

## 行業概覽

本節提供的若干資料取材自政府官方公佈。雖然我們的董事已經合理審慎地自該等公佈編彙和轉載這些資料，但有關資料未經本公司、獨家保薦人、包銷商或我們或他們各自的董事、職員及顧問獨立核實。來自上述政府官方公佈的資料與中國境內或境外編彙的其他資料未必相符。我們對該等資料的完整性及準確性並不發表任何聲明，而投資者不應過分依賴本節所載的這些資料。

### 包裝的簡介

#### 緒言

包裝乃為分銷、儲存、銷售及使用目的而對產品進行包裹或保護的科學、藝術及科技。包裝亦指包裝的設計、評估及生產的過程。

包裝的主要目的是保護所盛載的貨品，包裝也可讓消費者看到可識別的標誌或包裝，讓消費者知道到當中所盛載的是什麼貨品。

具體而言，包裝可達到下列一種或以上目的：物理保護、表面保護、盛載或堆放、傳遞訊息、市場推廣、保安、方便及控制用量。包裝在消費品行業扮演重要角色。包裝原本旨在令貨品方便攜帶及保護貨品，但今時今日已成為一種產品營銷和推廣品牌知名度的工具。包裝設計及開發一般被視為新產品開發過程不可或缺的一部份。一種包裝(或元件)的開發，與所包裝的產品必定構成緊密聯繫。

根據世界包裝組織的資料，二零零四年全球包裝業的產值為4,240億美元。

此外，世界包裝組織預測，全球包裝業在二零零四年至二零一四年期間將按複合年增長率3.5%增長，行業總產值將在二零一四年達到5,970億美元。

## 行業概覽

### 中國包裝業

於二零零四年，中國包裝工業總產值為人民幣3,283億元(約等於3,608億港元)，相當於中國的國內生產總值2.4%。以下為二零零四年中國不同種類包裝的工業產值：

	工業產值	
	(人民幣十億元)	%
紙類包裝	113.50	34.57
塑料包裝	92.93	28.31
玻璃包裝	8.87	2.70
金屬包裝	23.08	7.03
包裝印刷	62.82	19.13
包裝機械	16.96	5.17
其他包裝	10.15	3.09
總計	<u>328.31</u>	<u>100.00</u>

資料來源：二零零五年中國包裝年鑒

### 紙類包裝

包裝業以包裝使用的材料劃分，包括紙類包裝、塑料包裝、玻璃包裝、金屬包裝及其他包裝。紙類包裝包括使用紙張及紙板作為其包裝物料的所有包裝，以及製造紙品和紙板。大部份包裝印刷商屬小規模經營，市場呈條塊分割局面，而主要的包裝印刷商集中於廣東省及長江三角洲一帶。

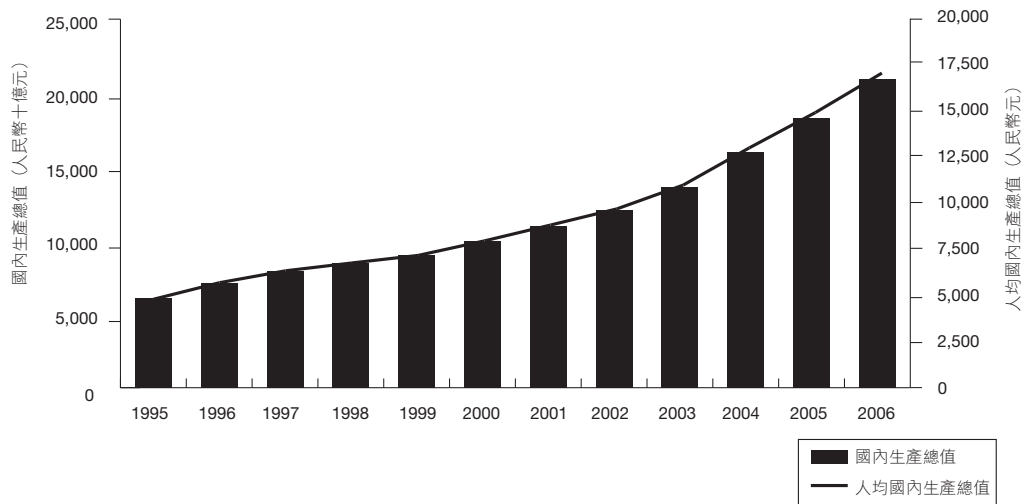
紙類包裝以工業產值計為包裝的最大類別。在五大類包裝物料(包括紙品和紙板、塑料、玻璃、金屬及其他)中，紙品和紙板產品合共佔二零零四年中國包裝行業總產值達75.7%。

根據中國造紙協會的統計數字，包裝紙品和紙板產品分別相當於二零零五年及二零零六年紙品的總消耗量59.5%及59.7%以上。於二零零六年，包裝紙品和紙板產品的總消耗量為39,400,000噸，而紙板產品為34,100,000噸，佔總消耗量86.6%。

## 中國消費力提高

根據中國國家統計局提供的統計數字，由一九九五年至二零零六年，中國的國內生產總值每年以複合年增長率約10.5%增長，人均國內生產總值於同期由人民幣5,046元（約等於5,545港元）增至人民幣15,931元（約等於17,507港元）。中國的人均國內生產總值於二零零一年首次超過1,000美元。下圖說明一九九五年至二零零六年中國的國內生產總值及人均國內生產總值的增長趨勢：

中國的國內生產總值及人均國內生產總值（一九九五年至二零零六年）

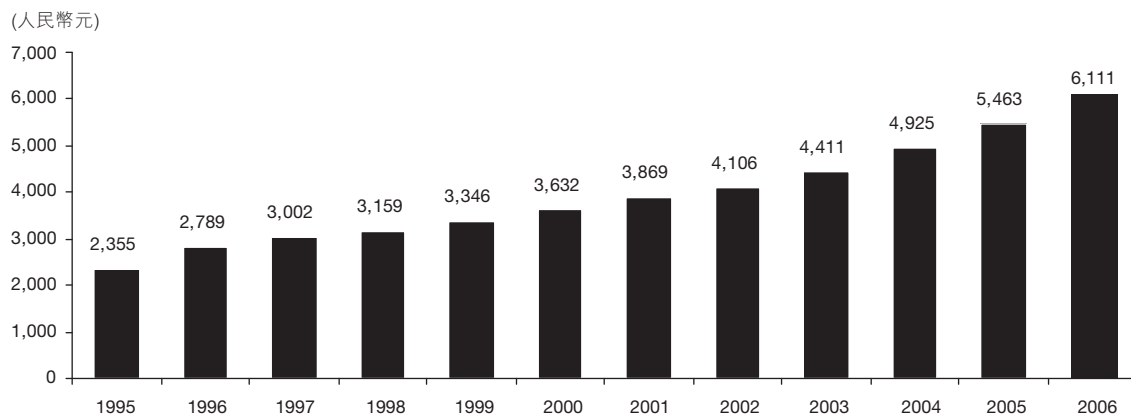


資料來源：二零零七年中國統計年鑒，中國國家統計局

## 行業概覽

中國經濟發展令生活水平提高，人民日益富庶。這從中國人口平均消費水平逐漸增加足可資證，由一九九五年至二零零六年複合年增長率為9.06%，由一九九五年約人民幣2,355元（約等於2,588港元）增至二零零六年的人均每年消費水平為人民幣6,111元（約等於6,715港元）。下圖說明中國由一九九五年至二零零六年的人均每年消費水平：

中國消費力（一九九五年至二零零六年）



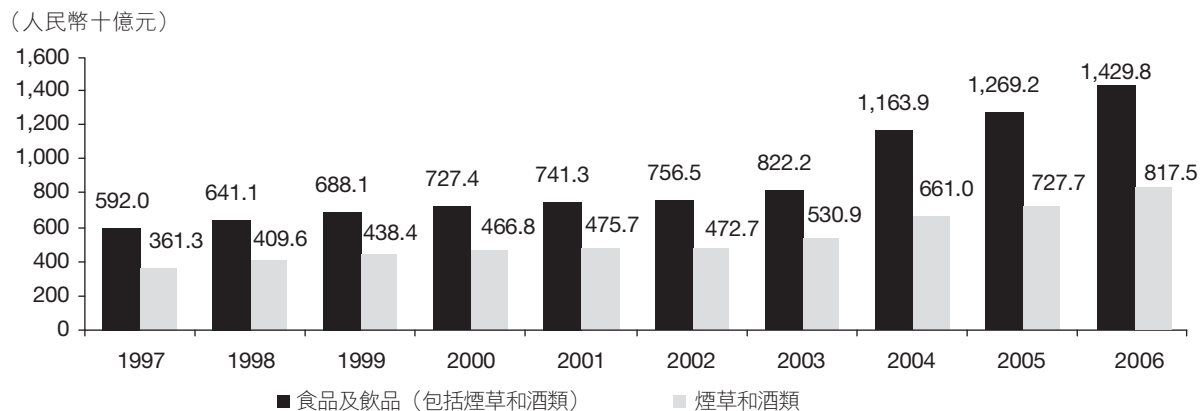
資料來源：二零零七年中國統計年鑒

由於經濟增長強勁，消費力有所改善，中國消費經歷迅速增長。根據中國國家統計局的資料，中國消費產品的零售總銷售額由二零零一年人民幣43,055億元（約等於47,313億港元）增至二零零六年的人均每年消費水平為人民幣76,410億元（約等於83,967億港元）。截至二零零七年十月，消費產品在中國的零售總銷售額達到人民幣72,090億元（約等於79,220億港元），相當於年增幅16.1%。由於消費產品的零售銷售額節節攀升，包裝業直接受惠。

根據中國國家統計局的資料，由一九九七年至二零零六年，中國食品及飲品的消費（包括煙草和酒類）以10.29%的複合年增長率增長。下圖說明一九九七年至二零零六年限額以上食品及飲品的消費產品（包括煙草和酒類）的總銷售額及限額以上煙草和酒類的總銷售額。

## 行業概覽

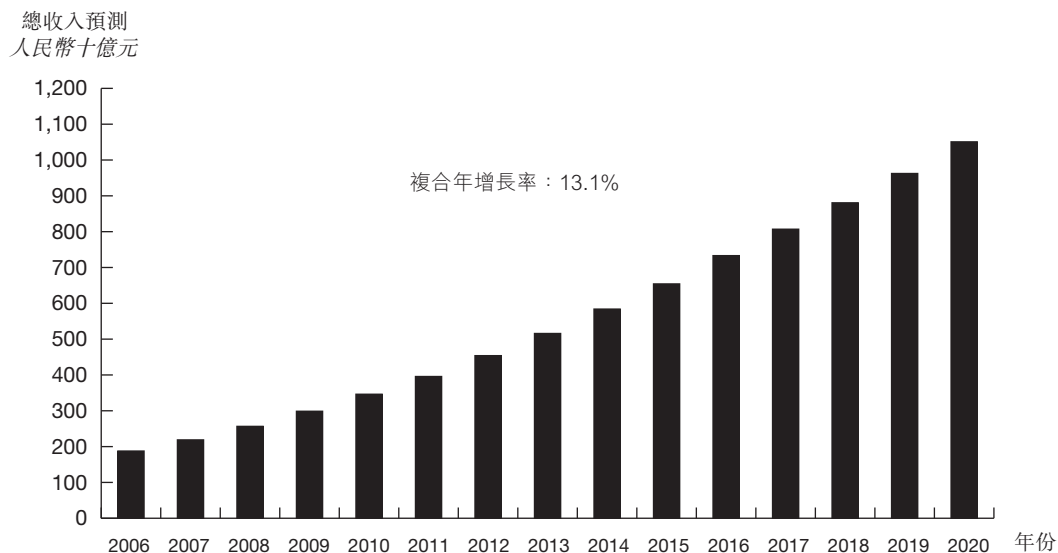
### 限額以上食品、飲品、煙草和酒類的總銷售額(一九九七年至二零零六年)



資料來源：一九九九年至二零零七年中國統計年鑒

中國經濟蓬勃增長，出口日漸上升，加上廣告活動增加，以及人民生活越來越富庶和都市化，都促使中國對印刷包裝的需求上升。

下圖說明由二零零六年至二零二零年中國印刷包裝業總收入預測。



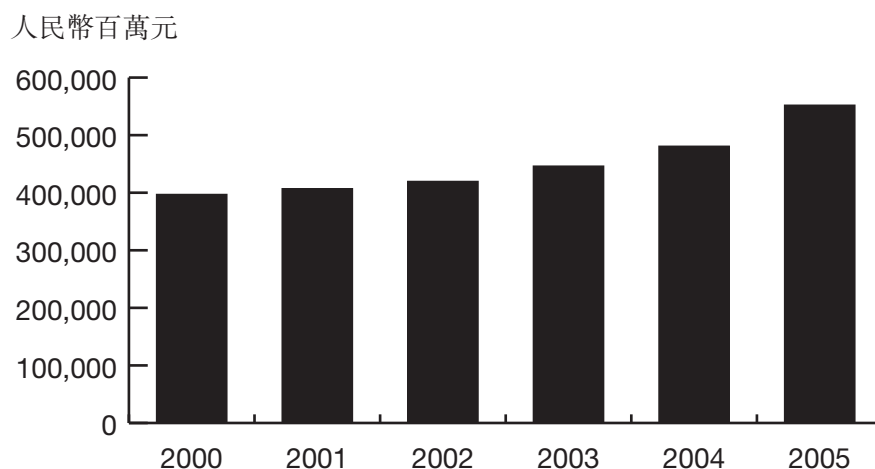
資料來源：中國印刷業發展概況(一九九八年至二零二零年)(二零零七年一月由印刷工業出版社首次出版)

## 中國煙草業

### 中國煙草業的規模

中國是全球煙民最多的國家。根據二零零七年五月發布的《2007年中國控制吸煙報告》，中國的煙民約3.5億人。受中國生活水平及消費力上升帶動，中國煙草市場預期繼續增長。

根據Euromonitor報告，中國煙草零售銷售值由二零零零年人民幣3,970億元(約等於4,360億港元)增至二零零五年人民幣5,220億元(約等於5,740億港元)，複合年增長率為5.6%。下圖說明由二零零零年至二零零五年中國煙草零售銷售量增長：



資料來源：Euromonitor (二零零六年十二月)

### 中國香煙業的前景

由於香煙價格上升，中國煙草業的除稅前利潤由二零零二年至二零零七年以每年約21.6%之幅度增長，於二零零七年已錄得人民幣3,880億元(約等於4,260億港元)。高檔產品於二零零五年繼續增長，佔總銷售量的16%，由一九九七年的不到15%連續八年增長。高檔產品的穩固擴張反映政府政策對行業的強大影響。於二零零零年至二零零五年期間，尤其是二零零三年後，預留可觀預算用於促銷高檔產品，以配合政府為市場開放後外國品牌的潛在競爭作準備。於二零零七年，前十名香煙品牌佔據約37.8%的中國市場份額。

中價品牌發展最為活躍，其同時受益於中國政府政策及可支配收入水平增長。由於農村煙民在中國佔很大比例，低檔香煙於二零零五年佔直銷銷售量接近47%。低檔香煙一般每包20根價格為人民幣3.5元(約等於3.8港元)左右或更低，然而，由於國家強制關閉小型及業績

不佳的捲煙廠，低檔香煙於回顧期所佔的銷售份額有所下降，經濟型香煙市場份額由二零零四年至二零零五年下降約0.7%，較一九九七年下降約5%。

### 展望

對中檔產品的關注已不止於價格。主要中檔品牌增長迅速，但少有國際競爭的經驗，長遠而言將面臨障礙。Euromonitor預期中價市場將於二零零八年取代低檔產品，成為中國香煙的主流價格檔次。

儘管高檔及中檔香煙加稅，但製造商仍不斷致力將其品牌由低檔重新定位至中檔，以配合政府改進現有香煙產品的質量及價格的政策。

### 影響

消費者傾向於高檔及中檔香煙，以及政府協助發展高檔市場，均將於二零零五年至二零一零年的預測期間提升其銷售量。由於整體單位價格上升，預期價值上升的步伐將超過銷量。

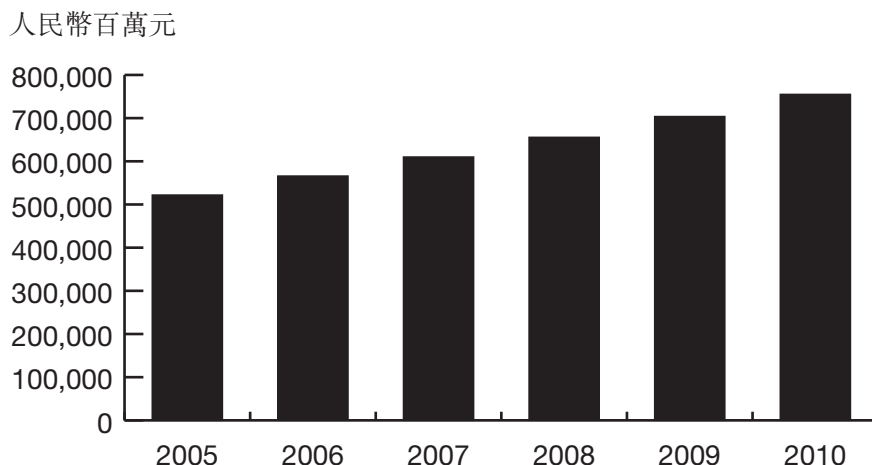
由於香煙在中國有強大的消費基礎，零售價格的持續攀升將不會如一般預期衝擊銷售量。香煙在中國的社會活動中佔重要部份。人們以互相交換香煙來表示尊敬及信任，香煙因此成為人們收入水平及社會地位的標誌。加上可支配收入上升，消費者應不會對單位價格上升過度敏感。

中國煙草業正面臨整合，香煙公司數目因而逐漸減少，香煙包裝公司的銷售及市場推廣渠道正在簡化。因此，香煙包裝公司的潛在客戶源較少，故需集中向餘下的香煙公司爭取較多訂單。

基於從事包裝行業涉及龐大投資成本，董事相信，能夠從這種競爭中受惠的公司，將為那些採納多元化業務模式，藉此從規模經濟受惠的公司；此外，生產低檔產品的公司，邊際利潤可能大幅降低，甚至可能出現虧損。

## 行業概覽

隨著中國吸煙人口繼續擴張以及其消費力持續增長，香煙產品的零售銷售預期由二零零五年人民幣5,220億元(約等於5,740億港元)增至二零一零年人民幣7,550億元(約等於8,300億港元)，複合年增長率為7.7%。下圖說明由二零零五年至二零一零年中國香煙零售銷售的預期增長：



資料來源：Euromonitor (二零零六年十二月)

### 中國香煙包裝業

#### 概覽

中國為全球最大香煙市場。由於香煙包裝業正經歷需求增加及行業增長，若干香煙包裝技術超越全球知名香煙品牌所用的技術，中國的香煙製造商正積極提高市場佔有率。直接與包裝相關的品牌推廣及宣傳將對香煙公司越來越重要，因為隨著業內持續進行整固，競爭亦越來越趨於激烈。因此，香煙包裝也趨向更注重質量，故香煙包裝公司正面對激烈競爭。

香煙包裝與其他產品的包裝不同，擁有本身的特點。由於香煙公司並不容許刊登產品廣告，其市場宣傳因而受到限制，香煙包裝對產品宣傳所扮演的角色更形重要。香煙公司需要更多的集中於採用獨一無二的包裝，以從其他同業中突出本身的品牌。因此，新近實施的香煙管制措施，實際上將為香煙包裝帶來額外商機。香煙包裝的功能將由簡單的保護產品轉變為包括品牌宣傳及市場推廣。優質包裝在提升香煙產品的價值、提高產品的競爭能力及開拓國際市場商機方面扮演關鍵角色。



### 中國香煙包裝的前景

於二零零七年，在中國生產的香煙品牌總數為173個，較二零零六年少53個。香煙生產商數目由一九九八年的185家減少至二零零七年的31家。於二零零七年，13個品牌產量及銷售額超過1,000,000箱。

同年，中國的香煙總產量為42,830,000箱。根據對本集團在中國的三大客戶產量的預期，其預期產量合共將佔總量的15%以上。

國家煙草專賣局於二零零四年八月二十三日頒布《捲煙產品百牌號目錄》，並計劃於未來兩至三年進一步削減中國的香煙產品品牌數目至約100個。於二零零六年，百大香煙品牌佔據約89.4%的市場份額。

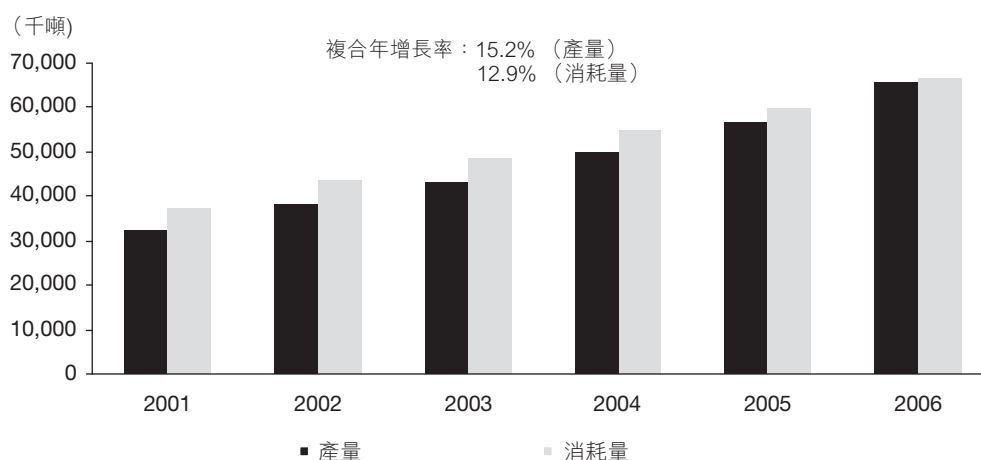
香煙業的整固標誌著大型包裝方案供應商的機遇。隨著較大型香煙生產商透過香煙行業整固擴大業務規模，能夥拍大型香煙生產商的較大規模包裝方案供應商亦將受惠。

### 紙品和紙板製造業

紙品和紙板是紙類包裝的主要原料，而紙類包裝屬於包裝業的最大類別。

根據中國造紙協會的數據，於二零零六年，紙品及紙板總消耗達6,500萬噸，或較二零零五年的水平增加16.07%。紙品及紙板總產量的年均增長已超過國內生產總值的增長速度，達13.44%。下圖載列二零零一年至二零零六年紙品及紙板總產量：

中國紙品的產量及消耗量



資料來源：二零零六年中國造紙行業年報，中國造紙協會

## 行業概覽

儘管中國以紙品和紙板消耗量計全球排行第二，於二零零五年，中國每年人均紙品和紙板產品消耗量仍處於相對較低水平約50千克，而美國、日本及台灣則分別約300千克、247千克及215千克。因此，預計中國的需求將有所增長。中國作為該等紙品的淨進口國，供應明顯短缺。因此，中國國內的生產能力存在擴充的空間。

下表說明中國主要紙品和紙板產品的生產及消耗情況。在所有不同種類的紙品和紙板產品中，於二零零六年，箱板原紙及非塗布印刷和書寫紙為最大兩類產品，分別佔生產量的35.1%及18.8%及消耗量的37.0%及18.3%。

種類	產量		消耗量	
	(千噸)	%	(千噸)	%
新聞紙	3,750	5.8	3,440	5.2
非塗布印刷和書寫紙	12,200	18.8	12,110	18.3
塗布紙	4,600	7.1	4,000	6.1
生活用紙	4,700	7.2	4,360	6.6
包裝用紙	5,200	8.0	5,280	8.0
白紙板	9,400	14.4	9,720	14.7
其中塗布白紙板	9,000		9,310	
箱板原紙	22,800	35.1	24,430	37.0
特種紙品及紙板	1,100	1.7	1,310	2.0
其他紙品及紙板	1,250	1.9	1,350	2.1

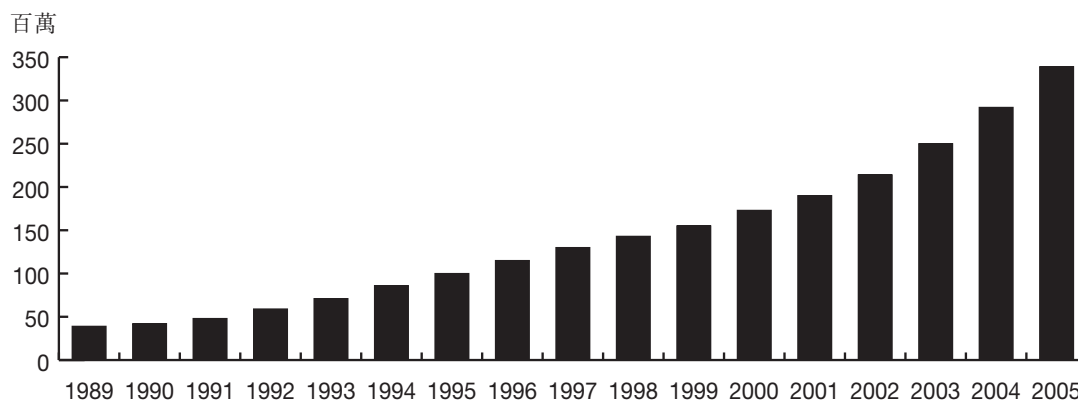
資料來源：二零零六年中國造紙業年鑒

## 箱板原紙業

### 中國的箱板原紙市場

#### 概覽

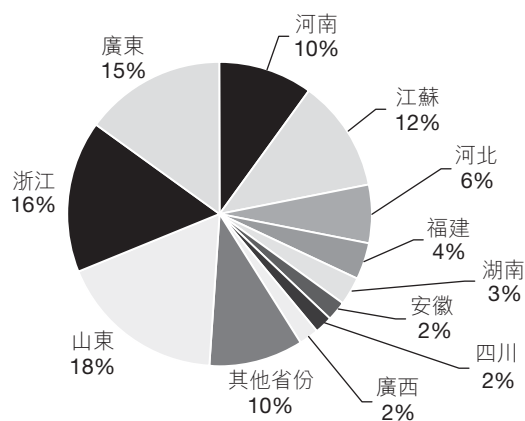
中國對紙品和紙板產品的需求增加，以產量計，箱板原紙成為其中一種在中國增長最迅速的紙品。根據RISI的報告，箱板原紙總產量已由一九八九年3.9億美元(約等於30.4億港元)增長至二零零五年33.9億美元(約等於264.4億港元)，複合年增長率為15.5%。下圖顯示箱板原紙業產量增長。



資料來源：Euromonitor (二零零六年十二月)

中國國內紙品和紙板市場主要由地區需求所帶動，主要供應商已沿東海岸在珠江三角洲、長江三角洲及環渤海區等交通方便的地點建立起生產和消耗基地。

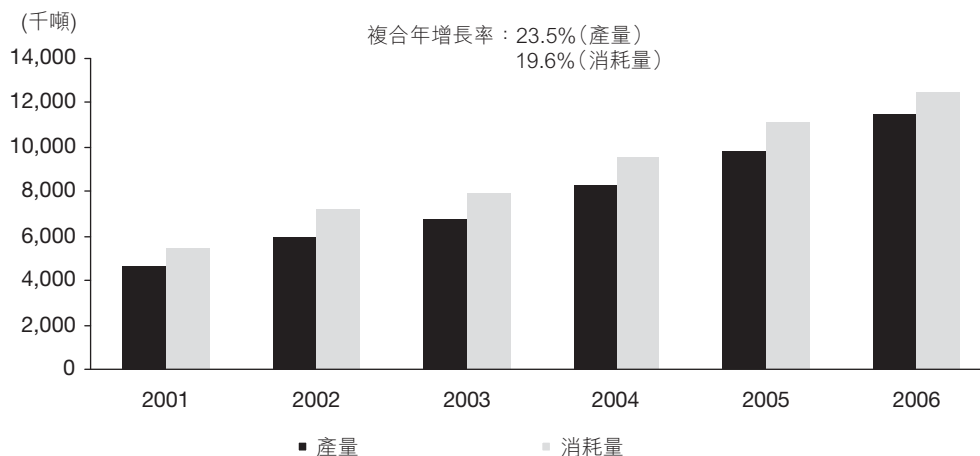
下圖顯示二零零六年按年產量計中國十大紙品和紙板製造省份：



資料來源：中國造紙協會，二零零六年

## 行業概覽

預期中國國內對紙品及紙板的需求仍會保持強勁。根據於二零零七年八月發佈的《中國造紙協會關於造紙工業「十一五」發展的意見》，二零零五年至二零一零年中國紙品及紙板的消耗量預期將保持7.5%的年平均增長率。根據有關預測，中國國內對紙品及紙板的消耗量及人均年消耗量於二零一零年預期分別達8,500萬噸及62千克。下圖說明二零零一年至二零零六年中國箱板原紙的歷史產量及消耗量：



資料來源：中國造紙協會，二零零六年