

本章節所提供之資料乃摘錄自多份私人及／或公眾刊物。本公司、董事、滙盈加怡及包銷商或彼等各自之顧問並無獨立核實該等資料。

## 中國及香港之經濟前景

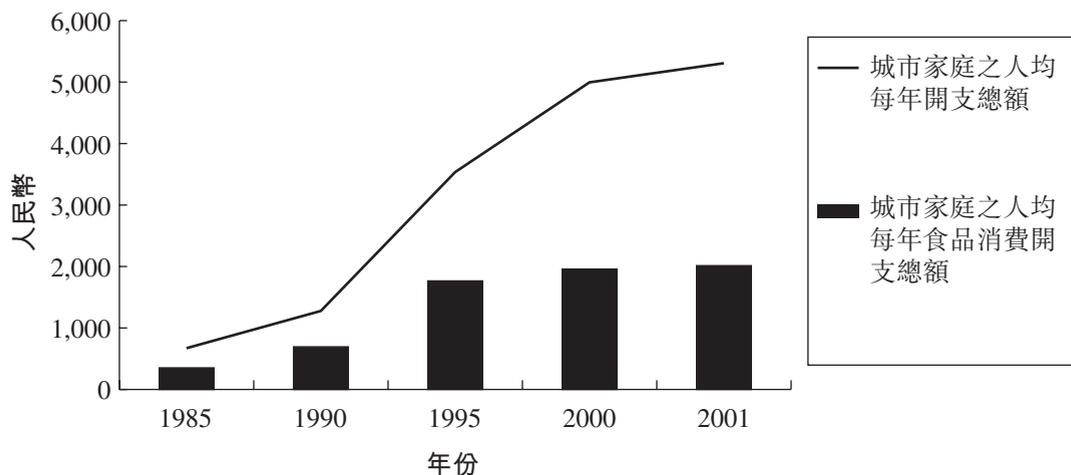
根據中國二零零二年統計年鑑，中國之國內生產總值，由一九八五年之約人民幣8,964億元，增加至二零零一年之約人民幣95,933億元，複合每年增長率約為16.0%。中國不同省份及城市之經濟發展步伐不一。於二零零一年，各省份及中國沿岸地區之城市，包括廣東、福建、浙江、上海、江蘇、山東、天津及遼寧，佔中國國內生產總值之約49.1%。中國經濟表現穩健，會不斷提升市民生活水平，加強消費者之消費能力。中國消費者會陸續更注重所購買食品之質素，且會有更多偏好。董事相信，中國在優質食品行業方面，有增長潛力。

根據香港統計年刊二零零二年版，由一九九二年至二零零一年，香港之本地生產總值，按複合年增長率錄得約5.5%增長。於二零零一年，香港本地生產總值達致約12,790億港元，相當於較二零零零年減少約93億港元或0.7%。預期於二零零二年，香港本地生產總值之增長率約為2.3%。

## 中國食品行業

食品消費傳統上是中國家庭之主要開支。於二零零一年，平均食品消費額相當於中國之生活開支總額約37.9%。根據中國二零零二年統計年鑑，就城市家庭而言，食品消費之人均每年開支由一九九零年之約人民幣693.8元，增至二零零一年之約人民幣2,014.0元，複合年增長率約為10.2%。下表呈示了由一九八五年至二零零一年，中國食品消費之增長情況：

中國食品消費



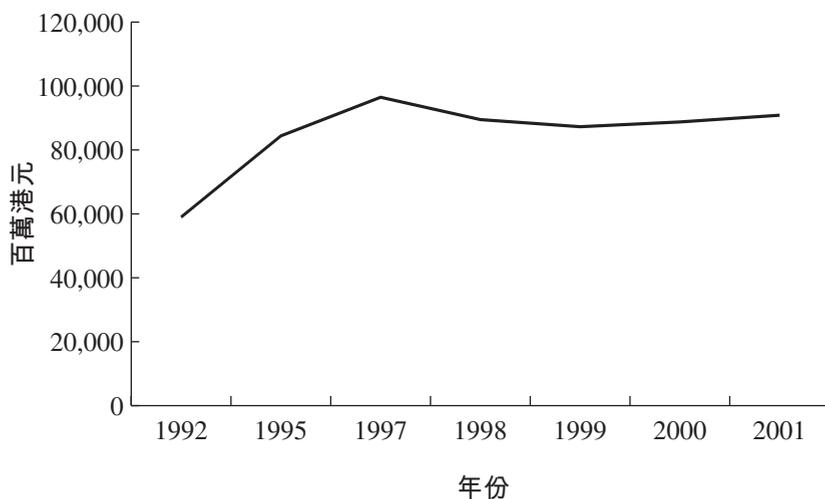
資料來源：中國二零零二年統計年鑑

隨著中國之人均每年收入由一九九零年之人民幣1,522.8元，增至二零零一年之人民幣6,907.1元，加上人口由一九九零之1,143,300,000人，增至二零零一年之1,276,300,000人，故董事相信，中國市場對優質食品之需求不斷增長。

## 香港之食品業

根據香港統計年刊二零零二年版，於二零零一年，食品消費佔消費總開支之約12.4%，而租金則為主要家庭開支。食品及非酒類飲品之消費，由一九九二年之589.83億港元增至二零零一年之908.75億港元，複合年增長率約為4.9%。下表呈示了由一九九二年至二零零一年，香港之食品及非酒類飲品消費之增長情況：

香港食品及非酒類飲品消費



資料來源：香港統計年刊二零零二年版

## 中國之包裝食品

中國之包裝食品市場，不但價值及數量一直遞增，而且一直擴大產品系列。市場在當地產品之傳統基礎上，定期引進模仿西方食品之產品。由於消費者(尤以市區為然)越來越講究，加上彼等越來越富裕，故在購買食品時要求貨真價實。若消費者認為包裝食品之價值，較同類新鮮食品為佳，則現時會較願意支付較多金錢購買包裝食品。

由於生活模式不斷轉變，故便利食品更受大眾歡迎。特別就上班一族人數不斷增加之情況來說，生活更加忙碌，所以大家都不大願意像以往花時預備膳食。

中國之職業女性數目龐大，情況在發展更完善之國家已極為普遍。在這趨勢下，市場對便利食品有殷切需求，如麵包、早餐穀物、冷藏食品及即食餐。即使在傳統上非常保守之鄉村地區，消費者之生活模式，亦不斷受市區消費模式所影響。

中國於二零零一年十二月加入世貿後，很可能會放寬對國內食品市場之限制，令更多外商投資者進軍中國市場。減低進口關稅，將降低原料成本，並會令外商投資者展開更激烈之價格戰。長遠來說，這會對國內投資者構成威脅。為保持競爭力，外商投資者會轉移目標，著重改善產品質素、市場推廣技巧及包裝技巧。

## 香港之包裝食品

香港包裝食品之零售市場發展極為成熟，並達到飽和狀態。由於最近幾年，本港人口增長率一直下降，故食品市場已放緩增長步伐。

消費者開支總額由一九九九年之7,750.94億港元，減少約4.4%至二零零零年之7,409.00億港元。零售額僅由開支總額之24.5%，微增約0.8%至25.3%。包裝食品之消費額，特別可反映出這情況。於二零零零年，包裝食品之消費總額較上年度增加1.5%。

由於兩大連鎖超級市場及兩家連鎖便利店加速發展私人商標產品，加上本港超級市場所賣之冷藏點心廣受大眾歡迎，故最近包裝食品市場整體上有顯著發展。於二零零零年，該等產品佔超級市場陳列之冷藏食品約60%。

由於未來經濟未明朗、金融市場下調及失業率高企，故預期未來幾年香港加工食品市場會繼續呆滯下去。

## 日本之包裝食品

於二零零零年，日本食品市場仍極度不穩，並無製造商佔有3%以上之市場佔有率。私人商標在各層面均建立勢力，故只有彼等擁有食品市場之絕大部分總值。然而，製造商之間仍有激烈競爭，一些投資者繼續佔據本身所生產之產品市場。例如，卡樂B在開胃小吃市場上，穩守領導地位。

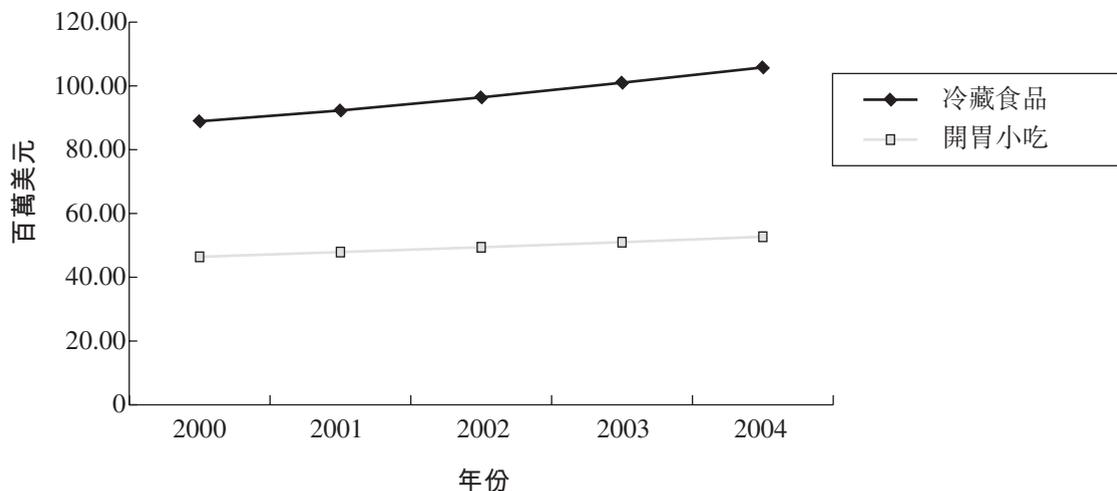
於二零零零年，消費者越見繁忙之生活模式，刺激便利食品達到高銷售額。忙碌之職業女性及上進有為之上班一族（日本商人以工作極長時間見稱），對省時食品有大量需求，因而令即食麵、即食餐及代餐櫃台之業績有理想表現。於二零零零年，市場對較細包裝之產品（可放入手袋或衣袋）亦有殷切需求，因此，「袋裝」迷你薄荷糖及餅乾，均錄得大量銷售額。

Euromonitor估計，於二零零零年至二零零五年預測期內，市場對機能性食品之不斷需求，以及推出激發年青一代興趣之嶄新產品，會推動食品銷量實際增長約1%。然而，現時較年長一代會關注消費物價，並會在經濟不穩情況下審慎消費，這會一直對市場表現構成障礙。預期市場將出現激烈價格戰，並會大幅削價，以吸引消費者長期購買產品。

## 日後之全球包裝食品市場

由二零零零年至二零零四年期間，預期全球包裝食品市場會實際增長約11.8%，或每年僅增長3%以下。由二零零零年至二零零四年期間，就銷量而言，預測冷藏食品及開胃小吃會增長約19.0%及13.6%。下表呈示了由二零零零年至二零零四年期間，冷藏食品及開胃小吃之銷量增長情況：

冷藏食品及開胃小吃之銷量增長



資料來源：Euromonitor 2002年

## 中國政府規則

### 有關本集團產品之政府規則

監管食品生產及分銷之法律架構，以中國國家之法律和法規，以及由生產食品工廠所在之省或市權力機關頒佈地方之法律、規則和實行辦法為基礎。適用於本集團業務及產品之中國主要法律及規則包括以下所列者：

- 全國人民代表大會常務委員會於一九九五年十月三十日頒佈之《中華人民共和國食品衛生法》（「《食品衛生法》」）；
- 中華人民共和國進出口商品檢驗局（現時稱為中華人民共和國國家出入境檢驗檢疫局）（「國家出入境檢驗檢疫局」）與國家衛生部於一九八四年十月二十日頒佈之《中華人民共和國出口食品衛生管理辦法（試行）》（「《食品衛生管理辦法》」）；
- 國家出入境檢驗檢疫局於二零零零年二月十五日頒佈之《中華人民共和國進出口食品標籤管理辦法》（「《食品標籤管理辦法》」）；
- 全國人民代表大會常務委員會於一九八九年十二月二十六日頒佈之《中華人民共和國環境保護法》；
- 中華人民共和國國家環保局（「環保局」）於一九九二年八月十四日頒佈之《中華人民共和國排放污染物申報登記管理規定》（「《排放污染物申報登記管理規定》」）；及
- 廣東省人民代表大會於一九九七年六月二十日頒佈《廣州市環境保護條例》（「《環境保護條例》」）。

《食品衛生法》由國家和地方負責衛生之部門執行，並列出在中國經營食品生產之衛生規定。《食品衛生管理辦法》和《食品標籤管理辦法》由國家出入境檢驗檢疫局負責執行，前者監管在中國生產並供出口之食品質量，而後者則監管進口和出口之食品產品包裝上列出之標籤資料。《排放污染物申報登記管理規定》和《環境保護條例》由環保局之市級地方分局負責執行。

## 本集團之中國生產廠房之證書、許可證及牌照

中國之食品生產工廠在生產或分銷食品前，必須先取得有關政府機關發給以下之證書、許可證及牌照：

1. 地方管理衛生部門發出之《衛生許可證》，證明該工廠獲准生產該許可證列明之食品類別；
2. 對於出口之食品，須獲國家出入境檢驗檢疫局發出《檢疫衛生註冊證書》，證明該工廠符合生產該證書所指定之食品類別之出口檢疫衛生規格；
3. 對於出口之食品，須獲國家出入境檢驗檢疫局發出《進出口食品標籤審核證書》，證明該證書所指定之食品已符合《食品標籤管理辦法》；
4. 環保局地方分局發出之《排放污染物許可證》和《排污申報登記註冊證》，准許排放該許可證指明之污染物種類；及
5. 有關之工商行政管理局就經營食品生產之適用業務範圍發出之《營業執照》。

此外，在中國銷售和分銷食品，亦須取得出售和分銷食品之城市內之地方衛生管理部門發出衛生許可證。

本集團就於中國生產及銷售食品方面領取了上述所有證書、許可證及牌照，全部均屬生效及有效。

## 香港之規管制度

除商業登記證外，根據香港法例第132章公眾衛生及市政條例，凡有意配製及/或生產食品，並售予消費者食用之任何人士，必須於開業前，向香港政府食物環境衛生署領取食物製造廠牌照。

根據香港法例第358章水污染管制條例，凡於香港水質管制區內排放廢物或污染物之香港食品製造商，亦須向香港政府環境保護署領取有關工業、商業及機構樓宇排放廢物或污染物之排放牌照。

本集團就於香港生產及銷售食品而領取了上述所有證書、許可證及牌照，全部均屬生效及有效。