

行業概覽

本節所述資料乃由灼識諮詢主要作為市場調查工具而編製，並反映基於源自政府、官方或其他公開來源的若干統計數字、行業數據或其他資料而作出的市況估計。對灼識諮詢的提述不應被視為灼識諮詢就任何本公司證券價值或向本公司投資建議而發表的意見。我們相信，有關資料來源乃該等資料的適當來源，且在摘錄及轉載該等資料時已採取合理審慎的態度。我們並無理由相信該等資料屬虛假或具誤導性或遺漏任何事實致使該等資料為虛假或具誤導性。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何彼等各自的董事、高級職員、聯屬公司、顧問或代表或參與[編纂]的任何其他各方並無獨立核實該等資料，且對其準確性概不發表任何聲明。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何彼等各自的董事、高級職員、聯屬公司、顧問或代表及參與[編纂]的任何其他各方概不就該等資料的完整性、準確性或公平性發表任何聲明，因此不應過分依賴該等資料。

資料來源

我們已委託獨立市場研究及諮詢公司灼識諮詢就全球包及背包製造及供應鏈管理進行研究及分析，並由灼識諮詢於灼識諮詢報告內編撰有關發現及結果。本文件載有摘錄自灼識諮詢報告的資料，而該等資料於本節及「概要」、「業務」及「財務資料」等其他章節反映。根據按公平磋商達致的服務協議，我們與灼識諮詢就提供其服務協定項目費為人民幣450,000元。

灼識諮詢的背景

灼識諮詢從事投資及融資諮詢業務，於香港成立並於北京及上海設立辦事處。其提供各行業的行業諮詢服務，包括行業諮詢、商業盡職調查及策略諮詢。

灼識諮詢報告

在編製灼識諮詢報告時，灼識諮詢透過不同資料來源進行一手及二手研究。一手研究涉及與主要行業專家及領先行業參與者面談。二手研究涉及對各種公開可取得數據來源（例如中國國家統計局、世界銀行、國際貨幣基金組織、經濟合作與發展組織、聯合國商品貿易統計數據庫（UN Comtrade）、中國海關總署等）的數據進行分析。灼識諮詢所收集的資料及數據乃採用灼識諮詢的內部分析模型及技術進行分析、評估及驗證。灼識諮詢所用方法乃以多個層面收集的資料為基準，使有關資料可予互相考證核實，確保其屬可靠及準確。此乃我們認為數據及統計數字可靠的基準。

灼識諮詢報告載有多項市場預測，當中依據的主要假設如下：(i) 全球主要市場（包括北美、歐盟、日本、中國及其他亞太地區國家）的經濟及行業化發展於未來幾十年應可以維持平穩增長趨勢；(ii) 於預測期間內，相關主要行業推動力應可以繼續帶動全球主要地區（包括北美、歐盟、日本、中國及其他亞太地區國家）的全球包及背包製造、出口及零售市場增長，其包括客戶的負擔能力上升以及不斷擴大的包及背包製造份額轉至製造及供應鏈管理公司；及(iii) 並無發生或制定可能對市場造

行業概覽

成嚴重或根本性影響的極端不可抗力事件或行業法規。董事確認，據彼等所深知，經作出合理考慮後，市場資料自灼識諮詢報告所載相關數據日期以來及直至最後實際可行日期概無重大不利變動，以致可能會對本節內的資料形成保留意見、有所抵觸或造成影響。

概覽

包及背包類別

包及背包的現代定義指帶有一條或兩條可穿過肩部以背部承重的背帶的包。包及背包一般可分類為以下五個不同分部：

時尚與休閒

休閒包及背包主要作日常使用，包括不同類型的校園包及背包及該等作休閒用途的包及背包。

戶外與運動

戶外包及背包廣泛用於戶外運動，主要包括日背包及夜間包及背包，該等包及背包的容量較大，為滿足短途旅行需求而設計。

商務

商務包及背包可供商務人士於工作場所使用。商務包及背包的一項特性是便於存放及攜帶筆記本電腦和文件，且許多該等包及背包均適合攜帶筆記本電腦。

功能

功能包及背包通常用於更專業或特定功能用途。例如多口袋相機包及背包、防水包及背包等。

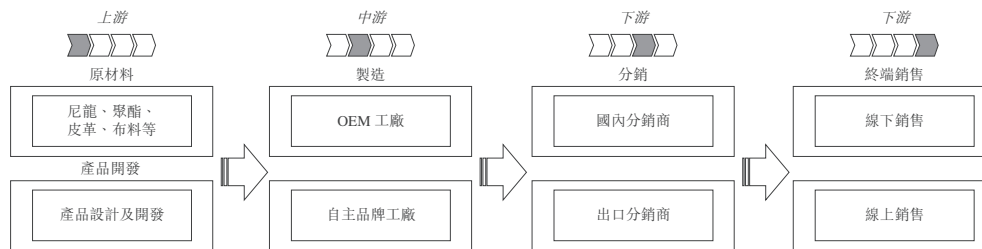
其他

其他包及背包包括玩具包及背包、專門為若干公司或工作崗位製造的工作包及背包及使用次數較少的其他類型包及背包。

附註：就本節而言，「時尚與休閒」及「戶外與運動」詞彙乃分別簡稱為「休閒」及「戶外」。「休閒與戶外包及背包」一詞指「時尚與休閒包及背包」及「戶外與運動包及背包」。「休閒包及背包」指休閒、戶外、功能及其他包及背包，但不包括商務包及背包。

全球包及背包製造及供應鏈管理市場的行業價值鏈及不同業務模式分析

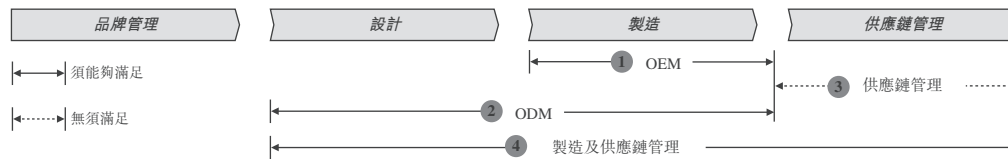
下圖表明包及背包OEM於價值鏈中的位置：



就包及背包品牌而言，於自立品牌工廠中挑選製造及供應鏈管理公司會帶來明顯的好處和風險。使用製造及供應鏈管理公司乃更具成本效益的選擇，在為地區選擇製造方面更便於擴大生產及靈活性。然而，就包括產品設計及開發在內的潛在知識產權損失而言，其亦涉及若干風險。

行業概覽

下圖表明全球包及背包製造及供應鏈管理市場的不同業務模式：



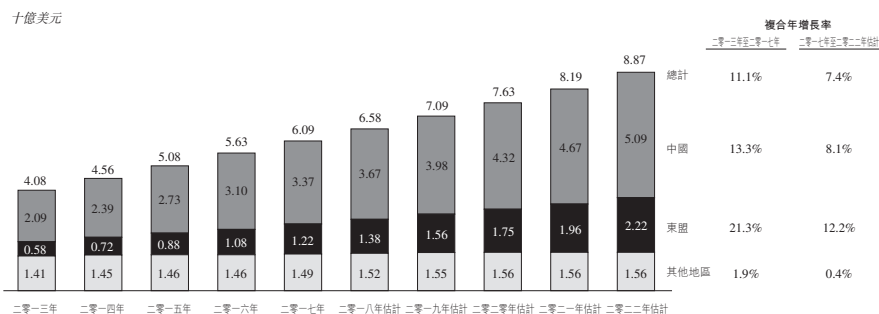
OEM自客戶接收樣品及設計，並製造用作客戶的產品部件或以客戶或其聯屬公司的品牌銷售的產品。ODM為其身為零售商的客戶設計及製造產品，而產品將由該客戶出售予消費者。供應鏈管理服務供應商將幫助客戶優化物流、國際貨運與裝運安排以及分銷渠道管理。製造及供應鏈管理市場被定義為涵蓋全球包及背包製造及供應鏈管理市場的行業價值鏈中的主要流程，包括設計、製造及供應鏈管理服務。部分製造商可能不時同時開展兩種、甚至全部三種商業模式。

包及背包製造及供應鏈管理市場

全球包及背包製造及供應鏈管理市場的出廠收入的市場規模及預測

於二零一三年至二零一七年期間，全球包及背包製造及供應鏈管理市場的出廠收入規模以11.1%的複合年增長率增長。該出廠收入增加主要受兩個因素推動：首先，包及背包消費量增加導致製造需求上升；其次，鑑於在全球個人可支配收入增加的背景下，消費者的負擔能力日益增強，包及背包的零售及出廠價格繼續逐步提高。預計該等因素日後將繼續發揮重要作用，因此市場預期將繼續從該強勁增長勢頭中獲益，到二零二二年將增至88.7億美元，複合年增長率為7.4%。中國仍維持其龐大的勞動力，隨著製造專門技術逐步升級，包及背包品牌（尤其是設計較複雜的高端品牌）備受歡迎。

全球包及背包製造及供應鏈管理市場的出廠收入的市場規模及預測 (二零一三年至二零二二年(估計))



附註：由於四捨五入，圖表中的數字相加後並不等於總和。

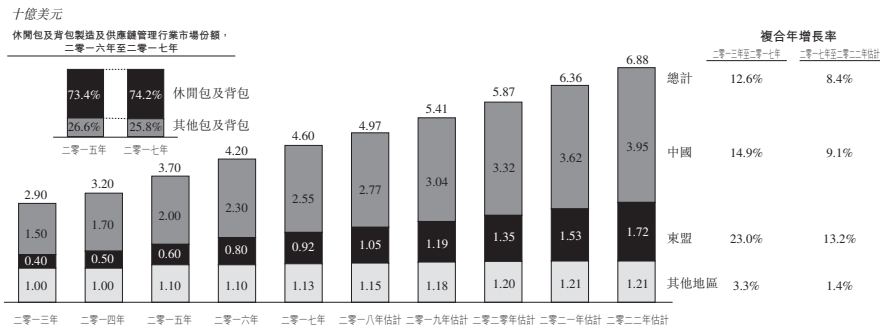
資料來源：灼識諮詢

行業概覽

全球休閒包及背包製造及供應鏈管理市場的出廠收入的市場規模及預測

全球休閒包及背包製造及供應鏈管理市場的出廠收入的總市場規模由二零一三年的29.0億美元增長至二零一七年的46.0億美元，錄得12.6%的雙位數複合年增長率。休閒包及背包製造及供應鏈管理分部受推動全球包及背包製造及供應鏈管理市場增長的相同因素所推動。此外，在娛樂活動日益受歡迎及休閒裝於工作場所的接受度不斷提高的推動下，休閒包及背包的消費需求將於未來數年繼續增加至68.8億美元，二零一七年至二零二二年間的複合年增長率為8.4%。

全球休閒包及背包製造及供應鏈管理市場的出廠收入的市場規模及預測 (二零一三年至二零二二年(估計))



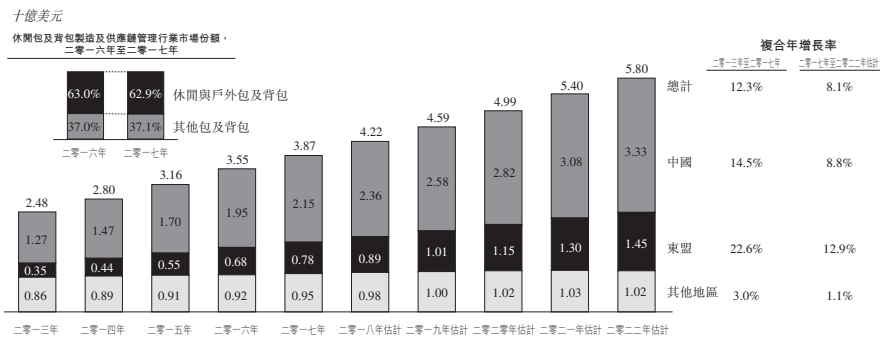
附註：由於四捨五入，圖表中的數字相加後並不等於總和。

資料來源：灼識諮詢

全球休閒與戶外包及背包製造及供應鏈管理市場的出廠收入的市場規模及預測

休閒與戶外包及背包製造及供應鏈管理分部受推動全球包及背包製造及供應鏈管理市場增長的相同因素所推動。此外，由於最新時尚款式的需求攀升、於工作場所穿著休閒裝的轉變及戶外活動日益受歡迎，所有該等因素促進休閒與戶外包及背包分部的需求增長，從而帶動增長。

全球休閒與戶外包及背包製造及供應鏈管理市場的出廠收入的市場規模及預測 (二零一三年至二零二二年(估計))



附註：由於四捨五入，圖表中的數字相加後並不等於總和。

資料來源：灼識諮詢

行業概覽

全球休閒與戶外包及背包製造及供應鏈管理市場的市場推動力

全球包及背包零售銷售及消費增加

隨著可支配收入增加、生活水平日益提高及健康意識不斷增強，全球包及背包零售銷售及消費近年來快速增長。

隨著全球財富及主要全球市場，例如，北美、歐盟、中國及亞太地區的可支配收入不斷增加，消費性產品（包括包及背包）變得越來越便宜，及消費者越來越傾向於追求更高生活水平及更具時尚意識，這進而提高其在品牌及／或時尚相關產品（包括休閒及戶外包及背包）消費的意願、推動全球包及背包以及全球包及背包製造及供應鏈管理市場的需求。例如，就發達市場而言，北美及歐盟一直為包及背包的兩個最大零售市場，這是受全球最高水平個人可支配收入及消費開支的推動。與此同時，鑑於發展中國家擁有龐大的人口基數且其購買力持續上升，該等國家的包及背包零售銷售價值快速增長，尤其是亞太地區國家，該地區仍為全球包及背包消費最大的地區。因此，包及背包消費增加日後必將推升包及背包的製造需求。

此外，消費者不斷提高的健康意識將會促使其更積極地參與戶外及體育活動。這一趨勢預計將增加包及背包的購買需求及整體消費，並擴大包及背包行業內的戶外及體育分部，尤其是在人們對健康生活方式的選擇上已經有了更高的認識的發展中國家。例如，戶外包及背包分部於二零一三年到二零一七年按複合年增長率13.7%增長，而此增長勢頭預計於未來五年該分部將繼續按複合年增長率8.4%增長。

製造地點方面的低成本優勢及更靈活組合

包及背包品牌一直將其不斷增加的製造量份額轉至包及背包製造及供應鏈管理。此舉反映製造及供應鏈管理製造具低成本優勢，製造及供應鏈管理製造商從亞洲國家較低的勞工成本及較低的原材料採購成本中獲益。此外，鑑於與不同地理位置的製造及供應鏈管理合作時靈活性提高，品牌公司可優化其裝運選擇，從而降低其物流成本。因此，全球包及背包製造及供應鏈管理市場面臨機遇，可自品牌工廠承接更多製造份額，這勢必令產量逐漸增加，從而帶來更多收入。

對於選定亞洲國家的有利貿易政策

受眾多國家政府頒佈的有利退稅及貿易政策所推動，於亞洲國家製造的包及背包出口量不斷增加。例如，通過降低若干發展中國家的稅率，普惠制(GSP)惠及若干亞洲國家（例如，柬埔寨、緬甸、泰國及印度）。此外，歐盟與越南之間的自由貿易協定談判將使越南在逐步降低稅率方面受益。有關更多詳情，請參閱本章節下文「影響全球包及背包製造及供應鏈管理市場的政策及法規」。該等有利的貿易政策將有助於加強有關受惠國製造商的當前競爭優勢，包括但不限於其廉價勞動力及生產成本，

行業概覽

進一步激勵包及背包品牌擁有人向其分配更多的產量及自受惠國家進口更多包及背包，因而促進全球，尤其是東盟國家的包及背包製造及供應鏈管理市場繁榮。

影響全球包及背包製造及供應鏈管理市場的政策及法規

美國普遍優惠制（普惠制）及歐盟標準普惠制及其他政策

於二零一六年七月設立的符合美國普惠制資格的紡織品、服裝及旅行用品HTS種類是一項旨在透過鼓勵發展中國家與美國之間開展貿易而促進經濟增長的計劃。其為紡織品、服裝及旅行相關用品提供優惠免稅待遇。尤其是，其向亞太區眾多指定受惠國家（包括柬埔寨）逾3,500項產品（包括旅行包、背包、包等）提供免稅待遇。

歐盟已頒佈多項貿易相關政策，其中包括：(i) 標準普惠制，其就來自越南（其中包括其他受惠國家）之所有應課稅產品種類中約66%降低歐盟進口稅；及(ii) 除武器外一切都行計劃，其針對從最不發達國家（包括柬埔寨）向歐盟國家出口的所有類別貨品（不包括武器）允許免關稅及免配額。因此，柬埔寨向歐盟的出口於過去幾年大幅增長。

影響中國包及背包製造及供應鏈管理市場的政策及法規

中國財政部及國家稅務總局於二零一五年一月頒佈的《關於調整出口改革退稅率的通知》宣佈，中國政府將開始調高部分高附加值出口產品的退稅率，包括紡織產品。部分紡織產品的出口退稅率已升至17%，這將有助於支持中國於紡織及服裝業的國際競爭力。世界貿易組織於二零一五年一月頒佈的《紡織品貿易一體化》宣佈，於實行該政策後，中國紡織品出口至國外市場將不再受配額及高額關稅限制，這於中國國內紡織品製造商希望進一步提高其出口量時尤為重要。歐盟—地中海自由貿易區於二零一零年九月成立，而歐盟已與地中海地區推出優惠貿易政策以促進該地區紡織業的發展。除於地中海地區推廣優惠貿易政策外，歐盟亦已採取行動不再給予中國紡織品優惠待遇，已調高中國紡織品的關稅稅率。

影響越南包及背包製造及供應鏈管理市場的政策及法規

於二零零二年一月頒佈的《東盟自由貿易協定》協調所有與內部商品貿易綜合協定有關的活動，並著眼於「東盟自由貿易區均享受優惠關稅稅率」並遵守在承諾基礎上簽署的其他有關協定。歐盟與越南於二零一二年六月開始磋商自由貿易協定（自由貿易協定），而其主要意向旨在大幅增加可享有優惠關稅稅率的產品範圍，並在依法實行（預期於二零一八年開始生效）後七年內逐步將該等產品的關稅稅率降至零。於最後實際可行日期，旅行商品、包及類似集裝箱的出口商現時需繳納的關稅稅率介於2.7%至9.7%，並預期於依法實行自由貿易協定後，有關商品不久即會納入享有零或優惠關稅稅率目錄中。現有12個成員國進行跨太平洋伙伴關係（跨太平洋伙伴關係）談判，亦包括越南。於夥伴關係生效後，越南出口產品的關稅稅率78%至95%將即時跌至零，該變動亦將影響皮革及

行業概覽

紡織品。然而，美國於二零一七年退出談判預期將會對夥伴關係產生負面影響。鑑於美國大選後政治環境的變化，越南政府已決定不向國會施壓，要求其批准由美國主導的跨太平洋夥伴關係。

競爭格局

由於存在數以萬計的競爭對手，全球包及背包製造及供應鏈管理市場高度分散。前五名參與者於二零一七年佔據全球包及背包製造及供應鏈管理市場的約17.15%份額及全球休閒包及背包製造及供應鏈管理市場約19.66%份額。在全球休閒與戶外包及背包製造及供應鏈管理分部方面，前五名參與者於二零一七年奪得18.14%份額。

中國一向是眾多行業的全球製造中心，包及背包製造亦不例外。出口一直為中國多間包及背包製造及供應鏈管理公司貢獻大部分收入。中國有超過一萬間包及背包製造及供應鏈管理公司，包及背包製造及供應鏈管理市場保持相對分散。於二零一七年，前五名參與者佔據整體包及背包製造及供應鏈管理市場的約21.93%份額，而同年休閒與戶外包及背包分部的份額為約20.69%。就出廠收入而言，中國整體包及背包製造及供應鏈管理市場於二零一七年的收入達致34億美元，而休閒與戶外包及背包製造及供應鏈管理分部已佔據約78.1%市場份額，於二零一七年收入為24億美元。東盟國家已繼續在全球市場贏得經濟立足點，尤其是於包及背包製造及供應鏈管理市場，東盟國家於全球市場逐步回升。在經濟快速發展及勞動力成本降低的帶動下，東盟的包及背包製造及供應鏈管理行業於未來數年增長較快。東盟的包及背包製造及供應鏈管理市場亦高度分散，存在數千間包及背包製造及供應鏈管理公司；其中部分公司由外國投資提供資金。

本集團及競爭對手的排名

我們的出廠收入於全球包及背包製造及供應鏈管理市場排名第三

我們於二零一七年於競爭對手中於全球包及背包製造及供應鏈管理市場排名第三。前五名參與者於二零一七年佔據總市場份額的17.15%，換算為同年的總出廠收入則為1,064.9百萬美元。本集團貢獻250.8百萬美元，佔市場的4.04%。所有前五名參與者均來自亞洲國家並於中國及／或東盟地區經營工廠。

二零一七年於全球包及背包製造及供應鏈管理市場的排名及市場份額

公司	全球排名	總部	市場份額 (%)	二零一七年 出廠收入 (百萬美元)
競爭對手A	1	中國	4.52%	280.6
競爭對手B	2	韓國	4.25%	263.8
本集團	3	香港	4.04%	250.8
競爭對手C	4	韓國	2.57%	159.4
競爭對手D	5	中國	1.77%	110.3

資料來源：灼識諮詢

行業概覽

我們的出廠收入於全球製造及供應鏈管理市場中休閒包及背包分部排名第一

我們於二零一七年於全球休閒包及背包製造及供應鏈管理市場排名第一。前五名參與者於二零一七年佔據總市場份額的約19.66%，換算為同年的總出廠收入則為905.4百萬美元。本集團為最大市場參與者，於二零一七年已佔領5.45%市場，同年出廠收入為250.8百萬美元。

二零一七年於全球休閒包及背包製造及供應鏈管理市場的排名及市場份額

公司	全球排名	總部	市場份額 (%)	二零一七年 出廠收入 (百萬美元)
本集團	1	香港	5.45%	250.8
競爭對手B	2	韓國	5.17%	238.1
競爭對手A	3	中國	3.53%	162.7
競爭對手C	4	韓國	3.12%	143.5
競爭對手D	5	中國	2.39%	110.3

資料來源：灼識諮詢

競爭對手

下文為我們的競爭對手概要及其主要詳情：

公司	總部位置	業務概覽	二零一七年 全球包及背包 製造及供應鏈 管理市場的 總出廠收入	僱員人數
競爭對手A	中國	製造及出口各類全球商務、休閒與戶外包及背包及行李箱一流品牌	280.6百萬美元	超過10,000
競爭對手B	韓國	製造、加工包及背包、行李箱及其他有關產品	263.8百萬美元	超過15,000
競爭對手C	韓國	利用位於中國、越南及印度尼西亞共和國的生產設施的OEM及ODM模式為全球知名品牌製造產品	159.4百萬美元	超過9,000
競爭對手D	中國	製造及銷售運動器材、運動服及配飾及尼龍袋	110.3百萬美元	超過5,000

資料來源：灼識諮詢

行業概覽

全球包及背包製造及供應鏈管理行業的入行門檻

巨額初始投資及收購固定資產

為開設一間新工廠，新入者須大量投資於收購所需製造設施、設備及其他固定資產。同樣，新入者將須支付多項可變成本，包括工廠的租金及龐大工人隊伍的工資。所有該等成本於新入者進入包及背包製造及供應鏈管理行業時對其財務能力產生了諸多重大妨礙。

資源豐富的客戶關係

為建立市場地位，新入者必須取得包及背包品牌，尤其是業務發展方面，於尋求與全球領先包及背包品牌的合作關係時尤其具有挑戰性。該等包及背包品牌性質在其與製造及供應鏈管理公司的已有合作方面非常有挑戰性，該等品牌高度重視保持產品質量及穩定供應。因此，新製造及供應鏈管理公司立足於市場可能是一項重大挑戰，尤其是與全球一流品牌的合作關係。

於製造流程及技術方面的經驗及知識

由於製造領域通常屬勞動密集型加上包及背包製造涉及諸多漫長及分散流程，工廠工人培訓於加大生產前至關重要；這對於製造技術通常過度依賴人工的部分低端製造及供應鏈管理公司而言尤其如此。因此尋求進入市場的新製造及供應鏈管理公司必須於開始生產前於既定位置成功招聘及培訓龐大的工人及中層管理人員隊伍。

成本分析

中國原材料及勞工成本分析

包及背包產品所用的主要原材料包括聚酯纖維及尼龍纖維，其價格受國家供需動態影響。尼龍纖維的均價由二零一三年的3.9美元／千克跌至二零一七年的3.0美元／千克。與此同時，該期間聚酯纖維的均價亦下跌，由二零一三年的1.9美元／千克下跌至二零一七年的1.4美元／千克。聚酯纖維及尼龍纖維價格均下跌乃主要由於期內原油價格不斷下跌所致。然而，聚酯纖維及尼龍纖維產量因政府於供應側方面的削減供應及環境保護舉措而穩步下跌，而聚酯纖維及尼龍纖維的下游消費量在中國整體經濟增長的大背景下一直穩定增長，從而導致過往幾年包及背包OEM對於聚酯纖維及尼龍纖維的相對穩定購買價。此外，倘包及背包OEM購買合成纖維織物等加工產品，則其可能因環境保護甚至須支付若干溢價款項。中國製造工人的平均工資已同時穩定增長，由二零一三年的每年7,862美元增加至二零一七年的每年9,315美元。

行業概覽

越南及柬埔寨勞工成本分析

越南製造工人的平均工資由二零一三年的每年2,280美元增至二零一七年的每年3,972美元，複合年增長率為14.9%。儘管越南製造工人的平均工資已大幅增加，但仍遠低於中國製造工人的平均工資。同時，柬埔寨製造工人的平均工資由二零一三年的每年1,661美元增至二零一七年的每年2,640美元，複合年增長率為12.3%。越南及柬埔寨與中國相比時，均於其更為低廉的勞工及製造成本方面頗具競爭優勢，令其成為全球包及背包製造及供應鏈管理公司以及包及背包品牌公司的具吸引力的替代國。

來自韓國及台灣的尼龍的出口價格

韓國及台灣分別為尼龍長絲及尼龍短纖維的主要製造地區，諸多亞洲國家自韓國及台灣進口該等兩種原材料。於過去五年內，鑑於日益下跌的原油及苯價格，該等兩種產品的出口價格逐步下降。來自韓國的尼龍長絲的出口價格由二零一三年的8.9美元／千克減至二零一七年的5.8美元／千克。來自台灣的尼龍短纖維的出口價格亦由二零一三年的3.7美元／千克跌至二零一七年的3.2美元／千克。一般而言，價格減少由兩個地區的結構性過度供應以及不斷增加的供應商數目及不斷提高的產量帶動。由於仍存在過度供應但產能削減計劃尚在議程上加上環境保護工作，預測價格於未來數年保持穩定或適度下跌。然而，在期內包及背包OEM需求的帶動下，合成纖維織物等加工產品的價格波動遠低於原材料價格。