管局宣佈放寬汽車融資規則，價值在20,000新元或以下的汽車的最高貸款對估值比率從60%提高至70%，最長貸款年期亦從五年延長至七年。新加坡汽車個人貸款的價值於2017年略微反彈至104億新元。汽車個人貸款增長率將與未來新車及二手車經銷市場保持正相關關係。預計於2023年個人汽車貸款的價值將進一步達到115億新元，於2017年至2023年間的複合年增長率為1.7%。

大部分在新加坡的平行進口汽車經銷商將提供經銷融資服務作為增值服務。彼等協助客戶從銀行或金融機構獲得融資並獲得佣金收入，而只有少數經銷商擁有足夠的資金能提供內部融資服務解決方案。就內部融資服務而言，概無需要前去銀行或金融機構，經銷商可以直接提供一站式服務以及相對較有競爭力的租購套餐，並為客戶提供最大的方便。

本集團於2017年佔新加坡汽車個人貸款市場份額總額不到1%。

驅動因素

對汽車融資之監管放寬：新加坡金管局於2016年放寬了對汽車貸款的限制。根據新規定，價值20,000新元或以下車輛的最高貸款對估值比率已從60%提高到70%，價值超過20,000新元的車輛比例從50%提高到60%，最高的貸款年期從五年延長至七年。更寬鬆的監管可以鼓勵更多的人通過分期付款購買汽車，其將為經銷融資帶來更多的交易。

汽車購買成本過高：在新加坡購買一輛汽車的費用相當高。除車款外，買主亦須支付如註冊費、擁車證溢價、商品及服務稅及附加登記費等相關手續費用，其使得人們不能付全款購買汽車。在此情況下，新加坡人通常在融資服務的幫助下購買汽車。作為汽車融資的有效途徑，汽車經銷融資相應增長。

年利率相對較低：一般而言，利率為尋求汽車貸款時最為重要的因素之一。根據新加坡金管局的資料，新加坡銀行及金融公司的年度優惠貸款利率由2012年的5.38%降至2017年的5.28%。相對較低的年利率將通過經銷融資來提供更實惠的價格以吸引價格敏感的客戶購買車輛。

汽車經銷融資帶來的便利：大多數經銷商代表客戶完成融資過程。與通過銀行融資相比，該等服務節省時間，且減少客戶辦理文件之需要。經銷融資快捷方便的體驗使其為消費者輕鬆放心的良好選擇，並引導消費者選擇該一站式服務。

進入市場之門檻

建立良好關係：為向客戶提供合理利率，經銷商往往與金融機構有良好的關係，以便獲得較低的利率並賺取差價。該等關係建立於大量網路積累及經銷商品牌長期認可的基礎上，新進入者難以建立。

行業知識：消費者可比較不同機構的利率。為了成功吸引消費者，經銷商需要配備汽車經銷市場及金融行業的知識以提供融資服務。此外，為了提供更好的購物體驗，大多數汽車經銷融資服務為客戶處理相關文件。該等服務對專業性要求更高，沒有額外的行業知識的新進入者或會覺得於市場立足更加困難。

激烈的競爭：新加坡的汽車銷售市場經過多年的發展已經全面展開。許多經銷商已與積累的穩定客戶成功地發展彼等之經銷融資服務並已建立了良好的聲譽。在此情況下，新進入者很難與現有參與者競爭以吸引顧客。

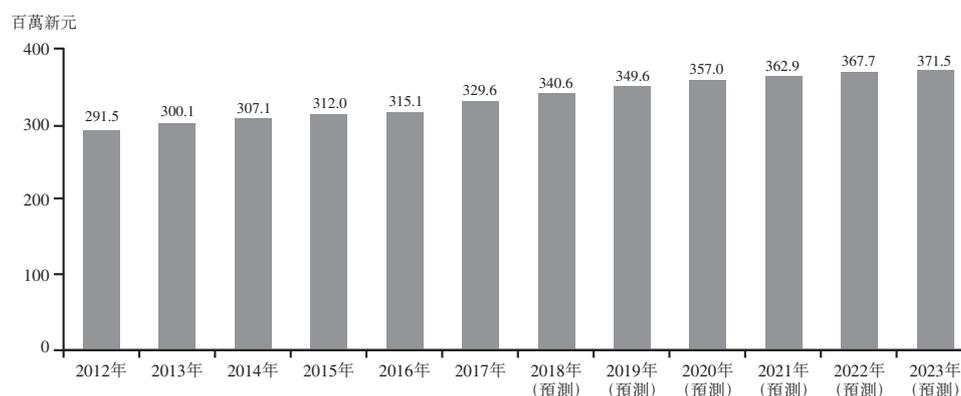
新加坡的汽車車間市場概覽

新加坡汽車車間市場通常提供包括汽車維修及保養、改裝、調試及美容服務。

汽車車間行業由於其服務性質通常較汽車經銷行業有較高的毛利。此外，提供優質售後服務的能力對汽車經銷商吸引及保留客戶十分重要。因此，授權經銷商通常經營其自有車間，及平行進口汽車經銷商通常與獨立車間合作以向彼等客戶提供相關服務。擁有自有服務中心、良好設備及熟練的技術人員的平行進口汽車經銷商能夠提供優質、高效及多樣化的服務，從而滿足客戶不同的需求。憑藉提供一站式服務，該等經銷商能輕易贏得客戶忠誠度及從售後服務獲更多利潤，其亦鞏固彼等市場地位及較市場上其他參與者更有競爭力。於2017年，新加坡的十大汽車經銷商皆經營彼等內部汽車車間，以提供售後服務。

新加坡汽車車間服務市場主要包括(i)維修及保養分部；及(ii)汽車的改裝、調試及美容市場。從2012年到2017年，汽車車間服務市場的複合年增長率為2.5%，並平穩地從291.5百萬新元增加到329.6百萬新元。儘管新加坡汽車的數量從2014年到2016年在不斷地下降，但預計於2023年，將維持相對穩定及達約771,000輛，汽車車間服務市場收益預計到2023年將增加到371.5百萬新元，這意味著於2017至2023年之間的複合年增長率為2.0%。

新加坡汽車車間服務行業之市場規模，2012年至2023年預測



來源：新加坡陸交局、灼識諮詢報告

行業概覽

於新加坡，汽車車間服務行業的發展主要由老化汽車數量所推動。於過去的幾年裡新加坡的老化汽車數量明顯。例如，於2017年，5年以上車齡的車輛比例為53%，是十年前的四倍多。此外，高額擁車證溢價促使大量車主重續現有車輛的擁車證而非購買新車。因此，老化汽車的比例或數量於未來將繼續增加。因為老化汽車每年通常比新車進行更加頻繁的測試及檢查，所以擴大了維修及保養行業。據新加坡政府的相關規定，超過3年且少於10年車齡的汽車每兩年必須進行一次檢查，而超過10年車齡的汽車必須一年進行一次檢查以確保車輛保持適行狀態，將對所有道路行人的潛在危險減至最低。這要求車主經常維修及保養彼等之車輛以通過該強制性檢查。不斷增長的老化車輛以及檢查頻率將增加維修及保養需求。維修及保養服務通常包括小部件的更換（如更換損壞的燈泡）、更換機油、噴漆等內容。於2017年，汽車的維修及保養每年平均花費約330新元，於未來將保持平穩增長。因此，汽車維修及保養服務市場預計將會增長。

根據陸交局的規定，在未經陸交局之批准下，車主能夠改裝彼等之內部零件及小型設備，如車載系統及保險槓。若干重要部分改裝，如引擎，將須獲陸交局批准，而若干功能性（及外部）設備將禁止改裝。大部分車載娛樂系統改裝、通信系統安裝及汽車座椅安裝一般於銷售時進行。售後改裝一般指引擎、排氣系統及懸掛系統等改裝或調整，其取決於客戶偏好。於2017年，平均改裝服務成本（通常包括內部零件、設備甚至是引擎改裝）視乎服務類型介於1,500新元至2,000新元之間。老化汽車將亦須進行一定程度的改裝或調整以維持良好狀態，因此，改裝市場將於未來幾年呈上升趨勢。考慮到上述維修及保養服務市場趨勢，汽車車間服務市場總體上預計將會增長。

新加坡約有2,000間汽車車間。其大部分為小規模運營，且該市場的整體競爭相對較激烈。車間需要優秀的技術人員及聲譽來吸引及保留客戶。進入汽車車間市場的主要進入門檻包括(i)用作啟動資金及經營的大筆資本投資；(ii)經驗豐富的機械師；及(iii)良好的信譽及穩定的客戶群。