

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自我們委託弗若斯特沙利文編製的獨立行業報告（「弗若斯特沙利文報告」），以及各種政府官方刊物及公開可用資料來源。我們委聘弗若斯特沙利文就[編纂]編製弗若斯特沙利文報告。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]、[編纂]、[編纂]、[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（除弗若斯特沙利文外）獨立核實，且概無就其準確性發表任何聲明。有關行業風險的討論，請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險」一節。

資料來源

本節包含的資料摘自我們就[編纂]委託弗若斯特沙利文獨立編製的弗若斯特沙利文報告。我們預計就弗若斯特沙利文報告及使用其報告向弗若斯特沙利文支付總額人民幣400,000元。弗若斯特沙利文是一家諮詢公司，為各行各業提供行業諮詢服務、商業盡職調查和戰略諮詢服務。我們認為，支付該等費用並不影響弗若斯特沙利文報告所得出結論的公正性。我們在本節以及本文件「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」等章節及其他部分摘錄了弗若斯特沙利文報告中的若干資料，以便為有意投資者提供關於我們所經營行業的更全面介紹。

於弗若斯特沙利文報告的編製過程中，弗若斯特沙利文進行了一級研究和二級研究，獲得了有關澳洲和新西蘭及全球房車市場的知識、統計數據、資料及行業見解。一級研究包括採訪主要行業專家和領先的行業參與者。二級研究包括分析來自各種公開可用數據源的數據。弗若斯特沙利文報告的編製基於以下假設：(1)在預測期內，中國、澳洲和新西蘭和全球的整體社會、經濟和政治環境預計將保持穩定；(2)在整個預測期內，相關的主要驅動因素可能會推動澳洲和新西蘭和全球房車市場的持續增長；及(3)不存在可能對行業產生重大或根本性影響的極端不可抗力或不可預見的行業法規。我們的董事在進行合理查詢並採取合理審慎的態度後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，市場資料中並無任何可能限制、抵觸或影響本節所披露資料的不利變動。

行業概覽

得益於人們對戶外活動的興趣提高、可支配收入的增加以及對健康和福祉的更多關注，近期全球露營市場大幅增長。根據弗若斯特沙利文的資料，於2023年，全球露營人數達到約2.793億人，預計到2028年將進一步增長至4.390億人，2024年至2028年的複合年增長率為8.5%。在北美、歐洲、澳洲和新西蘭等地區，露營已成為休閒旅遊的主要項目。露營者可以靈活地在國家公園、專業露營地或較小的地點露營，使露營成為一個具有吸引力的旅遊選擇。彼等可以選擇不同類型的住宿，包括房車、帳篷或小屋，以便在不同的環境中進行轉移。其中，房車作為露營的住宿選擇之一擁有其獨特的優勢，其將出行的便利與家的舒適融為一體，成為旅行者尋求冒險與舒適的理想選擇。房車設計有設備齊全的生活空間，包括睡眠區、廚房、浴室。此外，房車亦配備了電力和供水系統、空調及存儲空間等基礎設施，同時適合短途旅行和長途旅行。這些車載生活設施確保露營者在房車旅途中享有高度的自給自足能力及靈活性，提高了整體的旅行體驗。

房車產業細分及價值鏈分析

房車可分為拖掛式房車及自行式房車。拖掛式房車(包括標準房車、頂篷露營車及營地拖掛式房車)需要外部汽車進行牽引。拖掛式房車既有設備齊全的固定居住空間，亦有易於運輸的簡易可折疊裝置。而自行式房車將生活區及駕駛區整合為一個自給自足的單元(劃分為A級、B級及C級)，每個級別都提供不同的尺寸、豪華程度及功能平衡，以滿足不同消費者的偏好和需求。

行業概覽

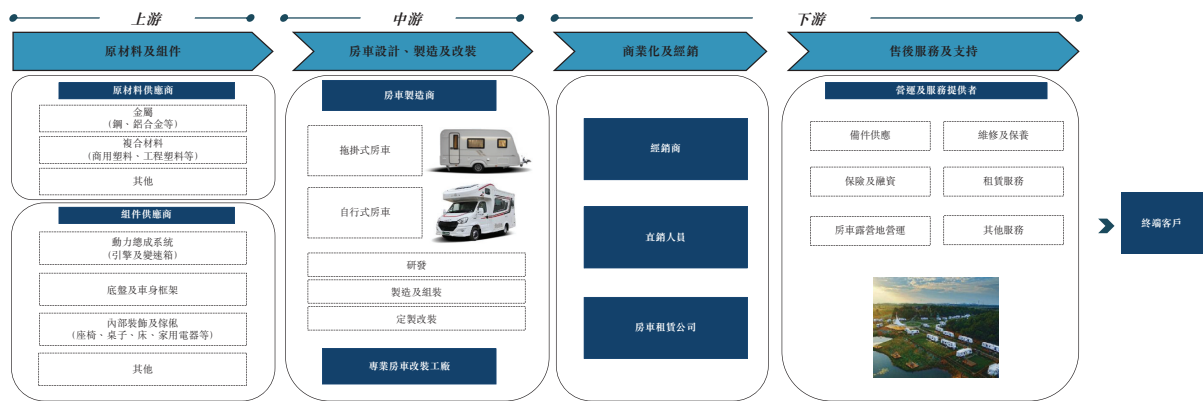
下表載列拖掛式房車與自行式房車之間的特徵比較：

	拖掛式房車	自行式房車
車身設計	可拆卸居住單元與拖車組合可提供靈活的配置選項，既滿足不同消費者的需求，又能提供具有成本效益的選擇。	一體化車身設計優化了車內空間利用率，提高了生活及儲物便利性。該做法迎合市場對高端生活體驗的需求，體現於更高的製造及市場價格上。
靈活性	利用拖掛式房車的可拆卸功能，牽引車可探索周圍環境，而將拖車留在露營地，為追求多樣化旅行體驗者提供極大靈活性。	儘管可以提供即時生活便利，但由於缺乏探索周圍環境的靈活性，可能會降低其於探險旅行市場上的吸引力。
車型多樣性	提供標準房車、頂篷露營車、營地拖掛式房車等多種選擇，滿足不同需求及預算的用戶。	車型包括豪華A級至緊湊型B級及C級。價格範圍及尺寸變化較拖掛式房車更為有限。
總體擁有成本	相對較低的初始投資及維護成本使其成為一種具有成本效益的選擇，尤其適合預算有限的消費者。	總體擁有成本較高，包括較高購買價、保險成本、維護及修理費用以及燃料消耗。

資料來源：弗若斯特沙利文分析

房車行業的價值鏈結構複雜，橫跨上游、中游及下游。上游部分主要是採購基本原材料及零部件，如金屬、塑料及電子產品，該等原材料及零部件均為房車建造的基礎。中游部分專注於房車的組裝及製造，包括標準生產和定製改裝，以滿足特定客戶的偏好。下游部分包括銷售及提供房車銷售及售後服務，製造商及經銷商在其中發揮著關鍵作用。彼等提供全面的維護、維修服務以及更換零部件，確保房車用戶擁有完美的擁有體驗。

下圖列示房車行業的價值鏈：



資料來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

全球、澳洲和新西蘭房車市場概覽

自2019年至2023年，全球房車銷量經歷波動，於2021年達到峰值，於COVID-19疫情期間銷量達至99.26萬輛，因為社交距離措施導致越來越多人選擇房車進行旅遊和出行。這一激增導致市場需求量被提前透支，致使2022年及2023年銷量連續兩年大幅下降，2023年達至61.69萬輛，2019年至2023年的複合年增長率為負3.5%。

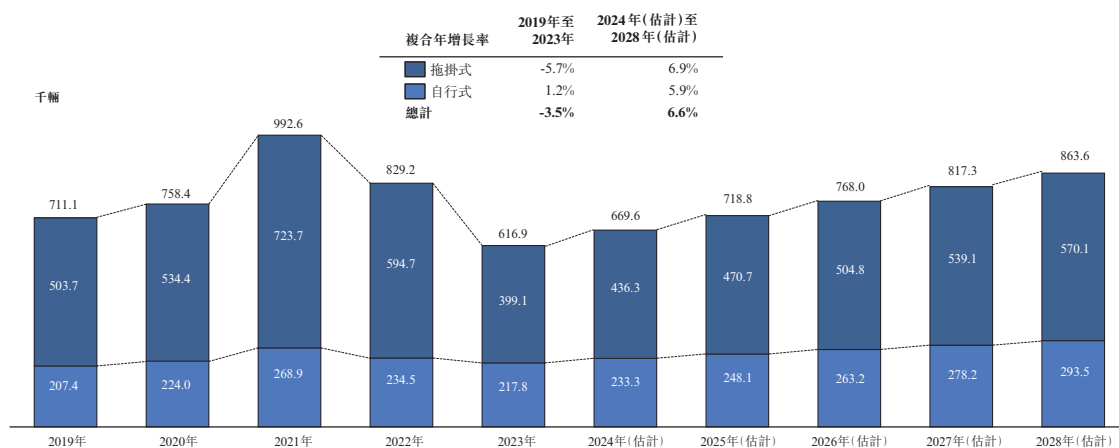
自2021年至2023年，相較於銷量保持穩定的自行式房車，拖掛式房車的銷量大幅下降，其很大程度歸因於區域市場(尤其是北美市場)的動態變化。於2021年，全球最大的拖掛式房車市場北美受到COVID-19的嚴重影響。隨著國際旅行限制的實施，國內旅行及戶外活動激增導致拖掛式房車需求急劇增加，佔全球房車銷售量增量的79%。然而，隨著疫情於2022年有所緩解，其需求的增加亦隨之減弱，導致全球拖掛式房車的銷量顯著下降。相較之下，自行式房車通常價位較高，被視為用途更廣泛、更獨立的房車，其銷量保持相對穩定。

展望2024年至2028年，隨著全球旅遊業的持續復甦及後疫情時代露營經濟的蓬勃發展，房車旅行預計將推動消費者對房車的需求增長。總銷量預計將達至86.36萬輛，2028年超過疫情前的水準，2024年至2028年的複合年增長率為6.6%。其中，拖掛式房車的復甦速度預計將快於自行式房車，這可歸因於其吸引廣大消費者群體的若干優勢。與自行式房車相比，拖掛式房車一般具有更高的可負擔性及更低的總體擁有成本，因此對於希望購買第一輛房車或預算有限的個人及家庭而言，拖掛式房車更容易獲得。此外，拖掛式房車亦具有更大的使用靈活性，可從牽引車上拆下，便於在當地進行探索，並可將車輛與居住區分開使用。這種雙重功能增強實用性及便利性，符合後疫情時代消費者對多功能、經濟型旅行解決方案的偏好。

以收入計量，2023年全球房車市場為人民幣2,600億元，自2019年以來複合年增長率為4.9%。預計2028年市場總規模將達致人民幣3,206億元，2024年至2028年的複合年增長率為3.9%。以收入計量，自行式房車在細分市場佔據主導地位，此乃由於自行式房車的銷售價格通常為拖掛式房車的3至4倍。因此，儘管拖掛式房車的銷量更高，但自行式房車在全球市場收入中所佔份額更大。

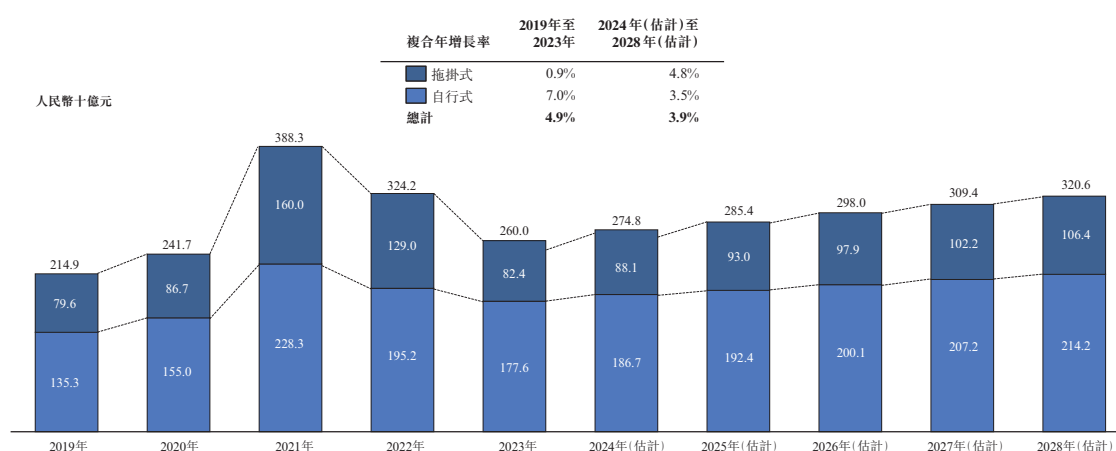
行業概覽

2019年至2028年(估計)按銷量劃分的全球房車市場規模



資料來源：澳洲和新西蘭房車行業協會(「CIAA」)、歐洲房車聯合會(「ECF」)、房車行業協會(「RVIA」)、弗若斯特沙利文分析

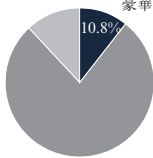
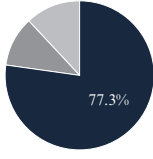
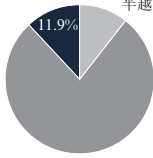
2019年至2028年(估計)按收入劃分的全球房車市場規模



資料來源：CIAA、ECF、RVIA、弗若斯特沙利文分析

房車分為豪華、中端和半越野品牌。豪華房車提供高級內飾和綜合設施，類似於高端住宅。2023年，中端房車佔據了77.3%的市場份額，為家庭和長期旅行者提供了實用且具有成本效益的旅行選擇。半越野房車專為探索偏遠地區而設計，具有堅固的設計和必要的生活設施，可進行長時間的戶外探險。

行業概覽

類型	定義	2023 年澳洲和新西蘭各單位的市場份額(%)
豪華品牌	- 豪華房車品牌以其高級的內飾和舒適的居住體驗而聞名，其通常配備現代科技和綜合設施，提供類似於高端住宅或五星級酒店的生活方式。 - 按標價計算，豪華品牌房車的價格通常超過 70 千澳元。	 豪華品牌 10.8%
中端品牌	- 中端房車品牌提供實用舒適的旅行體驗，注重成本效益，適合家庭和長期旅行者，其使用耐用的材料和設計，提供必要的娛樂和生活設施，是舒適可靠的選擇。 - 按標價計算，中端品牌房車的價格通常在 25 千澳元至 70 千澳元之間。	 中端品牌 77.3%
半越野品牌	半越野房車品牌專為希望探索偏遠地區和崎嶇地形的旅行者設計，具備一定的越野功能。其採用堅固的底盤和車身設計，配備了必要的生活設施，是長時間戶外生活的理想選擇。	 半越野品牌 11.9%

資料來源： 文獻研究、弗若斯特沙利文分析

全球房車市場的增長受到以下若干關鍵因素的影響：

- **收入水平提高。**隨著全球經濟的增長，居民可支配收入增加，提升了彼等在休閒及旅遊活動的消費能力。房車具有獨特的便利性及舒適性，並激發人們對高品質生活方式的追求，包括探索、自然體驗及家庭時光，已成為休閒的主要選擇。
- **對旅遊及戶外活動的興趣與日俱增。**戶外活動及探險旅遊的興起明顯推動全球房車市場的增長。房車使旅行者能夠靈活地探索偏遠地區及自然景觀，吸引著自駕遊、露營及戶外探險愛好者。社交媒體上廣泛分享的旅行經歷進一步擴大人們對自由、靈活及個性化旅行選擇的渴望，促進房車旅行的普及。
- **技術創新及產品功能增強。**技術進步極大地促進全球房車市場的發展，其中包括環保動力系統、輕量化材料及智能家居設施，從而提高房車的性能及可持續性。電動及混合動力房車(包括電動拖掛式房車)等創新產品不僅減少對化石燃料的依賴，亦集成智能家居系統，增加便利性及安全性。電動拖掛式房車配有大容量電池，可通過傳感器實現與牽引車同步的自行車式牽引，大大降低牽引車的能耗，並以其多樣化的設計吸引著更廣泛的受眾。

行業概覽

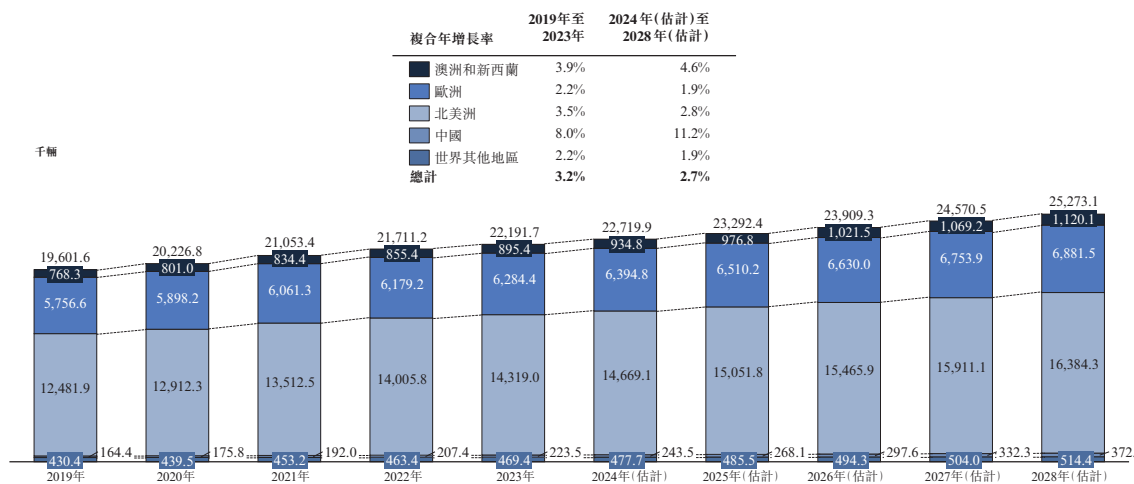
澳洲和新西蘭是全球第三大、增長最快的房車市場之一

北美、歐洲、澳洲和新西蘭是全球前三大房車市場，這三個市場的在用房車量於2023年合計約佔全球總量的97%。澳洲和新西蘭是僅次於北美及歐洲的第三大市場，2023年的在用房車量為89.54萬輛，自2019年至2023年的複合年增長率為3.9%。

在旅遊業蓬勃發展及大量國際遊客的推動下，房車公路旅行於澳洲和新西蘭已成為一種成熟的旅行方式。以房車家庭滲透率計量，2023年澳洲和新西蘭的房車擁有率高達每千戶78.8輛，遠超歐洲的21.7輛，位居全球第二，僅次於北美每千戶107.7輛房車的領先數據。

房車旅行的遊客為經濟注入了活力，促使澳洲和新西蘭政府開發與房車相關的基礎設施，包括免費的過夜房車露營地、中心商業區的停車設施以及完善的露營地基礎設施。預計至2028年，澳洲和新西蘭在用房車總量將達至112.01萬輛，自2024年起的複合年增長率為4.6%，超過北美及歐洲的增長速度。

2019年至2028年(估計)按在用房車總量及地區劃分的全球房車市場規模



資料來源：CIAA、ECF、RVIA、弗若斯特沙利文分析

行業概覽

拖掛式房車主導澳洲和新西蘭房車市場

於全球市場上，各地區對房車類型的偏好大相逕庭。於澳洲和新西蘭，拖掛式房車尤其受歡迎，因為其適合該地區多樣而廣闊的地貌。這種偏好歸因於該地區有開闊的空間及完善的露營基礎設施，非常適合長途旅行及戶外活動。拖掛式房車吸引著渴望探索偏遠自然區域的冒險家，為一個充滿活力的市場提供豐富的車型及定製改裝選項，滿足不同的旅行需求及偏好。

於澳洲和新西蘭，每年新售出的房車中有超過90%是拖掛式房車，這一比例自2019年的93%增至2023年的96%。預計這一趨勢將持續下去，到2028年，拖掛式房車將達至4.89萬輛，佔新房車總銷量的96.1%，2024年至2028年的複合年增長率為6.6%。對拖掛式房車的偏好日漸增長主要由於其價格低廉，包括購置成本及總體擁有成本較低，而且靈活性更強，因此越來越受到尋求經濟、多功能旅行解決方案的消費者的青睞。

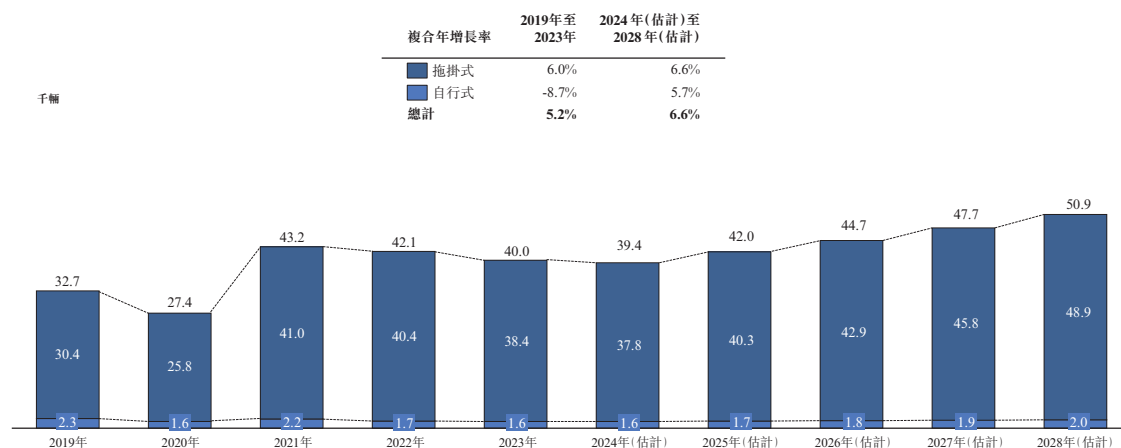
由於經濟的不確定性、供應鏈中斷及材料成本上漲，自2021年至2023年，全球房車市場銷量大幅下降，而澳洲和新西蘭市場則保持相對穩定。該穩定由於下列若干因素：政府對國內旅遊的支持及鼓勵、對戶外及探險活動的文化偏好，以及確保房車供應的更具彈性的供應鏈。房車行業的多數公司採取增加存貨水平及建立雙重採購等戰略，確保基本材料的穩定供應。通過增加存貨及使供應商多樣化，該等公司能降低與供應鏈中斷相關的風險。儘管全球市場面臨挑戰，但該等因素共同幫助維持澳洲和新西蘭房車市場的需求。預計於2024年澳洲和新西蘭房車市場將出現波動，隨後於2024年至2028年溫和復甦，逐漸恢復到更穩定的增長軌跡。

以收入計量，2023年澳洲和新西蘭房車市場達人民幣92億元，自2019年以來複合年增長率為9.9%。該市場預計將繼續增長，到2028年總收入預計將達致人民幣106億元，反映出2024年至2028年的複合年增長率為4.5%。

自2020年至2021年，澳洲和新西蘭房車銷量及收入同比大幅增長，主要由於受COVID-19疫情的影響，社交距離措施使越來越多人選擇房車進行旅遊和出行。然而，隨著澳洲和新西蘭疫情影響的緩解，這一激增導致市場需求量被提前透支，致使2022年及2023年連續兩年的銷量及收入均有所下降。

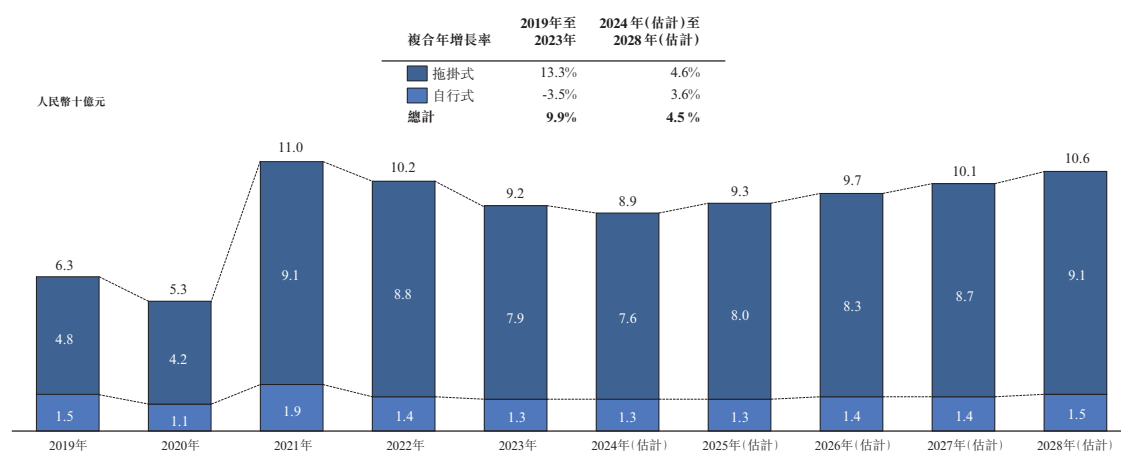
行業概覽

2019年至2028年(估計)按銷量劃分的澳洲和新西蘭房車市場規模



資料來源：CIAA、弗若斯特沙利文分析

2019年至2028年(估計)按收入劃分的澳洲和新西蘭房車市場規模



資料來源：CIAA、弗若斯特沙利文分析

行業概覽

標準房車是一種高級拖掛式房車，於澳洲和新西蘭的拖掛式房車銷售中佔主導地位

根據結構及功能的不同，拖掛式房車主要可分為標準房車、頂篷露營車及營地拖掛式房車：(i)標準房車結構堅固，生活設施齊全，包括固定的車頂。其通常提供床、廚房及浴室等設施，適合較長的停留時間及不同的天氣條件，擁有較高的舒適度及便利性，價格通常較高。(ii)頂篷露營車與標準房車類似，但車頂可以在停車時升起，以便在旅行時提供額外的頂部空間及緊湊性。由於運輸過程中高度降低，這使它們更容易拖曳，亦更省油。(iii)營地拖掛式房車更為基礎，通常亦更輕。其通常帶有折疊式帳篷部分，不使用時可存放在緊湊型拖車中。

下表列出不同類型拖掛式房車的功能及平均零售價比較：

	標準房車	頂篷露營車	營地拖掛式房車
車身設計	結構堅固，車頂固定，生活設施齊全，包括床、廚房、浴室等	與標準房車相比，結構更為簡單，車頂可在停放時升起，以提供額外的頂部空間，生產成本通常低於標準房車的全集成剛性結構	配有折疊式帳篷部分，不使用時可存放在緊湊型拖車中，提供更基本、更簡約的生活設施
平均售價(澳元)	約7.8萬	約5.7萬	約4.2萬
市場定位	高端	中端	入門
說明車型			

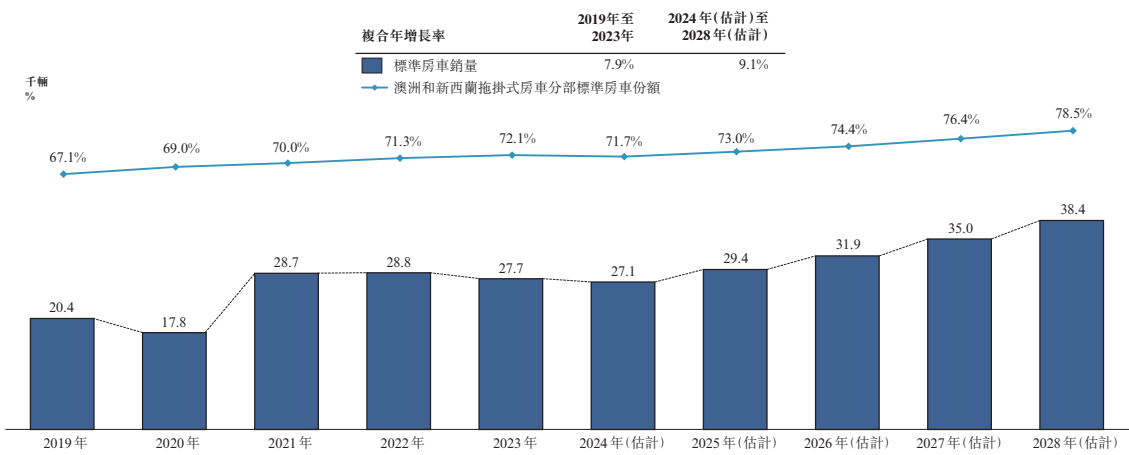
資料來源： 文獻研究、弗若斯特沙利文分析

於2023年，標準房車是澳洲和新西蘭市場的主體，佔據72.1%份額，高於2019年的67.1%。該增長乃由於消費者傾向於選擇更寬敞及舒適的房車、國內旅行增長更青睞標準房車提供的豐富生活設施以及技術進步提高了該等車型的吸引力等因素。展望未來，標準房車銷量有望實現大幅增長，預計於2028年將達到3.84萬輛，佔新拖掛式房車總銷量的78.5%，自2024年至2028年的複合年增長率將達到9.1%。該增長率超過了澳洲和新西蘭拖掛式房車及整體房車市場的增長速度，凸顯了該細分市場日益增長的主導地位及吸引力。

行業概覽

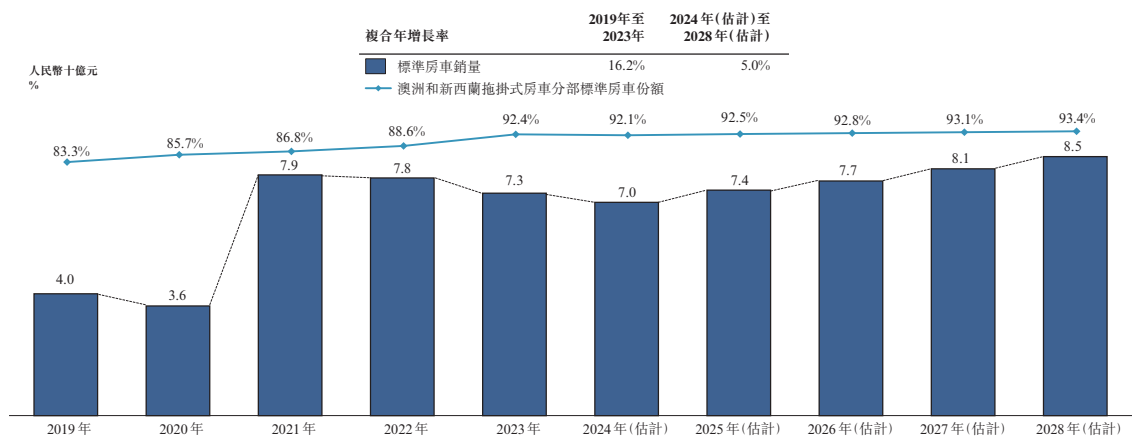
以收入計量，2023年澳洲和新西蘭標準房車市場達人民幣73億元，自2019年以來的複合年增長率為16.2%。該市場佔據92.4%的份額，高於按銷量計量的72.1%的份額，這表明與其他拖掛式房車相比，標準房車的平均價格更高。標準房車市場預計將繼續增長，到2028年總收入預計將達致人民幣85億元，反映出2024年至2028年的複合年增長率為5.0%。

2019年至2028年(估計)按銷量劃分的澳洲和新西蘭
拖掛式房車分部標準房車市場規模及份額



資料來源：CIAA、弗若斯特沙利文分析

2019年至2028年(估計)按收入劃分的澳洲和新西蘭
拖掛式房車分部標準房車市場規模及份額



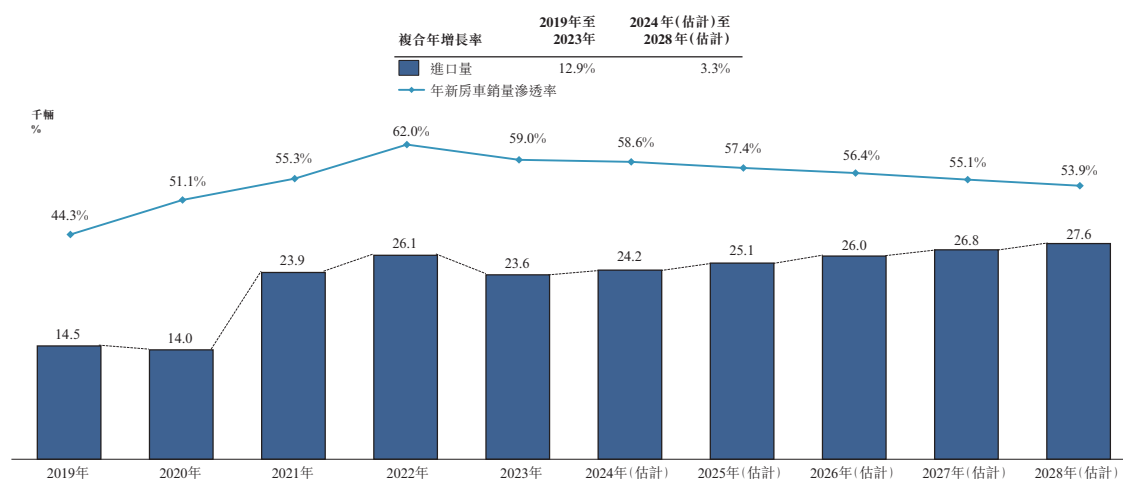
資料來源：CIAA、弗若斯特沙利文分析

行業概覽

海外進口已成為澳洲和新西蘭房車的重要來源

海外進口已成為澳洲和新西蘭房車的重要來源，自2019年以來，年進口量超過1.4萬輛，於2023年達到約2.36萬輛，佔全年新房車銷量的近60%。中國是澳洲和新西蘭房車進口的主要來源國，中國更高的製造效率、更優的成本效益及更豐富的產品種類均鞏固了這一地位。中國的房車製造商擁有大規模的製造能力及技術實力，能夠生產高質量但價格合理的房車及配件，符合澳洲和新西蘭的多樣化產品需求。中國、澳洲和新西蘭之間穩固的貿易關係及物流協同作用增強了中國房車在澳洲和新西蘭市場的吸引力。於2023年，來自中國的房車進口量達到1.86萬輛，佔總進口量的78.6%，佔澳洲和新西蘭新房車銷量的46.5%，凸顯了中國的重要影響力。這一態勢，加上澳洲和新西蘭對房車旅行的日益青睞，迅速鞏固了中國作為主要進口來源國的地位。

2019年至2028年(估計)澳洲和新西蘭房車進口量及新房車銷量滲透率



資料來源：世界銀行、國際貿易中心、弗若斯特沙利文分析

澳洲和新西蘭房車市場的驅動因素及發展趨勢包括：

- 澳洲和新西蘭獨特的旅遊文化及戶外生活方式偏好。旅行文化及生活方式的演變極大促進了澳洲和新西蘭房車市場的增長。於2023年，旅行及旅遊業對澳洲和新西蘭GDP的總貢獻率為8.4%，高於約6%的全球平均水平。該地區獨特的旅遊文化及戶外生活方式偏好為房車旅行提供了大量機會，吸引房車愛好者探索從海灘到森林及沙漠等各種地貌。通過房車旅行逃離快節奏現代生活的吸引力越來越被認為是必不可少的，能夠讓人們身臨其境感受大自然及享受優質家庭時光。

行業概覽

此外，澳洲和新西蘭的家庭收入中位數自2019年的5.29萬美元增至2023年的5.82萬美元，預計至2028年將進一步增至6.67萬美元，2024年至2028年的複合年增長率為2.8%。隨著家庭於休閒活動方面的消費力增加，可支配收入的穩步上升很可能刺激房車旅遊的需求。此外，澳洲和新西蘭國內過夜遊客的旅行支出亦出現顯著增長，自2019年的1,085億美元增至2023年的1,516億美元。預計至2028年數字將達至1,840億美元，複合年增長率為4.0%。隨著越來越多的旅客尋求靈活、以自然為中心的旅遊體驗，不斷增加的支出突顯日益增長的國內旅遊市場，加強房車產業的吸引力及潛力。

- **房車旅行的政策支持和基礎設施發展。**政策支持及相對發達的基礎設施使澳洲和新西蘭房車市場取得了成功。有利的政府政策刺激了全國高質量露營地及房車公園的發展。該等設施提供電、水及衛生設施等基本服務，通常包括Wi-Fi、洗衣設施及娛樂區等附加設施，大大提高了房車旅行的便利性及舒適性。此外，政策措施及旅遊推廣工作鼓勵國內外遊客乘坐房車遊覽澳洲和新西蘭，進一步刺激了市場增長。
- **對可持續旅行選擇的需求不斷增長。**電氣化及節能在澳洲和新西蘭房車市場日益突出。這一趨勢體現人們對電動房車的興趣與日俱增，以及在拖掛式房車設計中更廣泛採用太陽能電池板及LED照明等節能技術。隨著消費者環保意識的提高及政府對環保政策的支持，預計澳洲和新西蘭房車將更加注重能源效率及減少碳排放，從而滿足市場對可持續旅行選擇的需求。
- **對個性化和定製的需求日益增加。**日益個性化及多樣化的需求推動著向更專業化的服務發展。房車市場正在經歷一場變革，其特點是需求日益個性化及服務日益多樣化，同時對利基市場的需求激增，如環保房車、豪華及技術增強型房車，以及適合城市環境的緊湊型設計。設備以及內飾及外觀設計的定製化越來越普遍，反映了人們對獨特及量身定製的房車體驗的需求。預計與房車相關的相應解決方案及專業服務(如房車租賃、旅行規劃及維護服務)的需求將激增。該動態變化不僅滿足了消費者的各種需求，亦為房車業務的增長及差異化開闢了新途徑。

行業概覽

- **澳洲和新西蘭房車行業的技術驅動轉型。**技術創新是提升用戶體驗及產品實力的關鍵。為符合全球趨勢，澳洲和新西蘭房車行業正在經歷一場技術驅動的變革，旨在通過整合先進技術及創新解決方案，提升用戶體驗及生產效率。配備自動駕駛技術、高效能源管理系統及與互聯網鏈接的家用設備的智能房車在市場上越來越受歡迎。該等先進技術不僅提高了房車生活的安全性、便利性及舒適性，亦迎合了現代消費者對智能互聯生活方式的渴望。使用輕量化材料減輕車重、提高燃油效率等創新技術，以及開發更靈活的空間配置，進一步增強了房車的市場吸引力。

澳洲和新西蘭房車市場的競爭格局

澳洲和新西蘭房車市場呈現出相對集中的結構。根據2023年銷量數據，前五大參與者合計佔據約55.4%的市場份額。同年，本集團成為澳洲和新西蘭第二大房車公司，銷售了2.7千輛房車，佔據約6.8%的市場份額。

2023年整個澳洲和新西蘭房車市場的競爭格局，包括自行式及拖掛式房車

排名	公司	2023年房車銷量 (千輛)	市場份額 (%)	2023年 房車收入 (人民幣百萬元)	市場份額 (%)	主要產品
1	A	12.6	31.5%	2,683.8	29.2%	標準房車、營地拖掛式房車、頂篷露營車
2	本集團	2.7	6.8%	720.3	7.8%	標準房車
3	B	2.4	6.0%	492	5.3%	標準房車、營地拖掛式房車、頂篷露營車
4	C	2.3	5.8%	471.5	5.1%	標準房車、營地拖掛式房車、頂篷露營車
5	D	2.1	5.3%	424.2	4.6%	標準房車、營地拖掛式房車、頂篷露營車

資料來源：CIAA、弗若斯特沙利文分析

附註：市場參與者數據來自公開可得資料及專家訪談。由於參與者的保密規定，該等數據與參與者的內部財務記錄可能存在差異。澳洲和新西蘭主要房車公司主要包括本公司、Austrack、Essential、MDC及Jayco。

公司A：該公司於1975年成立，為一家私營房車生產商，總部位於澳洲維多利亞州丹德農南。其提供拖掛式房車及自行式房車等各種產品。

行業概覽

- 公司B：該公司於2005年成立，為一家私營企業，總部位於美國加利福尼亞州普安那公園。其提供旅行拖車及其他產品。
- 公司C：該公司於2009年成立，為一家私營企業，總部位於澳洲昆士蘭州卡布爾徹。其提供旅行拖車及其他產品。
- 公司D：該公司於2004年成立，為一家私營企業，總部位於澳洲維多利亞州坎貝爾菲爾德。其提供旅行拖車、露營設備及服裝等各種產品。

作為拖掛式房車市場的高端產品，標準房車體現了領先企業如何利用獨特的競爭優勢佔據主導地位。在該領域表現出色的公司往往擁有強大的製造能力，從而能夠創新並生產出配備先進功能和技術的高品質耐用房車。此外，該等領先企業利用自身的能力為其高端產品爭取更高的價格。該溢價不僅反映房車的卓越品質和更強功能，亦提高了盈利能力，為該等公司提供了大量財務來源，以再投資於進一步的創新和市場擴張。

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是澳洲和新西蘭知名的標準房車參與者。

2023年澳洲和新西蘭標準房車市場的競爭格局

排名	公司	2023年	市場份額	2023年標準	市場份額	主要產品
		標準房車銷量 (千輛)		房車收入 (人民幣百萬元)		
1	A	6.7	24.2%	1,701.8	23.3%	標準房車、營地拖掛式房車、頂篷露營車
2	本集團	2.7	9.7%	720.3	9.9%	標準房車
3	D	1.6	5.8%	379.2	5.2%	標準房車、營地拖掛式房車、頂篷露營車
4	B	1.2	4.3%	284.4	3.9%	標準房車、營地拖掛式房車、頂篷露營車
5	C	1.0	3.6%	237	3.2%	標準房車、營地拖掛式房車、頂篷露營車

資料來源：CIAA、弗若斯特沙利文分析

澳洲和新西蘭房車行業的特點是進入門檻高，主要原因是需要持續的大規模資本投資，以支持研發、生產和品牌營銷；遵守不同的地區法規和產品安全標準；高效的供應鏈管理能力；以及售後服務和客戶關係維護。

行業概覽

- **持續的大規模資本投資。**進入房車市場需要大量的初始投資，包括與生產工廠、研發和營銷相關的成本。
- **品牌和市場認可度。**建立強大的品牌和獲得市場認可是成功進入房車市場的關鍵。新入行者需要通過高質量的產品和有效的營銷策略建立信任和品牌忠誠度。
- **遵守多樣化的全球市場法規和安全標準。**遵守法規和安全標準對房車市場至關重要，尤其是考慮到全球市場的法律環境各不相同。企業必須了解並適應國際、國家和地方各級複雜的監管體系，包括車輛安全、環境排放和道路使用。
- **供應鏈管理。**有效的供應鏈管理對房車市場的成功至關重要。一個能確保原材料和零部件穩定供應、成本控制和快速市場反應的網絡可提供競爭優勢。
- **售後服務和客戶關係。**提供優質的售後服務和保持良好的客戶關係是保持競爭力的關鍵。作為高價值產品，房車不僅要求質量過關，還要求全面的售後支持和服務。

由於盛行的露營文化、先進的基礎設施、環保創新和多樣化的自然景觀，澳洲和新西蘭的房車行業擁有強大的市場機會。活躍的房車俱樂部、綜合公園以及持續的路線開發使其成為理想的房車目的地，為旅客提供獨特的體驗和競爭優勢。

- **露營文化的流行。**澳洲和新西蘭有著濃厚的露營文化，為房車行業奠定了堅實的基礎。家庭、年輕人及退休人員普遍喜愛房車假期，享受戶外生活。眾多活躍的房車俱樂部和社區定期組織旅行和活動，增強房車旅遊的吸引力和社交機會。這種廣泛的文化接受和社區支持使房車旅遊在澳洲和新西蘭具有獨特的市場優勢。
- **先進的基礎設施。**澳洲和新西蘭提供了一個全面的房車公園和露營地網絡，供電、供水、衛生等設施一應俱全，極大地方便了房車旅行。政府和旅遊部門不斷開發和推廣新的房車路線和目的地，吸引更多遊客。這些先進的基礎設施和資源使澳洲和新西蘭成為理想的房車目的地，推動了市場增長。

行業概覽

- **技術創新和環境意識。**隨著環保意識的提高，製造商推出了更環保的房車，如電動和太陽能車型，以滿足可持續出行需求。現代房車亦配備了智能家居系統、導航和安全設備等先進科技，增強了旅行體驗，吸引高端客戶。這種技術創新及對環境的關注使房車旅遊變得既方便又可持續，從而提供了競爭優勢。
- **多樣化的旅行體驗。**澳洲和新西蘭擁有豐富的自然景觀，如偏遠的國家公園、野生動物保護區及原住民文化區。房車旅行使遊客能夠進入這些獨特的目的地，而這些目的地通常無法通過傳統方式到達。根據興趣愛好，遊客可以通過房車旅行享受多樣化的體驗，包括美食、美酒及探險之旅。這種多樣性，加上豐富的自然和文化資源，使澳洲和新西蘭市場在房車旅遊市場上具有顯著優勢。

澳洲和新西蘭的房車行業面臨著環境影響、更嚴格的法規、供應鏈依賴性及經濟不確定性的威脅。高燃料消耗、廢棄物處理、市場波動和貨幣波動均會增加成本並減少需求。

- **環境影響。**房車通常耗油量較高，導致碳排放增加。這在有環保意識的澳洲和新西蘭尤其受到關注，可能會引發環保組織的責備及更嚴格的監管措施。廢水和垃圾處理不當也會污染當地環境。鑒於澳洲和新西蘭的原始自然景觀，可能會實施嚴格的廢棄物管理法規，從而增加房車用戶和服務提供者的營運成本。
- **依賴供應鏈。**澳洲房車行業嚴重依賴海外供應鏈，乃主要由於其工業基礎薄弱，缺乏強大的汽車行業。這種依賴使澳洲房車製造業面臨國際市場波動、物流中斷和供應鏈問題，從而增加了營運風險和成本。在全球供應鏈不穩定的時期，這種依賴會對房車行業產生重大影響。
- **經濟不確定性。**經濟衰退會減少消費者在旅行和休閒活動上的支出，影響房車租賃及銷售需求。依賴旅遊業的澳洲和新西蘭市場容易受到全球經濟波動的影響。貨幣波動亦會影響房車及其零部件的進口成本，從而影響整體定價和市場需求。這些經濟不確定性加劇了房車行業面臨的營運挑戰。

行業概覽

成本分析

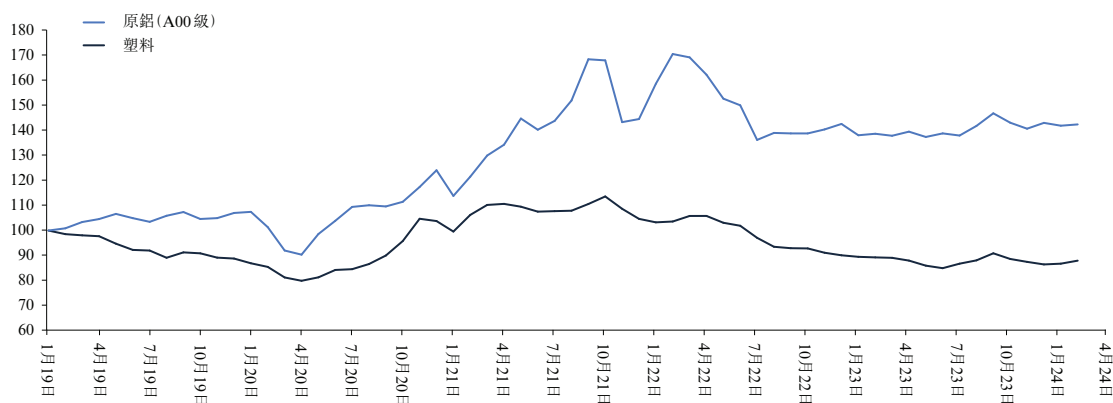
房車的主要原材料包括鋁和塑料。由於COVID-19影響了全球製造業供應鏈，使能源價格上漲以及海運成本增加，原鋁和塑料的價格在2020年及2021年間經歷了大幅增長。2022年以來，隨著COVID-19的影響逐漸減弱，海運價格開始正常化，全球供應鏈出現復甦跡象，導致該等商品的價格緩慢下降。然而，原鋁的整體價格水平仍高於2019年。

作為重要的工業材料，鋁和塑料通常由下游房車零部件供應商或房車生產商提前儲備，以減輕潛在的原材料價格波動對成本及成品價格的影響。因此，近年來鋁和塑料的價格波動對我們房車產品價格的影響非常有限。

於2019年至2023年，中國與澳洲和新西蘭的勞動力成本有顯著差距。於2023年，澳洲和新西蘭的平均工資為6.02萬美元，約為中國平均工資1.75萬美元的3.4倍。於此期間內，兩個地區的工資均逐步增長，惟澳洲和新西蘭的勞動力成本仍持續較高。

下圖顯示了過去幾年主要原材料的價格走勢及勞動力成本趨勢：

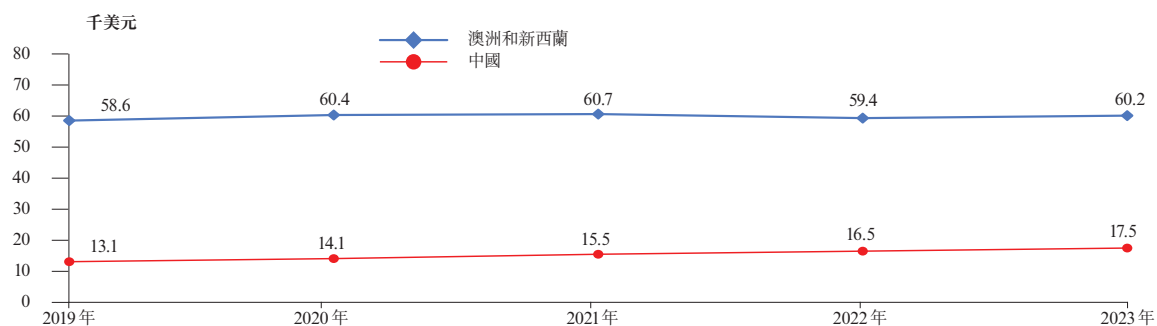
2019年1月至2024年3月主要原材料價格指數(2019年1月1日 = 100)



資料來源：LME、中國國家統計局、澳洲統計局、新西蘭統計局、弗若斯特沙利文分析

行業概覽

2019年至2023年中國與澳洲和新西蘭城市僱員平均年薪



資料來源：澳洲統計局、新西蘭統計局、弗若斯特沙利文分析