

行業概覽

除另有所指外，本節所載資料來自各種政府官方刊物及其他刊物以及我們委託 Ipsos 編製的 Ipsos 報告。我們相信本節資料來自適當來源，在摘錄及轉載有關資料時亦已合理審慎行事。我們並無理由相信有關資料在任何重大方面屬失實或存在誤導成分，或當中遺漏任何事實致使有關資料在任何重大方面屬失實或存在誤導成分。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂] 以及我們或彼等各自的任何聯繫人、董事、高級職員、顧問或代表或參與 [編纂] 的任何其他人士或各方 (不包括 Ipsos Limited) 並無對本節資料進行獨立核實。本集團、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂] 以及我們或彼等各自的任何聯繫人、董事、高級職員、顧問或代表或參與 [編纂] 的任何其他人士或各方亦不會對政府官方刊物上有關資料的完整性、準確性或公平性發表任何聲明。

摘錄自 Ipsos 報告的資料反映根據抽樣估計的市況，主要作為市場調查工具而編製。對 Ipsos 的提述不應視為 Ipsos 就有意投資我們的股份或本集團而發表的意見。

資料來源

我們已委託 Ipsos (一家獨立行業調查公司) 對中國婚紗、伴娘裙及特別場合服製造行業進行分析並提交報告，有關費用為 783,800 港元，而董事認為，該等費用反映市場收費。為提供婚紗、伴娘裙及特別場合服製造行業的分析，Ipsos 透過以下方式取得及搜集數據及情報：(a) 進行文案調查，當中涵蓋政府官方及監管統計資料、行業報告及分析師報告、行業協會、行業期刊及其他網上來源及來自 Ipsos 調查數據庫的數據；(b) 進行客戶諮詢以取得本集團的背景資料；及 (c) 透過採訪主要持份者及行業專家進行一手研究。已使用 Ipsos 的內部分析模型及技術對 Ipsos 搜集的資料及數據進行分析、評估及驗證。Ipsos 所使用的方法以從多個層面搜集得來的資料為依據，因此能夠互相參照有關資料，確保其準確性。

Ipsos 是由 Ipsos Group S.A. 全資擁有的獨立全球諮詢公司。Ipsos Group S.A. 於一九七五年在法國巴黎創辦，並於一九九九年於巴黎紐約泛歐交易所 (NYSE Euronext Paris) 公開上市，其於二零一一年十月收購 Synovate Limited，在全球 88 個國家聘用約 16,000 名員工。Ipsos 就市場概況、市場規模、份額及分部分析、分銷及價值分析、競爭者往績及公司情報進行研究。

董事確認，Ipsos (包括其所有附屬公司、分部及單位) 在任何情況下均獨立於我們，且與我們概無任何關連 (定義見上市規則)。Ipsos 已同意我們於本文件中引述 Ipsos 報告，並使用 Ipsos 報告所載的資料。

行業概覽

本節所載全部資料、數據及預測均來自 Ipsos 報告、各種政府官方刊物及其他刊物。

IPSOS 報告採用的假設及參數

Ipsos 報告所載分析乃基於下列假設：

- (i) 全球經濟於二零一八年至二零二一年保持穩定增長；及(ii) 外部環境保持穩定，且於二零一八年至二零二一年概無會影響中國婚紗、伴娘裙及特別場合服製造行業供求的衝擊因素(如金融危機或自然災害)。

Ipsos 報告的市場規模及預測模型已考慮以下參數：

- (i) 二零一二年至二零一七年中國、美國及歐洲的國內生產總值及國內生產總值增長率，以及二零一八年至二零二一年的預測；(ii) 二零一二年至二零一七年美國及歐洲的總人口(按性別劃分)，以及二零一八年至二零二一年的預測；(iii) 二零一二年至二零一七年美國及歐洲各自的結婚數目；(iv) 二零一二年至二零一七年的(i) 港元兌歐元；(ii) 港元兌美元；及(iii) 港元兌人民幣匯率；及(v) 二零一二年至二零一七年美國及歐洲選定服裝產品⁽¹⁾進口總值。

附註：

- (1) 選定服裝產品指(i) 針織或鉤編合成纖維女裝；(ii) 針織或鉤編合成纖維女童半裙或裙褲；及(iii) 非針織或非鉤編合成纖維女裝或女童晚裝，挑選來表示婚紗、伴娘裙及特別場合服的交易數據。

IPSOS 報告所載資料的可靠性

經審慎合理考慮後，董事於最後實際可行日期確認，自 Ipsos 報告日期以來，市場資料概無重大不利變動而可能限制、抵觸或影響本節資料。

美國及歐洲宏觀經濟資料概覽

美國的人口及結婚數目

於二零一二年至二零一七年，美國人口由 314.0 百萬增至 325.7 百萬，複合年增長率為 0.7%。於二零一八年至二零二一年，美國人口預期將由二零一八年的 328.1 百萬增至二零二一年的 335.4 百萬，複合年增長率為 0.7%。美國的人口增長主要歸因於淨遷入溫和上升，估計，於二零一二年至二零一六年按複合年增長率 1.8% 增長。

行業概覽

美國的結婚數目由二零一二年的2.1百萬宗增至二零一七年的2.3百萬宗，複合年增長率為1.3%。該增長受美國人支付婚禮的財務信心及能力因美國的人均可支配收入按複合年增長率2.3%由二零一二年的39,455美元增至二零一七年的44,114美元而得到改善所支持。於二零一八年至二零二一年預測期間，預期結婚數目將按複合年增長率1.1%增長。

歐洲的人口及結婚數目

歐洲人口由二零一二年的503.2百萬增至二零一七年的509.6百萬，複合年增長率為0.3%。相對穩定的增長趨勢主要歸因於公民的壽命延長，65歲或以上人口的百分比由二零一二年的17.9%上升至二零一七年的19.4%，以及來自鄰近地區政局不穩國家的難民及移民人數增加。

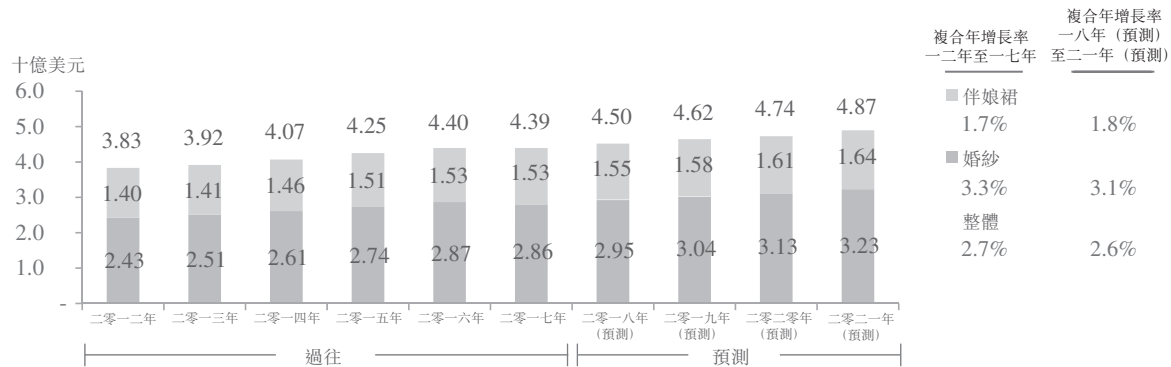
二零一二年至二零一七年期間歐洲註冊結婚數目錄得輕微漲幅，保持在2.2百萬宗水平。整體波動可能主要可由文化及財政問題引發。在歐洲，未婚伴侶同居並共同養育非婚生子女呈上升趨勢。此外，在歐洲舉辦婚禮的平均成本亦不斷上升。婚禮的成本上升帶來的財務挑戰連同低迷的歐洲經濟均阻礙歐洲年輕人結婚。

行業概覽

美國及歐洲婚紗、伴娘裙及特別場合服零售市場概覽

美國婚紗及伴娘裙零售額

下圖分別載列美國婚紗及伴娘裙於二零一二年至二零一七年以及二零一八年至二零二一年的過往及預測零售額：



資料來源：Ipsos 調查及分析

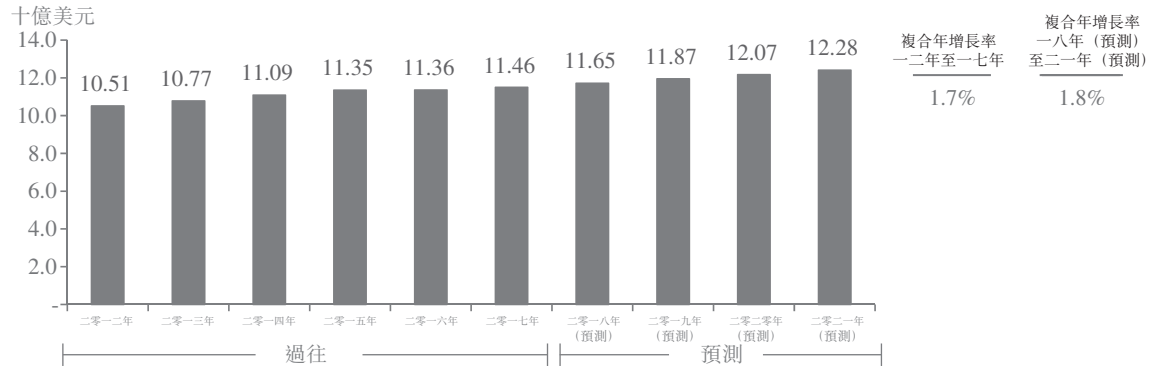
於二零一二年至二零一七年，婚紗零售額按複合年增長率約3.3%增長，而伴娘裙零售額則按複合年增長率1.7%增長。美國婚紗及伴娘裙零售額增長可由上述期間結婚數目的溫和增長以及可支配收入隨美國經濟環境改善而增加解釋。

於二零一八年至二零二一年預測期間，預期美國婚紗及伴娘裙的整體零售額將按複合年增長率2.6%以較慢步伐增長，是由於預期結婚數目增長放緩。儘管如此，(i) 定製婚禮服裝；及(ii) 於儀式期間穿著多件婚紗日益普遍，預期婚紗及伴娘裙零售額將於不久將來溫和增長。

行業概覽

美國特別場合服零售額

下圖分別載列美國特別場合服於二零一二年至二零一七年以及二零一八年至二零二一年的過往及預測零售額：

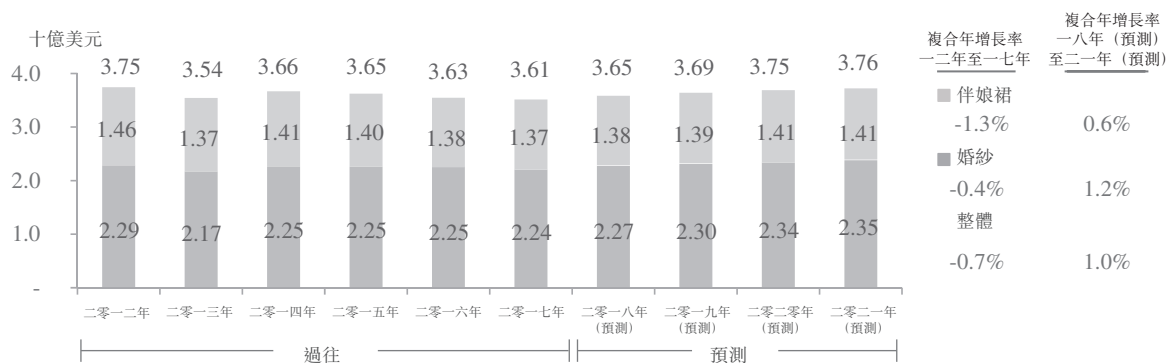


資料來源：Ipsos 調查及分析

於二零一二年至二零一七年，美國特別場合服零售額按複合年增長率1.7%增長。美國服裝零售市場成熟，因此整體服裝產品(包括特別場合服)的需求穩定，引致美國特別場合服零售額不斷增長。受穩定的美國宏觀經濟環境及對特別場合服的持續需求支持，預期特別場合服的零售額將按複合年增長率1.8%適度增長，與二零一二年至二零一七年的過往零售額的增長率類似。

歐洲婚紗及伴娘裙零售額

下圖分別載列歐洲婚紗及伴娘裙於二零一二年至二零一七年以及二零一八年至二零二一年的過往及預測零售額：



資料來源：Ipsos 調查及分析

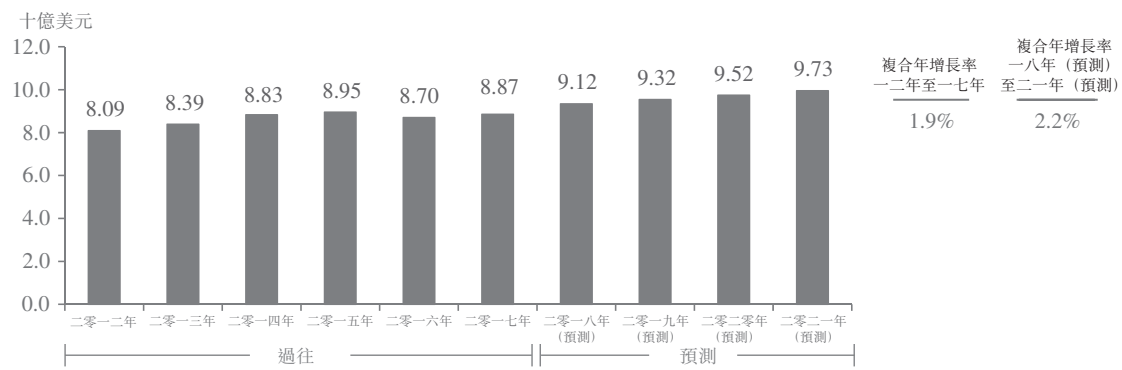
於二零一二年至二零一七年，歐洲婚紗及伴娘裙零售額分別按負複合年增長率約0.4%及1.3%下跌。整體下跌可由二零一二年至二零一七年婚紗及伴娘裙平均價格分別按複合年增長率-1.0%及-1.9%下跌解釋。

行業概覽

預期歐洲的結婚數目會略有波動但並無明顯增長，二零一八年至二零二一年預測期間兩個行業的收益略增可歸因於兩件結婚晚裝的趨勢。由於婚紗開始變得越來越笨重，準新娘需要另一件裙擺較短，更適合雞尾酒會的晚裝。價格實惠的禮服及晚裝的出現是導致預測增長的另一個原因。預期上述原因將直接推動婚紗及伴娘裙需求上升，並抵銷結婚數目波動對市場帶來的不利影響。

歐洲特別場合服的估計零售額

下圖分別載列歐洲特別場合服於二零一二年至二零一七年以及二零一八年至二零二一年的過往及預測零售額：



資料來源：Ipsos 調查及分析

於二零一二年至二零一七年，歐洲特別場合服零售額按複合年增長率約 1.9% 增長。歐洲服裝零售市場成熟，對服裝產品(包括特別場合服)的需求穩定。鑑於歐洲人口逐步增長，特別場合服零售額於二零一二年至二零一七年期間平穩增長。鑑於歐洲經濟逐步復蘇及消費者信心改善，預期特別場合服零售市場於二零一八年至二零二一年的增長較二零一二年至二零一七年快，複合年增長率約 2.2%。

行業概覽

中國婚紗、伴娘裙及特別場合服製造行業概覽



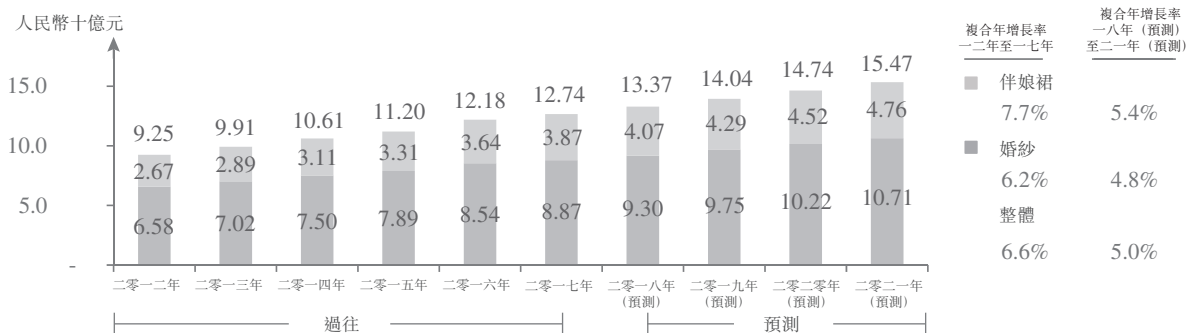
資料來源：Ipsos 調查及分析

現時，潮州、廣州、蘇州及廈門是中國婚紗、伴娘裙及特別場合服的四大生產基地。此等城市刺繡歷史悠久，令彼等能夠在生產需要高超技術的服裝產品(包括婚紗、伴娘裙及特別場合服)方面建立聲譽。有關城市已協助中國成為世界上最大的婚紗、伴娘裙及特別場合服製造中心。

美國是中國婚紗及伴娘裙的最大出口國。由於許多美國伴侶選擇於下半年舉辦婚禮，季節性因素亦存在於中國製造行業。

中國婚紗及伴娘裙製造行業收益

下圖分別載列中國婚紗及伴娘裙製造行業於二零一二年至二零一七年以及二零一八年至二零二一年的過往及預測總收益：



資料來源：Ipsos 調查及分析

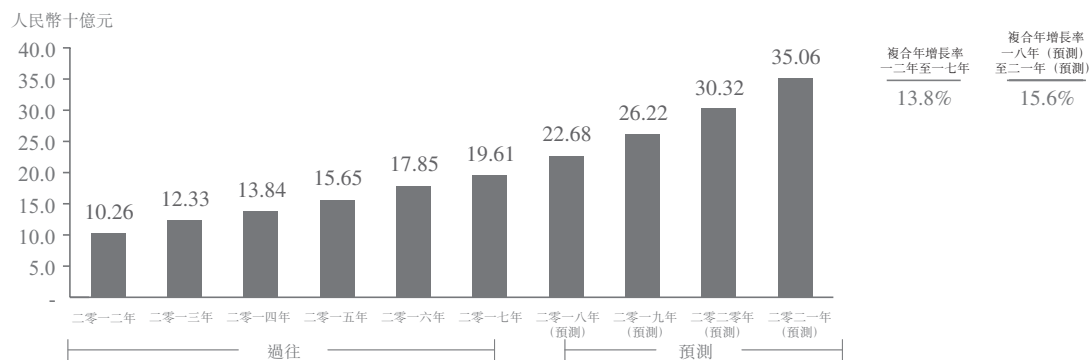
行業概覽

於二零一二年至二零一七年期間，中國婚紗製造行業收益按複合年增長率約6.2%增加。就中國伴娘裙製造行業而言，總收益於同期按複合年增長率約7.7%增加。上述增幅是由於來自外國的穩定需求以及不斷上升的婚紗及伴娘裙國內需求。穩定的外國需求可由出口額不斷上升反映，而國內需求上升是由於中西合璧的婚禮在中國日益普遍。

於二零一八年至二零二一年，預期中國婚紗及伴娘裙製造行業的預測總收益將分別按複合年增長率約4.8%及5.4%增加。鑑於預期中西合璧的婚禮趨勢將持續普及並擴展至中國其他主要城市，婚禮服裝的國內需求將不斷增加，並推動行業的未來增長。此外，來自外國的穩定需求亦會支持行業的未來增長。例如，預測於二零一七年至二零二一年美國婚紗及伴娘裙的零售額將分別按複合年增長率3.2%及2.0%增長。

中國特別場合服製造行業收益

下圖分別載列中國特別場合服製造行業於二零一二年至二零一七年以及二零一八年至二零二一年的過往及預測總收益：



資料來源：Ipsos 調查及分析

中國特別場合服製造行業總收益於二零一二年至二零一七年期間按複合年增長率約13.8%增長。由於文化融合，在中國生活的人對在不同活動穿著特別場合服的看法更為開放，因此，特別場合服的國內需求受到大幅推動。預期中國特別場合服製造行業的預測總收益於二零一八年至二零二一年期間將按複合年增長率約15.6%增加。政府在合資格跨境電子商務零售出口企業的退稅政策中表明的倡議為促進預期增長的主要因素。此舉鼓勵製造商運用跨境電子商務平台將業務拓展至海外零售市場。在政府的幫助下，預期中國特別場合服製造行業總收益將於不久將來大幅增長。

行業概覽

主要原材料的價格趨勢

下表列示中國婚紗、伴娘裙及特別場合服生產所用的主要材料於二零一二年至二零一七年的平均價格：

	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	二零一七年	二零一二年至 二零一七年 複合年增長率
雪紡							
(每米人民幣元)	4.42	4.36	4.34	4.32	4.37	4.52	0.5%
棉製水溶花邊 ⁽¹⁾							
(每碼人民幣元)	3.20	3.45	3.52	3.40	3.53	3.73	3.1%
色丁 ⁽²⁾							
(每米美元)	2.78	2.65	2.66	2.27	2.41	2.85	0.5%

附註：

(1) 棉製水溶花邊指全棉水溶花邊(3.5厘米寬)

(2) 色丁的價格趨勢指非織造滌綸長絲梭織布(含85%或以上非織造滌綸長絲)的平均進口價格

資料來源：Ipsos 調查及分析

雪紡

於二零一二年至二零一七年，中國雪紡的平均價格錄得整體上升，複合年增長率約為0.5%。應用近期服裝生產中使用化學纖維的進展，製造商一直使用滌綸生產雪紡。繡花雪紡於二零一二年至二零一五年的價格下跌趨勢可由滌綸高彈絲價格下跌解釋。儘管如此，在原油價格回升的支持下，雪紡的價格自二零一六年以來已經反彈。

棉製水溶花邊

於二零一二年至二零一七年，中國棉製水溶花邊的平均價格整體上升，複合年增長率約為3.1%。材料平均價格升幅可由棉製水溶花邊生產成本不斷增加解釋。生產棉製水溶花邊的主要原材料為聚乙烯醇，因無法滿足全球需求，價格一直呈整體上升趨勢，令棉製水溶花邊生產成本上升。

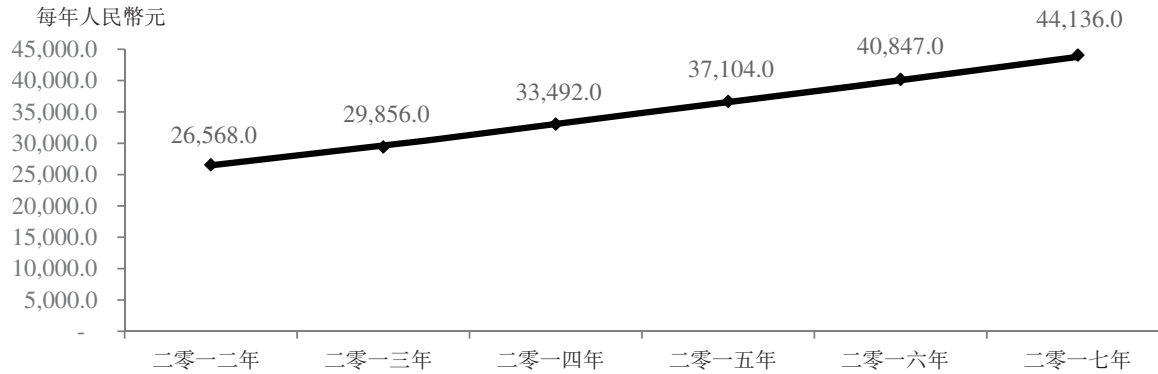
色丁

於二零一二年至二零一七年，中國色丁的平均價格有所波動且整體上升，複合年增長率為0.5%。色丁通常由絲線、尼龍或滌綸製成。與雪紡的價格趨勢類似，滌綸色丁的平均價格亦跟隨滌綸的類似價格趨勢，在二零一六年反彈之前於二零一二年至二零一五年下跌。

行業概覽

中國服裝製造行業工人的平均工資

下圖載列在中國服裝製造行業工人於二零一二年至二零一七年的平均工資：



資料來源：Ipsos 調查及分析

在中國從事服裝製造行業的工人的平均每年工資由二零一二年的每年人民幣26,568.0元增至二零一七年的每年人民幣44,136.0元，複合年增長率約為10.7%。僱員平均工資不斷增加是由於多個社會經濟因素，包括通脹及勞動力供應減少。例如，在寬鬆貨幣政策下一直出現通脹，而勞動力供應不斷減少可由中國的影響解釋。

中國婚紗、伴娘裙及特別場合服製造行業的競爭分析

行業結構

於二零一七年，中國約有6,000家婚紗、伴娘裙及／或特別場合服製造商。由於業內幾大參與者僅佔市場份額的一小部分以及存在大量製造商，行業非常零散。於二零一七年，五大伴娘裙製造商合共僅佔伴娘裙製造行業市場份額的5.8%。儘管存在規模相對較大的製造商，大部分業內參與者均為小型家族企業及小型工廠。此等規模較小的製造商一般以低生產技術及管理技巧經營，導致與規模較大的競爭者所提供的產品及服務相比時，彼等的產品及服務的質量參差不齊。

行業概覽

二零一七年中國五大伴娘裙製造商

下圖載列二零一七年中國五大伴娘裙製造商：

排名	公司	製造地點	二零一七年		主要業務
			收益 ¹	市場份額 ²	
(人民幣百萬元)					
1	本集團	東莞	112.6 ³	2.9%	本集團是伴娘裙、婚紗及特別場合服的一站式解決方案供應商。
2	公司A	廈門	50.7	1.3%	生產銷售至美國、歐洲及日本的婚禮服裝及特別場合服。
3	公司B	潮州	23.5	0.6%	生產出口導向的婚禮服裝及特別場合服。
4	公司C	丹東	21.4	0.6%	製造銷售至美國、意大利、法國及俄羅斯等國家的婚禮服裝、特別場合服、花邊、刺繡及服裝配飾。
5	公司D	廈門	17.1	0.4%	生產銷售至美國、歐洲及澳洲的婚禮服裝及特別場合服。
	其他		3,645.3	94.2%	
	總計		3,870.6	100.0%	

附註：

- (1) 由於約整，數字未必對應數字總和。
- (2) 由於約整，百分比相加後未必等於100%。
- (3) 相當於129.8百萬港元。

資料來源：Ipsos 調查及分析

行業概覽

競爭因素

優質產品以及按時交付的往績記錄

製造商透過始終如一地保持其產品的優質並按時交付建立良好聲譽。彼等的良好往績記錄有助彼等從競爭者中脫穎而出以及吸引新客戶及挽留現有客戶。為確保按時交付，製造商需加強供應鏈管理，這有助降低生產成本、壓縮平均生產交貨時間及維持可持續的庫存水平。製造商擁有良好的供應鏈管理技巧以透過按時交付優質貨品滿足彼等所在市場的需求及彼等的客戶需求至關重要。

擁有先進的生產技術及管理系統

另一項主要競爭因素是獲得先進及標準化生產技術。潮州大部分服裝製造商已取得ISO9001:2000認證，以確保彼等滿足客戶及其他持份者需求以及符合法定及監管規定的能力。為保持競爭力，婚紗、伴娘裙及特別場合服製造商亦利用先進的生產技術及管理系統，例如使用電腦輔助設計和製造(CAD/CAM)、彈性製造系統(FMS)及管理信息系統(MIS)。此等技術及系統有助製造商適應及應對彼等所在市場的獨有特點，包括小批量訂單、短促的交貨時間及繁多的產品種類。

擁有能幹的產品研究及設計團隊

具競爭力的製造商擁有強大實力透過研究及設計工作開發新產品。經驗豐富的產品開發團隊有助製造商把握不斷轉變的客戶喜好並生產滿足彼等所在市場不斷轉變的需求的貨品。彼等有助製造商吸引更多客戶、挽留現有客戶及在業內建立聲譽。

市場驅動因素

美國的結婚數目不斷增加

美國是世界上其中一個主要婚紗及伴娘裙零售市場。美國的結婚數目由二零一二年的2.1百萬宗增至二零一七年的2.3百萬宗，複合年增長率為1.3%。於二零一八年至二零二一年的預測期間，預期結婚數目將按複合年增長率1.1%增長。結婚數目增加令新娘及伴娘人數不斷增加，支持美國對婚紗及伴娘裙的需求。由於中國是美國婚紗及伴娘裙的最大供應商，來自美國的需求上升成為驅動中國婚紗及伴娘裙製造行業增長的因素，導致二零一二

行業概覽

年至二零一七年行業的收益分別按複合年增長率約6.2%及7.7%增加。就二零一八年至二零二一年預測期間而言，中國婚紗及伴娘裙生產行業預計分別按複合年增長率約4.8%及5.4%增長。

機遇

中國的產業轉型及升級

由於中國生產商的效率及質量非常失衡，中國政府於二零一五年提出《中國製造2025》以改善情況。《中國製造2025》是製造行業轉型升級的指引，其目標是透過應用新的先進供應鏈管理、自動化機床及新材料提高效率及集成度，就創新、質量、智能製造及綠色生產為傳統製造商(包括婚紗、伴娘裙及特別場合服製造商)提供明確的措施。此外，傳統製造商亦可受惠於稅收優惠及貸款政策帶來的支持。政策為中國婚紗、伴娘裙及特別場合服製造行業提供有利的環境及大量機遇。

一帶一路帶來的商機

二零一五年三月，中國政府發佈了《推動共建絲綢之路經濟帶和21世紀海上絲綢之路的願景與行動》(「願景與行動」)。願景與行動列明把投資和貿易結合是建立一帶一路的主要工作。其亦列明拓寬貿易領域、優化貿易結構、挖掘貿易新增長領域及促進貿易平衡屬於發展計劃的一部分。鑑於願景與行動，預期服裝製造行業(包括婚紗、伴娘裙及特別場合服行業)實現出口增長。一帶一路沿線國家或會成為婚紗、伴娘裙及特別場合服製造行業的潛在增長點。

准入門檻

現有製造商與品牌擁有人的良好關係

婚紗、伴娘裙及特別場合服正是利基產品，需要相對較高的製造技術。因此，由於轉換製造商的成本高昂，品牌擁有人傾向與彼等的製造商建立長遠關係。由於業內現有製造商已經與品牌擁有人建立穩定的業務關係，新參與者或會難以說服品牌擁有人轉換製造商，阻礙彼等進入市場。

行業概覽

在機器、軟件及人力資源方面的初步投資高昂

提供優質且設計合身的婚紗、伴娘裙及特別場合服的能力是製造商保持競爭力的核心競爭因素。創新及先進的生產支援(如雷射切割機及三維服裝圖像製作軟件)對製造商生產具有最佳效果及剪裁的合身產品屬必要。然而，此等機器及軟件需要相對較高的資金要求。瞬息萬變的市場趨勢要求製造商持續在專業研發團隊方面投放資源，並擁有良好的市場理解及觸覺，使彼等能夠及時應對瞬息萬變的市場趨勢。擁有機器及專業的人力資源需要投放大量初步資本及時間，是新參與者的准入門檻。

威脅

來自具有較低勞工及生產成本的其他國家的激烈競爭

中國婚紗、伴娘裙及特別場合服製造行業因生產成本上升漸漸失去全球競爭優勢。相反，東南亞及其他地區的發展中國家的低生產成本刺激國內外投資彼等的服裝製造行業。因此，中國若干製造商已將彼等的工廠遷至部分東南亞國家，如越南、柬埔寨及斯里蘭卡。同時，此等國家的政府已實施有利整體服裝製造行業的支持政策。因此，來自東南亞國家的競爭不斷增加及中國按生產成本計的全球競爭力下降對中國婚紗、伴娘裙及特別場合服製造行業構成威脅，或會損害製造商的盈利能力及商機。

抄襲設計的惡性價格競爭

隨著經濟的快速發展及信息的迅速傳播，新一代夫婦通常對婚紗及伴娘裙有較高期望及要求，這與全球趨勢一致。然而，中國國內製造商提供的產品大同小異，未必能夠符合客戶的高要求。再者，為了在短時間內推高銷售額及增加市場份額，許多小型國內製造商傾向透過抄襲市場上的設計在價格上競爭。預期不擇手段的競爭將阻礙中國婚紗、伴娘裙及特別場合服製造行業的增長，原因是抄襲設計的趨勢會阻礙製造商投資於產品設計，而惡性價格競爭亦會損害行業的盈利能力水平。

行業概覽

本集團的競爭優勢

良好的市場聲譽及相對較大的市場份額

良好的市場聲譽被認為是中國服裝製造商的其中一項基本競爭優勢。本集團在中國伴娘裙製造行業的排名及市場份額反映本集團在市場上的良好聲譽及競爭力。雖然中國是世界上領先的伴娘裙製造中心，按生產收益計，佔全球份額約65%，本集團於二零一七年是中國最大的伴娘裙製造商，產生的收益最高。對於美國零售市場，二零一七年售出的伴娘裙總量估計為5.6百萬件。經計及我們於二零一七年銷售至美國的399,042件伴娘裙，按二零一七年銷售至美國的伴娘裙數量計，我們的市場份額為7.1%。良好的聲譽及相對較高的市場份額使我們可擴大客戶基礎及延續在業內的增長。

能夠滿足領先服裝零售商的合規要求

一般認為擁有與國際領先的服裝零售商維持穩定業務關係的能力是服裝製造商其中一項關鍵競爭優勢。此等零售商的合規要求通常是嚴格的，以確保產品質量及商業道德。未能符合合規要求的製造商無法與彼等建立業務關係。例如，我們其中一名客戶（一家國際品牌服裝公司）為製造商制定了嚴格的採購指引，涵蓋勞工、環境、健康及安全標準。我們能夠符合此等零售商的標準並與彼等維持穩定的業務關係反映我們強大的能力，使我們擊敗業內其他參與者。

能夠為客戶提供一站式解決方案

我們能夠為客戶提供一站式解決方案，包括潮流走勢分析、產品設計及開發、原材料採購、生產、質量保證及庫存管理。我們積極地創造設計並就挑選材料提供意見供客戶考慮以及透過應用我們多年來累積的廣泛行業知識及市場情報與彼等共同開發產品。我們的一站式解決方案已協助我們從業內其他參與者中脫穎而出。