

行業概覽

本節及本招股章程其他地方所呈列之若干事實、統計及數據，部分乃摘錄自多項官方政府來源及研究報告。本集團相信，就是項資料而言，有關資料乃取自恰當來源，於摘錄及轉載有關資料時已採取合理審慎之措施。本集團並無理由相信該等資料為虛假或有誤導成分，亦並無理由相信當中遺漏任何事實，致使該等資料為虛假或有誤導成分。資料尚未由本集團、獨家保薦人、包銷商或任何其他參與全球發售之人士獨立核實，且無就其準確性作出任何聲明。有意投資者不應過份倚賴本招股章程所載任何有關資料。

資料來源

中國紡織工業協會

獨立第三方中國紡織工業協會為中國政府認可之國家工業機構，提供業務諮詢、市場資訊系統建設及協助中國紡織業進行市場開發。《中國紡織工業發展報告》並非由本公司委聘編製。

Euromonitor

就進行全球發售，本集團已聘用Euromonitor對中國紗線及床品市場進行詳細分析並提交報告（「研究報告」）。Euromonitor就提供研究報告及服務所收取之合約總金額為78,000美元，本集團成功上市與否或研究報告內取得之結果如何，均與付款無關。日期分別為二零零九年七月及十一月以及二零一零年三月之研究報告載有（其中包括）二零零四年至二零零九年間之歷史數據，以及二零一零年至二零一二年間之預測。

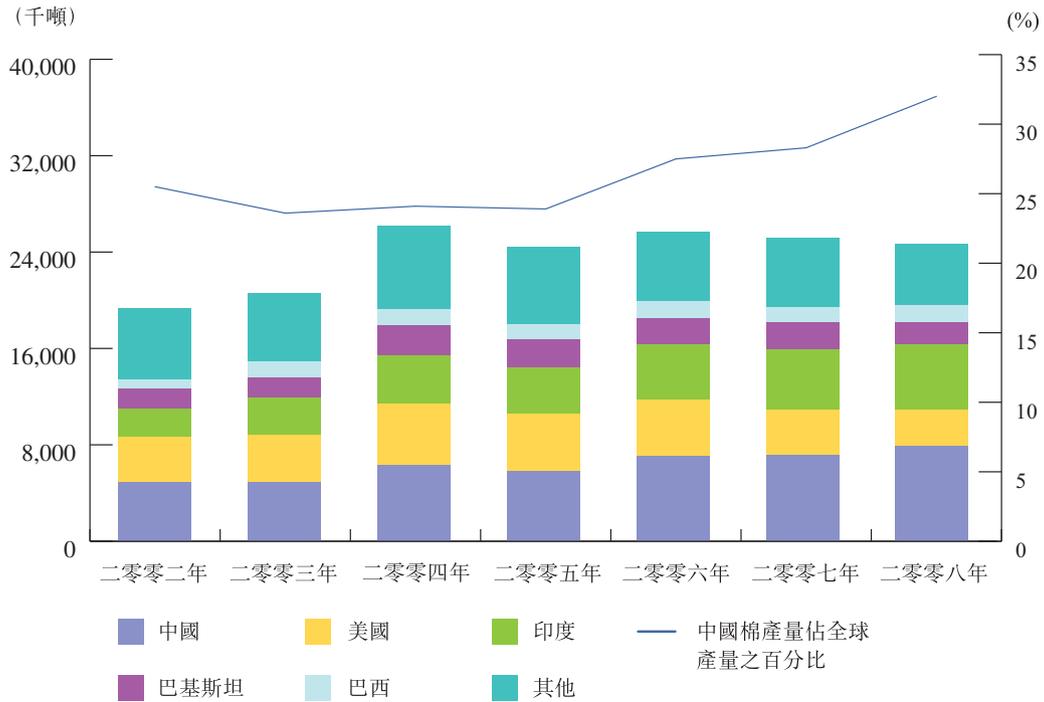
Euromonitor之研究主要為由上而下進行之中央研究，輔以由下而上之資訊，以更全面準確地呈列中國床品及紗線市場之情況。Euromonitor已評估可公開取得之相關背景資料，如主要製造商所刊發之年報及賬目，並將該等來源與現有資料及本公司所知作對照。Euromonitor亦曾與多個組織進行貿易訪談，以納入多方意見及增加準確性。為核實所收集之所有數據及資料，會檢查多個二手及一手資料來源，避免依賴任何單一資料來源。此外，每名受訪者之資料及意見亦會與其他受訪者之資料及意見進行測試，以確保其可信性及消除此等來源之偏見。

為確保預測之準確性，Euromonitor採用慣常之數量及質量預測。此等預測讓Euromonitor在可行情況下能一方面設定市場規模及增長趨勢等數值，從而提供詳盡深入之過去及未來市場發展審閱，並（在可能情況下）同時與既有之政府／行業數字、交易訪談及分析工具（如衰退分析、時序分析及數據模式等）作出反覆確認。

棉紡織業

棉花生產及市場

棉花為生產棉紡織品之主要原料。下表顯示二零零二年至二零零八年之全球棉花產量：



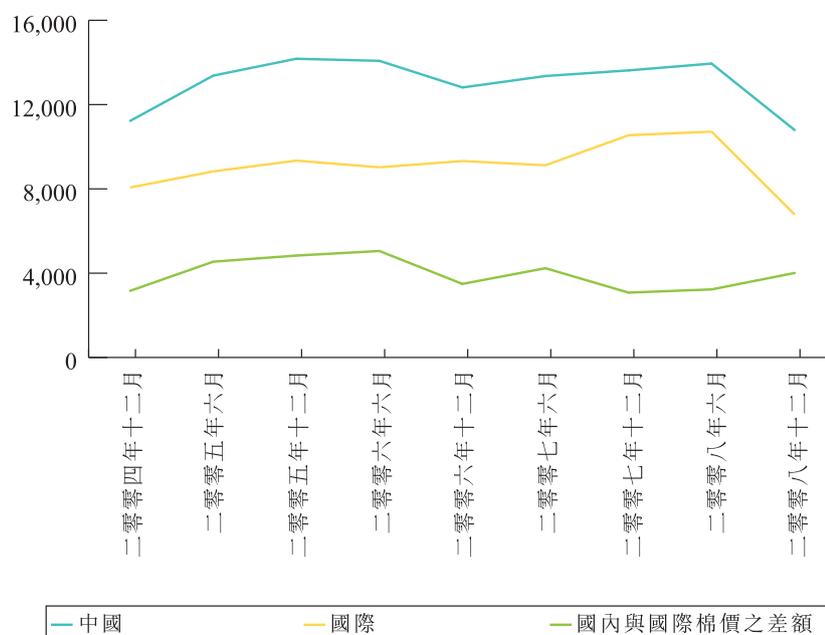
資料來源：中國紡織工業協會《中國紡織工業發展報告2008/2009》

根據《中國紡織工業發展報告2008/2009》，於二零零二年至二零零八年，中國為全球最大之棉花生產國，其產量佔全球產量逾20%。本集團位於山東省，於二零零八年，山東省之棉花產量佔中國國內棉花總產量約13.9%，並為中國其中一個最大之棉花種植省份。

行業概覽

下表列示於所示期間國際及中國棉價之資料：

(單位：人民幣／噸)



資料來源：中國紡織工業協會

國際棉花價格自二零零四年底一直維持穩定，但由二零零八年六月每磅0.7美元(或每噸人民幣10,716元)下跌至二零零八年十二月每磅0.45美元(或每噸人民幣6,781元)，跌幅為35.7%。中國棉花價格走勢與國際棉花價格大致相若，於二零零六年十二月輕微下跌，並由二零零八年六月每噸人民幣13,946元大幅跌至二零零八年十二月每噸人民幣10,790元，跌幅為22.6%。於二零零五年至二零零八年間，國內棉花價格與國際棉花價格之差額維持於每噸人民幣3,000元至每噸人民幣5,500元之間。

棉紗生產

根據Euromonitor，棉紗可根據棉紗支數分為以下類別。

棉紗種類	描述
粗支紗	18支及以下
中支紗	19支至28支
細支紗	29支至60支
高支紗	61支及以上

行業概覽

於二零零八年，中國之紗錠數目為1.04億錠，佔全球紗錠總數2.4億錠之43.3%，使其成為全球最大棉紗生產國家。中國棉紗產量由二零零五年約1,440萬噸增至二零零八年約2,150萬噸，複合年增長率約14.3%。

下表載列中國五大棉紗生產省份於二零零五年至二零零八年之產量：

	二零零五年		二零零六年		二零零七年		二零零八年	
	佔中國 產量		佔中國 產量		佔中國 產量		佔中國 產量	
	產量	百分比	產量	百分比	產量	百分比	產量	百分比
	(噸)		(噸)		(噸)		(噸)	
山東	3,677,700	26.0%	4,766,600	27.7%	5,609,600	28.1%	5,745,100	26.7%
江蘇	3,050,400	21.6%	3,505,600	20.4%	3,818,300	19.1%	2,767,800	12.9%
河南	1,388,000	9.8%	1,883,600	10.9%	2,466,600	12.4%	2,928,900	13.6%
浙江	964,100	6.8%	1,158,300	6.7%	1,467,100	7.4%	—	—
湖北	898,200	6.3%	1,066,400	6.2%	1,221,200	6.1%	879,810	4.1%
福建	—	—	—	—	—	—	984,040	4.6%

資料來源：中國紡織工業協會《中國紡織工業發展報告2005/2006 – 2008/2009》

包括山東省在內之中國東部為中國主要棉紗生產中心。於二零零八年，中國五大棉紗生產省份為山東省、河南省、江蘇省、福建省及湖北省，於二零零八年合共生產約13,300,000噸棉紗，佔同年中國棉紗總產量約61.9%。山東省為中國最大棉紗生產省份。於二零零八年，山東省之棉紗產量約為5,700,000噸，佔中國棉紗業總產量約26.7%。

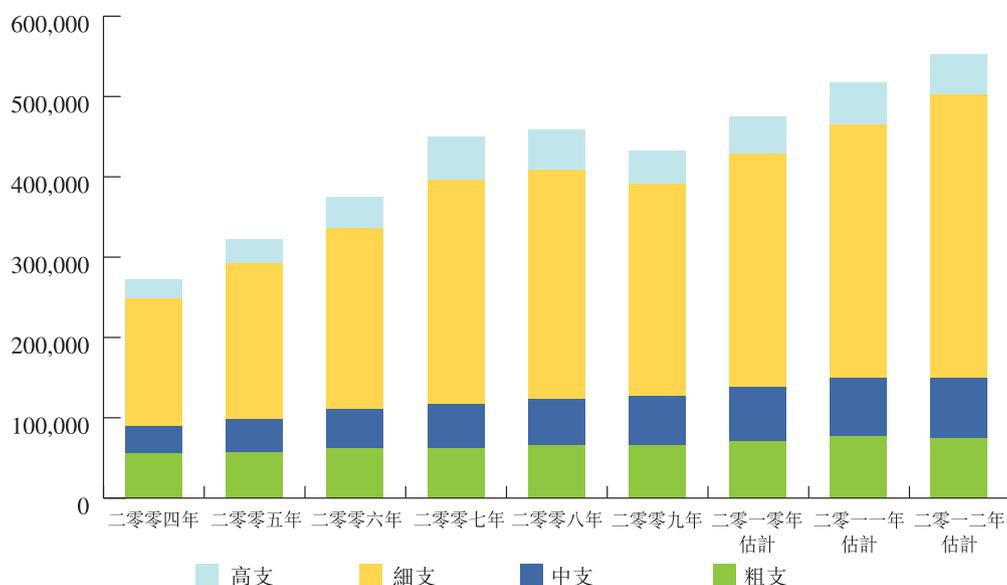
行業概覽

中國棉紗市場規模

下表顯示中國紗線產品於二零零四年至二零零九年按製造商銷售價值計之過往市場規模，以及中國紗線產品於二零一零年至二零一二年按製造商銷售價值計之預期市場規模。

中國棉紗市場

(人民幣百萬元)



Euromonitor 報告 — 中國紗線市場分析

下表顯示中國紗線產品於二零零四年至二零零八年按製造商銷售價格計之市場增長過往複合年增長率，以及中國紗線產品於二零零九年至二零一一年按製造商銷售價格計之市場增長預期複合年增長率。

產品分部	增長	
	二零零四年至 二零零九年 複合年增長率	二零一零年至 二零一二年 複合年增長率
紗線產品	9.4%	8.5%
— 粗支	3.6%	8.0%
— 中支	12.4%	8.4%
— 細支	10.3%	8.6%
— 高支	10.9%	8.7%

Euromonitor 報告 — 中國紗線市場分析

行業概覽

根據Euromonitor所進行市場調查，於二零零九年，按銷售價值計，細支及高支綿紗業內五大公司佔總市場份額2.6%，而排名第一之公司則佔總市場份額1.3%，本集團為中國細支紗及高支紗之第四大棉紗製造商，佔總市場份額0.2%。

中國棉紡織業之發展趨勢

當前棉紡織行業以「科學發展」和「產業升級」為兩大主導目標，着重提高裝備水平，降低勞動成本，提高勞動生產率。預期中國棉紗行業的發展走勢如下：

細支、高支紗之需求

由於中國經濟增長和生活水平的提高，帶動了棉紡織品（特別是高檔紡織產品）之國內消費。雖然自二零零八年金融危機爆發以來，細、高支紗及以該等紗線製成之棉製服裝的市場需求（特別是美國市場）有所下降，導致棉紡織品及棉製服裝出口有所下降，但是，隨着中國城市化進程步伐加快，城市人口對高支及超高支紡織產品之需求預期將逐步增加。長遠來看，預期細支及高支紗將有進一步增長。

增加使用緊密紡紗

緊密紡紗是指在牽伸部位和紗線形成部位增加一個纖維凝聚裝置，利用氣流對牽伸過的須條進行橫向積聚，使成紗毛羽減少，紗線光滑、緊密、堅固，條干均勻，強力比普通精梳紗線大大提高。使用緊密紡的紗線可提高織布機的效率，同時也節省染料及上漿和退漿成本，使布料更環保。緊密紡最適合製成高支紗，且製成的紗線可用於高檔色織布料和高檔針織布料。高檔色織布料目前多用於高檔男士襯衫，極具增長潛力。

發展混紡

混紡是紡紗業的未來發展趨勢，也是最近中國政府出台的紡織工業振興規劃中棉紡業位列頭條之一的鼓勵發展方向。預期重點將為發展與不同紗線及新材料混紡之纖維，從而提升布料之功能性。

紡織業繁榮對本地經濟發展、刺激出口、創造就業機會、增加農民收入及加速城市化步伐極為重要。為進一步發展紡織業，中央政府已自二零零八年十一月十九日起召開

行業概覽

三次會議，並於二零零九年二月四日發表《紡織和裝備製造業調整振興規劃》及於二零零九年三月二十五日發表《關於提高輕紡電子信息等商品出口退稅率的通知》(財稅[2009]43號)，據此，預期中國政府將實施以下措施：

- 刺激內需及開拓國際市場。
- 提升技術及開發專利品牌。
- 加快替換落後機器。
- 專注於以先進科技生產高增值及耗用較少資源之產品。
- 提供財政支持及稅務優惠：若干紡織品及服裝之出口退稅率自二零零九年四月一日起提高至16%。

床品業

中國之家紡市場

根據Euromonitor，家用紡織品包括床品及家居裝飾品如窗簾、沙發套／桌布及桌旗等。

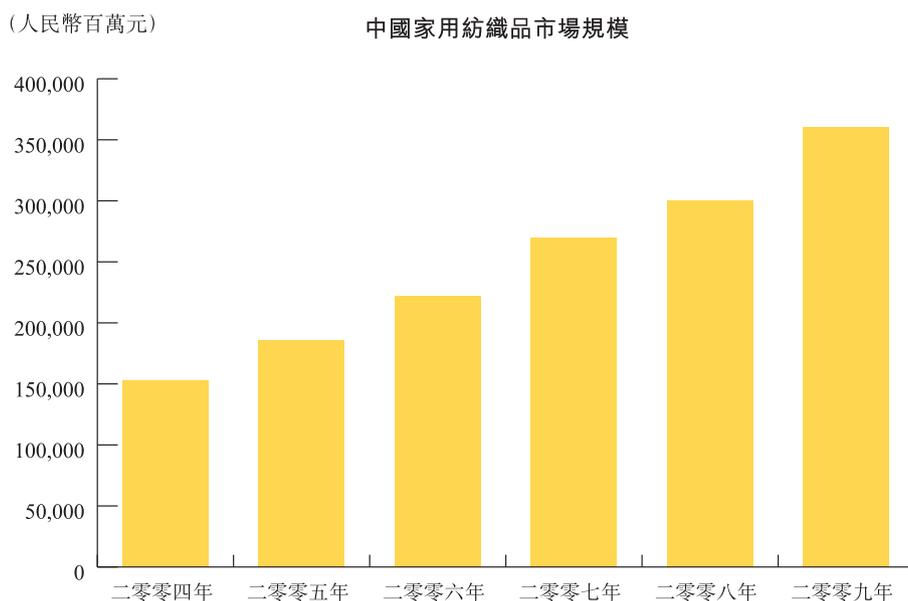
近年來，經濟高速增長令國家收入及生活水平穩步提升。因此，國內家紡市場亦以約20%之年增長率穩步增長。直至二零零八年，家紡業之國內零售價值達人民幣3,000億元。家居相關紡織品之未來需求殷切，且為紡織業內最具市場空間及潛力之一環。

儘管面對全球金融危機，房地產市場蓬勃推動床品需求不斷增加，國內床品市場於二零零八年繼續保持強勁增長。海外市場之入口需求轉弱亦迫使多間以出口為主之製造商將重點轉向國內市場，造就了中國家紡市場於二零零八年底之增長。

受惠於國內房地產市場急速增長及住宅房屋條件及生活水平提升，中國家紡市場近年來取得重大發展。旅遊業急速發展，加上海外需求強勁亦促使行業增長。根據Euromonitor，國家專家相信，中國家紡業有大量擴展空間及龐大市場。

行業概覽

下圖顯示二零零四年至二零零九年間中國家用紡織品之零售市場規模：



Euromonitor 報告 — 中國床品及家紡市場分析

中國床品市場概覽

床品業為家紡業之其中一個分支。隨著住房制度改革、人民生活水平及審美觸覺持續提升，客戶對床品更為重視，對產品質素及用料亦有更高要求。此促使行業不斷開發新產品及建立獨特之品牌形象。

作為室內裝飾，床品已逐漸成為紡織業之焦點及客戶關注之一環。國內床品市場於近年來取得驕人發展，國內床品零售價值由二零零四年之人民幣420億元飆升至二零零九年之人民幣1,060億元，複合年增長率達20.2%。

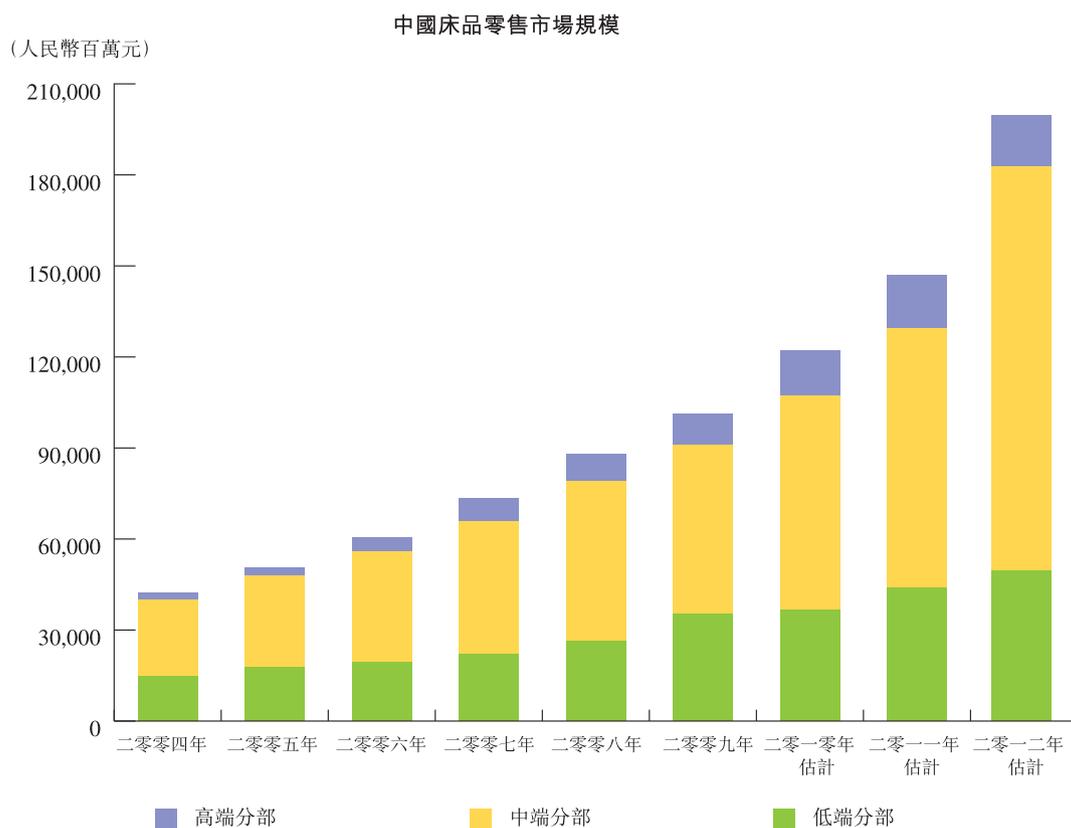
行業概覽

床品大致可按價格、工序及質料分為高端、中端及低端產品，下表顯示床品之一般分類。

	工序	質料
高端	<ul style="list-style-type: none"> • 轉移印花 • 平面印花 	<ul style="list-style-type: none"> • 長絨棉 • 純絲 • 棉纖維 • 混紡
中端	<ul style="list-style-type: none"> • 繡花（鎖鏈針步繡花、全繡花） • 花樣繡花 • 印花 	<ul style="list-style-type: none"> • 棉花 • 絲 • 混紡
低端	<ul style="list-style-type: none"> • 普通印花及圖案 	<ul style="list-style-type: none"> • 棉花 • 混紡

資料來源：Euromonitor 報告－中國床品市場分析

下表顯示中國床品於二零零四年至二零零九年按零售銷售價值計之過往市場規模以及中國床品市場於二零一零年至二零一二年按零售銷售價值計之預期市場規模。



資料來源：Euromonitor 報告－中國床品市場分析

行業概覽

下表顯示中國床品於二零零四年至二零零九年按零售銷售價值計之市場增長過往複合年增長率以及中國床品市場於二零一零年至二零一二年按零售銷售價值計之市場增長預期複合年增長率。

產品分部	增長	
	二零零四年至 二零零九年 複合年增長率	二零一零年至 二零一二年 複合年增長率
床品	20.2%	25%
— 高端分部	41%	27.7%
— 中端分部	20.2%	27.4%
— 低端分部	16.7%	19.2%

資料來源：Euromonitor報告 — 中國床品市場分析

國內床品大部分為中檔產品。就大部分高級品牌而言，高檔產品、中檔產品及中低檔產品之比例分別不超過10%(高)、60%(中)及30%(低)。就次級品牌而言，比例則分別不超過5%(高)、60%(中)及35%(低)。一線城市為高檔產品之主要消費者，而二三線城市則為中低檔產品之主要消費者。

床品消費架構隨著人民生活水平提升而改變。高檔產品、中檔產品及低檔產品之消費比例由二零零四年分別約4%、60%及36%演變為二零零九年分別為8.9%、60%及31.1%。高檔產品之比例不斷攀升，低檔產品之比例則正在下降，而中檔產品則仍然為市場主導。傾向購買中高檔床品之消費者數目正日漸上升。於二零一零年至二零一二年，高檔及低檔產品零售銷售額之複合年增長率估計分別為27.7%、27.4%及19.2%。

現時，主打創新設計之床品越來越受客戶愛戴，而以品牌設計、優質、舒適及健康(即睡眠狀況)為賣點已成為床品之未來主要趨勢。當兩個品牌之質素及舒適度相同時，床品之優質設計及獨特性將決定品牌於市場能獲得之優勢。

接受新興西方古典設計元素之中國家庭越來越多，而該等床品特別受年輕消費者歡迎，被視為優質豪華之象徵。除於國內床品市場佔有重要地位之歐洲款式設計外，國內品牌之新顏色配搭及設計亦迅速增長。業內認為創新設計及品牌建立為保持於市場穩固地位之主要方法。

床品消費之變化首先反映於床品數目及式樣。常見種類由傳統之四件一棉被、床墊、被套及枕頭，加入床單及裙襪單等配飾，以及長短枕套之新靈活套裝。現時，有五件、六件甚至八件及十件之套裝。消費者傾向選用設計高貴及自然之床品，如色彩與整個房

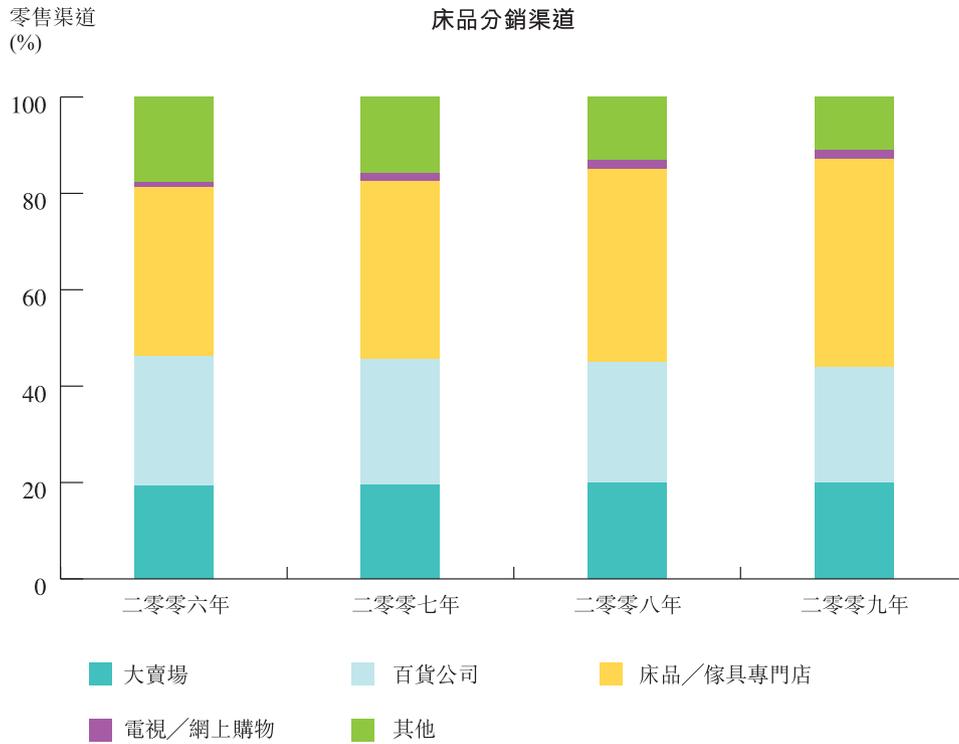
間匹配／有補足作用及協調。另一方面，床品之主要功能已由保暖轉變為保健。功能性產品已大量湧入市場。羽絨被及達克龍中空棉等單層保暖床品之受歡迎程度逐漸下降，取而代之為採用純棉布料且具備保健功能之新床品，大部分填充料及布料亦顯示具備抗菌及驅蟲功能。

中國床品市場競爭環境

現時有超過1,000間企業專門製造床品，主要位於廣東、上海、山東、浙江及江蘇。床品市場之特點為地區性強，意即若干品牌可能於若干地區屬著名品牌或於地方上具有優勢，但於其他地區則鮮為人知。根據Euromonitor，於二零零六年、二零零七年、二零零八年及二零零九年，五大床品企業分別佔中國床品市場零售銷售價值約6.3%、6.3%、6.4%及6.8%。於二零零九年，按零售銷售價值計，Euromonitor將本公司列為中國第八大床品製造商，佔總市場份額0.4%。

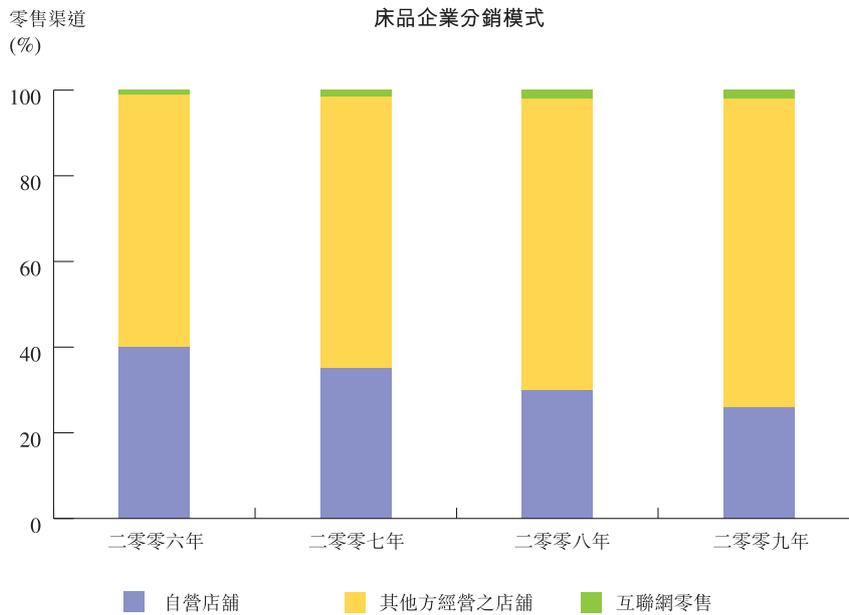
大型床品企業主要以自營店舖及特許經營權門市作為市場推廣渠道，而床品之分銷渠道仍以大賣場、床品專門店、超級市場及百貨公司等可供客戶測試產品之傳統零售渠道為主。儘管網上購物及電視購物等新興零售渠道十分方便，但用於床品銷售方面並無優勢，原因為互聯網及電視所顯示之圖象之顏色通常與真正產品之顏色存在差異，更重要是客戶未能檢視產品質素。下圖顯示二零零六年至二零零九年各零售渠道按床品總銷售價值計之貢獻。

行業概覽



Euromonitor 報告 — 中國床品及家紡市場分析

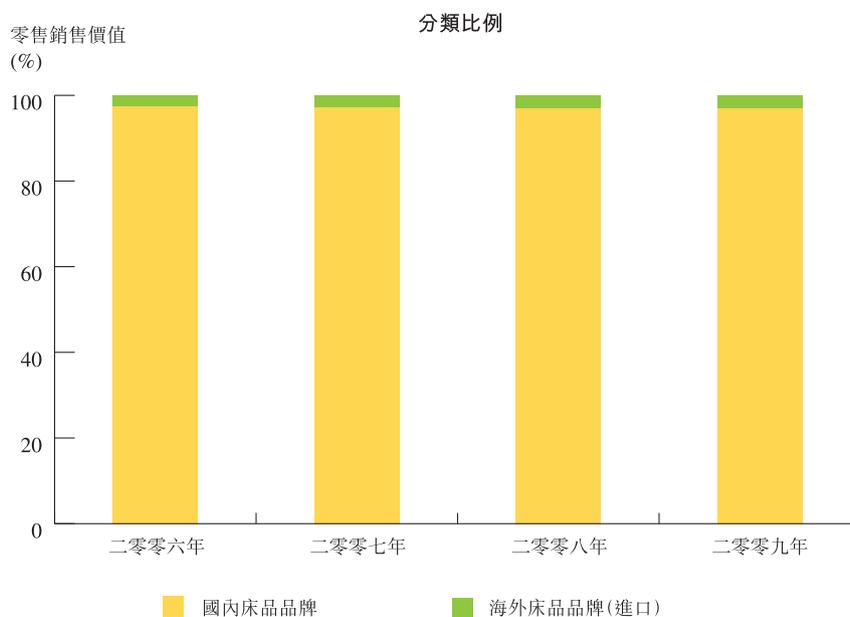
下圖顯示二零零六年至二零零九年床品分銷渠道按床品製造商零售銷售價值計之貢獻。



Euromonitor 報告 — 中國床品及家紡市場分析

行業概覽

經過數十年之發展，中國床品市場已有重大轉變。部分較強之國內品牌經已崛起，而以高端用戶群為主之海外品牌亦已開始進軍中國市場。下圖顯示二零零六年至二零零九年國內床品品牌及海外床品品牌按零售銷售價值劃分之市場份額。

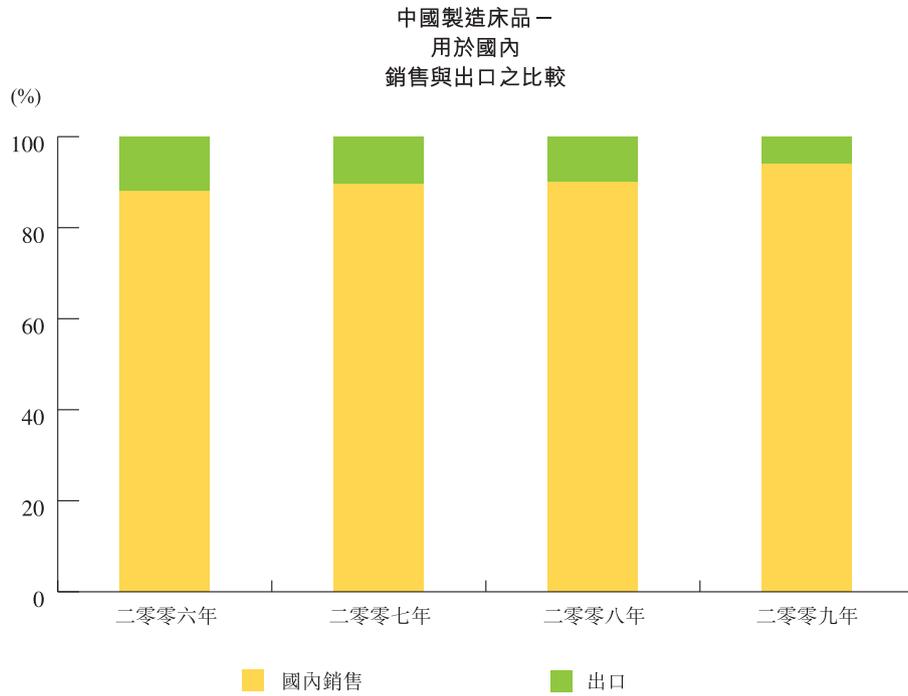


*Euromonitor*報告 — 中國床品及家紡市場分析

與其他行業相比，中國床品業仍處於「大行業，小企業」之狀態，市場相當分散。大部分著名品牌仍集中於區內而非於全國分銷產品。部分資金充裕之企業已完成於全國開設零售店舖之初步計劃，旨在讓品牌躋身全國及提升受歡迎程度。其他地方品牌已取得強勁銷售業績，並正積極將市場擴展至其他省份及直轄市。

行業概覽

現時，金融危機未有對中國床品零售業構成嚴重影響，即使出口壓力沉重，行業仍然穩步發展。下圖顯示二零零六年至二零零九年用於國內銷售及出口之中國製床品按銷售價值計之比例。



Euromonitor 報告 — 中國床品及家紡市場分析