

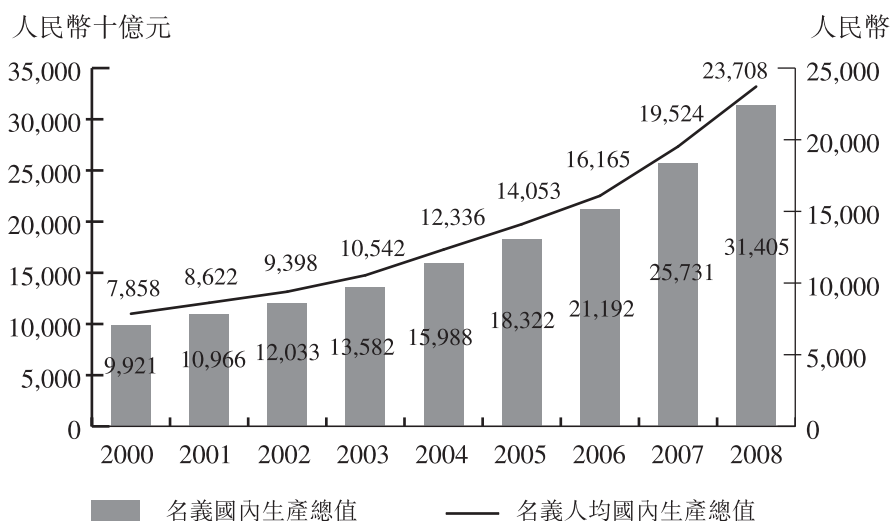
本節載有關於我們業務所在行業及若干相關行業的資料及統計數據。下文所載資料部份來自多項公開的政府官方資料，董事及聯席保薦人轉載該等資料時已採取合理審慎的態度。我們相信本資料乃來自恰當來源，且已合理審慎地摘錄及轉載該等資料。我們並無理由相信該等資料屬虛假或含誤導成分或遺漏任何事實致使該等資料屬虛假或含誤導成分。該等資料尚未由我們、聯席保薦人、聯席帳簿管理人、包銷商或參與全球發售之任何其他人士獨立核實，故並無就其準確性發表任何聲明。

快速增長的中國經濟

中國經濟增長

自從中國政府於上世紀七十年代末推出「改革開放」政策以來，中國經濟高速增長。之後，中國政府積極尋求參與國際商貿活動。中國於八十年代初在中國沿海地區設立經濟特區，進一步促進了經濟的增長。根據中國國家統計局的數據，二零零零年至二零零八年中國名義國內生產總值的複合年增長率約為15.5%，反映了中國經濟出現高速擴張。於二零零零年至二零零八年間中國名義國內生產總值及名義人均國內生產總值如下表所示。

中國名義國內生產總值及名義人均國內生產總值

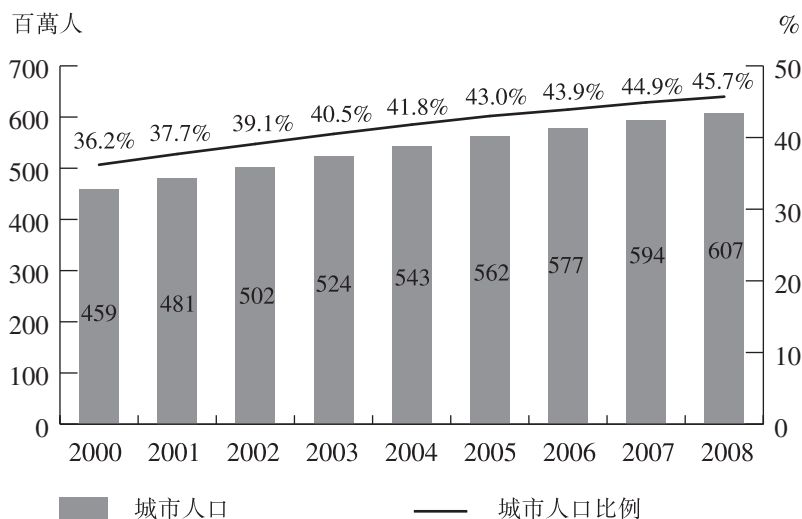


資料來源 中國國家統計局

城市化進程加快，城市居民富裕程度不斷提高

中國經濟的快速增長加快了國內的城市化進程。隨著農村及欠發達地區人口的涌入，城市地區人口出現膨脹。於二零零零年至二零零八年間，中國城市總人口增長約148百萬人，增幅約32.2%。二零零八年，中國城市總人口約為607百萬人，佔全國總人口約45.7%。於二零零零年至二零零八年間中國城市人口增長狀況如下表所示。

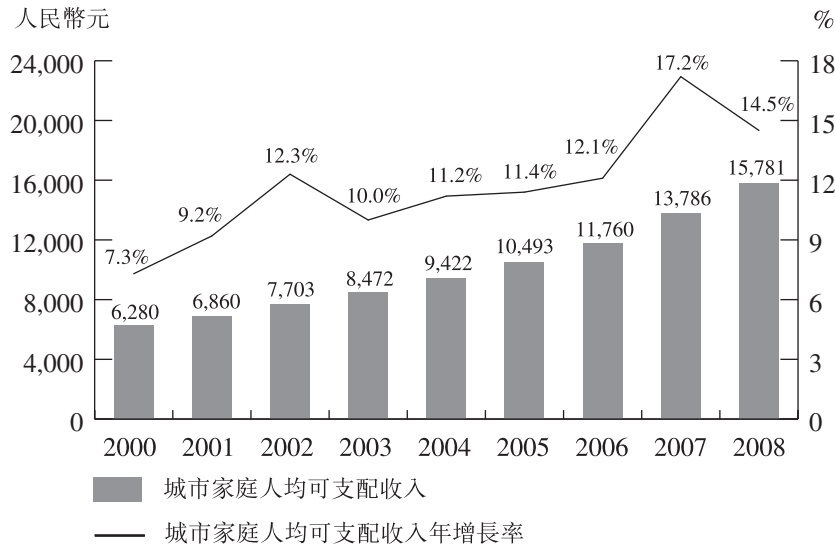
中國城市人口增長狀況



資料來源 中國國家統計局

國內生產總值的增長及城市化進程的速度推動了居民生活水平的提高以及購買力的加強。城市居民的人均年度可支配收入水平自二零零零年起出現大幅增長。於二零零零年至二零零八年間，中國城市家庭的人均年度可支配收入水平由約人民幣6,280元增長至人民幣15,781元，複合年增長率約為12.2%。

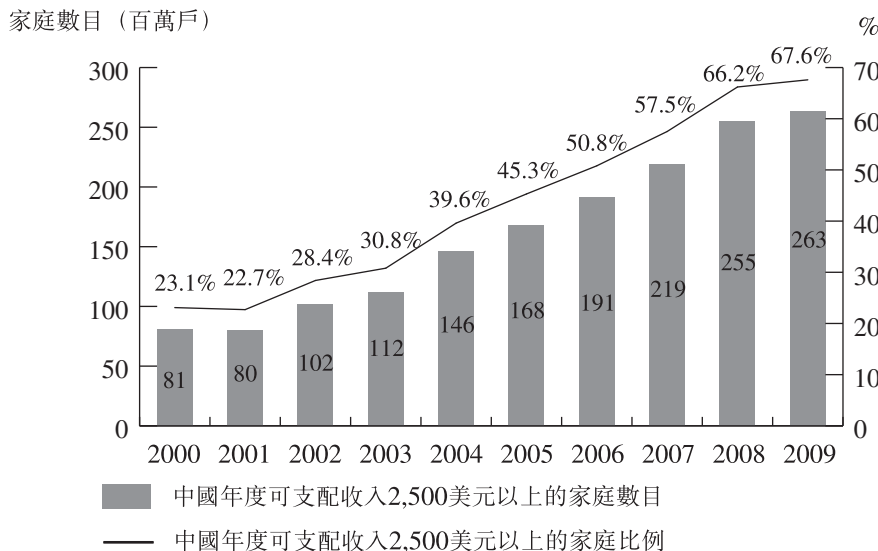
中國城市家庭的人均年度可支配收入



資料來源 中國國家統計局

近年來，在中國經濟的強勁增長、中產階層擴張及家庭富裕程度提高等因素的推動下，中國消費品市場出現快速增長。譬如，年度可支配收入為2,500美元以上的家庭數目由二零零零年約81百萬戶增加至二零零九年約263百萬戶，增長至超過三倍。於二零零九年，該收入組別佔家庭總數的比例為67.6%，與二零零零年的23.1%相比有顯著增加。

中國年度可支配收入為2,500美元以上的家庭數目及比例

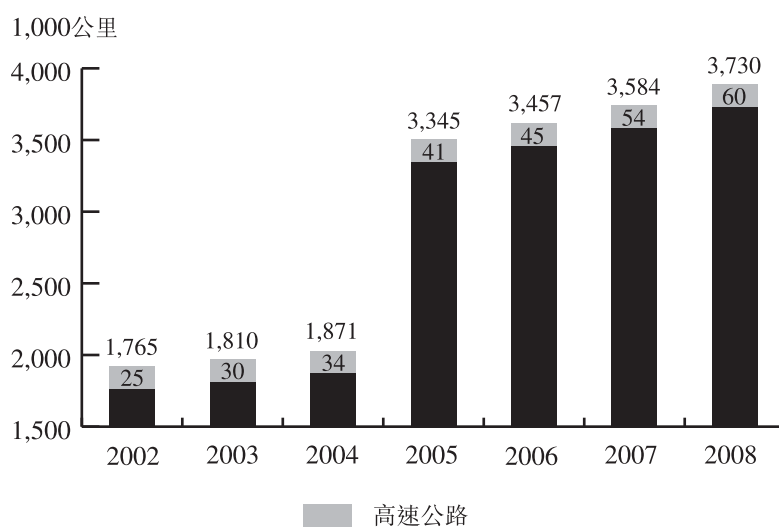


資料來源 Euromonitor International (「Euromonitor」) 並無受聘於本公司或聯席保薦人。Euromonitor為一獨立第三方。Euromonitor為一家成立於一九七二年之私營公司，在倫敦、芝加哥、新加坡、上海及維爾紐斯設有辦事處。有關「中國年度可支配收入為2,500美元以上的家庭數目及比例」的資料均來自Euromonitor的資料庫，該資料庫保存了大量可供國際間比較之各國統計數據。

對完善交通及其他基礎設施投資的加快

國內生產總值的增長及城市化進程的速度乃與中國政府對交通基礎設施建設所作的大力投資有關。中國幹線公路網絡長度由二零零二年約1.77百萬公里增加至二零零八年約3.73百萬公里，複合年增長率為13.3%。此外，於二零零二年至二零零八年間，中國高速公路長度由二零零二年約25,100公里增加至二零零八年約60,300公里，增長約140.2%，複合年增長率為15.7%。⁽¹⁾

中國公路里程



資料來源 中國國家統計局

中國快速發展的公路及高速公路網絡為城市之間的往來創造了極為方便的條件。根據中國政府發佈的國家高速公路發展規劃，到二零一零年，人口數目超過200,000人的中國城市預計約有90%會有高速公路連接。交通基礎設施的完善是中國汽車消費增長的重要動力。

附註：

- (1) 公路界定為公共主幹道，特別是連接城鎮間的道路。高速公路界定為專用於高速行車的道路，設有較少或不設交匯點。

中國乘用車市場⁽¹⁾

中國乘用車產業出現了大幅增長。按產量及銷量計算，中國已成為全球主要乘用車市場。在個人財富增長、政府優惠政策出台、國際汽車廠家大舉進入、汽車售價下降以及汽車貸款興起等因素的推動下，中國乘用車市場快速擴張。二零零六年，中國以約4.5百萬輛的新乘用車銷量居於全球第三位，僅次於美國及日本；於二零零九年，中國新乘用車銷量超過約8.8百萬輛，成為全球最大的乘用車市場。過去七年，國內生產的乘用車由二零零三年的約2.0百萬輛增加至二零零九年的8.4百萬輛，複合年增長率約為26.8%。同期，新乘用車銷量由約2.1百萬輛增加至約8.8百萬輛，複合年增長率約為27.2%；新乘用車銷售額由約人民幣320十億元增加至人民幣1,084十億元，複合年增長率約為22.6%。在此強勁增長勢頭的基礎上，預計新乘用車銷售總額將由二零零九年約人民幣1,084十億元增加至二零一二年人民幣1.4萬億元，複合年增長率約為10.0%。

全球十大乘用車市場⁽²⁾

排名	國家	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	複合年增長率 (零六至零九年)
新乘用車銷量／註冊量(百萬輛)						
1	中國	4.45	5.58	6.06	8.75	25.3%
2	美國	7.79	7.60	6.81	5.46	-11.2%
3	日本	4.64	4.40	4.23	3.92	-5.4%
4	德國	3.47	3.15	3.09	3.81	3.2%
5	巴西	1.56	1.98	2.67	3.01	24.6%
6	法國	2.00	2.06	2.05	2.27	4.3%
7	意大利	2.33	2.49	2.16	2.16	-2.5%
8	英國	2.34	2.40	2.13	1.99	-5.2%
9	韓國	1.20	1.27	0.96	1.17	-0.8%
10	西班牙	1.63	1.61	1.16	0.95	-16.5%

資料來源：華通人調研

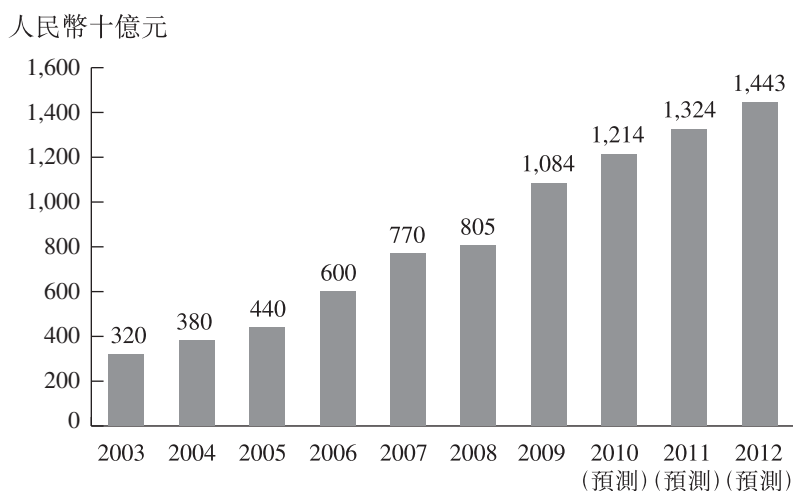
假如宏觀經濟狀況維持平穩發展，預計消費市場之增長(包括私人交通消費市場)將會持續至二零二零年。二零零八年乘用車在中國的滲透率僅為每100人約2.0輛，遠低於發達國家的水平(德國約61.6輛、法國約53.4輛、英國約50.1輛、美國約47.8輛以及日本約47.5輛)。中國乘用車市場的滲透率偏低，顯示該領域存在巨大的增長潛力。

附註：

(1) 本招股章程所述的乘用車包括基本型乘用車、多用途車(MPV)及運動型多用途車(SUV)。華通人調研中的所有收入均包括增值稅。

(2) 按照二零零九年的新車銷售／註冊量進行排名

中國新乘用車銷售及預測



資料來源 華通人調研

華通人成立於一九九二年，是一家從事商用信息及市場研究服務之專業公司。自成立以來，華通人一直為中國國家統計局(「國統局」)之聯屬機構。華通人獲國統局授權採集及提供統計數據服務。華通人調研所作之預測及預期乃根據華通人對過往數據及趨勢之分析得出。華通人透過不同來源獲得有關資料，包括中國有關政府部門、以及國統局、中國汽車工業協會(「中國汽車工業協會」)及中國汽車流通協會(「中國汽車流通協會」)等中國現有行業組織。於編製有關預測及預期過程中，華通人亦已諮詢中國國家發展與改革委員會及中國汽車流通協會。對中國經濟及汽車售價的持續增長將維持穩定等若干假設乃根據對多家行業機構的諮詢作出。

下表按銷量分別列出二零零九年及二零零八年前十大中國乘用車製造商。

前十大中國乘用車製造商(二零零九年)

製造商	總銷量(千輛)
上海大眾汽車有限公司	728
上海通用汽車有限公司	708
一汽—大眾汽車有限公司	669
北京現代汽車有限公司	570
東風日產汽車公司	519
奇瑞汽車股份有限公司	484
比亞迪股份有限公司	448
一汽豐田汽車銷售有限公司	417
廣州本田汽車有限公司	366
吉利控股集團	329

行業概覽

前十大中國乘用車製造商(二零零八年)

製造商	總銷量(千輛)
一汽—大眾汽車有限公司	499
上海大眾汽車有限公司	490
上海通用汽車有限公司	445
一汽豐田汽車銷售有限公司	366
奇瑞汽車股份有限公司	356
東風日產汽車公司	351
廣州本田汽車有限公司	306
北京現代汽車有限公司	295
吉利控股集團	222
長安福特馬自達汽車有限公司	205

資料來源 華通人調研

總體而言，二零零八年中國汽車製造業總收入約為人民幣1,188十億元，除稅前溢利約為人民幣86.6十億元及整體除稅前毛利率約為7.3%。

中國乘用車市場的特點

中國乘用車市場快速擴張，自二零零三年至二零零九年，中國乘用車銷量增長約6.7百萬輛，在此過程中呈現出以下特點：

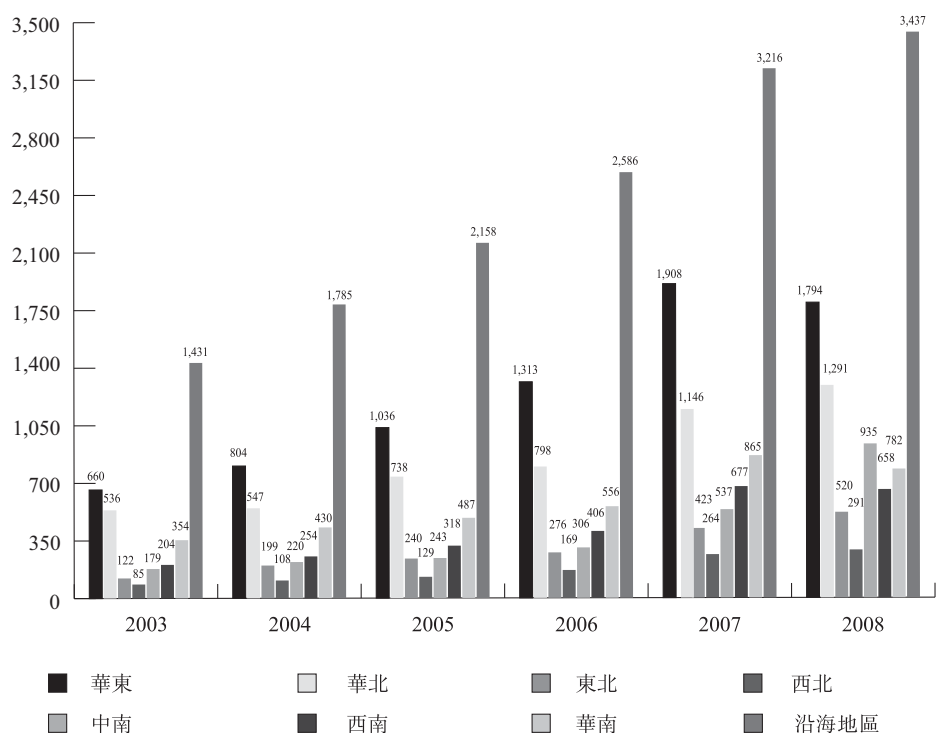
第一，中國沿海地區(包括中國東北、華東及華南各省)的乘用車市場規模最大且增長最快。就地區分佈而言，中國乘用車市場具有明顯的地區差異。沿海地區的乘用車市場明顯較國內其他地區更具規模。二零零三年至二零零八年間，沿海地區的乘用車銷售保持穩定增長，已佔中國乘用車總銷量的三分之一。沿海地區快速穩定的經濟增長、較高的可支配收入水平及更發達的道路基礎設施，是推動乘用車消費較快發展的主要動力。沿海地區的新乘用車銷售量高，顯示了當地存在龐大的乘用車客戶基礎，這亦為售後業務、二手乘用車銷售及其他與乘用車相關的業務提供了巨大的增長潛力。根據華通人的統計，於二零零八年，本集團總部所在城市大連的乘用車上牌數量約佔全國總數的0.8%。

行業概覽

地區劃分	所含省份
華東	上海、江蘇、山東、江西、浙江、安徽
華北	北京、天津、河北、山西、內蒙古
東北	黑龍江、吉林、遼寧
西北	新疆、寧夏、甘肅、陝西、青海
中南	河南、湖北、湖南
西南	廣西、四川、貴州、雲南、西藏、重慶
華南	福建、海南、廣東
沿海地區	遼寧、山東、江蘇、浙江、廣東、福建、上海、天津、河北

地區乘用車上牌數據比較

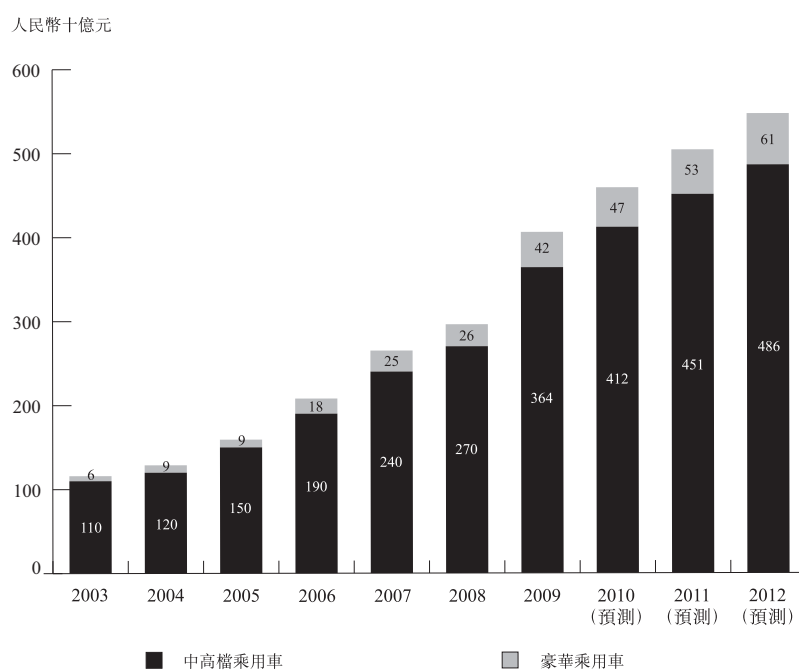
乘用車數目 (千輛)



資料來源 汽車產銷快訊、華通人調研

第二，售價通常為人民幣200,000元以上的中高檔乘用車及售價通常為人民幣500,000元以上的豪華乘用車的增長速度高於行業平均水平。二零零三年，中國中高檔及豪華新乘用車（國產及進口）銷量共計達511,275輛。二零零九年，該類別增長至1,762,924輛，複合年增長率約為22.9%。於二零零三年至二零零九年間，國產中高檔及豪華新乘用車銷售額由約人民幣116十億元增加至人民幣406十億元，複合年增長率約為23.2%。預計該類別之銷售額將由二零零九年約人民幣406十億元增加至二零一二年人民幣547十億元，複合年增長率將約為10.5%。進口中高檔及豪華品牌乘用車的銷售亦大幅增長，由二零零三年約人民幣22十億元增加至二零零九年人民幣90十億元，複合年增長率約為26.5%。預計該分部之銷售額將由二零零九年約人民幣90十億元增加至二零一二年人民幣129十億元，複合年增長率將約為12.6%。由於中國經濟以及國內中產階層人數均保持穩定增長，預計對中高檔及豪華品牌乘用車的需求將會持續上升。

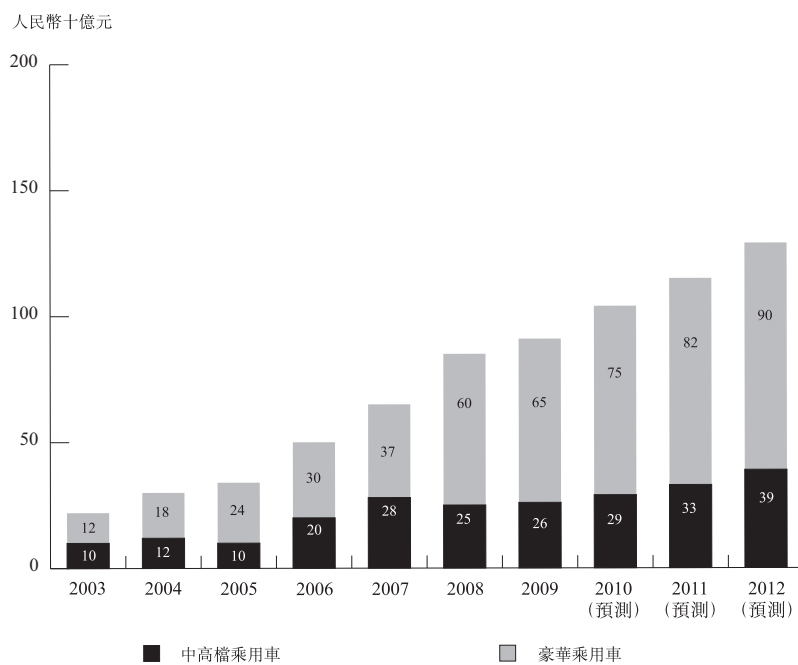
國產中高檔及豪華新乘用車銷售及預測



資料來源 華通人調研

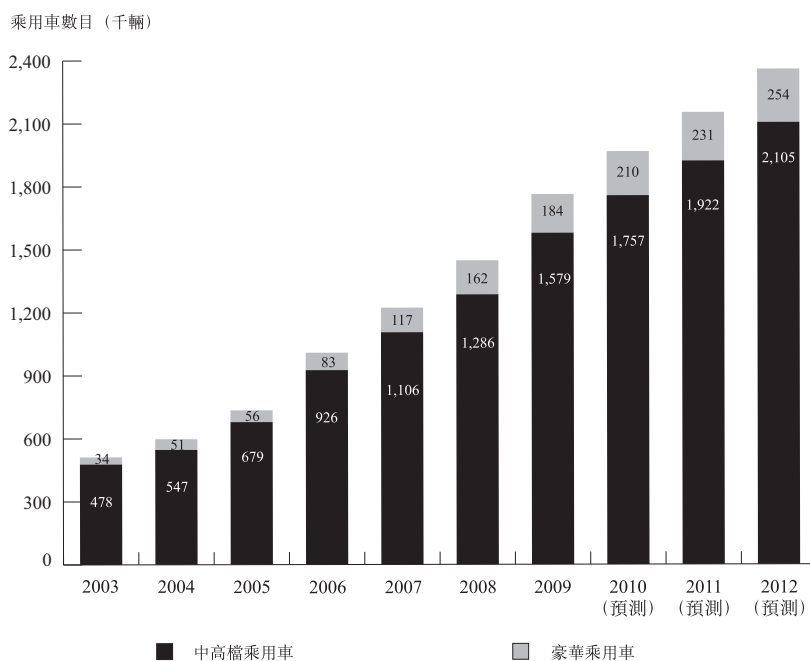
行業概覽

進口中高檔及豪華新乘用車銷售及預測



資料來源 華通人調研

中高檔及豪華新乘用車(國產及進口)銷售及預測



資料來源 華通人調研

第三，日本汽車品牌（特別是豐田）佔有領先的市場份額，並且是銷量最高的汽車品牌，豐田品牌於近年已逐步佔領中國中高檔汽車品牌市場。根據華通人的統計，二零零三年至二零零八年間，在中國中高檔乘用車品牌市場中，豐田、本田及日產所佔的市場份額分別由約4.9%、21.4%及3.7%增長至20.8%、23.2%及5.2%，而在中國豪華乘用車品牌市場中，雷克薩斯所佔的市場份額由約8.1%增長至19.8%。

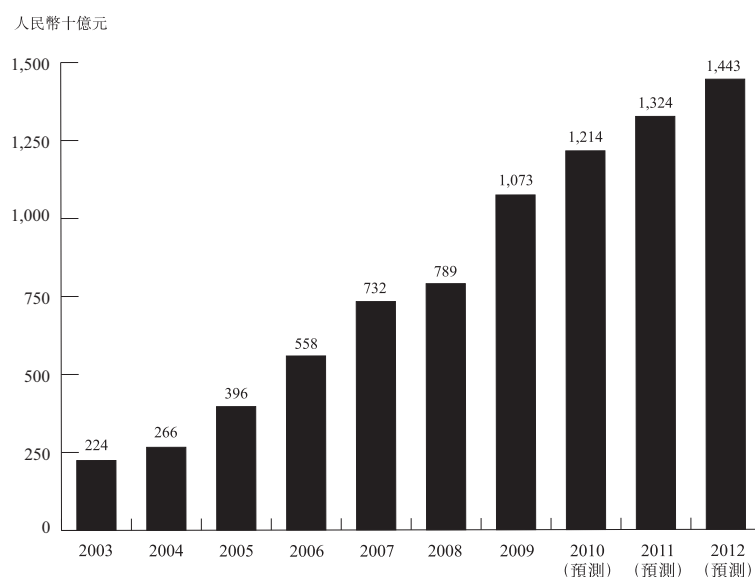
第四，隨著中國人民生活水平的提高，乘用車擁有率每年增長的步伐加快，中國汽車市場的消費結構也出現了重大改變。在「十五計劃」期間（二零零一年至二零零五年），中國汽車消費結構已從根本上轉型，由政府消費明顯轉變為私人消費，私人消費者成為中國乘用車消費的主要動力。二零零一年的汽車銷售中約48%屬於私人消費，而二零零八年的汽車銷售中約77%屬於私人消費，私人消費已成為中國汽車行業的主要推動力量。

中國乘用車市場的零售平台

中國乘用車市場的主要零售平台是專門的汽車經銷店（即「4S經銷店」，其中4S指銷售、零部件、服務及調查）。一般而言，汽車廠家與經銷店經營者簽訂協議，授權其於指定地區從事特定汽車品牌的銷售活動。該等協議一般載有有關銷售及推廣形式、服務標準、銷售流程以及企業標誌等的規定。

商務部於二零零五年二月出台的《汽車品牌銷售管理實施辦法》（「辦法」）加強了4S經銷店作為現有零售平台的主導地位。辦法規定，所有汽車經銷商必須在獲得汽車廠家的授權後方可零售其品牌。辦法出台後，其他汽車銷售平台（包括汽車交易市場及汽車超市）的重要性開始減弱。於二零零三年至二零零九年間，4S經銷店的乘用車銷售總額由約人民幣224十億元增加至人民幣1,073十億元，複合年增長率約為29.8%。在此增長的基礎上，預計4S經銷店的汽車銷售總額將由二零零九年約人民幣1,073十億元增加至二零一二年人民幣1.4萬億元，複合年增長率將約為10.4%。

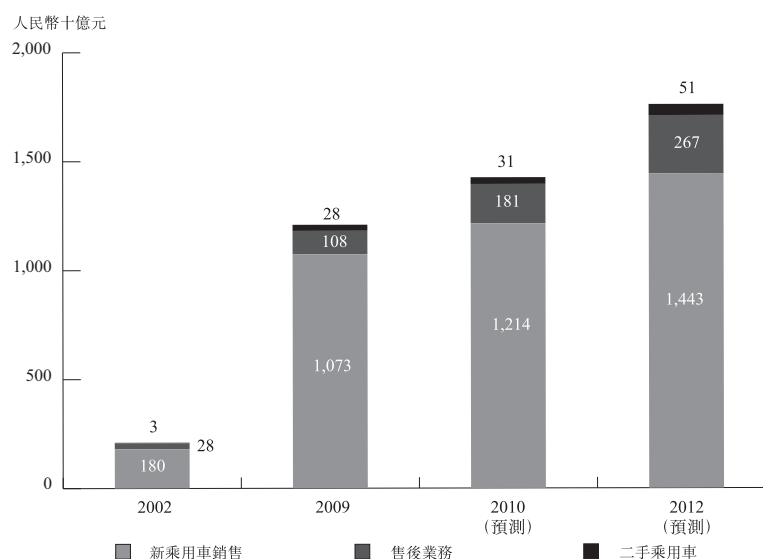
經4S經銷店出售的新乘用車銷售及預測



資料來源 華通人調研

4S經銷店零售平台於一九九零年代中期引入中國。大部份乘用車品牌均於中國設有最少100家4S經銷店，其中，一汽大眾、上海大眾及北京現代於中國各地擁有超過800家4S經銷店。自二零零八年起，4S經銷店的銷售收入已經與中國新車總銷售大體上一致。同期，4S經銷店的售後收入(主要來自提供保養、維修及美容服務)佔中國乘用車市場售後收入約55%。

4S經銷店收入來源

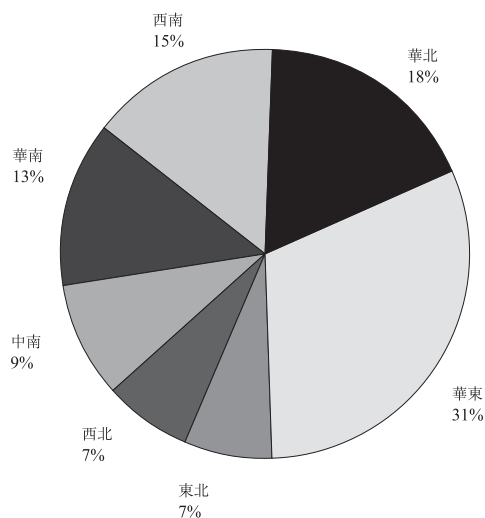


資料來源 華通人調研

行業概覽

於二零零八年十二月三十一日，中國4S經銷店數目總計約有15,000家，主要分佈於華東地區。位於沿海地區的4S經銷店約有7,650家，約佔於二零零八年十二月三十一日全國4S經銷店總數的51%。

截至於二零零八年十二月三十一日4S經銷店的地區分佈(按店數佔比)



資料來源 華通人調研

中國新乘用車市場高度分散。然而，乘用車經銷商逐步向集團化方向發展，由一家經銷商設立多個經銷店，以獲得多個汽車品牌的經銷協議。隨著競爭加劇，地區領導地位及規模效益開始成為從事新車銷售的經銷商取得成功的最重要因素之一。大型經銷集團在人才培訓、品牌知名度、資本投資以及整合地區市場資源方面具備經營實力，因此相比小型經銷商更具競爭優勢。此外，大型汽車經銷集團在向二、三線市場滲透，以及在中國發展二手車市場方面亦佔有優勢，而二手車市場可望成為全新的增長動力。而加強與汽車廠家的合作關係，亦為大型汽車經銷集團提供了開發全新市場渠道、零售策略以及利用商業機遇的戰略優勢。因此，發展大規模、跨地區的營運乃汽車經銷集團在中國開展業務的主流增長趨勢。

行業概覽

於二零零八年，中國前十大汽車經銷集團總計市場份額僅佔乘用車市場總收入⁽¹⁾約11.4%。其中有八間汽車經銷集團於二零零八年年底時具有跨省份的4S經銷店分佈。於二零零八年，這八間汽車經銷集團合共佔市場份額約9.8%。於二零零六年、二零零七年及二零零八年，按收入計，本集團於前十大汽車經銷集團中分別排第六位、第五位及第四位。

跨地區經銷集團 ⁽²⁾	二零零八年 市場份額	二零零七年 市場份額	二零零六年 市場份額
經銷集團1	2.3%	2.0%	1.6%
經銷集團2 ⁽³⁾	1.7%	1.6%	1.6%
經銷集團3	1.5%	1.4%	1.3%
本集團	1.2%	1.1%	1.0%
經銷集團4	0.9%	0.9%	1.0%
經銷集團5	0.8%	1.2%	1.0%
經銷集團6 ⁽⁴⁾	0.7%	無數據	無數據
經銷集團7	0.7%	0.6%	0.6%

中國乘用車售後市場

中國乘用車售後市場一般分為維修、保養及美容服務市場，以及汽車用品及零部件市場。

目前，隨著私人汽車擁有率的不斷提高，中國乘用車售後市場正面對新的發展機遇。至二零零八年底，中國乘用車車主達到約26.3百萬人，其中約19.5百萬人為私人車主。私人車主是目前中國乘用車市場的主要消費群體，他們對汽車品牌、性能及個性化均具有個人的要求，此乃有別於政府消費者的重要因素。服務質素是私人車主特別是中高檔及豪華汽車車主通常會首先考慮的因素之一。由於4S經銷店可以提供優質的安裝服務，且具備良好的信譽及較高的服務標準，因此，中高檔及豪華品牌乘用車車主約有80%選擇4S經銷店提供的汽車服務。預計中國的私人乘用車擁有者將由二零零八年的約19.5百萬人增加至二零一二年的49.6百萬人。私人乘用車擁有量的快速增長大力推動了中國的乘用車售後市場。

車齡的不斷老化亦為中國乘用車售後市場提供了新的發展機會。市場對售後服務的需求預計會在汽車服務年期的第四至九年內達到最大。在中國，預計使用超過三年的乘用車比例將由二零零八年約50%增加至二零一二年約66%，顯示需要保養及維修的乘用

附註：

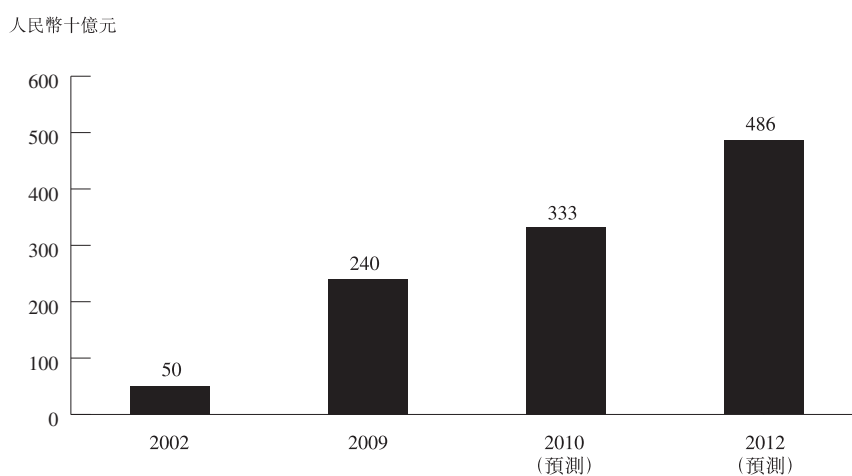
- (1) 收入包括來自新車銷售、售後業務及二手車業務的收入。
- (2) 截至於二零零八年年底的跨地區經銷集團，按二零零八年收入排名。
- (3) 該經銷集團於二零零六年及二零零七年並未成為跨地區經銷集團。
- (4) 該經銷集團於二零零六年及二零零七年的排名並未進入前十位。

行業概覽

車數目將會大幅增加。二零零二年中國乘用車售後市場的規模約為人民幣50十億元，較一九九七年約人民幣23十億元增長超過一倍。到二零零九年，該市場規模已擴大至約人民幣240十億元，預計到二零一二年將進一步增長至約人民幣486十億元。

除了透過現有的4S經銷店提供服務外，快修店及汽車用品零售店等新的服務平台亦正在興起。快修店乃為提供快捷且高效的維修、保養及美容服務而設，汽車用品零售店專門在人流密集地點向客戶提供不同種類的汽車用品。在現有4S經銷店網絡之基礎上另外構建該等售後服務平台具有極大好處，有利於利用4S經銷店的客戶基礎、經營專長、人才資源及財務資源等的優勢。

中國乘用車售後市場規模⁽¹⁾



資料來源 華通人調研

中國二手乘用車市場

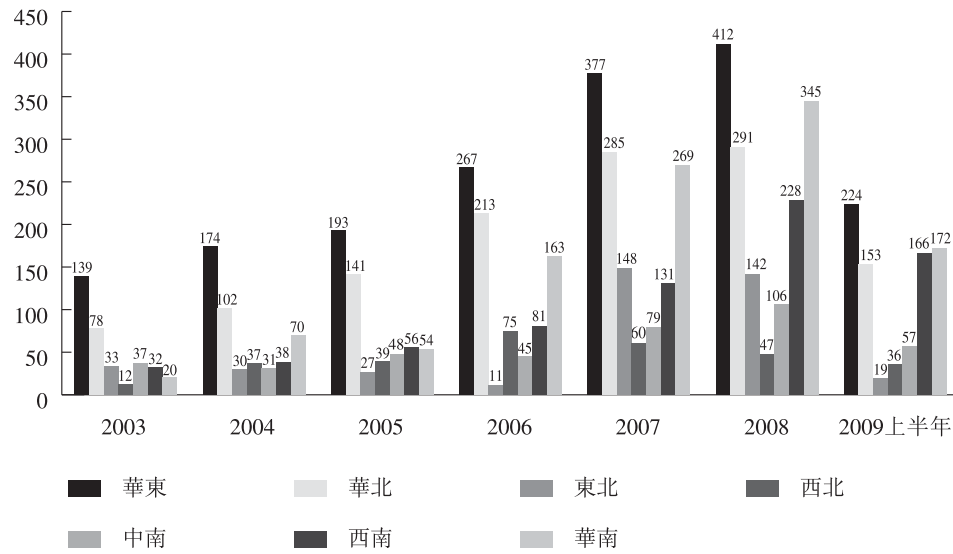
和中國新乘用車的產銷水平相一致，中國的二手乘用車市場正在快速成長，同樣具備巨大的增長潛力。根據華通人的統計，二手乘用車市場的成交量將於不久之將來升上新高峰。二零零八年，二手乘用車銷量達到約1.6百萬輛，較二零零七年計算按年增長約16.5%。相比之下，新乘用車銷量於二零零八年上升約8.6%。預計二零零九年至二零一二年中國的二手乘用車市場將保持穩定增長，並存在進一步發展的巨大潛力。預計二手乘用車銷量將於二零零九年達到約2.0百萬輛及於二零一二年達到2.9百萬輛，而銷售總額將於二零零九年達到約人民幣105十億元及於二零一二年達到人民幣156十億元，複合年增長率約為14.1%。

附註：

(1) 包括汽車用品及零部件銷售以及維修、保養及美容服務

二手乘用車成交量

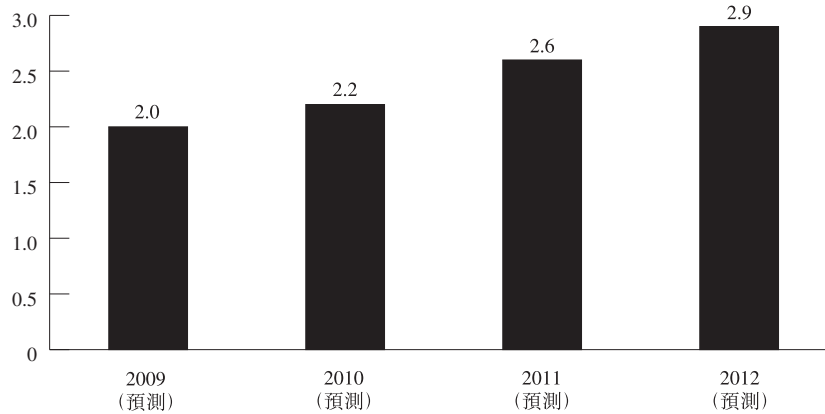
乘用車數量(千輛)



資料來源 華通人調研

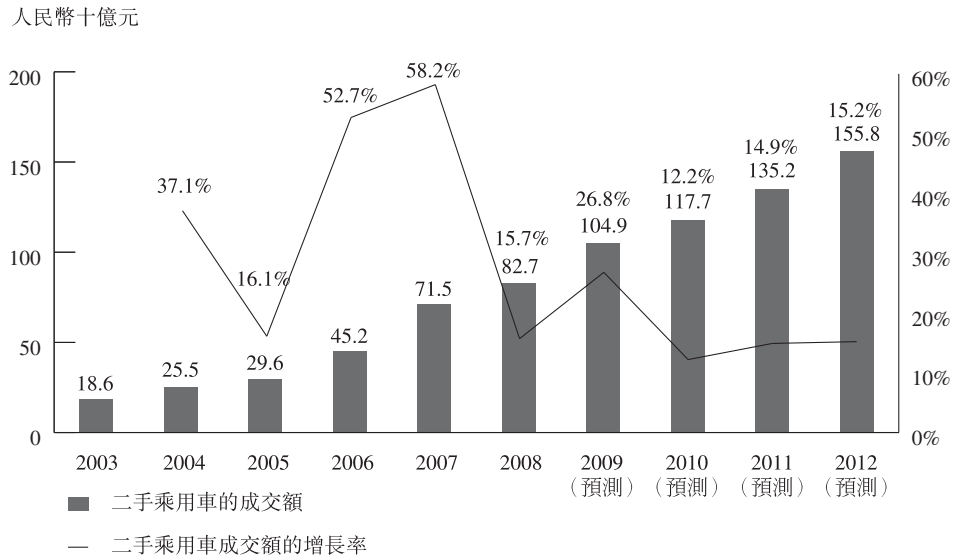
二手乘用車成交量預測

乘用車數量(百萬輛)



資料來源 華通人調研

二手乘用車成交額



資料來源 華通人調研

目前，發達國家的新乘用車與二手乘用車成交比率約為1:1。近年來，中國的成交比率不斷變化，由二零零三年的約5.9:1轉變至二零零八年的3.9:1。新乘用車對二手乘用車的比率趨於下降，顯示中國二手乘用車市場存在巨大的增長潛力及空間。