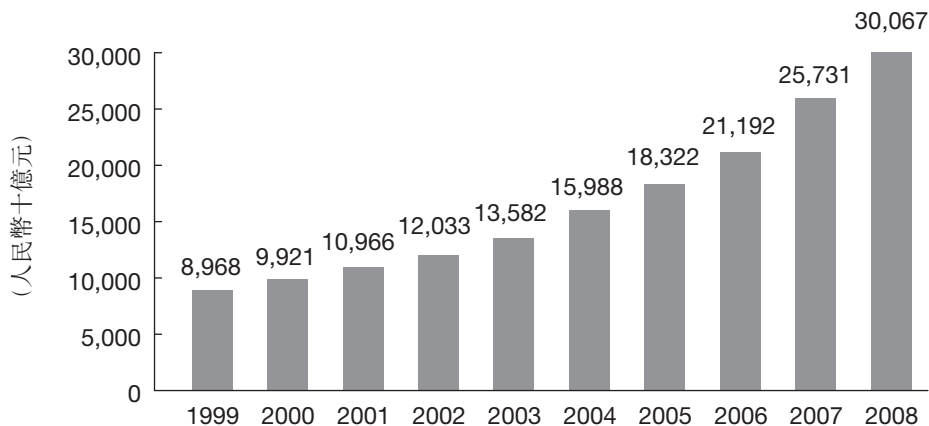


行業概覽

中國經濟概覽

過去十年，中國經濟顯著增長，未來增長潛力巨大，且現已成為全球增長最快的經濟體之一。根據中國國家統計局的資料，1999年至2008年間中國國內生產總值的年平均增長率為9.9%。據世界銀行於2009年刊發的報告，就國內生產總值而言，中國已於2008年排名全球第三大經濟體，而就購買力平價而言中國於2005年排名全球第二大經濟體。下圖列示1999年至2008年間中國國內生產總值增長情況：

1999年至2008年中國經濟的國內生產總值增長



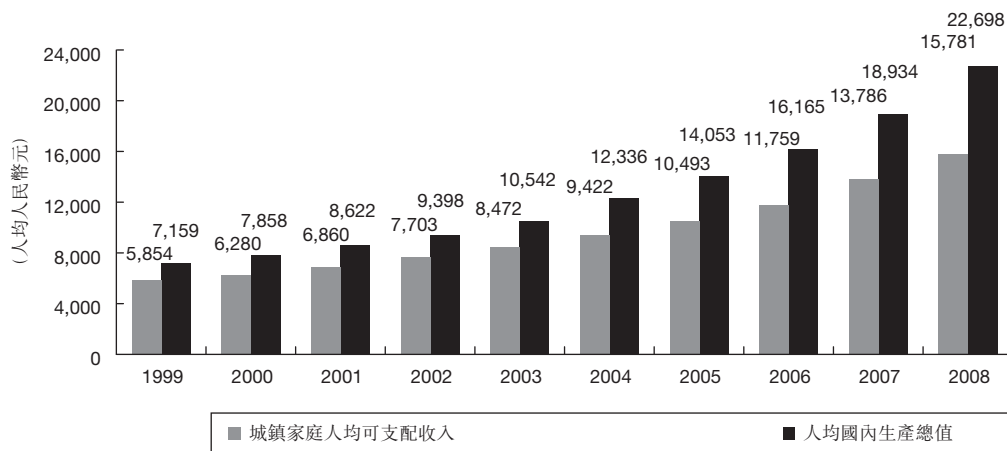
資料來源：中國國家統計局

在2006年中國第十屆全國人民代表大會通過的「十一五」規劃之下，中國國內生產總值自2006年至2010年間的年平均增長率預計為7.5%。然而，自2001年起，實際年增長率每年都超過「十五」及「十一五」規劃所設定的預計年增長率。中國的人均國內生產總值由1999年人民幣7,159元上升至2008年人民幣22,698元，複合年增長率約為13.7%。同期，中國城鎮

行業概覽

家庭人均可支配收入由人民幣5,854元上升至人民幣15,781元，複合年增長率約為11.7%。下圖列示1999年至2008年間中國的人均國內生產總值和城鎮家庭人均可支配收入數據：

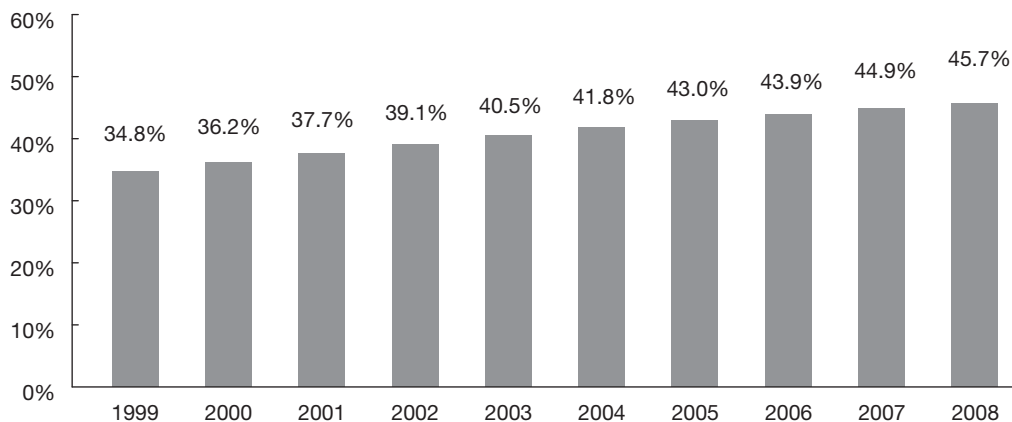
人均國內生產總值和城鎮家庭人均可支配收入



資料來源：中國國家統計局

中國近年城市化進程快速推進，很大程度上為經濟快速增長推動所致。近年來，中國城鎮人口比例由1999年約34.8%上升至2008年約45.7%。該快速城市化增加了整體人口購買力。下圖列示自1999年至2008年間各年城鎮人口佔總人口的百分比增加情況：

1999年至2008年中國城鎮人口佔總人口百分比

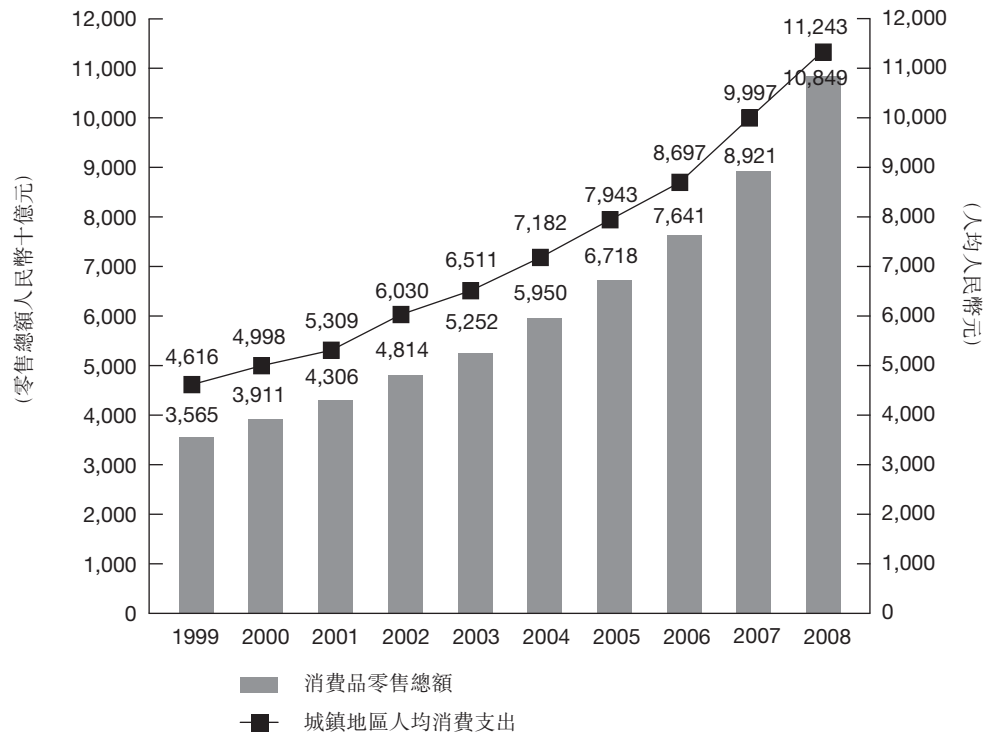


資料來源：中國國家統計局

行業概覽

近年來，快速城市化及城鎮家庭可支配收入的增加帶動了中國消費市場的大幅增長。此外，隨著「十一五」規劃的實施，中國政府將繼續致力於拉動內需，作為維持經濟強勁增長的長期戰略政策。於過往十年，城鎮地區的年人均消費開支的複合年增長率約為10.4%，由1999年人民幣4,616元上升至2008年人民幣11,243元。憑藉消費者購買力的升勢，中國的消費品零售總額由1999年人民幣35,650億元上升至2008年人民幣108,490億元，複合年增長率約為13.2%。下圖列示1999年至2008年間中國的消費品零售總額及城鎮地區年人均消費支出：

1999年至2008年中國的消費品零售總額及城鎮地區年人均消費支出



資料來源：中國國家統計局

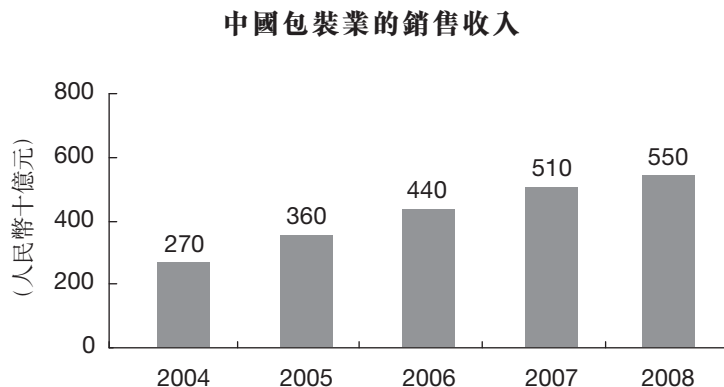
預期中國將於2015年成為全球第二大消費市場。中國經濟增長以及消費市場的發展帶動了包裝產品需求的增加，繼而推動了包裝業的增長和包裝產品的質量改善。

行業概覽

中國包裝業

根據中國包裝聯合會報告，中國包裝業近年增長迅速，2004年至2008年間的銷售收入複合年增長率約為19.5%。於2004年及2008年，中國包裝業的總銷售收入分別達人民幣2,700億元及人民幣5,500億元，且該行業的銷售收入預期將於2012年超過人民幣10,000億元。根據世界包裝組織統計，於2007年，中國成為排名僅次於美國及日本的世界第三大包裝產品生產國。預計在可預見的將來，中國包裝業將繼續保持快速增長。

下圖列示2004年至2008年間中國包裝業的銷售收入：



資料來源：中國包裝聯合會報告

包裝業由金屬、紙、塑料及玻璃包裝產品以及包裝印刷、包裝機械及其他細分行業的製造商組成。下表顯示2004年至2008年間中國包裝業內各主要產品類別的市場份額。

	2004	2005	2006	2007	2008
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
金屬包裝業.....	8.7	8.9	8.9	9.1	9.4
紙包裝業.....	34.6	37.1	34.0	36.1	33.2
塑料包裝業.....	28.3	26.9	30.8	30.3	31.3
玻璃包裝業.....	2.7	2.7	2.7	2.7	3.0
包裝印刷業.....	17.5	17.4	16.6	14.8	15.2
包裝機械製造業.....	5.2	4.8	5.0	5.1	6.4
其他.....	3.0	2.2	2.0	1.9	1.6
	100	100	100	100	100

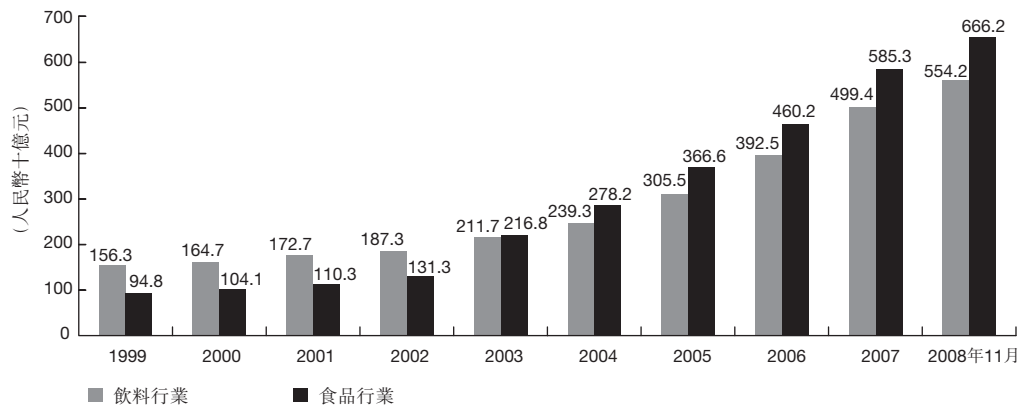
資料來源：中國包裝聯合會報告

行業概覽

金屬包裝市場

根據中國包裝聯合會報告，在中國，金屬包裝產品由於其優質密封性和強大耐用性能夠確保包裝產品的保存，且由於金屬包裝產品能夠展現鮮艷圖案等主要原因，而被消費食品、飲品及日化產品以及工業化學用品製造商所廣泛使用。近年的城市消費增長帶動中國包裝業特別是金屬包裝業的發展。食品及飲料行業為中國金屬包裝業的最大市場，其次為化學產品行業，化妝品及藥品行業亦在金屬包裝產品市場中佔有可觀比例。根據中國國家統計局的資料，2008年城鎮家庭的食品及飲料開支佔家庭總開支的37.9%，成為家庭最大的一項開支。中國食品行業的銷售收入由1999年人民幣948億元增長至2007年人民幣5,853億元，複合年增長率約25.6%，而中國飲料行業的銷售收入由1999年人民幣1,563億元增長至2007年人民幣4,994億元，複合年增長率約15.6%。2006年中國生產的全部飲料產品總量上升至4,220萬噸，使中國成為全球第二大飲料生產國，同時成為亞洲最大的飲料罐市場之一。於高速增長的飲料行業中，金屬罐已是近年非碳酸果汁及飲料最普遍使用的容器。此外，化學產品、化妝品及藥品行業持續增長，也已經成為金屬包裝業增長的帶動力量。下圖列示中國食品與飲料行業兩者於1999年至2008年間的銷售收入的增長：

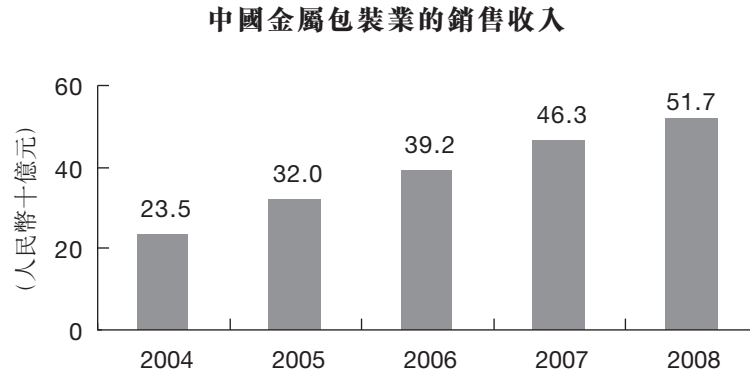
中國食品 and 飲料行業的銷售收入



資料來源：中國國家統計局

行業概覽

根據中國包裝聯合會報告，中國金屬包裝業的銷售收入由2004年人民幣235億元增加至2008年人民幣517億元，複合年增長率約為21.8%。下圖列示自2004年至2008年中國金屬包裝業的總收入：



資料來源：中國包裝聯合會報告

中國金屬包裝業較發達國家（如美國及日本）存在巨大拓展空間，中國金屬包裝業的銷售收入估計在可預見的未來將保持其增長勢頭。舉例而言，在美國，2006年金屬罐及容器以及皇冠蓋及瓶蓋的合併產品發貨價值約為162億美元。美國於2006年的年人均金屬包裝消費相當於人民幣420元，而中國同年的年人均金屬包裝消費僅為人民幣30元。此外，2006年中國罐裝食品的年人均消費為1.5千克，比較而言，歐洲及日本的罐裝食品的年人均消費分別為50千克及23千克。

金屬包裝產品

近年，中國金屬包裝業已發展完備，產品系列涵蓋包括飲料罐（即三片飲料罐、鋁製兩片飲料罐及鋼製兩片飲料罐）、食品罐（如奶粉罐及普通食品罐）、氣霧罐（如馬口鐵藥品罐、除蟲產品罐、化妝品罐、工業及家居化工用品罐等）、金屬蓋（如旋開蓋及皇冠蓋以及易拉蓋）、印塗鐵、化工罐、鋼桶及雜罐以及其他金屬包裝產品在內的全部產品。

飲料罐

三片飲料罐主要用於非碳酸果汁及飲料，例如茶飲料、椰子汁、杏仁汁、牛奶及其他。中國於2004年的三片飲料罐的總產量為45億個，於2008年則為115億個。該增長主要由於茶及其他健康飲料的消費高速增長所致。從2004年至2008年，三片飲料罐的銷售收入以約38.7%的複合年增長率增長，已成為增長最快的金屬包裝產品之一。兩片飲料罐，即鋁製兩片飲料罐及鋼製兩片飲料罐通常用於包裝碳酸飲料和啤酒。中國的兩片飲料罐的總產量由

行業概覽

2004年65億個增至2008年140億個。從2004年至2008年，兩片飲料罐的銷售收入以約25.4%的複合年增長率增長。飲料罐市場擁有巨大增長潛力。於2006年，中國人均消費17個飲料罐，美國則為380個。

食品罐

食品罐包括奶粉罐及普通食品罐。奶粉罐用於包裝奶粉、調味品及營養產品等。普通食品罐用於包裝加工農產品，例如蘑菇、蘆筍、橙、水煮筍、午餐肉、金槍魚及蕃茄醬等。由於罐裝食品及獨立包裝即食產品出口增加（尤其於超市出售的即食食品），食品罐需求因而增長迅速。中國的食品罐產量於2004年為31.2億個，2008年已增加至約73.3億個。從2004年至2008年，普通食品罐的銷售收入以約21.0%的複合年增長率增長，而奶粉罐的銷售收入則以約16.2%的複合年增長率增長。

氣霧罐

氣霧罐為除蟲劑、化妝品及藥品等化學產品的重要包裝產品。2004年中國氣霧罐產量為8億個，2008年則為12億個。氣霧罐的銷售收入與其他金屬包裝產品一樣保持了快速增長。於2004年至2008年期間，氣霧罐的銷售收入以約13.5%的複合年增長率增長。

金屬蓋

在多種金屬蓋中，皇冠蓋主要用於啤酒及碳酸飲料包裝，而旋開蓋則主要用於包裝需要高度密封的食品及調味品。從2004年至2008年，中國的皇冠蓋總產量由400億個增至648億只，銷售收入以約9.7%的複合年增長率增長，而中國的旋開蓋總產量則由22億只增至40億只，銷售收入複合年增長率約達16.8%。

作為配件的易拉蓋通常用於若干金屬包裝產品，例如三片飲料罐、兩片飲料罐及食品罐。由於易拉蓋輕身、體積小且耐用，其產量在世界各地日益增加。中國的易拉蓋總產量已由2004年的130億只增至2008年的275億只，銷售收入複合年增長率約達28.2%。

印塗鐵

金屬包裝產品的表面印塗在生產初始階段進行。目前，中國的印塗鐵種類已由黑白發展至雙色、四色、五色及甚至六色。根據中國包裝聯合會報告，中國目前約有800條印塗鐵生產線，多數生產線生產印塗鐵用於外銷。中國所生產的外銷印塗鐵數量由2004年45萬噸增至2008年68萬噸，銷售收入複合年增長率約達13.2%。

行業概覽

化工罐

化工罐主要用於化學顏料、油漆及潤滑油等。汽車、建築、房地產及粘貼劑和稀釋劑行業的急速發展，帶動化工罐的需求急升。中國生產的化工罐由2004年63億個增至2008年75億個，銷售收入複合年增長率約達15.0%。

鋼桶

鋼桶用於運載大量的食品（包括食用油、果汁及果醬）、化工原料（包括香精香料）及石油產品（包括潤滑油）。由於石油及化工業的發展，鋼桶產量迅速擴展，中國的鋼桶總產量由2004年3,700萬個增至2008年6,200萬個，銷售收入複合年增長率約達16.4%。

雜罐

雜罐主要指用於包裝固體食品、文具、辦公用品、玩具及禮品的罐子。中國的雜罐總產量由2004年45億個增至2008年75億個，銷售收入複合年增長率約達19.6%。

下圖列示2008年中國各類金屬包裝產品的總銷售收入和市場份額：

中國金屬包裝產品行業的總銷售收入和市場份額

產品	總收入 (人民幣十億元)	市場份額 (%)
兩片飲料罐	8.4	16.3
三片飲料罐	8.5	16.5
奶粉罐	0.6	1.2
普通食品罐	6.0	11.6
氣霧罐	1.4	2.6
化工罐	4.9	9.5
印塗鐵 ⁽¹⁾	2.3	4.5
鋼桶	6.8	13.2
雜罐	4.7	9.1
皇冠蓋	1.9	3.6
旋開蓋	0.8	1.5
易拉蓋	5.4	10.5
	51.7	100

附註：

1. 僅包括外銷印塗鐵

資料來源：中國包裝聯合會報告

行業概覽

金屬包裝市場的區域布局

根據中國包裝聯合會報告，於2008年中國約有1,400家金屬包裝公司。得益於有利的營商環境、良好市況以及便利的銷售渠道及基建的優勢，金屬包裝公司主要位於華南、華北及華東沿海地帶。此外，大部分大型金屬包裝公司主要位於渤海灣、長江三角洲及珠江三角洲地區。金屬包裝生產商將其經營設施選址在成熟消費市場地區。現時，華南及華東是金屬包裝生產商的最大市場。隨著目前以華東沿海地區為基地的金屬包裝生產商逐漸向中國中西部拓展其市場及經營所在地，預計中國中西部的金屬包裝市場的供需將大幅增長。就金屬包裝業而言，這兩個區域被認為具備巨大的增長潛力。特別是依賴傳統農業生產及食品加工業的四川及湖北的金屬包裝業已取得並將繼續保持快速增長。

金屬包裝業的集中與整合

於2008年中國1,400家金屬包裝公司中，763家公司的年收入為人民幣500萬元以上，但僅有99家公司的年收入為人民幣1億元或以上。至2008年，金屬包裝公司的大多數為中小型企业，行業集中率相對較低。於2008年，中國十大金屬包裝集團的合計收入為人民幣145億元，約佔中國金屬包裝業總收入的28.1%。2008年，本集團來自銷售金屬包裝產品的合計收入達人民幣33億元，約相當於中國金屬包裝業總收入的6.4%，使本集團成為中國最大的金屬包裝集團。

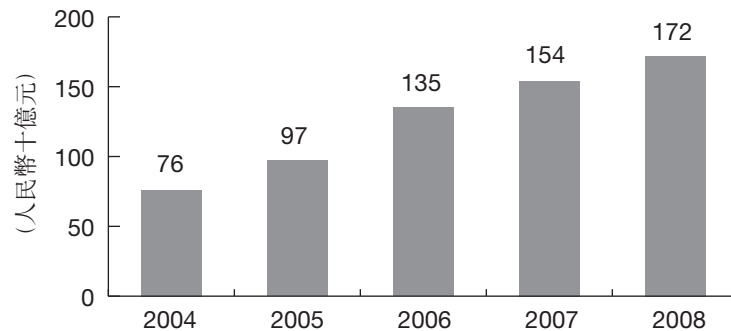
近年來，中國金屬包裝業內的併購整合持續不斷，該等行業整合預期於可預見將來將會持續。擁有自主品牌及知識產權的主要金屬包裝公司，預期將透過收購小型金屬包裝公司而發展壯大。

行業概覽

塑料及紙包裝市場

塑料包裝行業主要包括薄膜、袋子、瓶子及桶等包裝材料製造商。塑料包裝產品主要用於包裝飲料、食品、日化產品及藥品等。大多數塑料包裝產品的材料主要為聚乙烯或聚酯膜。此外，可降解塑料特別是聚乳酸在塑料包裝行業愈來愈受歡迎。根據中國包裝聯合會報告，中國塑料行業產生的銷售收入由2004年的人民幣760億元增至2008年的人民幣1,720億元，複合年增長率約達22.5%。下圖列示2004年至2008年間中國塑料包裝行業的收入總額：

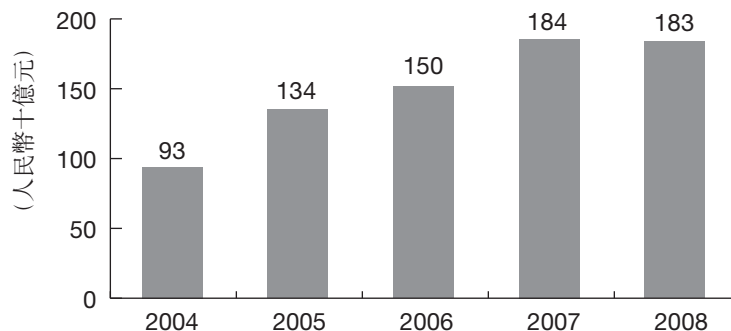
中國塑料包裝行業的銷售收入



資料來源：中國包裝聯合會報告

紙包裝行業包括一系列紙質包裝產品的製造商。紙質包裝產品被廣泛應用於食品、紡織品、裝飾材料及電力設備等行業，用於包裝飲料、乳品、食品、水果、醫藥產品及電器等。複合紙包裝產品被廣泛地應用於飲料行業，主要用於包裝牛奶、果汁、茶及咖啡。中國紙包裝行業的銷售收入亦由2004年的人民幣930億元增至2008年的人民幣1,830億元，複合年增長率約達18.3%。下圖列示2004年至2008年間中國紙包裝行業的銷售收入：

中國紙包裝行業的銷售收入



資料來源：中國包裝聯合會報告