
行業概覽

投資者務請注意，Ipsos已獲本公司委聘以編製有關皮革服裝生產業發展概況的行業報告，有關報告將全部或部分用於本招股章程。

Ipsos為一間市場研究及顧問公司，而行業報告所載的意見僅為Ipsos的意見。本節所載的資料及統計數字摘錄自Ipsos所編撰的行業報告。摘錄自Ipsos報告的該等資料及統計數字反映根據Ipsos的研究及分析而對市況作出之估計。Ipsos及董事相信，本資料的來源乃有關資料的適當來源，並在摘錄及轉載有關資料過程中已採取合理審慎措施。Ipsos及董事並無理由相信有關資料為虛假或具誤導性或遺漏任何事實，以致有關資料為虛假或具誤導性。

我們、保薦人、聯席牽頭經辦人、聯席賬簿管理人、包銷商、彼等各自的聯屬人士、董事及顧問或參與配售的任何其他人士概無就有關資料及統計數字進行獨立核證，且彼等概無就有關資料的準確性或完整性發表任何聲明。

資料來源

行業報告

我們已委託獨立第三方Ipsos進行行業分析並編製行業報告。本招股章程載有摘錄自行業報告的資料。除另有註明外，本「行業概覽」一節引述的資料，乃按行業報告所提供的形式呈列。

董事確認Ipsos(包括其所有附屬公司、分部及單位)乃獨立於我們，且與我們概無任何形式的關連。Ipsos已同意我們在本招股章程中引用行業報告及使用行業報告內所載的資料。

Ipsos為Ipsos S.A.(總部設於法國巴黎的全球市場研究公司，並已於巴黎證券交易所上市)的附屬公司。根據Ipsos商業顧問部之資料，Ipsos S.A.集團主要為企業客戶提供市場研究及顧問服務。

行業概覽

行業報告中使用以下假設：

- 假設預測期內全球市場皮革服裝生產業的產品及服務供應和需求穩定，沒有短缺情況
- 假設預測期內沒有影響中國皮革服裝生產業的產品及服務供應和需求的外來衝擊(如全球市場發生金融危機或自然災害)

行業報告的市場規模及預測模型已考慮以下參數：

- 二零零九年至二零一三年全球經濟及中國的國內生產總值增長率
- 二零零九年至二零一八年全球經濟及中國的年均家庭可支配收入及消費開支
- 二零零九年至二零一三年中國向全球其他地區的皮革服裝出口總值

我們已就編製行業報告向Ipsos支付合共約438,000港元費用。我們相信該等費用就由獨立第三方顧問編製行業報告而言屬合理。

全球市場皮革服裝需求的市場概覽

全球市場對皮革服裝的需求

皮革服裝消費與生活水平密切相關。已發展國家是全球市場皮革產品的主要消費者，而近年來發展中國家對皮革商品的需求日益增長。日本、中國及印度遊客在歐洲國家的奢侈品商店購買大量皮革製品。有關皮革服裝的零售單價範圍，請參閱本節下文「皮革服裝按生產質素劃分的主要分類」一段。

全球市場服裝及皮革服裝零售價值

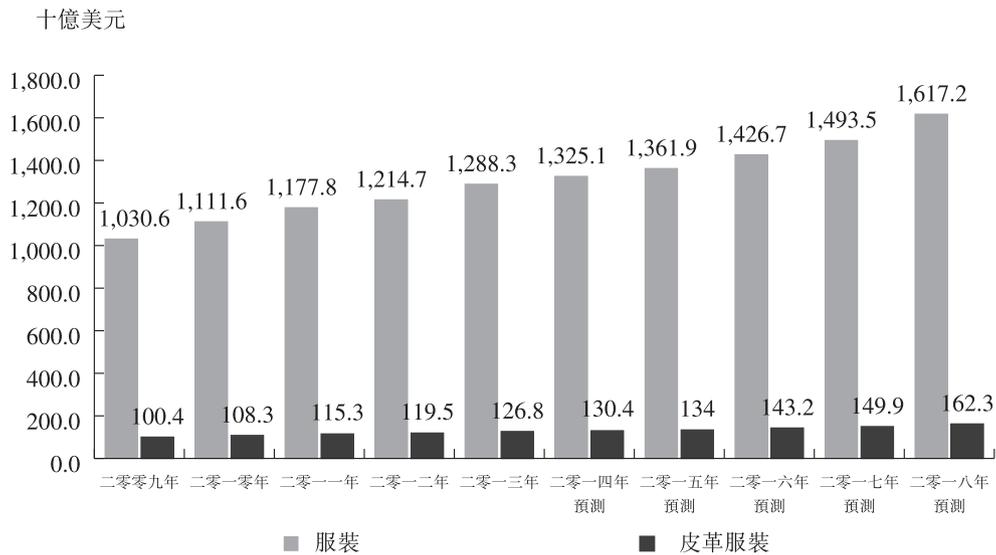
二零零九年至二零一三年，全球市場服裝零售總值複合年增長率約為5.7%。全球市場皮革服裝零售總值從二零零九年的約1,004億美元增長至二零一三年的約1,268億美元，複合年增長率約為6.0%。全球經濟回暖推動購買力及服裝購買意欲上升。

行業概覽

如「全球市場皮革服裝進口值」一段下的圖表所示，儘管二零一一年至二零一三年期間全球市場皮革服裝進口值有所下降，惟全球市場皮革服裝零售總值持續穩步增長。此乃由於部分國家的皮革服裝產品國內產量及國內消費增加。例如，中國政府已推出一系列刺激內需政策，例如進一步推進城市化進程、提高農村家庭收入等。上述政策已推動中國國內消費穩步增長。

全球市場服裝零售總值預期將從二零一四年的約13,251億美元增長至二零一八年的約16,172億美元，複合年增長率預期約為5.1%。全球市場皮革服裝零售總值預期將從二零一四年的約1,304億美元增長至二零一八年的約1,623億美元，複合年增長率預期約為5.6%。隨著全球金融環境從經濟危機中逐步復甦，來自拉美國家(如巴西及阿根廷等)的需求將增加，服裝及皮革服裝的全球需求有望逐步上升。所有上述因素將為全球服裝零售的未來增長帶來利好影響。

下圖列示二零零九年至二零一八年全球市場服裝及皮革服裝零售總值：



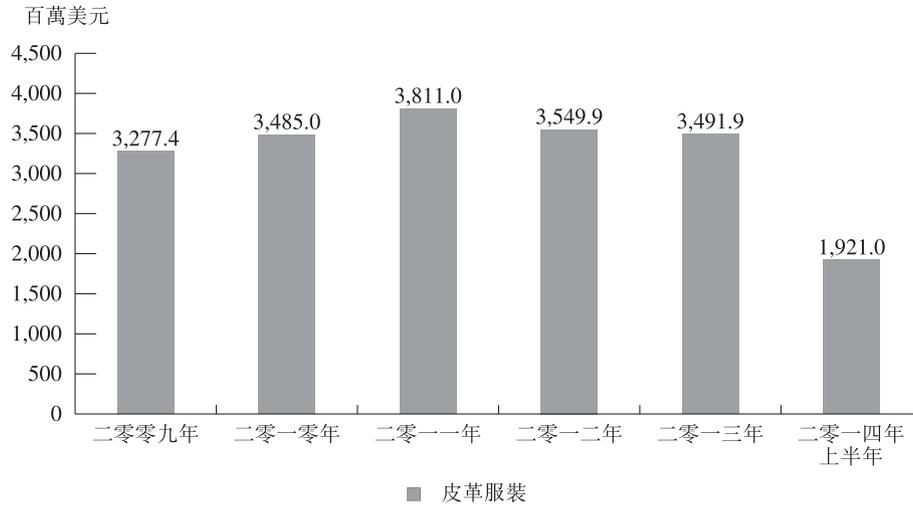
資料來源：行業報告

全球市場皮革服裝進口值

儘管全球市場皮革服裝進口總值從二零一一年的約3,811.0百萬美元下降至二零一三年的約3,491.9百萬美元，進口總值從二零零九年的約3,277.4百萬美元增加至二零一三年的約3,491.9百萬美元，複合年增長率約為2.0%。其中，北美及亞洲的皮革服裝進口值於二零零九年至二零一三年期間錄得複合年增長率分別約6.8%及6.4%。

行業概覽

整體而言，於上述年度，歐洲消費者由偏好高端皮革產品轉為偏好採用人造皮革製成的價格相對較低的皮革產品，於二零零九年至二零一三年期間錄得負的複合年增長率約-2.1%。



資料來源：行業報告

二零零九年至二零一四年上半年，亞洲及北美洲的皮革服裝進口值複合年增長率更高。

下表列示二零零九年至二零一四年上半年按地區劃分的全球市場皮革服裝進口值：

年份	亞洲		北美洲		歐洲		全球其他地區		全球	
	進口值 (百萬美元)	佔總值 百分比 (%)								
二零零九年	225.8	6.9%	509.4	15.5%	1,282.9	39.1%	1,259.3	38.4%	3,277.4	100.0%
二零一零年	274.8	7.9%	568.2	16.3%	1,250.0	35.9%	1,392.0	39.9%	3,485.0	100.0%
二零一一年	298.1	7.8%	563.8	14.8%	1,341.7	35.2%	1,607.4	42.2%	3,811.0	100.0%
二零一二年	310.5	8.7%	571.8	16.1%	1,120.6	31.6%	1,547.0	43.6%	3,549.9	100.0%
二零一三年	289.7	8.2%	662.8	18.7%	1,180.3	33.8%	1,417.1	39.9%	3,491.9	100.0%
二零一四年上半年	119.4	6.2%	220.7	11.5%	559.3	29.1%	1,021.5	53.2%	1,921.0	100.0%
二零零九年至 二零一三年 複合年增長率(%)	6.4%		6.8%		-2.1%		3.0%		2.0%	

資料來源：行業報告

由於缺乏可循的全行業標準，皮革的分級系統尚未標準化

目前業內並無標準的皮革分級系統。在有標準的系統之前，業內人士須倚賴有關皮革特性—外觀、質地、皮革種類、清潔度、鞣制技術及鞣制方法的質量分級之公認分級系統。

中國皮革服裝生產業概覽

二零一三年，中國共有約5,122家皮革服裝生產商。皮革服裝生產業的產值約為人民幣608億元。生產商已將焦點由出口國際市場轉為本地消費市場。由於全球經濟及對外零售銷售活動不如中國國內經濟及本地零售活動強勁，出口所佔比例由二零零九年的約28.0%下降至二零一三年的約16.0%。於二零一三年，中國皮革服裝生產業的產量排名全球首位，約為62.3百萬件，其中約49.9%為中端皮革服裝。

皮革服裝按生產質素劃分的主要分類

皮革服裝按產品質素可劃分四大類。

類別	描述	目標客戶	皮革服裝零售 單價範圍(美元)	皮革服裝生產 單價範圍(美元)
奢侈	奢侈皮革服裝主要採用質地優良、無污漬、表面有光澤及完美無瑕的皮料製作而成	崇尚品牌的高收入、強購買力消費者，主要來自美國、澳洲、歐盟各國、中國及印度	2,400以上	480以上
高端	高端皮革服裝主要採用質地優良、略有污漬、表面有光澤及有細微瑕疵的皮料製作而成	具有時尚品味的高收入消費者，主要來自美國、澳洲、歐盟各國、日本、韓國及中國	800-2,400	200-480
中端	中端皮革服裝主要採用良好、乾淨及帶有一些瑕疵的皮料製作而成	追求時尚的中等收入消費者，對價格相對敏感	480-800	100-200
大眾市場	大眾市場皮革服裝主要採用質量較低的皮革（此類皮革帶有污漬、外觀平庸及帶有一般或較大的瑕疵）製成	偏好皮革服裝的低收入消費者，對價格高度敏感	低於480	低於100

資料來源：行業報告

行業概覽

根據以上分類的生產價格範圍，本集團產品主要屬於中高端類產品。有關於往績記錄期間我們皮革服裝產品類型之價格範圍及其平均售價之詳情，請參閱「業務—產品及服務—產品」一段。

中國皮革服裝生產業的主要特徵包括生產高度集中、低成本勞動密集型、缺乏品牌建設

生產高度集中：皮革服裝生產業的生產業務高度集中於中國少數地區，主要位於浙江省及河北省。於二零一三年，浙江省及河北省的皮革服裝產量分別約佔總產量的30.5%及28.9%。有關中國皮革服裝生產業所產生的產量及收入之詳情，請參閱本節下文「中國皮革服裝生產業之收入」一段。

低成本勞動密集型：中國皮革服裝生產業仍具有勞動力成本低的競爭優勢。憑藉上述優勢，中國已成為全球市場的皮革服裝生產大國之一。

缺乏品牌建設：中國大多數皮革服裝生產商並無建立自身的品牌，而是作為外國品牌的貼牌生產商(OEM)。

中國的皮革服裝生產商數量

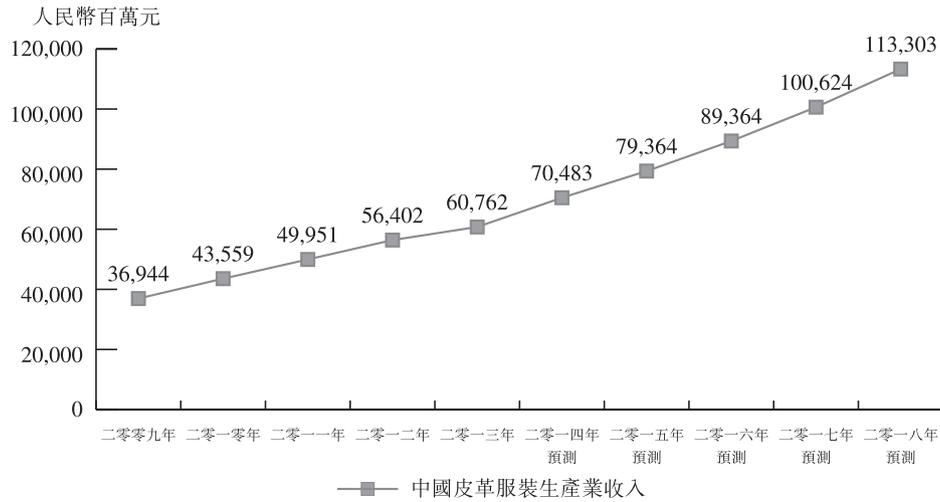
於二零零九年至二零一三年間，中國皮革服裝生產商的總量總體增加至5,000家左右(其中兩年低於5,000家，三年高於5,000家)。於期內，中國皮革服裝行業經受了生產成本持續上升及人民幣升值、皮革服裝出口數量下降的打擊及政府實施一連串促進出口及內銷的政策之帶動。於二零一三年，中國皮革服裝生產商的數量達到5,122家。

中國皮革服裝生產業之收入

根據行業報告，由於國內零售活動增多及消費者信心提升，中國皮革服裝生產業的總收入預期將有所增長。中國皮革服裝生產業的總收入由二零零九年的約人民幣36,944.0百萬元增長至二零一三年的約人民幣60,762.0百萬元，複合年增長率約為13.2%。

行業概覽

下圖顯示自二零零九年至二零一八年中國皮革服裝生產業總收入：



資料來源：行業報告

二零零九年至二零一八年按市場級別劃分的中國皮革服裝生產業收入

年份	奢侈及高端				中端			
	收入	佔總額之百分比	數量	佔總額之百分比	收入	佔總額之百分比	數量	佔總額之百分比
	(人民幣百萬元)	(%)	(百萬件)	(%)	(人民幣百萬元)	(%)	(百萬件)	(%)
二零零九年	4,736.0	12.8%	1.5	2.7%	17,061.0	46.2%	14.2	26.0%
二零一零年	6,008.0	13.8%	1.8	2.9%	20,727.0	47.6%	16.8	27.2%
二零一一年	7,331.0	14.7%	2.1	3.3%	24,376.0	48.8%	19.2	29.7%
二零一二年	8,751.0	15.5%	2.4	4.2%	28,154.0	49.9%	21.5	37.2%
二零一三年	9,292.0	15.3%	2.5	4.0%	30,330.0	49.9%	22.5	36.0%
二零零九年至二零一三年 複合年增長率 (%)	18.4%		14.1%		15.5%		12.1%	
二零一四年預測	10,704.0	15.2%	2.8	4.2%	35,668.0	50.6%	25.6	38.6%
二零一五年預測	12,323.0	15.5%	3.1	4.6%	40,702.0	51.3%	28.4	41.4%
二零一六年預測	14,497.0	16.2%	3.5	5.0%	46,446.0	52.0%	31.5	44.5%
二零一七年預測	17,054.0	16.9%	4.0	5.5%	53,000.0	52.7%	34.9	47.6%
二零一八年預測	20,062.0	17.7%	4.5	6.0%	60,479.0	53.4%	38.6	50.8%
二零一四年至二零一八年 預測複合年增長率 (%)	17.0%		12.8%		14.1%		10.8%	
二零零九年至二零一八年 預測複合年增長率 (%)	17.4%		13.2%		15.1%		11.7%	

行業概覽

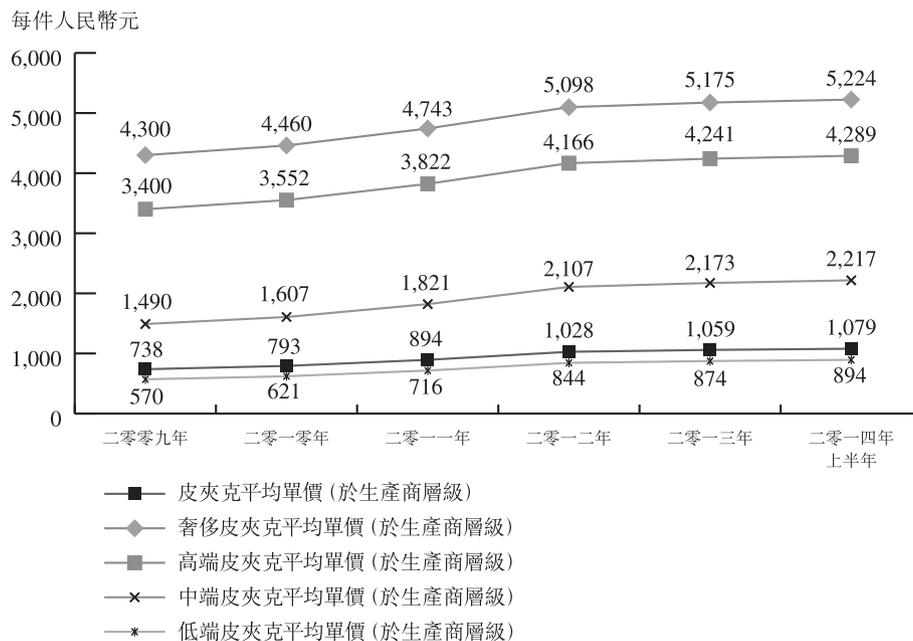
年份	大眾市場				總計			
	收入	佔總額之百分比	數量	佔總額之百分比	收入	佔總額之百分比	數量	佔總額之百分比
	(人民幣百萬元)	(%)	(百萬件)	(%)	(人民幣百萬元)	(%)	(百萬件)	(%)
二零零九年	15,147.0	41.0%	39.1	71.3%	36,944.0	100.0%	54.8	100.0%
二零一零年	16,824.0	38.6%	43.2	69.9%	43,559.0	100.0%	61.8	100.0%
二零一一年	18,244.0	36.5%	43.1	67.0%	49,951.0	100.0%	64.4	100.0%
二零一二年	19,497.0	34.6%	33.9	58.6%	56,402.0	100.0%	57.8	100.0%
二零一三年	21,139.0	34.8%	37.3	59.9%	60,761.0	100.0%	62.3	100.0%
二零零九年至二零一三年 複合年增長率 (%)	8.7%		-1.1%		13.2%		3.3%	
二零一四年預測	24,111.0	34.2%	38.0	57.2%	70,483.0	100.0%	66.5	100.0%
二零一五年預測	26,340.0	33.2%	37.1	54.0%	79,365.0	100.0%	68.6	100.0%
二零一六年預測	28,422.0	31.8%	35.7	50.5%	89,365.0	100.0%	70.7	100.0%
二零一七年預測	30,570.0	30.4%	34.3	46.9%	100,624.0	100.0%	73.2	100.0%
二零一八年預測	32,761.0	28.9%	32.8	43.2%	113,302.0	100.0%	76.0	100.0%
二零一四年至二零一八年 預測複合年增長率 (%)	8.0%		-3.6%		12.6%		3.4%	
二零零九年至二零一八年 預測複合年增長率 (%)	8.9%		-1.9%		13.3%		3.7%	

如上表所示，於二零一三年，奢侈及高端產品類別以及中端產品類別分別佔中國皮革服裝生產業總收入的約15.3%及49.9%。就增長而言，二零零九年至二零一三年中國皮革服裝生產業內奢侈及高端產品類別的收入大幅上升，複合年增長率約為18.4%，而二零零九年至二零一三年中端產品類別之複合年增長率則約為15.5%。估計該兩個產品類別將維持增長勢頭。根據行業報告，估計於二零一八年之前中國皮革服裝生產業內奢侈及高端產品類別以及中端產品類別的收入將持續增長，且預期將分別佔中國皮革服裝生產業總收入之約17.7%及53.4%。

中國皮夾克之平均價格

中國皮夾克之平均單價(於生產商層級)由二零零九年的每件約人民幣738元上升至二零一四年上半年的每件約人民幣1,079元，複合年增長率約為9.4%。中國奢侈皮夾克之平均單價(於生產商層級)由二零零九年的約人民幣4,300元上升至二零一三年的約人民幣5,175元，複合年增長率約為4.7%。高端皮夾克之平均單價由二零零九年的約人民幣3,400元上升至二零一三年的約人民幣4,289元，複合年增長率約為5.7%。中端皮夾克之平均單價由二零零九年的約人民幣1,490元上升至二零一三年的約人民幣2,173元，複合年增長率約為3.7%。大眾市場皮夾克之平均單價由二零零九年的約人民幣570元上升至二零一三年的約人民幣874元，複合年增長率約為11.3%。根據行業報告，中國近75%的服裝生產公司正面臨勞動力成本上漲的壓力。儘管工資總額增長約10.6%，皮革服裝行業的勞動力供應仍有所下降。具體而言，中國皮革服裝生產業的平均勞工薪金由二零零九年的每月約人民幣1,754.3元上升至二零一四年上半年的每月約人民幣2,984.9元。隨著原材料價格整體上漲，皮革服裝的生產成本增加，從而推高了中國皮夾克的平均單價(於生產商層級)。

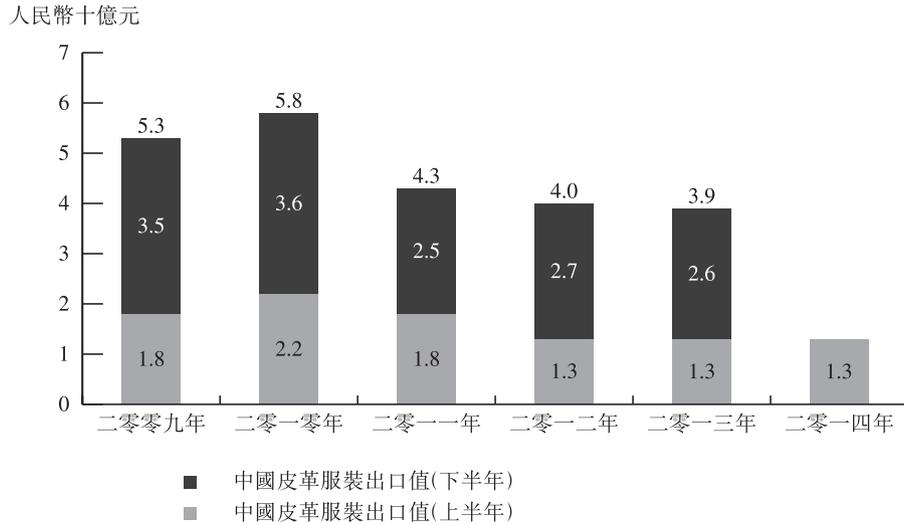
下圖顯示二零零九年至二零一四年上半年中國皮夾克的平均單價(於生產商層級)：



資料來源：行業報告

中國的皮革服裝出口值

下圖列示二零零九年至二零一四年上半年中國出口至全球其他地區的皮革服裝總值，如圖所示，出口總值由二零零九年的約人民幣53億元下降至二零一三年的約人民幣39億元，複合年增長率約為-7.6%。



資料來源：行業報告

於二零零九年至二零一三年，上半年中國皮革服裝的出口總值平均約佔全年出口額的35.9%。按年變動率自二零一二年起回升，並於二零一四年錄得溫和增長，漲幅約0.9%。出現此情況的原因可能為皮革服裝生產的季節性特點，北半球皮革服裝生產於下半年冬季進入旺季。

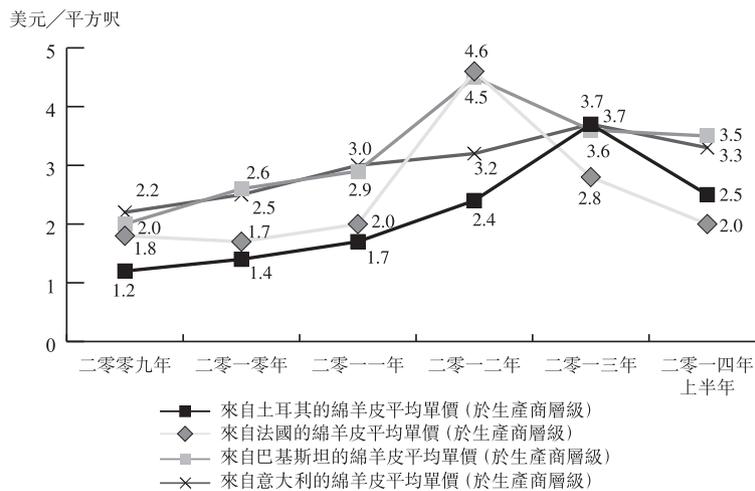
此外，自二零零九年至二零一三年中國皮革服裝出口出現輕微下滑，這可能由於來自鄰國(如巴基斯坦及印度)之競爭持續上升，該兩個國家於二零零九年至二零一三年的皮革服裝出口值之複合年增長率分別約為2.6%及10.1%。由於中國皮革服裝生產業的勞工問題及工資增長推動生產成本上升，已發展國家的皮革服裝品牌擁有人正尋求於印度物色其皮革服裝生產商。其原因之一為印度皮革服裝生產商之勞動力成本相對較低，二零一三年之年平均薪資約為人民幣49,524元，較中國的年平均薪資低約3.8%。

皮革服裝生產主要原材料的平均價格

二零零九年至二零一四年上半年，從法國、意大利、巴基斯坦及土耳其進口至中國的綿羊皮(包括綿羊皮、羔羊皮及羔羊毛羊皮)及山羊皮的平均單價(於生產商層級)普遍上升。

下圖列示二零零九年至二零一四年上半年的綿羊皮歷史平均價格：

綿羊皮(包括綿羊皮、羔羊皮及羔羊毛羊皮)

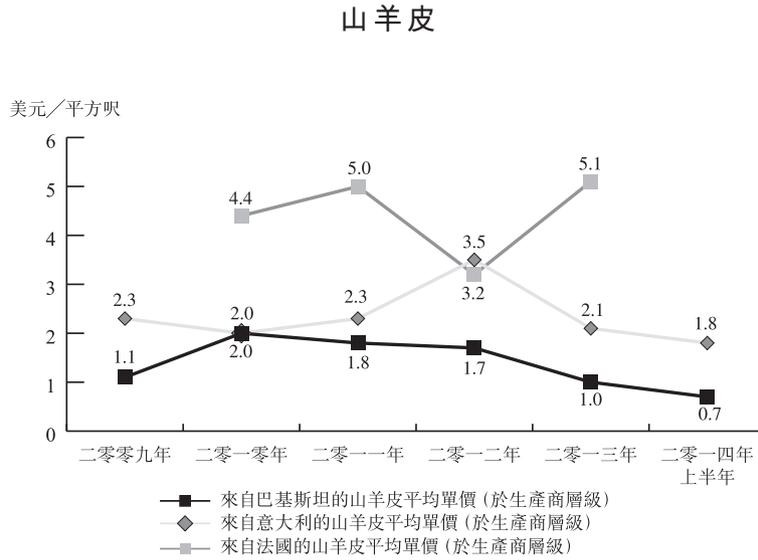


資料來源：行業報告

來自土耳其的綿羊皮平均單價(於生產商層級)由二零零九年的每平方呎約1.2美元上升至二零一三年的每平方呎約3.7美元，複合年增長率約為32.5%，惟其後下降至二零一四年上半年的每平方呎約2.5美元。來自法國的綿羊皮平均單價(於生產商層級)由二零零九年的每平方呎約1.8美元上升至二零一三年的每平方呎約2.8美元，複合年增長率約為11.7%，惟其後下降至二零一四年上半年的每平方呎約2.0美元。來自巴基斯坦的綿羊皮平均單價(於生產商層級)由二零零九年的每平方呎約2.0美元上升至二零一三年的每平方呎約3.6美元，複合年增長率約為15.8%，惟其後輕微下降至二零一四年上半年的每平方呎約3.5美元。來自意大利的綿羊皮平均單價(於生產商層級)由二零零九年的每平方呎約2.2美元上升至二零一三年的每平方呎約3.7美元，複合年增長率約為13.9%，惟其後下降至二零一四年上半年的每平方呎約3.3美元。

行業概覽

下圖列示二零零九年至二零一四年上半年的山羊皮歷史平均價格：



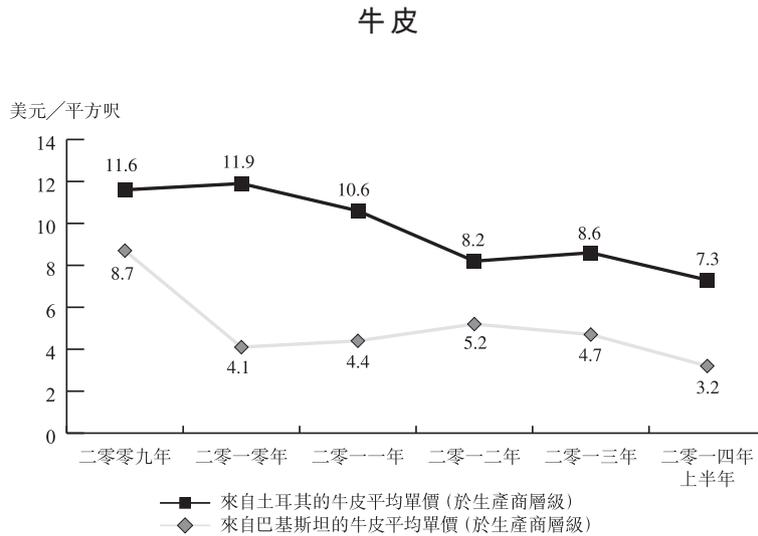
資料來源：行業報告

附註：由於缺乏公開資料，並無二零零九年及二零一四年上半年法國山羊皮平均價格的數據。

來自巴基斯坦的山羊皮平均單價 (於生產商層級) 由二零零九年的每平方呎約1.1美元下降至二零一三年的每平方呎約1.0美元，複合年增長率約為-2.4%。來自意大利的山羊皮平均單價 (於生產商層級) 由二零零九年的每平方呎約2.3美元下降至二零一三年的每平方呎約2.1美元，複合年增長率約為-2.2%。來自法國的山羊皮平均單價 (於生產商層級) 由二零一零年的每平方呎約4.4美元上升至二零一三年的每平方呎約5.1美元，複合年增長率約為5.0%。

行業概覽

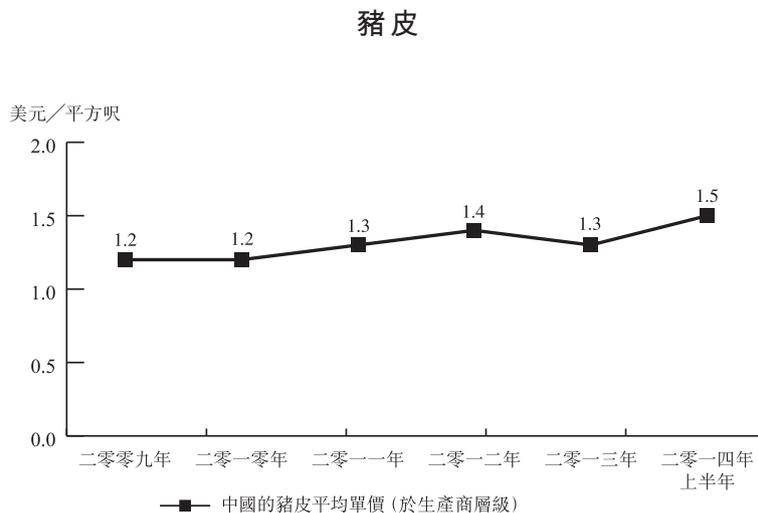
下圖列示二零零九年至二零一四年上半年的牛皮歷史平均價格：



資料來源：行業報告

來自巴基斯坦的牛皮平均單價 (於生產商層級) 由二零零九年的每平方呎約8.7美元下降至二零一三年的每平方呎約4.7美元，複合年增長率約為-14.3%，並進一步下降至二零一四年上半年的每平方呎約3.2美元。來自土耳其的牛皮平均單價 (於生產商層級) 由二零零九年的每平方呎約11.6美元下降至二零一三年的每平方呎約8.6美元，複合年增長率約為-7.2%，並進一步下降至二零一四年上半年的每平方呎約7.3美元。

下圖列示二零零九年至二零一四年上半年的豬皮歷史平均價格：



資料來源：行業報告

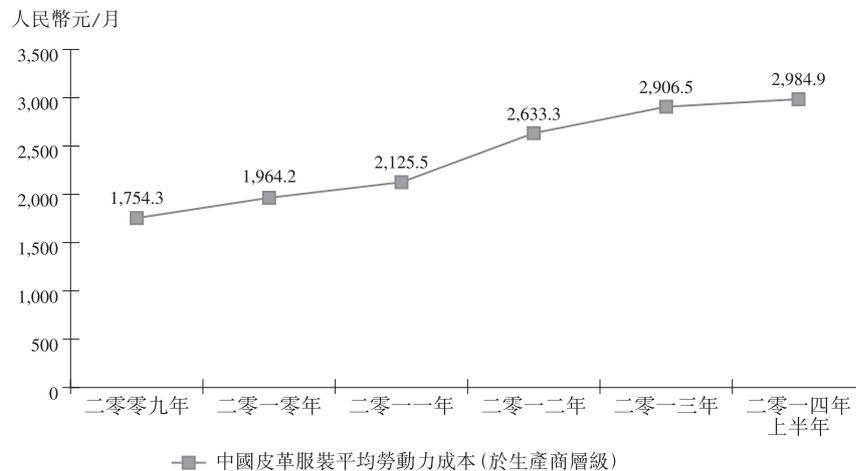
行業概覽

豬皮平均單價(於生產商層級)由二零零九年的每平方呎1.2美元輕微上升至二零一四年上半年的每平方呎1.5美元，複合年增長率約為2.9%。

中國皮革服裝平均勞動力成本(於生產商層級)

中國皮革服裝平均勞動力成本(於生產商層級)持續攀升，由二零零九年的每月約人民幣1,754.3元上升至二零一三年的每月約人民幣2,906.5元，複合年增長率達約13.5%。

下圖列示二零零九年至二零一四年上半年中國皮革服裝歷史平均勞動力成本(於生產商層級)：



資料來源：行業報告

中國皮革服裝平均勞動力成本(於生產商層級)上升可歸因於兩項因素：(i)經濟持續增長；及(ii)更重要的是，中國政府於二零一一年在其五年經濟規劃中提出實現人均家庭可支配收入翻一番的目標。二零零九年至二零一三年，中國國內生產總值一直維持約7.7%至約9.2%的較高增長率。中國良好的經濟態勢促使皮革服裝勞動力成本(於生產商層級)持續上升。此外，根據中國的十二五規劃，中國政府要求到二零一五年前最低工資標準年均提高13.0%左右。該項政策因此被認為是驅動皮革服裝平均勞動力成本(於生產商層級)攀升的一個主要因素。

中國皮革服裝生產業的競爭格局

根據行業報告，中國皮革服裝生產業較為分散，處於發展階段。二零一三年，中國皮革服裝生產業有約5,122家生產商，其中前十大生產商約佔二零一三年行業總

行業概覽

收入的3.4%。根據行業報告，本公司於中國皮革服裝生產業的市場份額佔二零一三年行業總收入的約0.1%，於二零一三年中國皮革服裝生產商排名中未進入前20位。

競爭因素

為全球零售商供應產品的生產商具備卓越的生產能力

為全球皮革服裝零售商供應產品的皮革服裝生產商擁有更先進的加工設施、更熟練的工藝及更嚴格的質素控制程序。特別是，擁有為全球零售商提供皮革加工服務方面經驗的該類皮革服裝生產商最具競爭優勢。

低質皮革的滲透

由於中國皮革服裝生產業的門檻較低，該市場存在大量小規模家庭生產作坊。此導致低質及廉價皮革進入零售市場。

中國部分地區勞動力成本低於平均水平

在皮革服裝生產業等勞動密集型行業，中國的部分地區擁有勞動力成本較低的競爭優勢。於二零一三年，中國的平均年薪約為人民幣51,474元。比較而言，華東的勞工工資約為每年人民幣58,563元，華南地區約為每年人民幣50,291元，西部地區約為每年人民幣46,966元，東北地區約為每年人民幣43,438元，華中地區約為每年人民幣42,767元。因此，位於華南、西部、東北及華中地區的生產商較華東地區的生產商在成本方面具有優勢。

中國皮革服裝生產業的准入門檻

建立具有穩定原材料供應的採購渠道可能是中國皮革服裝生產業的准入門檻之一

持續的優質皮革原材料供應對生產優質皮革服裝而言至關重要。然而，由於中國的皮革原材料不具備頂級品質，中國皮革服裝生產業的技術不夠先進，不足以滿足消費者的需求。生產商需要從其他國家進口優質皮革原材料及配飾。建立外國供應商的優質原材料採購渠道對新生產商而言實屬不易，是新市場參與者需要克服的重要的准入門檻。

尋找優秀的海外分銷商可能是中國皮革服裝生產業的准入門檻之一

對生產商而言，與下游分銷商建立長期穩定合作關係以確保皮革服裝的銷售至為重要。中國皮革服裝生產商需要可靠的分銷商，助力其獲得國際品牌的認可及獲選為其皮革服裝供應商。對新生產商而言，物色到可靠的海外分銷商及獲得大型海外國際品牌擁有人的認可及向其推銷其產品並不容易。

中國皮革服裝生產業的機遇

中國政府對皮革服裝生產業的政策支持

中國政府為中國皮革服裝行業的增長提供了政策支持。二零一二年，國務院出台《輕工業「十二五」發展規劃》，作為二零一一年至二零一五年輕工業綜合應對措施的行動規劃，著重推動包括皮革服裝生產業在內的十個輕工業的重整及振興。例如，該政策提出要加快皮革服裝專業批發市場及產業園的建設以及創建皮革服裝技術的交流平台。此將為皮革服裝行業的發展提供更多空間。

皮革服裝生產業的稅務優惠

由於皮革服裝生產業會採用豬、羔羊及牛等農畜的皮，故皮革服裝生產業與農業息息相關。由於農業是中國政府的政策焦點之一，農業及其相關行業亦獲享稅收優惠，例如皮革服裝可享受13%左右的國家出口退稅。因此，此為中國皮革服裝行業提供了增長機遇。

本公司於中國皮革服裝生產業的競爭優勢

根據行業報告，本公司擁有以下競爭優勢：

可靠及穩定的皮革採購能力

本公司已在全球建立可靠及穩定的採購渠道，有效提升本公司的採購效率並降低採購成本。上述所有優勢均有助於提升本公司的接單能力。

參與客戶的產品開發流程

本公司參與其客戶的生產前及產品開發流程，例如就市場趨勢及皮革服裝產品設計提供意見。該等增值服務令本公司區別於一般的皮革服裝生產商。預期該等服務能吸引及助力我們與客戶建立長期業務關係，從而帶動未來產品需求穩定增長。

當原材料之平均價格波動時能將原材料成本轉嫁予客戶

自二零零九年至二零一三年間，本公司之綿羊皮及山羊皮主要進口國（如法國、意大利、巴基斯坦及土耳其）的平均進口價持續上升，平均複合年增長率約為11.6%，然而，由於本公司以按單生產基準經營業務，因此本公司能夠將原材料成本增加之部分轉嫁予客戶。