

本節所提供的資料直接或間接取材自多項公開來源及／或官方政府來源(包括中國政府機關發佈的不同刊物，而該等資料並非由本集團或保薦人委託完成)，以及摘錄自本公司就本文件而購買的Datamonitor出版物的資料。董事相信，本資料的來源就該資料而言屬適當來源，並已合理謹慎地摘錄及轉載有關資料。董事並無理由相信該資料屬虛假或含有誤導成份，或任何事實有所遺漏致使該資料屬虛假或含有誤導成份。取材自上述公開來源及／或官方政府來源的任何資料未經本公司、保薦人、牽頭經辦人或彼等的聯屬公司或顧問獨立核證。本節所載的資料未必與其他來源所編製的統計數據或其他資料相符或以相同程度的準確性或完整性而編製。閣下不宜過於依賴本節所載內容。

### 前言

本集團主要在針織服裝製造行業中營運，而本集團客戶主要為總辦事處設於美國及歐洲國家而產品行銷全球的國際服裝集團。本招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節所載的本集團其中一項未來計劃，為發展及開拓中國市場。本節說明(i)全球服裝及配件(針織或鈎織)出口市場的概覽；(ii)中國針織服裝製造行業的概覽；(iii)美國衣服及服裝行業；(iv)歐洲國家的衣服及服裝行業；及(v)中國衣服及服裝行業。

### 全球服裝及配件(針織及鈎織)出口市場

中國於2010年在服裝出口市場中保持領導地位。根據國際貿易中心發佈的統計數據，2010年服裝及配件(針織或鈎織)的全球出口總值約173,256百萬美元。服裝及配件(針織或鈎織)供應量最大的國家為中國，佔全球出口總值的38.5%。其他主要出口國家為孟加拉、德國、土耳其、意大利、印度、越南、法國、比利時及荷蘭。下表列出2010年服裝及配件(針織或鈎織)貨品出口值最高的10大出口地。

### 2010年服裝及配件(針織或鈎織)的10大出口地

	<u>2010年出口值</u>	
	(千美元)	%
全球	173,256,457	
中國	66,719,182	38.5
孟加拉	8,897,845	5.1
德國	7,846,528	4.5
土耳其	7,741,746	4.5
意大利	7,343,160	4.2
印度	5,182,316	3.0
越南	5,081,970	2.9
法國	3,920,983	2.3
比利時	3,874,234	2.2
荷蘭	3,813,399	2.2

資料來源：國際貿易中心

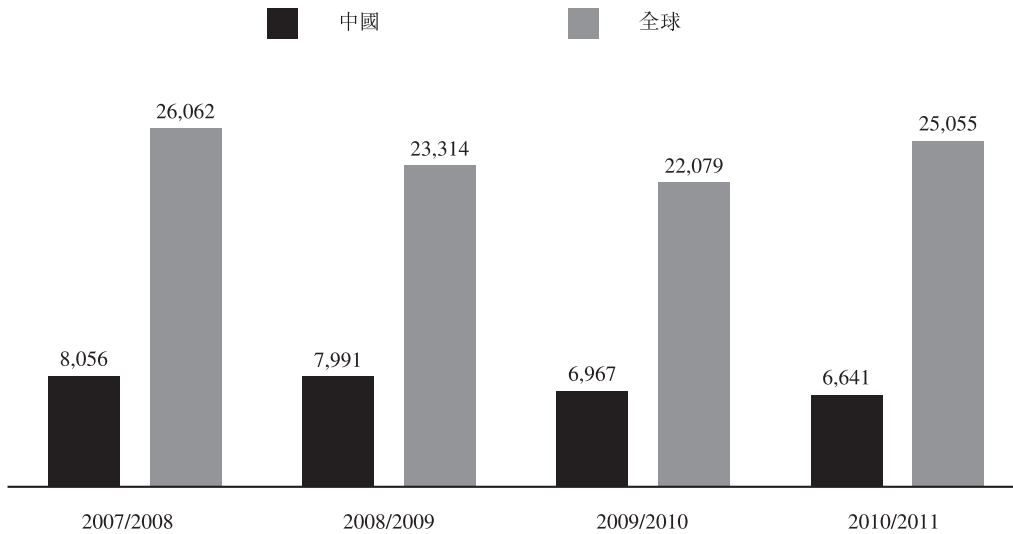
### 中國針織服裝製造行業

近年來，中國針織服裝製造商面對孟加拉、印度及越南等亞洲其他發展中國家的挑戰，該等國家的勞工成本較低，而監管環境亦較寬鬆。除來自該等發展中國家的激烈競爭外，中國製造商亦面對國內生產成本上漲的問題。中國的棉花成本、羊毛成本及勞工成本趨勢於下一節中陳述。

### 棉花生產

棉花是針織服裝產品的主要原材料之一。由於中國是全球最大棉產國，於2007/08年度至2010/11年度(由8月1日開始的期間)佔全球棉產量逾26.5%，因此中國的針織服裝產品製造商因鄰近棉花產地來源而享有競爭優勢。下圖顯示於2007/08年度至2010/11年度的全球及中國棉產量。

棉產量(以1,000公噸計)

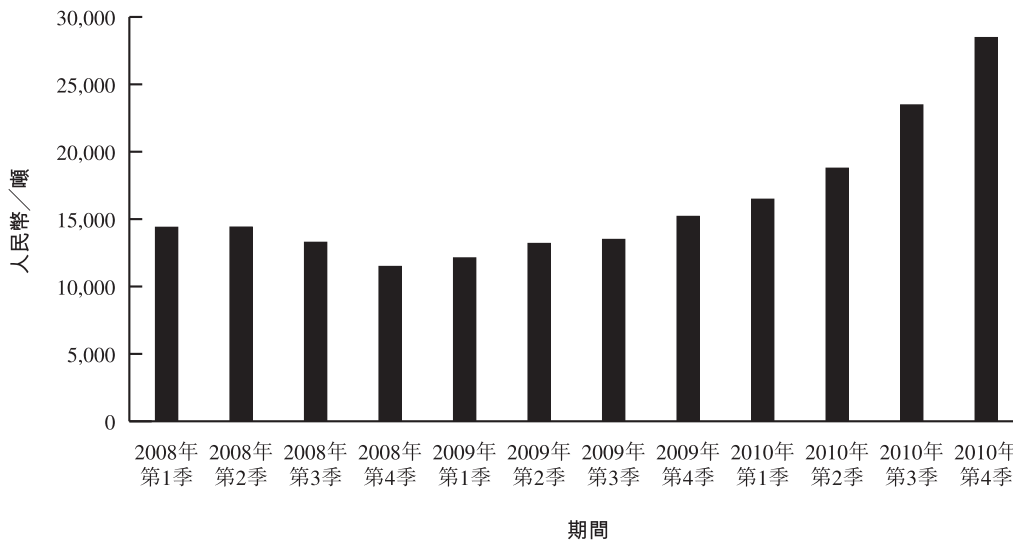


資料來源：美國農業部，於2011年10月公佈

### 棉花價格

於2010年，中國經濟已復甦並繼續增長，而服裝及紡織行業已走出金融危機的陰霾。國內及外國市場的需求增長，導致棉花價格上升並於2010年第四季創出紀錄新高，加上人民幣升值、中國與美國的貿易磨擦減少，未可預料的變化一下子湧現，使服裝製造行業面對前所未有的成本壓力，亦面對原材料短缺的風險。下圖顯示於2008年至2010年期間的棉花價格。

中國棉花價格

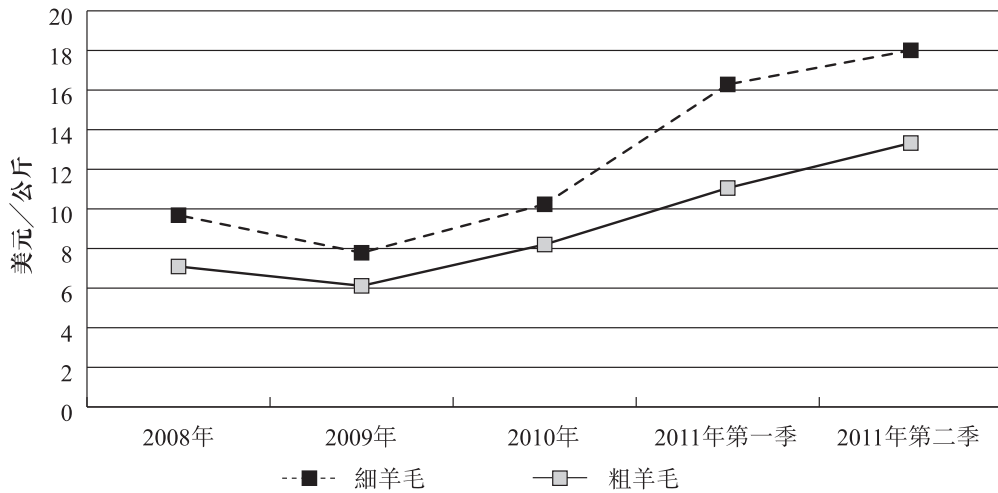


資料來源：中國棉花協會發佈的中國棉花價格229指數

羊毛價格

自2009年起，細羊毛及粗羊毛的價格一直呈現上升趨勢。細羊毛的價格由2009年約7.79美元／公斤上升至2011年第二季約18.00美元／公斤。細羊毛的價格由2011年7月約17.87美元／公斤一直回落至2011年8月約16.55美元／公斤。粗羊毛的價格與細羊毛的價格走勢相若。粗羊毛的價格由2009年約6.11美元／公斤上升至2011年第二季約13.33美元／公斤。粗羊毛的價格由2011年7月約13.62美元／公斤一直回落至2011年8月約12.49美元／公斤。下圖顯示於2008年至2011年第二季期間的細羊毛及粗羊毛價格。

澳大利亞羊毛交易所所報羊毛價格

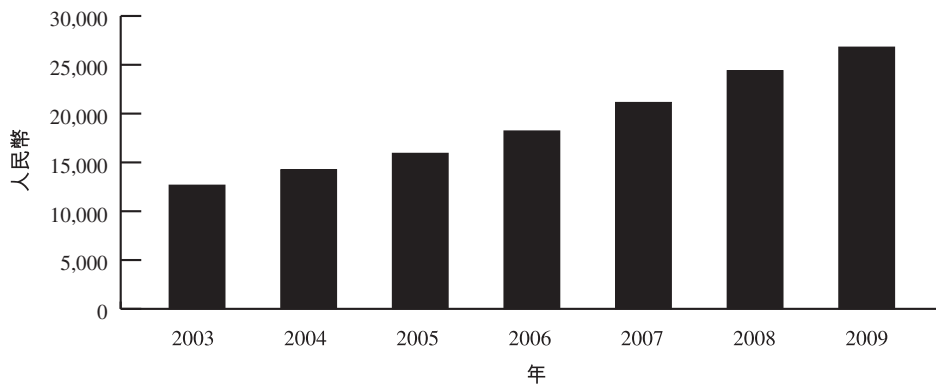


資料來源：國際貨幣基金組織，於2011年9月公佈

### 勞工成本

根據中國國家統計局頒佈的統計資料，位於中國城市地區的製造業受僱人士的平均工資由2003年的人民幣12,671元，上升至2009年的人民幣26,810元，複合年增長率約13.3%。於2010年，中國部分工廠發生連串大型罷工事件，凸顯中國龐大的外省勞動人口不滿情緒日益加深，要求與僱主分享較大的利潤成果。下圖顯示於2003年至2009年期間中國城市地區製造業的受僱人士的平均工資。

中國城市單位受僱人士的平均工資  
(製造業)



資料來源：中國國家統計局發佈的2010年中國統計年鑒

### 針織製造行業的入行門檻

生產成本的上升，加上針織服裝製造行業有嚴格的環境及其他規例，因此較小型針織服裝製造商的入行門檻較高。成本壓力日增，對本地針織服裝製造行業構成激烈競爭。此外，針織服裝製造商於開始生產工序前，亦要就排放水及氣體污染物取得《排放污染物許可證》。

### 針織服裝製造行業的發展趨勢

針織服裝製造行業的發展趨勢，在於生產過程涉及更多自動化工序，並同時專注本地及海外市場的銷售，特別是高檔品牌產品。

面對中國工資上漲及熟練勞工短缺的潛在問題，製造商可加大對機器的投資，進一步促進自動化生產過程。在電腦化管理系統及針織技術方面的技術進步，導致生產時間

縮短、品質提升、每單位生產成本下降、效率改善及營運規模提升。因此，在低成本國家中已有越來越多的資金較雄厚的製造商採用先進機器，在生產能力及效率方面提升競爭優勢。

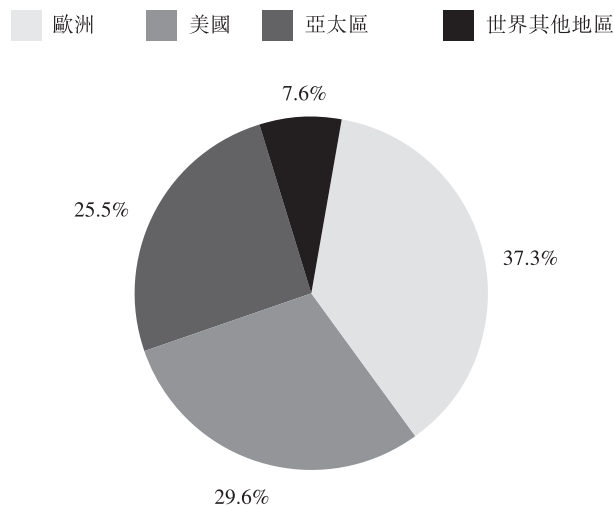
中國人民的消費力隨著可支配收入上升而迅速增長，因此消費者的購買喜好已轉移至高檔品牌。國際高檔品牌已陸續推出網上商店並開設更多分店，以在中國不同地區開拓市場據點。有鑒於此，董事相信針織服裝產品製造商正尋求機會生產國際品牌的針織服裝產品，並在中國境內銷售。

本公司截至2009年12月31日止年度的營業額，佔中國紡織、服裝、鞋履及帽子製造行業的總產值約0.03%。在中國紡織、服裝、鞋履及帽子製造行業中，從主要業務所得全年收入超過人民幣5百萬元的工業企業的數目為18,265間。董事並無發現在行業中有個別市場參與者佔主導地位。

### 全球服裝零售市場的價值

全球服裝零售市場由歐洲、亞太區及美國這三個市場主導。三個市場合計佔全球服裝零售行業產值超過90%。歐洲佔全球產值的37.3%，而美國及亞太區及分別佔全球產值的29.6%及25.5%。下圖顯示全球服裝零售行業的市場分配。

2009年(估計)以價值計算的全球服裝零售行業分配比例



資料來源：Datamonitor，於2010年12月公佈

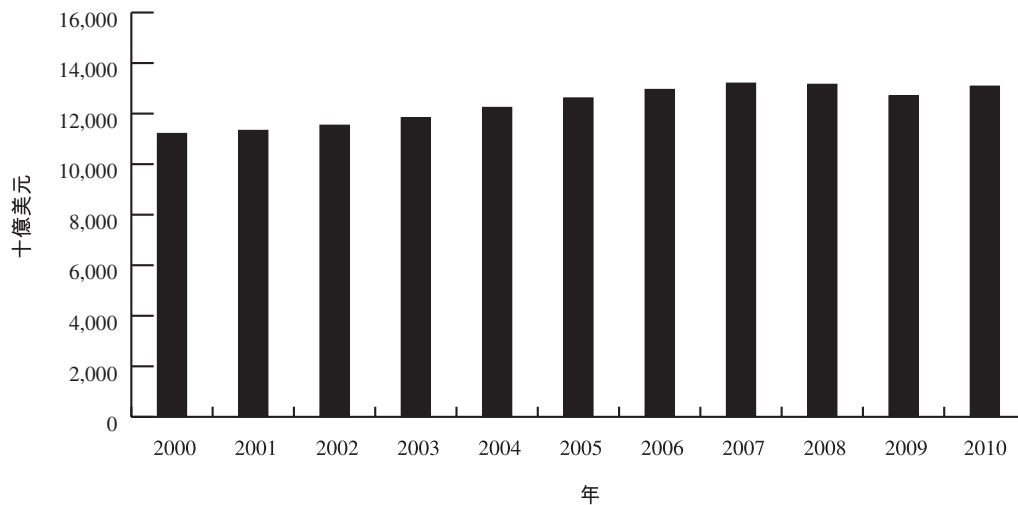
附註：2009年估計數字為Datamonitor所編撰報告收錄的最新數據。

## 美國服裝行業

### 美國經濟概覽

根據美國商務部經濟分析局發佈的統計資料，美國實質國內生產總值穩步增長，由2000年約112,160億美元增至2010年約130,880億美元，複合年增長率約1.56%。美國於2008年及2009年的全年實質國內生產總值突然下跌，主要是由於2008年及2009年爆發全球金融危機所致。國際金融機構倒閉令銀行體系崩潰，引發全球經濟危機。事件對美國經濟所造成影響的嚴重性，從2009年國內生產總值大幅下跌中反映。美國經濟已於2010年復甦，實質國內生產總值較2009年上升2.9%。下圖顯示美國過往於2000年至2010年的全年實質國內生產總值。

美國實質國內生產總值

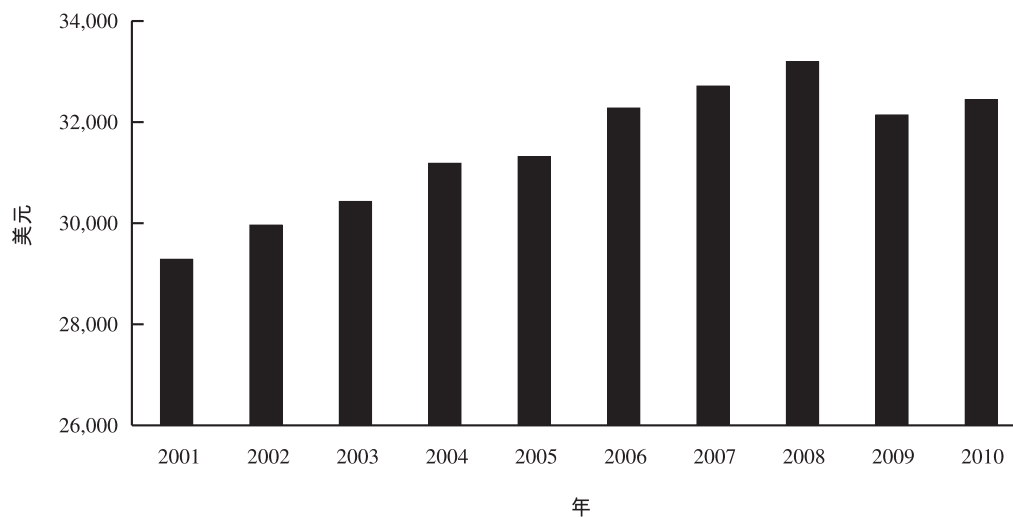


資料來源：美國商務部經濟分析局，於2011年9月公佈

### 美國人均可支配個人收入

根據美國商務部經濟分析局發佈的統計資料，實質經調整人均可支配個人收入由2001年的29,286美元，增至2010年的32,446美元，即2001年至2010年期間的複合年增長率為1.15%。可支配個人收入的定義為個人收入減個人即期稅項，而下圖顯示於2001年至2010年期間的實質經調整人均可支配個人收入數字。

美國實質經調整人均可支配個人收入



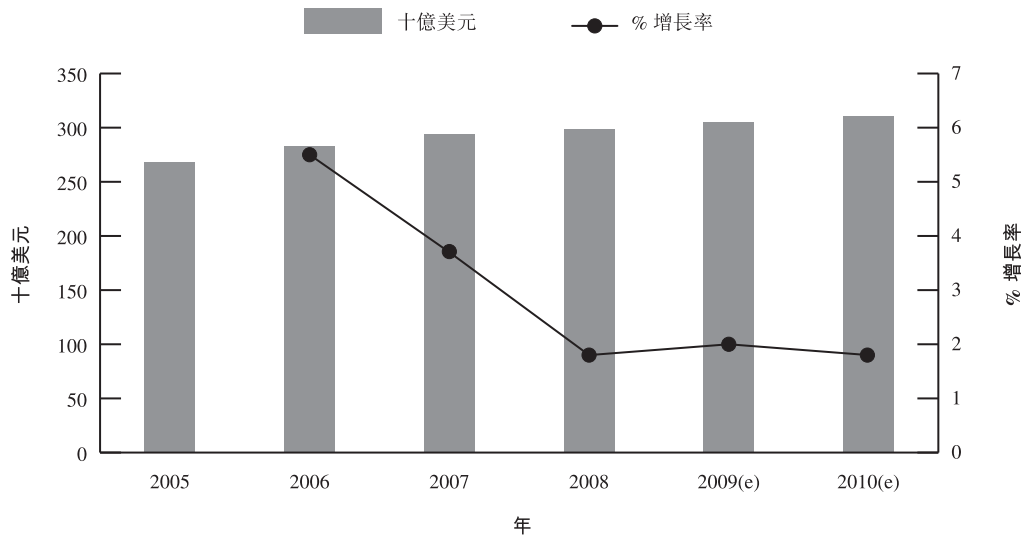
資料來源：美國商務部經濟分析局，於2011年9月公佈



美國服裝零售業產值

服裝零售業包括所有男裝、女裝及童裝。美國的服裝零售業產值近年有所增長，而雖然預料增長持續，但預期增長率會放緩。2010年美國服裝零售業的預測總收入為3,105億美元，於2005年至2010年(估計)期間的複合年增長率為3.0%。相比之下，歐洲及中國服裝零售業於同期的複合年增長率分別為1.7%及7.4%，於2010年的預測產值分別達到3,891億美元及1,079億美元。下圖顯示美國服裝零售業於2005年至2010年(估計)的產值。

2005年至2010年(估計)美國服裝零售業產值

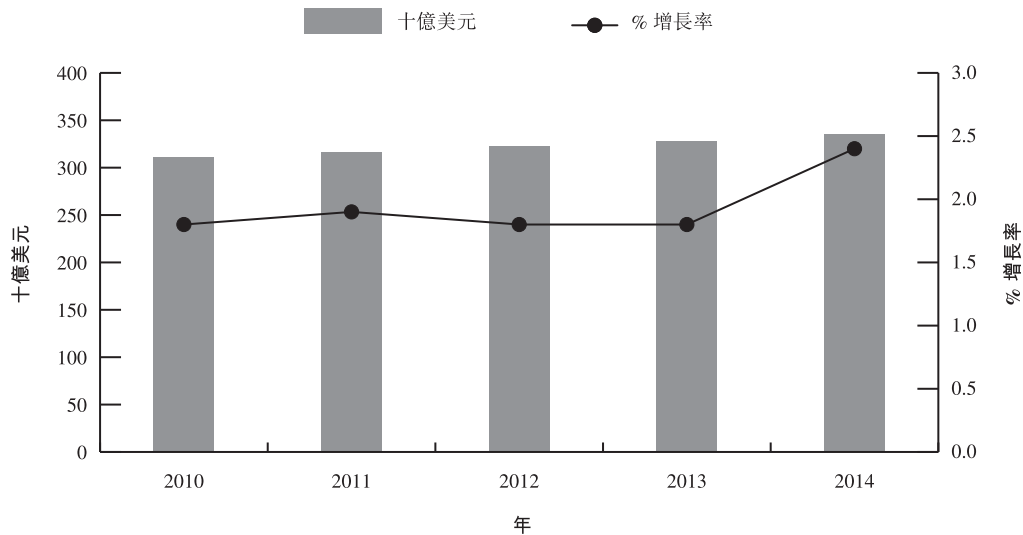


資料來源：Datamonitor，於2010年12月公佈

附註：2009年及2010年估計數字為Datamonitor所編撰報告收錄的最新數據。

現預測美國服裝零售業由2010年起計的4年將會有1.8%至2.4%的穩定增長。行業於2010年至2014年期間的複合年增長率預計為2.0%。預測美國服裝零售業於2014年的產值將為3,355億美元。下圖顯示美國服裝零售業的產值預測。

2010年至2014年美國服裝零售業產值預測



資料來源：Datamonitor，於2010年12月公佈

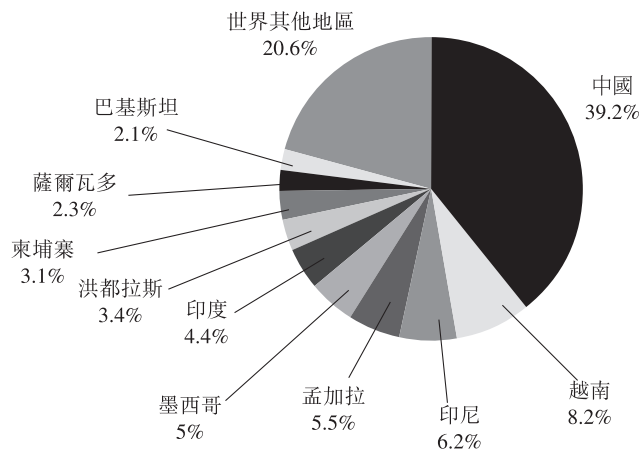
附註：2010年至2014年估計數字為Datamonitor所編撰報告收錄的最新數據。

2009年美國服裝零售業以女裝銷售的盈利最高，總收入為161,698百萬美元，佔市場總值的53%。相比之下，2009年男裝銷售帶來收入95,712.2百萬美元，佔市場總收入的31.4%。預測美國服裝零售業表現將會放緩，估計2009年至2014年這五年期間的複合年增長率為1.9%，預期行業產值將於2014年底增長至335,477.1百萬美元。相比之下，歐洲及亞太區的服裝零售業同期的複合年增長率將分別為1.7%及3.2%，於2014年的產值分別達到417,494.1百萬美元及307,204.8百萬美元。美國服裝行業在貿易、就業、投資及收入方面均對國家十分重要。此特別行業的生產周期較短，產品種類繁多，而且需求急速轉變，供應過程需時頗長且缺乏靈活性。衣服是個人客戶的必需品。雖然品牌忠誠度只普遍在行業的高檔次市場中存在，但客戶一般只會忠於設計師而非零售商。市場對提供低成本大眾化時裝的折扣服裝零售商店的需求上升。但時裝本身難以預測，而產品是由設計師、次文化及創意工業等因素而定，其變化急劇亦難以預測。

### 美國服裝進口

根據美國商業部國際貿易局發佈的數字，2010年美國服裝進口總值為71,398百萬美元。2010年對美國服裝進口總值貢獻最大的10個國家依次為中國、越南、印尼、孟加拉、墨西哥、印度、洪都拉斯、柬埔寨、薩爾瓦多及巴基斯坦。2010年最大10個國家的美國服裝進口總值約：中國27,975百萬美元、越南5,877百萬美元、印尼4,424百萬美元、孟加拉3,930百萬美元、墨西哥3,541百萬美元、印度3,112百萬美元、洪都拉斯2,414百萬美元、柬埔寨2,222百萬美元、薩爾瓦多1,638百萬美元及巴基斯坦1,493百萬美元。下表顯示2010年以國家劃分的美國服裝進口總值分配。

2010年以國家劃分的美國服裝進口總值分配



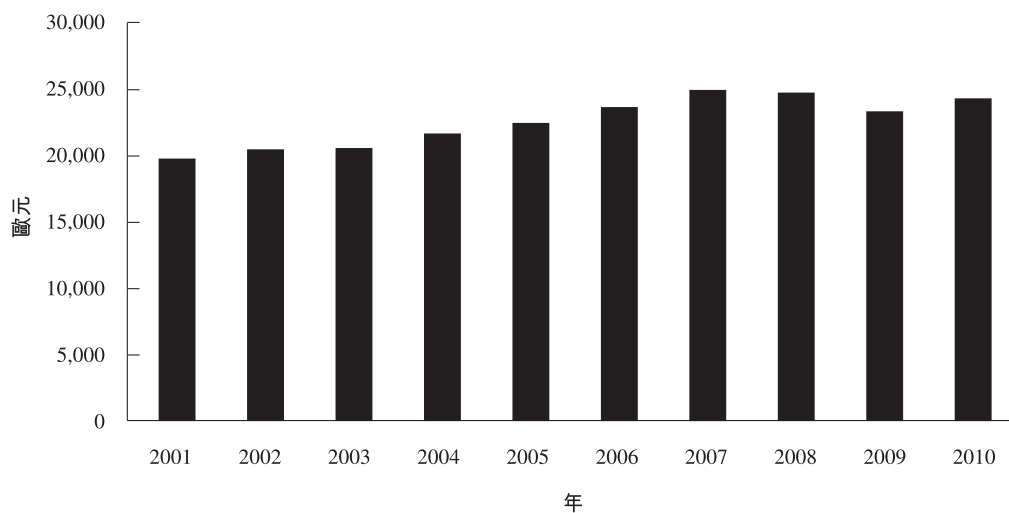
資料來源：美國商業部國際貿易局，於2011年9月公佈

### 歐洲服裝行業

#### 歐洲經濟概覽

根據Eurostat發佈的統計資料，歐盟每名居民的國內生產總值由2001年約19,800歐元穩步上升至2008年約25,000歐元，複合年增長率約3.39%。2009年歐盟每名居民的國內生產總值突然下跌，主要是由於環球金融危機的負面影響所致。從2009年國內生產總值的大幅下跌，可見全球經濟(包括歐洲)所受影響的嚴重性。鑒於歐洲經濟復甦，歐盟每名居民的國內生產總值由2009年的23,500歐元回升至2010年的24,400歐元。下圖顯示歐盟過去於2000年至2010年每名居民的全年國內生產總值。

歐盟每名居民的國內生產總值

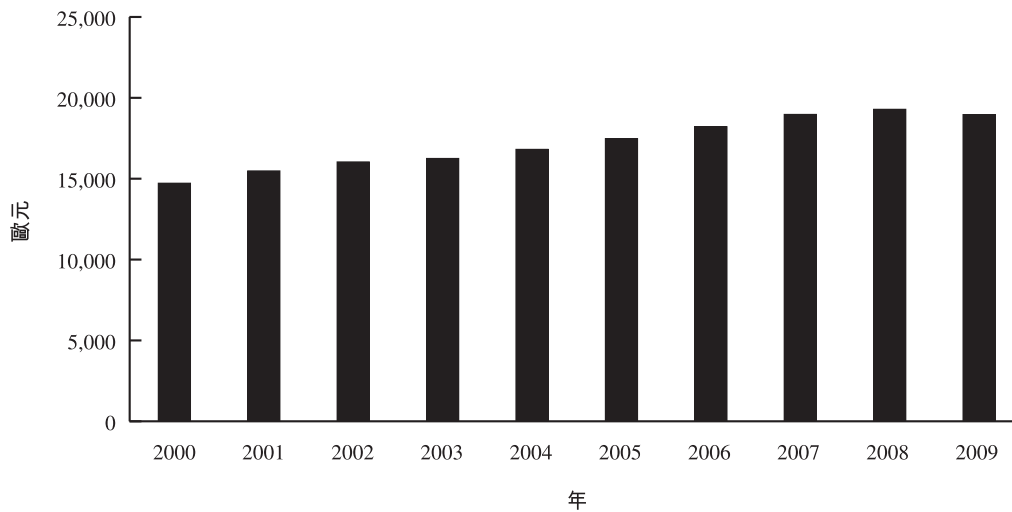


資料來源：Eurostat，於2011年9月公佈

### 歐洲的人均可支配個人收入

根據Eurostat發佈的統計資料，實質經調整人均家庭可支配總收入由2000年的14,714歐元增加至2009年的18,918歐元，於2000年至2009年期間的複合年增長率為2.83%。實質經調整人均家庭可支配總收入，乃按經調整家庭及非牟利機構可支配總收入除以家庭內具實際個人消費能力的成員人數及總人口數目計算。下圖顯示於2000年至2009年期間歐盟的實質經調整人均家庭可支配總收入。

歐盟的實質經調整人均家庭可支配總收入



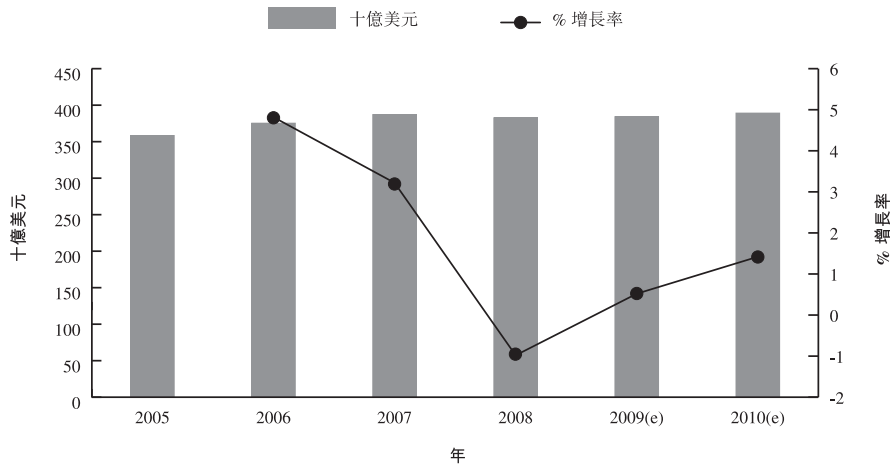
資料來源：Eurostat，於2011年9月公佈

### 歐洲服裝零售業產值

2010年歐洲服裝零售業的預測總收入為3,891億美元，於2005年至2010年(估計)期間的複合年增長率為1.7%。相比之下，美國及中國服裝零售業於同期的複合年增長率分別為3.0%及7.4%，於2010年的產值分別達到3,105億美元及1,079億美元。於2009年歐洲服裝零售業以女裝銷售的盈利最高，總收入為206,988百萬美元，佔市場總值53.9%。

相比之下，於2009年男裝銷售取得的收入為121,429.3百萬美元，佔行業總收入的31.6%。下圖顯示2005年至2010年(估計)歐洲服裝零售業的產值。

2005年至2010年(估計)歐洲服裝零售業產值

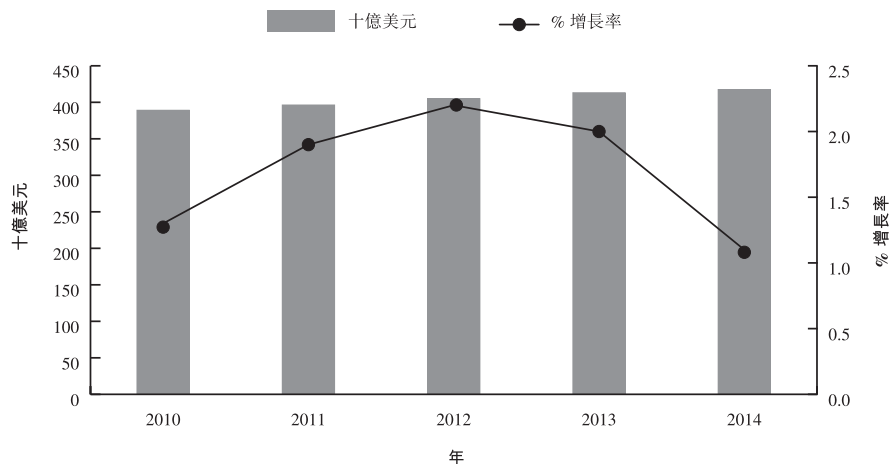


資料來源：Datamonitor，於2010年5月公佈

附註：2009年及2010年估計數字為Datamonitor所編撰報告收錄的最新數據。

行業表現預測維持相若水平，而估計2010年至2014年這四年期間的複合年增長率為1.8%，預期行業產值將於2014年底增長至4,175億美元。相比之下，美國及中國服裝零售業於同期將分別以2.0%及5.3%的複合年增長率增長，於2014年的產值將分別達到3,355億美元及1,329億美元。下圖顯示於2010年至2014年歐洲服裝零售業的預測產值。

2010年至2014年歐洲服裝零售業產值預測



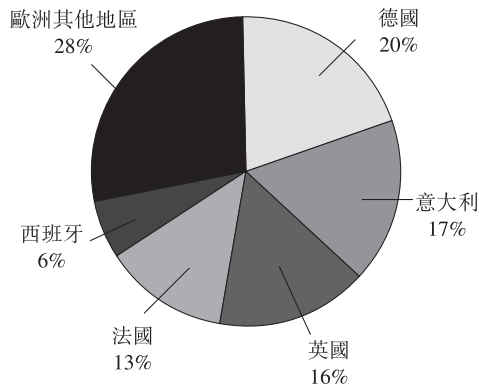
資料來源：Datamonitor，於2010年5月公佈

附註：2010年至2014年估計數字為Datamonitor所編撰報告收錄的最新數據。

### 歐洲服裝零售市場分配

德國、意大利、英國及法國的服裝零售市場合共佔歐洲服裝零售業產值超過60%。德國、意大利、英國及法國分別佔歐洲市場約20%、約17%、約16%及約13%。下圖顯示以價值劃分的歐洲服裝零售行業分配。

2009年(估計)以價值劃分的歐洲服裝零售行業分配



資料來源：Datamonitor，於2010年5月公佈

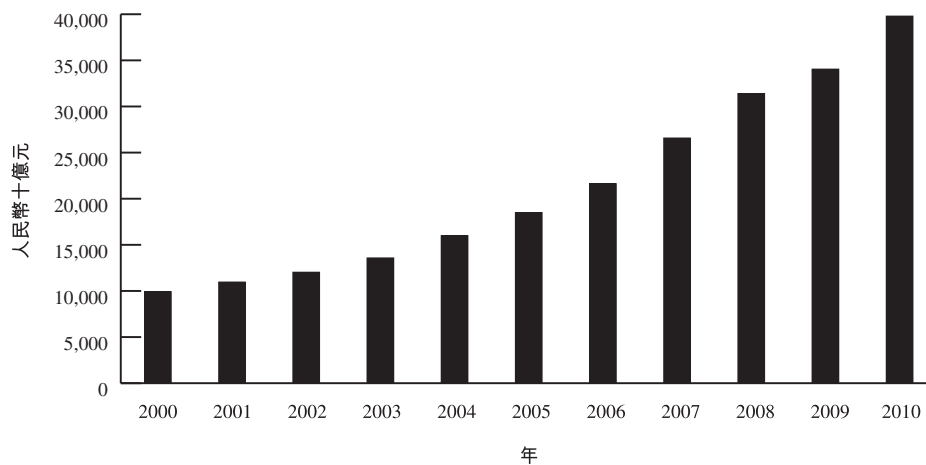
附註：2009年估計數字為Datamonitor所編撰報告收錄的最新數據。

### 中國服裝行業

#### 中國經濟增長

中國政府於1970年代末實行市場自由化政策以來，中國經濟一直高速增長。於1990年代初在中國沿岸地區推出經濟特區，更進一步帶動經濟增長。根據中國國家統計局發佈的統計資料，名義國內生產總值由2000年的人民幣99,215億元增長至2010年的人民幣397,983億元，期間複合年增長率為14.9%，反映中國經濟高速增長。下圖顯示中國於2000年至2010年的國內生產總值。

中國國內生產總值



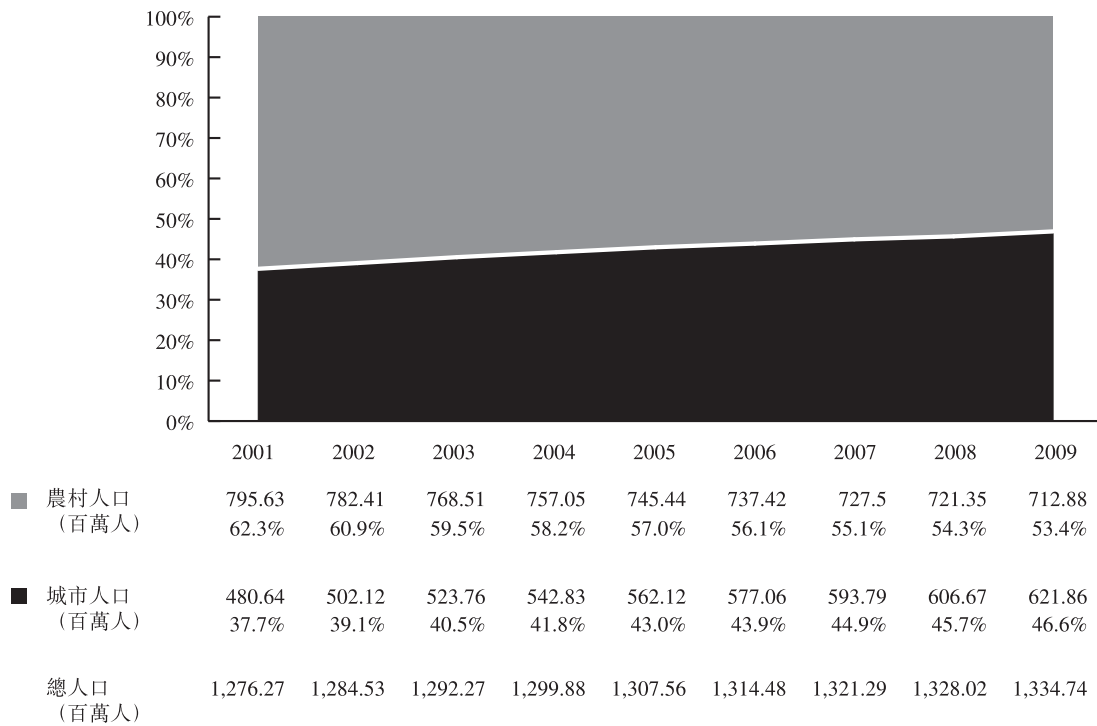
資料來源：中國國家統計局發佈的2010年中國統計年鑒  
2010年的國內生產總值乃在中國國家統計局網站內公佈的初步核實結果



中國加快城市化進程

隨著中國經濟迅速增長，中國亦開始城市化進程。由於農村及較落後地區的人民遷移至市鎮，城市地區人口一直膨脹。中國城市總人口由2001年的480.64百萬人增至2009年的621.86百萬人。於2001年至2009年期間，中國城市人口的複合年增長率為3.27%，而中國總人口的複合年增長率僅為0.56%。中國城市人口佔總人口的比例由2001年的37.7%上升至2009年的46.6%。下圖及下表顯示中國人口的分佈。

中國人口的居住地分佈

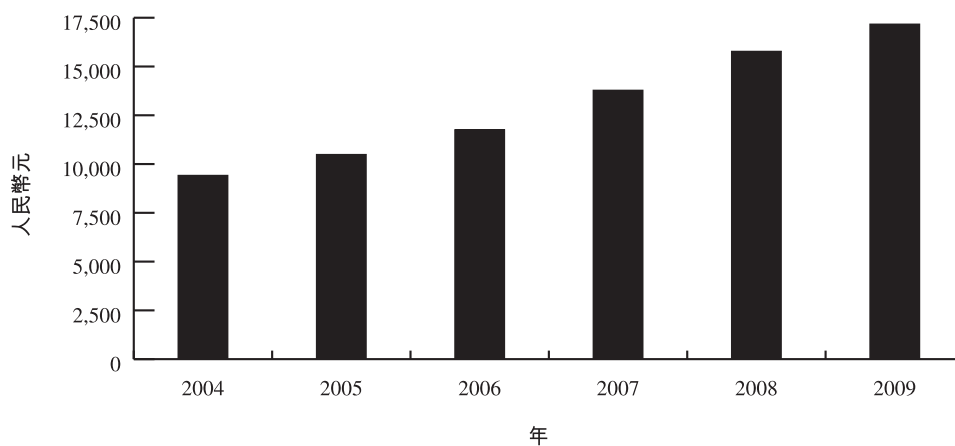


資料來源：中國國家統計局發佈的2010年中國統計年鑒

### 中國城鎮家庭的可支配收入增長

隨著中國經濟及國內生產總值高速增長，城鎮家庭的可支配收入一直大幅增加，反映城鎮家庭的生活水平改善。根據中國國家統計局發佈的統計資料，中國城鎮家庭的人均全年可支配收入由2004年的人民幣9,421.6元上升至2009年的人民幣17,174.7元。期間的複合年增長率約12.8%，而下圖顯示於2004年至2009年中國城鎮家庭的人均可支配收入水平。

中國城鎮家庭的人均全年可支配收入

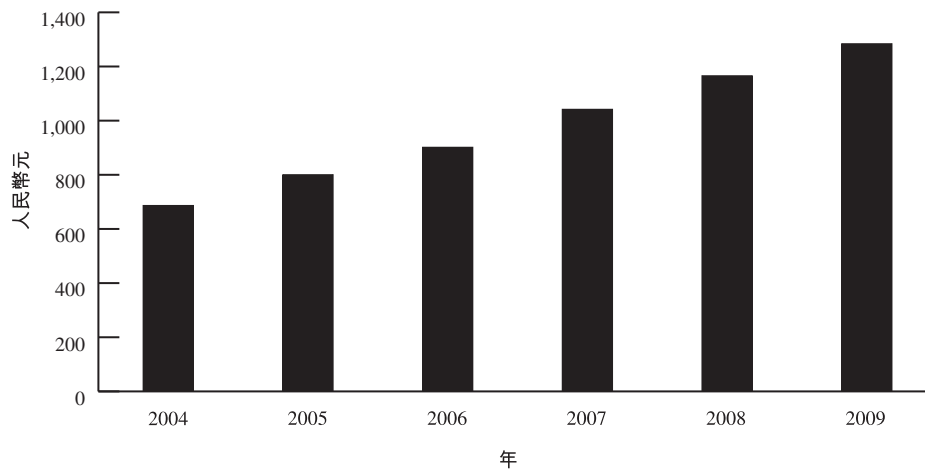


資料來源：中國國家統計局發佈的2010年中國統計年鑒

### 中國城鎮家庭對衣服的全年消費開支

根據中國國家統計局發佈的統計資料，中國城鎮家庭的人均衣服全年消費開支由2004年的人民幣686.8元，增長約87.0%至2009年的人民幣1,284.2元，複合年增長率為13.3%。誠如上文所述，隨著人均可支配收入增加，家庭現時更著重衣服的品牌形象、產品設計及款式。下圖顯示於2004年至2009年中國城鎮家庭對衣服的人均全年消費開支。

人均衣著全年消費開支



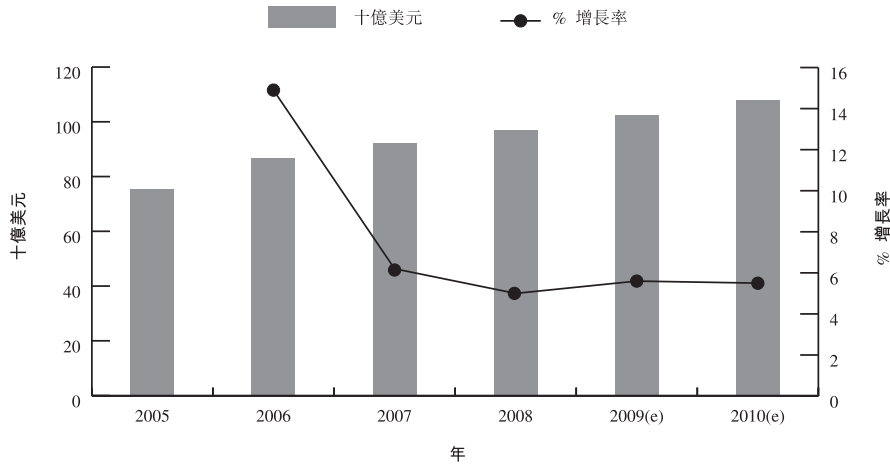
資料來源：中國國家統計局發佈的2010年、2008年及2006年中國統計年鑒

### 中國服裝零售業產值

2010年中國服裝零售業的預測總收入為1,079億美元，於2005年至2010年(估計)期間的複合年增長率為7.4%。2009年中國服裝零售業以男裝銷售的盈利最高，總收入為

454億美元，佔市場總值的44.4%。相比之下，2009年女裝銷售帶來收入357億美元，佔行業總收入的34.9%。下圖顯示於2005年至2010年(估計)期間中國服裝零售業產值。

2005年至2010年(估計)中國服裝零售業產值

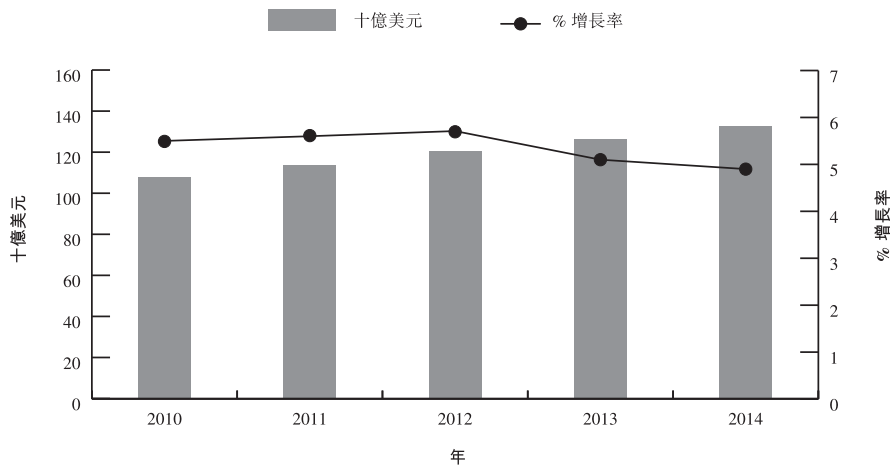


資料來源：Datamonitor，於2010年12月公佈

附註：2009年及2010年估計數字為Datamonitor所編撰報告收錄的最新數據。

預計2010年至2014年這四年期間行業的複合年增長率為5.3%，預期行業產值將於2014年底增長至1,329億美元。下圖顯示於2010年至2014年期間中國服裝零售業產值預測。

2010年至2014年中國服裝零售業產值預測



資料來源：Datamonitor，於2010年12月公佈

附註：2010年至2014年估計數字為Datamonitor所編撰報告收錄的最新數據。

---

## 行業概覽

---

根據中華人民共和國工業和信息化部所公佈的數據，截至2011年6月30日止六個月，中國的服裝產品零售總值約人民幣3,727億元，較去年同期增長約23.9%。截至2011年6月30日止六個月，中國的針織產品出口總值約459億美元，較去年同期增長約28.8%。上述數字反映中國的服裝行業仍在高速增長。

### 資料來源

#### **Datamonitor**

Datamonitor Group為提供優質全球商業資訊的國際供應商，專門提供有關汽車、消費包裝貨品、能源及耐用品、金融服務、物流及快遞、醫藥及健康護理、零售、採購、科技及電訊等行業的獨立數據、分析及意見。本節內呈列的部分資料及統計數字取材自Datamonitor就美國、歐洲及中國服裝零售市場編製的現成出版物。獲取Datamonitor的現成出版物的總成本為750美元。Datamonitor乃透過(i)向行業專門人員及消費者進行初步調查；及(ii)彙集及分析多項二手資訊來源(包括國家及政府統計資料；國際數據；國家及國際貿易協會；經紀及分析員報告；商業資訊文庫及數據庫)以作進一步研究，從而編纂現成出版物。

#### **美國商業部經濟分析局**

經濟分析局是商業部屬下機構，亦受到美國經濟統計局的直接控制。該機構編製有關經濟的會計統計資料，讓政府及商業決策者、市場調查人員及公眾人士可跟進和了解美國經濟情況。本招股章程內呈列源自經濟分析局的資料可由公眾自由獲取。

#### **中國棉花協會**

中國棉花協會是具有國家集體組織法人身份的有關棉花行業的非牟利組織，由棉農、棉農合作社、從事棉花生產、採購、加工及營運的企業、棉紡織企業、棉花研究機構及其他組織自願成立，受民政部的監督及管理，並獲全國供銷合作總社的專業指導。

#### **Eurostat**

Eurostat為位於盧森堡的歐洲委員會。其主要職責是向歐盟提供有關歐洲的統計資料，並促進歐盟成員國、候選國及歐洲自由貿易協會成員國之間統計方法的協調。此舉

可讓歐盟成員國與外國較容易獲取有關歐洲的統計資料，使不同國家及地區之間的資料可作比較。本招股章程內呈列源自Eurostat的資料可由公眾自由獲取。

### 國際貨幣基金組織

國際貨幣基金組織(「國基會」)努力促進國際貨幣合作、確保金融穩定、推進國際貿易發展、促進高水平就業和可持續經濟增長以及減少世界上的貧困。國基會創建於1945年，由幾乎遍及全球的187個成員國治理並對這些成員國負責。

### 美國商務部國際貿易局

國際貿易局(「國際貿易局」)是美國商務部屬下機構。國際貿易局加強美國行業競爭力、促進貿易及投資，並透過嚴格執行貿易法例及協議，從而確保公平貿易。國際貿易局致力改善全球營商環境，並協助美國企業在本地及海外競爭。本招股章程內呈列源自國際貿易局的資料可由公眾自由獲取。

### 國際貿易中心

國際貿易中心(「國際貿易中心」)與世界貿易組織及聯合國貿易暨發展委員會合作，支持該等組織的監管、調查及政策策略，並協助將有關策略付諸實行。自1964年起，國際貿易中心透過向私營企業、貿易支援機構及政策制訂者提供貿易發展計劃，協助發展中國家的小型企業成功出口。

### 中國國家統計局

中國國家統計局是受國務院直接監管的官方機構，負責編製及發佈中國的統計數據及經濟會計資料。本招股章程內呈列源自中國國家統計局的資料可由公眾自由獲取。

### 美國農業部

美國農業部是負責制定及執行有關農耕、農業及食品的美國聯邦政府政策的美國聯邦行政部門。美國農業部的目標是滿足農民及農場經營者的需要、促進農業貿易及生產、致力確保食品安全、保護天然資源、促進農村社區發展，並消除美國及海外饑荒情況。本招股章程內呈列源自美國農業部的資料可由公眾自由獲取。