

本節載有涉及中國經濟及本公司所從事行業之資料及統計數據。有關資料及數據部分取材自可供公眾查閱之政府官方來源，並無經本公司、唯一保薦人、包銷商或任何彼等各自之聯屬人士或顧問獨立核實。董事已合理審慎轉載該等資料。有關政府官方來源的資料未必與中國境內或境外編撰之資料一致。本公司不會就任何該等資料之真確性或準確性發表聲明，因此，閣下不應過份依賴該等資料。本公司轉載及摘錄該等資料時已合理審慎行事。

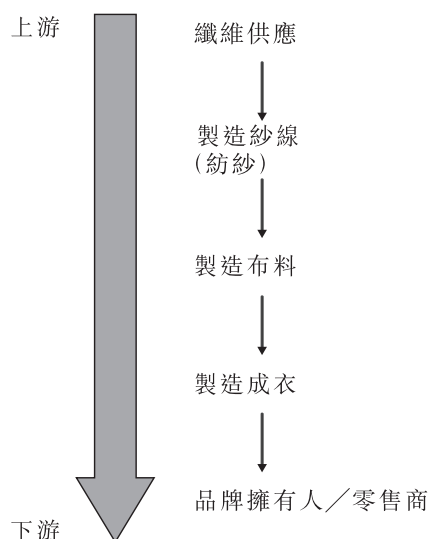
布料製造業

全球布料製造業概覽

由於布料產品為大批生產的商品，故生產成本是布料產品的主要競爭因素。經濟規模效益、原料供應及低生產投入成本令主要布料生產中心從發達國家如美國、英國及其他歐洲國家轉移至中國、印度及巴基斯坦等地。於過去數十年間，由於中國擁有大量低成本熟練勞工，加上紡織業價值鏈各組成部分處於同一地點帶來之效益，中國日漸成為全球布料生產中心。

布料製造由纖維供應開始，纖維主要包括棉花和其他天然及人造原料。纖維其後用於生產商品紗，繼而售予布料製造商將紗線針織或編織為布料。服裝布料製造商自成衣製造商接獲訂單後，成衣製造商會將布料加工為成衣。若干布料製造商（例如本公司）或與品牌擁有人合作，生產指定印花款式、色調及布料功能之布料。

下表闡述紡織業生產鏈的各個步驟：



布料製造主要分為針織及編織兩大類。針織布料具伸縮性，主要用於運動及休閒服。此外，針織布料亦可分類為經編（垂直針織）及緯編（水平針織）。經編針織布主要用於泳衣及內衣；而緯編針織布則經常用於T恤。編織布料並無伸縮性，一般用於盛裝禮服裝束。視乎所用原料，針織或編織布可再進一步分類為棉布、合成布、綢緞及混織布等。

全球紡織製造業的發展趨勢

加入布料業的門檻

董事認為，為符合布料業日益嚴謹的環保及其他規例之成本日增，提高了小型布料製造商的加入門檻。成本上漲壓力令本地布料業之競爭加劇。董事相信，資金基礎雄厚的布料製造商相對較容易抵銷守規成本，而較小型及低利潤的業務將被淘汰。此外，由於成本攀升，將為試圖進軍布料業之新進者設下門檻。

生產技術及科技改善帶動效率提升

董事相信，電腦化管理系統及布料製造技術的科技演進，令已發展成熟之布料生產商得享較短生產時間並提升布料質量、降低單位成本並改善效率，從而提升運作規模。該等先進生產機器及技術有助開發多種印花款式及功能複雜的布料。低成本國家資本較雄厚的生產商具備競爭優勢，原因為彼等可採用較高成本之先進機器，並以較低成本應用高科技技術。

中國布料業的主要優勢

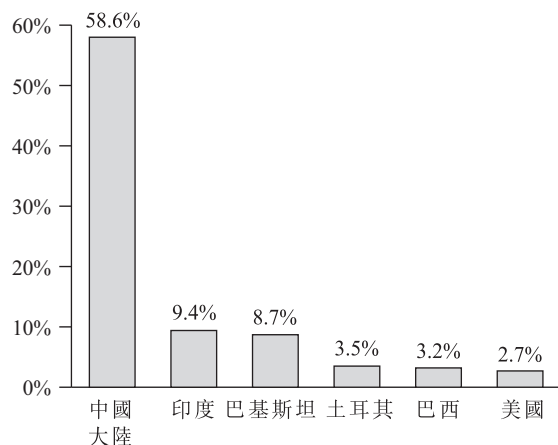
國內市場增長強勁

根據中國國家統計局之資料，二零零八年中國國內生產總值約為4.4萬億美元，屬全球第四大。中國為全球人口最多的國家，二零零八年人口約達13.4億。憑藉急速增長之經濟及龐大人口，中國國內市場急速擴張。根據Datamonitor之資料，中國服裝零售業於二零零七年之總營業額為人民幣5,160億元，相當於亞太區服裝零售市場之32%。預測二零一二年中國之服裝零售營業額將達人民幣7,310億元，相當於複合年增長率7.2%。

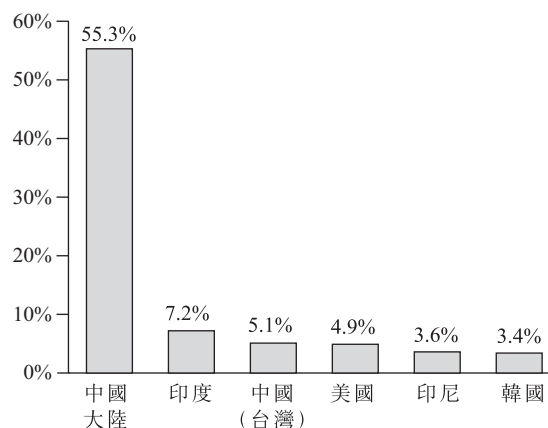
原料供應充足

中國布料製造業於獲取及接近原料方面享有優勢。中國是全球棉紗及合成紗之最大生產國，並將繼續增加其於全球棉紗及合成紗生產所佔份額。根據國際棉業諮詢委員會之記錄，中國佔全球紗線生產量的份額由二零零零年的28%及一九九零年的18%，增加至二零零八年的57%。於二零零七年，中國生產的棉紗及合成紗分別佔全球產量之58.6%及55.3%。

二零零八年主要棉紗生產國
佔全球產量百分比



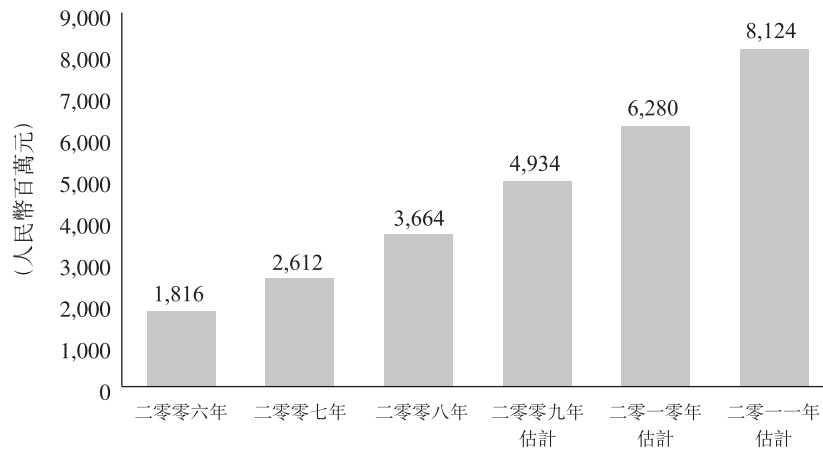
二零零八年主要合成紗生產國
佔全球產量百分比



資料來源：國際棉業諮詢委員會 World Textiles Demand，二零零九年四月

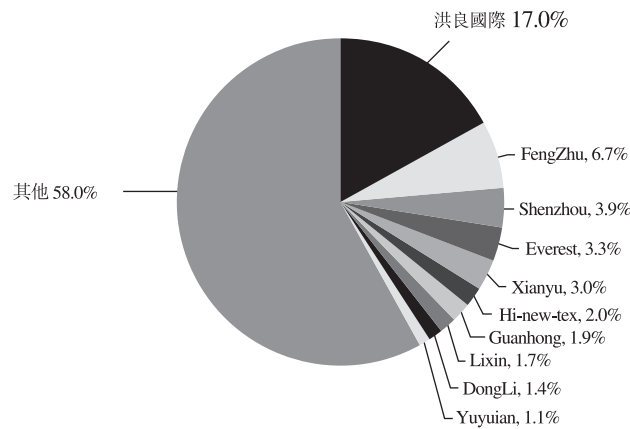
多功能布料市場發展迅速

隨著消費者日漸認識多功能布料之優點，市場規模近年不斷增長。根據Euromonitor，以高科技、多功能、優質聚酯纖維為基礎之針織布市場預期將自二零零八年之人民幣37億元增長至二零一一年人民幣81億元，複合年增長率為30.4%。



資料來源：Euromonitor

二零零八年高科技、多功能、優質聚酯纖維為基礎之針織布業內十大公司之銷售總值市場佔有率載列如下：

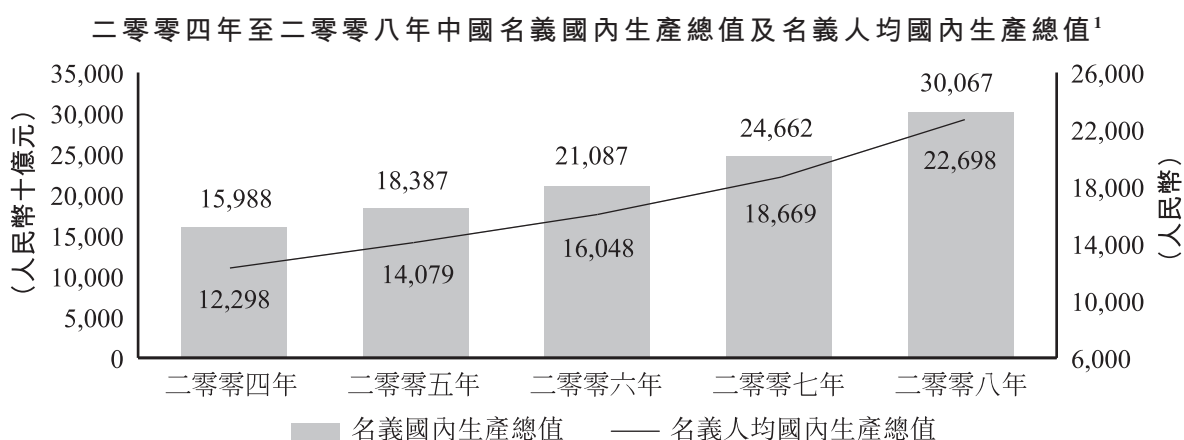


資料來源：Euromonitor

中國經濟及其消費者之消費力迅速增長

中國經濟增長

自中國政府於七十年代後期推行「市場改革開放」政策以來，中國經濟一直迅速發展。九十年代初期，中國在沿海地區設立經濟特區，進一步刺激經濟增長。根據中國國家統計局之資料，中國名義國內生產總值由二零零四年之人民幣15,980億元增至二零零八年之人民幣30,067億元，期內複合年增長率為22.3%，反映經濟發展穩定。人均名義國內生產總值由二零零四年之人民幣12,298元增至二零零八年之人民幣22,698元，期內複合年增長率為17.1%。



資料來源：中國國家統計局

城市化步伐加快

由於國家經濟高速增長，加速中國城市化發展。隨著農村及較落後地區居民湧入，各大城市之人口擴張。由二零零四年至二零零八年期間，中國城市總人口已增加約66,900,000人或約11.8%。於二零零八年，城市總人口約達606,700,000人，約佔總人口45.7%。下表顯示由二零零四年至二零零八年間中國城市人口之增長。

二零零四年至二零零八年中國城市人口增長

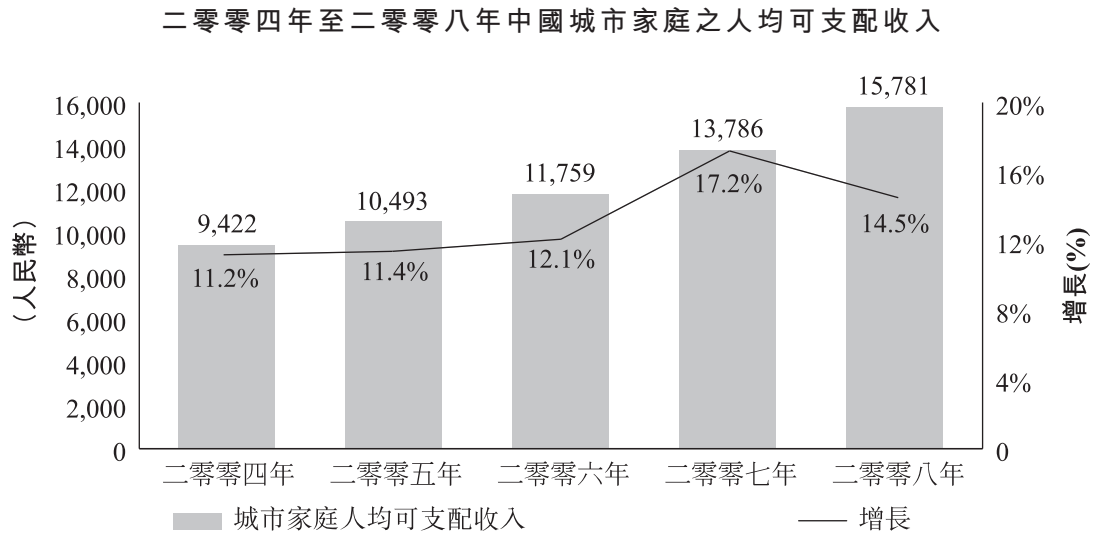
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零七年	二零零八年	複合年增長率
城市人口(百萬)	543	562	577	594	607	3.2%
總人口(百萬)	1,300	1,306	1,314	1,321	1,328	0.6%
城市化比率(%)	41.8%	43.0%	43.9%	44.9%	45.7%	

資料來源：中國國家統計局

¹ 名義人均國內生產總值乃按名義國內生產總值及總人口計算。

城市居民可支配收入增長

在國內生產總值迅速增長帶動下，城市居民之收入增加及生活水平有所改善，購買力亦相應提高。根據中國國家統計局之資料，中國城市居民每年人均可支配收入自二零零四年之人民幣9,422元增至二零零八年之人民幣15,781元。期內複合年增長率為13.8%。下圖顯示由二零零四年至二零零八年間中國人均可支配收入水平。

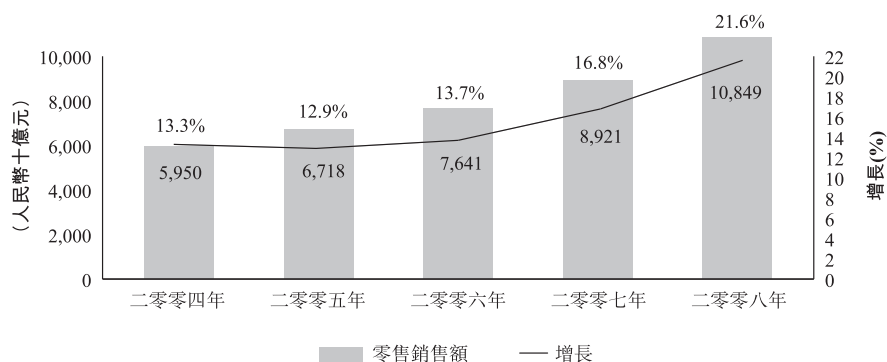


資料來源：中國國家統計局

中國零售業蓬勃發展

在中國經濟表現強勁、中產階層不斷擴張及日益富裕之際，中國消費品市場之零售銷售急增。該等不斷改變之人口統計數據與人均可支配收入之增長相符，意味著中國消費者之消費力已提高。消費者之消費額乃按消費品之零售銷售總值計算，由二零零四年約人民幣59,501億元增至二零零八年約108,490億元，複合年增長率約為16.2%。下圖列示過往中國消費者貨品之零售銷售總額。

二零零二年至二零零八年中國零售銷售額及增長率

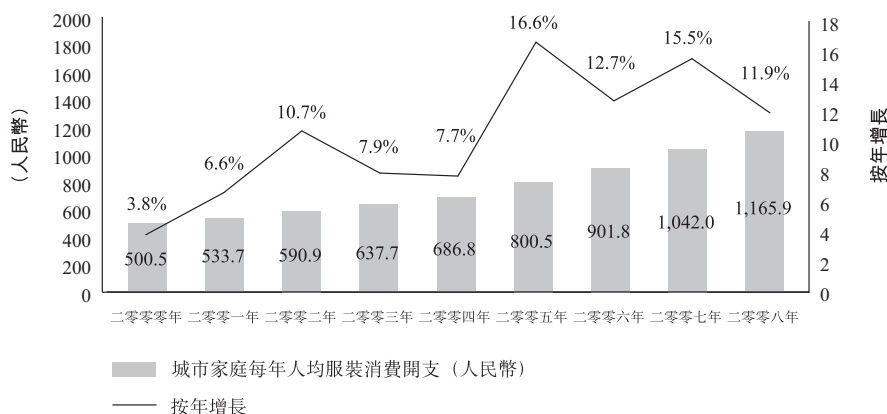


資料來源：中國國家統計局 — 中國統計年鑑 (二零零九年)

城市家庭每年服裝消費開支

城市家庭每年人均服裝消費開支由二零零三年之人民幣638元增至二零零七年之人民幣1,042元，複合年增長率約為13.0%，反映包括本集團在內之服裝產品生產商之目標客戶基礎不斷擴大。此外，中國中產階層規模日增，加上中國整體日漸富庶，對消費力增長帶來極大貢獻。隨著此等人士之可支配收入水平增加，彼等之購買決定受價格及功能之影響逐漸減少，反之多以品牌形象、產品設計及款式為重。

二零零零年至二零零八年城市家庭每年人均服裝消費開支 (人民幣)



資料來源：中國統計年鑑 (二零零九年)

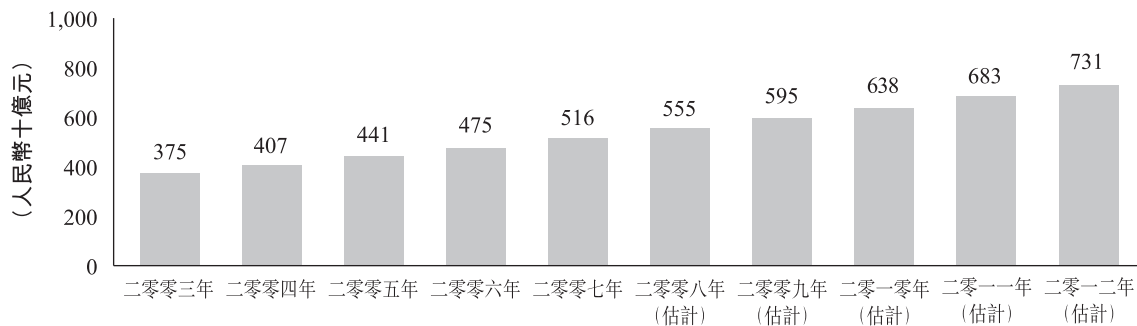
中國零售市場增長之主要動力

董事相信，中國中產階層日益擴張，其可支配收入增加，加上中國整體購買力上升，成為娛樂、休閒、科技及時尚衣飾等提高生活水平產品之消費不斷增加之主要動力。購物者將傾向較不著重價格及功能，反之以款式及品牌形象為重。

中國服裝零售市場增長

自二零零二年加入世界貿易組織以來，中國一直受惠於較自由貿易，更獲放寬多項紡織及服裝產品之貿易限制。根據Datamonitor資料，預期獲放寬限制，會令未來數年服裝銷售呈逐漸上升趨勢。誠如下圖所示，中國服裝銷售額預期由二零零七年約人民幣5,160億元增長至二零一二年約人民幣7,310億元，複合年增長率為7.2%。

二零零三年至二零一二年中國年度服裝零售市場價值



資料來源：Datamonitor中國服裝零售(Apparel Retail in China)，二零零八年十月