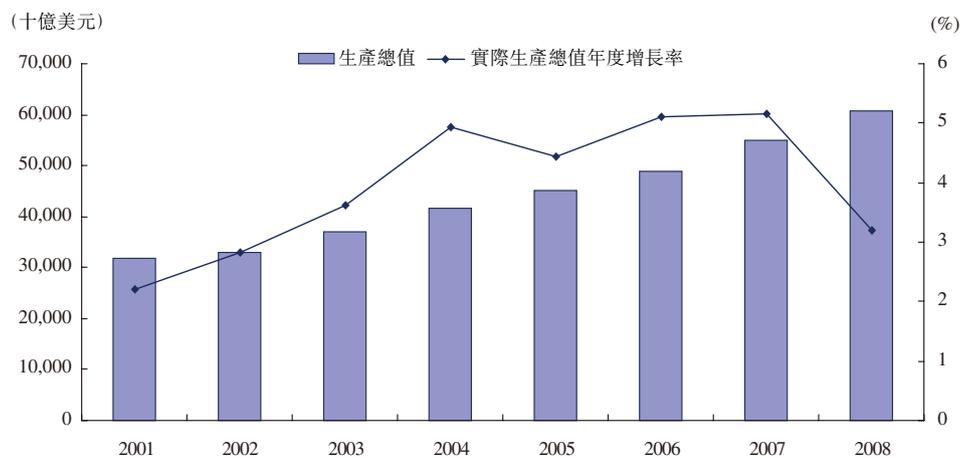


行業概覽

世界經濟概覽

自二零零一年至二零零八年，世界經濟穩定增長。根據國際貨幣基金組織刊發的世界經濟展望（二零零九年四月版），全球生產總值由二零零一年約317,070億美元（約2,473,150億港元）增長至二零零八年約606,900億美元（約4,733,820億港元），年複合增長率約9.7%。同期，世界實際生產總值年度增長率由二零零一年的2.2%增長至二零零八年的3.2%。下圖載列二零零一年至二零零八年之間，全球生產總值及實際生產總值年度增長率。

圖1：二零零一年至二零零八年全球生產總值及實際生產總值年度增長率



資料來源：國際貨幣基金組織刊發的世界經濟展望（二零零九年四月版）

於二零零八年，由美國次按市場引發的金融市場危機日益加劇，全球經濟受到不利影響。在美國和歐洲，對償債能力的擔憂引發了一系列的破產、強制併購及政府干預。信貸條件已顯著收緊。為應對全球金融危機中的經濟衰退，世界各國政府已作出迅速反應，並宣布採取旨在支持大型機構、穩定市場及提振信心的措施。

然而，國際貨幣基金組織預期二零零九年全球生產總值將較二零零八年下降1.3%。

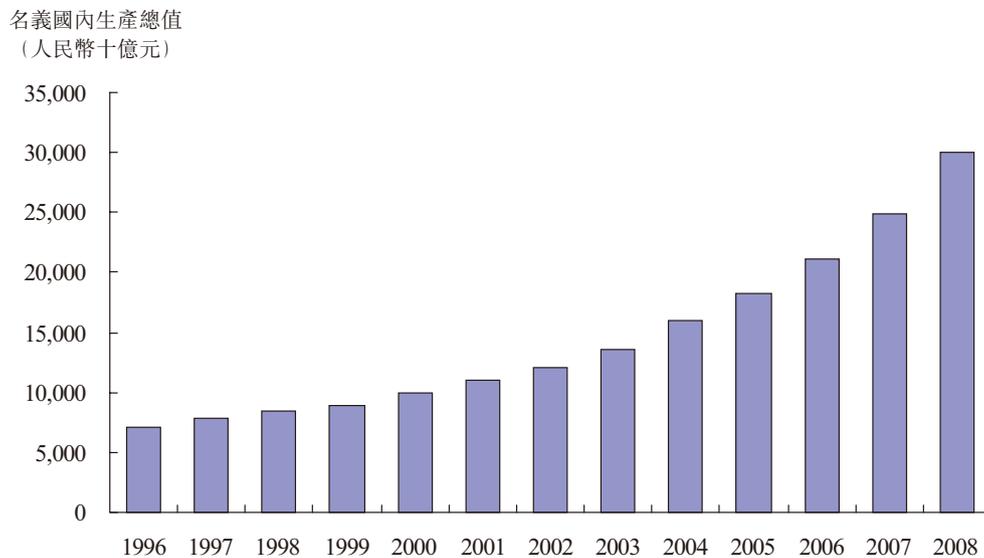
行業概覽

中國經濟

過去十年來中國經濟迅猛發展。根據中國國家統計局的資料，人均國內生產總值由一九九六年的人民幣5,846元增長至二零零七年的人民幣18,934元，年複合增長率約[11.3]%。

自一九九六年至二零零八年，中國的名義國內生產總值由人民幣71,180億元增長至人民幣300,660億元，年複合增長率約[12.8]%。下圖載列一九九六年至二零零八年中國的名義國內生產總值。

圖2：中國的名義國內生產總值

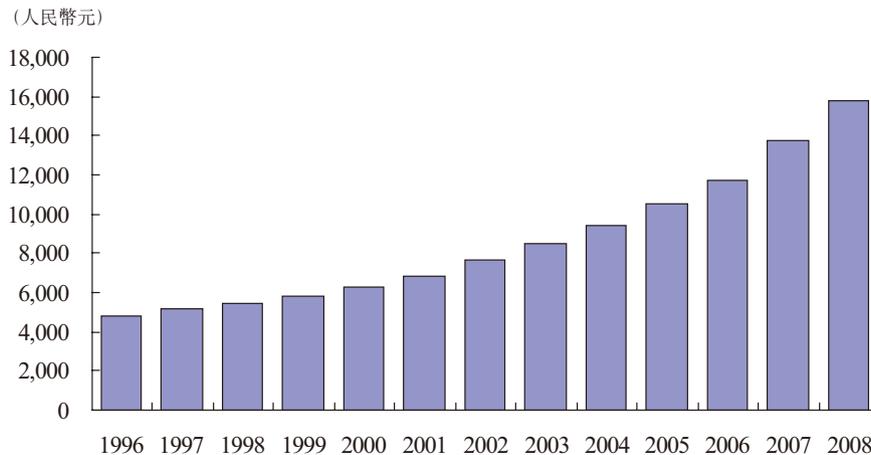


資料來源：中國國家統計局

行業概覽

如上所示，隨著中國經濟的發展，城鎮居民的購買力亦大幅提高，可見於人均年可支配收入的增加。於一九九六年至二零零八年期間，中國城鎮居民的人均年可支配收入由一九九六年約人民幣4,839元增長至二零零八年約人民幣15,781元，年複合增長率約[10.4] %。下圖列示一九九六年至二零零八年中國城鎮居民的人均年可支配收入。

圖3：中國城鎮居民的人均年可支配收入



資料來源：中國國家統計局

於城鎮家庭的收入組別中，二零零零年至二零零七年中高收入家庭的人均可支配收入較其他收入組別以更快速度增長。下表說明二零零零年至二零零七年中國城鎮家庭不同收入組別的人均年可支配收入的年複合增長率。本集團的家具產品面向中高價位的消費者。因此，中高收入群體的人均可支配收入的增長趨勢對本集團的業務至關重要。

表1：中國城鎮家庭不同收入組別的人均年可支配收入的年複合增長率

| | 最低 | 低 | 中下 | 中等 | 中上 | 高 | 最高 |
|-----------------------------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|
| 年複合增長率 (二零零零年至 二零零七年) | 6.8% | 8.7% | 9.8% | 10.7% | 11.8% | 13.0% | 15.6% |

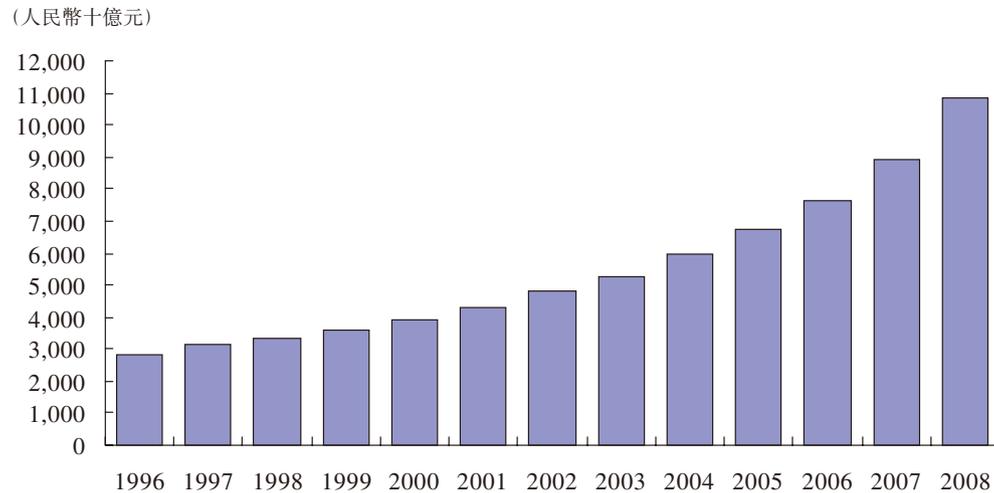
資料來源：中國國家統計局

行業概覽

中國消費市場

過去十年來中國零售市場迅速發展。消費品零售額由一九九六年約人民幣28,360億元增長至二零零八年約人民幣108,490億元，年複合增長率約[11.8]%。下圖載列一九九六年至二零零八年中國消費品的零售銷售收入總額。

圖4：中國消費市場的零售銷售收入總額



資料來源：中國國家統計局

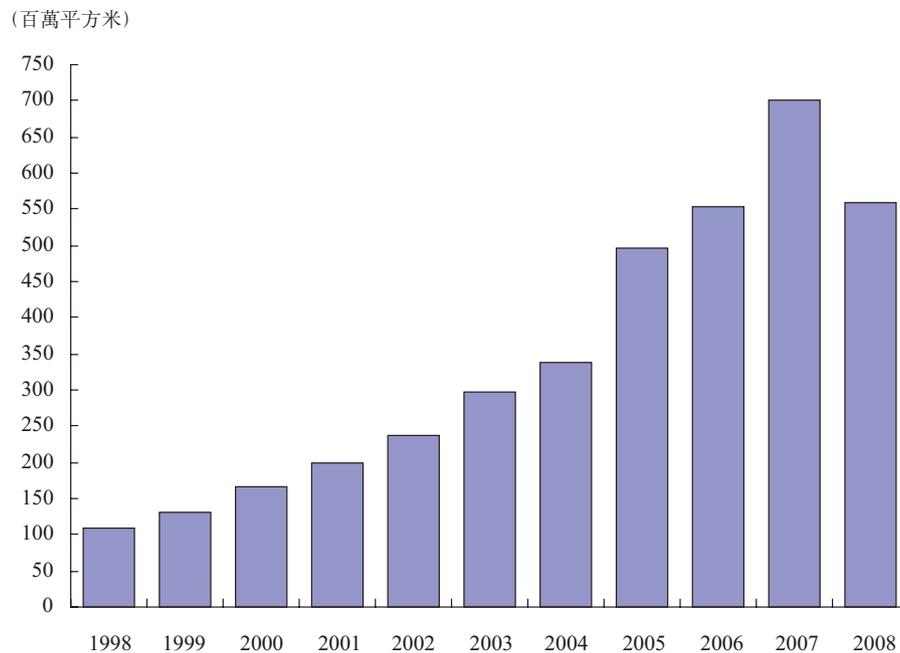
根據香港貿易發展局資料，家具產品被認為是具有高市場潛力的基本消費必需品之一。隨著中國住房條件的持續提高，中國居民在居室裝飾上越來越慷慨，而此刺激中國家具消費進一步增長。

行業概覽

中國住宅物業市場

根據中國國家統計局資料，中國已售一般住宅物業的年度總樓面面積由一九九八年約[1.083]億平方米增長至二零零八年約[5.589]億平方米，年複合增長率約[17.8]%。下圖說明一九九八年至二零零八年中國已售一般住宅物業的總樓面面積。

圖5：中國已售一般住宅物業的總樓面面積

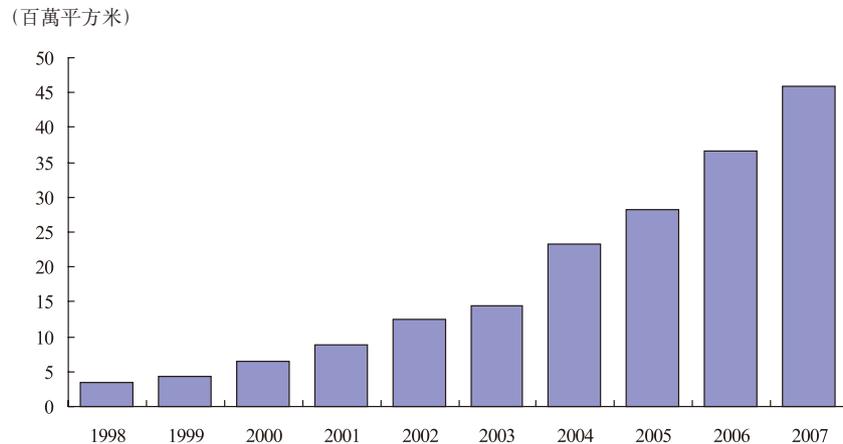


資料來源：中國國家統計局

行業概覽

隨著上文圖1所示的高至最高收入組別的購買力大幅提高，已售豪華住宅物業（包括別墅及高檔公寓）的總樓面面積以年複合增長率約[33.1]%增長，由一九九八年約[3,500,000]平方米增加至二零零七年約[45,800,000]平方米，超過中國同期已售一般住宅物業的總樓面面積約[23.1]%的增長率。下圖載列一九九八年至二零零七年中國已售豪華住宅物業的總樓面面積的大幅增長。

圖6：中國已售豪華住宅物業的總樓面面積



資料來源：中國國家統計局刊發的中國統計年鑒（二零零八年版）

為提振物業市場，中國政府近期已宣佈多項刺激措施。於二零零八年十月二十二日，中國財政部與國家稅務總局聯合頒佈關於調整房地產交易環節稅收政策的通知，據此，國內居民首次購買90平方米及以下的住宅物業，物業契稅稅率下調至1%。此外，廢除物業交易的印花稅及土地增值稅。為進一步刺激物業市場，中國人民銀行宣佈，自二零零八年十月二十七日起，按揭首付款由購買價的30%下調至20%，銀行可以基準貸款利率的最低七成收取按揭利息。此外，中國人民銀行從二零零八年九月十六日至二零零八年十二月二十三日止期間已將貸款利率合共下調2.16%，此舉有助於提高消費者購買物業的支付能力。此外，於二零零八年十一月九日國務院會議召開後，中國政府宣佈批准於二零一零年前投資人民幣四萬億元的經濟刺激方案，以刺激國內需求。

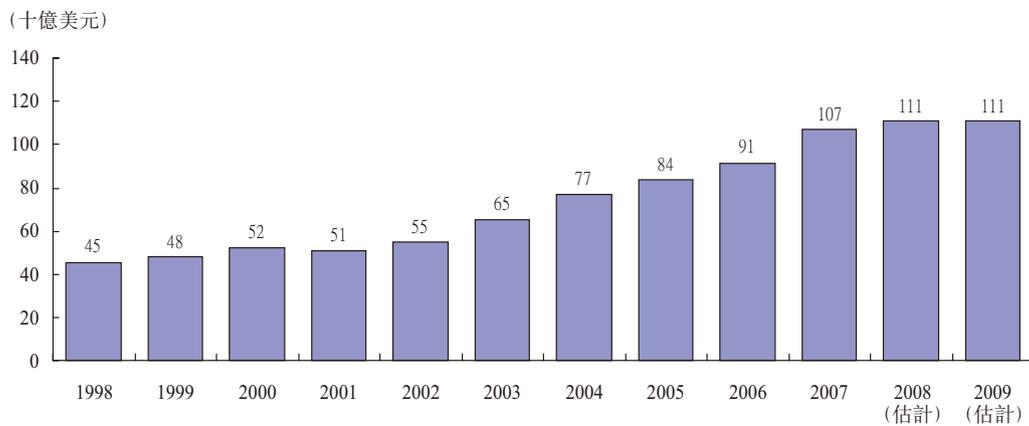
行業概覽

家具行業

全球家具行業

根據本集團自Csil Milano網站訂購的《2009年全球家具展望》，全球家具貿易額由一九九八年的450億美元增長至二零零七年的1,070億美元，年複合增長率約[10.1]%。Csil Milano估計，於二零零八年全球家具貿易額將約為1,110億美元，其後於二零零九年保持不變。下圖說明一九九八年至二零零七年全球家具貿易及二零零八年及二零零九年的估計數據。

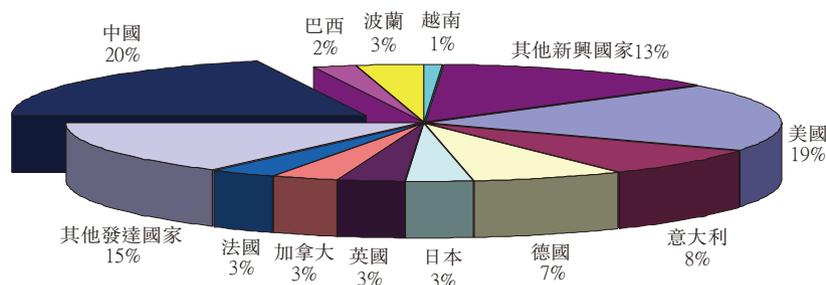
圖7：全球家具貿易



資料來源：Csil Milano刊發的《2009年全球家具展望》

此外，根據Csil Milano刊發的《2009年全球家具展望》，二零零七年全球家具產量約值3,500億美元，全球五大主要家具生產國為中國、美國、意大利、德國及日本。下圖說明二零零七年全球家具的原產地及所佔百分比。

圖8：二零零七年全球家具生產



資料來源：Csil Milano刊發的《2009年全球家具展望》

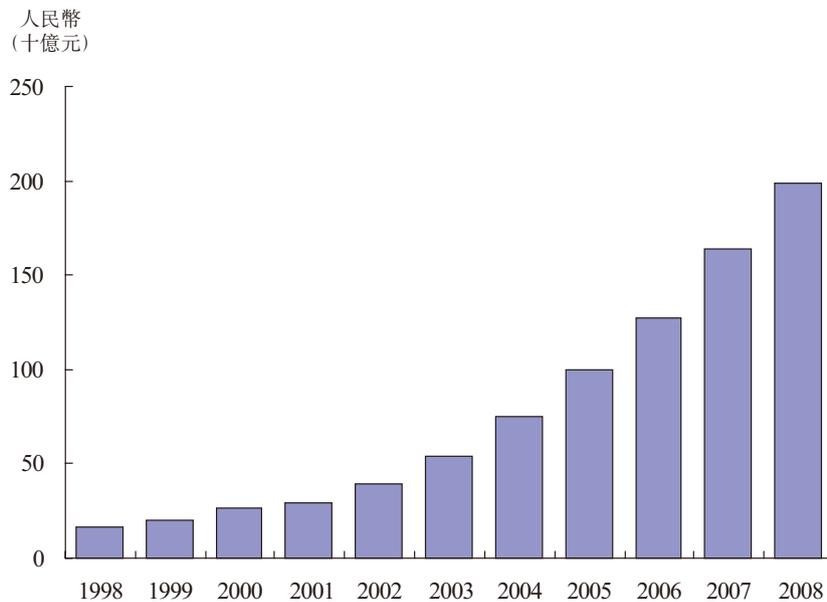
行業概覽

中國家具行業

隨著中國經濟增長以及消費市場及住宅物業市場的蓬勃興旺，中國家具行業近年來增長勢頭強勁。根據中國家具協會的數據，於全國人民代表大會批准的十五規劃期間，中國的家具生產總值由二零零零年人民幣1,200億元增長至二零零五年人民幣3,400億元。此外，誠如上文圖8所示，就產量而言，中國於[二零零七年]為全球最大家具生產國，該年產值約為710億美元（約人民幣5,400億元）。

如Csil Milano刊發的《2009年全球家具展望》所述，中國於二零零五年至二零零八年[為世界最大的家具出口國]。根據中國國家統計局資料，[中國的家具出口總值由一九九八年的約人民幣162億元增長至二零零八年的約人民幣1,990億元，年複合增長率約28.5%]。下圖載列一九九八年至二零零八年中國家具出口總值。

圖 9：中國家具行業出口總值



資料來源：中國國家統計局

行業概覽

中國家具行業的競爭格局

中國的住宅家具行業競爭激烈且主要由中小型市場參與者構成。中國家具行業包括約50,000家中小型企業，且無明顯佔據市場主導地位的品牌。根據中國輕工業協會（一家位於中國的具服務及管理功能的全國性行業組織）刊發的中國輕工業年鑒（二零零六年版），業內最大十家企業的總營業額僅佔全行業總營業額的約2.8%。中國輕工業協會為政府與企業的橋樑，其促進中國的輕工業發展並加強國際性合作。進入住宅家具行業的門檻不高。本集團面臨來自其他大中型住宅家具製造商及供應商的競爭，尤其是那些擁有自創品牌及強大設計能力的競爭者。

根據中國家具協會資料，珠江三角洲地區以中國家具企業最集中、產量最大且家具業最發達著稱。自二零零五年一月一日起，中國對來自最惠國進口的家具實行零關稅，部份國外家具企業開始將其業務遷移至中國亦加劇了家具市場的競爭，且家具售價開始承受壓力。就中國關稅表而言，「最惠國」一詞乃指世界貿易組織成員國及其他與中國訂有雙邊貿易協議的國家。

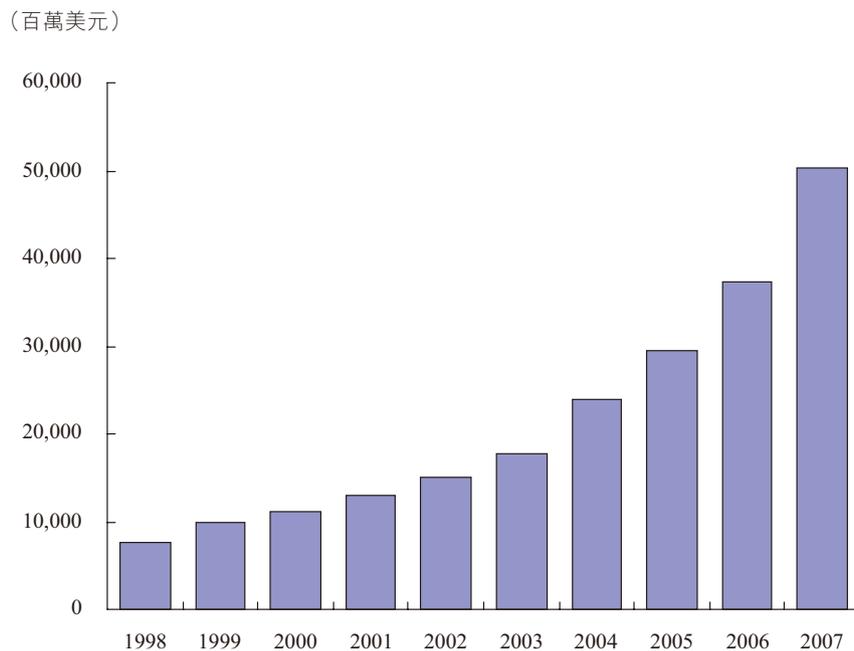
根據Csil Milano報告，二零零七年中國進口家具產品總值約為8.82億美元，約佔中國家具市場總消費量的1.8%。換言之，中國國產家具幾乎供應了整個國內家具消費市場。此外，根據中國家具協會資料，二零零八年家具進口總值達約11.04億美元，其中木製家具產品進口值約為1.73億美元。董事認為競爭激烈主要體現在市場參與者數目愈來愈多及消費者對家具產品的價格、設計、風格及品質的要求及期望愈來愈高。

行業概覽

中國家具市場

根據Csil Milano報告，於一九九八年至二零零七年期間，中國家具總消耗由一九九八年約75.29億美元增長至二零零七年約503.37億美元，年複合增長率約23.5%。Csil Milano進一步估計，於二零零八年及二零零九年，中國家具消費的實際增長率約為7%。下圖說明一九九八年至二零零七年中國家具總消費的增長。

圖10：中國家具總消費



資料來源：Csil Milano 發布的《2009年全球家具展望》

根據香港貿易發展局的資料，截至二零零八年十一月，中國人均年家具消費額少於人民幣100元，大大落後於世界平均水平。此外，於未來幾年內，中國近1.2億個家庭的總樓面面積合共約20億平方米的住宅物業有裝修的潛在需求。鑑於該種潛在需求，每年約10%的中國家庭將有購買新家具的需要。此外，新建住宅物業的總樓面面積每年以約10%的速度增長，於未來十年將超過60億平方米。

行業概覽

根據香港貿易發展局的資料，中國人民的生活水平普遍提高，這從城鎮家庭可支配收入的增加足以反映。隨着家具款式亦日益成為重要考慮因素，家具的實用性不再是家具消費中唯一的考慮因素。此外，作為中國購買力最強的部份之一，中產階層成為時尚流行組合式家具的主要消費者。於二零零二年至二零零六年期間，中國中高收入家庭所擁有組合式家具的增長率不斷提高。此外，如上文表1所示，中高收入組別的人均年可支配收入增長較快，這亦說明該等收入組別可承擔起更高水平的家具產品開支。下表載列二零零二年至二零零六年中國每100戶不同收入組別城鎮家庭擁有的組合式家具套數。

表2：中國每100戶不同收入組別城鎮家庭擁有的組合式家具套數

| | 中 (套) | 中上 (套) | 高 (套) | 最高 (套) |
|-----------------------------|----------|-----------|----------|-----------|
| 二零零六年 | 79.1 | 84.9 | 91.0 | 103.3 |
| 二零零五年 | 78.1 | 83.0 | 89.2 | 100.4 |
| 二零零四年 | 76.3 | 81.7 | 86.3 | 98.8 |
| 二零零三年 | 72.7 | 77.5 | 80.7 | 93.5 |
| 二零零二年 | 71.1 | 76.0 | 76.9 | 85.6 |
| 年複合增長率 (二零零二年至 二零零六年) | 2.7% | 2.8% | 4.3% | 4.8% |

資料來源：中國國家統計局刊發的中國統計年鑒(二零零七年版)

如上表2所示，收入最高組別於有關期間所擁有的組合式家具增長最快。