

---

## 行業概覽

---

除另有指明者外，本節所載資料來自我們委託灼識諮詢(CIC)編製的灼識諮詢報告，有關資料乃反映基於公開可得資源作出的市況估計，主要用作市場調查工具而編製。灼識諮詢之提述不應視為彼對任何證券價值或向本集團投資是否可取而發表的意見。董事相信，資料及統計數據的來源為恰當的資料及統計數據來源。董事並無理由相信，該等資料及統計數據為虛假或存在誤導，或遺漏任何事實，以致該等資料及統計數據於任何重大方面變為虛假或存在誤導。灼識諮詢編製並載於本行業概覽的資料，未經本集團、控股股東、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與有關灼識諮詢報告所載資料的灼識諮詢以外的[編纂]的任何其他人士或彼等各自的董事、高級職員、僱員、顧問及代理人獨立查證，概不對彼之準確性或完整性發表任何聲明。因此，不應過分依賴該等資料。

### 資料來源

我們委託獨立第三方灼識諮詢，對中國針織面料市場開展分析並編製報告。灼識諮詢以獨立方式編製委託報告，或稱為灼識諮詢報告，不受我們任何影響。我們為此報告的編製，向灼識諮詢支付費用人民幣450,000元，此費用乃經公平磋商後達致。

### 灼識諮詢的背景

灼識諮詢為一家於香港成立的投資及融資諮詢公司，提供各行業的專業行業諮詢服務，其服務包括行業諮詢服務、商業盡職調查、策略諮詢等。灼識諮詢亦於北京及上海設立辦事處。

於編製本報告時，灼識諮詢同時進行一手及二手資料研究。一手研究涉及與行業專家及領先業者之間的訪談。二手研究涉及取材自國際貨幣基金組織、中國國家統計局及聯合國的各種公開數據來源的數據分析。

委託報告中的市場預測基於以下關鍵假設作出：(i)中國的經濟和工業發展可能在未來十年保持穩定增長；(ii)在預測期內，相關行業的關鍵驅動因素，如居民收入上升、下游市場需求穩定、政府頒佈有利政策及出口環境利好等，有可能推動中國針織面料市場增長；及(iii)未出現任何可能導致市場受到劇烈或根本影響的極端不可抗力或行業監管情況。

## 行業概覽

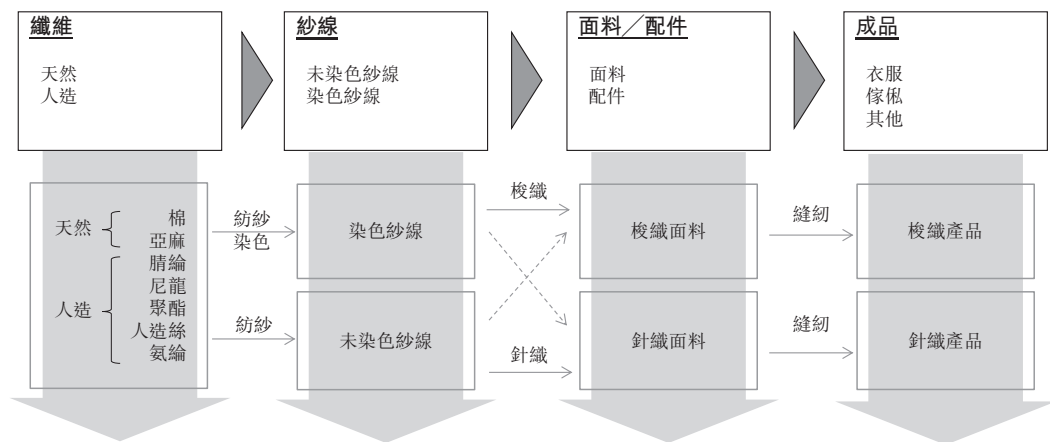
除另有註明外，本節所有數據及所作預測均來自灼識諮詢報告。董事確認，經採取合理審慎措施後，自灼識諮詢報告日期以來，市場資料概無發生可能限制、否定本節資料，或對彼造成影響的不利變動。

### 中國紡織業

紡織業擁有成熟的產業鏈，並於中國經濟中扮演重要角色。結合低生產成本與先進技術，中國製造商能夠以極低成本生產大量高質素紡織品。隨著時間的推移，中國已從生產低端產品轉移，集中生產高附加值產品。

由纖維製成的針織面料是生產針織服裝的主要原材料。纖維統稱長絲，或由長絲組成的物質或材料。

#### 紡織行業的價值鏈



資料來源：灼識諮詢

### 中國紡織業概覽

中國紡織業的產業鏈上游由天然纖維（棉、羊毛等）及人造纖維等原材料組成。天然和人造纖維的價格主要受大宗商品的全國物價與政府政策影響。產業鏈中游涉及紡紗、針織或梭織及染色。完成紡絲後，染色和未染色的紗線將用於生產針織面料或梭織面料製作。產業鏈下游則利用面料製造服裝、傢俬及其他工業產品，其中服裝也是下游最大的行業。隨著國家經濟發展及收入不斷增加，消費者越加重視外表打扮，講究服裝為求凸顯個性，故市場對所有類型服裝的需求均不斷增加。

---

## 行業概覽

---

### 中國紡織品生產季節性

服裝產品的需求受紡織業季節性因素影響。一般而言，由於秋冬季節的服裝產品需求較高，因此用於服裝製造的面料訂單在三月初至五月下旬大量增加。紗線下單訂購的旺季一般於面料旺季前約兩個月，即一月至三月，故六月至七月為傳統淡季，紡織製造商訂單相對較少。除季節性因素外，任何意料之外或異常的氣候變化，同樣可能對產品的整體銷售產生影響。紡織業的季節性特徵反映了服裝生產週期為秋冬需求高峰前的六至七個月。由於紡織業為服裝業的上游行業，紡織業者需儘早籌備生產，為客戶的生產計劃、物流計劃、營銷計劃等預留時間。

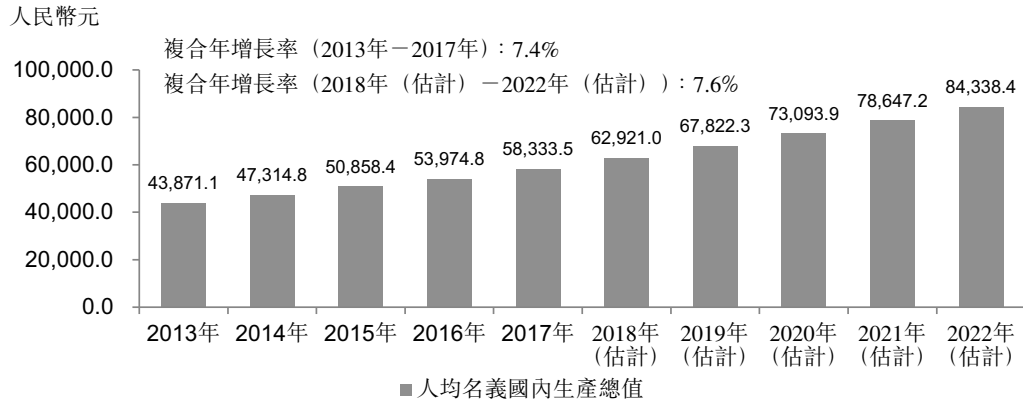
隨著紡織工業技術更新迭代，紡織產品越來越輕薄多彩，且具備更多增值功能，例如防菌、保溫及防輻射等。此外，紡織品的使用範圍正不斷擴張，除服裝業外，紡織品還可應用於汽車、建築與裝飾等行業。因此，紡織品生產消費的季節性正逐漸消退。

### 中國宏觀經濟環境

主要受政府主導的投資及出口驅動影響，中國經濟實現迅猛增長，並於過去五年保持增長，名義國內生產總值由2013年的人民幣59.7萬億元增至2017年的人民幣81.1萬億元。隨著中國經濟發展，中國的人均名義國內生產總值過去數年保持快速增長。於2017年，中國的人均名義國內生產總值達約人民幣58,000元，2013年至2017年期間實現複合年增長率7.4%。隨著中國宏觀經濟發展持續靠穩，中國的人均名義國內生產總值未來有望保持穩定增長勢頭。根據國際貨幣基金組織，預計截至2022年，中國的人均名義國內生產總值將達約人民幣84,000元，自2018年起按7.6%的複合年增長率增長。

## 行業概覽

2013年－2022年（估計）中國人均名義國內生產總值



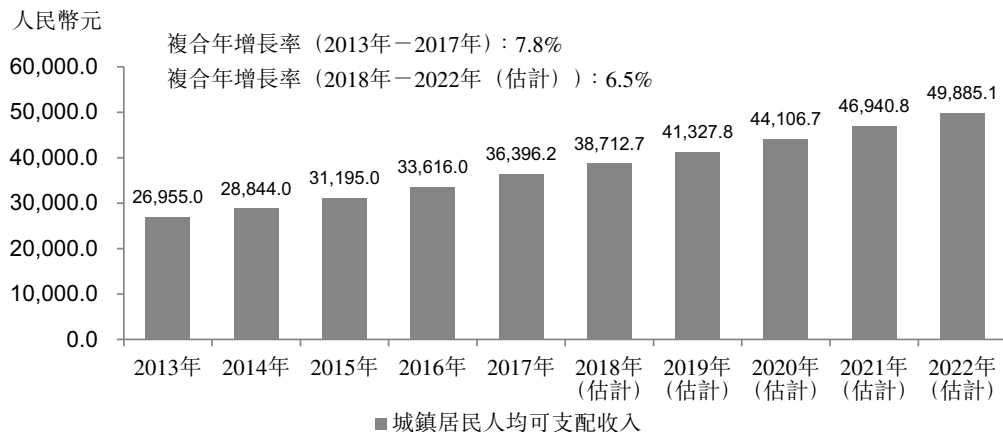
資料來源：國際貨幣基金組織

## 人均可支配收入

中國城鎮居民人均可支配收入由2013年的約人民幣27,000元增至2017年的約人民幣36,000元，按7.8%的複合年增長率增長。同時，中國農村居民人均淨收入於2017年達約人民幣13,000元，2013年至2017年的複合年增長率為10.9%。

預計截至2022年，中國城鎮居民人均可支配收入將達約人民幣50,000元，2018年至2022年的複合年增長率為6.5%。同時，中國農村居民人均淨收入有望至2022年實現約人民幣22,000元，同期的複合年增長率為9.1%。

2013年－2022年（估計）中國城鎮居民人均可支配收入



資料來源：中國國家統計局、灼識諮詢

---

## 行業概覽

---

### 中國紡織行業

#### 中國紡織業驅動力

以下載列中國紡織行業的主要驅動力。

**國內消費穩定增長：**在中國所有收入階層中，城市家庭每年大約將7%可支配收入用於購買服裝。隨著可支配收入增加，消費者的購買力上升，將鼓勵購買更多高價品牌服裝產品。

**產業升級：**近年來，中國政府重視並促進綠色製造和產業升級。紡織公司將透過應用新技術，同時強調創新驅動生產和高附加值產品以追求更高效率和利潤。

**政府扶持政策：**為促進紡織工業的健康發展，中國政府在《中國紡織工業發展「十三五」規劃》中高度重視紡織產品的產品質量，產品品種及產品品牌。規劃支持研發投資於開發高科技針織機器，推廣智能化針織面料生產技術，並鼓勵紡織製造商投資在其他國家的工廠，利用當地低廉的勞動成本。

#### 中國針織面料市場及內衣市場

服裝行業作為紡織行業的主要下遊行業及針織面料的主要應用領域，以針織面料的消耗量計，佔90%以上的市場份額。就服裝行業而言，內衣是針織面料的主要下游用料之一。由於內衣直接接觸皮膚，現今，人們更注重產品的質量，包括產品的原材料。隨著收入提高，人們對時尚與生活方式的審美日趨精緻，消費者（尤其是女性消費者）願意為內衣付出更高的價格，以追求更好的設計及風格。此外，越來越多內衣帶有增值功能，例如抗菌、保溫、防輻射等。此等增值功能預期將進一步刺激市場對內衣的需求。預計2022年的內衣零售價值達到人民幣5,585億元，2018年至2022年的複合年增長率達10.9%。針織面料憑藉柔軟度、抗皺、透氣性、延展性和柔韌性等特性，最適宜內衣、運動服、童裝及孕婦裝等親膚服裝。

## 行業概覽

於2017年，中國的功能性針織面料的銷售額達人民幣27,635.2百萬元。下游用料如內衣用料及運動服用料分別貢獻逾30%的銷售額。於2022年，中國的功能性針織面料的銷售額預計將達人民幣44,114.4百萬元，2018年至2022年的複合年增長率達9.7%。

功能性針織面料的主要用料為內衣產業及運動服產業。於2017年，內衣產業佔功能性針織面料銷售額的34.4%，而運動服產業佔銷售額的32.7%。自2013年至2017年，兩個產業在功能性針織面料的使用量方面均有持續增長，複合年增長率分別為14.6%及15.6%。

自2018年至2022年，由於對具附加值功能可供鍛煉及戶外活動的服裝需求日益增長，運動服產業的發展將較其他產業更為迅速，複合年增長率達13.7%。於2022年，運動服產業的銷售額預計達致功能性針織面料總銷售額的39.1%（2013年：29.7%）。孕婦裝產業及童裝產業均亦有望增加對功能性針織面料的需求。該等兩個產業的銷售額預期將自2018年至2022年分別以11.1%及4.9%的複合年增長率增長。



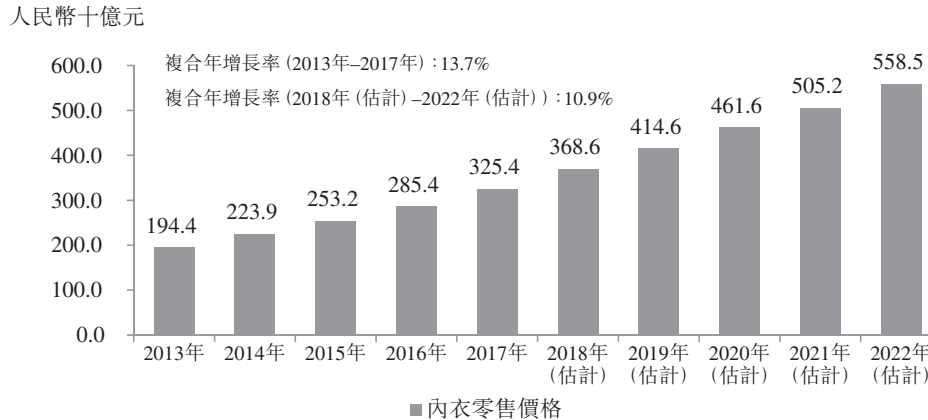
資料來源：灼識諮詢

按零售價值計，內衣市場由2013年的人民幣1,944億元激增至2017年的人民幣3,254億元，該等年度的複合年增長率為13.7%。此顯著增長反映中國的內衣針織面料消耗量快速增長。

## 行業概覽

內衣針織面料消耗量於2017年增至938,600.0噸，相較2013年的612,500.0噸，該等年度的複合年增長率達11.3%。

### 2013年－2022年（估計）中國內衣零售價格



資料來源：灼識諮詢

雖然經過市場初期快速擴張後，中國整體經濟形勢放緩，截至2022年的內衣針織面料消耗量仍將進一步增長至1,325,200千噸，2018年至2022年的複合年增長率為6.8%。

### 市場集中度

中國的內衣市場高度分散，市場內約有3,000個品牌，其中，99%的品牌銷售收益不足人民幣100百萬元。於2017年，十大內衣及服裝品牌的零售銷售收益合共佔市場份額約10%。隨著領先企業的發展壯大，市場集中度逐漸提升。

### 中國內衣功能性針織面料市場

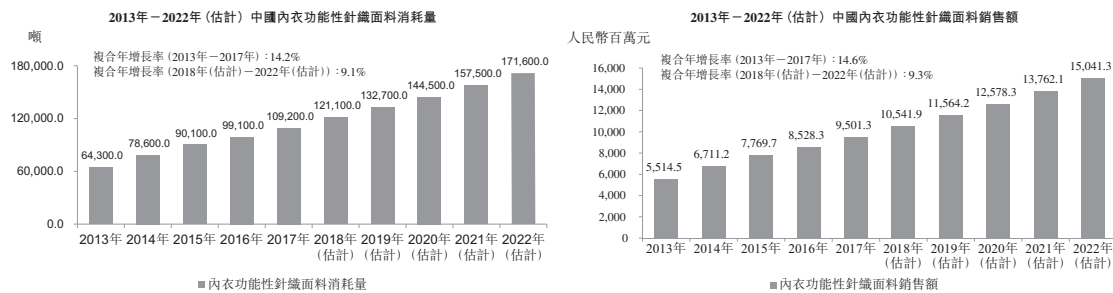
針織面料供應商按兩類主要業務模式經營業務，即側重生產的類型和完全基於解決方案的類型。專注於生產的供應商本身擁有工廠且採用重資產業務模式。解決方案供應商並無擁有任何生產設施，而將大部分生產工序分包予第三方工廠。該等供應商還提供面料設計開發及第三方生產管理等增值服務。以面料設計開發為核心優勢，該等供應商與纖維供應商及客戶合作設計針織面料，以開發具備發熱、抗菌、防臭和護膚等多功能的新型針織面料。

## 行業概覽

完成新型針織面料設計工作後，解決方案供應商將包括紡紗、針織及染色生產工序外包予嚴格遵守品質控制的第三方工廠。由於該等解決方案供應商所需的前期資本投資較少，因此利潤率相對較高。

鑒於社交生活參與度提升及生活質素提高，中國顧客愈加注重個人形象及儀表。於2017年，內衣功能性針織面料銷量達約109,200噸，相較2013年的約64,300噸，複合年增長率達14.2%。於2017年，中國內衣功能性針織面料銷售額達人民幣9,501.3百萬元，相較2013年的人民幣5,514.5百萬元，複合年增長率達14.6%。

同整體針織面料行業相似，功能性針織面料分部亦採購纖維用作原材料，但須使用具附加值功能性優質人造纖維。功能性針織面料由該等功能性纖維編織而成，具備發熱、透氣、護膚等功能。



資料來源：灼識諮詢

終端客戶及服裝製造商對功能性面料產品的需求有望驅動未來增長。展望未來，藉著下遊行業的增長，中國的內衣功能性針織面料的消耗量於2022年預期將達171,600噸，2018年至2022年的複合年增長率為9.1%。此外，中國的內衣功能性針織面料的銷售額於2022年預期將達人民幣15,041.3百萬元，相當於2018年至2022年的複合年增長率為9.3%。



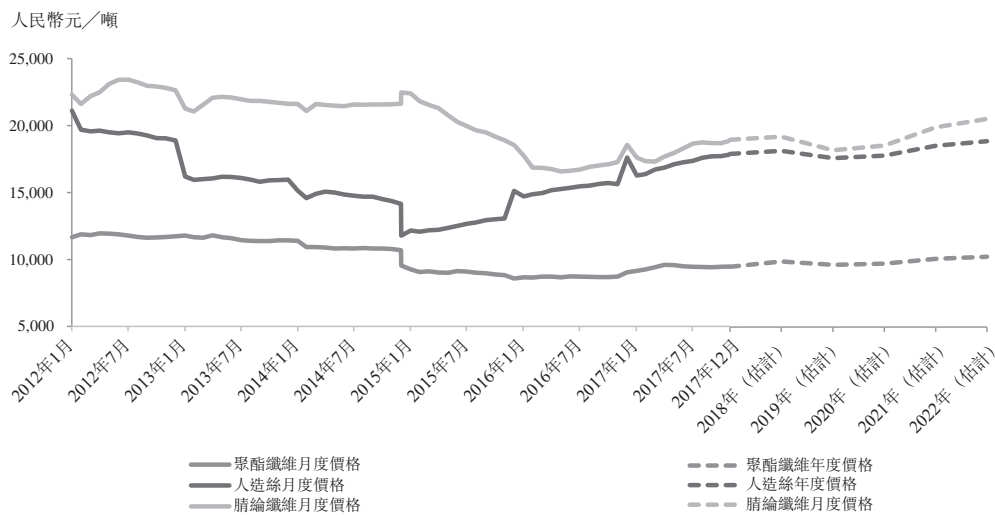
## 行業概覽

透過使用功能性人造纖維，可生產出具附加值功能性面料。因具附加值功能性面料具備抗菌、護膚等功能，目前備受內衣行業青睞。於2017年，預計功能性面料製成的紡織品佔日本紡織品總量的逾45%，美國及歐洲的佔比則分別為35%及28%。相較而言，2017年中國紡織品中採用的功能性面料佔比約為10%。各行各業廣泛使用功能性面料，正驅動愈來愈多的面料生廠商設計、開發及生產此類面料。

### 原材料價格分析

人造纖維（如聚酯纖維、人造絲、腈綸纖維等）為面料編織的原材料。人造纖維常用於製造功能性針織面料，因可與其他材料混合，以實現特殊功能。於往績記錄期間，本集團採用的主要原材料為腈綸纖維。於2015年，由於供應緊張，而需求相對穩定，人造絲供不應求，因此價格暴漲。此外，由於進口人造纖維質量和用途等附加價值更高，其價格略高於國產人造纖維約10-20%。

2012年－2022年（估計）中國進口人造纖維價格



註：聚酯纖維、人造絲及腈綸纖維為主要人造纖維產品。

資料來源：中國海關總署、灼識諮詢

## 行業概覽

除腈綸纖維的供求將影響腈綸纖維的進口價格外，人造纖維價格亦與原油價格相關，其中石油為人造纖維的主要原材料之一。原油價格於2014年驟降約41.8%，亦導致進口腈綸纖維的價格於2015年出現大幅下跌，反應出原油價格對進口腈綸纖維價格的滯後效應。於2015年至2017年間，原油價格錄得輕微波動並自2016年起逐漸恢復。進口腈綸纖維價格亦自2016年下半年起伴隨相似的整體恢復趨勢。預期原油價格於未來五年將呈整體上升趨勢，伴隨少許波動，預計2018年至2022年的複合年增長率為11.1%。由於腈綸纖維乃從原油中提煉，預期腈綸纖維的未來價格將與原油價格相似，呈整體上升趨勢，但波動範圍更小。預期2018年至2022年進口腈綸纖維的年度價格將按複合年增長率1.7%增長。

2012年至2022年（估計）的全球原油價格



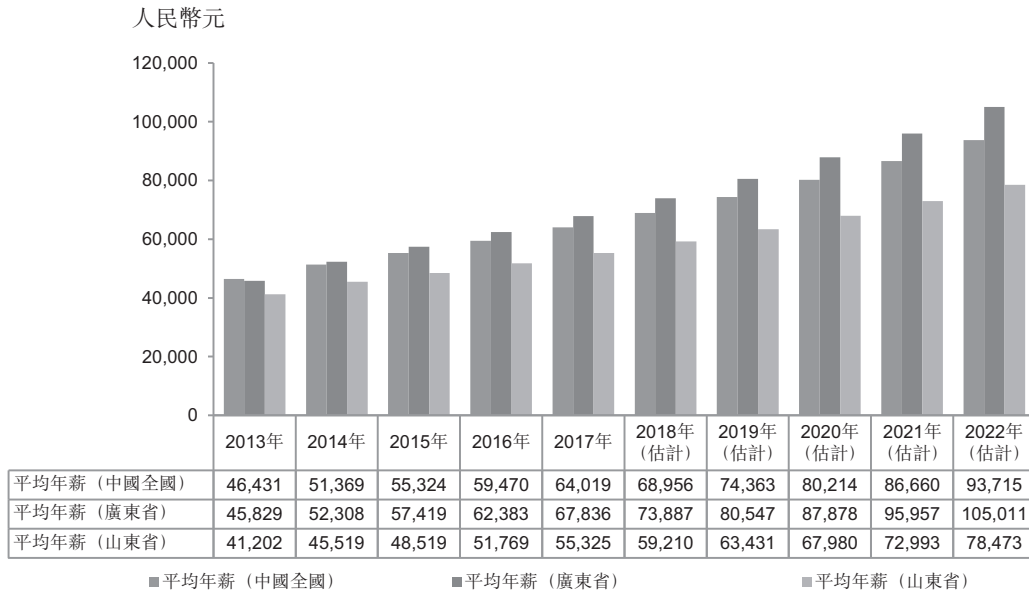
資料來源：美國能源信息管理局

### 勞動力成本價格分析

勞動力成為針織面料市場的另一大成本。中國全國、廣東省與山東省（就製造業而言）城鎮居民人均年薪分別由2013年約人民幣46,000元、人民幣46,000元與人民幣41,000元增長至2017年約人民幣64,000元、人民幣68,000元與人民幣55,000元，預期將分別進一步增長至2022年約人民幣94,000元、人民幣105,000元及人民幣78,000元。雖然勞動力成本上漲對功能性針織面料行業的盈利能力有所影響，惟原材料價格過往下滑及產品價格上漲在一定程度上有助於緩解影響。

## 行業概覽

### 2013年－2022年（估計）中國全國、廣東省與山東省城鎮居民（製造業）平均年薪



資料來源：中國國家統計局、灼識諮詢

### 中國的功能性針織面料市場驅動因素

**生活水平與購買力提高：**中國終端消費者可支配收入大幅增加，因此對生活品質的要求更高。同時，高品質消費品的目標消費群體正不斷擴大，大眾富裕人口由2013年的12.0百萬人上升至2017年的17.9百萬人，複合年增長率為10.5%。

**對功能性針織面料產品的需求不斷增長：**國內市場與外國對功能性針織面料產品的需求正快速增長。隨著消費者在服裝方面的平均支出持續增長，中國服裝零售額從2013年的人民幣1,358.7百萬元增加至2017年的人民幣2,272.7百萬元，以複合年增長率13.7%的速度增長。此外，隨著紡織品的外觀、款式、功能與質量改善，預計全球市場對中國功能性針織面料產品的需求亦將有所提高。

---

## 行業概覽

---

**政策利好產業升級：**中國政府實施中國紡織工業發展「十三五」規劃等相關政策，以提高紡織業的競爭力，減少產能過剩，促進經濟增長。供給側改革旨在透過降低無效低端供應來推動經濟結構調整，並透過擴大中高端供應來提高生產力。因此，更優質的功能性針織面料的生產量預期將增加，且具增值功能的產品的生產量預期將持續增長。得益於先進科技，預計面料業者將更為高效及有利可圖。

### 中國的功能性針織面料市場的未來趨勢

**功能性針織面料市場依然集中於中國：**儘管服裝製造遷移至東南亞國家，大部分功能性針織面料的生產依然集中於中國。有關現象乃由於功能性針織面料生產需要較高技術且該等技術迄今尚未於其他東南亞國家得以充分發展，而成衣製造則屬相對勞動密集型，對專門技能與技術的要求較低，且有可能被遷至勞工供應成本更為低廉的區域。此外，中國對功能性針織面料消費能力的快速提升亦會確保中國製造業務的穩定。

**向優質原材料轉移：**中國功能性針織面料製造商正轉向使用優質原材料，為其產品增值，以滿足消費者對個性化、時尚和功能性的紡織品日益增長的需求。針織面料市場，尤其是其功能性領域，正傾向使用優質原材料。

**研發投資：**業內領先的功能性針織面料公司持續投資研發領域，務求為買家提供最新的技術或度身訂做解決方案。為迎合不同品牌，部分製造商推出配備靈活傳感器及微芯片的高科技服裝，以測量身體狀況，而其他製造商亦著力開發具備新特性的針織面料，為其產品增值。

**設計的重要性日益彰顯：**紡織服裝業是一個顧客至上的行業。為迎合不同顧客的需求，面料公司更專注於面料設計。以設計師或造型師的角度設想、理解與捕捉當前及未來的顏色和圖案流行趨勢的面料企業數量增加。該等設計師能夠最大程度地利用自己的能力生產新穎、與別不同且符合時宜的面料。

---

## 行業概覽

---

### 中國的功能性針織面料市場進入壁壘

**培養供應商關係：**纖維供應商與面料供應商之間的穩定關係可確保原材料的穩定供應，且可更好控制產品質量。個別大型面料供應商與穩定供應面料的廠商甚至已建立獨家業務關係，以保證質量控制，因此市場新入者較難與該等供應商達成合作的機會。

**培養客戶關係：**內衣及服裝品牌擁有人等大多數下游客戶的合作供應商數量有限。內衣品牌擁有人可透過限制供應商的數量監控針織面料供應商的表現，對產品質量進行更為嚴格的管理。常用表現指標包括產品質量、服務、業務關係、設計能力等。服裝製造客戶向不具備任何憑證的新入者採購面料的可能性很低。客戶關係的培養仍然是市場新入者需要面對的主要障礙。

**行業知識：**功能性針織面料的生產過程相當複雜，要求大量技術知識。現有市場參與者已積累功能性針織面料生產方面的經驗及知識。而缺乏針織面料生產知識及經驗的新入者則難以進入此市場。

**監管要求：**外界一直認為紡織業對環境影響巨大，染色等工序將產生大量廢物。近年來，中國修訂的環境保護法要求紡織企業投入足夠資本購置廢物管理設施，確保符合最高標準。新入者（通常屬於小型企業）很難符合上述規定。

**設計開發能力：**消費者需求正逐漸向功能、紋理與設計不同的服裝產品轉移。具有設計及開發能力的業內領先企業能夠向消費者提供多種高質量面料產品，並最終滿足服裝製造客戶提出的新需求。為與該等面料製造商競爭，面料設計與開發能力是所有潛在新入者成功進入市場的先決條件。

## 行業概覽

### 中國的功能性針織面料市場競爭分析

中國的功能性針織面料市場高度分散，大部分市場參與者主要分佈於廣東省、浙江省及江蘇省，原因為彼等藉以自區域產業集群中獲益且方便進入彼等的目標市場。於2017年，中國有超過20,000家功能性針織面料供應商且其中大部分的規模較小。

功能性針織面料的下游產業主要為內衣產業、運動服產業及童裝產業。每個下游產業可能對彼等的產品有不同的技術要求，且可能採用不同的原材料。因此，個體功能性針織面料製造商通常側重於一至兩個下游產業，導致相對較低的市場集中度。儘管每個下游產業所需的產品可能不一樣，但功能性針織面料供應商可相當便捷地開拓及開發能滿足各種下游產業需求的產品。因此，大部分功能性針織面料供應商為一個以上產業生產面料。

於2017年，中國功能性針織面料的國內銷售額達人民幣27,635.2百萬元。前五大功能性針織面料供應商僅佔2017年中國國內總銷售額的約14.2%，而本公司所佔份額為約0.3%。

#### 就2017年中國國內銷售額而言五大功能性針織面料供應商

排名	公司	中國功能性 針織面料 國內銷售額 (人民幣百萬元)	市場份額
1	公司A	1,050.0	3.8%
2	公司B	850.0	3.1%
3	公司C	810.0	2.9%
4	公司D	650.0	2.4%
5	公司E	575.0	2.1%
小計		3,935.0	14.3%
	本公司	96.0	0.3%
	其他供應商	23,604.2	85.4%
總計		27,635.2	100.0%

## 行業概覽

對於兩個主要下游產業（內衣產業及運動服產業）的產品市場份額而言，競爭格局相對分散。於2017年，中國內衣產業的前三大功能性針織面料供應商所佔的市場份額僅為約5.5%左右，而運動服產業的前三大供應商所佔的總市場份額約為12.3%。童裝及孕婦裝產業的產品競爭格局更為分散，且因來自該等兩個產業的功能性針織面料的需求相對較低，概無擁有超過1.0%的市場份額的領先供應商。

於2017年，內衣功能性針織面料的國內銷量達約109,200噸。前五大內衣功能性針織面料供應商約佔7.8%的市場份額，而本公司於2017年銷量約為839噸，約佔0.8%的市場份額。

### 就2017年中國國內銷量而言的前五大內衣功能性針織面料供應商

排名	公司	中國內衣 功能性針織面料 國內銷量 (噸)	市場份額
1	公司F	2,400	2.2%
2	公司G	1,900	1.7%
3	公司H	1,750	1.6%
4	公司I	1,300	1.2%
5	公司D	1,250	1.1%
小計		8,600	7.8%
	本公司	839	0.8%
	其他供應商	99,761	91.4%
總計		109,200	100.0%

---

## 行業概覽

---

本集團為功能性針織面料行業的一家供應商，專注於針織面料設計及開發、生產管理及質量控制，以及供應鏈管理。其主要競爭優勢體現在：(i)本集團與主要且信譽良好的內衣及服裝品牌擁有人以及採購代理建立關係；(ii)本集團擁有強勁的產品創新能力，且戰略性地專注於功能性針織面料；(iii)本集團採用精簡的業務模式，從而令其得以有效管理成本；(iv)本集團採納嚴格的質量保證及控制措施，以確保我們的產品質量；及(v)本集團擁有一支經驗豐富、盡職盡責、行業經驗廣泛的管理團隊。