

行業概覽

除非另有說明，本節及本招股章程其他章節中所提供的若干資料乃摘錄自各種政府之官方出版物。該等資料非由董事、本公司、保薦人、包銷商或其各自的聯屬公司編製或獨立核實。該等資料或未能與其他資料保持一致，亦未必準確，故不應過份依賴。

全球雜貨行業

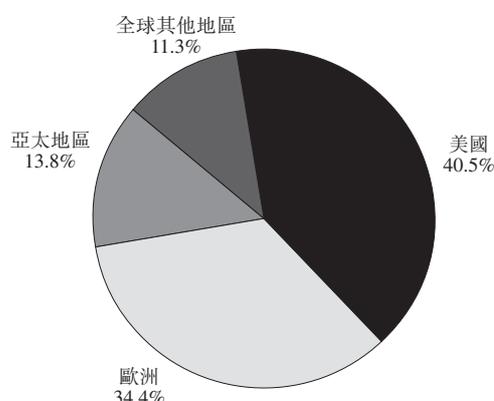
國際貿易自由化導致中國等發展中國家、若干亞洲國家及東盟國家之低成本貨品不斷出口到世界經濟發達之市場。全球雜貨行業表現預計將加速增長，從二零零六年至二零一一年止五年期間之年複合增長率預計約為6.6%，至二零一一年年底，該行業之價值將增至約20,020億美元。*

全球雜貨行業乃透過雜貨企業按零售價銷售貨物所獲得之總收入而估值。於二零零六年，全球雜貨店行業產生總收入約14,580億美元，相當於由二零零二年至二零零六年止五年期間之年複合增長率約為7.1%。於二零零六年，美國佔該行業價值約40.5%，亞太區約佔13.8%*。

二零零二年至二零零六年全球雜貨店行業價值*

年度	收入 (十億美元)	增長率 (%)
二零零二年	1,105.8	—
二零零三年	1,200.1	8.50%
二零零四年	1,283.7	7.00%
二零零五年	1,367.7	6.50%
二零零六年	1,457.6	6.60%
年複合增長率，二零零二年至二零零六年		7.1%

全球雜貨店行業地區分析：二零零六年按價值計算之百分比份額*



* 資料來源：二零零七年三月Datamonitor之「全球雜貨店」。董事或保薦人均未委托Datamonitor編製任何研究報告。

行業概覽

原油價格、原材料及能源成本以及物流及運輸成本不斷增加，持續降低全球零售行業的利潤率。此趨勢迫使各企業尋找降低成本的辦法以維持具競爭力之定價，以刺激零售業之銷售並從而透過增加銷售額減輕低利潤率的壓力。

一元店業務

一元店屬於特殊零售業，乃小型折扣商店，一般面積介乎7,000至12,000平方呎，銷售各類日常經常使用並需要補充之基本消費品（如保健及美容用品、包裝食品、清潔用品）及雜貨（如季節性商品、普通衣服及家庭用品）。此類商店通常以中低收入顧客為對象。連鎖一元店店舖數目每年增長率為5%至12%。因低價及位置便利，一元店一直在食品／消費品市場爭取相當的市場份額。

根據Bear, Stearns & Co. Inc.於二零零六年進行之調查，第二大客戶、Family Dollar Stores Inc.（「Family Dollar」）、Dollar Tree 及99¢ Only Stores Inc.（「99¢」）為美國之主要一元店經營商。

美國的主要一元店

	淨銷售額 (百萬美元) (附註1)	純利 (百萬美元) (附註1)	市值 (百萬美元) (附註2)	市盈率 (倍數) (附註2)
第二大客戶	9,170	138	6,872	50
Family Dollar	6,395	195	5,318	27
Dollar Tree	3,969	192	4,520	24
99¢	1,064	10	918	94

附註：

1. 淨銷售額及純利乃根據於各自年結日所載之最近期刊發年度數字計算。
2. 市值及市盈率（「市價／盈利比率」）乃根據最近期刊發之年度數字及各公司於二零零七年六月二十九日之收市股價計算。

行業概覽

一元店乃以多重價格出售商品之經營商，如第二大客戶及Family Dollar，或以單一價格一美元一件出售所有商品之經營商，如Dollar Tree或以99美仙為單位之99¢。多重價格零售商能在成本增加時調整價格。然而，單一價格零售商在短期內卻無此靈活性，而必須接受較高成本而導致毛利減少或選擇放棄此商品而承受失去銷售額之風險。然而，長遠而言，單一價格零售商可透過改變包裝大小或物色更便宜的供應商以應付成本上漲。單一價格亦限制高毛利類型商品之銷售。此外，由於平均單位零售價不會改變，為促進同店銷售額增長，單一價格零售商須增加商品銷量，而多重價格零售商則能透過改變商品組合來刺激銷售額增長。

過去幾年，美國之一元店行業已經歷許多改變。有些大型一元店藉收購進行擴展，並預計一些大型連鎖企業將控制低端消費商品市場，而一元店以及一批經營雜貨折扣商店之大型連鎖集團如Wal-Mart Stores, Inc.及Target Corporation，將持續主導零售市場。

折扣零售行業具有高競爭性。Dollar Tree、第二大客戶及Family Dollar目前總共經營超過約17,000家商店。董事相信，現有零售店如藥房及超級市場等進入該市場及在存貨中增加一元類商品之入行成本較低。在美國，有多項人口統計趨勢支持一元店之持續增長，包括有利於小型、家庭式商店環境發展之西班牙裔人口增長；屬一九四六年至一九六四年出生嬰兒潮一代之老年人，因收入有限而日益依賴一元店及折扣店。此外，一元店亦為其提供更多方便，如與停車場之距離較大型商店為短等。同時，美國家庭收入統計數據顯示，在過去三十年，美國之財富已變得更加集中。這為低端消費貨物市場之供應商帶來競爭及提供機會。

於二零零七年三月，一間私人股本公司宣佈約以73億美元收購第二大客戶。收購使該業務之歷史盈利倍數超過50倍，充分展示一元店行業前景樂觀。於二零零七年七月，第二大客戶被私有化及撤銷上市地位。

美國季節性採購及全球派對及喜慶節日用品市場

GMDC Educational Foundation於二零零六年六月公佈之季節性最佳範例研究報告顯示，季節性商品已冒升為大型市場零售商銷售、溢利及營業額最強而有力之增長來源之一。

於二零零六年進行之GMDC消費者調查亦顯示，美國消費者較五年前花費更大百分比之可動用收入在季節性商品方面。他們在購買季節性商品時取決於價格與價值。調查顯示，方便程度的重要性次於價格與價值，全部均是大型市場零售商店之優點。此外，根據調查，美國人口構成之變動亦為季節性商品銷售額之增長創造了商機。現今對零售商造成最大影響之人口趨勢包括多元文化人口之增長及美國人口老化。

根據Philip M. Parker撰寫及ICON Group International, Inc.發佈之研究「二零零六年至二零一一年全球紙製飾物、陳列品、裝飾品、派對帽及其他派對及假日商品及附屬品(不包括綉紙)之展望」，二零零六年紙製飾物、陳列品、裝飾品、派對帽及假日商品及附屬品(不包括綉紙)之最新需求約為10億美元。

全球紙製飾物、陳列品、裝飾品、派對帽及其他派對及
假日商品以及附屬品(不包括綉紙)之市場潛力

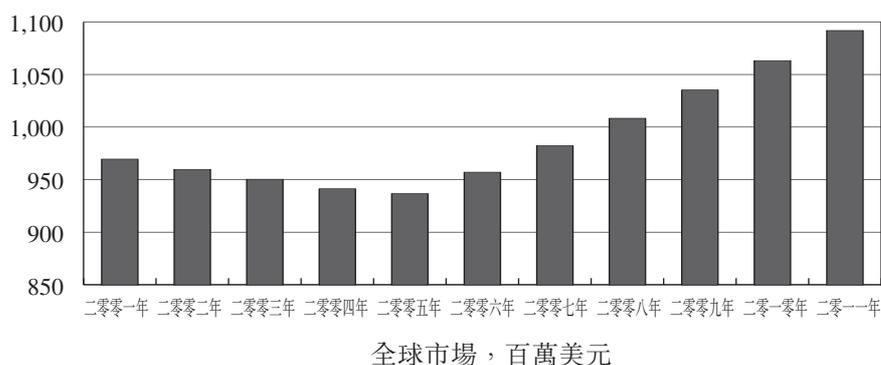
地區	潛在需求 (百萬美元)	佔全球百分比
亞洲及大洋洲	318	33.3
北美洲及加勒比海	243	25.4
歐洲	242	25.3
拉丁美洲	78	8.1
中東	39	4.1
非洲	38	3.9
合計	<u>957</u>	<u>100.00</u>

資料來源： Philip M. Parker, INSEAD，二零零五年版權，www.icongrouponline.com。

行業概覽

該研究亦顯示，紙製飾物、陳列品、裝飾品、派對帽及其他派對及假日商品及附屬品之潛在需求於二零零七年將約為9.82億美元，並於二零一一年逐步達到約10.91億美元。

二零零一年至二零一一年全球紙製飾物、陳列品、裝飾品、派對帽及其他派對及假日商品及附屬品之市場



資料來源： Philip M. Parker, INSEAD，二零零五年版權，www.icongrouponline.com。董事及保薦人均無委託Philip M. Parker, INSEAD編製任何調查報告。

本集團法規概覽

本集團業務適用之若干法律和規例概要載列如下：

中華人民共和國環境保護法

中華人民共和國環境保護法乃有關保護及改善生活環境及生態環境，保護及處理污染及其他公害之規例。根據該法律，處罰手段包括污染罰款及關閉任何導致嚴重環境問題的設施。保護環境及污染處理設備亦必須於建設核心設施之同時經已設計、實施並開始運作。中華人民共和國環境保護法適用於本集團位於中國東莞之生產設施及美藝之生產過程。董事確認美藝之生產設施及生產過程符合現行之國家及地方環境保護要求。

中國及美國進出口條例

本集團業務受中國及美國多項進出口條例規管。在中國，中華人民共和國進出口貨物管理條例於二零零一年由國務院頒佈，主要負責控制出口配額，出口許可證及國營貿易管制等有關事務。此外，中華人民共和國進出口商品檢驗法由中國人民代表大會於一九八九年頒佈，主要規管進出口貨物質量並整頓貨物檢查之質量。董事確認本集團產品符合所有有關中國進出口條例之要求。

根據美國法律制度，進口到美國的產品受多項規則和規例所規管，例如進口許可證、進口配額、進口報關及估值、知識產權規例、補貼及反補貼規例、安全及產品責任規例等。於往績記錄期間，本集團之進口商客戶負責辦理美國所有規例要求之清關手續，包括向有關當局送交按照其規格生產之原型作安全測試。測試合格的原型將用作本集團生產及採購之參考。

本公司美國客戶已向本公司提供有關每年更新的具體規程及監管進口商品要求之「*銷售商指南*」及「*進口程式手冊*」（以下通稱「*客戶銷售商指南*」）。最新的美國海關及政府規例通過定期溝通在有需要時由客戶合併或更新至該指南當中。客戶銷售商指南中載列（其中包括）包裝、標籤及運輸要求、產品樣品及運輸批准規程、設計及標識指南、工廠及安全審核流程、質量保證程式及產品測試協議及規程、經營指引及需要遵守之社會責任。本公司採取積極措施，通過慎密的商品監控及定期和經常進行工廠審核及質量控制，確保符合該等要求及規例。本公司亦就有關規定與供應商進行交流及向其提供最新資料，並不時協助其進行改進以符合所需標準。本公司亦安排經客戶核准之實驗室進行產品樣品測試，以確保其質量及符合客戶銷售商指南及其他規定所訂明之客戶要求。展望未來，本公司於此方面將繼續保持高度警覺。

董事確認，於最後實際可行日期，本集團之業務符合美國所有相關進出口規例要求，而本集團並未受到任何反傾銷規例管制。