

除非另有指明，否則本節所呈列資料來自多份官方政府刊物及其他刊物以及我們委託弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司編製的市場研究報告。我們相信該等資料之來源為有關資料的恰當來源，並在選取及轉載該等資料時已合理審慎行事。我們並無理由相信該等資料在任何重大方面失實或有誤導成份，或者當中遺漏任何事實致使有關資料在任何重大方面失實或有誤導成份。董事經合理審慎考慮後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，市場資料並無出現可能使有關資料存在保留意見、相抵觸或對有關資料產生重大影響的不利變化。本公司、聯席保薦人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商、我們或彼等各自的任何董事、高級職員或代表或任何參與全球發售的其他人士並無對該等資料進行獨立核實，亦不會對其準確性發表任何聲明。該等資料及統計數據未必與中國境內外編撰的其他資料及統計數據一致。

資料來源

我們就全球發售委聘獨立第三方弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司進行一項有關中國淨水機市場的研究。弗若斯特沙利文為一間於一九六一年在紐約創立的全球諮詢公司，在全球各地設有40多個辦事處，擁有超過2,000名行業顧問、市場研究分析員、技術分析員及經濟師。弗若斯特沙利文的服務包括技術研究、獨立市場研究、經濟研究、企業最佳常規諮詢、培訓、客戶研究、競爭情報及企業策略。弗若斯特沙利文自一九九零年代以來服務已遍及中國市場。弗若斯特沙利文在中國設有四個辦事處，可直接聯繫熟悉淨水機行業的專家和市場參與者，其行業顧問平均擁有超過五年經驗。

我們在本招股章程載入弗若斯特沙利文報告的若干資料，因我們相信該等資料有助有意投資者了解淨水機市場。於編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文就搜集相關市場數據所採用的方法包括文案研究及行業訪談。文案研究涉及從公開可用來源取得的數據及刊物(包括中國政府機關的官方數據及公佈)及行業市場研究以及由我們的主要對手刊發的企業資料中整合的資料。行業訪談乃與相關機構進行，以取得客觀真實的數據及未來預測。弗若斯特沙利文認為資料來源可靠，乃因為(i)採用來自多個中國政府機關的官方數據及公佈屬一般市場慣例；及(ii)自訪談取得的資料僅供參考用途，而本報告的調查結果並不基於該等訪談的結果。弗若斯特沙利文擁有向位於弗若斯特沙利文報

告涵蓋的地區內的政府及私人客戶提供市場研究的驕人往績。於編撰及準備弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文採納了以下假設：(i)中國經濟可於未來十年維持穩定增長；(ii)中國的社會、經濟及政治環境於預測期內可保持穩定，此確保淨水機行業得以穩定健康地發展；及(iii)於預測期內並無發生戰爭或大型災難。我們同意就編製弗若斯特沙利文報告向弗若斯特沙利文支付人民幣880,000元的費用，於本招股章程日期已經支付。

中國飲用水市場

市場分部及明細

中國現時之主要使用點飲用水解決方案包括白開水、桶裝水及經淨水機處理的水。

白開水。自來水(包括活水、城市供水、市政自來水及管道水)來自室內水龍頭或室外水龍頭流出。自來水供應需要複雜的支援系統，包括穩定的水源、喉管網絡及水處理廠。經於水處理廠進行淨化及消毒後，自來水經泵站輸送至終端用戶。在中國，自來水僅可於煮沸後飲用。

桶裝水。桶裝水為於加工設施內利用如反滲透、電滲析及蒸餾等現代工業技術淨化自來水或地下水後得出，並經灌裝生產線注入PVC桶。一個桶一般為18公升，而一桶此類的桶裝水的零售價一般介乎人民幣8元至人民幣30元。備有水加熱及／或冷卻功能的淨水機一般與桶裝水一併使用。

經淨水機處理的水。飲用水淨化機包括電子淨水機及非電子裝置(備有淨水過濾器，以於終端用戶物業中淨化自來水)。用於淨水機的常見淨化技術包括反滲透、炭過濾、微量過濾、超濾、紫外線氧化及電滲析。為優化淨水輸出，淨水機生產商通常結合採用以上技術。因此，於中國內的淨水機提供各種解決方案且提供不同功能。

行業概覽

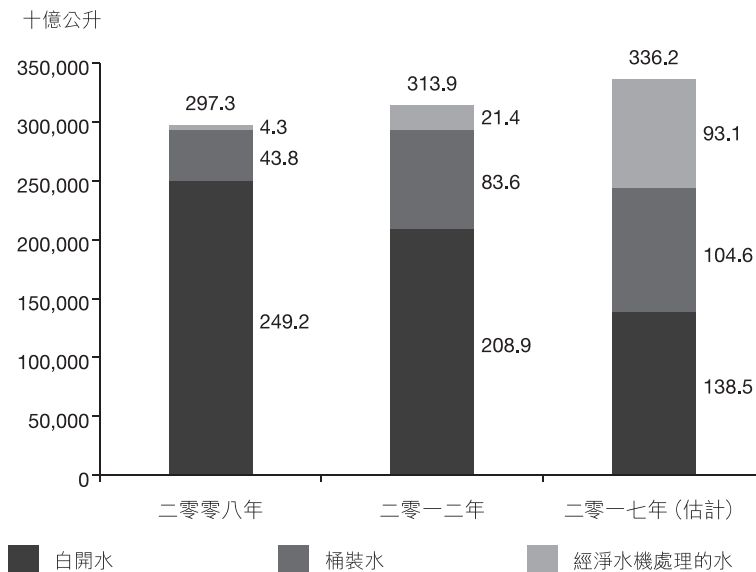
下表載列各使用點飲用水解決方案的優點及缺點：

處理方法	優點	缺點
白開水	<ul style="list-style-type: none"> ● 成本低 ● 普及 	<ul style="list-style-type: none"> ● 細菌、金屬及化學物殘留 ● 味道及氣味不佳(有時) ● 顏色混濁(有時)
桶裝水	<ul style="list-style-type: none"> ● 經消除細菌、金屬及化學物處理 ● 方便 ● 普及 	<ul style="list-style-type: none"> ● 由受污染的容器(水桶)及老化的飲水機導致的二次污染 ● 因長期儲存導致細菌繁殖 ● 交付時間長 ● 更換水桶的不便 ● 成本高 ● 不定期維護導致水質不穩定 ● 不能實時監察水質
經淨水機處理的水	<ul style="list-style-type: none"> ● 經消除細菌、金屬、礦物及化學物處理 ● 按需求提供新鮮飲用水 ● 無二次污染 ● 實時監察水質 ● 方便使用 ● 成本相對較低 ● 味道較佳，並無異味 	<ul style="list-style-type: none"> ● 不普及

中國的飲用水消耗情況可分為於商用及住宅物業的使用點飲用水消耗。

商用物業的飲用水消耗情況

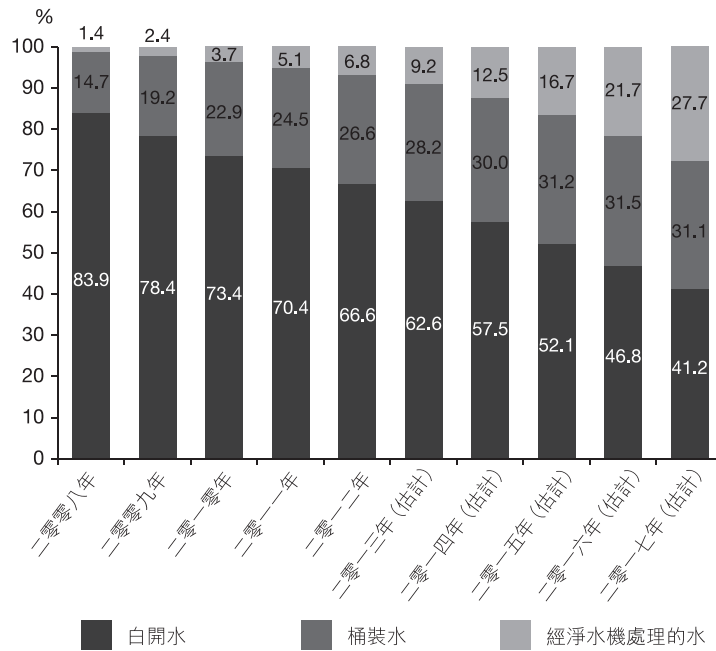
下圖說明於所示年度按容量劃分的商用物業使用點飲用水消耗量明細：



資料來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

下圖說明於所示年度按總消耗量百分比劃分的商用物業使用點飲用水消耗量明細：



資料來源：弗若斯特沙利文報告

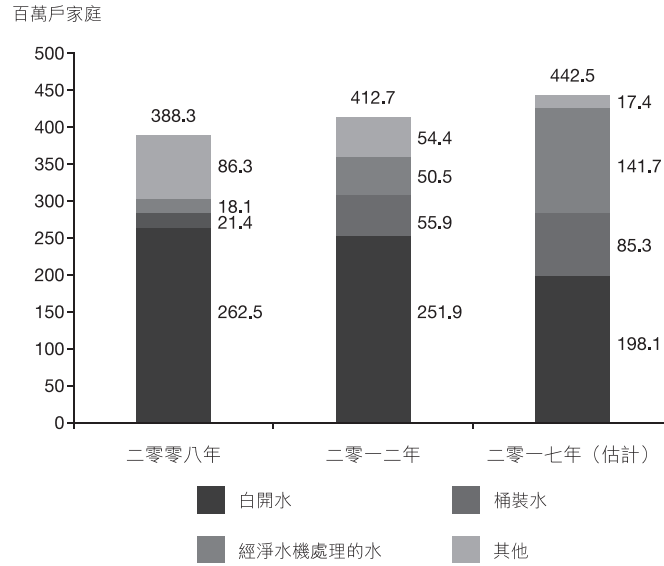
於二零零八年至二零一二年，中國商用物業的消費者仍然主要以依賴白開水作為飲用水。然而，自商用物業內桶裝水及經淨水機處理的水的消耗百分比均持續上升，並預期將繼續上升。尤其是商用物業內淨水機所佔的消耗百分比由二零零八年的1.4%上升至二零一二年的6.8%，並預期將進一步上升至二零一七年的27.7%。

於商用物業的飲用水總消耗量由二零零八年的2,973億公升上升至二零一二年的3,139億公升，並預期將於二零一七年進一步上升至3,362億公升。於商用物業內經淨水機處理的水之消耗量由二零零八年的43億公升上升至二零一二年的214億公升，複合年增長率為49.6%，及預期將於二零一三年至二零一七年按複合年增長率33.5%進一步上升。

行業概覽

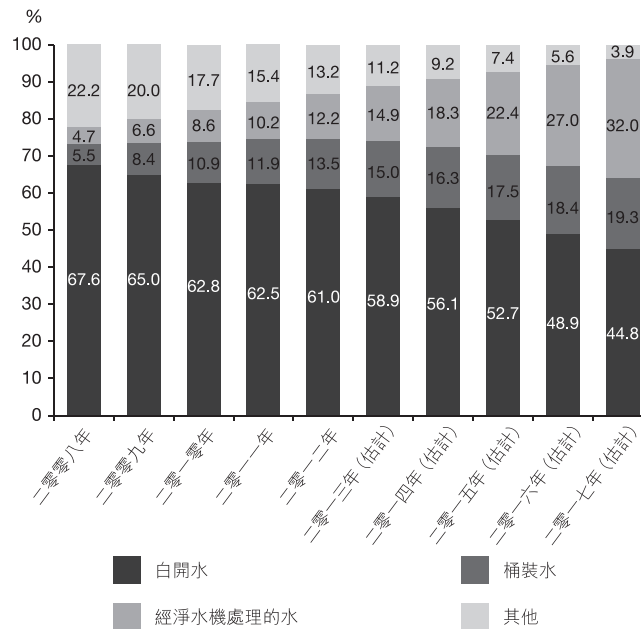
住宅物業的飲用水消耗情況

下圖說明於所示年度按家庭劃分的住宅物業使用點飲用水消耗量明細：



資料來源：弗若斯特沙利文報告

下圖說明按住宅位置總數目百分比劃分的住宅物業使用點飲用水消耗量明細：



資料來源：弗若斯特沙利文報告

附註：其他指(其中包括)於農村地區消耗的井水、淡水及泉水，於二零一二年，自來水於農村地區的覆蓋率約為70%。

於二零零八年至二零一二年，中國大部分家庭仍然主要依賴白開水滿足其對飲用水的需要。然而，使用桶裝水及淨水機的家庭所佔百分比均日益上升，且預期將繼續上升。尤其是使用淨水機的家庭所佔百分比由二零零八年的4.7%上升至二零一二年的12.2%，並預期將於二零一七年進一步上升至32.0%。

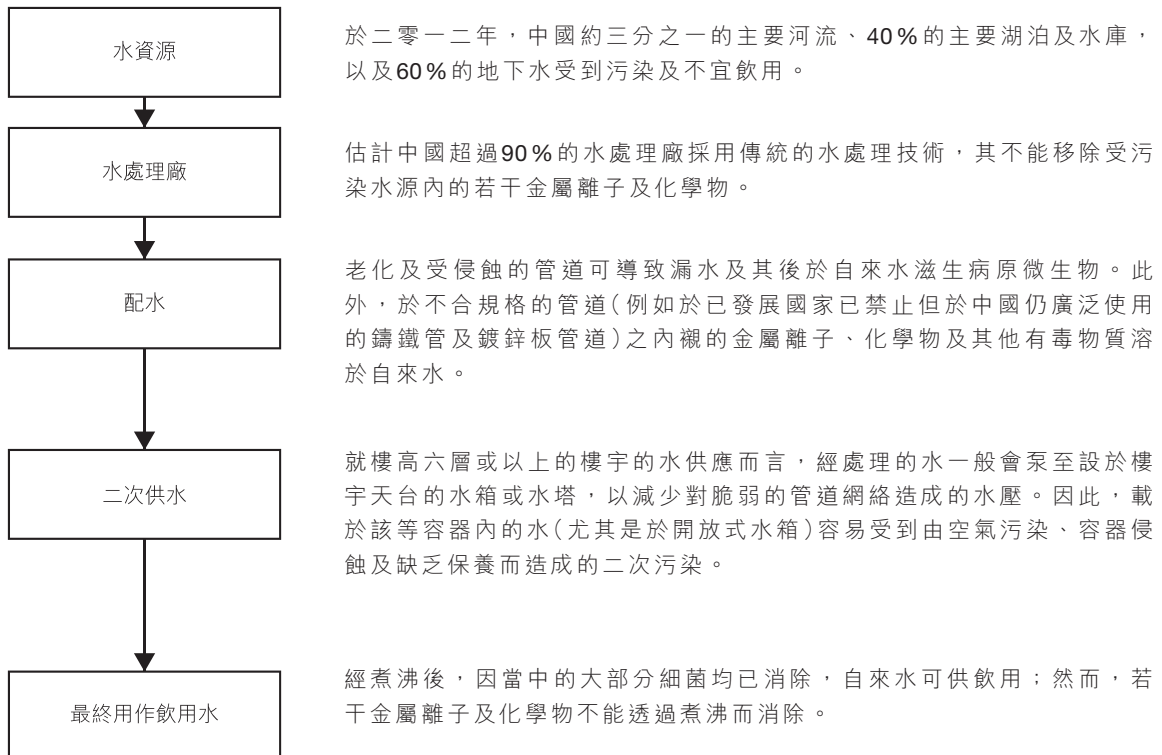
使用淨水機的家庭數目由二零零八年的18.1百萬戶家庭增加至二零一二年的50.5百萬戶家庭，複合年增長率為29.2%，及預期於二零一三年至二零一七年按複合年增長率22.8%上升。

推動淨化飲用水市場的動力

推動淨化飲用水市場增長的主要推動力包括：

中國的水污染

由於疏忽或缺乏安全意識，受污染水源每年於中國造成相當大的損害。經常有報導指河流、湖泊、水庫及地下水被鄰近廠房排放的廢水及工業廢料所污染。若干污染物（例如金屬離子或化學物）不能透過傳統的水處理技術完全自受污染的地下水或地表水清除。運送及儲存過程中亦可能導致經處理的水出現二次污染。與水處理及配水過程中各主要階段有關的污染風險概述如下：



資料來源：弗若斯特沙利文報告

由於上述原因，與許多已發展國家相比，中國的自來水一般含有較高水平的病原微生物、金屬離子及化學物。

城市化率及城市家庭的人均可支配收入增加

中國經濟顯著增長令到城市化進程加快，導致可支配收入大幅增加以及消費快速增長。根據弗若斯特沙利文報告，中國的城市化率由二零零八年的**47.0%**上升至二零一二年的**52.6%**，並預期將進一步上升至二零一七年的**57.4%**。同樣地，城市人口由二零零八年的**624.2**百萬增加至二零一二年的**712.2**百萬，並預期將進一步增加至二零一七年的**796.8**百萬。隨著名義國內生產總值增加及持續城市化，城市家庭的人均可支配收入由二零零八年的人民幣**15,781**元增加至二零一二年的人民幣**24,565**元，複合年增長率為**11.7%**，並預期將增加至二零一七年的人民幣**34,740**元，二零一三年至二零一七年的複合年增長率為**7.2%**。

由於城市化率、可支配收入及個人消費日益上升，城市居民越來越願意花費於包括家電(如淨水機)在內的非必需品上以改善生活水平。城市居民亦越加明白到安全的飲用水提供實在的健康益處。根據一項由弗若斯特沙利文進行的調查，按數量計，約**97%**的淨水機乃售予城市地區。考慮到中國有**95%**的城市地區有管道水供應，可支配收入日益增加及持續城市化預期將繼續刺激淨水機的需求。

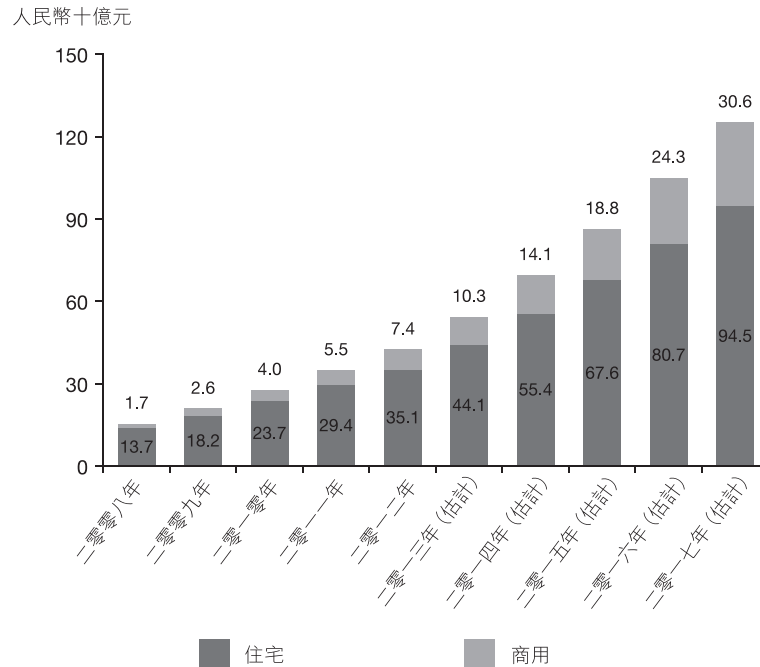
中國的淨水機市場

於二零零八年至二零一二年，使用淨水機的家庭估計自**18.1**百萬戶增加至**50.5**百萬戶，複合年增長率為**29.2%**，及預期於二零一七年增至**141.7**百萬戶，二零一三年至二零一七年的複合年增長率為**22.8%**。預期的複合年增長率較高主要是由於大眾對淨化水的益處之認知日益增加及城市化率、可支配收入及城市就業人口急速增長。使用淨水機的家庭百分比由二零零八年的**4.7%**增至二零一二年的**12.2%**，並預期將進一步增至二零一七年的**32.0%**。

行業概覽

按終端用戶物業分類的市場規模

下圖說明於所示年度按終端用戶物業劃分的中國淨水機市場規模：

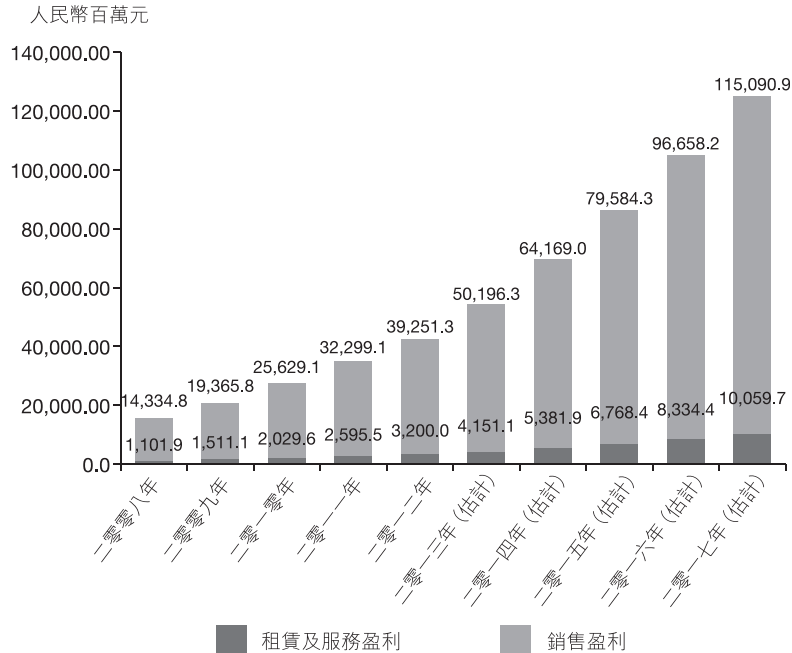


資料來源：弗若斯特沙利文報告

中國淨水機的終端用戶可分為家庭終端用戶及商業終端用戶。安裝於住宅物業的淨水機所佔的市場規模由二零零八年的人民幣137億元增加至二零一二年的人民幣351億元，複合年增長率為26.4%，並預期將於二零一三年至二零一七年按21.0%的複合年增長率增長。安裝於商用物業的淨水機所佔的市場規模由二零零八年的人民幣17億元增加至二零一二年的人民幣74億元，複合年增長率為44.4%，並預期將於二零一三年至二零一七年按31.5%的複合年增長率增長。於二零一二年，中國的淨水機市場規模為人民幣425億元，其中於住宅物業及商用物業使用的淨水機分別應佔人民幣351億元及人民幣74億元，佔整個市場的82.6%及17.4%。

按業務模式分類的市場規模

下圖說明按製造商的業務模式劃分的中國淨水機市場規模：



資料來源：弗若斯特沙利文報告

淨水機生產商的業務模式可分為銷售模式以及租賃及服務模式。於二零一二年，中國的淨水機市場規模為人民幣425億元，其中銷售以及租賃及服務模式分別應佔人民幣393億元及人民幣32億元，佔整個市場的92.5%及7.5%。

大部分製造商採用的傳統業務模式為涉及直銷及經銷的銷售模式。淨水機銷售所佔的市場規模由二零零八年的人民幣143億元增加至二零一二年的人民幣393億，複合年增長率為28.6%，並預期將於二零一三年至二零一七年按23.1%的複合年增長率增長。

租賃及服務模式為一種創新的業務模式，製造商據此於租賃安排期間內向終端用戶提供淨水機租賃及維修。此模式主要由於收取經常性現金流量及與終端用戶維持長期關係的能力而被視為一種吸引的業務模式。然而，製造商在採用此模式上面對較高的進入門檻。請參閱「業務－市場及競爭」以獲取更多詳情。目前以傳統銷售模式經營的公司缺乏改以租賃模式營運的動力，原因是此舉將需對其本身的營運程序及系統進行重大重組。租賃及服務模式所佔的市場規模由二零零八年的人民幣11億元增加至二零一二年的人民幣32億元，複合年增長率為30.5%，並預期將於二零一三年至二零一七年按24.8%的複合年增長率增長。浩澤集團為中國採用租賃及服務模式的六間淨水機製造商中最大型的一間。

行業概覽

十大淨水機公司

下表載列二零一二年按向終端用戶的銷售價值⁽¹⁾計算的中國十大淨水機公司。

排名	公司	二零一二年	二零一二年	業務模式類型
		零售銷售價值 (人民幣百萬元)	市場佔有率 (%)	
1	美的集團	935.0	2.2	銷售
2	沁園集團	700.0	1.6	銷售
3	浩澤集團	460.0	1.1	租賃及服務
4	深圳市立昇淨水科技有限公司	395.0	0.9	銷售
5	深圳市安吉爾飲水設備有限公司	375.0	0.9	銷售
6	合肥格美集團	320.0	0.8	銷售
7	Pentair Ltd.	275.0	0.6	銷售
8	Ecowater Systems Ltd.	265.0	0.6	銷售
9	艾歐史密斯(上海)水處理產品有限公司	260.0	0.6	銷售
10	上海開能環保設備股份有限公司	240.0	0.6	銷售
	其他	38,226.3	90.1	
	合計	42,451.3	100.0	

資料來源：弗若斯特沙利文報告

附註：

- (1) 根據弗若斯特沙利文報告，淨水機包括電子淨水機及使用淨水濾芯以於終端用戶物業淨化自來水的非電子裝置。於該報告，淨水機製造商於二零一二年的市場地位乃基於終端用戶就消耗淨化水所支付的金額。對淨水機銷售商而言為淨水機的零售銷售價格，而對淨水服務供應商(如我們)而言則為已訂約終端用戶於二零一二年支付的年度服務費。

市場可能於未來出現整合。舉例而言，國際消費品公司聯合利華於二零一四年三月公佈，指出其計劃收購沁園集團55%的股本權益。根據弗若斯特沙利文，該收購將對中國淨水機市場帶來若干方面的重大影響，包括：

- 市場集中程度提升，乃由於該收購將使同一行業內的兩個知名品牌合作以達至協同效應及更大的市場份額；
- 沁園集團的市場覆蓋範圍擴大，乃由於聯合利華可透過沁園集團現有的大型分銷渠道擴大其於中國的客戶基礎；及
- 沁園集團的產品組合提升，乃由於聯合利華的產品可補充沁園集團的產品。

行業概覽

由於十大公司僅佔二零一二年整個市場規模的9.9%，故中國的淨水機市場十分分散。

浩澤集團於二零一二年的市場佔有率為1.1%，排名第三，並為十大公司中唯一以租賃及服務業務模式營運的公司。浩澤集團獲認可為具備雄厚研發實力的公司，且其淨水機定位為高端產品。

下表載列二零一二年按向終端用戶的銷售價值計算的中國商業分部十大淨水機公司。

排名	公司	零售銷售價值 (人民幣百萬元)	市場佔有率 (%)	業務模式類型
1	浩澤集團	402.0	5.4	租賃及服務
2	美的集團	140.0	1.9	銷售
3	沁園集團	105.0	1.4	銷售
4	杭州炬星環保科技有限公司	100.0	1.4	租賃及服務
5	深圳市安吉爾飲水設備有限公司	78.0	1.1	銷售
6	合肥格美集團有限公司	65.0	0.9	銷售
7	深圳市立昇淨水科技有限公司	59.0	0.8	銷售
8	南京水杯子淨水科技有限公司	43.0	0.6	銷售
9	Pentair Ltd.	41.0	0.6	銷售
10	Ecowater Systems Ltd.	40.0	0.5	銷售
	十大公司合計	1,073.0	14.6	
	其他	6,309.8	85.4	
	合計	7,392.8	100.0	

資料來源：弗若斯特沙利文報告

於二零一二年，中國商業分部的十大淨水機公司的零售銷售總值約為人民幣1,073.0百萬元。由於十大公司僅佔二零一二年總市場佔有率的14.6%，故市場十分分散。浩澤集團為商業分部的龍頭公司，於二零一二年的零售銷售價值達到人民幣402.0百萬元。

行業概覽

主要原材料及最終成品價格

生產淨水機所使用的主要原材料包括銅、ABS、PVC、聚酰胺、冷軋鋼板、不銹鋼及平板玻璃。下表說明此等主要原材料及淨水機零件的平均售價：

類別	二零零八年	二零零九年	二零一零年	二零一一年	二零一二年	二零一三年 (估計)
銅(每噸人民幣)	56,682.0	41,274.1	58,509.2	66,707.6	57,881.9	54,237.3
ABS(每噸人民幣) . .	16,229.5	13,505.9	15,106.1	15,732.4	16,475.9	16,402.4
PVC(每噸人民幣) . .	7,693.2	6,533.7	7,686.7	7,764.7	6,710.7	6,714.2
聚酰胺(每噸人民幣) .	30,686.3	24,847.5	29,917.5	31,680.8	29,865.0	27,862.7
冷軋鋼板 (每噸人民幣)	5,947.1	4,627.1	5,443.1	5,561.9	4,913.7	4,684.7
不銹鋼(每噸人民幣) .	24,728.4	18,759.2	21,200.4	21,568.3	17,510.6	15,316.5
平板玻璃 (每平方米人民幣) .	25.2	23.8	25.6	25.4	24.5	25.4

資料來源：弗若斯特沙利文報告

- (1) 銅及ABS(丙烯腈-丁二烯-苯乙烯)為生產增壓泵的主要原材料。
- (2) PVC及ABS為生產冷卻模組的主要原材料。
- (3) 聚酰胺為生產反滲透膜的主要原材料。
- (4) 冷軋鋼板為生產壓力桶的主要材料。
- (5) 不銹鋼及平板玻璃為生產活氧產生器的主要材料。

租賃及服務業務模式為一種相對較新的業務模式，僅獲少數市場參與者採用。因此，市場上並無清晰的服務費趨勢。

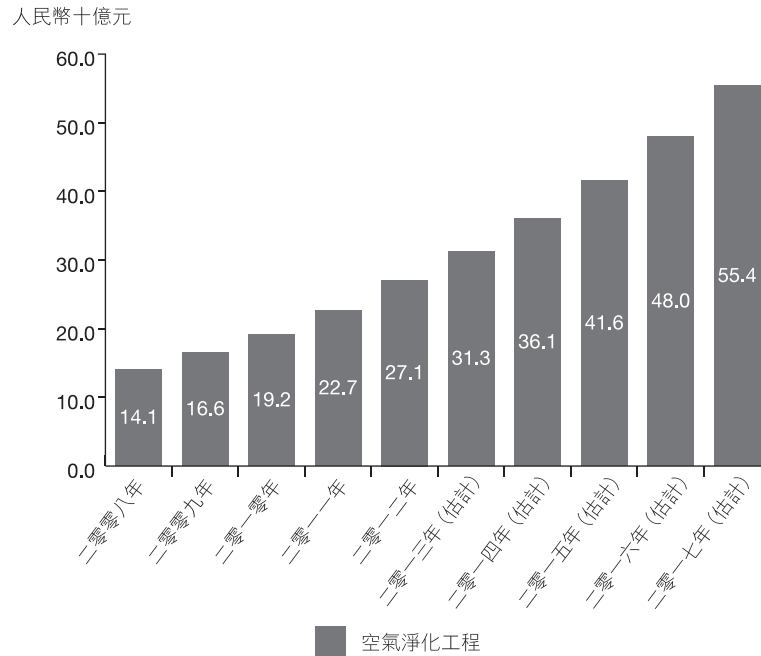
中國的空氣淨化市場

為減少如塵埃、空氣中的微生物、氣懸微粒及化學蒸汽等環境污染物，空氣淨化系統獲空氣中的微細粒子能造成重大不利影響的行業廣泛採用。空氣淨化項目一般透過EPC安排(工程、採購及施工)進行。空氣淨化系統供應商(作為EPC承包商或分包商)設計空氣淨化系統、採購所需設備及部件(如空氣清新機)及為客戶進行項目施工。

除由易受空氣影響的行業產生的推動力外，市場對空氣淨化的需求亦由大眾對中國不斷惡化的空氣質素的關注日益增加而產生。根據弗若斯特沙利文報告，每年有霧或霧霾的日子數目急劇增加，城市地區的情況尤其明顯。於華北或華東地區的若干大城市中，全年接近三分之一的日子被識別為有霧或霧霾。該等地區的居民急於尋求解決方案，以保護彼等免受空氣污染的影響，因而為辦公室及住宅物業的空氣淨化工程創造市場需求。

行業概覽

下圖說明於所示年度按工程結算收入劃分的空氣淨化工程市場規模：



資料來源：弗若斯特沙利文報告

附註：工程結算收入，為建築市場內普遍接受的指標，代表根據實際施工進度應付工程承包商的金額。

由二零零八年至二零一二年，空氣淨化工程的總工程結算收入由人民幣**141**億元增加至人民幣**271**億元，複合年增長率為**17.7%**，並預期將於二零一七年增加至人民幣**554**億元，二零一三年至二零一七年的複合年增長率為**15.4%**。