

行業概覽

除另有指明者外，本節以下資料及統計數字乃摘錄及取材自若干政府官方刊物及益普索編製的市場調查報告。我們相信本節所載資料及數據的來源為有關資料及數據的適當來源，並已合理審慎摘錄及轉載相關資料及統計數字。我們並無理由相信相關資料及統計數字屬不實或誤導。然而，本節所載資料未經我們、[編纂]、獨家保薦人、牽頭經辦人、[編纂]、彼等各自的任何聯繫人、董事或顧問或涉及[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實，並無就其是否完整、準確或公平發表任何聲明。因此，閣下不宜過分倚賴本節所載資料。

資料來源及可靠程度

益普索的背景

益普索由Ipsos Group S.A.全資擁有，而Ipsos Group S.A.於一九七五年在法國巴黎創立並於一九九九年於紐約泛歐證券交易所(巴黎)公開上市。Ipsos Group S.A.於二零一一年十月收購Synovate Limited，並在全球88個國家聘請約16,600名職員。Ipsos Group S.A.從事市場狀況、市場規模、份額及板塊分析、分佈及價值分析、競爭對手追蹤及企業情報的調查工作。我們同意就編製益普索報告向益普索支付818,000港元。

調查方法

益普索透過以下方法獲取及搜集數據及情報，以編製益普索報告：(a)進行案頭研究，涵蓋政府及監管統計數據、行業報告及分析師報告、行業協會、業內刊物及其他網上資源以及來自益普索研究數據庫的數據；(b)進行客戶諮詢，以取得有關本公司的背景資料；及(c)透過與主要利益相關者及業內專家面談進行第一手資料研究。本節所載資料及統計數據乃摘錄自益普索報告。

益普索所搜集的資料及數據乃採用益普索內部分析模型及技術進行分析、評估及驗證。益普索所採用的方法乃以不同層面搜集的資料為基準，使有關資料可予互相考證核實。

益普索報告所採用的假設及參數

益普索報告所採用的假設如下：

(1)假設全球服裝業產品及服務的需求及供應於預測期間均維持穩定。(2)假設並無金融危機或自然災害等外部衝擊，影響全球服裝業於預測期間的需求及供應。

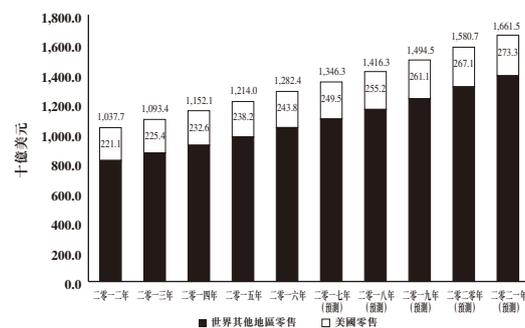
行業概覽

益普索報告所載的市場規模及預測模型所採用的參數如下：

- (1) 二零一二年至二零一六年斯里蘭卡、中國及美國的國內生產總值及國內生產總值增長率。
- (2) 二零一二年至二零一六年斯里蘭卡、中國及美國的服裝產品出口值。
- (3) 二零一二年至二零一六年斯里蘭卡盧布兌美元的匯率。
- (4) 二零一二年至二零一六年人民幣兌美元的匯率。

全球及美國服裝零售市場概覽

下圖載列二零一二年至二零一六年服裝產品的全球零售價值及美國零售價值以及二零一七年至二零二一年的預測：



資料來源：益普索調查及分析

服裝產品的全球零售銷售價值自二零一二年的10,377億美元增加至二零一六年的12,824億美元，複合年增長率約為5.4%。於二零一七年至二零二一年的預測期間，預計服裝產品的全球零售銷售價值將自二零一七年的13,463億美元以複合年增長率約5.4%穩步增長至二零二一年的16,615億美元。預期新興經濟體將於預測期間支持全球服裝產品銷售價值增長。於二零一六年，女裝、男裝及童裝分別佔服裝產品全球零售銷售價值約50%、30%及20%。

美國服裝產品零售銷售價值適度增長，自二零一二年的2,211億美元增加至二零一六年的2,438億美元，複合年增長率約為2.5%。部分由於美國人均可支配收入自二零一二年的41,250美元適度增長至二零一六年的43,778美元所帶動(複合年增長率約為1.5%)。預期美國服裝產品零售銷售價值將於預測期間持續穩步增長，自二零一七年的2,495億美元增加至二零二一年的2,733億美元(複合年增長率約為2.3%)。

行業概覽

本集團佔美國服裝總入口價值之市場份額

美國服裝入口於二零一六年達840億美元，自二零一二年至二零一六年間的複合年增長率為1.0%。截至二零一六年三月三十一日止年度，本集團錄得556.1百萬港元（相當於71.6百萬美元）。由美國市場產生的100%收益可見，本集團佔截至二零一六年三月三十一日止年度美國服裝總入口價值份額約0.1%。

香港服裝製造業概覽

儘管香港的本地服裝製造業一度非常蓬勃，但絕大部分香港服裝公司已將生產業務轉移至中國內地及其他國家。然而，香港仍為全球服裝採購中心。服裝公司位於香港的辦事處如今大部分從事設計、原材料採購、物色供應商、供應鏈管理、品質監控、市場推廣及融資。許多位於香港的服裝公司與主要海外服裝賣家以及中國內地及東南亞生產設施維持緊密關係。於二零一六年，香港註冊服裝製造商約有688家。

此外，香港服裝產品出口價值由二零一二年的213億美元下跌至二零一六年的149億美元，複合年增長率約為-8.5%。下降主要由於服裝製造業務由中國轉移至成本更低的東南亞國家，導致中國生產的服裝產品經香港轉口量下降。此外，許多香港服裝公司雖管理服裝供應鏈，但其產品並非經香港出口或轉口。於二零一六年，香港服裝產品最主要出口目的地為美國，佔香港服裝產品出口總值約42%。

全球服裝製造業概覽

服裝製造業持續不斷向生產及勞工成本較低的國家轉移。儘管中國仍為最大製衣國，但斯里蘭卡、孟加拉、越南、印尼、柬埔寨及泰國等國家日漸成為重要成衣出口國。歐洲及美國等發達經濟體則繼續為主要消費市場，惟印度及中國等新興經濟體正成為需求增長的主要動力來源。

二零一二年至二零一六年間，服裝產品的全球總出口價值自二零一二年的4,051億美元以複合年增長率約2.2%稍微增加至二零一六年的4,421億美元。於二零一六年，中國為世界最大的服裝產品出口國，佔全球出口總值約33%。

行業概覽

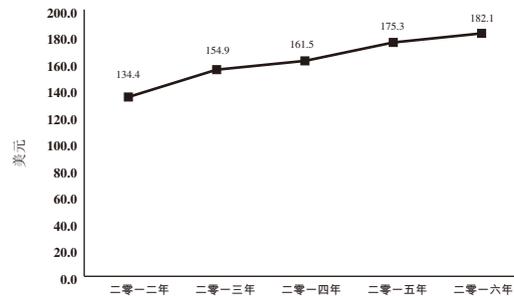
斯里蘭卡服裝製造業概覽

斯里蘭卡崛起成為全球重要服裝產地。斯里蘭卡享有歐洲聯盟(「歐盟」)的優惠貿易安排，包括自二零一七年五月的超普遍性優惠措施(「GSP+」)地位，即斯里蘭卡產品可獲寬減歐盟進口關稅。斯里蘭卡勞工成本低於中國，可讓服裝製造商降低生產成本。鑒於當地生產商遵守各類國際勞工及環境規定，故成為買家所熟知較為符合道德採購原則的國家。

斯里蘭卡服裝製造商面臨日趨激烈的競爭壓力，主要來自孟加拉等低勞工成本國家。競爭環境導致斯里蘭卡生產商從高量產轉向具備高附加值的利基產品。市場領先生產商已成為專門產品供應商，例如高級休閒裝及內衣。

二零一六年，斯里蘭卡服裝產品的總出口量為47億美元，於二零一二年至二零一六年間的複合年增長率約為5.5%。該增長來自於向美國及歐盟等主要出口市場供應的中高價位產品數量上升。但美元升值及出口至美國的產品貿易價值下降，則導致二零一五年出口價值下降。於二零一六年，斯里蘭卡服裝產品的最主要出口目的地為美國，佔總出口價值約26%。受惠於二零一七年五月實施的GSP+，有望帶動出口至歐盟的服裝產品數量，預期斯里蘭卡服裝產品出口價值將穩步增長。

下圖載列二零一二年至二零一六年斯里蘭卡工業行業工人的每月平均工資：



附註：(i)數據指工業行業每月工資的平均值，包括(i)採礦及採石；(ii)製造；及(iii)建築、電力、燃氣、蒸汽及空調供應、供水、排污、廢物管理及環境補救活動

資料來源：斯里蘭卡人口普查及統計部

行業概覽

斯里蘭卡的每月平均工資由二零一二年134.4美元增至二零一六年182.1美元，複合年增長率約為7.9%。於二零一五年，政府於國會通過法案，制定最低工資每月10,000盧比(相當於73.7美元)，但於計入津貼及加班費後，實際工資通常高於此數額。

斯里蘭卡服裝製造業的競爭形勢

根據斯里蘭卡出口發展局(EDB)的數據，斯里蘭卡於二零一七年約有300至350家服裝製造商。大部分服裝製造公司規模相對較小，一般每家工廠僱用少於500名工人。然而，若干全方位服裝解決方案提供商的總部設於斯里蘭卡。該等公司為垂直綜合企業，從事設計、紡織品製造、製衣及供應鏈管理，一般於斯里蘭卡及海外設有多家工廠。

市場驅動因素

中國價格上漲提高斯里蘭卡的相對成本優勢

由於勞工及生產成本上升，預期中國在服裝出口的全球主導地位將於往後數年被削弱。服裝製造公司因而正尋求將生產業務遷往成本較低的地方，如斯里蘭卡。

政府支持增加

於二零一七年，斯里蘭卡政府宣佈成立紡織產業集群，藉此支持行業的後向整合。透過鼓勵當地上游服裝行業的發展，整個服裝業可受惠於較低原材料成本及更迅速的採購。整體而言，為推動投資，於斯里蘭卡投資5百萬美元至1億美元(不包括土地價值)的當地或外資公司於營運次年年末將獲提供投資額的5%作補貼。此項政策可進一步提升斯里蘭卡作為服裝產地的吸引力。

機遇

改善物流及運輸網絡

斯里蘭卡的運輸網絡受惠於中國的「一帶一路」政策，大幅提高斯里蘭卡在港口及高速公路方面的投資。由於當地物流成本下降及生產交貨時間縮短，為斯里蘭卡服裝製造業迎來機遇。此外，預測斯里蘭卡服裝製造業將能夠增加與中國及其他新興市場的貿易往來，從而拓闊服裝出口市場。

行業概覽

威脅與挑戰

依賴少數出口市場

斯里蘭卡服裝製造業著重於相對少數的出口市場，尤其是美國及歐盟。倘該等主要市場的服裝產品需求下降，則可能會對斯里蘭卡服裝製造業造成重大負面影響。

其他服裝產地競爭對手冒起

服裝製造業持續不斷向成本較低的生產地點轉移。倘斯里蘭卡的勞工成本上升速度高於生產力，或倘斯里蘭卡製造商未能轉向生產高檔產品，則會面臨服裝買家向成本較低的國家採購服裝的風險。若干低成本國家的服裝製造業正在冒起，如緬甸及埃塞俄比亞等。

准入門檻

所需資本投資高昂

有意進軍服裝製造業的企業須投入大量初始資金，購置先進生產設備。儘管服裝製造業的資本密集度一般較其他製造業為低，但由於斯里蘭卡服裝製造業著重於較高檔服裝產品，可能需購置更多先進生產設備。

中國服裝製造業概覽

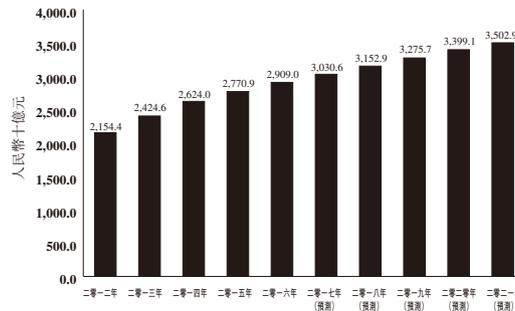
儘管眾多服裝製造商已採納「中國加一」策略以物色其他低成本生產地，惟中國服裝製造業透過先進生產技術所生產的優質服裝仍備受服裝買家推崇。中國具備不同製衣技術方面廣泛技能的合資格勞工，較新興市場具有明顯優勢。此外，中國的全產業鏈帶來較低成本及快速採購原材料的優勢。因此，中國的生產交貨時間可能較新興市場的競爭者為短。

自二零一二年至二零一六年的整個歷史期間，中國服裝產品的出口價值錄得複合年增長率約-0.1%的整體下降。服裝產品價值由二零一二年的1,483億美元增至二零一四年的1,734億美元，其後下降至二零一六年的1,478億美元。出口價值於二零一四年至二零一六年減少，由於主要出口目的地的服裝產品需求下降及將服裝產品生產業務遷往成本較低的國家所致。然而，由於

行業概覽

供應鏈成熟並極具規模，且有大量經驗豐富及技術出眾的勞工，故中國服裝產品製造業維持其競爭優勢。因此，儘管當前服裝製造業出現遷移潮，惟預期中國服裝產品的出口價值於預測期內將維持相對穩定。

下圖載列二零一二年至二零一六年中國服裝製造的銷售價值，以及二零一七年至二零二一年的相關預測：



資料來源：中國國家統計局；益普索研究及分析。

中國服裝製造業的銷售價值由二零一二年的人民幣21,544億元增至二零一六年的人民幣29,090億元，複合年增長率為7.8%。該增長受內需轉強及全球服裝產品需求穩定所帶動。中國逐步轉向生產中高價位服裝，令當地所製服裝的每單位售價有所增長，從而推動行業銷售價值。

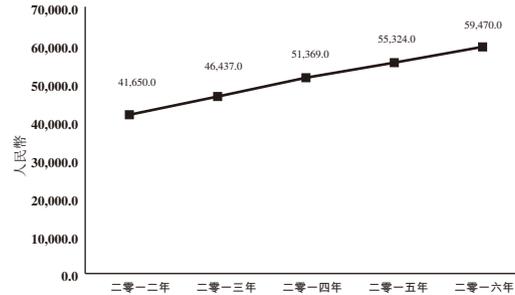
於二零一七年至二零二一年的預測期間內，預期銷售價值將由二零一七年約人民幣30,306億元逐步增至二零二一年的人民幣35,029億元，複合年增長率為3.7%。基於若干理由，預期銷售價值將按低增長率增加。第一，預期主要進口市場對中國所製服裝產品的需求將較歷史期間為低。第二，按生產效率及產能計，服裝製造業已成熟，重大產業擴充的機遇甚少。第三，勞工成本一直急速上漲，導致生產業務須遷往成本較低的國家。儘管如此，中國公司先進的生產能力（尤其是中高價位服裝產品的生產）將繼續帶動行業於預測期內增長。預期中國消費市場將會增長，從而為國內市場的服裝產品生產帶來支持。

本集團佔中國製衣業之市場份額

本集團於截至二零一六年三月三十一日止年度錄得556.1百萬港元（相當於人民幣475.7百萬元）。表示本集團佔截至二零一六年三月三十一日止年度中國製衣業銷售價值市場份額約0.02%。

行業概覽

下圖載列二零一二年至二零一六年中國製造業工人的平均年薪：



資料來源：中國國家統計局

中國製造業工人的平均年薪由二零一二年的人民幣41,650.0元增至二零一六年的人民幣59,470.0元，複合年增長率為9.3%。增長歸因於通脹加劇及勞工供應減少。由於人口老化及出生率偏低，勞動人口規模已逐漸減少。服裝製造公司近年在招聘及挽留熟練勞工面對重大困難，故眾多公司須提升工人的工資。

中國服裝製造業的競爭形勢

根據中國國家統計局的資料，於二零一五年，年度銷售額超過人民幣5百萬元的服裝製造商共計15,943家。鑑於公司數目眾多，市場競爭頗為激烈。二零一六年所頒布的第十三個五年計劃中指出，中國政府鼓勵服裝製造業於二零二零年之前由勞工密集生產轉向中高價位生產。在目前的轉型形勢下，環境法規日趨嚴厲且南亞及東南亞國家如斯里蘭卡、越南及孟加拉的競爭越趨激烈，中國服裝製造業近年面臨增長放緩。因此，預期該行業將更趨集中，且更多服裝製造商將定位於中高價位服裝生產市場。

市場驅動因素

修訂出口退稅機制

於二零一五年五月，國家稅務總局修訂出口退稅管理機制，對獲評為A級納稅信用等級的企業取消增值稅專用發票認證流程(國家稅務總局公告[2016]第7號)。該政策修訂減少退稅申請所需文件數目，並增加若干省份的退稅率。預期經重訂的出口退稅機制將縮短企業退稅流程，以

行業概覽

及增加退稅率。因此，該政策可改善企業的現金流量，讓其得以參與較高資本需求的大型項目。此舉可望在面臨新興市場嚴峻挑戰下提高產業的增長潛力。退稅機制將服裝產品的退稅率增至17%，讓產品出口時可調低服裝價格，從而進一步惠及服裝製造業。鑒於本集團現正為美國及歐洲客戶提供服裝產品，修訂出口退稅機制使退稅時間縮短，生產成本降低，讓本集團可從中受惠。

人民幣於二零一五年至二零一六年持續貶值

人民幣兌美元自二零一五年八月起持續貶值，有助提高出口收入及加強出口競爭力，從而帶動產業增長。由於出口仍為中國服裝製造業的重要一環，而業務以出口為主的市場參與者以外幣收取款項，人民幣於二零一五年至二零一六年偏軟令盈利能力有所提升。總而言之，由於使用美元的國家從中國進口服裝產品的採購成本較低，而其他因素保持不變，因此人民幣持續貶值可增加中國出口的競爭力，從而成為其中一個增長驅動因素。由於本集團經營的業務以美元／港元計值，而港元與美元掛鈎，因此本公司在中國經營業務時，我們認為人民幣持續貶值亦對本集團有利。此乃由於以美元／港元作結算貨幣，而其他因素保持不變時，生產成本較低。

自動化設備創新及應用日益增加

服裝製造業的自動化設備使用率日益增加，可部分減輕勞工成本上漲的影響、促進生產效率及提高生產質素。根據工業和信息化部於二零一六年九月頒布的「十三五紡織工業發展規劃(2016-2020年)」，政府旨在優先支持全自動化設備創新，並倡導「智能」及「綠色」生產。服裝製造設備創新及自動化的增長趨勢，有助改善服裝製造業的生產力及盈利能力，從而可推動產業增長。

服裝製造業為勞動密集型產業，因此整個行業及本公司可受惠於自動化設備，提高生產力及生產靈活性，亦可減少勞工成本。

行業概覽

機遇

技術轉型至生產優質服裝產品

鑑於生產成本大幅上升，多家以中國為基地的服裝製造商正尋求轉向較高增值產品。儘管新興市場的生產成本較低，惟生產高增值產品需具備先進生產技術，而有關國家的服裝製造商在此方面的能力略遜。中國服裝製造業由此迎來機遇，以繼續由高產量低端生產轉向較高增值產出。這種轉型為中國服裝製造業造就新的市場定位，且吸引更多高端市場的國際客戶，並因此進一步提高中國服裝製造業的收益。

本集團擁有製造高增值產品的豐富經驗。因此，客戶在中國物色工廠為較高增值產品提供代工生產服務時，本集團與其他工廠競爭時佔有優勢。

內需增加

由於家庭收入增加且服裝消費意欲上升，中國國內服裝市場具備高增長潛力。於二零一二年至二零一六年，中國服裝零售銷售的複合年增長率超過8%。根據香港貿易發展局於二零一五年的問卷調查，於問卷調查前一年的人均服裝產品年度消費約為人民幣4,000.0元，並有望進一步上升。此情況為中國服裝製造業帶來機遇，借此提高產量以供國內銷售。

由於國內市場不斷擴張，預期對服裝製造服務的需求將增加。

威脅與挑戰

勞工成本上漲降低盈利能力

近年，勞工成本高昂持續降低服裝製造業的盈利能力。各省市已因應勞動人口供求而制定每月最低工資。根據廣東省人力資源和社會保障廳的數據，於二零一七年一月，一線地區(包括廣州市)的每月最低工資定於人民幣1,895元，較二零一二年一月上升45.8%。往後數年，預期最低工資將平均按年上升約19%。此情況可能窒礙中國服裝製造業的增長，尤其影響依重勞工密集生產且無自動化設備的服裝製造商。

行業概覽

環境法規日趨嚴厲

於二零一六年九月的中國第十三個五年計劃及環境保護部連同全國人民代表大會頒布將於二零一八年一月一日生效的中華人民共和國環境保護稅法，意味著環境法規日趨嚴厲。該等法規對紡織業上游印染業務的影響將最為顯著，由於該等業務通常為最嚴重的污染源頭，故須投入資金購置更為環保的生產設施。此情況可能增加服裝製造業的原材料成本，並進一步削弱中國作為服務產地的相對價格競爭力。

准入門檻

技術要求不斷提高導致資本投資高昂

誠如上文有關斯里蘭卡准入門檻所述，資本投資高昂成為服裝製造業的入行障礙。由於中國製造商需生產更多不同類別的服裝以迎合需求，新參與者須投入高昂的資本以購置各類先進技術設備。此外，環境法規日趨嚴厲亦提高新參與者的入行門檻，因彼等須購入更先進的設備以符合法規。

招聘熟練工人困難重重

由於服裝製造業大致仍為勞工密集產業，而招聘熟練工人日益困難，可能對新參與者構成障礙。此外，熟練工人的議價能力較強，要求較高工資，繼而增加服裝製造商的經營成本。難以招聘足夠工人將對新參與者(尤其是依賴勞工密集生產方式的新參與者)構成不少障礙。

原材料價格走勢

下表載列二零一二年至二零一六年全球棉花價格及中國紡織品的價格指數：

名稱	單位	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一五年	二零一六年
全球棉花價格	每磅美仙	89.2	90.2	83.1	70.4	74.2
中國紡織品的 價格指數	價格指數 (二零一一年=100)	104.0	106.1	108.7	110.3	不適用

行業概覽

附註：(1)二零一一年價格指數=100。(2)二零一六年中國紡織品的價格指數將於二零一七年第四季度公佈。(3)紡織品指由天然或人造纖維製成的紗線。

資料來源：Cotton Outlook Ltd.及中國國家統計局。

全球棉花價格由二零一二年每磅89.2美仙下降至二零一六年每磅74.2美仙，複合年增長率為-4.5%。價格下滑乃主要由於中國棉花價格下降所致。中國政府於二零一四年致力減少棉花存貨，令市場供應增加及價格下跌。

另一方面，中國紡織品價格指數由二零一二年的104.0上升至二零一五年的110.3，複合年增長率為2.0%。該增加乃受勞工成本及上游原材料價格上漲所帶動。此外，定價較高的先進紡織品(如高性能纖維)的開發呈增長勢頭。

外幣匯率

下表載列二零一二年至二零一六年美元兌人民幣及美元兌斯里蘭卡盧比的歷史匯率：

貨幣	單位	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一五年	二零一六年
美元兌人民幣	美元/人民幣	6.3	6.2	6.1	6.2	6.6
美元兌斯里蘭卡盧比	美元/盧比	127.6	129.1	130.6	135.9	145.5

資料來源：OANDA Corporation及X-Rates

美元兌人民幣匯率由二零一二年每1美元兌人民幣6.3元整體升值至二零一六年每1美元兌人民幣6.6元，複合年增長率為1.2%。此外，美元兌斯里蘭卡盧比匯率由二零一二年每1美元兌127.6盧比整體升值至二零一六年每1美元兌145.5盧比，複合年增長率為3.3%。儘管美元兌斯里蘭卡盧比近期升值有助振興斯里蘭卡出口業，惟因當地高度依賴進口原材料，故此升值未能顯著振興出口貿易。

本集團競爭優勢

有關本集團競爭優勢的詳情，請參閱本文件「業務－競爭優勢」一節。