

行業概覽

本節所載若干資料摘錄自官方政府刊物及行業資料以及本集團委聘的獨立第三方Frost & Sullivan所編製報告。儘管本集團已合理審慎編製及轉載該等官方政府刊物的資料，惟本集團、其聯屬人士、顧問、包銷商以及彼等各自的聯屬人士、顧問及任何參與全球發售的人士均無獨立核實有關資料。官方政府刊物的資料未必與中國境內外其他來源的資料一致。本集團、其聯屬人士、顧問、包銷商及彼等的聯屬人士、顧問及任何參與全球發售的人士對該等官方政府刊物的資料是否準確、完備及公正並不發表任何聲明，因此閣下不應過份依賴該等官方政府刊物的資料。

摘錄自Frost & Sullivan報告的資料反映根據抽樣調查對市況的估計，主要用作市場研究。所引述Frost & Sullivan的資料不應視為Frost & Sullivan對本集團證券價值或是否適宜投資本集團的意見。董事相信摘錄自Frost & Sullivan報告的資料來源恰當，亦已合理審慎摘錄及轉載該等資料。本集團並無理由懷疑該等資料失實或誤導，亦並無理由相信遺漏任何重大事實致使該等資料失實或誤導。本集團、派杰亞洲、包銷商或參與全球發售的任何其他人士並無獨立核實摘錄自Frost & Sullivan報告的資料，對其是否準確亦不發表任何聲明。

概覽

緒言

強化材料指經加工高強高分子聚酯纖維複合材料及其他強化複合材料。強化材料為一種高性能複合材料，以尼龍或高強聚酯纖維製成，加入PVC、TPU或其他高分子聚合物，經過壓延、塗層、貼合或同時經過上述工序，再按需要進行表面處理等其他加工工序。強化材料主要在強度及性能上有別於傳統功能材料。根據Frost & Sullivan的研究，「強化材料」或其中文同義詞為行內常用詞彙。

行業概覽

強化材料性能良好，用途廣泛，例如水池、充氣艇、大型充氣玩具、涉水防護服、空氣床、運動場地板、沼氣池等。隨著科技日新月異，強化材料的應用應會更為普遍。現時強化材料廣泛用於多種用途，詳列如下：



資料來源：Frost & Sullivan

中國強化材料行業

中國經濟迅速增長

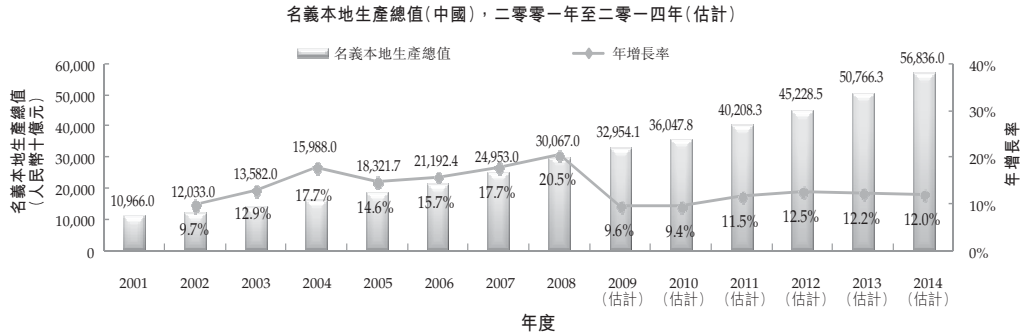
中國為世界增長最快速的經濟體系之一，自七零年代末實施經濟改革以來，經濟一直急劇增長。根據中國國家統計局的資料，中國本地生產總值由二零零一年約人民幣110,000億元增至二零零八年約人民幣301,000億元，複合年增長率約為15.5%。中國經濟迅速增長，是由於一系列經濟改革措施，包括為吸引外資而撤銷貿易及投資壁壘。根據IMF的資料，預期中國名義本地生產總值會穩步上揚，至二零一四年約達人民幣568,000億元，二零零八年至二零一四年複合年增長率約為11.2%。

二零零一年至二零零八年，中國人均本地生產總值亦隨經濟日益蓬勃而急速增長。二零零八年，中國人均本地生產總值由二零零一年人民幣8,622.0元增加約163.3%至人民幣22,698.0元。根據IMF的資料，預期中國名義人均本地生產總值會持續緩和增長，至二零一四年達人民幣39,540.4元。

中國經濟急劇發展，加上中國消費者的消費能力大幅提高，為強化材料的需求增長塑造有利的經濟背景。隨著消費者的可支配收入增加，對閒暇消費的需求亦更高。預期更多消費者參與室外娛樂活動以及划艇、水上運動及釣魚等運動，因而推動強化材料市場發展。

行業概覽

下圖顯示二零零一年至二零一四年中國過往及預測本地生產總值增長率。

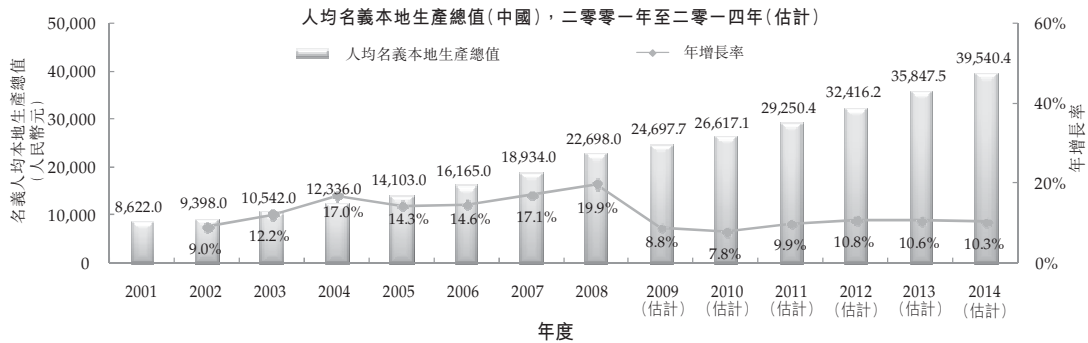


附註：所有數據均為約數。

資料來源：

1. 過往數據：中國國家統計局
2. 預測數據：IMF，二零零九年四月

下圖顯示二零零一年至二零一四年中國人均本地生產總值增長率的過往紀錄及預測。



附註：所有數據均為約數。

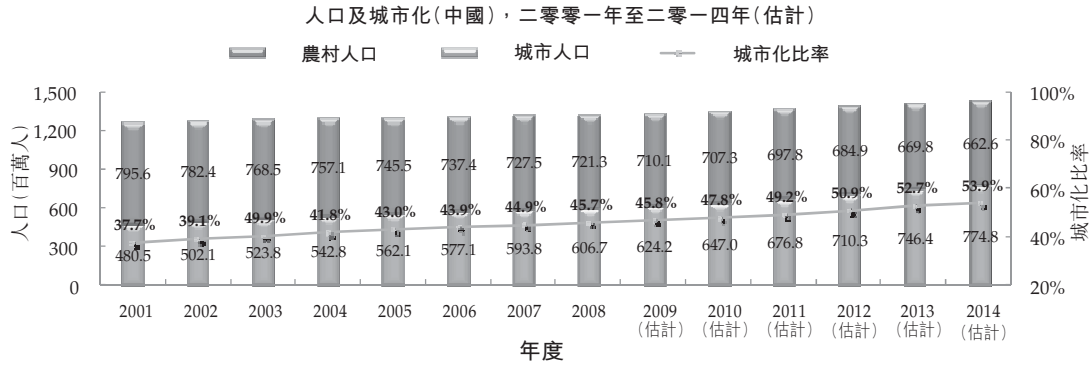
資料來源：

1. 過往數據：中國國家統計局
2. 預測數據：IMF，二零零九年四月

城市化是中國現代化進程的一項重要特色。預期城市化比率上升會推動戶外活動、建築、物流、廣告及多種其他行業的發展，因此預期強化材料製造商可受惠於持續的城市化發展。中國城市人口自九零年代起一直有增無減。二零零一年至二零零八年，中國城市化比率由約37.7%增至45.7%。估計中國城市人口至二零

行業概覽

一四年將約達774.8百萬人。預測二零一四年城市化比率約為53.9%，即二零零八年至二零一四年的複合年增長率約為2.8%，顯示如下：



附註：所有數據均為約數。

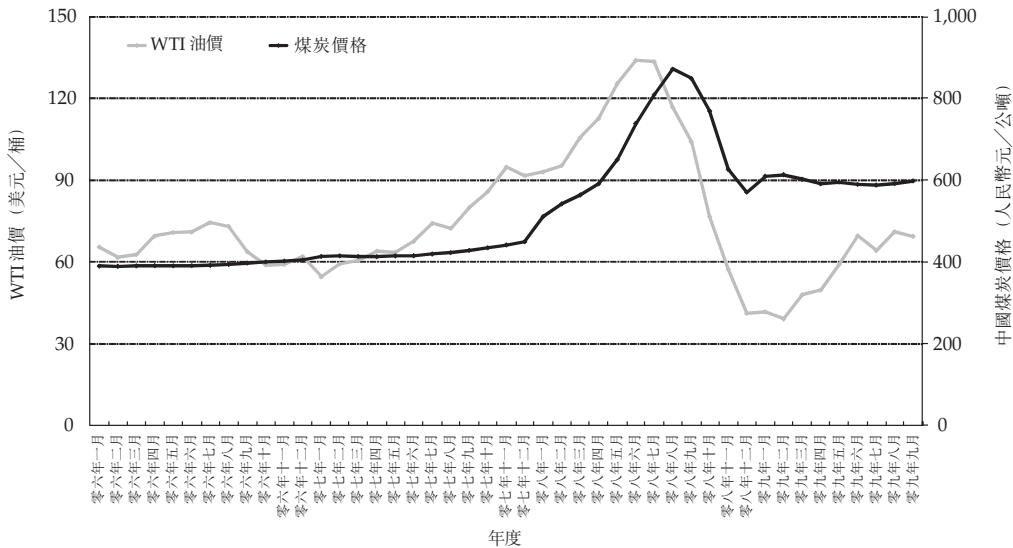
資料來源：

1. 過往數據：中國國家統計局
2. 預測數據：Frost & Sullivan

原油及煤炭價格

下圖載列二零零六年一月至二零零九年九月的過往全球原油價格及中國煤炭價格。

原油及煤炭市場：過往價格趨勢，二零零六年一月至二零零九年九月



資料來源：West Texas Intermedium (「WTI」)油價來自美國能源信息管理局(「EIA」)；煤炭價格來自中國煤炭運銷協會(「CCTDA」)

附註：WTI油價為EIA根據特定產品在指定期間的每日收盤離岸現貨價非加權平均值的每日數據所計算的每月價格。煤炭價格為中國煤炭運銷協會(「CCTDA」)根據中國八個主要煤炭生產地區生產的九種主要煤炭的每月平均價格加權平均值計算的中國每月平均價格。所有數據均為約數。

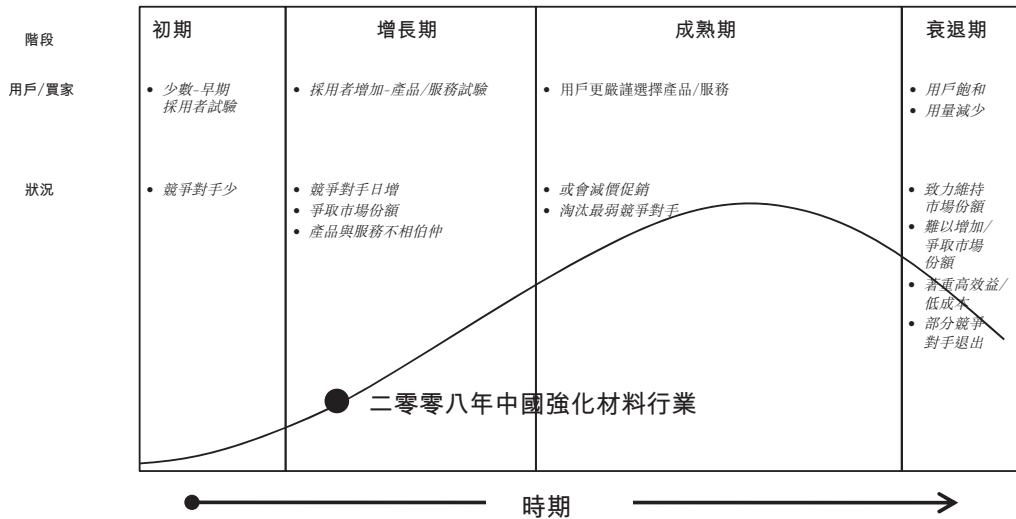
行業概覽

二零零六年至二零零八年，原油價格持續攀升，而自二零零八年下半年金融危機爆發後，原油價格於二零零九年初大跌至每桶約40.0美元甚至更低。因此，石油輸出國組織(「OPEC」)採取更有效的措施，通過控制原油生產穩定石油價格。二零零九年六月至九月，石油價格穩定在每桶約70美元。由於原油生產成本上升且預期長遠經濟前景向好，故石油價格應不會下跌。根據國際能源署的資料，二零零八年至二零一四年的原油平均價格約為每桶100.0美元。

中國煤炭資源豐富，二零零八年產量約為2,782.0百萬公噸，佔該年全球煤炭產量的一半以上。中國煤炭價格較原油價格穩定。二零零六年至二零零七年，煤炭價格輕微上漲。中國煤炭價格自二零零六年一月的每公噸約人民幣389.8元上升至二零零七年十二月的每公噸約人民幣449.2元。二零零八年以來，煤炭價格主要受高企的石油價格及強勁的國內需求拉動，自一月每公噸人民幣510.8元上升至八月每公噸約人民幣871.3元的歷史高位。其後，金融危機爆發及需求萎縮導致二零零八年剩餘月份的煤炭價格與原油價格同步下跌。二零零九年，煤炭價格於首九個月維持在每公噸約人民幣600.0元。

本集團大部分產品的原料成本一般隨石油或煤炭的價格走勢及市況波動，而石油或煤炭的市況十分反覆亦有週期。請參閱「風險因素」一節「原料價格及供應波動」的相關風險因素披露。

強化材料市場：行業週期(中國)，二零零八年



資料來源：Frost & Sullivan

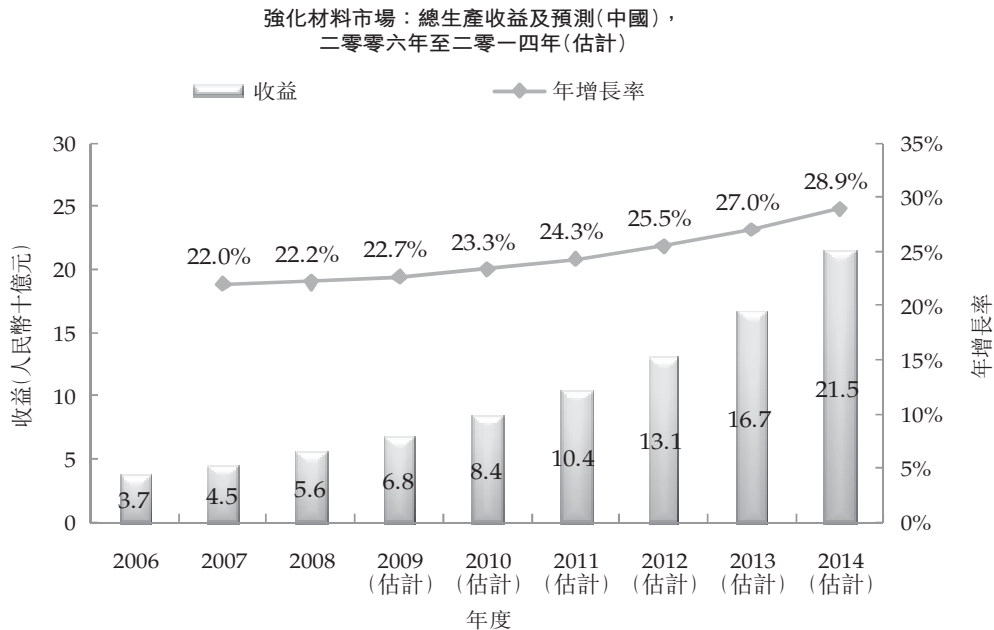
行業概覽

中國強化材料行業是上世紀九零年代中期興起的行業，至二零零八年仍在發展初期，預期於二零零九年至二零一四年的預測期內的進展不大。此行業在中國的發展僅超過十年，尤其是在生產高質量產品方面，技術落後於發達國家。中國僅有少數製造商有能力在高檔市場競爭。隨著技術提升，預期更多國內製造商可改良技術並加入高檔市場。大型製造商不僅可為低檔至高檔市場提供多元化的產品，亦可按客戶指定要求生產具備特別功能及性能的產品。業界已採用先進的塗層工序及貼合工序複合技術，可發揮兩個工序的優點，提高產品質素或以更低成本生產質素相若的產品。

優質的強化材料是製造優良下游終端產品的必備條件，因此業內實力雄厚的製造商開始傾向在原有業務範疇外加入下游業務。強化材料製造商加入下游業務，不僅可把握下游市場的增長商機，亦可更有效控制成本，成功在下游終端產品市場脫穎而出。

中國強化材料市場規模

下圖顯示二零零六年至二零一四年中國強化材料總生產收益的過往紀錄及預測。



附註： 所有數據均為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

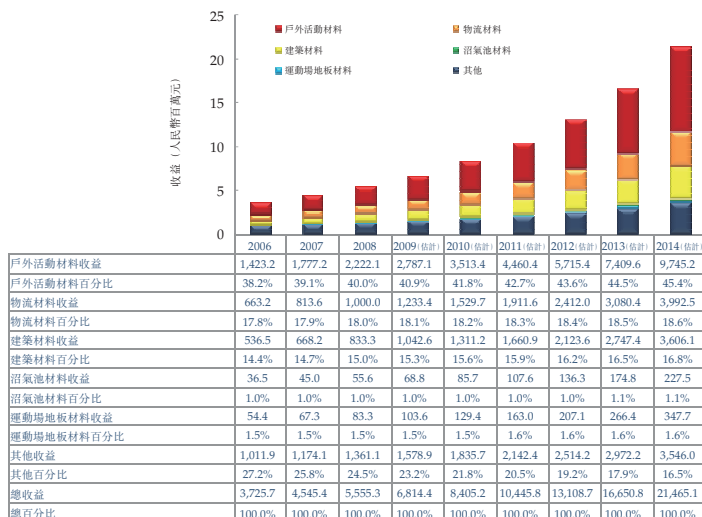
行業概覽

中國強化材料總生產收益一直穩步增長，由二零零六年約人民幣37億元增至二零零八年約人民幣56億元，複合年增長率約22.1%。基於下游應用領域廣泛，加上國內需求上升，預期中國強化材料市場會一直增長，由二零零八年約人民幣56億元增至二零一四年約人民幣215億元，複合年增長率約25.3%。

根據Frost & Sullivan的資料，強化材料所有應用領域中，戶外活動材料分部的用量最高，且預期增長最快，二零零八年至二零一四年的複合年增長率約為27.9%。TPU加工膜結構、PVDF加工膜結構及聚四氟乙烯(PTFE)加工膜結構等多種新型強化材料不僅具備其他強化材料的良好性能，更有其他更優越特性，例如自潔性能、有彈性、高強及透光，在建築材料方面應用日廣，二零零八年至二零一四年的複合年增長率估計約達27.7%。運動場地材料、沼氣池材料及物流材料於二零零八年至二零一四年的複合年增長率估計均逾26.0%，分別約為26.9%、26.5%及26.0%。

下圖顯示二零零六年至二零一四年中國強化材料市場按應用領域劃分的過往及預測分析。

強化材料市場：按應用領域劃分的生產收益及預測（中國），
二零零六年至二零一四年（估計）



| 應用領域分部 | 二零零八年至二零一四年複合年增長率(百分比) |
|--------|------------------------|
| 戶外活動材料 | 27.9 |
| 建築材料 | 27.7 |
| 運動場地材料 | 26.9 |
| 沼氣池材料 | 26.5 |
| 物流材料 | 26.0 |
| 其他 | 17.3 |

附註：

1. 所有數據均為約數。
2. 其他包括包裝材料、醫用材料及窗簾材料等。

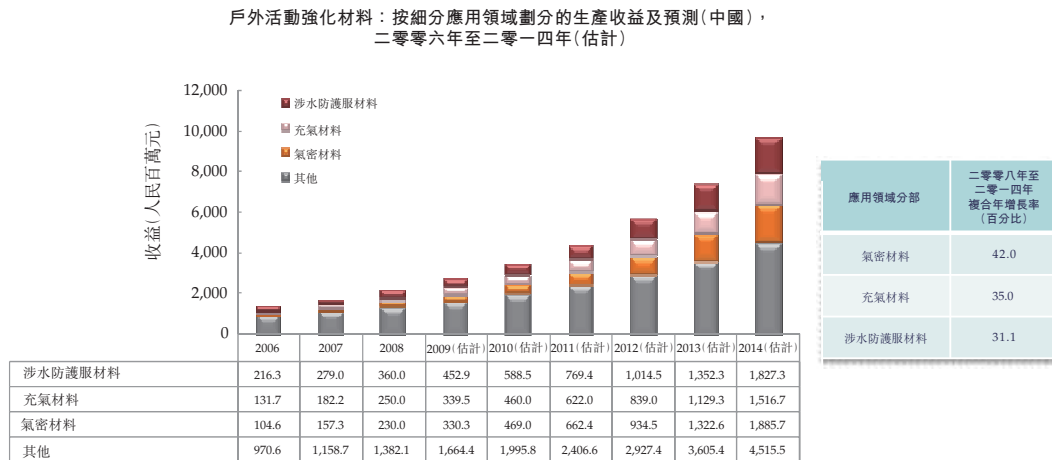
資料來源：Frost & Sullivan

行業概覽

二零零六年至二零零八年，以營業額計算，戶外強化材料佔中國整體強化材料的百分比由約38.2%增至約40.0%，根據Frost & Sullivan的預測，至二零一四年估計約45.4%的中國強化材料為戶外強化材料。

戶外活動材料之強化材料所有細分應用領域中，用於生產充氣艇的氣密材料增長最迅速，二零零八年至二零一四年的複合年增長率估計約為42.0%。用於生產充氣玩具的充氣材料二零零八年至二零一四年的複合年增長率估計約為35.0%。用於生產涉水防護服的涉水防護布料二零零八年至二零一四年的複合年增長率估計約為31.1%。

下圖顯示二零零六年至二零一四年中國按戶外應用領域強化材料市場類型劃分的過往及預測分析。



附註：

1. 所有數據均為約數。
2. 其他包括水池材料和空氣床材料等。

資料來源：Frost & Sullivan

利好監管環境

二零零八年底，中國政府宣佈一系列特別支持十個重點行業(包括石化業)的重組及刺激經濟計劃，新型化學材料屬於石化行業其中一個主要分部。因此，預期強化材料等新型材料可在技術及產品開發等方面受惠於該計劃。除中央政府外，福建省政府等地方政府亦積極支持強化材料的發展。例如，新型材料生產商向銀行申請貸款時，有機會獲福建省政府提供利息補貼。此外，福建省政府亦向財務機構推出多項獎勵，支持若干新型材料生產商發展。

行業概覽

過往五年，福建省政府向取得ISO9000等國際認證、創新產品、「福建省知名品牌」等研發項目的新型材料開發提供補助。大多數情況下，按人民幣100,000元以下至人民幣1,000,000元向各公司分配項目補助金。

本集團已收取的補助處於或高於行業平均水平。當地政府提供的金額較本集團業務規模小。該等補助主要體現政府對新型材料開發的支持及堅持態度，並非本集團資金的重要來源。

主要市場增長動力

推動中國強化材料市場增長的主要因素包括：

- **目前下游終端產品市場的增長：**強化材料有良好性能，在各行各業的應用甚廣。隨著中國經濟穩定增長，多個下游終端產品市場迅速發展，例如戶外休閒行業於過去數年錄得高增長率，而廣泛用於農業、化學和多個其他行業的中國涉水防護服行業亦不斷增長。二零零八年至二零一四年間，下游終端產品市場迅速持續發展，對強化材料市場增長十分重要。
- **新興應用湧現：**隨著科技發展，將開發更多強化材料的應用，其中一種新興應用是沼氣池。鑑於中國政府鼓勵發展潔淨能源，估計沼氣池行業會在短期內迅速增長。另一種新興應用為用於建築的膜結構。膜結構是近期的新發明，質輕、節能、有自潔性能而且時尚，適用於運動場、火車站、機場和其他公共建築物，預計將來會有更多其他新興應用。
- **產品種類不斷增加：**應用類型眾多，加上客戶需求各異，令強化材料的產品種類更多樣化，同時亦向專門化發展。強化材料加入了創新或經改良的特別功能，預期可迎合更多客戶的需要，有助推動中國強化材料市場的增長。

行業概覽

- **高檔市場的潛力：**目前，大部分強化材料生產商提供中低檔產品，只有少數大型生產商有能力生產高檔產品。經濟前景樂觀，中國高檔產品需求不斷增加，讓大型且有實力的生產商在高檔市場有更大發展空間。由於高檔產品市場的產品價格較高，故中國高檔市場的增長應有助推高中國強化材料生產收益總額。

行業前景

- **市場增長：**強化材料的下游終端產品市場大幅增長。例如，中國愈來愈多人參與戶外休閒活動，令中國戶外休閒行業增長率甚高。中國強化材料總生產收益穩步上揚，二零零八年錄得約人民幣56億元。鑑於下游應用迅速增長，中國的強化材料市場亦會持續增長，預計至二零一四年可創新高至約人民幣215億元。
- **產品趨勢：**面對不斷提高的客戶要求，中國強化材料行業的技術亦迅速改良。技術的進步主要集中在產品性能和產品多元化兩方面。按客戶對產品外觀和功能等方面的要求為客戶特製產品，相信是強化材料的新趨勢。
- **技術趨勢：**強化材料行業的發展僅超過十年，生產高質素產品的技術仍較發達國家落後。然而，隨著技術不斷發展，國內生產商預計會逐步提升生產技術，將更有能力為低檔以至高檔市場提供更多不同類型的產品。例如，除了一般的塗層工序和貼合工序，業界亦已將兩種工序結合，將兩種技術優點合二為一。預期日後國內生產商會提供更多因應客戶特定功能和性能要求而特製的產品。
- **原料：**強化材料的主要原料包括高分子材料(大部分為PVC)、聚酯及添加劑。現時，國內有充足的PVC供應，而高強聚酯產量亦正在急升。二零零六至二零零八年，高強聚酯產能增長率甚高，令目前聚酯供過於求，故預期於二零零九年至二零一四年中短期內聚酯之價格應不會大幅上升。現時，生產強化材料的主要原料價格相對穩定。

競爭情況

根據Frost & Sullivan的資料，強化材料行業的競爭主要集中在產品質素及因應客戶要求特製產品兩方面。中高檔市場的產品質素較佳，利潤亦較高，故較多大型生產商。然而，高檔市場存在不少市場門檻阻礙中型生產商加入。小型生產商僅能提供增值較少的低檔產品。

強化材料市場：二零零八年競爭情況(中國)

- | | |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 競爭者級別 | <ul style="list-style-type: none">• 中高檔市場的產品質素較佳，利潤亦較高，故較多大型生產商。部分大型生產商只會在訂單數量達致一定水平方會生產低檔產品。• 中型生產商專注中檔市場，亦致力打入高檔市場。然而，生產高檔產品需要先進技術和巨額的設備資本投資，令中型生產商難以加入高檔市場。• 小型生產商提供增值較少的低檔產品。較多小型生產商的業務專注於提供除強化材料以外種類繁多的產品。 |
| 競爭程度 | 一般 |
| 主要應用 | <ul style="list-style-type: none">• 戶外活動• 物流• 建築• 沼氣池• 運動場地板 |

根據Frost & Sullivan的資料，中國強化材料市場分散，二零零八年五大生產商的市場佔有率合共約為14.9%，而彼等各自的市場份額接近，介乎2.2%至3.3%。按營業額計算，本集團於二零零八年的市場份額約為3.0%，排名第四，二零零六年至二零零八年兩年度的複合年增長率約為139.3%，均高於其他大型生產商及行業的平均增長率。截至二零零九年八月三十一日止八個月，以營業額計算，本集團的市場份額增至約4.5%，領先一眾同業。

行業概覽

根據Frost & Sullivan的資料，下文說明本集團在中國強化材料市場若干戶外分部的市場份額及排名：

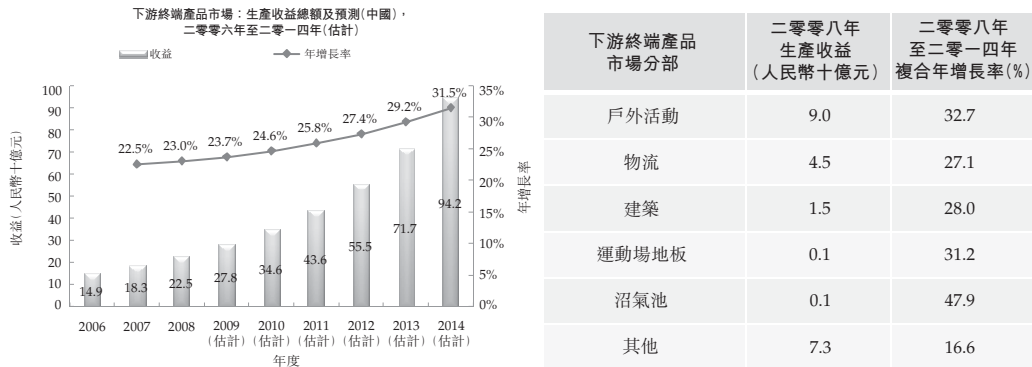
| 種類 | 截至 二零零八年 十二月三十一日 止年度 | 截至 二零零九年 八月三十一日 止八個月 | 截至 二零零八年 十二月三十一日 止年度 | 截至 二零零九年 八月三十一日 止八個月 | 本集團的 市場份額 (%) | 本集團的 排名 | 本集團的 市場份額 (%) | 本集團的 排名 |
|---------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|---------------------|------------|---------------------|------------|
| | 總生產收益 (人民幣十億元) | 總生產收益 (人民幣十億元) | 本集團的 市場份額 (%) | 本集團的 排名 | 本集團的 市場份額 (%) | 本集團的 排名 | | |
| 涉水防護服材料 | 0.4 | 0.3 | 10.4 | 第一 | 20.4 | 第一 | | |
| 充氣材料 | 0.3 | 0.2 | 28.1 | 第一 | 29.0 | 第一 | | |
| 氣密材料 | 0.2 | 0.2 | 10.5 | 第一 | 18.2 | 第一 | | |

中國強化材料下游終端產品市場

強化材料用途廣泛，應用於各行各業，包括戶外休閒活動、物流、建築、可再生能源、運動場地板等。隨著中國經濟發展，下游終端產品市場亦急速增長。二零零八年下游終端產品市場收益總額約為人民幣225億元，預計在二零一四年會約達人民幣942億元。由於強化材料為該等終端產品的主要原料，故預期強化材料市場亦可受惠於下游終端產品市場的增長。

行業概覽

下圖載列二零零六年至二零一四年中國下游終端產品的過往及預計生產收益總額。

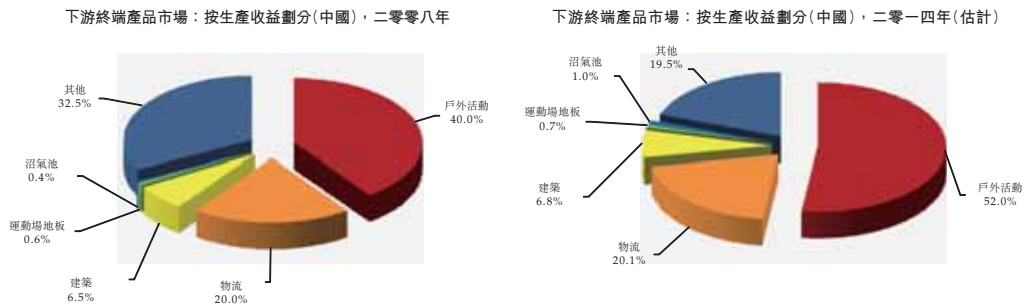


附註：

1. 所有數據均為約數。
2. 其他包括包裝、醫用材料及窗簾等。

資料來源：Frost & Sullivan

下圖載有二零零六年至二零一四年中國下游終端產品市場的收益總額(按市場)分析。



附註：

1. 所有數據均為約數。基準年度為二零零八年。
2. 其他包括勞動保護、醫療及廣告等。

資料來源：Frost & Sullivan

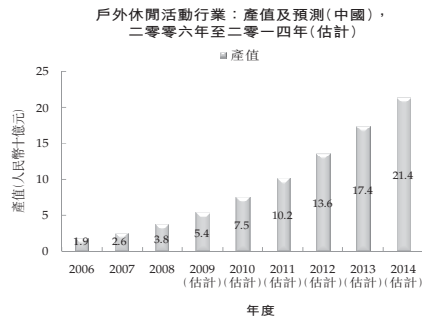
行業概覽

主要強化材料下游終端產品市場包括：

戶外休閒活動市場

隨著生活水平不斷提升，越來越多人參與戶外休閒活動，例如划艇、釣魚、登山、滑雪、露營等。估計二零零八年至二零一四年戶外休閒活動行業的複合年增長率約為33.5%。

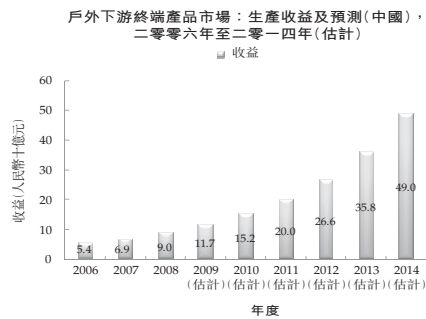
在一眾下游終端產品市場中，戶外下游終端產品市場(指利用強化材料製成的戶外活動產品，如涉水及防護服、大型充氣玩具、充氣艇、水池、空氣床、雪靴、戶外箱包、帳篷等的市場)的生產收益最高，二零零八年達約人民幣90億元，估計二零零八年至二零一四年的複合年增長率約為32.7%，至二零一四年將激增至約人民幣490億元。



附註：所有數據均為約數。

資料來源：

1. 過往數據：中國紡織品商品協會戶外用品分會
2. 預測數據：Frost & Sullivan



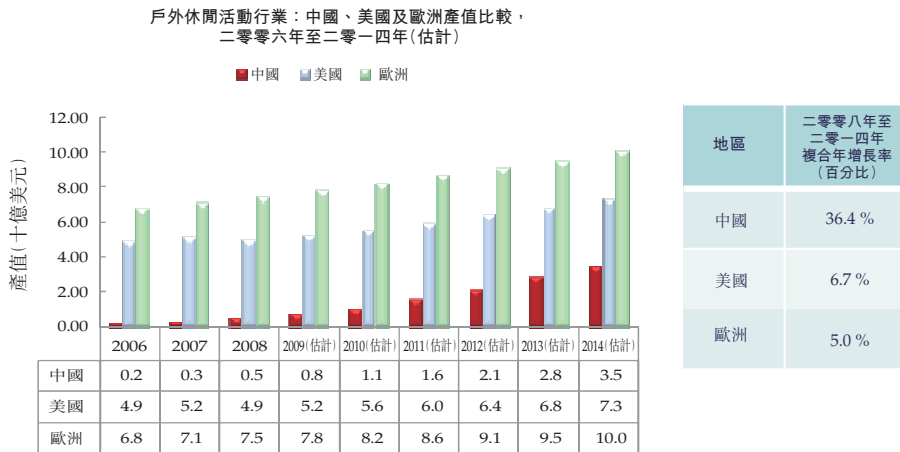
附註：所有數據均為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

二零零八年，美國戶外休閒活動行業產值約49億美元，而同年歐洲的戶外休閒活動行業產值約75億美元。預期二零零八年至二零一四年，美國戶外

行業概覽

休閒活動行業的複合年增長率約為6.7%，而歐洲則約為5.0%。歐美戶外休閒活動市場的產值龐大，預期將維持穩定增長率如下：



附註：所有數據均為約數。

資料來源：

1. 過往數據：美國戶外產業協會；European Outdoor Group及中國紡織品商品協會戶外用品分會
2. 預測數據：Frost & Sullivan

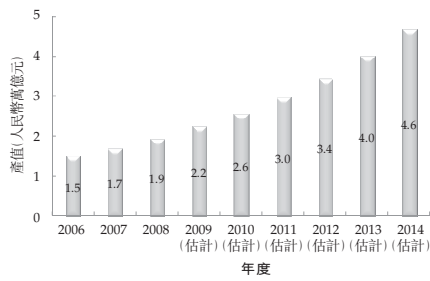
與歐美相比，預期中國戶外休閒產業的增長率較高。二零零八年，中國戶外休閒活動行業產值約達5億美元，僅為美國戶外休閒行業產值約10.9%。預計中國戶外休閒活動行業產值於二零一四年增至約35億美元，估計二零零八年至二零一四年的複合年增長率約為36.4%。

物流市場

預期中國經濟持續發展將推動物流下游終端產品市場發展。物流行業產值由二零零七年約人民幣1.7萬億元增加約14.6%至二零零八年約人民幣1.9萬億元。根據Frost & Sullivan的資料，中國物流行業預期於短期內維持高增長率。估計二零一四年的產值約為人民幣4.6萬億元，二零零八年至二零一四年的複合年增長率約為15.7%。強化材料於物流下游終端產品市場的主要用途為卡車／火車車箱的篷蓋。二零零八年，物流下游終端產品市場為中國強化材料第二大下游終端產品市場。二零零八年，物流下游終端產品的生產收益約為人民幣45億元，預期二零一四年增至約人民幣189億元，二零零八年至二零一四年的複合年增長率約為27.1%。

行業概覽

物流行業：產值及預測(中國)，
二零零六年至二零一四年(估計)

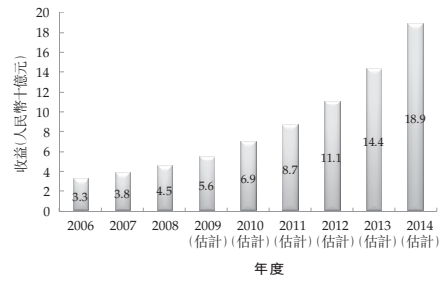


附註：所有數據均為約數。

資料來源：

1. 過往數據：中國物流與採購聯合會。
2. 預測數據：Frost & Sullivan

物流下游終端產品市場：生產收益及預測(中國)，
二零零六年至二零一四年(估計)



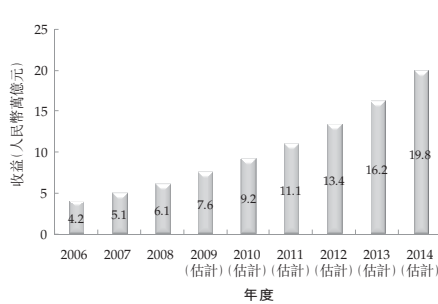
附註：所有數據均為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

建築市場

建築是中國經濟的重要行業。中國政府非常重視建築行業的發展。中國政府對興建基礎設施作巨額投資，推動經濟增長。由於城市化過程迅速，故中國的房地產行業亦急速發展。建築下游終端產品市場為中國強化材料的第三大下游終端產品市場。建築方面，預期膜結構會成為高增長的新興用途。預期建築下游終端產品的生產收益會由二零零八年約人民幣15億元增至二零一四年約人民幣64億元，二零零八年至二零一四年的複合年增長率約為28.0%。

建築行業：產值及預測(中國)，
二零零六年至二零一四年(估計)

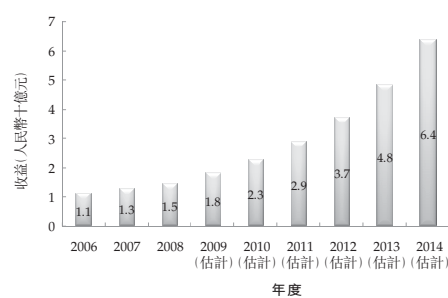


附註：所有數據均為約數。

資料來源：

1. 過往數據：中國國家統計局
2. 預測數據：Frost & Sullivan

建築下游終端產品市場：生產收益及預測(中國)，
二零零六年至二零一四年(估計)



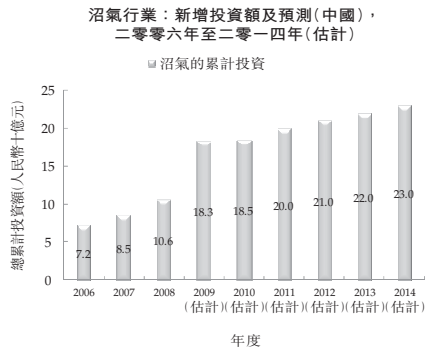
附註：所有數據均為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

沼氣池市場

由於沼氣是可再生能源，故中國政府鼓勵發展沼氣行業。二零零七年，中國頒佈《應對氣候變化國家方案》。其後，政府迅速施行法律、經濟、行政措施及技術措施減低溫室氣體排放量，中國開始對氣候變化採取靈活解決方案。二零零八年，中國沼氣項目的新增投資額約為人民幣106億元，估計二零一四年會增至約人民幣230億元，二零零八年至二零一四年的複合年增長率約為13.8%。

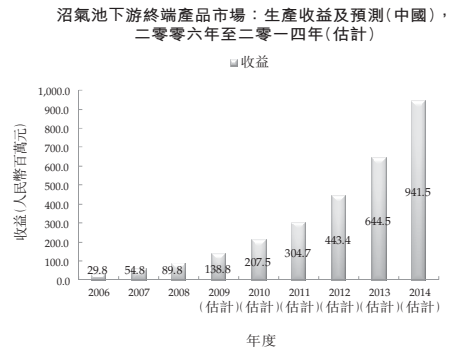
強化材料可製成沼氣池，作為沼氣發生器及／或沼氣儲存缸。基於上述因素，預期沼氣缸生產業務會有強勁增長。預料沼氣下游終端產品的生產收益會由二零零八年約人民幣89,800,000元增至二零一四年約人民幣941,500,000萬元，二零零八年至二零一四年的複合年增長率約為47.9%。



附註：所有數據均為約數。

資料來源：

1. 過往數據：中華人民共和國農業部
2. 預測數據：Frost & Sullivan



附註：所有數據均為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

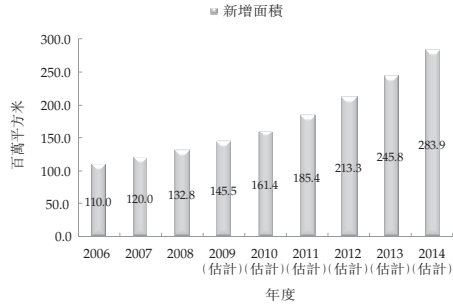
運動場地板市場

隨著人均收入上升，中國人(尤其是城市居民)越來越有興趣參與體育活動。此外，北京二零零八年奧運會使人民長期對運動有興趣，估計對運動場地的需求將會不斷增加。二零零八年，新增運動場地面積約為132.8百萬平方米。二零一四年，預測新增運動場地面積會增至約283.9百萬平方米，二零零八年至二零一四年的複合年增長率約為13.5%。

行業概覽

強化材料可用於生產運動場地板。隨著運動場地建設不斷增加，預料運動場地板下游終端產品的生產收益亦會高速增長，由二零零八年約人民幣125,700,000元增至二零一四年約人民幣640,200,000元，複合年增長率約為31.2%。

運動場地板行業：運動場新增面積及預測(中國)，
二零零六年至二零一四年(估計)

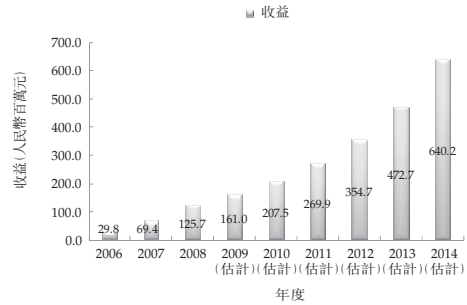


附註：所有數據均為約數。

資料來源：

1. 過往數據：中國國家統計局及中國國家體育總局
2. 預測數據：Frost & Sullivan

運動場地板下游終端產品市場：生產收益及預測(中國)，
二零零六年至二零一四年(估計)



附註：所有數據均為約數。

資料來源：Frost & Sullivan

FROST & SULLIVAN 的報告

本公司委託獨立市場研究及顧問公司Frost & Sullivan分析二零零六年至二零一四年中國強化材料市場及相關下游終端產品市場並就此編撰報告。Frost & Sullivan編撰本集團所委託的報告時並無受本集團影響。本集團向Frost & Sullivan支付費用人民幣380,000元，而本集團認為該收費符合市場水平。Frost & Sullivan於一九六一年創立，全球設有35個辦事處，聘用1,800多名行業顧問、市場研究分析員、技術分析員及經濟師，服務範圍包括技術分析、市場研究、經濟研究、就企業最佳常規提供意見、培訓、客戶研究、競爭情報及企業策略。Frost & Sullivan總部設於美國，一九九零年代起在中國設立辦事處向中國市場提供服務。

本集團委託Frost & Sullivan編撰的報告載有關於強化材料市場、強化材料下游終端產品市場及其他經濟數據的資料，而本售股章程亦有引述該等資料。Frost & Sullivan的獨立研究採用一手及二手研究方法從中國多個來源獲取資料。一手研究包括訪問25間公司的60位領先行業參與者及行業專家，以及10個城市的20個終端用戶。二手研究包括審閱公司報告、獨立研究報告及Frost & Sullivan本身研究資料庫的數據。中國的推算總市場規模基於過往數據分析、宏觀經濟數據、持續上升的可支配收入、新興應用湧現、產品種類不斷增加及高端產品市場潛力等特定相關行業增長動力，以及訪問行業專家及參與者後獲悉的預計增長動力計算。

行業概覽

Frost & Sullivan的報告基於下列假設編製：

- 即使有全球金融危機，中國經濟未來十年仍然穩定增長；
- 預測期內中國社會、經濟及政治狀況維持穩定，確保強化材料行業穩定發展；
- 現有下游終端產品市場的增長會推動中國強化材料行業發展；
- 隨著科技發展，中國強化材料的應用日益增多；
- 中國強化材料的產品種類會更豐富且更趨向為客戶度身訂製；及
- 高端市場的增長潛力會使中國強化材料市場的總生產收益增加。