

本節及本招股章程其他章節載有若干資料，是來自官方政府刊物和行業資料，以及我們委託的獨立第三方Euromonitor International所提交的報告。我們相信這些資料來源屬這些資料的適當資料來源，且在摘錄及轉載這些資料時已採取合理審慎的措施。我們並無理由認為這些資料屬失實或誤導或遺漏任何事實，致使這些資料屬失實或誤導。我們、獨家保薦人、獨家賬簿管理人、包銷商、彼等各自的任何董事、聯屬公司或參與股份發售的任何其他方並無獨立核實來自上述來源的資料，亦不對這些資料的準確性發表聲明。除非另有指明，本行業概覽的所有數據均為名義上的數值。

### 資料來源

我們委託獨立第三方Euromonitor International出具報告，就2007年至2016年期間中國香煙及香煙包裝市場進行分析及作出報告。報告日期為2012年6月29日。Euromonitor International曾進行多個有關香港首次公開發售的市場評估項目，尤其包括中國製造業。我們就Euromonitor International編製報告支付總費用33,600美元。所委託的報告乃由Euromonitor International在不受我們影響的情況下編製。

Euromonitor International已度身制定一項研究計劃，以探討中國香煙及香煙包裝市場主要利益所在的領域，包括有以下重點：

- 中國經濟概覽
- 中國香煙行業概覽
- 中國及江蘇省的香煙包裝行業

Euromonitor International的研究主要為由上而下進行的中央研究，輔以由下而上的資訊，以更全面和準確地呈列中國香煙及香煙包裝市場的情況。

Euromonitor International從多個相關公佈數據來源搜集資料，包括中國國家統計局、國家煙草專賣局、中國煙草市場及煙草在線。

Euromonitor International與香煙及香煙包裝製造商、分銷商、零售商及任何其他第三方以及與全國或地區行業貿易協會、政府、半官方人士及其他行業觀察員進行業界會晤，以取得第一手數據、意見及獨到觀點。Euromonitor International相信，經訪

問來自價值鏈中不同公司的各個部門及多家公司的受訪者，可了解一連串的事情，有助調整廣泛不同的數據及意見，而通過獨立地探討各階層的意見，會達致可靠數據及有效結論。

Euromonitor International就市場規模、發展趨勢等方面採用標準的定量及定性分析法，這些做法建基於對過往市場發展的全面深入審查，以及將有關資料與既有的政府、行業數據或業界會晤資料，進行對照核查。直至2016年的未來期間的估計數據乃根據此預測方法而得出。

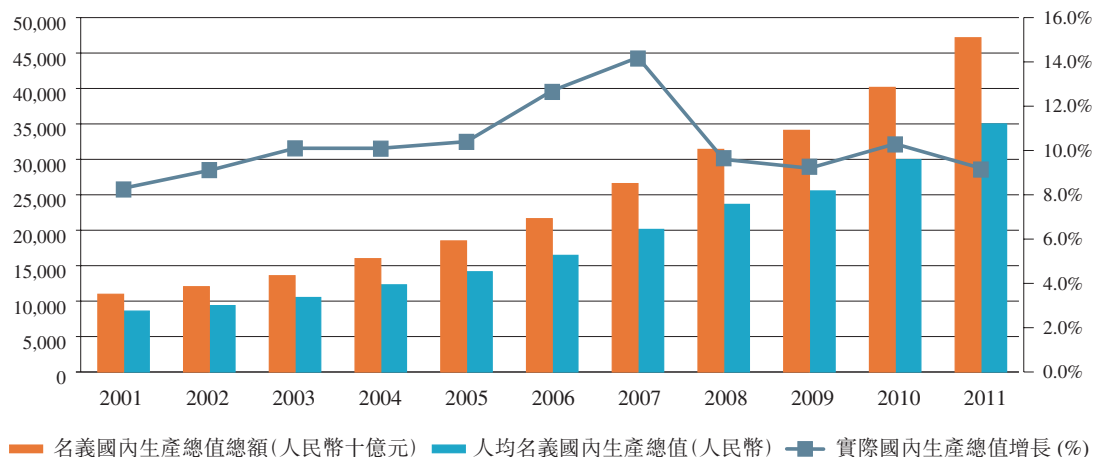
Euromonitor International的第一手及第二手研究資料來源曾經初步標準化、查核及驗證，以確保用作分析的研究資料穩妥。所有資料來源及觀點會加以嚴謹分析，Euromonitor International會據此比較數據、觀點及假設以得出一套數據及結論。

### 中國經濟概覽

#### 過去數年中國經濟加速增長

過去數年，隨著中國國內生產總值一直維持在約10%的高增長率，中國作為全球最具活力的經濟體之一的地位更形鞏固。雖然全球經濟在2008年金融危機期間停滯不前，致使中國的增長速度亦比過往年度為慢，然而2009年和2010年的增長有所提升，顯示了中國逐漸從經濟衰退中復蘇過來。中國於2010年的人均國內生產總值已達到人民幣29,943.3元，人均遞增價值比2009年高出人民幣4,398.0元。根據中華人民共和國國家統計局初步公佈的最新數據，中國於2011年的國內生產總值已達到人民幣471,564億元，與2010年相比實際增幅達9.2%。

中國名義國內生產總值及人均名義國內生產總值的增長

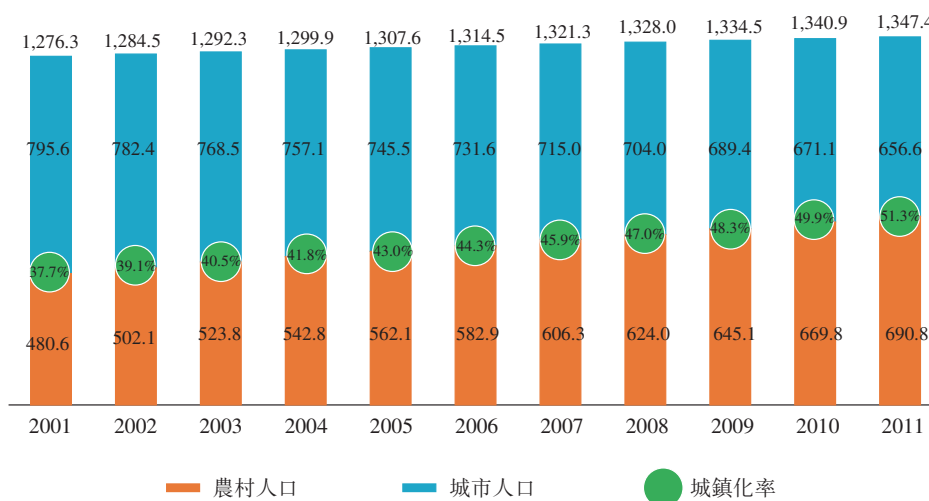


資料來源：中國國家統計局

急速城鎮化及可支配收入增加

中國的城鎮化現正處於加速增長階段。這是中國的社會結構快速演進的結果，令多些人在城市定居，而且有更多超級市場、百貨公司和購物設施湧現以滿足城市大眾日益增長的需求。中國國家統計局公佈的最新數據顯示，於2011年，中國人口達1,347.4百萬人，其中城市人口的比例佔超過一半(51.3%)，達690.79百萬人，這表明過去數十年的加速城鎮化已使中國邁向新的階段，展示出全新的城市和農村的人口結構。

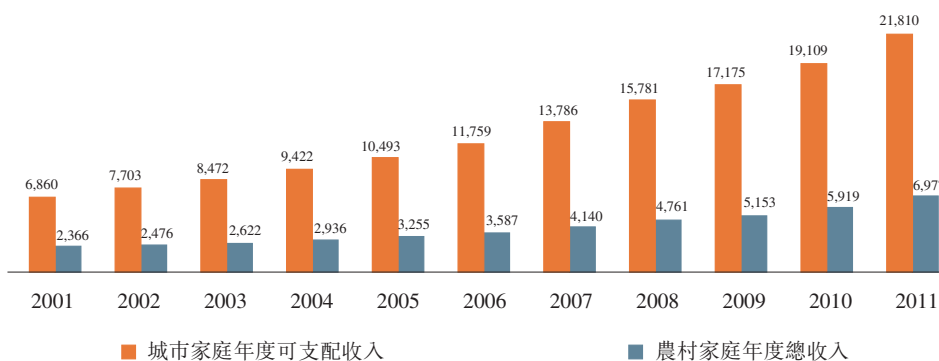
中國的城市和農村人口（百萬）



資料來源：中國國家統計局

中國的迅速增長經濟為中國人民帶來更高的可支配收入，造就穩固的消費者基礎。城市家庭的人均年度可支配收入在2011年已達人民幣21,810元，按實際年度增長率計比上一年增加8.4%。同時，農村家庭的人均年度總收入在2011年維持持續增長，達人民幣6,977元。由於收入水平上升，消費者的購買力增加，直接影響消費市場的表現。

中國的人均年度收入（人民幣）



資料來源：中國國家統計局

### 中國的香煙市場

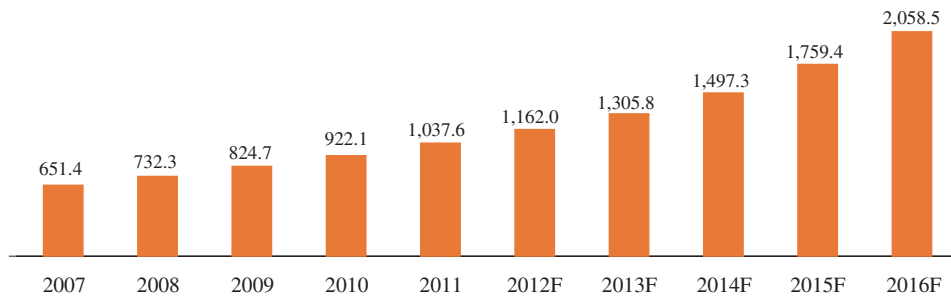
#### 市場概覽

##### 中國的香煙市場正在穩步增長

除美利堅合眾國和日本外，中國也是香煙生產的最主要國家之一。中國的香煙（完稅）市場在過去數年均維持高增長率，截至2011年末，零售銷售價值已達到人民幣10,376億元，較2010年增長了12.5%。這是主要由於整個香煙行業持續進行整合，使所有從事這領域的公司均一直身處相同的過渡歷程。於此過渡期間，大量小型和低效率的參與者將被淘汰，而在改革中留下的公司將受惠於有關轉變。香煙可劃分為「高焦油香煙」（焦油量高於10毫克的白棒香煙(white stick cigarette)）；「中焦油香煙」（焦油量為6至10毫克的白棒香煙）；「低焦油香煙」（焦油量為4至6毫克的白棒香煙）；及「超低焦油香煙」（焦油量少於4毫克的白棒香煙）。自2011年起，焦油量在12毫克／根以上的香煙不得在中國銷售，而根據國家煙草專賣局，焦油量在11毫克以上的香煙自2013年起將不得在中國銷售，至於焦油量在10毫克以上的香煙於2015年將不得在中國銷售。「高焦油香煙」目前在中國以較低的單價銷售，並獲得較高的市場份額。大多數20+10重點品牌（包括南京、蘇煙以及本集團現時向其供應包裝材料的其他屬於「20+10」重點品牌的品牌）供應「高焦油香煙」。由於國家煙草專賣局的政策是要禁止在中國銷售「高焦油香煙」，預期香煙製造商將會轉而生產其他類別的香煙，故此中國的吸煙者將會轉而消費其他類別的香煙（目前以較高單價銷售）。因此，以貨幣計算，中國的預測香煙市場規模將會以高於過往數年的比率增長。

基於一些提升香煙行業的措施，此市場預期將享受規模效應，亦表示日後的發展將會更加蓬勃。到2016年，中國香煙市場預期將達到人民幣20,585億元，亦即在2012年至2016年期間實現複合年增長率15.4%，該增長率甚至將會比2007年至2011年期間的複合年增長率12.3%為高。

中國的香煙市場規模（人民幣十億元）

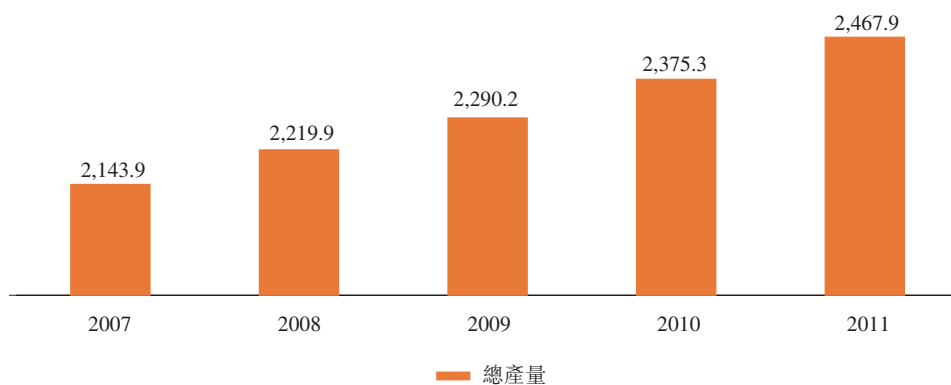


資料來源：Euromonitor International

以產量計算，中國香煙市場於2011年增加至24,679億根香煙，溫和地增長3.9%。在2007年至2011年期間，香煙生產按複合年增長率約3.6%的速度保持穩定增長。然而，與此同時，中國的香煙零售銷售量（以價值計算）卻按複合年增長率12.3%的速度增加，遠高於上述增長率。產量與銷售價值之間出現明顯差距，表明了香煙單位售價有所上升和香煙行業增加生產中高端香煙的結構性轉變導致成本上升。

根據中國國家統計局，江蘇省及山東省的香煙生產量分別達991億根及1,361億根。國家煙草專賣局表明，2011年首十一個月江蘇省的香煙銷售量達1,269億根，而2011年全年山東省的香煙銷售量則達1,785億根。

中國的香煙生產量（十億根）



資料來源：中國國家統計局

### 中國香煙市場由中國煙草總公司壟斷

中國的香煙市場是一個壟斷的市場，中國煙草總公司佔據市場主導地位，2011年佔有率達97.8%。中國煙草總公司是中國唯一合法製造香煙的公司，其包括三類實體：煙草集團、省級中煙工業公司及中國煙草實業發展中心。在中國香煙市場進行銷售的

其他主要公司指所有外國香煙製造商，包括British American Tobacco P.L.C、Philip Morris International Inc.及Japan Tobacco Inc.，各自擁有0.6%、0.3%及0.1%的佔有率。

根據國家煙草專賣局，中國煙草總公司管理一個統一的管理體系，以監管中國全部26家香煙製造公司。該26家公司包括一個煙草集團、16家省級中煙工業公司及中國煙草實業發展中心轄下九家其他非省級公司。

### 煙草集團

這是指上海煙草（集團）有限責任公司。

### 省級中煙工業公司

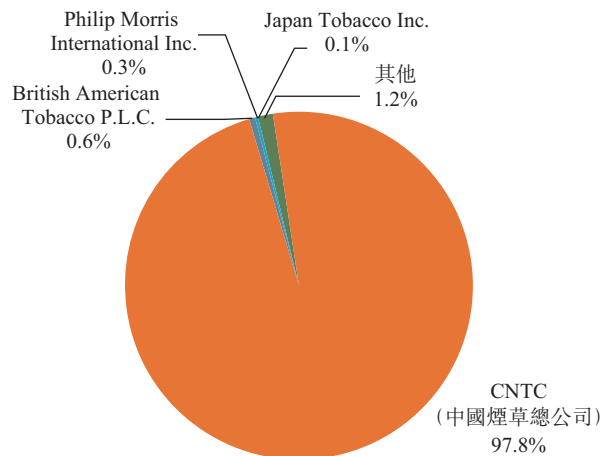
中國煙草總公司在中國成立16家省級中煙工業公司，以統一其於省級的管理。省級中煙工業公司的分布幾乎覆蓋中國所有區域。

### 中國煙草實業發展中心

它在中國擁有九家非省級煙草工業公司，並為中國煙草總公司的附屬公司。

與其他省級中煙工業公司一樣，山東中煙工業有限責任公司、江蘇中煙工業有限責任公司及廣西中煙工業有限責任公司各自在其所屬省份壟斷省內香煙製造市場，以零售銷量計，彼等分別佔2011年中國香煙製造市場4.5%、3.9%及2.2%的份額。

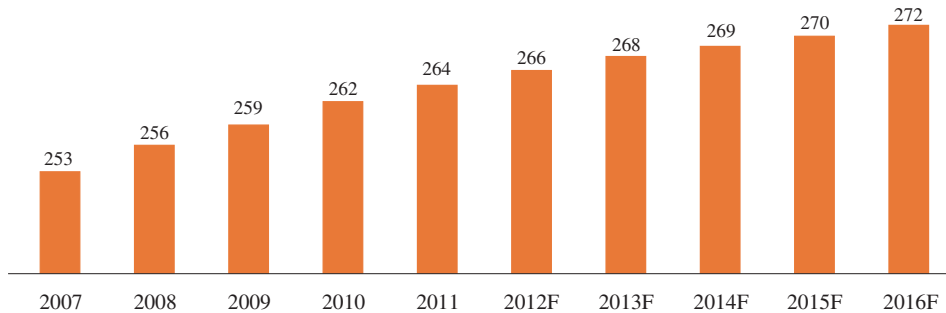
2011年中國香煙市場按零售量計的市場佔有率



資料來源：Euromonitor International

此外，中國的吸煙人口於2011年達到264.1百萬人，並且預計在短期內仍然維持穩定增長。雖然隨著健康意識不斷提高，吸煙人口的增長率較過往年度約1.1%的已見放緩（與過去數年吸煙人口增長率下降的歷史趨勢一致，以及是因中國政府採納吸煙監控政策（於本招股章程「監管概覽」一節載述）所致），但是鑑於龐大的吸煙人口，香煙將會繼續有需求，使中國的香煙市場可望有進一步發展。

### 中國的吸煙人口（百萬）

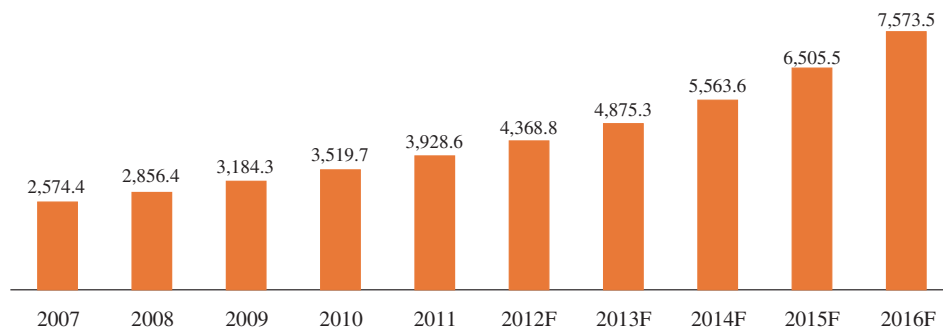


資料來源：Euromonitor International

### 吸煙人口每年香煙的人均消費支出

由於中國經濟蓬勃發展，中國的消費支出一直高速增長。截至2011年底，吸煙人口每年香煙人均消費支出約達人民幣3,928.6元，較2010年（當時的數字為人民幣3,519.7元）上升11.6%。上升乃由於居民可支配收入增長、中國香煙業的發展，以及因政府政策日後禁止銷售高焦油香煙而預期從消費高焦油香煙至其他類別的香煙（目前以較高單價銷售）的轉移所致。

### 中國吸煙人口每年香煙的人均消費支出（人民幣）



資料來源：Euromonitor International



### 市場趨勢

#### 中國政府頒佈對煙草業有巨大影響的相關政策

2002年，國家煙草專賣局提出了「大市場、大品牌、大企業」的發展戰略，並成為「第十個五年計劃」期間品牌拓展的政策基礎。2003年，「中式捲煙」的概念獲建議納入當時的香煙品牌，從而為鞏固該等品牌地位開出一個路向。

2003年，中國簽署了世界衛生組織煙草控制框架公約，大力保障健康及環境免受吸煙及煙草煙霧所影響。協議為煙草控制措施提供框架，並且於2005年在中國生效。有關減少煙草需求的措施包括(i)價格和稅收措施；(ii)煙草製品成份管制；(iii)煙草製品披露的規定；(iv)煙草製品的包裝和標籤；(v)教育、交流、培訓和公眾意識；(vi)煙草廣告、促銷和贊助。中國的香煙市場是由中國政府（即國家煙草專賣局及中國煙草總公司）專營。於1983年初頒佈的煙草專賣條例下，中國開展了純粹由上而下的煙草零售市場。近年來，中國的煙草行業一直在進行重組和整合。於2000年，中國總共有1,181個香煙品牌，而香煙行業面臨著低效率的問題，如分散、規模小及生產率低等。因此於2001年，國家煙草專賣局發佈關於加快捲煙產品結構調整的意見、制定中國捲煙品牌戰略研究提綱及發佈2001年度全國煙草行業名優捲煙品牌的名單，其中臚列了36個品牌。同時，一些年產量不足100,000個標準紙箱的小型廠房已逐漸關閉。按照中國香煙品牌策略，年產量為100,000至300,000個標準紙箱的製造商已被其他製造商收購，而年產量約為400,000個標準紙箱的製造商亦已與其他製造商合併起來。



## 行業概覽

2004年，國家煙草專賣局發佈了捲煙產品百牌號目錄，務求在兩至三年內縮減香煙品牌數目。2006年，國家煙草專賣局公佈了中國捲煙品牌發展綱要，提出了在「第十個五年計劃」期間著力培育10個重點品牌和10個重點企業的計劃。2008年，國家煙草專賣局提議「20+10」計劃，在全國市場確立總共30個重點品牌。

### 「20+10」品牌指南

身份	品牌名稱 (英文)	品牌名稱 (中文)	公司名稱 (英文)	公司名稱 (中文)
20個全國 重點骨幹 香煙品牌	Chunghwa	中華	Shanghai Tobacco Group Co., Ltd	上海煙草(集團)有限責任公司
	Yunyan	雲煙	China Tobacco Yunnan Industrial Co., Ltd	雲南中煙工業有限責任公司
	Furongwang	芙蓉王	China Tobacco Hunan Industrial Co., Ltd	湖南中煙工業有限責任公司
	Yuxi	玉溪	China Tobacco Yunnan Industrial Co., Ltd	雲南中煙工業有限責任公司
	Baisha	白沙	China Tobacco Hunan Industrial Co., Ltd	湖南中煙工業有限責任公司
	Hongtashan	紅塔山	China Tobacco Yunnan Industrial Co., Ltd	雲南中煙工業有限責任公司
	Suyan	蘇煙	China Tobacco Jiangsu Industrial Co., Ltd	江蘇中煙工業有限責任公司
	Liqun	利群	China Tobacco Zhejiang Industrial Co., Ltd	浙江中煙工業有限責任公司
	Honghe	紅河	China Tobacco Yunnan Industrial Co., Ltd	雲南中煙工業有限責任公司
	Huanghelou	黃鶴樓	China Tobacco Hubei Industrial Co., Ltd	湖北中煙工業有限責任公司
	Septwolves	七匹狼	China Tobacco Fujian Industrial Co., Ltd	福建中煙工業有限責任公司
	Huangshan	黃山	China Tobacco Anhui Industrial Co., Ltd	安徽中煙工業有限責任公司
	Nanjing	南京	China Tobacco Jiangsu Industrial Co., Ltd	江蘇中煙工業有限責任公司
	Shuangxi	雙喜	China Tobacco Guangdong Industrial Co., Ltd	廣東中煙工業有限責任公司
	Double Happiness	紅雙喜	Shanghai Tobacco Group Co., Ltd	上海煙草(集團)有限責任公司
	Hongmei	紅梅	China Tobacco Yunnan Industrial Co., Ltd	雲南中煙工業有限責任公司
	Pride	嬌子	China Tobacco Chuanyu Industrial Co., Ltd	川渝中煙工業有限責任公司
	Huangguoshu	黃果樹	China Tobacco Guizhou Industrial Co., Ltd	貴州中煙工業有限責任公司
	Zhenlong	真龍	China Tobacco Guangxi Industrial Co., Ltd	廣西中煙工業有限責任公司
	Dihao	帝豪	China Tobacco Henan Industrial Co., Ltd	河南中煙工業有限責任公司
其他10個 重點 香煙品牌	Taishan	泰山	China Tobacco Shandong Industrial Co., Ltd	山東中煙工業有限責任公司
	Diamond	鑽石	China Tobacco Hebei Industrial Co., Ltd	河北中煙工業有限責任公司
	Jinshen	金聖	China Tobacco Jiangxi Industrial Co., Ltd	江西中煙工業有限責任公司
	Haomao	好貓	China Tobacco Shanxi Industrial Co., Ltd	陝西中煙工業有限責任公司
	Lanzhou	蘭州	Gansu Tobacco Industry Co., Ltd	甘肅煙草工業有限責任公司
	Changbaishan	長白山	Jinlin Tobacco Industry Co., Ltd	吉林煙草工業有限責任公司
	Zhongnanhai	中南海	Shanghai Tobacco Group Co., Ltd	上海煙草(集團)有限責任公司
	Derby	都寶	China Tobacco Anhui Industrial Co., Ltd	安徽中煙工業有限責任公司
	Golden Bridge	金橋	China Tobacco Fujian Industrial Co., Ltd	福建中煙工業有限責任公司
	Guiyan	貴煙	China Tobacco Guizhou Industrial Co., Ltd	貴州中煙工業有限責任公司

資料來源：國家煙草專賣局

2009年，國家煙草專賣局發佈了關於加快培育全國性重點骨幹品牌的指導意見（「指導意見」），加快品牌發展戰略，從而實現從單純的規模產出至高效的規模效應的轉移。指導意見所提述的「全國性重點骨幹品牌」是指根據全國性捲煙重點骨幹品牌評價體系識別的全國性重點骨幹品牌，當中首三十個品牌稱為「20+10重點品牌」。指導意見並無載列「全國性重點骨幹品牌」名單。指導意見旨在集中發展名列上述「20+10」重點品牌名單的該等香煙品牌，發展方法在於改善第一至第三類香煙品牌於整體第一至第三類香煙市場的銷售比例。此外，第四及第五類香煙品牌的銷售額應控制在限定範圍內，以促進第一至第三類香煙品牌的增長及整合。因此，香煙產品結構預期將會提升，而以銷售額計算，類別較高的品牌將會不斷增長。根據國家煙草專賣局發佈將香煙分為五類的分類準則，「20+10重點品牌」下三個現時使用本集團產品的品牌（包括南京及蘇煙）歸類為第一類香煙品牌。

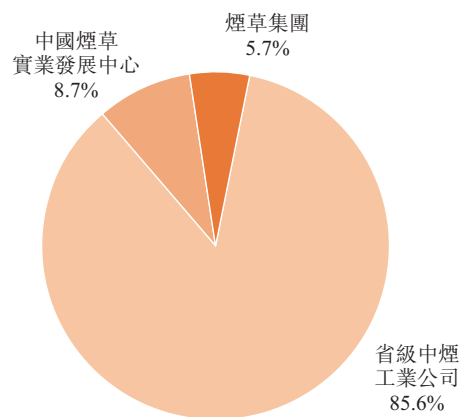
此外，於2010年，國家煙草專賣局公佈「532」計劃和「461」計劃，以促進煙草業的整合過程和提升其營運。特別是，「532」計劃旨在於2015年底前，培育五個年產量超過200萬個標準紙箱的香煙品牌、三個年產量超過300萬個標準紙箱的香煙品牌，以及兩個年產量超過500萬個標準紙箱的香煙品牌，如此將可集合競爭實力，以在中國香煙行業形成一些大企業。另一方面，「461」計劃的目標是通過於2015年底前，建立十二個年銷售營業額超過人民幣400億元的香煙品牌，其中六個品牌的營業額超過人民幣600億元，以及一個香煙品牌的年銷售營業額超過人民幣1,000億元。現時計劃已上軌道，而中國的香煙行業未來將可更見整合。

附註：國家煙草專賣局發佈香煙分類準則，將香煙分為五類如下：就每標準香煙條（200根）而言，1)一類香煙：售價（不含增值稅）人民幣100元以上；2)二類香煙：售價（不含增值稅）人民幣70至100元；3)三類香煙：售價（不含增值稅）人民幣30至70元；4)四類香煙：售價（不含增值稅）人民幣16.5至30元；5)五類香煙：售價（不含增值稅）人民幣16.5元以下。

### 煙草業一直在助力下邁向更高度整合的局面

為配合中國政府所頒佈的宏觀地推動行業整合的政策，個別香煙品牌獲扶助以促進此過程，從製造商與品牌數目不斷減少便可見一斑。於1999年至2009年的前一輪重組期間，開始實現了跨省份整合，其中紅塔煙草（集團）有限責任公司與湖南中煙工業有限責任公司為該併購浪潮的先驅。隨著上海煙草集團於2003年收購北京捲煙廠及於2004年收購天津捲煙廠，其他主要煙草集團冒起成為上述變革中的領先企業。根據國家煙草專賣局，中國香煙製造公司的數目在2011年底前已減少至26家，而2000年則有接近200家企業從事香煙製造。在該26家公司中，包括了一個煙草集團、16家「省級中煙工業公司」（紅雲紅河煙草（集團）有限責任公司及紅塔煙草（集團）有限責任公司為雲南中煙工業有限責任公司的附屬公司），及九家來自中國煙草實業發展中心的非省級公司，品牌總數由2000年的1,181個減少至2011年的117個。

2011年中國香煙製造市場的製造商



## 行業概覽

### 國家煙草專賣局／中國煙草總公司

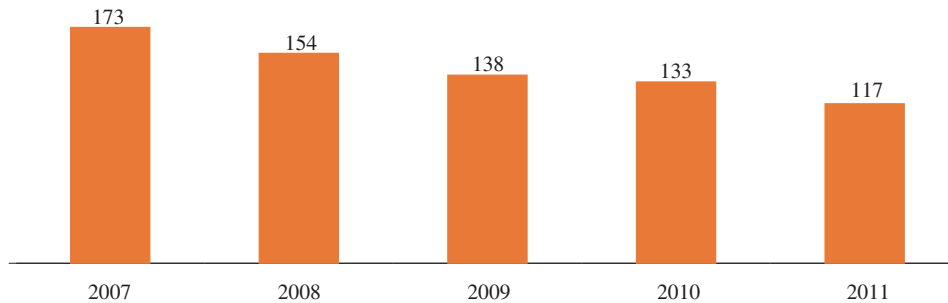
身份	公司名稱 (英文)	公司名稱 (中文)	市場佔有率 (數量)
Cigarette Group／煙草集團	Shanghai Tobacco Group Co., Ltd	上海煙草(集團)有限責任公司	5.7%
Provincial Tobacco Industrial Company／省級中煙工業公司	China Tobacco Hebei Industrial Co., Ltd China Tobacco Jiangsu Industrial Co., Ltd China Tobacco Zhejiang Industrial Co., Ltd China Tobacco Anhui Industrial Co., Ltd China Tobacco Fujian Industrial Co., Ltd China Tobacco Jiangxi Industrial Co., Ltd China Tobacco Shandong Industrial Co., Ltd China Tobacco Henan Industrial Co., Ltd China Tobacco Hubei Industrial Co., Ltd China Tobacco Hunan Industrial Co., Ltd China Tobacco Guangdong Industrial Co., Ltd China Tobacco Guangxi Industrial Co., Ltd China Tobacco Chuanyu Industrial Co., Ltd China Tobacco Guizhou Industrial Co., Ltd China Tobacco Yunnan Industrial Co., Ltd China Tobacco Shanxi Industrial Co., Ltd	河北中煙工業有限責任公司 江蘇中煙工業有限責任公司 浙江中煙工業有限責任公司 安徽中煙工業有限責任公司 福建中煙工業有限責任公司 江西中煙工業有限責任公司 山東中煙工業有限責任公司 河南中煙工業有限責任公司 湖北中煙工業有限責任公司 湖南中煙工業有限責任公司 廣東中煙工業有限責任公司 廣西中煙工業有限責任公司 川渝中煙工業有限責任公司 貴州中煙工業有限責任公司 雲南中煙工業有限責任公司 陝西中煙工業有限責任公司	85.6%
China Tobacco Industry Development Center／ 中國煙草實業發展中心	Heilongjiang Tobacco Industry Co., Ltd Hongta Liaoning Tobacco Co., Ltd Jinlin Tobacco Industry Co., Ltd Gansu Tobacco Industry Co., Ltd Shenzhen Tobacco Industry Co., Ltd Inner Mongolia Kunming Cigarette Co., Ltd Shangxi Kunming Tobacco Co., Ltd Hainan Hongta Cigarette Co., Ltd Jilin Tobacco Imp & Exp Co., Ltd	黑龍江煙草工業有限責任公司 紅塔遼寧煙草有限責任公司 吉林煙草工業有限責任公司 甘肅煙草工業有限責任公司 深圳煙草工業有限責任公司 內蒙古昆明捲煙有限責任公司 山西昆明煙草有限責任公司 海南紅塔捲煙有限責任公司 吉林煙草進出口有限責任公司	8.7%

資料來源：國家煙草專賣局

上文所述有關由上而下及由下而上加快煙草業整合的一系列措施，用意是改善產業結構以實現集約型增長。此外，一些世界級煙草企業可望首次踏足國際市場。

另一方面，中國的香煙品牌亦身處整合演進的歷程。國家煙草專賣局的統計資料顯示於2011年末，中國總共有117個本土香煙品牌。與2000年初中國有1,181個品牌相比，現時的香煙行業已有顯著整合，有利於緩解效率低的問題，以達致發展一個更加整合的香煙行業。

### 中國的香煙品牌總數

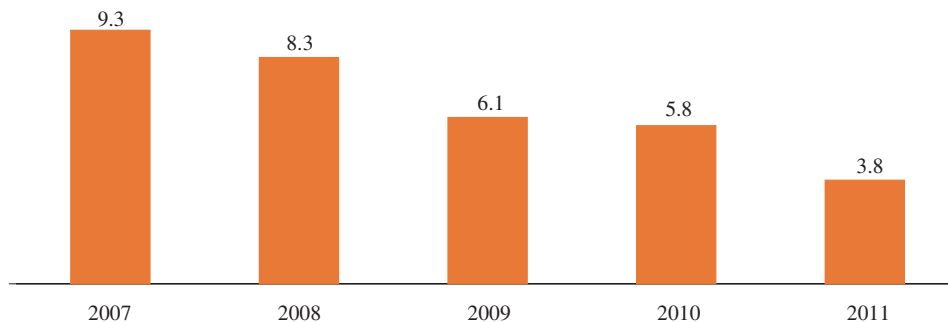


資料來源：國家煙草專賣局

### 大批假冒香煙流入沖擊市場

香煙銷售的高利潤和吸煙者的強勁需求誘使一些業內參與者向市場注入假冒香煙，這可能會阻礙中國香煙行業的增長。根據國家煙草專賣局，於2011年末已關閉了超過290個大型香煙生產基地。於2011年被政府沒收的假冒香煙數量達38億根，數量之多足以打擊正常香煙市場。然而，被沒收的數量已大幅下跌，較2010年減少33.6%。在2007年至2011年的過往五年，假冒香煙的複合年增長率為-19.9%，證明市場日漸規範。為防假冒香煙，香煙製造商採用的其中一項措施是使用具防偽特徵的優質香煙包裝（如全息圖像），以方便客戶從正牌香煙中區別出假冒香煙。

### 於中國被沒收的假冒香煙數量（十億根）



資料來源：國家煙草專賣局

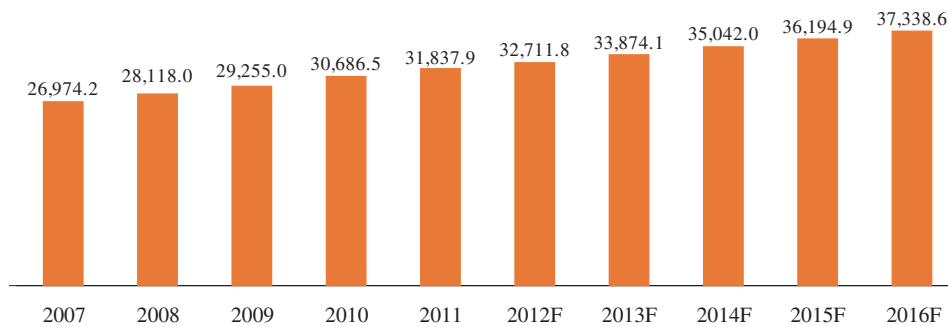
## 中國香煙包裝市場

### 中國的香煙包裝

#### 市場概覽

中國香煙包裝行業於2007年至2011年回顧期間溫和增長，從價值方面來說2011年達人民幣31,837.9百萬元。這主要由於香煙製造市場上層整合，品牌數量已顯著減少所致。香煙包裝公司須面對眾多品牌流失，因為香煙是定制產品，每一獨立單位均以獨特標誌為特徵。經篩選的香煙品牌將會更容易取得較好的市場表現，其將有助於推動香煙包裝市場銷售額的進一步擴大。據預測，香煙包裝市場將於未來五年取得穩定的增長率，於2016年底前達致人民幣37,338.6百萬元。

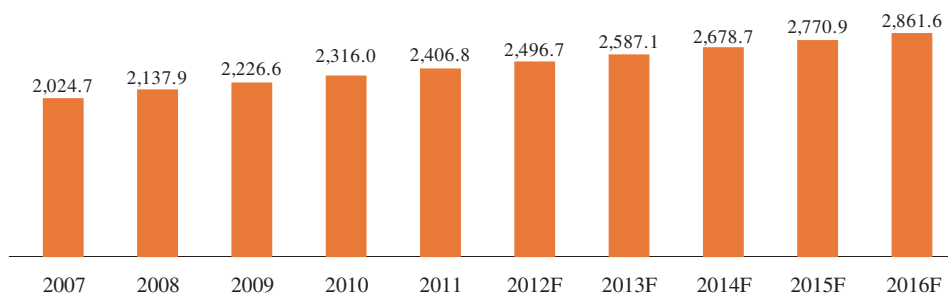
中國的香煙包裝市場規模（人民幣百萬元）



資料來源：Euromonitor International

薄膜包裝市場佔香煙包裝市場近10%，呈現出相似的增長趨勢，於2011年，其價值達人民幣2,406.8百萬元的市場規模，而銷量為86,736.7噸。傳統包裝薄膜的主要功能是作為包裝薄膜，用以包裹香煙袋子、套及紙盒。於生產過程中使用薄膜包裝作為預防偽造的工具是一種新興趨勢，務求在薄膜上印出標誌或增加經壓縮的薄膜層，將香煙品牌與其他品牌分別出來。在香煙製造過程中防偽措施必定會進一步受到重視，因此預測香煙薄膜包裝市場將穩步增長，2016年將達人民幣2,861.6百萬元。

中國的香煙薄膜包裝市場規模（人民幣百萬元）



資料來源：Euromonitor International

### 市場趨勢

#### 香煙包裝業將經歷進一步整合

過去數十年來，香煙製造商一直實施多品牌策略以開發香煙市場，務求取得更大的市場份額。按此方法是會要求上游包裝公司經營多樣化產品及服務，以滿足各種包裝材料及印刷技術要求。品牌多元化引致從事香煙包裝的公司的數量增多。然而，過去數年來，由於中國在2003年簽署世界衛生組織煙草控制框架公約，並且自二十一世紀起頒佈一系列革新政策及規例，因此中國香煙業已處於重整及合併的整合過程中，導致品牌數目有所減少。

一般而言，一家香煙製造商將會就每一個品牌選擇兩至五家香煙包裝公司作為其供應商，顯示香煙業的持續整合將推動中國香煙包裝業出現類似變動。同樣地，香煙包裝業公司維持兩至五名客戶以保證業務穩定，此乃行業標準做法。五大客戶合共能夠貢獻整體零售額的60%以上。

過去十年，香煙品牌總計由1,181個減少至117個，香煙包裝公司亦一直經歷類似的變動。2011年，中國香煙包裝公司數目約為150家，較2007年減少約30%，當時有超過200家。鑑於此種趨勢，香煙包裝公司數目將很可能進一步整合，透過吸納不再保留業務的包裝公司的零散資源，若干包裝公司巨擘脫穎而出，與經整合香煙製造商訂約合作。

#### 香煙包裝公司試圖多元化發展業務

香煙產業整合蘊含著商機，但同時亦帶來風險。為了避免香煙業政策波動可能帶來的負面影響，上游包裝製造商必需準備妥當以應對變化。就與龍頭香煙製造商維持穩固聯繫的公司而言，彼等將繼續受惠於其客戶採購訂單數量增長。然而，面對其他公司（特別是擁有先進包裝及印刷技術的新崛起公司）的激烈競爭，彼等可能失去部分市場份額。就專注於與中小型製造商建立關係的公司而言，彼等或會遭受顛覆性結果，失去保留香煙業務的能力。作為業務多元化策略，採取行動轉移資源以避免負面影響及取得穩健財務表現實在極為重要。舉例而言，某國內龍頭香煙包裝製造商已拓展其業務，務求覆蓋範圍伸延至其他行業，包括酒類包裝、食品包裝、藥品包裝等。

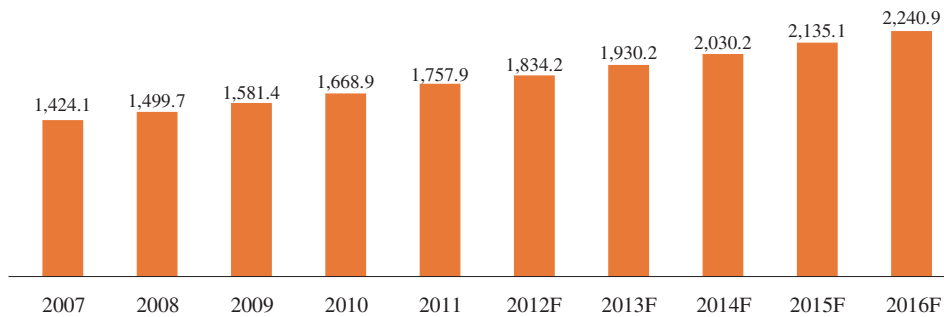


## 江蘇省的香煙包裝

### 市場概覽

從價值方面來說，全國香煙包裝市場於2007年至2011年的回顧期間維持約4.2%的按年增長率，相較之下江蘇省香煙包裝呈現更強的增長勢頭，同期複合年增長率為5.4%，2011年從價值方面來說達致市值人民幣1,757.9百萬元，佔中國香煙包裝市場約5.5%。江蘇中煙工業有限責任公司位列全國市場平均水平之上，壟斷中國江蘇省的下流香煙製造市場；據預測，主要基於本身的影響力，江蘇省香煙包裝市場將會穩定地增長。估計此市場規模於2016年底將攀升至人民幣2,240.9百萬元，實現複合年增長率5.1%。

江蘇省的香煙包裝市場規模（人民幣百萬元）

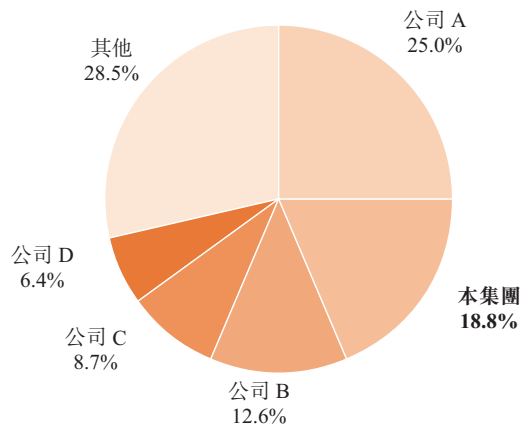


資料來源：Euromonitor International

競爭格局

2011年，約有10家公司向江蘇中煙工業有限責任公司供應香煙包裝產品。從銷售價值方面來說，五大公司合共佔70%以上的份額，顯示江蘇省香煙包裝業呈現出高度整合市場。公司A於2011年憑藉銷售價值人民幣440.0百萬元名列榜首，佔江蘇省香煙包裝市場的25.0%。本集團名列第二，2011年實現銷售價值人民幣329.8百萬元，佔江蘇省香煙包裝市場18.8%的份額。餘下三家公司是公司B、公司C及公司D。五大香煙包裝公司供應的香煙包裝材料主要供南京、蘇煙、一品梅、紅杉樹、秦淮、雨花石及靈山等香煙品牌之用。

香煙包裝公司於江蘇省整體香煙包裝方面的份額



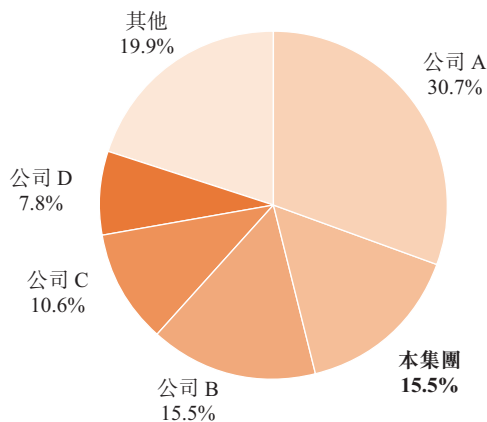
名次	公司	2011年銷售價值 (人民幣百萬元)	2011年市場佔有率
1	公司A	440.0	25.0%
2	本集團	<b>329.8</b>	<b>18.8%</b>
3	公司B	221.6	12.6%
4	公司C	152.1	8.7%
5	公司D	111.7	6.4%

資料來源：Euromonitor International

## 行業概覽

整體香煙包裝市場可分為三類：紙盒包裝、薄膜包裝及其他（包括金屬盒及鋁箔）。紙盒包裝佔據最大份額，佔整體香煙包裝市場的80%。2011年，江蘇省整體香煙包裝實現人民幣1,757.9百萬元的市場規模，紙盒包裝部分達致人民幣1,431.7百萬元。一如整體香煙包裝市場的情況，江蘇省紙盒包裝表現為高度整合市場，五大公司佔據近80%的份額。公司A名列榜首，2011年佔紙盒包裝市場30.7%的份額，實現人民幣440.0百萬元，而本集團緊隨其後，2011年銷售價值達人民幣221.8百萬元。公司B名列第三，2011年佔市場15.5%的份額，銷售價值達人民幣221.6百萬元。名列五大公司的其他兩家製造商是公司C及公司D。

香煙包裝公司於江蘇省紙盒包裝方面的份額



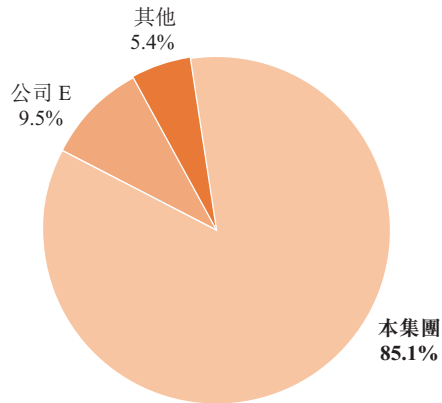
名次	公司	2011年銷售價值 (人民幣百萬元)	2011年市場佔有率
1	公司A	440.0	30.7%
2	本集團	<b>221.8</b>	<b>15.5%</b>
3	公司B	221.6	15.5%
4	公司C	152.1	10.6%
5	公司D	111.7	7.8%

資料來源：Euromonitor International

## 行業概覽

2011年江蘇香煙薄膜包裝市場規模達人民幣127.0百萬元。本集團位居主導地位，其單獨便佔市場近85.1%的份額，2011年實現銷售價值人民幣108.0百萬元，中國香煙薄膜包裝市場呈現極度整合市場現象。公司E緊隨其後，貢獻市場9.5%的份額，銷售價值達人民幣12.0百萬元。兩家公司於2011年總共佔據本市場94.5%的合併份額。

香煙包裝公司於江蘇省薄膜包裝方面的份額



名次	公司	2011年銷售價值 (人民幣百萬元)	2011年市場佔有率
1	本集團	108.0	85.1%
2	公司E	12.0	9.5%

資料來源：Euromonitor International

原油價格

BOPP薄膜及薄膜的主要原材料是原油類副產品聚丙烯。根據下表，原油價格由2007年初的每桶60.1美元下跌36.9%至2008年末的每桶37.9美元。然而，原油價格由2009年初的每桶41.8美元上升159%至2011年末的每桶108.3美元。於往績記錄期間，原油價格的最高價及最低價分別為每桶126.7美元及每桶39.1美元。

原油價格趨勢（每桶美元）



資料來源：彭博