

本節提供(及如本招股章程其他地方所披露)有關行業背景的資料部份來自或摘錄自董事一般相信對準投資者而言屬有用的多個官方及非官方資料來源。該等官方資料來源包括經合組織二零零四年十一月二十五日經濟展望第76號初版(如第32及第33頁所披露)、美國經濟分析局(U.S. Bureau of Economic Analysis)的網站(如第33頁所披露)、美國外貿部統計局(Bureau of Census, Foreign Trade Division of the U.S.)於二零零四年十二月刊發的FT900報告及美國統計局網站(如本招股章程第35頁所披露)。本公司摘錄、編輯及轉載本節呈列的資料時已盡量謹慎。然而,本公司、保薦人及包銷商不能保證來自該等官方來源的該等資料及統計數字的準確性。該等資料及統計數字亦可能與香港內外編製的其他資料及統計數字不一致,因此,不應加以過度依賴。

## 世界經濟展望

全球經濟增長及隨之而來的生活水平的改善,對家居用品需求有直接促進作用。值得注意的是今年全球經濟的增長雖然可能較二零零四年錄得的強勁增長放緩,但二零零五年以後的前景則看來會向好。

經合組織預測美國的實質國內生產總值增長將由二零零四年的4.4%下降至二零零五年3.3%,並於二零零六年回升至3.6%。在此反彈的基礎下及按照經合組織二零零四年十一月二十五日經濟展望第76號初版所述,經合組織預測歐元區的國內需求於二零零五年至二零零六年將大幅回升。預期歐元區二零零五年的實質國內生產總值增長將較平穩地停留於1.9%,而於二零零六年則會強勁反彈至2.5%。

經合組織二零零四年十一月二十五日經濟展望第76號初版亦提到在假設油價及匯率維持穩定下,預期經合組織整體(包括全球30個成員國)實質國內生產總值增長將由二零零四年的3.6%減慢至二零零五年2.9%,並於二零零六年反彈至3.1%。此外,經合組織預期全球貿易可保持二零零四年9.5%增長的勢頭,並預測二零零五年的年增長率為9.0%以及於二零零六年為9.5%。

## 主要經濟指標

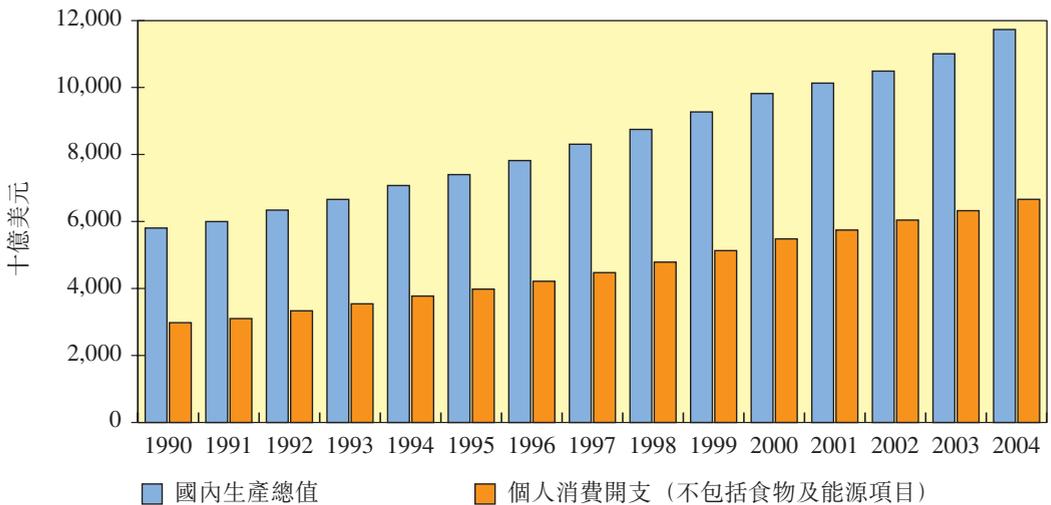
實質國內生產總值	二零零四年	二零零五年	二零零六年
美國	4.4%	3.3%	3.6%
日本	4.0%	2.1%	2.3%
歐元區	1.8%	1.9%	2.5%
經合組織整體	3.6%	2.9%	3.1%
全球貿易增長	9.5%	9.0%	9.5%

資料來源:經合組織二零零四年十一月二十五日經濟展望第76號初版

## 家居用品的需求

家居用品的需求與個人消費開支有直接關係。由於全球人口的生活水平日益富裕，個人消費開支以較快速度上升。根據美國經濟分析局的資料及按經合組織二零零四年十一月二十五日經濟展望第76號初版所述，美國是一好例子。圖1顯示美國國內生產總值在一九九零年至二零零四年期間增長102.1%，而個人消費開支(不包括食物及能源項目)則增長了123.6%。與此情況類似，個人消費開支(不包括食物及能源項目)佔國內生產總值的百分比亦由一九九零年的51.3%增加至二零零四年的56.8%。

圖1：國內生產總值對比個人消費開支



資料來源：美國經濟分析局(根據經合組織二零零四年十一月二十五日經濟展望第76號初版)

美國的例子顯示可用收入增加時，消費者傾向分配較大比例的收入至其居所及較少比例至食物及衣著，對家居用品的需求因而增加。

## 世界家具行業

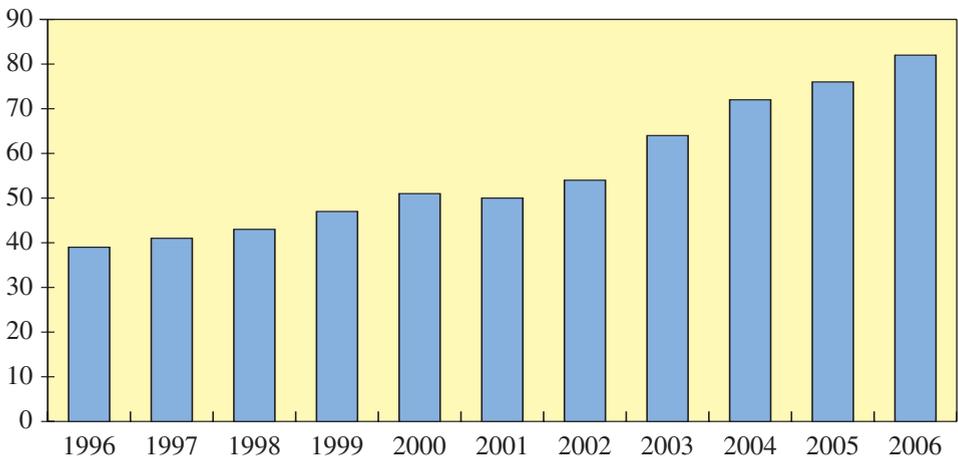
按照MÖBELMARKT於二零零五年一月發表的新聞稿所披露，根據意大利主要家具研究及顧問公司CSIL Milano作出的估計，全球的家具年產量估計由二零零二年2,000億美元（約15,600億港元）增至二零零四年約值2,200億美元（約17,160億港元）。在二零零二年的總額內，約1,500億美元（約11,700億港元）家具在生產國國內消耗，而國際家具貿易則約佔500億美元（約3,900億港元）。

CSIL Milano估計全球家具貿易由二零零二年約540億美元（約4,210億港元）增長至二零零四年約720億美元（約5,610億港元），增加約33.3%。CSIL Milano亦估計家具貿易將於二零零六年增加約13.9%至820億美元（約6,390億港元）。主要的家具進口國為美國、德國、英國、法國、日本及加拿大。主要的家具出口國則為意大利、中國、德國、加拿大、美國及波蘭。

CSIL Milano預測大部份主要歐洲國家二零零五年的家具消費將上升1%至3%。

圖2：一九九六年至二零零六年世界家具貿易

（以十億美元計）

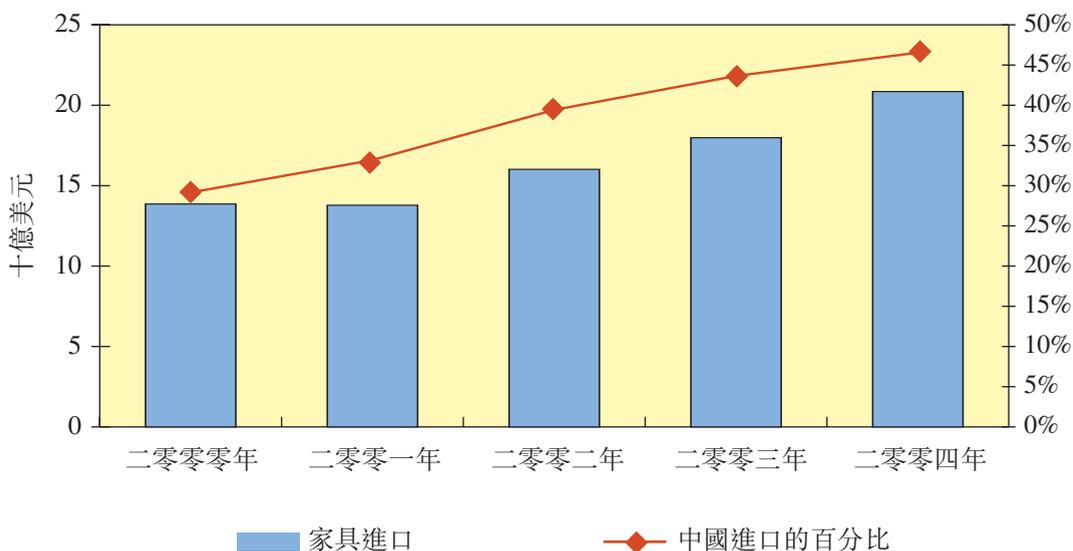


資料來源：CSIL Milano來自行業及官方數據（按照MÖBELMARKT所發表日期為二零零五年一月的新聞稿）

## 中國家具行業

全球家具市場日益開放。中國作為一個崛起的低成本供應商，正在改變全球家具業的供求力量。美國進口家具迅速增加是目前情況的範例。根據美國外貿部統計局於二零零四年十二月發表的FT900報告，由二零零零年至二零零四年，美國進口的家具及家居用品總額由139億美元（約1,080億港元）增至209億美元（約1,630億港元），複式年增長率為10.8%。同期，美國自中國進口的家具及家居用品由40億美元（約310億港元）急升至97億美元（約750億港元），複式年增長率為24.5%。美國自中國進口的家具及家居用品的比例由二零零零年的29%漲升至二零零四年的47%。

圖3：美國進口家具

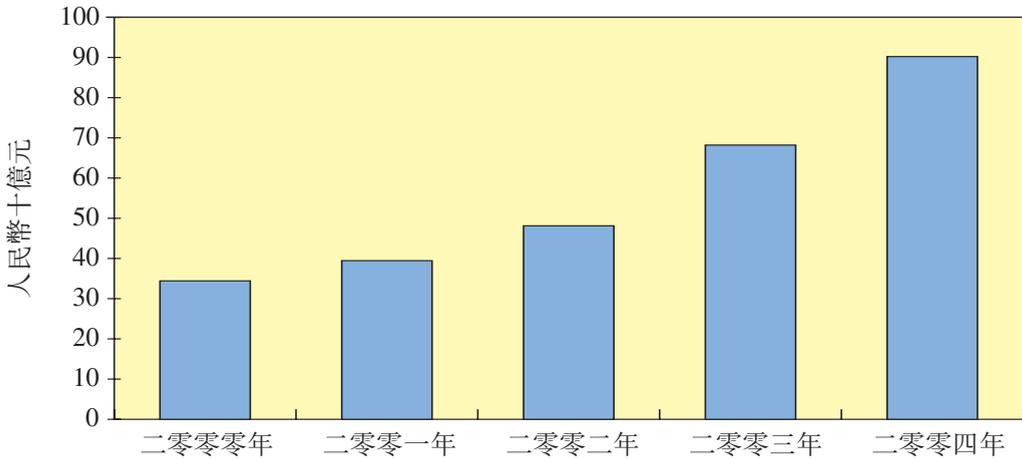


資料來源：美國統計局（根據美國統計局網站所披露及於二零零二年八月二十二日、二零零三年六月十三日、二零零四年六月十四日、二零零五年二月十日及二零零五年六月十日發表的資料）

中國生產商的競爭優勢正威脅著美國家具製造業的生存。儘管美國流失大量職位引起關注，該取代趨勢看來很可能將會持續。根據二零零四年十一月十日的華爾街日報，美國商務部於二零零四年十一月決定將針對115家中國製造廠的建議關稅由12.9%減至8.6%，削減該關稅意味美國大型家具店將繼續大量向中國工廠發出定單，並因而將使美國的家俱製造基地加快遷往至中國。

圖4呈示中國家具業的迅速擴張。以銷售收入計，中國家具業錄得複式年增長率逾27%，由二零零零年的人民幣344億元（約324億港元）增至二零零四年人民幣902億元（約850億港元）。未來的增長動力將建基於全球經濟長遠展望樂觀、可用收入增加、家居用品開支增加的趨勢，以及消除貿易障礙以促進中國家具出口。

圖4：中國家具業的銷售收入



資料來源：北京康凱信息諮詢有限責任公司，二零零五年三月二十六日