

行業概覽

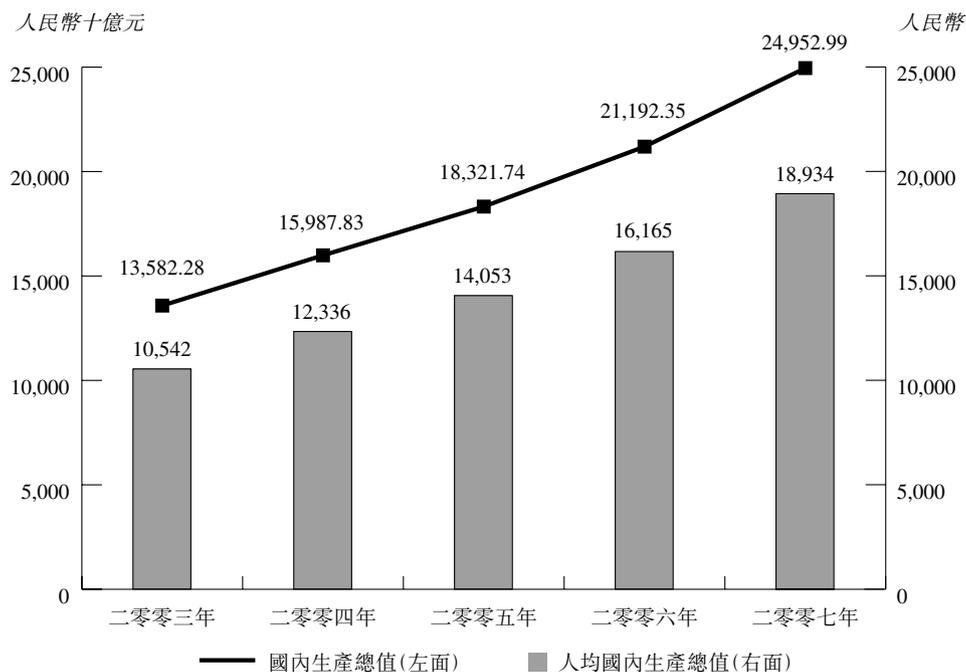
本節載有關於中國經濟及本集團所經營行業之資料及統計數字。本節所載資料及統計數字部分乃摘錄及取材自多份政府官方刊物、Access Asia報告、中經縱橫報告以及中國腸衣網及中國肉類協會所公佈之資料。儘管本集團已合理審慎摘錄、編製及轉載有關資料及統計數字，而吾等並無理由相信有關資料及統計數字屬失實或誤導，或當中遺漏任何事實從而導致有關資料及統計數字失實或誤導，惟本公司、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、聯席保薦人或包銷商或其各自任何聯屬人士或顧問或任何參與全球發售之人士概無獨立核實該等資料及統計數字，對其真實性、準確性、完整性或公平性亦不發表任何聲明。本節所載資料及統計數字與中國境內外編製之其他資料及統計數字不一定相符。

中國經濟

中國的經濟增長

中國為全球經濟增長最快速的國家之一。根據中華人民共和國國家統計局之資料，於二零零七年，中國國內生產總值約為人民幣249,530億元，與於二零零三年中國之國內生產總值約為人民幣135,820億元比較，複合年增長約16.42%。於二零零三年至二零零七年間，人均國內生產總值亦由每年約人民幣10,542元增至每年約人民幣18,934元，複合年增長率約15.77%。下圖載列中國自二零零三年至二零零七年之名義國內生產總值及人均國內生產總值：

二零零三年至二零零七年中國名義及人均國內生產總值

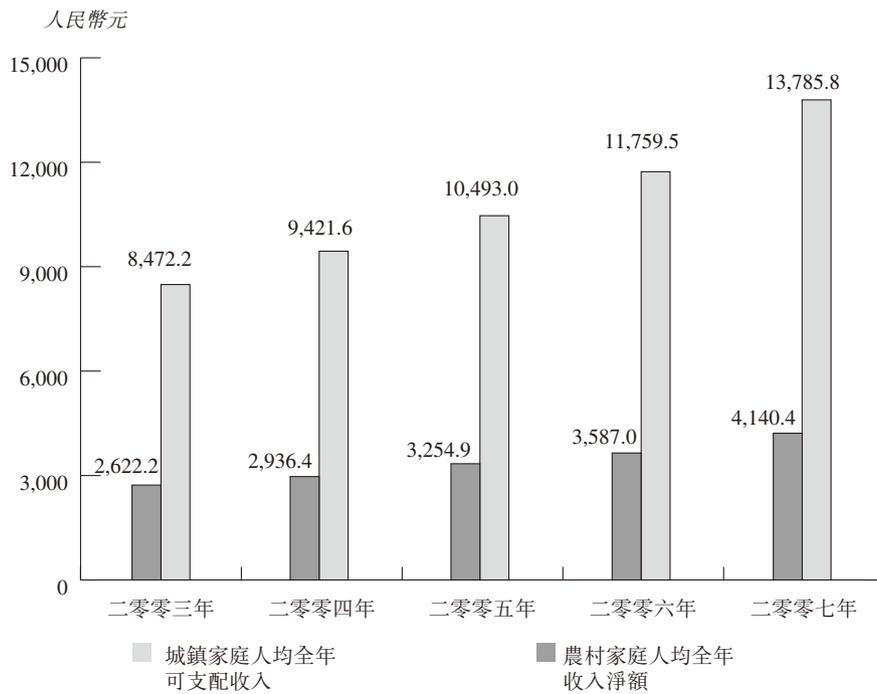


資料來源：中華人民共和國國家統計局

中國城鎮及農村家庭的可支配收入增長

隨著經濟增長，中國城鎮及農村家庭之個人可支配收入不斷提高。根據中華人民共和國國家統計局之資料，於二零零三年至二零零七年間，中國城鎮家庭人均全年可支配收入由約人民幣8,472元增至約人民幣13,786元，複合年增長率約12.94%。中國農村家庭之人均全年收入淨額由二零零三年約人民幣2,622元增至二零零七年約人民幣4,140元，複合年增長率約12.10%。下圖載列自二零零三年至二零零七年間中國城鎮家庭人均全年可支配收入及農村家庭人均全年收入淨額：

二零零三年至二零零七年中國城鎮及農村家庭人均全年收入



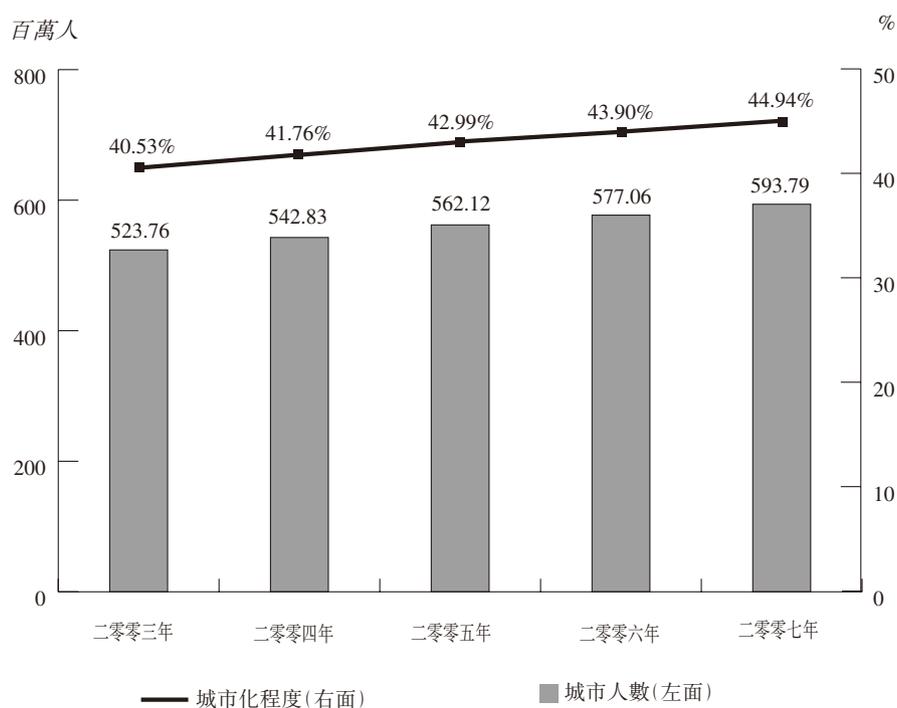
資料來源： 中華人民共和國國家統計局

中國城市化

近年來，中國經濟增長導致國家城市化。根據中華人民共和國國家統計局之資料，中國之城市化程度(其定義為城市人口佔總人口百分比)自二零零三年約40.5%升至二零零七年約44.9%。本公司相信，由於中國城市之人均可支配收入高於農村地區，城市化進程將導致消費額增加，預期此趨勢將對本集團業務帶來正面影響。

下圖載列自二零零三年至二零零七年間中國城市人口增長及城市化程度：

中國城市化(二零零三年至二零零七年)

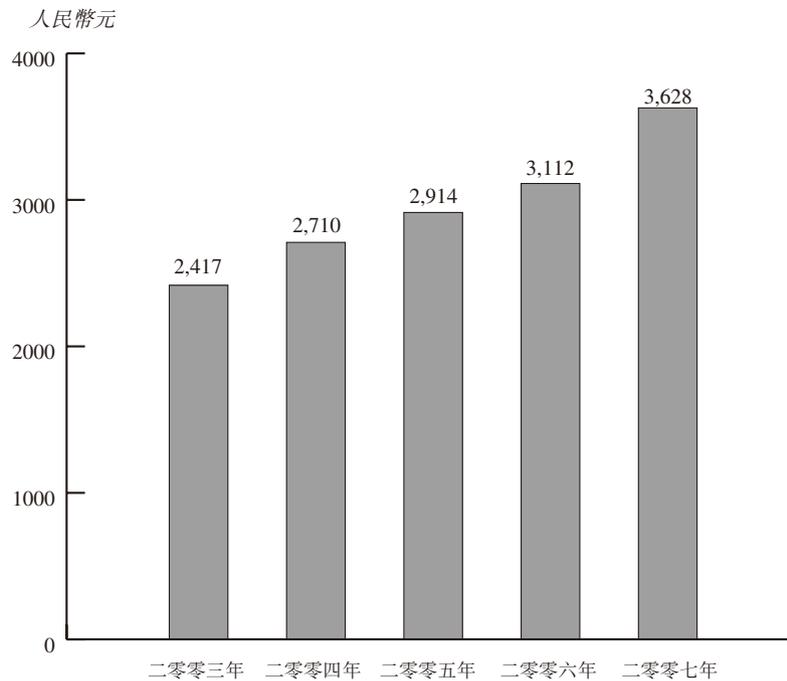


資料來源： 中華人民共和國國家統計局

中國城市家庭之食品消費量增長

城市家庭可支配收入增加，導致中國人均食品消費量增長。根據中華人民共和國國家統計局之資料，城市家庭全年人均食品消費支出由二零零三年約人民幣2,417元增加至二零零七年約人民幣3,628元，複合年增長率約為10.7%。下表載列二零零三年至二零零七年中國城市家庭全年人均食品消費支出：

二零零三年至二零零七年中國城市家庭全年人均食品消費支出



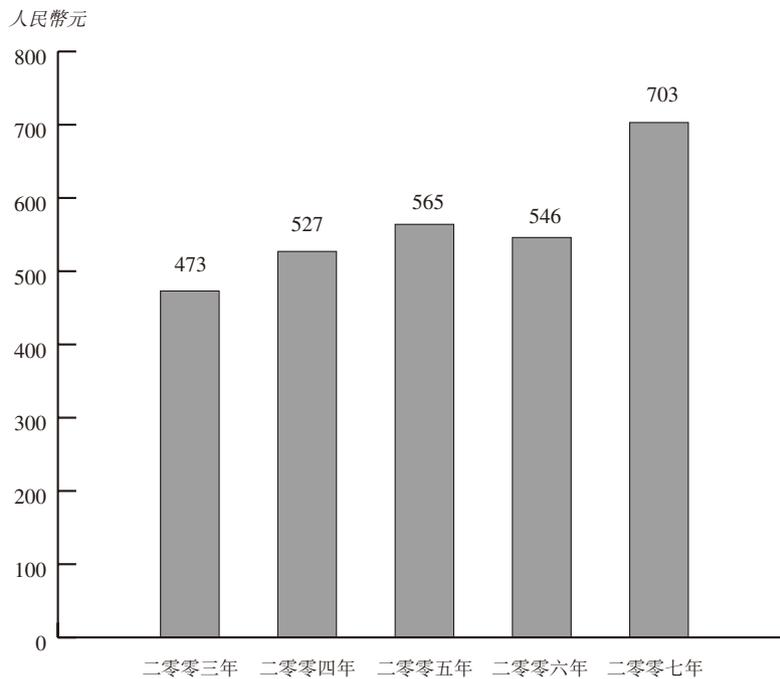
資料來源：中華人民共和國國家統計局

行業概覽

中國城市家庭肉類、家禽及加工產品消費量之增長

根據中華人民共和國國家統計局之資料，於二零零三年至二零零七年，中國城市家庭之肉類、家禽及加工產品每年人均開支由約人民幣473元增加至約人民幣703元，複合年增長率約10.41%。下表載列二零零三年至二零零七年中國城市家庭之肉類、家禽及加工產品每年人均開支：

二零零三年至二零零七年中國肉類、家禽及加工產品每年人均消費額



資料來源：中華人民共和國國家統計局

腸衣及膠原蛋白腸衣介紹

腸衣簡介

腸衣為包裝香腸餡料之原材料，分為可食用或不可食用。按照所用原材料，腸衣大致可分為天然腸衣及人造腸衣。天然腸衣由豬、羊及牛等家畜的多層腸道製成。人造腸衣以膠原蛋白、纖維素或聚氯乙稀製造，其中只有膠原蛋白腸衣可供食用。

行業概覽

根據中國腸衣網之資料，食用腸衣可就所用原材料分為以下類別：

	類別	原材料
天然腸衣	鹽漬腸衣	家畜腸臟
	風乾腸衣	家畜腸臟
人造腸衣	膠原蛋白腸衣	牛二層皮

腸衣之功能

腸衣為香腸之包裝物料。根據中國腸衣網之資料，腸衣具有下列功能：

- (i) 避免香腸於製造過程中受破壞；
- (ii) 形成及統一香腸之形狀；及
- (iii) 延長香腸之保存時間。

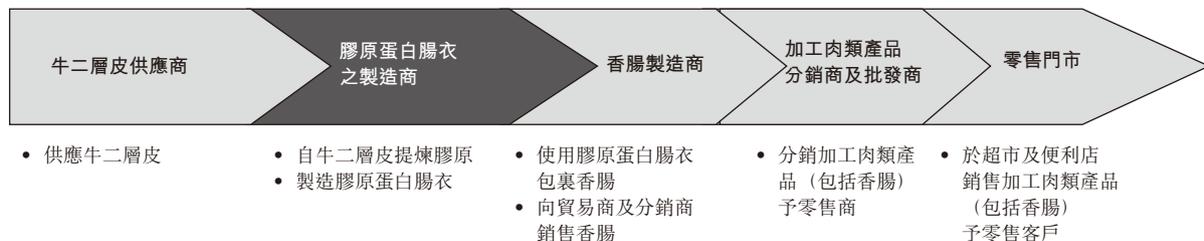
於香腸生產工序中，會將加工肉類灌入腸衣，然後包裝以供儲存及運送。

有關膠原蛋白腸衣之概述

膠原蛋白為一種長形的纖維蛋白結構，為動物皮層結締組織的主要膠體及哺乳動物皮層的主要蛋白質。強韌的膠原蛋白為大部分組織的主要部分。膠原蛋白韌力強，為皮膚添加強度及彈性，並有助組織增生。

膠原蛋白腸衣於若干方面與天然腸衣相似，例如具彈性，以及由於抗張力強而可抵受烹調產生之熱力。因此，膠原蛋白腸衣獲眾多香腸製造商使用。

下表載列膠原蛋白腸衣製造商於中國香腸工業鏈所處位置：



隨著中國之香腸需求上升，對腸衣之需求亦相應增長，惟對腸衣之生產技術及產品質量的要求亦日益嚴格。腸衣製造商一直在尋找其他類型腸衣以代替天然腸衣。膠原蛋白腸衣具有質量均勻、多種直徑、厚度及長度，並適合自動化香腸生產，因此獲愈來愈多中至大型中國香腸製造商廣泛採用。

膠原蛋白腸衣相較天然腸衣之優勢

與天然腸衣相比，膠原蛋白腸衣於以下各方面享有明顯優勢：

(i) 品質及直徑統一

膠原蛋白腸衣：(i)具有多種長度、直徑及厚度規格；(ii)質感獨特；(iii)韌度較強；(iv)口感獨特；及(v)令產品質地高度一致及均勻。

(ii) 生產經濟規模效益

膠原蛋白腸衣所具備特性適合用作高度自動化大量生產，因此受到以改善生產效率及擴充產能為重點的香腸製造商歡迎。與膠原蛋白腸衣所用原材料相比，生產天然腸衣所用原材料之供應較為不穩定，此外亦較難生產形狀統一之天然腸衣。因此，天然腸衣之供應未必能配合大規模香腸生產之需求。

(iii) 多功能

除用作生產肉腸外，膠原蛋白腸衣亦可用作包裝水果及蔬菜等各種食品，並可因應客戶不同需要以不同規格製造。

(iv) 易於包裝、儲存及運送

由於質量均勻，高度一致的特性，膠原蛋白腸衣於包裝時可輕易壓縮成管狀或捲成筒狀。因此，較儲存及運送天然腸衣所需空間少。經壓縮的管狀膠原蛋白腸衣可切割成所需長度或重量，並包裝成不同尺碼。膠原蛋白腸衣可在不經特別處理(例如鹽漬)之情況下於室溫儲存及運送，保質期為兩至三年。膠原蛋白腸衣之性質於環境溫度變化下亦不會改變。

本集團相信，膠原蛋白腸衣憑藉上述各項獨特優點，將逐步佔據中國腸衣市場更大份額。

行業概覽

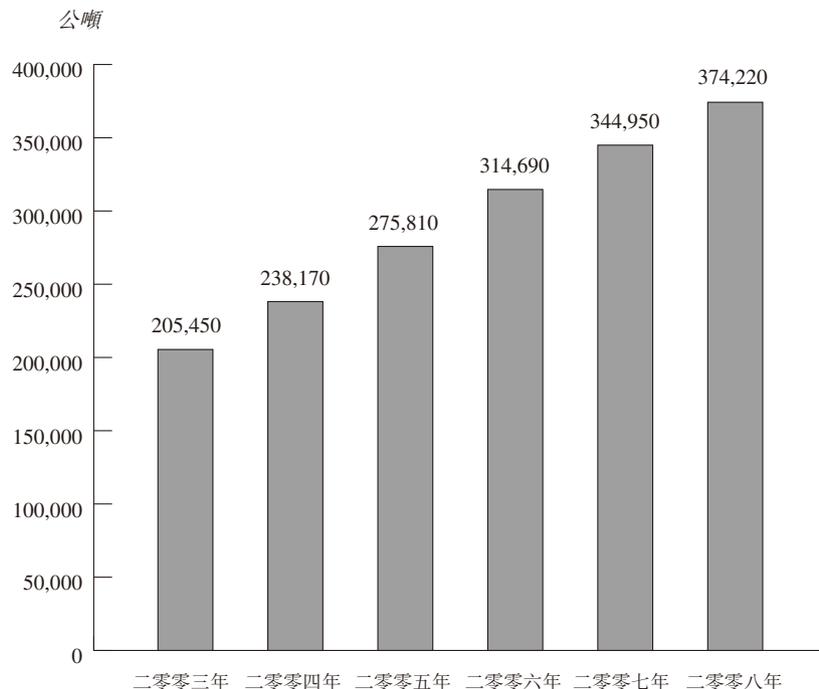
本集團與其主要客戶建立長期業務關係，當中多名客戶為中國加工肉類產品及／或香腸之主要製造商，包括河南雙匯投資發展股份有限公司、南京雨潤食品有限公司、河南眾品食業股份有限公司、四川高金翔達食品有限公司、廣州食品企業集團有限公司皇上皇肉食製品廠及深圳市喜上喜食品加工有限公司及／或其各自之聯繫人士。本集團之收入由截至二零零六年十二月三十一日止年度之人民幣178,300,000元增至截至二零零八年十二月三十一日止年度之人民幣454,100,000元，複合年增長率約59.6%，而上述主要客戶之總銷售由截至二零零六年十二月三十一日止年度之人民幣46,100,000元增至截至二零零八年十二月三十一日止年度之人民幣234,200,000元，複合年增長率約125.4%，故董事認為，中國不少主要香腸製造商近年均增加膠原蛋白腸衣用量。

中國加工肉類產品及香腸市場

中國加工肉類產品市場

根據Access Asia報告，於二零零三年至二零零八年間，加工肉類產品之零售額由約205,450公噸增至374,220公噸，複合年增長率約為12.74%。下圖載列二零零三年至二零零八年間加工肉類產品(包括香腸)之零售額：

二零零三年至二零零八年中國加工肉類產品(包括香腸)零售額



資料來源： Access Asia 報告

附註： 根據Access Asia報告，加工肉類產品包括罐頭肉類產品及凍肉產品。凍肉包括香腸、熟肉、肉片及肉類零食。

行業概覽

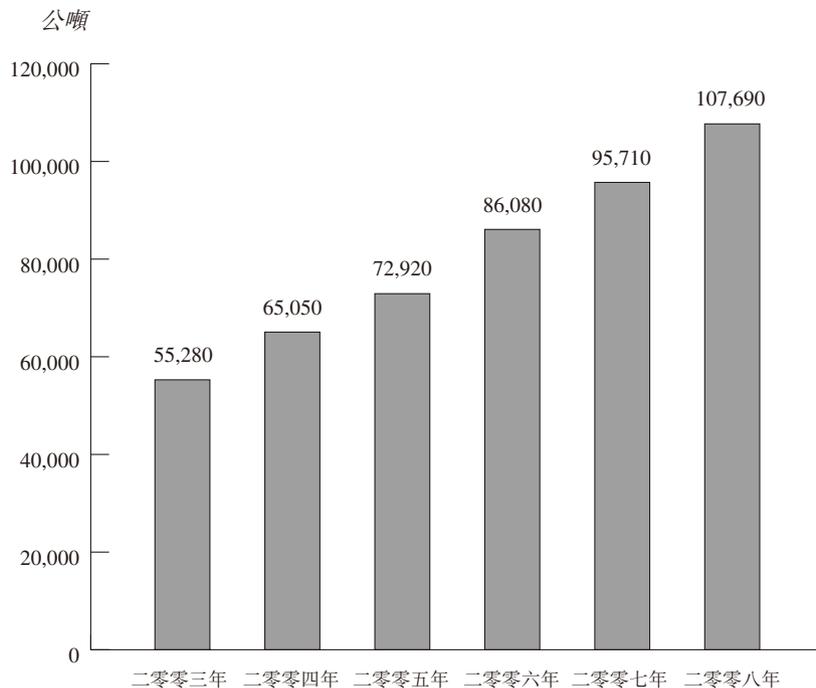
根據 Access Asia 報告，中國加工肉類產品市場增長主要由於下列因素所致：

- (i) 消費者之消費力增加，導致消費者對加工肉類產品之需求更為殷切，並有能力更經常地購買加工肉類產品；
- (ii) 本地行業精簡架構及整合，令行業之生產力及盈利能力改善，並提升市場供應水平；
- (iii) 中國全國各地已發展出更加集中的分銷體系，基礎設施也得到極大改善，令製造商能更有效地向全國各地零售商分銷；及
- (iv) 市場上湧現更多具規模的零售門市(包括設有冰鮮及冷凍產品陳列櫃之零售店)，從而在中國各地為加工肉類產品創造更大零售市場。

中國香腸市場

中國經濟持續增長及城市化進程推動中國香腸市場快速發展。與鮮肉比較，香腸便於烹調，並可存放較長時間，令中國之香腸消耗量增加。根據 Access Asia 報告，於二零零三年至二零零八年期間，香腸之零售額由約55,280公噸增加至107,690公噸，複合年增長率約為14.27%。下表載列香腸於二零零三年至二零零八年之零售額：

二零零三年至二零零八年中國之香腸零售額



資料來源：Access Asia 報告

行業概覽

於一九八零年代之前，中國香腸市場以中式臘腸為主，並主要於小型工場及工廠生產。然而，中國改革開放後，西式產品被引入中國市場，並影響中國人民之飲食習慣。

於中國各主要城市，超級市場逐漸取代傳統食品市場成為向消費者售賣食物之場所。過去十年，連鎖超級市場大舉進入中國，推動了需要以低溫運輸及存放之西式香腸的銷售及受歡迎程度。

中國腸衣市場

中國腸衣市場規模

根據中經縱橫報告，二零零八年中國之腸衣總生產量為675,900桶，當中載有約12,884,000,000米腸衣。

現時於生產過程中採用膠原蛋白腸衣之中國香腸製造商，一般向本公司購買膠原蛋白腸衣及／或向代理及批發商購買本公司海外競爭對手進口至中國之膠原蛋白腸衣。

根據中國肉類協會公佈之排名，按一套準則(包括但不限於資產總值、收入、市場份額及市場聲譽)，梧州神冠於二零零六年至二零零八年為中國最大膠原蛋白腸衣製造商。此外，於中國肉類協會刊發之「2008中國肉類食品行業強勢企業名單」中，梧州神冠於「肉類腸衣及包裝物料製造企業」類別位居榜首。本集團相信，於中國之膠原蛋白腸衣市場之競爭主要來自海外腸衣製造商之代理分銷商銷售之進口膠原蛋白腸衣。

香腸市場之行業趨勢及膠原蛋白腸衣產品需求持續增長

本集團相信，以下因素或會刺激中國膠原蛋白腸衣市場之日後增長：

(i) 中國香腸產品業持續整合

中國香腸行業現正進行整合，中至大型香腸製造商逐步佔據更大市場份額。與小型工場及工廠相比，中至大型香腸製造商更著重採用優質腸衣，以滿足消費者要求及維持競爭優勢。

與天然腸衣相比，膠原蛋白腸衣的質量穩定，並適合大規模自動化香腸生產，並獲中國中至大型香腸製造商日益廣泛採用。

(ii) 城市人口及可支配收入增加

經濟發展及人民日益富裕令消費者之消費力增加，並帶動中國加工肉類產品之需求。生活方式改變，加上人均收入持續增加，或會促使彼等尋求更方便的食品。香腸方便烹調，且存放期較長，令中國之香腸消耗量增長，繼而令腸衣需求增加。

中國市場開放後，西式食品被引入中國市場，而西式香腸於中國消費者當中日趨流行及普遍。香腸製造商偏向選用膠原蛋白腸衣製造西式香腸，原因為彼等對腸衣質量有極高要求。中國對西式香腸之需求日增，預期將推動中國膠原蛋白腸衣市場發展。

(iii) 現代化的連鎖店網絡之滲透程度增加

現代化的連鎖店網絡於中國快速發展及提高滲透程度，加上全國各地運輸網絡大幅改善，令香腸(特別是需要以低溫運輸及儲存的西式香腸)更易進入城市及農村之大眾市場，亦令食用香腸更為簡便及便宜。

本集團相信，現代化連鎖店網絡日益流行，將可繼續推動城市及農村之香腸產品(尤其是西式香腸)消耗量，從而推動膠原蛋白腸衣市場發展。

(iv) 產品種類增加

近年來，中國製造商不斷擴展不同成分及口味的新香腸產品種類，以擴大客戶基礎。中國已開發出以蔬菜及水果等食品為餡料之新型香腸產品。

與天然腸衣相比，膠原蛋白腸衣能夠更容易切合不同香腸產品所需，並能配合各種新類型香腸產品。本集團預期膠原蛋白腸衣將逐步於中國腸衣市場佔據更大份額。

資料來源

Access Asia

Access Asia為專向公司及機構提供亞洲市場資訊之獨立供應商。Access Asia之數據庫包括行業及消費市場報告、區內各行業主要公司之公司概況、政商名人履歷，以及亞洲國家概況。Access Asia編撰之市場研究報告主要涵蓋中國及香港之工業及消費市場。Access Asia報告為由Access Asia刊發以供出售的行業研究報告。

中經縱橫

中經縱橫為於中國的獨立行業及市場研究以及項目顧問服務供應商。中經縱橫報告為由中經縱橫刊發以供出售的行業研究報告。

中國腸衣網及中國肉類協會

中國腸衣網(www.chinacasing.cn)為中國肉類協會其中一個官方網站。中國肉類協會為於中國民政部註冊之非盈利、全國性組織，並為國際肉類協會(International Meat Secretariat)之會員。中國肉類協會之會員包括國有肉食公司、屠宰機構、肉類加工及冷藏企業。中國肉類協會之總部設於中國北京，並於中國瀋陽、天津、武漢、成都及西安設有地區辦事處，從事改進中國肉類行業的自我監管及加強對行業之監督。該協會於中國從事肉類行業研究，並為肉類行業內之企業提供顧問服務。於本招股章程所披露摘錄自中國腸衣網之資料並非由本公司委託進行，並可供公眾人士免費查閱。

中國國家統計局

中華人民共和國國家統計局為國務院直屬機構，主管全國統計及經濟核算工作。本招股章程所披露來自國家統計局之資料為官方公開資料，其編製屬中華人民共和國國家統計局日常業務範圍。