

行業概覽

本節所載資料乃來自各種官方及其他刊物以及我們委託弗若斯特沙利文編製的報告。董事相信該等信息來源為該等資料的適當來源。董事並無理由相信該等資料在任何重大方面失實或存在誤導成份，或者當中遺漏任何事實致使其在任何重大方面失實或存在誤導成份。本公司、董事、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、或任何彼等各自之董事、代理人、顧問或聯屬人士或任何參與[編纂]的其他人士並無對該等資料進行獨立核實，亦不對其準確性發表任何聲明，因此，不宜過分倚賴本節所載資料。該等資料及統計數據未必與香港境內外編撰的其他資料及統計數據一致。經董事合理審慎確認，自弗若斯特沙利報告日期起，本節所披露的市場資料並無出現任何不利變動。

中國女士手袋市場概覽

一般分類

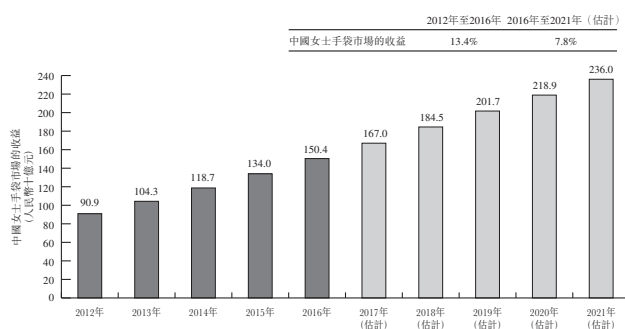
女士手袋市場一般可分類為手袋及小型皮具兩個商品分部。手袋包括手提包、手拿包、肩背包、大手提袋等。小型皮具則包括錢包、化妝袋、小袋子、卡片套等。女士手袋市場亦可按中國的零售價範圍分類，下表概述各類別的主要特徵。

	奢侈品	高端	中端	低端
建議零售價範圍	每件超過人民幣5,000元。	介乎人民幣2,000元至人民幣4,999元。	人民幣500元至人民幣1,999元。	人民幣500元以下。
主要市場特徵	主要由知名外國奢侈品牌組成。	主要由外國品牌組成。此等品牌以追求品質、設計及名牌的顧客為目標。	中端產品為中國市場的主流，其目標市場為著重性價比、品質及設計的年輕女性及白領女士。	通常並無特定品牌，以及透過線上平台出售產品。主要目標客戶為對價格敏感度較高的學生。
主要參與者	愛馬仕(Hermes)；香奈兒(Chanel)；迪奧(Dior)等。	蔻馳(Coach)；邁克高仕(Michael Kors)；湯麗柏琦(Tory Burch)；凱特•絲蓓(Kate Spade)等。	ELLE；迪桑娜(Dissona)；菲安妮(Fion)；凱浦林(Kipling)；Jessie & Jane等。	維尼(Viney)；米榭爾(Micherr)等。

行業概覽

中國女士手袋市場的增長

2012年至2021年(估計)中國女士手袋市場的收益(中國)



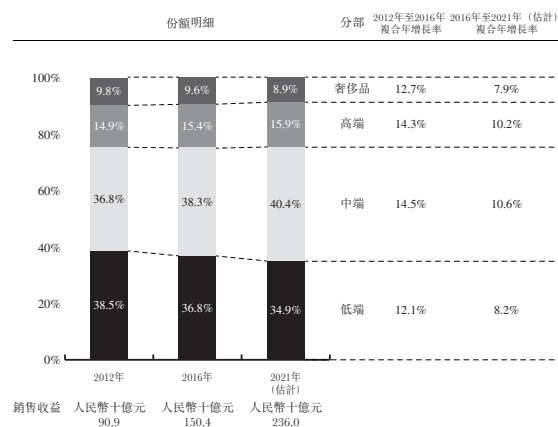
資料來源：弗若斯特沙利文

近年，由於可支配收入及購買力上升，中國女士手袋市場穩步上揚。中國女士手袋市場的收益由2012年的約人民幣909億元增加至2016年的約人民幣1,504億元，複合年增長率為13.4%。傳統上，中國女士手袋的分銷渠道包括百貨商店、大型超市及超級市場以及專賣店零售。隨著近年電子商貿蓬勃發展，線上零售成為另一重要的銷售渠道。尤其是，線上零售能接觸並無上述實體零售點的偏遠地區(例如二、三線城市及郊區)的消費群體，且獲取其支持。

未來，估計中國女士手袋市場將於2016年至2021年間按複合年增長率約7.8%增長。此外，中端女士手袋的增長似乎是最快，於2016年至2021年的複合年增長率約10.6%。

按價格劃分中國女士手袋市場分部的市場規模及預測

2012年、2016年及2021年(估計)中國女士手袋市場的收益明細(中國)



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

上表說明中國女士手袋市場若干程度的結構性轉變。首先，縱然於2012年低端分部主導市場，於2016年中端分部超越其主導地位，成為2016年中國女士手袋市場最龐大的分類。於2012年至2016年期間，中端分部出現相對較高的複合年增長率，為約14.5%，主要由於中國居民人均收入增加，以致消費升級，消費模式從成本意識(即價格)轉移至品質及設計。

於2012年至2016年，高端市場的增長率稍微放緩，為約14.3%。透過一系列宣傳及推廣活動，該等高端品牌能夠隨著較富裕消費群體的消費升級而擴大其市場份額。在不久的將來，預期中端及高端兩個分部將繼續向好。

中國女士手袋零售市場的競爭格局

中端女士手袋零售市場的市場份額及排名

中國女士手袋市場高度分散，當中由奢侈品至低端產品有數百個不同品牌，惟概無主導市場的單一市場參與者或參與群體。

中端市場為本集團的主要市場。於2016年，中端女士手袋市場於中國女士手袋市場總值中佔最高市場份額，其市場份額為約38.3%。此外，以零售銷售收益而言，五大參與者僅佔總市場份額約1.87%。

下表載列中國中端女士手袋零售市場主要參與者的排名。

2016年按零售銷售收益計算五大參與者的市場份額(中國)

排名	公司	市場份額 (%)
1	公司A	0.52%
2	公司B	0.51%
3	本集團	0.36%
4	公司C	0.28%
5	公司D	0.20%
	中國五大參與者	<u>1.87%</u>
	其他	<u>98.13%</u>

2016年中國中端女士手袋市場總收益：人民幣576億元

資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

中國女士手袋零售市場的主要驅動因素

中國經濟穩步上揚，可支配收入穩定增長

消費者的購買力被認為是消費產品市場的原動力。根據中國國家統計局的統計數據，中國經濟於過往數年的增長率維持穩健，2012年至2016年名義國內生產總值的複合年增長率達約8.3%。中國城市家庭每年人均可支配收入由2012年的約人民幣24,565元增加至2016年約人民幣33,616元，複合年增長率為約8.2%；而中國農村居民的人均淨收入亦由2012年約人民幣8,391元增加至2016年約人民幣12,363元，複合年增長率為約10.2%。

消費者的品牌意識提高

隨著購買力與生活水平提升，中國女性消費者傾向於購買名牌女士手袋而非無品牌的女士手袋，因其代表著更優良品質、美觀設計、個人品味以及端莊格調。預期於市場中具有良好聲譽及形象的品牌持有人將於預測期內獲得大幅度的正面增長。

城市化率持續上升

隨著更多人口從農村地區遷往城市，消費習慣隨著城市的生活模式逐漸改變。城市家庭更注重時尚品味，亦較為留意不同的品牌，故通常願意花費更多購買女士手袋。由2012年至2016年期間，中國的城市化率由約52.6%增加至約57.3%，增幅為約4.7%。

准入門檻

資本投資

將品牌形象及品牌的基礎架構資本化需要大量初始投資支出，包括聘請經驗豐富的人才、建立銷售渠道及品牌推廣。成功的女士手袋品牌每年均花費大筆資金於品牌推廣。

合宜的市場定位

女士手袋的消費者已漸趨成熟、理性。品牌的知名度已不再是唯一準則，該等消費者已發展自家的評定標準，以選擇符合自己個性的產品風格。在此情況下，品牌定位非常重要，而對缺乏豐富市場經驗的新進場人士而言，品牌定位則比較困難。

對經銷商及銷售渠道的管理技巧

對初創企業的品牌形象而言，不同種類的銷售渠道（包括直接銷售及分銷）的整體定位及監控尤其重要，新進場的參與者需要純熟的技巧以管理直屬零售點，並就商店位置及商店佈局等決策向分銷商擁有的零售點提供支援及作出指示。

行業概覽

與供應商的關係

中國女士手袋的市場參與者必需具備供應高質素且價錢合理的可靠原材料(例如皮革及布料)供應商。新進場的參與者可能難以於短期內與供應商建立互信的夥伴關係。

女士手袋市場的前景

線上銷售渠道的進一步發展

中國的線上女士手袋市場正處於急速發展階段。然而，於2016年，其收益份額仍僅佔中國女士手袋市場總值的小部分，為約26.4%。預期中國女士手袋的線上銷售將進一步發展，並預計其於2021年佔中國女士手袋市場總值約42.3%。

消費者概念越趨理性

近期，消費者傾向選擇高端及奢侈品類別的女士手袋，佔中國女士手袋市場總值分別約15.4%及9.6%。然而，女士手袋消費者的概念將逐漸趨向理性化，而非盲目追求奢侈品類別的手袋。因此，價錢合理、高質素且設計良好的中端女士手袋很可能受一眾消費者歡迎。

本地品牌創新能力低

中國女士手袋市場已踏入迅速增長階段的後半段。然而，本地手袋品牌持有人缺乏創新的設計或清晰的產品定位，導致所有手袋產品的種類同質化。大部分本地女士手袋往往參考海外領先品牌的手袋設計。

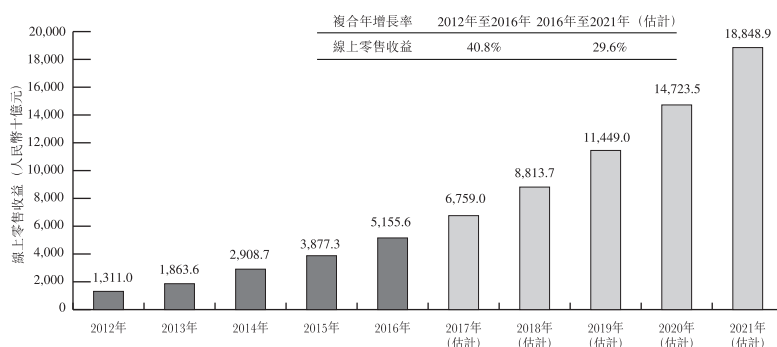
中國線上女士手袋市場概覽

中國線上女士手袋市場的增長

中國的經濟顯著增長結合互聯網的革命性變化讓零售業的格局轉型。隨著線上購物者的滲透率不斷增加，線上服務(包括線上交易數據服務、金融服務及物流服務)的技術及創新亦得到改善，中國線上零售市場的規模自2012年的約人民幣13,110億元擴大至2016年的約人民幣51,556億元，複合年增長率為約40.8%，潛在增長空間似乎非常龐大。於2021年，預期中國線上零售市場的總收益達人民幣188,489億元，2016年至2021年間的複合年增長率為約29.6%。

行業概覽

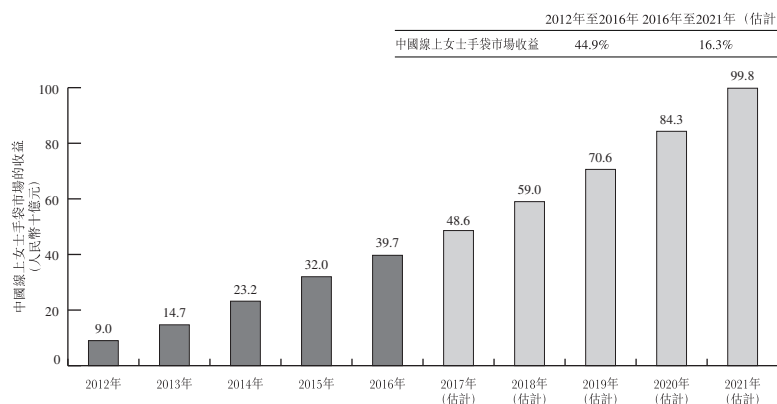
2012年至2021年(估計)線上零售市場的總收益(中國)



資料來源：弗若斯特沙利文

隨著上述的發展步伐，中國線上女士手袋市場的收益亦有所提升，由2012年的人民幣90億元增加至2016年的人民幣397億元，複合年增長率為44.9%。線上銷售為重要的分銷渠道，佔2016年中國女士手袋市場總值約26.4%。於往後五年，估計中國線上女士手袋市場按複合年增長率16.3%增長，就收益而言於2021年達人民幣998億元。

2012年至2021年(估計)中國線上女士手袋市場的收益(中國)



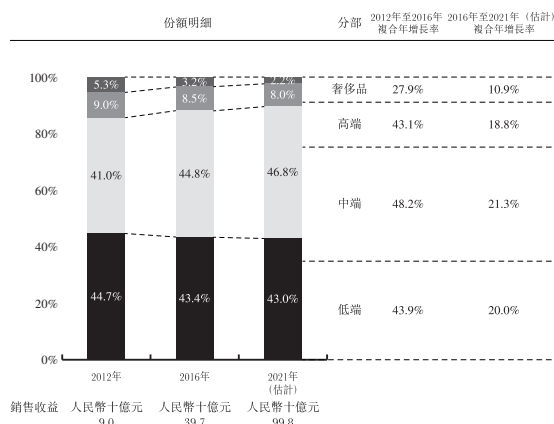
資料來源：弗若斯特沙利文

按價格劃分中國線上女士手袋市場分部的市場規模及預測

近年，女士手袋品牌持有人意識到發展線上銷售渠道的重要性。現今，消費者於線上購物時更加著重手袋的品牌及其質素，而非價錢；而領先線上購物平台亦推廣品牌產品，以減輕偽造品及產品質素差劣等問題。因此，線上中端女士手袋市場迅速發展，並成為整體市場的市場主導分部，佔2016年總銷售收益約44.8%。估計於2016年至2021年將按複合年增長率約21.3%增長，佔2021年中國線上女士手袋市場約46.8%。

行業概覽

2012年、2016年及2021年(估計)中國線上女士手袋市場的收益明細(中國)



資料來源： 弗若斯特沙利文

中國線上中端女士手袋市場的競爭格局

線上中端女士手袋市場的市場份額及排名

中端女士手袋品牌透過天貓、淘寶、京東等多個線上平台銷售產品。與中國女士手袋市場的情況類近，中端分部同樣於中國線上女士手袋市場總值中佔最高市場份額，約44.8%。下表載列中國主要線上中端女士手袋品牌的排名。

2016年按線上零售銷售收益計五大參與者的市場份額(中國)

排名	公司	市場份額 (%)
1	本集團	0.75%
2	公司A	0.41%
3	公司B	0.37%
4	公司C	0.32%
5	公司D	0.22%
	中國五大參與者	2.07%
	其他	97.93%

2016年中國線上中端女士手袋市場的總收益：人民幣178億元

資料來源： 弗若斯特沙利文

行業概覽

中國線上女士手袋市場的主要驅動因素

中國年輕一代影響力日增

中國年輕一代逐漸成為女士手袋的主要消費群體。與上一代相比，這群人一般教育程度較高，而且精通科技，亦習慣於線上購物。由於年輕一代生活比較繁忙，故其越來越追求「方便購物」，可隨時隨地透過電腦或流動裝置以任何方式購物。

流動商貿及社交媒體蓬勃發展

流動裝置日益普及，使人們的購物方式產生改變。流動平台目前是深受線上女士手袋市場大部分參與者歡迎的銷售及營銷渠道。根據中國互聯網絡信息中心的數據，2016年流動商貿用戶數目達約440.93百萬人，佔中國流動電話用戶總人數約63.4%。與此同時，社交媒體對於消費者購買女士手袋與否亦具有極其龐大的影響力。社交媒體亦能增加轉化率，並鼓勵更多消費者購買女士手袋。

虛擬商店為偏遠地區展示另類選項

於中國發展實體銷售網絡需要大量資金。鑒於現今連接互聯網的方便程度，品牌持有人可透過於不同社交平台設立虛擬商店，達致更高的消費者滲透程度。該等虛擬商店屬於以較低成本接觸更廣泛消費者的方案，不僅讓品牌持有人獲得上述一眾繁忙購物者的支持，更能於附近並無實體零售點的偏遠地區獲得消費者的支持。

准入門檻

市場競爭

近年，新進場的參與者已加入中國線上女士手袋市場，尤其是中端分部。早期的參與者已建立良好的品牌形象以及龐大的產品組合。

突顯產品特色

線上女士手袋市場大部分參與者均面對產品同質化的問題。因此，良好的設計能力及市場經驗對突顯產品特色而言非常重要。

銷售網絡及客源

線上女士手袋市場的主要參與者已與不同的主要線上銷售平台建立穩定的關係。此外，彼等亦已累積若干目標消費者數目，以保證其銷售量。對新進場的參與者而言，建立自家銷售網絡以及尋找客源甚為艱難。

行業概覽

線上女士手袋市場的未來展望

電子商貿的發展

由於營運成本上升引致線下零售價上升，加上線上購物的方便程度有所提升，而網絡安全亦得到改善，更多消費者採用線上購物。此外，第三方物流亦大大改善線上平台的工作效率。

品牌持有人對線上渠道的投資增加

近年，知名品牌持有人已建立自家線上零售點，或已於主要線上購物平台成立旗艦店。此等參與者很有可能於社交媒體宣傳、產品設計能力、改善其物流系統及售後服務系統方面增加投資，從而進一步建立其品牌形象，以保持其於市場的領先地位。

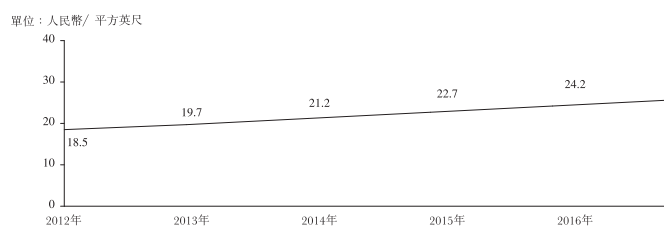
中端分部漸露頭角

基於線上女士手袋市場的低端分部存在偽造品及產品質素差劣等問題，加上可支配收入增加，預期線上女士手袋市場的中端分部將發展。

中國女士手袋市場的原材料

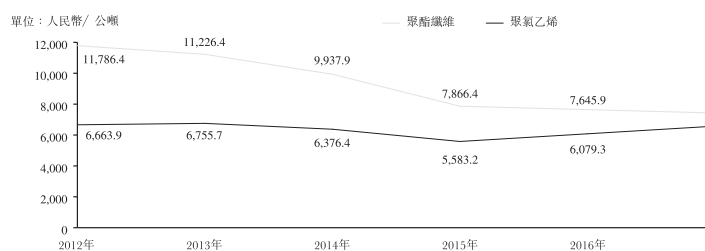
製造手袋所用的主要原材料包括黃牛皮革、聚酯纖維及PVC。下表所示為2012年至2016年中國皮革、聚酯纖維及PVC的價格走勢。

2012年至2016年黃牛皮革的價格走勢(中國)



資料來源：弗若斯特沙利文

2012年至2016年聚酯纖維及PVC的價格走勢(中國)



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

於2012年至2016年期間，由於聚酯纖維的相關原材料(即石油)於期內跌價，聚酯纖維的價格大幅下調，而PVC的價格則與聚酯纖維的變動相若，惟其波動則較少。然而，皮革的價格於同期一直穩定增長，主要由於在皮革製造過程中處理環境保護問題所支付的成本增加。

資料來源

弗若斯特沙利文行業報告

我們已委任獨立第三方弗若斯特沙利文就本公司[編纂]而對中國線上及線下女士手袋零售市場進行研究，並編製弗若斯特沙利文報告，總費用為人民幣350,000元。弗若斯特沙利文於1961年成立，為一家提供不同行業之行業研究及營銷策略的研究機構。

方法

弗若斯特沙利文報告包括有關中國女士手袋零售市場過往及預測資料，以及其他相關經濟數據。弗若斯特沙利文依靠不同行業資料來源以釐定其市場數據，包括但不限於行業數據庫、與市場參與者訪談、公開統計數據、公開發佈的企業資訊及弗若斯特沙利文行業分析人員的專業知識。基於下列原因，弗若斯特沙利文認為上文所載者為可靠的資料來源及數據。

假設及參數

委託報告內的市場預測乃基於以下關鍵假設：(i)中國的經濟及行業發展很大可能於未來十年保持穩定增長；(ii)於預測期間，相關主要行業驅動因素(例如城市化率及可支配收入增加以及經濟蓬勃發展)很大可能推動中國線上及線下女士手袋市場的增長；及(iii)並無出現可能重大或從根本上影響市場的極端不可抗力事件或行業法規。

所有統計數據均屬可靠，乃基於截至弗若斯特沙利文報告日期可得的資料。有關分析或數據亦可能基於其他資料來源的若干資料，包括政府、商會或市場參與者。