

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

本節載有來自政府官方刊物及業界的若干資料，以及由本集團委託獨立第三方弗若斯特沙立文編製的報告。摘錄自弗若斯特沙立文報告的資料反映了根據抽樣估計的市況，而有關資料主要作為市場調查工具而編製。引述Frost & Sullivan不應視為Frost & Sullivan就任何證券價值或是否應對本集團投資所發表的意見。

本公司董事相信，政府官方刊物及摘錄自弗若斯特沙立文報告的資料來源乃該等資料的適當來源，而該等資料已合理審慎編製及轉載。本公司董事並無理由相信該等資料屬虛假或誤導，亦無理由相信有遺漏任何重大事實致使該等資料失實或誤導。本集團或本集團任何董事、聯屬人或顧問概無獨立核實該等資料。此外，來自政府官方刊物的資料未必與來自中國境內外其他來源的資料相符。本集團或本集團的聯屬人或顧問並無就該等資料是否準確、完整或公平發表聲明，故此閣下不應過份依賴該等資料。

引言

本集團為中國領先的拖鞋(包括自有品牌拖鞋)供應商，主要為OEM客戶生產拖鞋及以本集團寶人及寶峰牌設計及生產拖鞋。截至二零零九年十二月三十一日止三年度各年及截至二零一零年九月三十日止九個月，本集團拖鞋銷售收益分別佔總收益約96.7%、96.0%、95.0%及97.7%。本集團大部分產品售予中國客戶。根據弗若斯特沙立文報告，近年中國拖鞋市場穩定擴展，而中國經濟增長是推動中國拖鞋業發展的因素之一，尤其中國時尚拖鞋市場仍處於發展初期，故本集團相信城市化加快、城市家庭可支配收入增加及中國零售業快速發展將持續有利中國品牌時尚拖鞋業。本集團計劃以品牌產品業務把握中國拖鞋市場預期增長的商機。基於中國拖鞋市場的預期增長，本集團預計日後品牌拖鞋(特別是寶人牌拖鞋)的銷售收益會隨著本集團不斷擴充品牌產品業務而快速增長。本集團亦計劃繼續維持OEM業務增長，以鞏固本集團的市場地位。

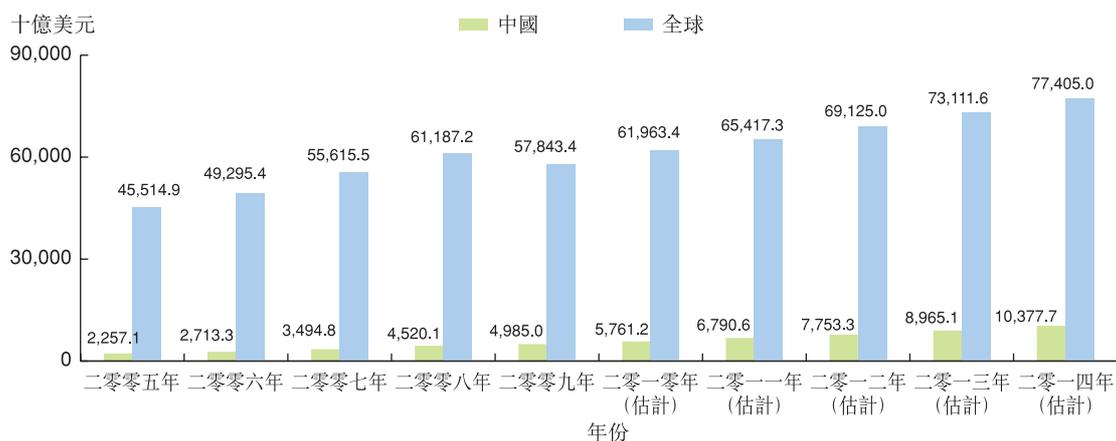
行業概覽

中國經濟快速增長、城市化及可支配收入不斷上升

中國經濟快速增長

自二十世紀八十年代早期中國政府開始經濟改革以來，中國經濟快速增長。根據中華人民共和國國家統計局（「中國國家統計局」）發出的二零零九年國家經濟及社會發展統計公告與中國二零零九年及二零一零年年鑑本地生產總值第一次修訂的二零零九年統計公告，中國名義本地生產總值自二零零五年約22,571億美元一直快速增長至二零零九年約49,850億美元，複合年增長率約為21.9%。二零零八年，受全球金融危機影響，中國經濟增長（以人民幣計）輕微放緩，較二零零七年上升18.1%，而二零零六年至二零零七年則上升22.9%。二零零九年，全球金融危機的影響依然持續，不過二零零七年至二零零八年中國名義本地生產總值（以美元計）仍上升29.3%，二零零八年至二零零九年亦上升了10.3%。然而，中國本地生產總值及名義本地生產總值增長須參考同期人民幣兌主要貨幣的匯率波動而衡量。根據國際貨幣基金組織（「國際貨幣基金組織」）¹發出的二零一零年十月的世界經濟展望數據，於二零一零年至二零一四年，中國名義本地生產總值的複合年增長率預計約為15.9%，於二零一四年的名義本地生產總值約達103,777億美元。於二零零五年至二零零九年，全球本地生產總值保持適度增長。於二零零五年至二零零九年，全球名義本地生產總值的複合年增長率約為6.2%，於二零一零年至二零一四年複合年增長率預計約為5.7%。下圖載列所示期間中國過往及預計名義本地生產總值與全球本地生產總值的比較。

中國與全球名義本地生產總值，二零零五年至二零一四年（估計）



資料來源：中國過往數據（二零零五年至二零零九年）：中國國家統計局；中國預測數據（二零一零年（估計）至二零一四年（估計））：國際貨幣基金組織
全球過往及預測數據：國際貨幣基金組織

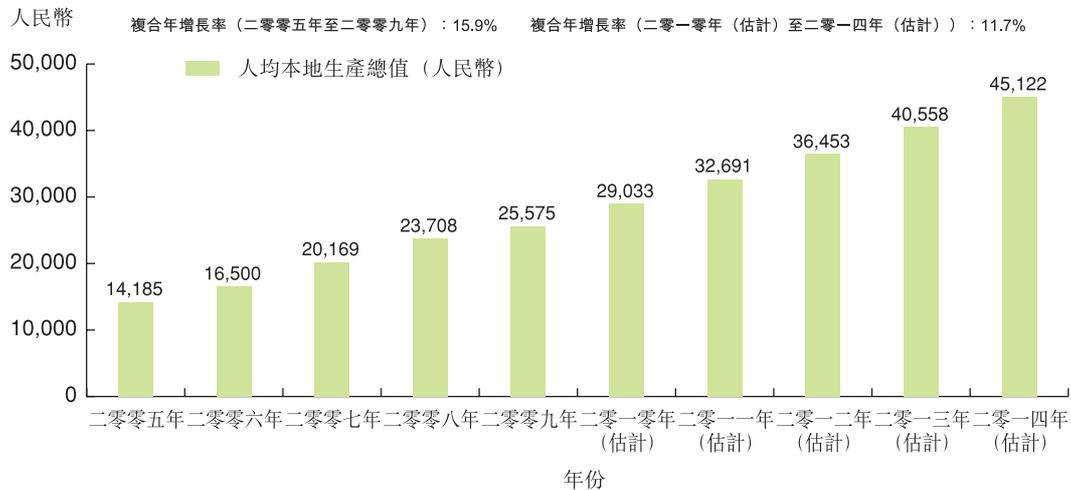
附註：

1. 根據中國國家統計局所公佈人民幣數值換算成美元的價值

行業概覽

下圖載列所示期間過往及預測中國人均名義本地生產總值。

中國人均名義本地生產總值，二零零五年至二零一四年（估計）

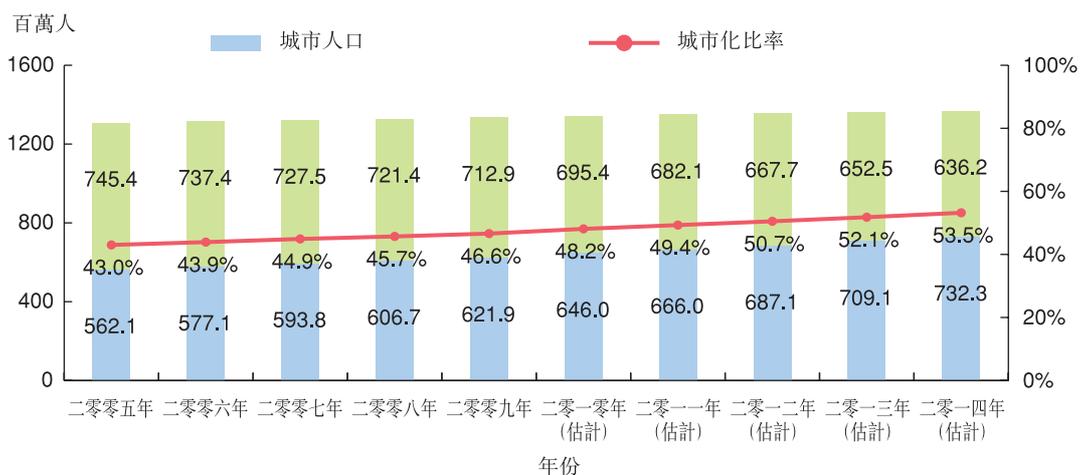


資料來源：過往數據（二零零五年至二零零九年）：中國國家統計局；預計數據（二零一零年（估計）至二零一四年（估計））：國際貨幣基金組織

加速城市化趨勢

由於中國經濟快速發展及農村人口湧入發達地區，中國的城市人口穩步上升。根據中國國家統計局的資料，中國城市人口總數自二零零五年約562,100,000增長約10.6%至二零零九年約621,900,000。於二零零九年，城市人口總數佔總人口約46.6%。根據弗若斯特沙立文報告，二零一零年至二零一四年，城市人口的複合年增長率預計約為3.2%，於二零一四年前約達732,300,000。下圖載列所示期間的過往及預計城市人口及城市化比率。

中國城市人口及城市化速度，二零零五年至二零一四年（估計）



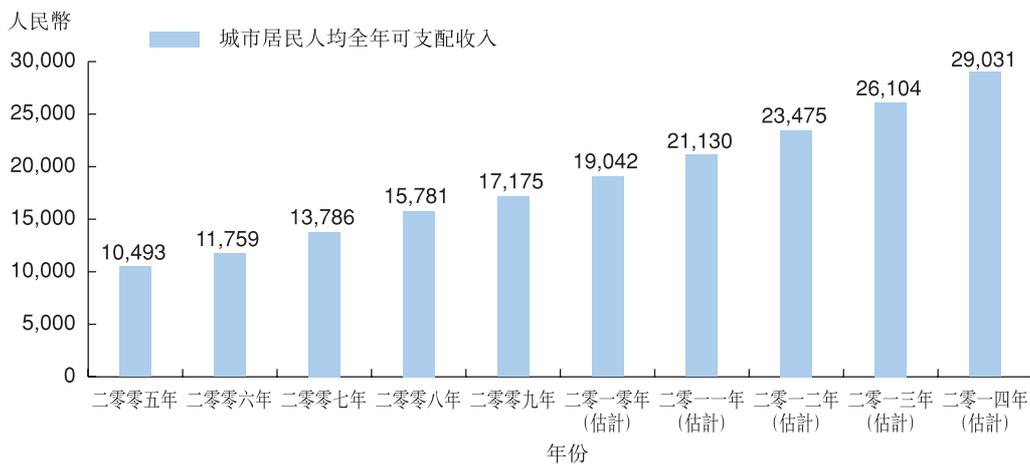
資料來源：過往數據（二零零五年至二零零九年）：中國國家統計局；預計數據（二零一零年（估計）至二零一四年（估計））：弗若斯特沙立文報告

行業概覽

城市居民人均全年可支配收入增長

隨著中國城市物流、通訊及公共服務的發展，城市出現更多投資機會，推進城市工商業發展。根據中國國家統計局的資料，中國城市居民人均全年可支配收入自二零零五年約人民幣10,493元增長至二零零九年約人民幣17,175元，複合年增長率約13.1%。雖然金融危機導致二零零八年及二零零九年中國城市居民的人均全年可支配收入增長百分比持續下降，但是二零零八年及二零零九年中國人均全年可支配收入仍分別維持增長約14.5%及8.8%。根據弗若斯特沙立文報告，二零一零年至二零一四年，中國城市居民人均全年可支配收入的複合年增長率預計約為11.1%，於二零一四年達人民幣29,031元。下圖載列所示期間中國城市居民人均全年可支配收入。

中國城鎮居民人均全年可支配收入，二零零五年至二零一四年（估計）



資料來源：過往數據（二零零五年至二零零九年）：中國國家統計局；預計數據（二零一零年（估計）至二零一四年（估計））：弗若斯特沙立文報告

零售業銷售快速增長及消費模式不斷轉變

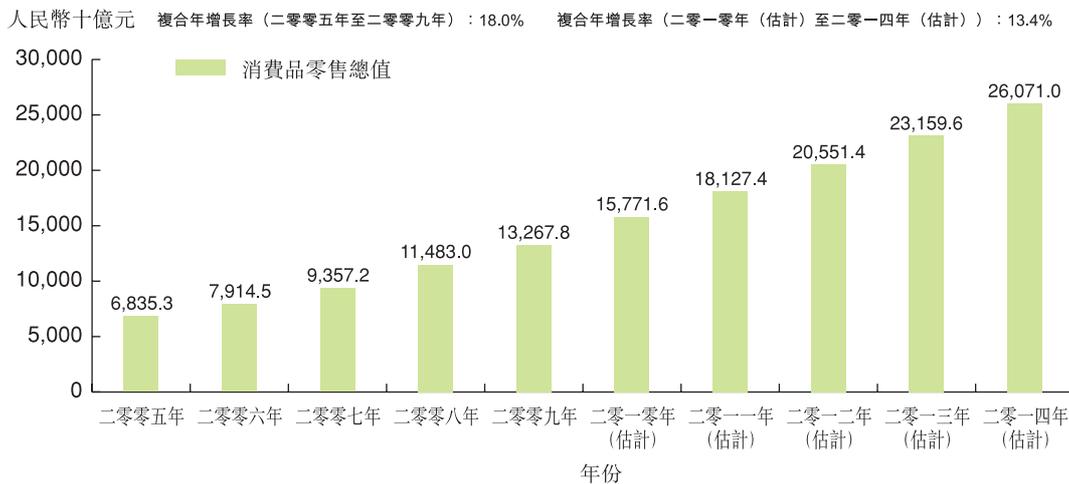
二零零五年至二零零九年期間，中國經濟快速發展、城市化加快及城市居民人均全年可支配收入不斷上升，促使中國消費品零售行業快速增長。根據中國國家統計局的資料，中國消費品零售總價值自二零零五年約人民幣68,353億元增至二零零九年約人民幣132,678億元，複合年增長率約18.0%。根據弗若斯特沙立文報告，二零一零年至二零一四年，中國

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

消費品零售總價值的複合年增長率預計約為13.4%，於二零一四年達人民幣260,710億元。不斷發展的零售市場或會導致預測期間中國拖鞋銷售收益增長。下圖載列所示期間中國消費品過往及預計零售總價值。

中國消費品零售總值，二零零五年至二零一四年(估計)



資料來源：過往數據(二零零五年至二零零九年)：中國國家統計局；預計數據(二零一零年(估計)至二零一四年(估計))：弗若斯特沙立文報告

中國零售市場持續增長的主要動力

隨著近年城市居民人均全年可支配收入增長，中國消費者日益富裕，且更趨向基於品質、潮流、品牌形象、產品設計及風格而非價格作出購買決策。此外，預期中國二十世紀新生代(即八十年代至九十年代出生)會成為龐大消費群體。中國八十後及九十後在消費主義及創業精神發展的環境中成長，教育程度較高且賺錢能力較強，在西方文化及思潮的影響下，慢慢形成了有別傳統的借貸消費觀念。上述中國消費模式的改變可能導致消費產品的需求增加。

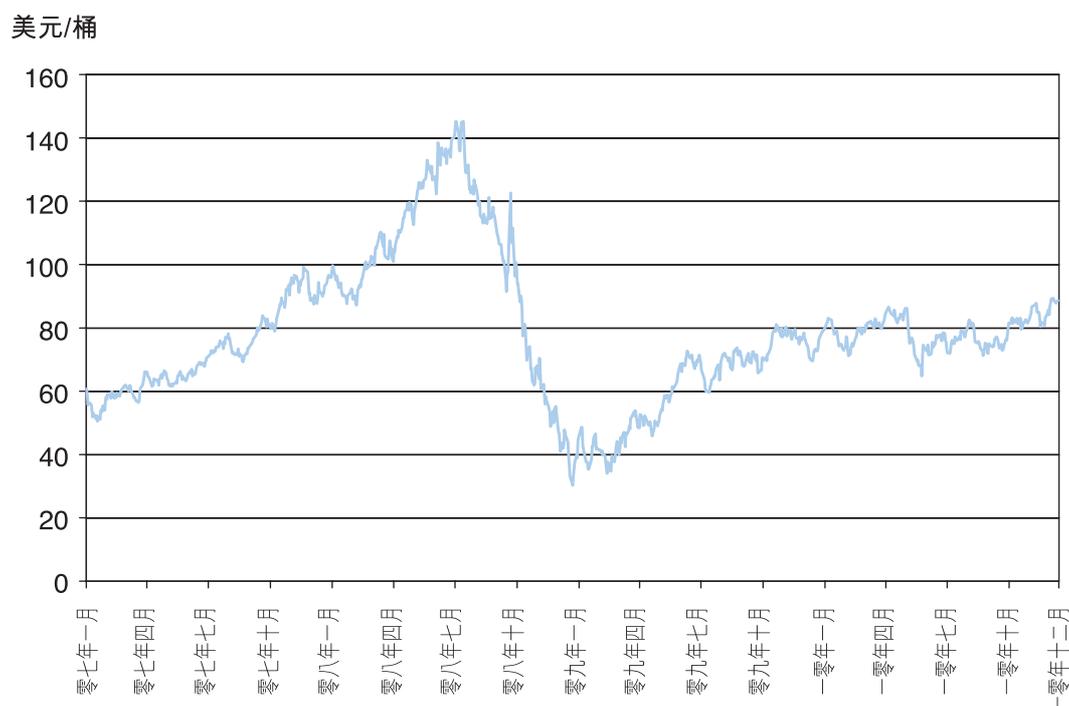
本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

原油及塑料價格

生產拖鞋所用主要原材料為塑料，其價格很大程度上取決於原油價格。

下圖載列二零零七年一月至二零一零年十二月期間，世界原油的價格。



資料來源：美國能源信息管理局

二零零七年至二零零八年六月，原油價格上漲。受金融危機影響，原油價格於二零零八年中至二零零九年初一直下跌，二零零九年初驟降至每桶約40.0美元甚至更低。因此，石油輸出國組織採取其他措施，透過控制原油生產穩定油價，其後原油價格的升勢持續至二零零九年中。二零零九年中至二零一零年底，原油價格在約每桶60美元及每桶90美元之間徘徊。根據國際能源機構的資料，原油價格可能由二零一零年每桶約70美元上升至二零一五年每桶約95美元。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

下圖載列二零零七年一月至二零一零年十二月期間中塑指數（「中塑指數」）過往的走勢。



資料來源：中塑資訊網(www.l-zzz.com)

附註：根據上述資料來源，中塑指數為參考國內外五大類塑料（即聚乙烯、聚丙烯、聚氯乙烯、聚苯乙烯及丙烯腈-丁二烯-苯乙烯共聚物）最常用形態的抽樣價格所釐定的價格指數，為中國市場塑料價格及趨勢的指標。

比較上文所載的兩個圖表，可見中塑指數與同期的原油價格走勢一致。二零零八年第一季度末至二零零八年中，中塑指數持續上升，二零零八年中至二零零八年底則大幅下跌，其後於二零零八年底至二零零九年中一直上升，二零零九年中至二零一零年底則保持相對穩定。

由於本集團生產使用的主要原材料為塑料（包括與塑料有關的材料），故本集團原材料的成本或會隨（其中包括）原油價格趨勢及原油市況波動，而原油市況可能大幅且週期性波動。其他詳情請參閱本文件「風險因素－本集團業務受若干原材料（包括塑料）價格波動影響」分節。

行業概覽

中國拖鞋市場

概覽

於二零零九年，中國生產約21億雙拖鞋，其中約60.0%出口。中國拖鞋市場亦高度分散，於二零零九年，十大拖鞋供應商佔中國拖鞋總產量約7.9%。二零零九年，時尚拖鞋及傳統拖鞋分別佔中國拖鞋總產量約20.0%及80.0%。

弗若斯特沙立文報告將拖鞋定義為一般搭扣帶或條帶覆蓋部分鞋身而接於鞋底的鞋履，常採用橡膠、塑膠、EVA或同時採用上述材料製成。根據弗若斯特沙立文報告，拖鞋一般可分為以下兩大類：

拖鞋類型	定義
時尚拖鞋	以時尚設計及多種色彩作為特點，一般在戶外或公共場合穿著的拖鞋，售價通常比傳統拖鞋高。時尚拖鞋的鞋底一般使用EVA、橡膠或同時使用兩種材料製造。
傳統拖鞋	一般在室內或家中穿著的拖鞋。傳統拖鞋的鞋底一般使用橡膠、塑料或同時使用兩種材料製造部分傳統拖鞋或使用EVA製造。

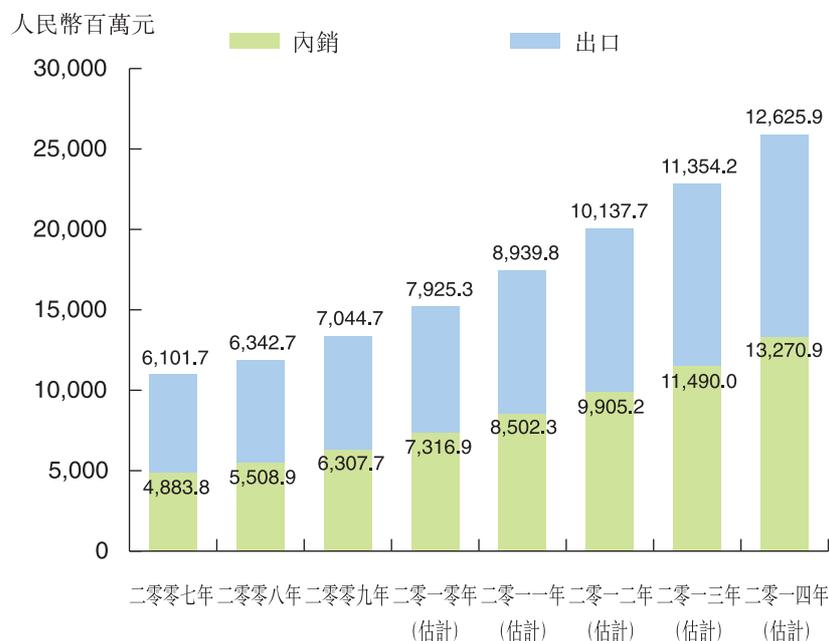
中國拖鞋供應商使用直接及間接渠道銷售產品。直接渠道包括透過供應商的地區分支或旗艦店銷售產品，而間接銷售渠道主要透過經銷商或代理人銷售產品。公司總收益包括內銷及出口銷售收益，以供弗若斯特沙立文報告及本文件作排名用途。

根據弗若斯特沙立文報告，中國拖鞋銷售總收益已自二零零七年約人民幣10,985,500,000元穩步增長至二零零九年約人民幣13,352,400,000元，複合年增長率約10.2%。鑑於近年拖鞋內銷收益快速增長，二零一四年拖鞋內銷所得收益預計會佔中國拖鞋銷售總收益約51.2%。下圖載列所示期間，按出口及內銷收益劃分的中國拖鞋過往及預計中國拖鞋銷售收益。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

中國拖鞋銷售總收益，二零零七年至二零一四年(估計)
按出口及內銷劃分



資料來源：弗若斯特沙立文報告

主要行業增長動力

中國拖鞋市場未來五年發展的一個主要因素為中國消費者人均全年可支配收入快速增長，中國消費者的購買力提高，推動未來五年中國拖鞋市場的發展。

行業增長的另一個主要動力為地區拖鞋供應商積累的生產及市場推廣經驗。此外，地方拖鞋供應商開始建立自有品牌。地區品牌的發展預計會擴大中國拖鞋市場的規模，亦會加劇未來數年中國拖鞋市場的競爭。

主要市場限制

中國拖鞋行業為勞動密集型產業，近年來，在沿海地區的拖鞋生產成本隨著中國經濟發展而大幅增加。中國拖鞋供應商現時面臨來自中國境外低勞工成本國家的其他拖鞋供應商日漸激烈的挑戰，導致有機會縮減利潤。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

市場分野

收益

二零零九年，中國拖鞋市場的拖鞋銷售總收益約為人民幣13,352,400,000元。本公司收益佔中國拖鞋市場拖鞋銷售總收益約4.2%，而本公司最大競爭對手僅佔約1.8%。二零零九年，十大拖鞋供應商的拖鞋銷售總收益約人民幣1,782,700,000元，佔中國拖鞋市場拖鞋銷售總收益約13.4%。十大供應商中，本公司於二零零九年取得最高收益，約為人民幣558,900,000元，佔中國十大拖鞋供應商拖鞋銷售總收益31.4%。

下表說明二零零九年十大拖鞋供應商按中國拖鞋銷售收益計算的市場份額。

二零零九年十大供應商按中國拖鞋銷售收益計算的市場份額

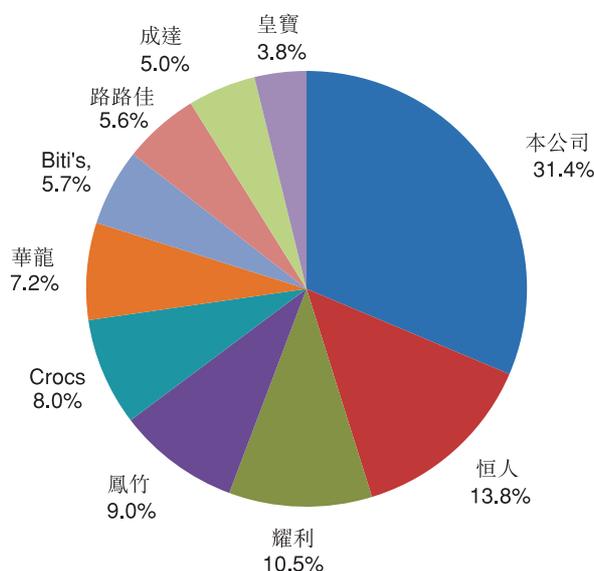
排名	公司	二零零九年 的收益 (人民幣百萬元)	市場份額 (%)
1	本公司	558.9	4.2
2	晉江市恒人鞋業有限公司(「恒人」)	246.0	1.8
3	耀利(中國)鞋業有限公司(「耀利」)	187.5	1.4
4	鳳竹鞋業發展有限公司(「鳳竹」)	160.0	1.2
5	Crocs, Inc. (「Crocs」)	141.9	1.1
6	晉江華龍鞋業有限公司(「華龍」)	128.0	1.0
7	Binh Tien Imex Corp., Pte., Ltd. (Biti's Footwear) (「Biti's」)	102.5	0.8
8	石家莊路路佳鞋業有限公司(「路路佳」)	100.0	0.7
9	福建泉州成達鞋業有限公司(「成達」)	90.0	0.7
10	皇寶鞋業有限公司(「皇寶」)	68.0	0.5
	十大拖鞋供應商小計	1,782.7	13.4
	其他	11,569.7	86.6
	總計	13,352.4	100.0

資料來源：弗若斯特沙立文報告

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

下圖載列二零零九年中國十大拖鞋供應商各自的拖鞋銷售收益分析(按收益佔中國十大拖鞋供應商拖鞋銷售總收益的百分比計算)。



資料來源：弗若斯特沙立文報告

截至二零一零年六月三十日止六個月，本公司錄得最高收益約人民幣448,000,000元，佔中國十大供應商總銷售收益約38.0%。下表載列截至二零一零年六月三十日止六個月十大拖鞋供應商按中國拖鞋銷售收益計算的市場份額。

截至二零一零年六月三十日止六個月十大供應商
按中國拖鞋銷售收益計算的市場份額

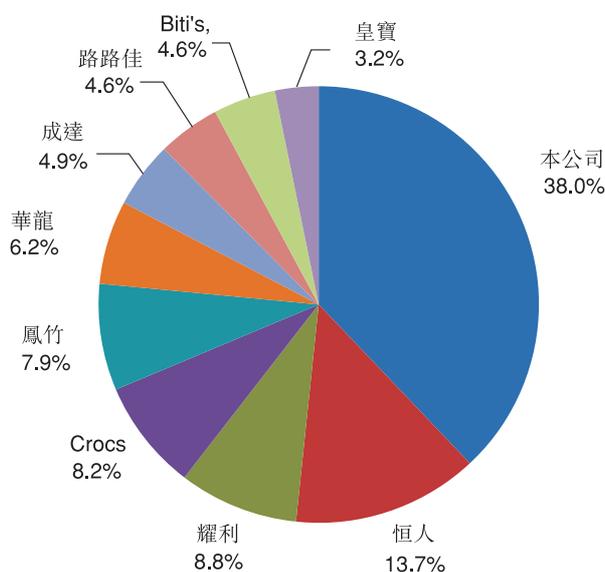
排名	公司	截至二零一零年 六月三十日止 六個月的收益 (人民幣百萬元)	市場份額 (%)
1	本公司	448.0	6.1
2	恒人	161.1	2.2
3	耀利	103.1	1.4
4	Crocs	96.5	1.3
5	鳳竹	93.0	1.3
6	華龍	73.6	1.0
7	成達	57.5	0.8
8	路路佳	54.5	0.7
9	Biti's	53.8	0.7
10	皇寶	37.4	0.5
十大拖鞋供應商小計		1,178.5	16.1
其他		6,137.8	83.9
總計		7,316.3	100.0

資料來源：弗若斯特沙立文報告

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

下圖載列截至二零一零年六月三十日止六個月中國十大拖鞋供應商各自的拖鞋銷售收益分析(按收益佔中國十大拖鞋供應商拖鞋銷售總收益的百分比計算)。



資料來源：弗若斯特沙立文報告

二零零九年，按中國自有品牌拖鞋的內銷收益計算，本公司排名第五位。下表載列二零零九年十大拖鞋供應商按中國拖鞋市場的自有品牌拖鞋內銷收益計算的市場份額。

二零零九年十大供應商按中國自有品牌拖鞋內銷收益計算的市場份額

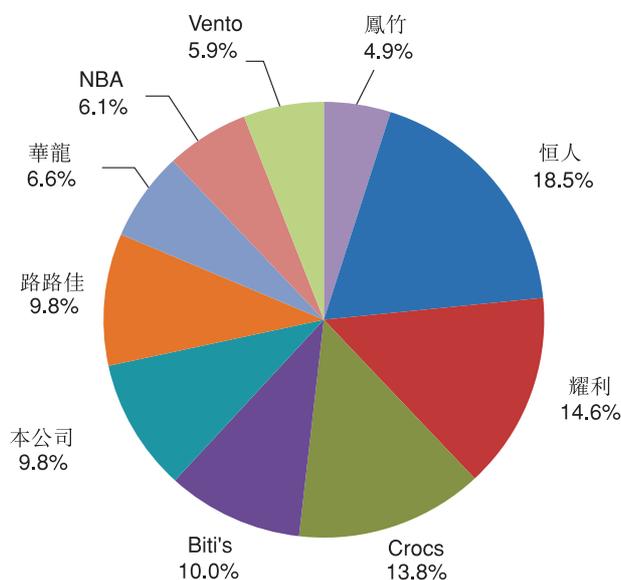
排名	公司	二零零九年的收益 (人民幣百萬元)	市場份額 (%)
1	恒人	190.0	3.0
2	耀利	150.0	2.4
3	Crocs	141.9	2.1
4	Biti's	102.5	1.6
5	本公司	100.0	1.6
6	路路佳	100.0	1.6
7	華龍	68.0	1.1
8	2010 NBA Media Ventures, LLC. (「NBA」)	62.0	1.0
9	Nhat Viet Company., Ltd. (Vento Footwear) (「Vento」)	60.0	1.0
10	鳳竹	50.0	0.8
	十大拖鞋供應商小計	1,024.4	16.2
	其他	5,283.3	83.8
	總計	6,307.7	100.0

資料來源：弗若斯特沙立文報告

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

下圖載列二零零九年中國十大拖鞋供應商自有品牌拖鞋內銷收益各自佔中國十大自有品牌拖鞋銷售收益總額百分比的分析。



資料來源：弗若斯特沙立文報告

截至二零一零年六月三十日止六個月，按中國自有品牌拖鞋的內銷收益計算，本公司排名第一。下表載列截至二零一零年六月三十日止六個月十大拖鞋供應商按中國自有品牌拖鞋內銷收益計算的市場份額。

截至二零一零年六月三十日止六個月十大供應商
按中國自有品牌拖鞋內銷收益計算的市場份額

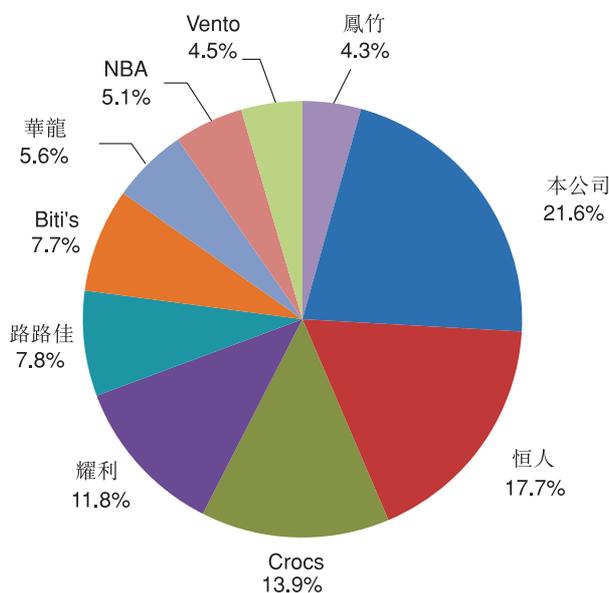
排名	公司	截至二零一零年 六月三十日止 六個月的收益 (人民幣百萬元)	市場份額 (%)
1	本公司	150.3	4.3
2	恒人	123.5	3.5
3	Crocs	96.5	2.7
4	耀利	82.5	2.4
5	路路佳	54.5	1.6
6	Biti's	53.8	1.5
7	華龍	39.1	1.1
8	NBA	35.7	1.0
9	Vento	31.5	0.9
10	鳳竹	30.0	0.9
十大拖鞋供應商小計		697.4	19.9
其他		2,814.7	80.1
總計		3,512.1	100.0

資料來源：弗若斯特沙立文報告

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

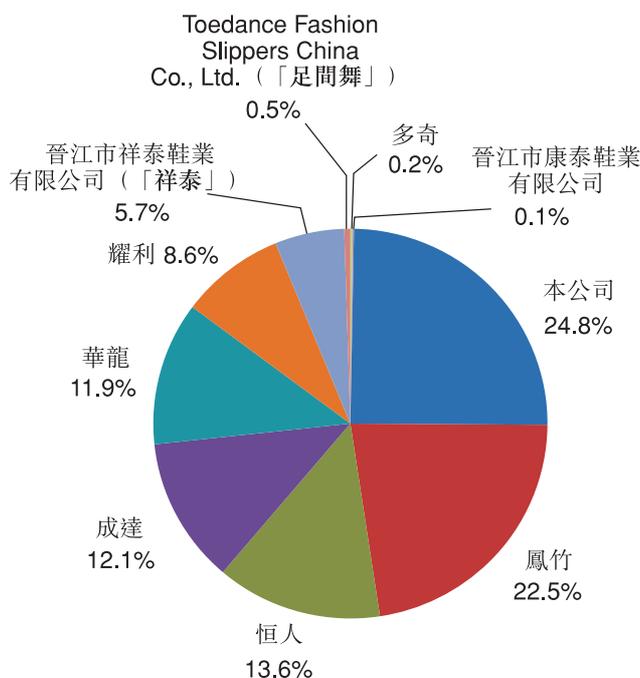
行業概覽

下圖載列截至二零一零年六月三十日止六個月中國十大拖鞋供應商自有品牌拖鞋內銷收益佔中國十大拖鞋供應商自有品牌拖鞋銷售收益總額百分比的分析。



資料來源：弗若斯特沙立文報告

二零零九年，本集團出口約14,300,000雙拖鞋。二零零九年，按拖鞋出口銷量計算，本公司在中國十大拖鞋供應商中排名第一。下圖說明二零零九年中國十大拖鞋供應商拖鞋出口銷量佔中國十大拖鞋供應商拖鞋總出口銷量的百分比分析。

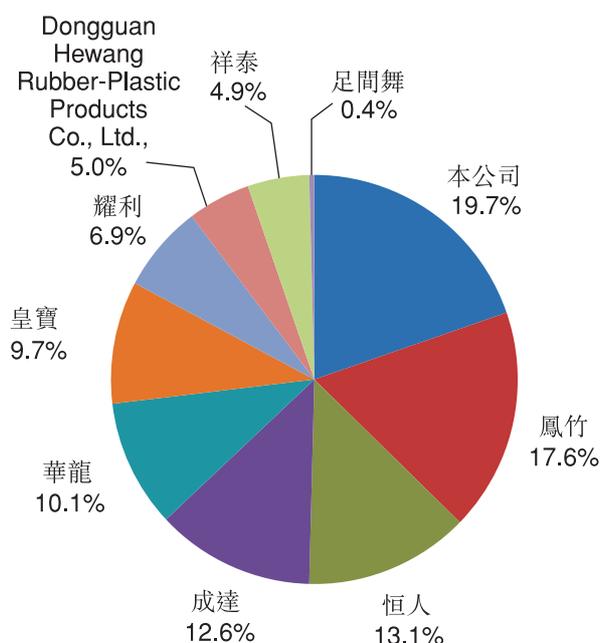


資料來源：弗若斯特沙立文報告

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團出口銷量約為7,800,000雙拖鞋。截至二零一零年六月三十日止六個月，按拖鞋出口銷量計算，本公司在中國十大拖鞋供應商中排名第一。下圖說明截至二零一零年六月三十日止六個月中國十大拖鞋供應商拖鞋出口銷量佔中國十大拖鞋供應商拖鞋總出口銷量的百分比分析。



資料來源：弗若斯特沙立文報告

中國時尚拖鞋

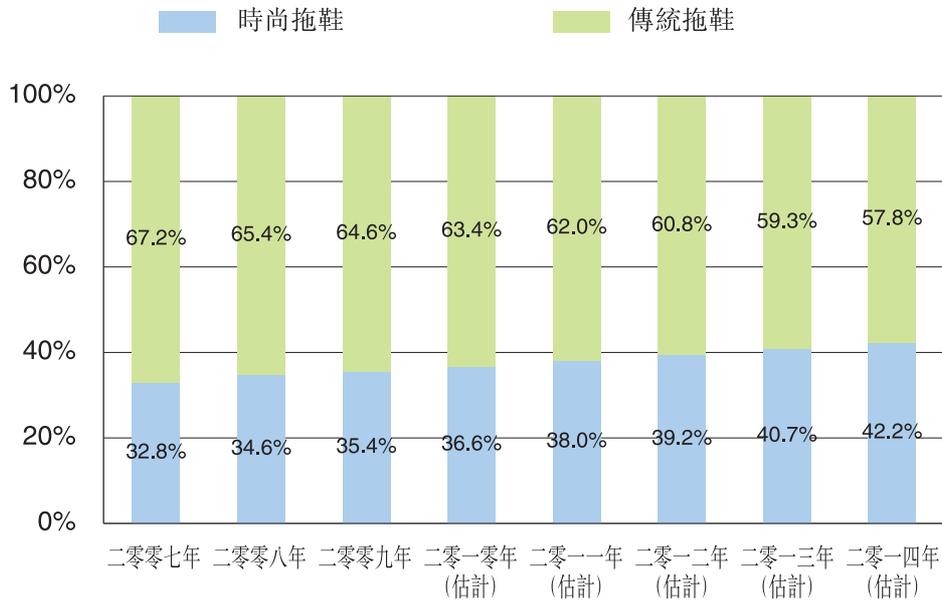
概覽

根據弗若斯特沙立文報告，中國城市居民的人均全年可支配收入增長及越來越注重流行趨勢、產品設計及風格，導致時尚拖鞋內銷收益穩步增長。由於時尚拖鞋定價通常高於傳統拖鞋，故時尚拖鞋銷售收益所佔拖鞋銷售收益總額的比例一般高於時尚拖鞋銷量所佔拖鞋總銷量的比例。二零零九年，雖然時尚拖鞋的銷量僅佔中國拖鞋總銷量約20.0%，但其銷售收益佔中國拖鞋銷售收益總額的百分比達約35.4%。二零零九年至二零一四年，中國時尚拖鞋銷售收益預計增長約6.8%，約佔二零一四年中國拖鞋銷售收益總額42.2%。根據弗若斯特沙立文報告，下圖載列各所示期間中國拖鞋過往及預測銷售收益以及按時尚與傳統拖鞋劃分的銷售收益分析。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

中國拖鞋銷售總收益，二零零七年至二零一四年(估計)
按時尚與傳統拖鞋劃分



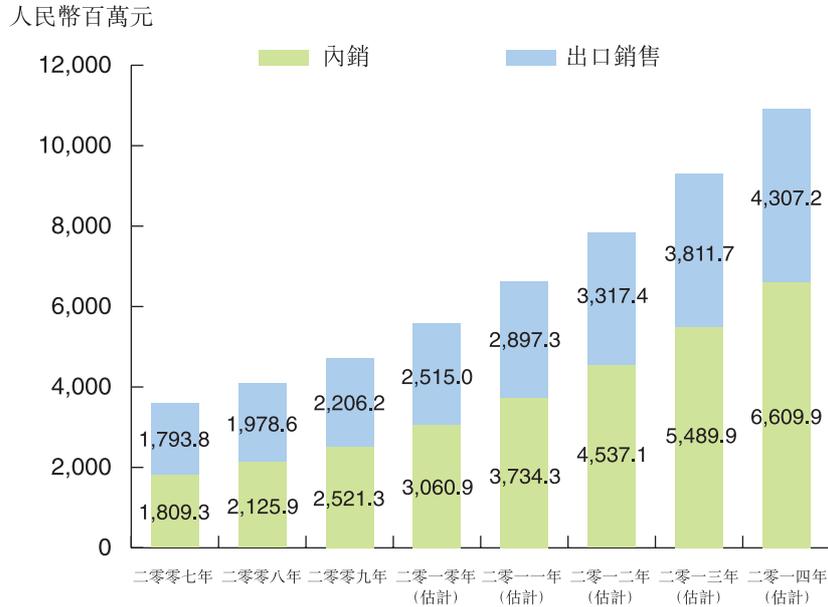
資料來源：弗若斯特沙立文報告

根據弗若斯特沙立文報告，中國時尚拖鞋的銷售收益由二零零七年約人民幣3,603,100,000元以複合年增長率約14.5%增至二零零九年約人民幣4,727,500,000元。二零零七年至二零零九年期間，隨著中國消費者購買力不斷提高，時尚拖鞋內銷收益的複合年增長率約為18.0%，而時尚拖鞋出口收益的複合年增長率僅約為10.9%。二零零九年至二零一四年期間，中國時尚拖鞋銷售收益預期將保持以約18.2%的高複合年增長率增長，其中同期的時尚拖鞋內銷收益與出口銷售收益的複合年增長率預期分別約為21.3%與14.3%。時尚拖鞋內銷佔中國時尚拖鞋銷售總收益的百分比預計將由二零零九年約53.3%上升至二零一四年約60.5%。下表載列各所示期間中國拖鞋的過往與預測銷售收益以及按出口與內銷收益劃分的分析。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

中國拖鞋銷售總收益，二零零七年至二零一四年(估計)
按時尚拖鞋的出口與內銷劃分



資料來源：弗若斯特沙立文報告

市場主要動力

隨著中國經濟增長，中國消費者追求更時尚的生活風格，成為中國時尚拖鞋市場未來五年的主要增長動力。根據弗若斯特沙立文報告，雖然目前中國消費者對時尚拖鞋的觸覺不高，但仍呈現上升趨勢。因此，預期時尚拖鞋將為越來越多的中國消費者接受，因而推動未來幾年中國時尚拖鞋市場增長。

另一行業增長的主要動力是時尚拖鞋較傳統拖鞋利潤更高，因為消費者願意為產品設計及款式支付更高價格。利潤率較高的時尚拖鞋預期會吸引更多拖鞋製造商加入中國時尚拖鞋市場。

此外，時裝店及網絡營銷等新興分銷渠道亦可能增加營業額，提高中國時尚拖鞋市場的盈利能力，預期會對未來五年中國時尚拖鞋市場的發展發揮愈來愈大的影響。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

主要市場限制

若干時尚拖鞋品牌受歡迎程度、高利潤率、當地拖鞋供應商不當常規及中國拖鞋市場的行業標準及法規不夠健全，可能導致劣質假冒時尚拖鞋流入中國，或會損害中國時尚拖鞋品牌聲譽。然而，由於政府干預，預期會減少影響未來一至五年的中國時尚拖鞋市場。

此外，目前中國消費者對時尚拖鞋的觸覺不高，限制市場發展。然而，隨著中國生活質素改善，預期未來五年該因素對行業的影響將會減少。

進入障礙

加入中國時尚拖鞋市場的主要障礙如下：

研發

時尚拖鞋供應商須緊隨時尚潮流，開拓創新，否則無法爭取更大市場份額。此外，為創作設計新穎及實用的拖鞋，時尚拖鞋採用EVA等材料生產。此等材料的測試及做型需時，並可能攤薄核心生產工作的資源。

銷售渠道

時尚拖鞋供應商須經由指定銷售渠道向目標客戶銷售，時裝店及電子商務是最近新興的銷售渠道。拖鞋供應商亦可透過此等銷售渠道建立企業形象。然而，建立上述兩個渠道均耗資費時。

品牌建設

建立良好的品牌形象對時尚拖鞋供應商的長期發展至關重要。品牌建設包括品牌設計、品牌知名度建立及品牌維護。因此，新進入者須在市場推廣及宣傳方面投入時間，亦會攤薄核心生產業務的資源。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

資料來源

委託Frost & Sullivan編製的報告

本集團委託Frost & Sullivan (總部設在美國的獨立全球諮詢公司，有近50年行業經驗) 對二零零七年至二零一四年期間的中國拖鞋市場進行分析並編製有關報告。報告由弗若斯特沙立文獨立編製。本集團向弗若斯特沙立文支付報告費用人民幣400,000元，且認為該費用符合市價水平。

本集團委託Frost & Sullivan編製的報告載有本文件所引述有關中國拖鞋市場的資料，例如市場份額、拖鞋製造商排名、收益及其他經濟數據。Frost & Sullivan根據來自中國拖鞋行業各種渠道的一手及二手研究資料進行獨立研究。一手研究包括採訪行業領先企業，二手研究包括公司報告、獨立研究報告及查閱Frost & Sullivan內部研究數據庫中的數據。預測數據則是通過分析過往數據，參考宏觀經濟數據及特定行業相關推動因素而推算。該弗若斯特沙立文報告中的本集團收益、產量及銷量則基於本集團未經審核管理紀錄計算。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

行業概覽

弗若斯特沙立文報告所載預測乃基於以下一般基準及假設：

- 假設預測期內中國的社會、經濟及政治狀況保持穩定，且中國拖鞋業穩定發展；
- 雖然金融危機尚未結束，但假設中國經濟未來十年保持穩定增長；
- 假設預測期內中國消費品零售總值在中國城市家庭人均全年可支配收入不斷增加的基礎上穩步增加；
- 假設預測期內中國消費者趨於跟隨潮流、品牌形象、產品設計及風格作出購買決定；
- 假設預測期內中國二十世紀八十年代新生代為流行產品的主要消費動力；及
- 弗若斯特沙立文報告所用匯率如下：

年份	2005	2006	2007	2008	2009	2010 (估計)	2011 (估計)	2012 (估計)	2013 (估計)	2014 (估計)
人民幣兌美元 匯率(平均)	8.1936	7.9723	7.6058	6.9477	6.8307	6.76	6.69	6.37	6.16	5.95

於本文件披露的其他資料均非摘錄自本集團委託編製的報告。