

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 行業概覽

本節資料及統計數據部分摘錄及源自多份官方政府刊物。本節資料及統計數據未必與中國境內或境外的其他資料及統計數據吻合。

此外，本文件所載的若干資料及數據乃摘錄自Euromonitor提供的市場數據。本公司相信該等資料的來源乃為相關資料的適當來源，本公司在摘錄及轉載該等資料時已採取合理審慎的態度。本公司並無理由相信有關資料為虛假或具誤導成份或遺漏任何事實致使有關資料虛假或具誤導成份。

### 緒言

本公司主要在中國經營休閒鞋業。中國休閒鞋的表現主要受到中國經濟的增長(尤其是中國人口可支配收入的增長)及休閒生活方式的普及的推動。

根據Euromonitor的資料，中國男裝休閒鞋市場的總零售額由二零零六年的人民幣308億元增至二零一零年約人民幣413億元，該期間的複合年增長率約為7.6%。預計二零一一年至二零一五年男裝休閒鞋的零售收益將按約11.6%的複合年增長率增長，略快於同期中國整體男裝鞋業市場約11.2%的預期增長。

### 中國經濟迅速增長、城市化及可支配收入增長

#### 中國經濟迅速增長

中國政府於一九七零年代末推出「改革及市場自由化」政策後，中國經濟於過往三十年實現大幅增長。根據中國國家統計局的資料，二零零六年至二零一零年，中國的名義國內生產總值由人民幣212,000億元增至人民幣398,000億元，而中國於同期的名義人均國內生產總值則由人民幣16,122.2元增至人民幣29,695.5元，複合年增長率分別約為17.1%及16.5%。於二零一零年的實際國內生產總值增長率為10.3%，高於二零零八年及二零零九年時受全球

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 行業概覽

金融危機的負面影響而嚴重受損的實際國內生產總值增長率。下表載列中國於二零零六年至二零一零年的名義國內生產總值及同比增長率。

二零零六年至二零一零年中國名義國內生產總值

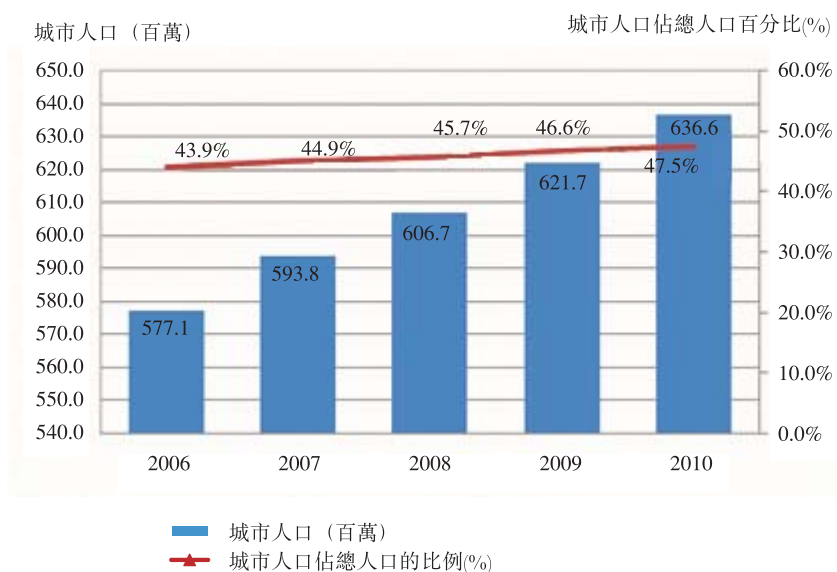


資料來源：中國國家統計局發表的2010年統計公報

## 中國城市化

隨著工業化加速，中國城市化進程加速。根據中國國家統計局的資料，中國城市人口由二零零六年的577.1百萬人(約佔總人口43.9%)增至二零一零年的636.6百萬人(約佔總人口47.5%)。預計城市人口將隨著農村及欠發達地區人口的涌入而繼續膨脹，因為城市擁有的生活環境及更多就業機會。

二零零六年至二零一零年中國城市人口及城市化率



資料來源：中國國家統計局

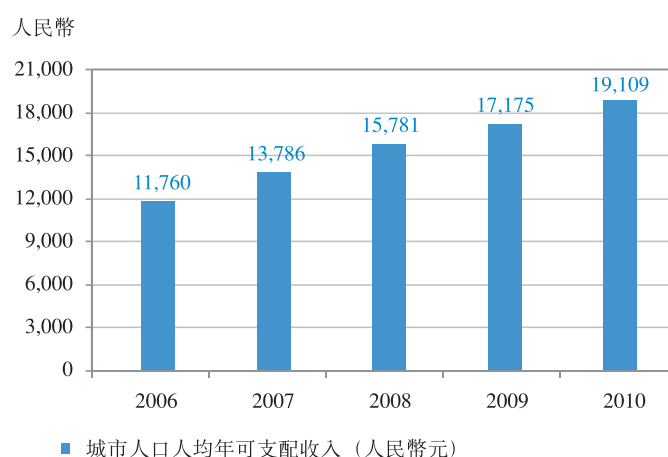
本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 行業概覽

### 可支配收入增長

經濟增長以及城市人口比例增加與中國生活水平改善及收入水平上升有關。根據中國國家統計局的資料，城市家庭人均年可支配收入由二零零六年的人民幣11,760元增至二零一零年的人民幣19,109元，複合年增長率為12.9%。

二零零六年至二零一零年中國城市人口人均年可支配收入



資料來源：中國國家統計局

### 強勁的零售增長及消費

由於城市人口增加及人均可支配收入增長，中國消費品的零售額於過往數年內迅速增長。根據中國國家統計局的資料，中國消費品的零售額由二零零六年的人民幣76,000億元增至二零一零年的人民幣157,000億元，同期的複合年增長率為19.9%。該增幅與人均可支配收入增長相符，顯示中國消費者購買力的增強。預期中國生活水平的持續改善會促進零售業的發展。

## 行業概覽

二零零六年至二零一零年中國消耗品的零售額



資料來源：中國國家統計局

## 中國鞋業市場

中國成人鞋業市場已成為世界上緊隨美國之後的第二大市場，二零一零年的總零售收益為人民幣2,040億元。預計中國成人鞋的市場規模將於二零一五年前達人民幣3,480億元，自二零一一年以來複合年增長率為11.2%。

二零零六年至二零一零年中國成人鞋業市場的零售收益及  
二零一一年至二零一五年成人鞋業市場的預測零售收益



資料來源：Euromonitor

\* 二零一一年至二零一五年的數據乃預測數字

## 行業概覽

於二零一零年，中國男裝鞋的零售收益為人民幣849億元，自二零零六年以來按9.2%的複合年增長率增長，佔成人鞋零售總額的41.6%。隨著國內經濟逐漸復甦及男士愈來愈注重個人儀表，預期男裝鞋在預測期間增長迅速。Euromonitor的調查表明，男裝鞋於二零一一年至二零一五年的預測期間將按11.2%的複合年增長率增長，到二零一五年之前將達人民幣1,439億元，佔成人鞋業銷售總額的41.4%。

二零零六年至二零一零年中國男裝鞋的零售收益及  
二零一一年至二零一五年男裝鞋的預測零售收益



資料來源：Euromonitor

\* 二零一一年至二零一五年的數據乃預測數字

根據Euromonitor，男裝鞋按風格可分為三類：正式鞋、休閒鞋<sup>1</sup>及運動鞋。男裝正式鞋指可與辦公室著裝或工作服搭配的鞋，適用於工作場所或於婚禮等正式場合，而男裝休閒鞋相對樣式及單一性而言更注重舒適及個人表現力，通常為平底鞋，穿著輕便，適合日常生活，如散步、健身、逛街、旅行，甚至一般的工作環境，如商務休閒鞋。男裝運動鞋指專門為運動設計的鞋，包括慢跑鞋、網球鞋、高爾夫球鞋、戶外運動鞋等。

根據Euromonitor，二零一零年中國男裝休閒鞋的零售收益錄得人民幣413億元，佔男裝鞋業市場零售總額的48.6%。在消費者追求休閒生活及製造商大力進行市場推廣的情況下，預期男裝休閒鞋的增長將超過整體男裝鞋業市場的增長。Euromonitor的調查表明，二零一

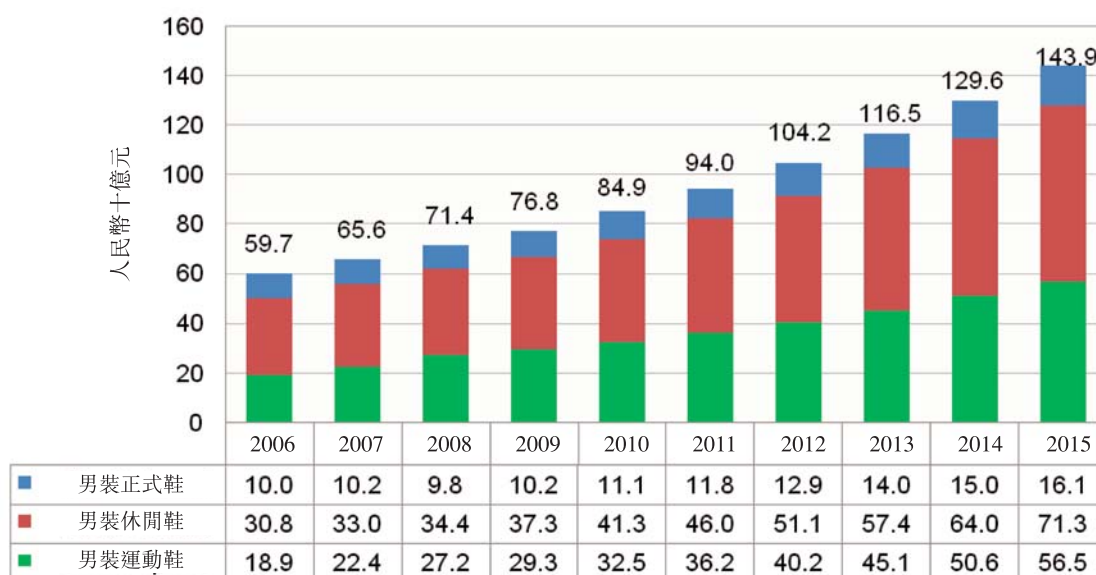
1. 男裝休閒鞋通常指輕便的平底鞋，適合日常生活，如散步、健身、逛街、旅行，甚至一般的工作環境，如商務休閒鞋，惟不包括運動品牌及戶外運動品牌旗下的休閒系列，因其劃分至男裝運動鞋分部。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 行業概覽

一年至二零一五年，男裝休閒鞋的零售額將按11.6%的複合年增長率增長，到二零一五年以前達人民幣713億元，預計該增幅將超過整體男裝鞋市場(同期估計為11.2%)的增長。

二零零六年至二零一零年按類型劃分的男裝鞋的零售收益及  
二零一一年至二零一五年按類型劃分的男裝鞋的預測零售收益



資料來源：Euromonitor

\*二零一一年至二零一五年數據乃為預測數據

### 中國男裝休閒鞋的主要推動力

#### (1) 客戶追求休閒生活

隨著生活節奏加快及西方文化(包括休閒服飾文化)融入中國，休閒裝在現代人當中廣受歡迎。散步、做運動、旅行及逛街成為人們減壓的常規方式。休閒鞋是人們以上述方式減壓的必備品。此外，多家公司推崇為僱員提供輕鬆的工作環境，對員工的穿著無嚴格規定。因此，「休閒星期五」在過去要求員工在所有工作日穿著正裝的國外公司及多家國有公司當中得以普及。

#### (2) 休閒鞋的自由風格在現代消費者中廣受歡迎

當代消費者要求服裝及鞋具有個人風格，可在眾人中展示出獨特的個性。與正式鞋相比，休閒鞋在顏色運用、款式設計、物料選擇及混合搭配方面更自由，因此更受現代人的青睞。



本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 行業概覽

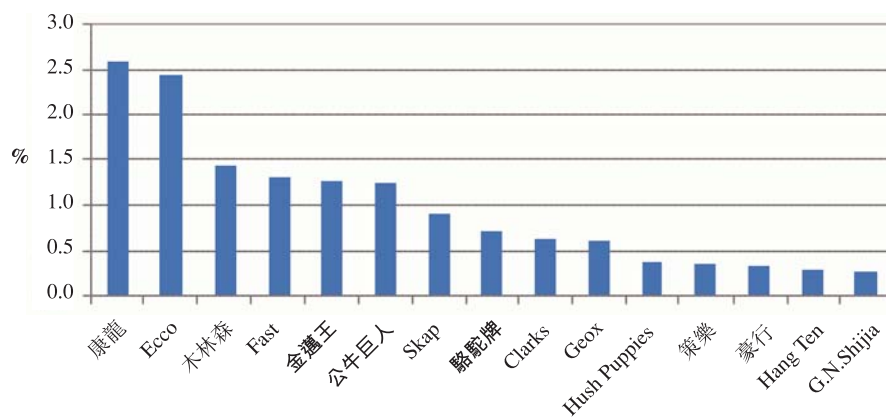
### (3) 領先的休閒鞋製造商積極促進市場發展

國際休閒鞋巨頭進入中國市場促進了中國休閒鞋市場的發展。Ecco、Geox及Clarks三大世界知名休閒鞋品牌已躋身中國市場多年，將其精細的製作工藝及時尚的設計推介給中國消費者，在中國的休閒鞋業引發一股休閒熱潮。近年來中國休閒鞋業市場潛力無限，更多本土品牌如康龍、木林森及公牛巨人已在市場嶄露頭角並迅速擴展。愈來愈多的品牌由於強勢的市場推廣及促銷活動激活休閒鞋市場，從而令該市場進一步擴大。

#### 市場分部

中國男裝休閒鞋製造商眾多，競爭激烈，故市場分散。在該市場前十五大品牌中，按零售收益計，無一品牌佔據的市場份額超過3%。二零一零年按零售收益計最大的品牌僅佔據2.6%的市場份額。然而，由於領先品牌(尤其是本土品牌)聲勢浩大的市場推廣及門店顯著增長，預期市場會進一步集中。根據Euromonitor，按零售收益計，前十五大品牌佔據的合併市場份額由二零零九年的11.6%增至二零一零年的15.1%。

二零一零年中國前十五大男裝休閒鞋品牌的按零售收益計市場份額



#### 皮革的價格趨勢

皮革為我們鞋履的主要原材料。根據Euromonitor，皮革於二零零八年、二零零九年及二零一零年的價格分別介乎每平方呎人民幣12.5元至人民幣29元、人民幣12元至人民幣28元及人民幣15元至人民幣35元。男裝休閒鞋的原材料價格差異乃主要由於皮革質量不同所

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

---

## 行業概覽

---

致，此乃由於進口皮革的價格明顯較國內皮革為高。皮革價格的趨勢於二零零九年略減5%，並於二零一零年增加20%，此乃由於經濟自全球金融危機復甦及二零一零年的通貨膨脹高企所致。

### 資料來源

我們已委託獨立第三方Euromonitor就中國男裝休閒鞋市場於二零零六年至二零一零年止期間及二零一一年至二零一五年止期間的預測進行市場分析及編製Euromonitor報告。除依據市場數據、預測及其他來自研究報告的相關資料外，我們亦依賴Euromonitor於編製文件本節所提供的不同數據，包括有關中國經濟及模式的數據及中國城市化及可支配收入水平。我們就Euromonitor報告支付的費用為32,500美元。該項款額的付款與我們是否能成功上市或報告所提供的任何結果無關。我們並未委託製作任何其他指定報告以供載入本文件。

Euromonitor於取得相關市場數據時所用的方式包括下列各項：

- (a) Euromonitor透過權威統計數據、報告及/或數據庫及行業刊物及其他半官方資料來源等來源着手評估盡可能多的相關公開背景資料。
- (b) Euromonitor將該等來源與任何現有資料/來自客戶的資訊進行比對。
- (c) 為達成有關男裝休閒鞋市場的市場規模及增長的行業共識，Euromonitor透過來自供應商的價值鏈與多個團體、貿易組織及製造商至零售商進行了貿易訪談，以取得更多觀點及更為準確。
- (d) Euromonitor利用多種二手及一手資料來源核實所收集的任何數據或資料，避免依賴任何單一資料來源。而且，每名受訪者的資料及意見將與其他受訪者的資料及意見進行對比檢查，以確保有關資料及意見可靠，消除不同資料來源中的偏見。

特別為確保預測準確，Euromonitor採用其在市場規模、發展趨勢等方面的定性預測標準慣例，這些慣例基於對過往市場發展的全面深入檢討及將有關資料與既有的政府/行業數據或貿易訪談進行反覆核查。