

## 行業概覽

除另有指明者外，本節所載的資料(包括若干事實、統計資料及數據)乃摘錄自我們委託的獨立市場研究及諮詢公司China Insights Consultancy Limited編撰的市場研究報告(「灼識諮詢報告」)及多份政府刊物與其他公開可用刊物。我們相信有關資料來源恰當，而我們已合理審慎地摘錄及轉載該等資料。我們並無理由相信該等資料有重大虛假或誤導成分或當中遺漏任何事實致使該等資料有重大虛假或誤導成分。本公司、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等各自的任何董事、僱員或代表或參與[編纂]的任何其他人士並未獨立核實該等資料，亦無就其準確性作出任何聲明。該等資料及統計資料未必與中國境內境外編撰的其他資料及統計資料一致。因此，不應過分依賴本節所載的資料。

### 資料來源

我們委託灼識諮詢(市場研究及諮詢公司，亦為獨立第三方)分析二零一一年至二零二一年期間中國縫紉線市場並編製相關報告。灼識諮詢報告由灼識諮詢在不受我們的影響下編撰。編撰灼識諮詢報告而應付予灼識諮詢的費用為人民幣672,000元，我們認為與市場同類服務的收費相符。灼識諮詢為一家在香港成立的諮詢公司，提供不同行業的專業行業諮詢服務，包括行業諮詢服務、商業盡職審查及策略諮詢。

董事認為，由於本節所載的資料乃摘錄自灼識諮詢報告，而灼識諮詢為擁有豐富專業經驗的獨立專業市場研究公司，故此該等資料均屬可靠且無誤導成分。灼識諮詢所收集的資料及數據均已採用灼識諮詢內部分析模型及方法分析、評估及核實。一手研究涉及對主要行業專家及行業領先參與者進行訪談。二手研究涉及分析來自中國國家統計局(「國家統計局」)及行業協會等多個公開可用數據來源的市場數據。灼識諮詢所用的方法乃基於從不同層面收集的資料，使該等資料可交叉引用以保可靠及準確。因此，我們認為本節所載數據及統計資料均屬可靠。

灼識諮詢報告載有多項按下列主要假設作出的市場預測：(i)中國的經濟及行業發展於未來十年很可能維持穩定增長；(ii)相關行業主要推動力很可能推動預測期內中國縫紉線市場增長，如下游穩定增長的服裝需求、中國紡織業的資源優勢、中國政府頒佈的扶持政策及利好的出口環境；及(iii)並無任何可能對市場造成巨大或根本性影響的不可預見的極端情況或行業法規。灼識諮詢報告的可靠性或會因上述假設及因素的準確性而有所影響。灼識諮詢已同意我們在本文件引述灼識諮詢報告並使用當中所載的資料。

灼識諮詢報告主要針對中國市場，即我們業務所處的主要司法權區。董事經合理審慎考慮後確認，自灼識諮詢報告所載相關數據的日期以來，市場資料並無發生任何可能令本節資料受限、衝突或受到影響的重大不利變動。

## 行業概覽

除另有指明外，本節所載的全部數據及預測均摘錄自灼識諮詢報告。

### 中國縫紉線行業概覽

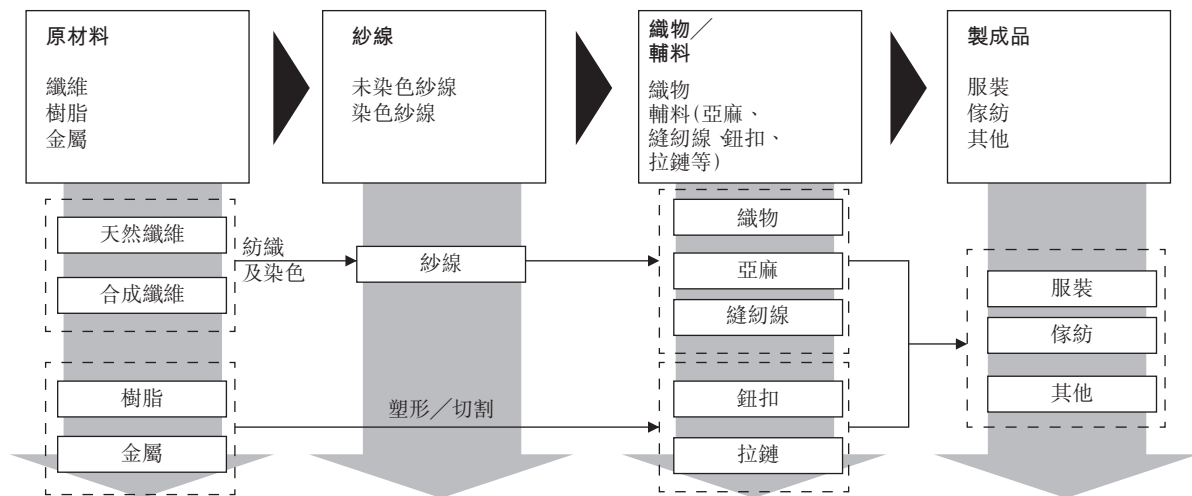
#### 緒言

縫紉線是所有服裝輔料中最重要及基本的部分之一。服裝輔料包括功能性面料、扣緊材料(如拉鍊及鈕扣)、縫紉線、填料及其他裝飾用材料(如線帶及商標)，可連同服裝面料一起用於生產服裝。縫紉線於本報告指用於縫合服裝的材料，不包括繡花線及工業用(如傢俱及鞋)線。

縫紉線按原材料主要分為天然纖維線及合成纖維線兩大類。天然纖維線由棉花、羊毛或蠶絲製成，其中棉線最常用，亦更適合於縫製內衣等精細織物。合成纖維線的原材料可為滌綸、尼龍或合成纖維等，其中滌綸線實際上可通用於大多數縫紉項目。由於天然纖維線有限，用戶會轉為選擇性能優良的合成纖維線，其韌性、耐磨性及化學抗性均極強。

#### 紡織及服裝製造價值鏈

該行業鏈上游由天然纖維及合成纖維等原材料組成。行業中游涉及紗線及織物／輔料(包括亞麻、縫紉線、鈕扣、拉鍊)製作。紗線由短纖維或細小的絲狀纖維絞成。經紡織後，染色及未染色的紗線可用於編織或針織。縫紉線由兩股或以上紗線緊密扭轉而成。其後織物可用於製作服裝或傢紡。下游主要由服裝及傢紡等製成品組成。一般行業慣例由縫紉線製造商預付款項為製成品製造商供應特定類型的原材料。服裝的剛性需求加上日益多元化的發展，實現紡織品的可持續發展及多樣需求。



資料來源：灼識諮詢

## 行業概覽

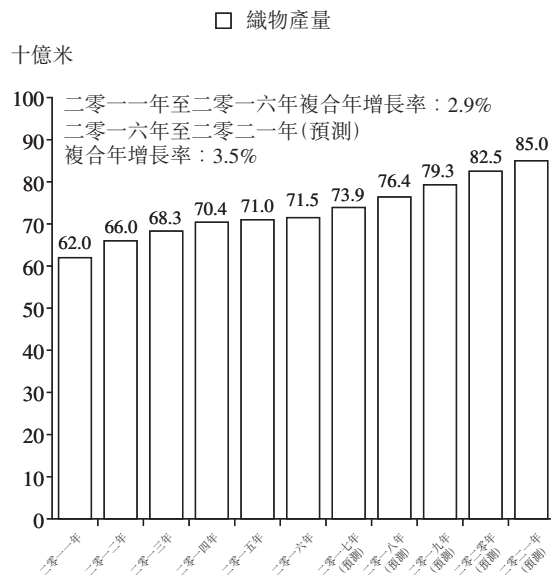
### 中國紡織及服裝業

中國縫紉線行業組成整體紡織業的一部分，很大程度上取決於下游對製成品(如服裝及傢紡)的需求，因此受服裝行業(紡織業的主要下游行業)發展的大力推動。

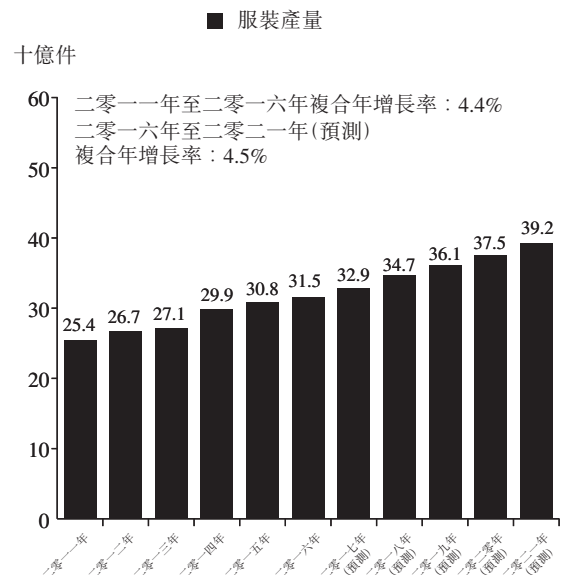
下文對中國紡織業的分析覆蓋性較廣，涵蓋紡紗及織物加工行業(包括日用品及非日用品)和服裝行業(包括梭織服裝、針織服裝及其他服裝製造)。下圖列示中國紡織業超過指定規模的企業的過往及預測紡織品及服裝產量。

二零一六年，中國紡織品及服裝產量合共達715億米及315億件。紡織品產量於過去六年持續增長，由620億米增至715億米，複合年增長率為2.9%。隨著全球經濟復甦及內需不斷擴大，預計中國紡織品及服裝產量將於二零二一年分別達致850億米及392億件，二零一六年至二零二一年的複合年增長率分別為3.5%及4.5%。

中國紡織業超過指定規模的企業的紡織品產量(二零一一年至二零二一年(預測))



中國紡織業超過指定規模的企業的服裝產量(二零一一年至二零二一年(預測))



附註：上述收益指企業主要業務超過中國紡織業指定規模的收益。二零一一年至今，則指主要業務超過人民幣200萬元的年收益。

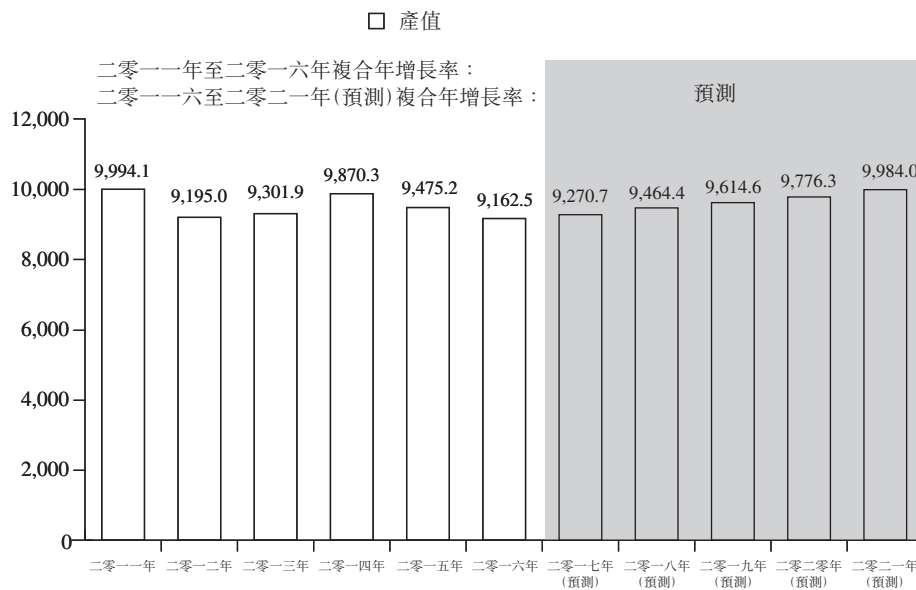
資料來源：國家統計局及灼識諮詢

## 行業概覽

### 中國縫紉線行業

中國縫紉線總產值於二零一一年達至高峰，於二零一二年至二零一六年期間輕微波動。該趨勢反映於同期縫紉線價格的走勢。二零一四年縫紉線產值亦有所上升，是由於國內消費不斷增加及出口穩定所致。二零一六年產值繼續跌至人民幣9,162.5百萬元，是由於中國經濟由出口導向型轉至消費主導型，導致出口減少。預期縫紉線產值將進一步回升，至二零二一年增至人民幣9,984.0百萬元，二零一六年至二零二一年的複合年增長率為1.7%。日後縫紉線產值的增長很有可能是由於市場由偏好低價產品轉至偏好優質及特色產品，導致服裝消費持續增長且產品價格逐漸上升。

中國縫紉線產值(二零一一年至二零二一年(預測))

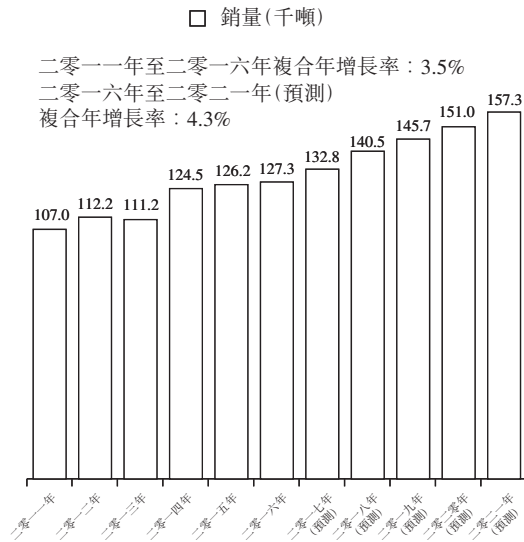


資料來源：灼識諮詢

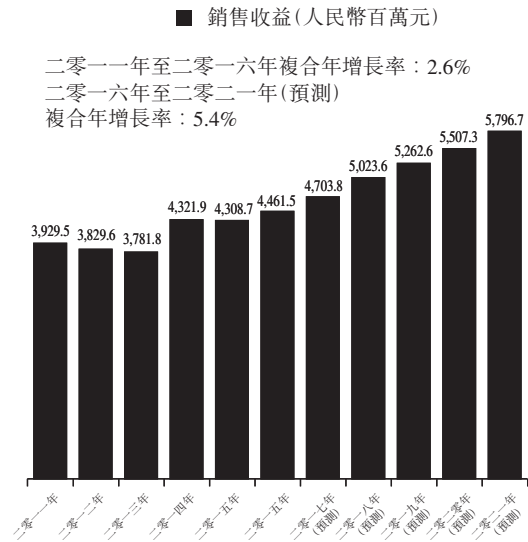
由於縫紉線是縫製服裝的重要原材料，故此縫紉線消費很大程度上取決於服裝製造。縫紉線的國內銷量受服裝產量影響極大，由二零一一年的10.70萬噸增至二零一六年的12.73萬噸，複合年增長率為3.5%。國內平均售價由二零一一年每噸約人民幣3.67萬元降至二零一三年每噸人民幣3.40萬元，後於二零一六年略升至每噸人民幣3.51萬元。因此，縫紉線國內銷售收益於二零一一年至二零一六年先跌後回穩，由二零一一年的人民幣3,929.5百萬元增至二零一六年的人民幣4,461.5百萬元，複合年增長率為2.6%。隨著服裝製造業進一步發展，縫紉線國內銷量及收益預期將於二零二一年分別增至15.73萬噸及人民幣5,796.7百萬元。

## 行業概覽

中國縫紉線國內銷量  
(二零一一年至二零二一年(預測))



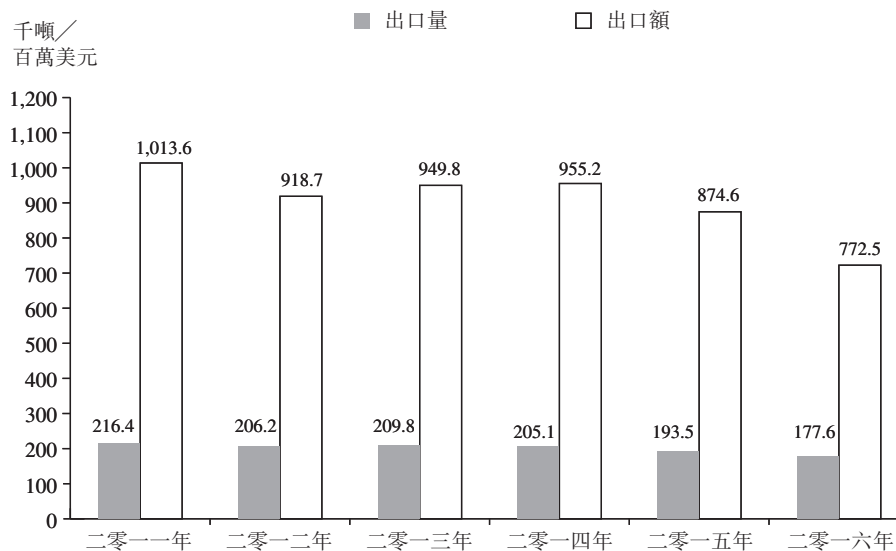
中國縫紉線國內銷售收益  
(二零一一年至二零二一年(預測))



資料來源：灼識諮詢

縫紉線可由棉花、羊毛等天然纖維或滌綸短纖維及細絲等合成纖維製成。中國的縫紉線產品已完全達致自己自足水平，二零一六年進口量約佔出口量約4.3%。出口量由二零一一年的21.64萬噸略微降至二零一六年的17.76萬噸，主要是由於人造短纖維出口量減少。同時，出口額由二零一一年的1,013.6百萬美元減至二零一六年的772.5百萬美元，複合年增長率為-5.3%。出口額減少是由於主要出口地的服裝市場萎縮。

中國縫紉線出口量及出口額(二零一一年至二零二一年(預測))

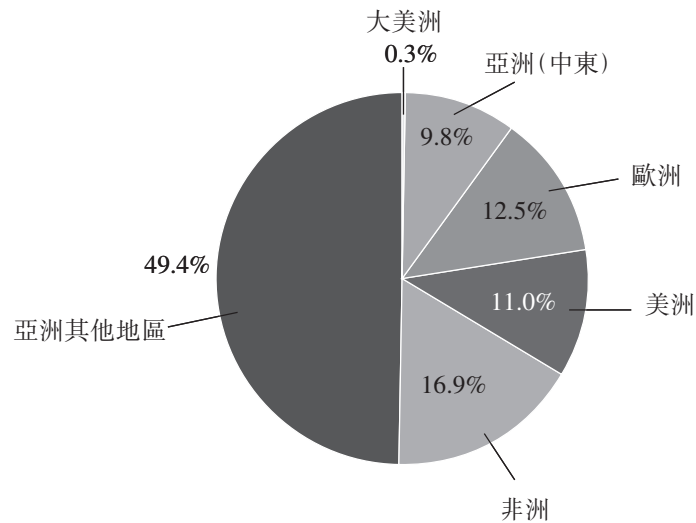


資料來源：灼識諮詢

## 行業概覽

由於紡織品的生產繼續從發達國家轉移至中國和東南亞國家等生產成本較低的欠發達地區，因此按出口額計算，二零一六年亞洲仍然是中國縫紉線最大的出口目的地，其中中東約佔六分之一市場份額。由於實施自由貿易政策，阿聯酋為中國向中東出口縫紉線作出了六分之一的貢獻。此外，中東紡織品的人均消費量居世界第一。緊隨亞洲之後是非洲，二零一六年非洲為第二大縫紉線出口目的地，市場份額為16.9%。紡織業是非洲當地經濟的支柱產業之一，不僅是因為非洲擁有密集的棉花產區，亦因為從非洲至美國或歐洲的運輸成本要低得多。美洲，歐洲和大洋洲合共佔中國縫紉線出口總額少於25%。

二零一六年按目的地劃分的縫紉線出口額明細



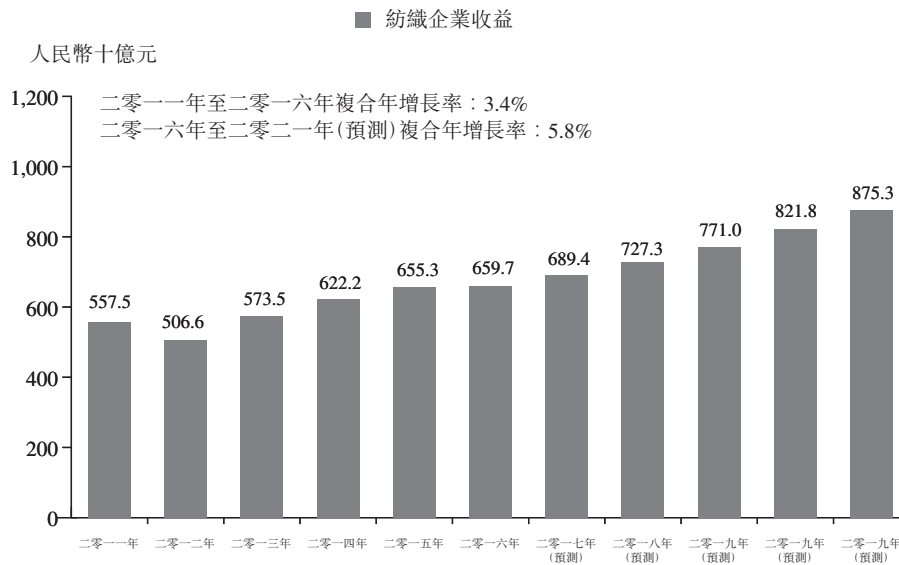
資料來源：灼識諮詢

## 行業概覽

### 廣東縫紉線行業概覽

按廣東紡織業超過指定規模的企業收益計，廣東省約佔市場份額的9.0%。廣東超過指定規模的企業收益由二零一一年的人民幣5,575億元增至二零一六年的人民幣6,597億元，複合年增長率為3.4%，預計將於二零二一年進一步增至人民幣8,753億元。

#### 廣東紡織業超過指定規模的企業收益(二零一一年至二零二一年(預測))

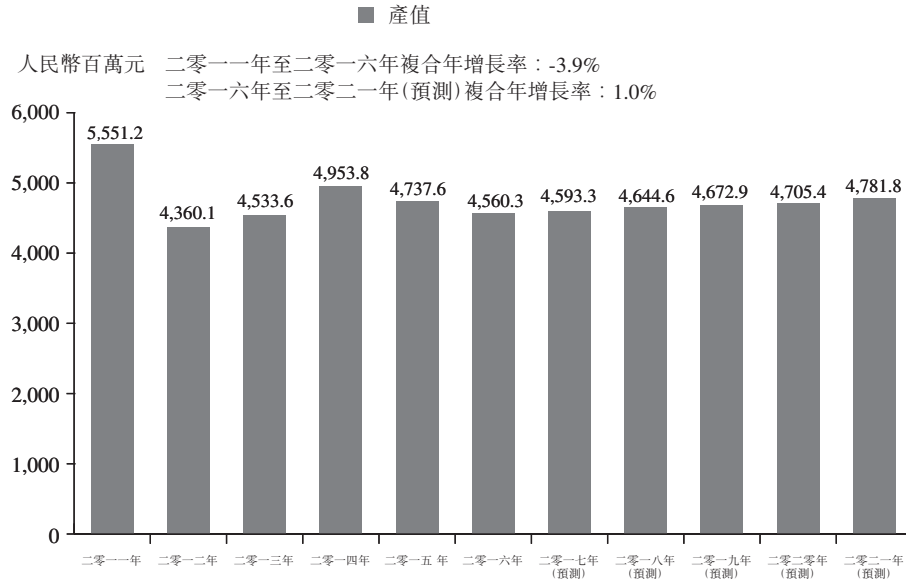


資料來源：灼識諮詢

二零一六年，廣東佔中國縫紉線總產量約50%，較二零一一年約56%輕微下降，主要是由於福建及江西等其他省份勞動力成本顯著較低，縫紉線行業興起。廣東縫紉線生產主要倚賴出口，而內陸省份的縫紉線企業主要向當地服裝工廠銷售產品。廣東縫紉線產值由二零一一年的人民幣5,551.2百萬元減至二零一六年的人民幣4,560.3百萬元，主要是由於出口減少及部分小規模生產廠房倒閉。預期縫紉線產值將緩慢回升，於二零二一年達致人民幣4,781.8百萬元，二零一六年至二零二一年的複合年增長率為1.0%。全球服裝市場需求持續增長及廣東相對具成本效益優勢等因素或會進一步促進日後增長。

## 行業概覽

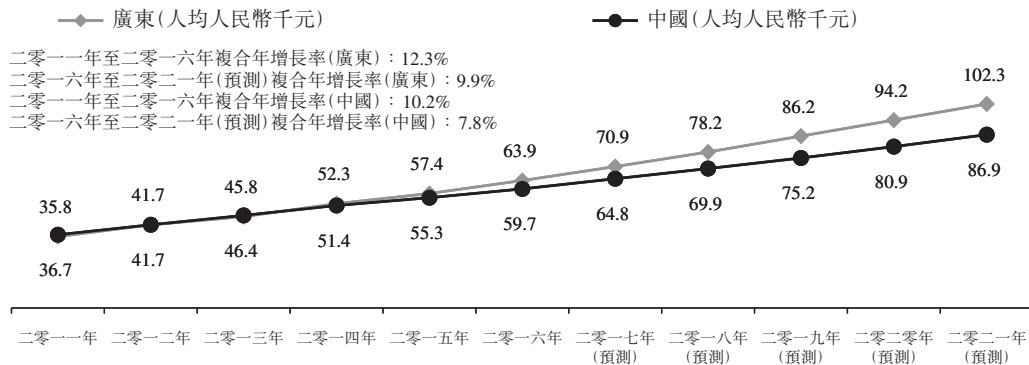
### 廣東縫紉線產值(二零一一年至二零二一年(預測))



資料來源：灼識諮詢

由於在整個生產過程中需要大量技術人員，故勞動力亦是廣東縫紉線製造商成本的主要組成部分。廣東城市製造業從業人員的年均工資從二零一一年的人均人民幣35,800元增加至二零一六年的人均人民幣63,900元，複合年增長率為12.3%。中國城市工資從二零一一年的人均人民幣36,700元增加至二零一六年的人均人民幣59,700元，複合年增長率為10.2%。雖然縫紉線行業在一定程度上受到勞動力成本上漲的影響，但原材料價格下降可能有助縫紉線製造商在短期內緩解勞動力的影響。預期二零二一年廣東及中國的年均工資將分別增長至人民幣102,300元及人民幣86,900元，複合年增長率分別為9.9%及7.8%。

### 城市製造業從業人員的年均工資(二零一一年至二零二一年(預測))



資料來源：灼識諮詢



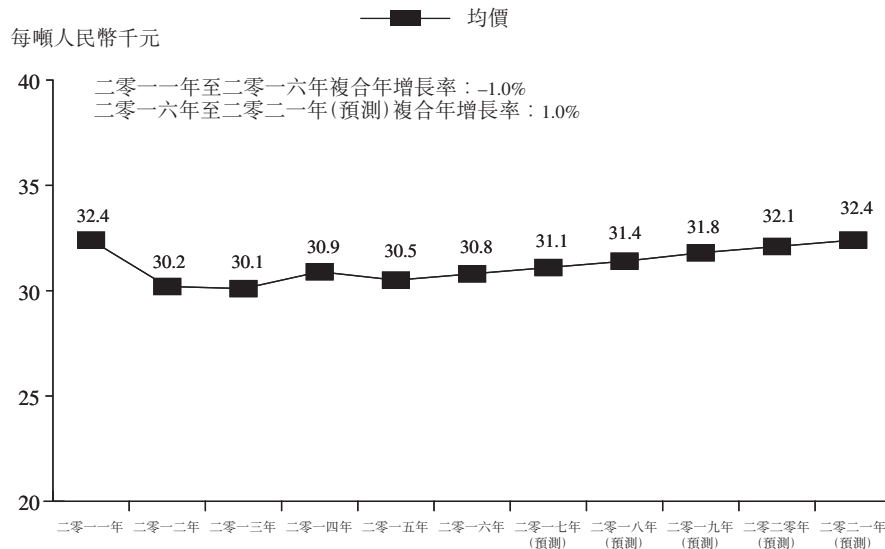
## 行業概覽

### 縫紉線及原材料價格

#### 縫紉線價格

縫紉線價格主要受原材料(主要為滌綸纖維)價格波動影響。然而，縫紉線價格波動對縫紉線製造商的客戶影響不大，因此價格趨於穩定。中國縫紉線均價過去數年整體一直下滑，由二零一一年每噸人民幣3.24萬元減至二零一六年每噸人民幣3.08萬元，受原材料價格變動的較大影響，期內亦出現若干波動。原材料價格與原油價格密切相關，因為原材料是煉油過程中的副產品。因此，有關原材料通常由國有企業銷售。由於預期原油價格將緩慢回升，因此預期原材料價格會上升，令二零二一年縫紉線均價進一步升至每噸人民幣3.24萬元，二零一六年至二零二一年將以1.0%的複合年增長率溫和增長。下圖列示中國縫紉線過往及預期均價：

中國縫紉線均價(二零一一年至二零二一年(預測))



附註：均價為根據出口量及國內消費量計算得出的出口價及國內銷售價的加權平均值。

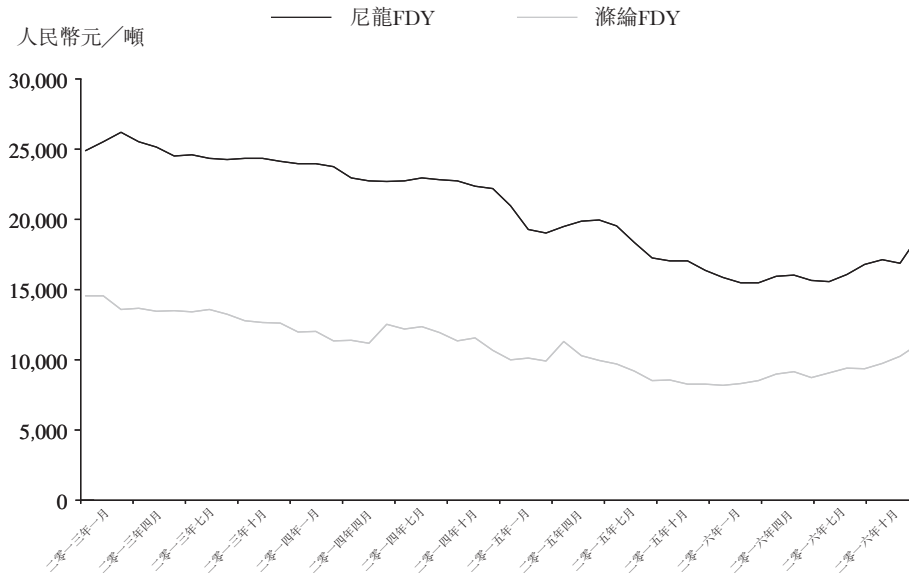
資料來源：國家統計局、灼識諮詢

## 行業概覽

### 原材料價格

縫紉線由棉花及合成纖維(其中包括滌綸及尼龍)等原材料製成。二零一五年化纖產品的價格因油價猛跌而一路下滑，與原油價格息息相關。由於過去三年原材料成本一直下降，因而縫紉線生產商已降低產品價格，迎合客戶期望。

中國尼龍及滌綸產品價格(二零一三年至二零一六年)



附註：FDY指全拉伸絲

資料來源：灼識諮詢

### 中國縫紉線行業的推動力

- (i) **穩定的服裝需求**：中國服裝產量由二零一一年的25,400.0百萬件急升至二零一六年的31,452.0件，於二零一一年至二零一六年的複合年增長率約為4.4%。短期內，服裝產量增長將由服裝消費持續及產品價格逐漸上升所帶動。作為服裝產品重要的一環，預期縫紉線會進一步增長。
- (ii) **豐富的資源**：中國充足的勞動力、成熟的配套設施及發達的交通基礎設施等資源優勢亦是縫紉線生產的強勁增長動力。儘管薪資水平上升，中國相較其他亞洲國家仍保持勞動技能優勢。先進的配套設施及發達的交通基礎設施為縫紉線生產提供整體業務環境，包括上游原材料供應商至下游企業。
- (iii) **扶持政策**：近年來，中國政府推行若干政策及法規，扶持國內紡織業的發展及創新以及品牌的創立，例如《紡織工業「十二五」發展規劃》及《紡織工業發展規劃(二

## 行業概覽

零一六—二零二零年)》。作為紡織業價值鏈重要的一部分，縫紉線市場亦受惠於該等政策。

### 中國縫紉線行業的挑戰

- (i) **品牌發展**：缺乏品牌認知度是中國製造商面臨的一大挑戰。在品牌發展階段，該缺陷使中國品牌及產品無法獲得廣泛接納，尤其是在美國等發達市場。
- (ii) **來自低成本國家的競爭**：隨著勞動成本上升，中國在紡織及服裝製造業的領先地位一直受到威脅。越南及孟加拉等東南亞國家聯盟國家勞動力成本低，逐步成為替代。

### 中國縫紉線行業的未來趨勢

- (i) **多元化生產**：過去數十年，隨著客戶需求(通常為喜好、習慣或傳統)不斷提高，縫紉線產品亦日趨多元化。縫紉線生產商銷售產品以滿足服裝製造商的需求，同時應付日益加劇的競爭。全球領先的製線商之一供應多達1,024種暢銷的產品。
- (ii) **建立品牌制度**：服裝製造商及品牌擁有人等客戶傾向選用著名品牌的縫紉線企業。品牌擁有人通常會指明製衣時所用的縫紉線品牌。國內領先的營運商均致力建立品牌形象及聲譽，與國外品牌競爭，尤其是中高檔縫紉線市場。
- (iii) **技術創新**：在用途多元化及二零一二年中國政府推行《紡織工業「十二五」發展規劃》等利好政策的帶動下，具備技術優勢(如自動化生產)的營運商更有潛力爭取市場佔有率。另一方面，由於縫紉線行業踏入成熟期，故此預期技術創新將有助企業改良原有生產工序，同時節省成本及時間，在同業中脫穎而出。
- (iv) **發掘服裝以外的用途**：原材料及生產工序持續改良逐步擴展至服裝以外的下游用途。領先企業一直致力發掘汽車、寢具／傢俬及油氣等新興用途。

## 行業概覽

### 中國縫紉線行業的競爭格局

#### 中國縫紉線行業的競爭格局概覽

中國縫紉線行業相對分散，縫紉線製造商超過10,000家。縫紉線領先生產商主要分佈於浙江及廣東等省份，此乃由於該等省份能從地區產業集群獲益且容易進入目標市場。大部分浙江縫紉線製造商服務於國內服裝品牌，而廣東縫紉線製造商主要為國際品牌服務。

#### 二零一六年廣東前十大縫紉線製造商

廣東省擁有充足資源(包括廉價勞動力、便捷交通及眾多配套產業)，已有逾1,000家縫紉線製造商。由於市場參與者眾多，故此競爭相當激烈。下表列示二零一六年廣東前十大縫紉線製造商的產值及各自所佔市場份額：

排名	公司	二零一六年		主要業務
		概約產值 (人民幣 百萬元)	佔二零一六年 廣東產值的 市場份額	
1	公司A	620	13.6%	生產工程紗、縫紉線、拉鏈及繡花線
2	公司B	400	8.8%	生產縫紉線、繡花線、產業用紡織品及消費品
3	公司C	245	5.4%	生產滌綸線、尼龍線及金屬線
4	公司D	200	4.4%	生產紗、滌綸及尼龍縫紉線
5	公司E	154	3.4%	生產紗、棉及滌綸縫紉線、繡花線及釣魚線
6	公司F (本集團)	64	1.4%	生產縫紉線
7	公司G	60	1.3%	生產縫紉線及紡織袋

## 行業概覽

		二零一六年		
		概約產值	佔二零一六年	
		(人民幣	廣東產值的	
排名	公司	百萬元)	市場份額	主要業務
8	公司H	58	1.3%	生產棉及滌綸縫紉線
9	公司I	52	1.1%	生產滌綸線、金屬線及尼龍線
10	公司J	30	0.6%	生產紗、滌綸縫紉線、尼龍線及皮帶

資料來源：灼識諮詢

廣東縫紉線市場競爭較為激烈，按產值計，二零一六年廣東前十大市場參與者合共佔廣東產值41.3%的市場份額。公司A為該分部最大市場參與者，二零一六年的產值約為人民幣620百萬元，公司B及公司C排名緊隨其後，產值分別約為人民幣400百萬元及人民幣245百萬元。二零一六年，公司D及公司E分別實現產值人民幣200百萬元及人民幣154百萬元，分別排名第四及第五位。本集團是廣東第六大縫紉線製造商，佔廣東產值1.4%的市場份額。

### 中國縫紉線行業的准入壁壘

- (i) **資本投資**：縫紉線企業發展須投入大量資本，用於採購生產設備、招聘技術精湛的工人、支付土地租金與持續經營開支。缺少充足現金流量的新入行者難以進行定期生產、擴大業務及獲取市場份額。
- (ii) **行業知識**：雖然有經驗的市場參與者已積累有關縫紉線生產的豐富經驗及行業知識，但新入行者缺乏縫紉線市場的實戰經驗，因此需要一段時間獲取相關行業知識及建立知名品牌。
- (iii) **技術及加工要求**：不同的縫紉線產品需要採用不同的技術及加工標準，需要雄厚的技術儲備和協調能力。因此，新進企業很難快速建立高效的生產流程。

## 行業概覽

- (iv) **銷售網絡**：縫紉線製造商通常與服裝品牌擁有人等下游客戶直接合作。成熟的縫紉線市場參與者已與客戶建立高效的銷售網絡，維持長期合作關係。缺乏品牌價值及銷售網絡的新入行者需要花費更多時間及資金爭取下游客戶。
- (v) **環境標準**：隨著為減少製造業污染而制定更多嚴格的環保政策，縫紉線企業擬在營運過程中採用更先進的設備、聘用更有才幹且經驗更豐富的工人、外包若干生產程序以符合環境標準。缺乏足夠行業知識的新入行者可能難以面對嚴格的環保政策所帶來的挑戰。

### 本集團的競爭優勢

- (i) **強大穩定的管理團隊**：本集團管理團隊自成立以來相當穩定，成員包括(但不限於)行政管理人員、營運及技術人員。管理團隊的成員為本集團帶來多年經驗及輝煌業績，擁有採購、生產、技術及營銷方面的經驗。在強大穩定的管理團隊帶領下，本集團於廣東省縫紉線生產行業一直保持領先地位。
- (ii) **與客戶的關係穩定**：本集團的客戶群包括廣東省較大服裝製造商及全球縫紉線貿易公司。大客戶對供應商採購、質量控制及物流管理能力提出較高標準，傾向於與熟悉的供應商合作。本集團能滿足客戶對高質量及特色產品的需求，因此與客戶保持長期牢固的關係。
- (iii) **設備及技術**：設備最初需要大量資本投資，成為新入行者的較大障礙，產品質量因所採用的生產設備或技術而有所不同。本集團配備了全自動縫紉線機械及工具以確保產能。憑藉先進的設備及技術，本集團能及時安全地交付縫紉線產品。
- (iv) **知名品牌名稱**：越來越多服裝客戶自品牌製造商採購縫紉線材料。品牌形象對市場參與者贏佔市場份額至關重要。部分優質服裝品牌擁有人偶爾會指定縫紉線供應商。本集團自成立以來已樹立強大可靠的品牌形象，著名的「新華」縫紉線產品受到800多位服裝客戶的青睞。