

業務

概覽

本集團主要從事食品、飲料及日化產品等消費品所使用的包裝產品的生產，是中國最大的金屬包裝業生產企業。此外，本集團提供包括高科技包裝設計、印刷、物流及全方位客戶服務等在內的綜合包裝解決方案。就銷售收入而言，本集團的增長率大大超過中國包裝行業的平均增長率。本集團旨在成為具有領先地位的一系列綜合消費品包裝產品製造商。本集團的產品主要包括三片飲料罐、食品罐、氣霧罐、金屬蓋、印塗鐵及鋼桶。本集團透過戰略性分布於中國不同地區的11家營運子公司及其下屬分公司開展業務，以有效地服務本集團的客戶。本集團已建立了穩固的客戶基礎，當中包括國內外知名的消費品高端生產商。根據中國包裝聯合會報告，以收入計，本集團於2008年位居中國金屬包裝業第一位，按銷售收入計，三片飲料罐、奶粉罐、氣霧罐及旋開蓋作為本集團的主要產品在中國也位居其各自細分行業之冠。

本集團的產品包括如下：

- **三片飲料罐** — 用於包裝茶飲料、蛋白飲料、功能飲料、八寶粥、果蔬汁及咖啡飲品等的易拉蓋馬口鐵罐；
- **食品罐** — 主要用於包裝奶粉、營養粉和調味品的奶粉罐；以及主要用於包裝果蔬、肉類、水產等各類加工食品的普通食品罐；
- **氣霧罐** — 主要用於包裝日化產品（例如空氣清新劑、個人護理產品、除蟲產品）以及其他化學品（如汽車護理產品及建築膠）的氣霧罐；
- **金屬蓋** — 主要在包裝蔬菜、水果及調味品的玻璃瓶上使用的旋開蓋；啤酒、碳酸飲料和其他飲料瓶所使用的皇冠蓋；以及三片飲料罐和兩片飲料罐用的易拉蓋；
- **印塗鐵** — 為其他製造商供應的用於製造金屬容器、電池、其他電子產品及電器（例如電飯煲）的印塗鐵；
- **鋼桶** — 200升及以上的鋼桶，主要用於盛裝散裝食用油、果汁、果醬、工業用香精香料及潤滑油等；及
- **其他** — 主要為塑料容器、方罐及雜罐，用於包裝小包裝食用油、酒類、茶葉、固體食品（如餅乾、糖果及巧克力）、文具及玩具。

本集團正進行產品線拓展，擴展後將包括用於包裝碳酸飲料、茶飲料及啤酒產品的兩片飲料罐。本集團亦擬進一步拓展現有塑料包裝業務並於時機合適時進軍紙包裝業務。

本集團的客戶基礎包括食品、飲料及其他日化產品製造商。本集團2008年的收入約有98.4%來自中國的銷售。本集團亦直接或間接透過本集團的分銷商將部分旋開蓋、食品罐及氣霧罐出口至大洋洲和亞洲及歐洲多個國家。

業 務

本集團近年的業務大幅增長，然而自2008年以來主要受全球金融危機影響，本集團部份營運指標的增長率有所緩和。本集團的收入由2006年的人民幣2,077,500,000元增加至2007年的人民幣2,739,500,000元，並於2008年進一步增加至人民幣3,349,500,000元，截至2008年12月31日止的3年期間，複合年增長率達到27.0%，大幅超過中國包裝行業約11.8%的複合年增長率。截至2006年、2007年及2008年12月31日止年度各年，本公司權益持有人應佔淨利潤分別為人民幣47,000,000元、人民幣88,000,000元及人民幣92,500,000元，複合年增長率達40.3%。儘管全球金融危機導致本集團截至2009年6月30日止6個月的收入較2008年同期略微下降4.6%至人民幣1,660,200,000元，總體而言，本集團業務仍屬穩定。截至2009年6月30日止6個月期間，本公司權益持有人應佔淨利潤較2008年同期增長13.8%，達到人民幣91,400,000元。

全球經濟危機的影響

本集團業務並非完全不受全球經濟危機影響，此乃由於本集團某些客戶從事出口業務，且本集團小部分產品用於出口。此外，國內經濟某程度上與全球經濟緊密相連。因此，本集團業務的若干方面已受到全球經濟危機影響。例如，於2008年最後一個季度本集團若干三片飲料罐客戶推遲採購；本集團鋼桶售價低於預期；及對從事出口業務的客戶的氣霧罐及旋開蓋的銷售量大幅下降。同時，2008年最後一個季度的馬口鐵成本維持在較高水平，從而對本集團的毛利造成壓力。基於上述原因，本集團於2008年的收入及毛利的增長率低於2007年。經濟下滑持續至2009年首季，並對本集團若干產品類別的經營業績造成影響，例如，金屬蓋、食品罐及氣霧罐的銷售收入由截至2008年6月30日止6個月的人民幣367,000,000元、人民幣102,600,000元及人民幣217,400,000元分別降至2009年同期人民幣259,200,000元、人民幣95,700,000元及人民幣166,900,000元。

然而，經濟放緩對本集團整體業務及財務狀況的影響與專注於出口的國內製造商相比屬有限。此外，本集團採納一系列預防措施以盡量降低經濟放緩的影響。例如，於2009年上半年，本集團對擁有較長付款期的客戶減少某些產品的銷售以使本集團應收賬款的收賬風險降至最低。

本集團相信，基於以下三個原因，本集團受全球金融危機的影響較小。首先，本集團大部分客戶為日常必需品的消費品製造商，即使在經濟放緩的情況下，日常必需品的消費並未大幅減少。其次，2009年上半年原材料（包括本集團生產用的主要原材料馬口鐵）價格下跌，大幅降低了本集團的生產成本，進而提升了本集團若干產品的利潤率。第三，鑒於對食品質量、安全及衛生的監管規定日益嚴格，作為中國金屬包裝行業最大的製造商，本集團相信，在經濟衰退期，本集團較同行業競爭者處於更有利的競爭地位。

業務

本集團的競爭實力

本集團相信，本集團現時的成功及未來增長潛力可歸功於本集團的競爭實力，包括以下方面：

主要為快速消費品提供服務的最大金屬包裝產品製造商，並於不同產品類別市場居領先地位

經過多年的發展與整合，本集團已成為中國金屬包裝業最大的製造商。根據中國包裝聯合會報告，按銷售收入計算，於2008年，本集團的三片飲料罐、奶粉罐、氣霧罐及旋開蓋均為其各自相關板塊之冠。

本集團金屬罐產品（即三片飲料罐、食品罐及氣霧罐）的總產能於2008年約為22億罐，並於截至2009年6月30日止6個月達到約10億罐；各種金屬蓋產品的總產能於2008年約為124億只，並於截至2009年6月30日止6個月達到約59億只；同時，印塗鐵產品的總產能於2008年約為178,900噸，並於截至2009年6月30日止6個月達到約94,300噸；鋼桶的總產能於2008年約為190萬只，並於截至2009年6月30日止6個月達到約100萬只。本集團現正在為杭州中糧製罐裝配1條兩片飲料罐生產線，其年產能為7億罐，並預期於2009年年底開始兩片飲料罐的商業生產。本集團相信，金屬包裝業將繼續快速增長，本集團將可透過以成本高效的方式擴展現有設施的產能，通過整合新收購的設施，而成功實施本集團的擴張計劃。本集團有信心，憑藉規模龐大的營運及市場領先地位，本集團將可得益於中國包裝行業的市場整合。

全方位客戶服務及穩固的高端客戶基礎

多年來，本集團已建立了包括國內外知名食品、飲料及其他消費產品製造企業在內的龐大穩固的客戶基礎。下表列示了本集團的一些高端客戶及其目前使用的產品主要品牌名稱、本集團首次與該等客戶建立業務關係的年份及本集團向該等客戶提供的產品：

高端客戶	主要品牌名稱	關係 建立年份	供應產品
加多寶.....		1999	三片飲料罐
華潤雪花啤酒（中國）有限公司 （連同其子公司統稱為「華潤」）.....		2002	皇冠蓋
紅牛維他命飲料有限公司（「紅牛」）.....		2004	三片飲料罐
美贊臣.....		2003	奶粉罐

業務

高端客戶	主要品牌名稱	關係 建立年份	供應產品
安利(中國)日用品有限公司 (「安利(中國)」)		1998	奶粉罐
上海莊臣		1997	氣霧罐
深圳市彩虹精細化工股份有限公司 (「深圳彩虹」)		1995	氣霧罐
松下能源(上海)有限公司(「上海松下」)		1997	印塗鐵
佛山市順德區美的電熱電器製造 有限公司(「美的」)		1998	印塗鐵
亨氏(中國)調味食品有限公司 (「亨氏」)		2004	旋開蓋
貴陽南明老乾媽風味食品 有限責任公司(「老乾媽」)		2007	旋開蓋
可口可樂(中國)有限公司 (「可口可樂中國」)		2004	易拉蓋 皇冠蓋
青島啤酒股份有限公司(「青島啤酒」) . .		2000	皇冠蓋
佛山市海天調味食品有限公司 (「海天」)		1996	旋開蓋
百威(武漢)國際啤酒有限公司 (「百威」)		1998	皇冠蓋
東海		1995	鋼桶 方罐

此外，本集團與上述高端客戶的業務往來平均已持續近十年。本集團2008年的五大客戶與本集團的業務往來平均已持續近九年。來自上表所列高端客戶應佔總銷售收入約佔本集團2008年總收入及截至2009年6月30日止6個月總收入的60%及61%。2006年10月26日，

業務

本集團與加多寶簽訂了為期十年的戰略合作協議，為加多寶供應金屬包裝產品。本集團亦與上海莊臣訂立了供貨和採購合作協議，為上海莊臣供應氣霧罐，協議期限自2008年1月1日起，為期三年。本集團一般與其他客戶訂立短期供貨協議，就本集團所知，此舉乃符合行業慣例。本集團通常會經常性地與主要客戶溝通，商討其於未來期間的預期需求。

就本集團的客戶服務而言，本集團已實施全方位服務模式，涉及從銷售、財務、技術、質量控制及生產員工以至本集團高級管理層的各層員工全員全過程積極參與到銷售、生產和交付各個階段，與客戶建立多層次關係。於生產前階段，本集團技術團隊在潛在客戶的產品設計及規格方面與銷售團隊密切配合。於生產階段，本集團的銷售、營銷及生產團隊經常與客戶進行溝通，以確保對客戶的需求作出及時反應。於生產後階段，本集團的銷售及市場推廣團隊與本集團的客戶在整個產品交付過程中緊密合作，以確保及時發貨並提早發現任何產品缺陷。為維持長期關係，生產、質量控制及技術團隊定期訪問客戶，以追蹤客戶的需求並獲取客戶對本集團產品及服務的反饋。此完全互動及全方位客戶服務方式有助於本集團贏得客戶的忠誠度和維持長遠合作關係。

多樣化及互補的產品組合及戰略性分布的生產設施

本集團為客戶提供多樣化和互補的包裝產品組合，包括金屬罐、金屬蓋、印塗鐵及鋼桶，以及塑料包裝容器。本集團因此能夠響應消費者消費模式的變化，迅速轉變產品的生產重點，並將本集團生產及銷售的季節影響降至最低。

此外，本集團的戰略性生產設施網絡使本集團可滿足大客戶以及當地客戶的需求。由於華南及華東為中國經濟最發達地區；而在華中及中國西南部地區，金屬包裝產品消費具有高增長的潛力；本集團的生產設施戰略性地分布於天津市、福建省、廣東省、湖北省、江蘇省、山東省、四川省、重慶市及浙江省。本集團大部分生產設施現時位於本集團部分主要客戶（包括加多寶、紅牛、安利（中國）、深圳彩虹及上海莊臣）所在地平均方圓120公里的範圍內，使本集團能夠迅速響應客戶需求，並能及時及以具成本效益的方式向客戶交付產品。

與中糧集團的獨特關係

中糧作為本集團的最終控股股東業務遍及全球，從事廣泛業務，包括（通過本公司）包裝產品及（通過多家其他子公司）農產品貿易及農產品加工、食品及飲料、乳製品、房地產發展、酒店管理、物流、土特產、畜牧副產品、金融服務。中糧自1994年以來連續名列財富雜誌世界500強公司榜。本集團作為中糧旗下核心業務之一，與中糧有著獨特的關係。本集團致力於生產糧油食品全產業鏈中使用的優質包裝產品。

業務

中糧集團其中兩個核心業務板塊，中國食品及中國糧油控股均於香港聯交所主板上市。本集團一直為中國食品及中國糧油控股的多種產品提供包裝材料，例如為中國食品提供可樂飲料、巧克力、調味品包裝產品並為中國糧油控股提供散裝食用油包裝產品。本集團預期於未來將繼續發展與中國食品及中國糧油控股的業務關係。此外，中糧集團的另一個業務板塊中糧屯河於上海證券交易所上市，是世界上最大的西紅柿加工企業之一。本集團一直向中糧屯河提供其小包裝蕃茄醬的包裝產品。雖然截至最後實際可行日期，本集團並無與中國蒙牛乳業股份有限公司（中糧間接擁有其約14%股權）訂立任何協議，本集團計劃向中國蒙牛乳業股份有限公司以及多個乳製品生產商提供塑料容器、紙容器和奶粉罐。然而，本集團與中糧集團的交易乃按正常商業條款訂立，並無任何銷售量或利潤率保證。雖然本集團與中糧集團內不同的業務板塊並未訂立任何長期銷售合同，但本集團相信，由於中糧集團廣泛的業務聯繫，本集團將可借助中糧穩固的品牌，發展商機，擴大銷售渠道，而從中受益。

雄厚的研發實力並積極參與行業標準的制定

本集團一直十分重視研發，並極為重視集團內強大的研發隊伍。至2009年6月30日，本集團有551名工程師及技術人員。該等工程師及技術人員（除履行生產及其他營運職能外）致力於本集團研發中心組織及釐定的研發項目。由於本集團相信一支高端研發隊伍對維持雄厚研發實力至關重要，因此本集團有時派送工程師及技術人員前往國外參觀訪問海外的設備供貨商以加強他們對包裝行業先進技術的認識。本集團於2003年12月在杭州成立了一個研發中心，形成了一套綜合質量管理體系，涉及在本集團內部建立統一的工藝標準體系、質量保證體系及設備管理體系，並對此等體系實施全面監督、審核及管理。本集團的研發工作重點集中於改善產品設計、生產技術及設備，以及開發新型包裝材料及產品。通過採取該等積極措施，本集團旨在降低生產成本、改善現有設備及產品，同時為本集團的客戶提供新包裝產品及解決方案。自2006年7月以來，杭州中糧包裝一直與浙江科技學院合作進行某些研發項目，並已攜手開發出若干用於包裝產品的設計。杭州中糧美特自2001年起獲中國包裝聯合會指定為「中國印鐵包裝容器開發生產基地」。

由於在生產過程中執行嚴格質量控制和檢驗，本集團的產品質量亦獲得眾多質量證書和認證認可，包括ISO9001質量控制體系認證、HACCP認證及ISO22000食品安全管理體系認證。本集團在馬口鐵印刷上採用先進技術和設備，並因此而於2006年獲頒第四屆印刷大獎賽專業印刷金獎、亞洲包裝印刷金獎和中國數碼印刷金獎。此外，於2008年4月，本集團還在德國杜塞爾多夫舉行的第五屆國際金屬包裝展上榮獲歐洲鋼鐵包裝製造商協會頒發的優秀金屬包裝二等獎。於2006年，中國包裝聯合會授予本集團「中國馳名品牌包裝產品獎」，對本集團若干產品（包括三片飲料罐、印塗鐵產品、氣霧罐、方罐及食品罐）的出色質量給予肯定。

業務

本集團已開發多種專有產品設計和技術，如旋開蓋環氧密封膠圈技術，該技術完全達到產品質量、安全及健康的國際權威標準，獲得瑞士質量測試服務及瑞士瑞士通用公證行認證，並符合美國食品藥品監督管理局及歐盟 2007/19/EC 指引中的相關整體轉移規定。該項創新技術提升了瓶蓋的密封性能。此外，本集團的高保真印鐵全套工藝技術獲得中國 2005 年國家火炬計劃和國家重點先進新技術的認可。憑藉強大的創新能力，本集團亦已取得重大技術突破，包括計算器輔助深沖彩印預變形技術、印鐵數碼打樣技術、傳統和 UV 印刷技術的整合應用、防偽印刷技術、中頻感應固化技術等。本集團現時在中國擁有 21 項註冊專利。

本集團的雄厚研發實力已獲得金屬包裝行業的肯定。應相關政府部門邀請，本集團獨家制定了馬口鐵包裝及裝潢的行業標準，當時本集團單獨負責草擬了標準規範並遞交予管轄部門審批，並無其它行業經營者參與。此外，本集團還 (i) 牽頭制定鋁製易拉蓋三片罐、馬口鐵雜罐和爪式旋開蓋的行業標準，當時本集團初步草擬了該等標準規範，其後在遞交主管部門進行最後審批前進行審閱及給予意見的過程中經過其它行業經營者的參與，及 (ii) 參與審閱塗布馬口鐵 (或 ECCS) 及包裝產品及鋼氣霧罐行業標準規範的過程，有關標準最初由其他行業經營者草擬，然後遞交主管部門進行最後審批。該六項行業標準中，已頒布並實施了五項。餘下一項行業標準已通過政府審查，預計會於不久的將來予以頒布實施。憑藉本集團現代化的設備及先進技術，本集團積極參與制定和完善若干行業生產標準，為本集團帶來穩固的競爭優勢，並使本集團於整合業內小規模製造企業時處於較有利地位。

經驗豐富的管理團隊，具備成功收購及整合的往績記錄

本集團的高級管理團隊和主要經營人員在金屬包裝業擁有豐富的管理技巧、經營經驗和行業專業技術。平均而言，本集團的高級管理層每名成員擁有逾 13 年經驗。本集團成功克服了 1998 年亞洲金融危機及 2002 年因原材料價格大幅上漲而導致的經濟衰退。儘管 2008 年全球金融市場爆發危機，本集團的高級管理團隊依然帶領本集團取得穩定增長。

在本集團與國際知名包裝企業合資設立的無錫華鵬及杭州中糧美特的經營過程中，本集團高級管理層積累了廣泛的金屬包裝業經驗，包括按照現代管理體系進行公司管理運營，並引領本集團迅速提升業務表現。在本集團的管理架構下，無錫華鵬於 2000 年成為本集團之成員公司後迅速扭虧為盈。於 1997 年及 1998 年按中國公認會計準則每年平均虧損約人民幣 53,000,000 元後，該公司於 2008 年實現創紀錄的淨利潤人民幣 19,500,000 元。此外，2002 年番禺美特包裝被本集團收購之後，其業績 (按中國公認會計準則) 由 2002 年累計虧損逾人民幣

業務

199,400,000 元，改善至 2008 年取得淨利潤人民幣 17,500,000 元。此外，本集團亦成功收購內資民企鎮江華鼎斯迪制蓋有限公司（現稱中糧包裝（鎮江））。2006 年至 2007 年，本集團順利完成杭州、天津與成都三個新生產廠的建設，三個新生產廠現都已投產。

本集團的高管人員隊伍成功完成了現有業務的重組和新收購業務的整合，並擴大了集團客戶基礎、改善了經營效率，提高了盈利能力。在本集團高級管理團隊的領導下，本集團通過成功的自然增長及收購，從一家營運公司擴展到擁有 11 家營運子公司的集團公司。本集團相信，經驗豐富的管理層將繼續引領本集團抓住市場機遇，有效地實施穩健的業務戰略。

有效的成本控制體系

本集團已成功實施措施，降低了成本，包括擴大生產規模降低單位生產成本、建立主要原料統一採購機制降低供貨成本，並將生產設施戰略性地分布於鄰近本集團客戶的地點降低運輸成本。此外，為降低本集團與進口生產線相關的成本，本集團通過經驗和專業技術知識有選擇性地設計及裝配本集團的生產線。本集團相信這些措施將有助於本集團大幅削減資本開支。

本集團通過有效利用技術革新，包括在生產過程中採用波形剪切及密封膠稀釋技術，保持了產品質量、降低了原材料消耗並實現了成本節約。此外，本集團已開發出生產旋開蓋必需的密封膠，其成本是進口原材料成本的三分之二。

本集團業務策略

本集團的主要目標是成為一系列綜合消費品包裝產品領先製造商。本集團計劃通過提升本集團現有產品的市場份額及拓展新區域市場、新業務，特別是快速消費品包裝業務，進一步增強本集團的領先地位。根據中糧提供糧油食品全產業鏈的戰略—「從田間到餐桌」，本集團致力於生產一系列優質食品包裝產品，不僅滿足本集團現有及潛在客戶的需求，同時也滿足糧油食品全產業鏈業務的需求。本集團旨在通過實施以下策略實現上述目標：

繼續本集團的併購戰略並不斷拓展新業務

通過自身發展及成功併購，本集團在地區分布、產品種類及生產規模方面實現歷史性的快速擴張。本集團認為，目前國內金屬包裝市場仍處在整合過程中，原因主要包括(i)金屬包裝製造商集中度不高，(ii)許多金屬包裝公司因金融危機而面臨經營及財務困境，及(iii)政府針對食品質量、安全及衛生規管日益嚴格。作為金屬包裝行業的領先公司，本集團力圖通過適當併購，利用該等行業整合以拓展本集團於不同業務板塊的市場份額，尤其是兩片飲料罐板塊。

業務

為滿足包括中糧集團在內的現有客戶相關業務包裝需求的多樣性，本集團亦擬透過併購拓展其塑料包裝業務並進軍食品、飲料及日化產品的紙類包裝業務。若無合適的併購機會，本集團將通過增加產能及建設新生產設施，以繼續拓展地域覆蓋範圍和產品多樣性。

持續開發新的區域市場，鞏固與現有客戶的關係及開發新客戶

本集團繼續通過「先有市場、後有工廠」的方法開發新的區域市場。根據此方法，在本集團決定通過租賃設施及搬遷生產設施或外包生產的方式進入某一區域市場之前，本集團(i)首先評估某一局部區域是否可能成為本集團產品的潛在市場；(ii)確定本集團在該局部區域相對競爭對手可能擁有的任何比較優勢；及(iii)評估有否足夠管理人員。若某地區新市場的營運業績表現良好，本集團將決定會否通過建設新生產設施或收購目標公司成立地區基地。本集團考慮多項因素才決定在某一區域收購目標公司，包括收購成本(相比於新生產設施建設投資)、目標公司的過往表現、業務價值、客戶基礎以及生產設施的質量。本集團已採用此擴展方法成功完成多項收購。例如，本集團在收購番禺美特包裝前首先對華南市場進行全面考察，番禺美特包裝現已成為本集團盈利子公司之一。

為鞏固與現有客戶的關係及爭取新客戶，本集團將繼續採取全方位服務模式，以為其現有及潛在客戶提供優質服務。在鞏固與現有客戶關係的同時，本集團致力於通過(i)整合本集團在中糧集團內部及以外的資源，及(ii)利用本集團在生產技術、研發及產品設計領域的專業實力，以不斷鞏固和擴大本集團的客戶基礎。對於本集團的主要產品，包括三片飲料罐、奶粉罐、氣霧罐及旋開蓋，本集團計劃維持與主要客戶的密切關係，同時戰略性地開發新中型客戶。對於其他具有高增長潛力的產品，包括普通食品罐、易拉蓋及鋼桶，本集團計劃通過加大資本投資和營銷力度，吸引大型和中型客戶和培養小型高端客戶。本集團已成立若干產品業務部門，主要負責市場分析、銷售及客戶開發。

本集團還將不斷拓展海外市場。尤其是通過在杭州、無錫和廣州子公司的海外市場部，本集團尋求為食品罐、旋開蓋、氣霧罐、印塗鐵等產品拓展東南亞、中東、大洋洲和非洲市場。

加大研發投入以提高產品質量以及開發新產品

本集團繼續將重點置於三片飲料罐及食品罐的同時，擬通過雄厚的研發實力提高產品安全和質量以及開發兩片飲料罐、沖拔罐、鐵製易拉蓋、易撕蓋以及新型可降解塑料包裝產品等新產品。本集團亦計劃投資於先進的設備，為本集團現有客戶(包括中糧集團)生產新型食品罐。

業務

鑒於客戶需求及政府在食品質量安全、衛生方面的監管規定日益嚴格，本集團將加大研發投入以改善生產設備和環境。本集團亦將與國內外權威機構合作建立一流檢驗及測試實驗室，以提高產品質量。

改善內部管理、降低成本及提高盈利能力

本集團將在其全部營運子公司內應用企業資源規劃系統，提高管理效率，降低成本及增加對經營風險的內部控制。

本集團將繼續採取措施降低成本，如(i)主要原材料實施集中採購，以增強本集團的議價能力，降低採購成本；(ii)繼續通過技術進步和加強考核等手段來降低物料消耗和能源消耗，如提高馬口鐵和鋁材的利用率等；(iii)將繼續在其全部子公司的工廠的生產過程中通過樹立標杆、推行快速換模、推廣標準作業流程來提高生產效率、降低生產成本；(iv)通過LPA、失效模式分析等多種質量管理手段，來提升產品質量、降低質量成本；(v)通過研發手段改善若干關鍵設備；及(iv)通過科學預測和規劃降低存貨和物流成本。

吸引及保留勝任的員工及開發人力資源

吸引和保留勝任的員工對於本集團而言極為重要。本集團將繼續致力於吸引高技能的技術及管理人員。為實現此目標，本集團擬持續發展以誠信、團隊、專業與創新為核心的強大企業文化，並為主要員工提供與本集團股本市場表現掛鈎的具競爭力的股票期權計劃。

本集團基於崗位素質模型實施一項人力資源管理計劃，以遴選、培訓及選拔僱員，並且，本集團已採納KAAPP評估機制考核主要人員的表現，並推行競聘上崗。通過上述人力資源管理，本集團相信其可發展成一支獨特有競爭力的管理和技術團隊。

產品

本集團的產品主要包括三片飲料罐、食品罐、氣霧罐、金屬蓋、印塗鐵、鋼桶及其它產品。此外，本集團正進行產品線拓展，擴展後將包括兩片飲料罐。

業務

本集團的產品主要在分布於成都、廣州、杭州、深圳、天津、武漢、無錫、張家港及鎮江等地的11家營運子公司的工廠生產或將於該等工廠生產。有關本集團各產品類別產能的其他信息，請參閱下文「生產設施」一節。

下表分別列示截至2006年、2007年、2008年12月31日止各年度以及截至2008年及2009年6月30日止6個月期間本集團總收入以及本集團各產品收入總額佔本集團總收入的百分比。

收入	截至12月31日止年度						截至6月30日止6個月			
	2006年		2007年		2008年		2008年		2009年	
	人民幣千元	佔總收入的百分比(%)	人民幣千元	佔總收入的百分比(%)	人民幣千元	佔總收入的百分比(%)	人民幣千元	佔總收入的百分比(%)	人民幣千元	佔總收入的百分比(%)
	(未經審計)									
三片飲料罐.....	862,035	41.5	1,314,430	48.0	1,764,033	52.7	841,495	48.4	912,492	54.9
食品罐.....	88,092	4.2	173,043	6.3	222,454	6.6	102,622	5.9	95,716	5.8
氣霧罐.....	270,304	13.0	296,535	10.8	303,453	9.1	217,359	12.5	166,925	10.1
金屬蓋.....	418,020	20.1	589,941	21.5	675,547	20.2	366,987	21.1	259,203	15.6
印塗鐵.....	126,449	6.1	142,466	5.2	168,485	5.0	78,548	4.5	82,638	5.0
鋼桶.....	144,895	7.0	133,639	4.9	121,498	3.6	77,117	4.4	69,316	4.2
其他.....	167,735	8.1	89,464	3.3	94,024	2.8	56,256	3.2	73,929	4.4
總計.....	2,077,530	100	2,739,518	100	3,349,494	100	1,740,384	100	1,660,219	100

三片飲料罐

本集團生產的三片飲料罐直徑有兩種，並備有多種容量，主要用於包裝茶飲料、蛋白飲料、功能飲料、八寶粥、果蔬汁及咖啡飲料。本集團的生產設施擁有先進的粉末補塗和內全噴機，確保本集團客戶的食品及飲料產品能更好地密封保存。

根據中國包裝聯合會報告，按收入計，中國2008年三片飲料罐的市值約為人民幣85億元。2008年，本集團收入佔中國三片飲料罐市場總收入的20.8%，為業內之冠。

本集團三片飲料罐生產線使用先進進口設備，實現了從上料、製罐到最終產品包裝的全過程自動化。目前，本集團旗下有杭州、廣州、天津、成都和張家港五家生產廠擁有三片飲料罐生產線，共計14條。該等設施於2008年的合計年產能約達16.5億罐。

本集團三片飲料罐的主要客戶包括加多寶及紅牛等。

食品罐

本集團生產的食品罐包括奶粉罐和普通食品罐。

業務

奶粉罐

本集團生產四種直徑而高度不同的奶粉罐，主要用於包裝奶粉、營養粉及調味品。本集團已獲得ISO22000:2005食品安全管理體系的認證。本集團的生產設施安裝於封閉環境內，從原材料投料至成品的所有生產過程均實現機械化，從而有效降低與產品的質量及安全有關的風險。

根據中國包裝聯合會報告，按收入計，中國奶粉罐2008年的市值為人民幣6.2億元。2008年，本集團的收入佔中國奶粉罐市場總收入的23.1%，為業內之冠。

本集團目前擁有及經營6條配備先進進口技術的奶粉罐生產線。本集團旗下杭州、廣州、深圳及天津四家生產廠於2008年的綜合整體產能約為64,000,000罐。由於在深圳中糧包裝於2008年底安裝了兩條新生產線，預期於2009年底上述四家生產廠的綜合年產能將達74,000,000罐。本集團奶粉罐的主要客戶包括美贊臣及安利(中國)。

國家質檢總局於2008年9月在中國若干乳製品公司(其中有幾家是本集團奶粉罐客戶)的奶粉產品中發現三聚氰胺污染，導致在中國及海外市場大範圍召回及禁止銷售該等受污染奶粉產品以及含有牛奶或乳製品的食品及飲料產品，而國際間也對進口含有任何牛奶成分的中國食品及飲料產品施加限制。雖然中國乳品行業已採取積極補救措施，但尚未完全從這一事件中恢復過來。三聚氰胺事件損害了大眾對奶粉產品的信心，導致本集團幾家客戶對奶粉罐的需求較往績記錄期內過往年度的需求有所下降。因此，本集團來自該等受影響客戶的銷售訂單在2008年最後一季有所減少。然而來自本集團其它沒有受三聚氰胺污染奶粉影響的客戶的銷售訂單增加，抵銷了部分影響。

普通食品罐

本集團的普通食品罐主要用於包裝果蔬、肉類和海鮮等加工食品。本公司在成都和天津工廠生產普通食品罐，該等設施於2008年的綜合年產能達約133,000,000罐。

隨著食品包裝標準日趨嚴格，本集團憑藉技術優勢將可把握更多商機。因此，本集團預期普通食品罐業務將會有顯著增長。

氣霧罐

本集團生產四種直徑不同高度的氣霧罐。本集團生產的氣霧罐主要用於包裝包括空氣清新劑、個人護理及除蟲產品在內的日化產品以及其他化學產品，例如汽車護理產品及建築膠。本集團不斷改良氣霧罐的製造技術，並先後自主開發了不規則罐及直身罐等創新產品，為客戶提供更多的選擇。

業務

根據中國包裝聯合會報告，按收入計，中國氣霧罐2008年的市值為人民幣13.6億元。2008年，本集團的收入佔中國氣霧罐市場總收入的22.3%，為業內之冠。

本集團擁有精密的氣霧罐生產線，該等生產線採用國際著名進口設備。本集團亦配備了檢測設備，以進一步提升產品質量。本集團目前在杭州、廣州及天津擁有9條氣霧罐生產線。該等設施於2008年的合計年產能約達3.12億罐。

本集團生產的氣霧罐大部分在國內銷售。本集團亦將有限數量的產品銷往海外。本集團的主要客戶包括上海莊臣及深圳彩虹等國內及國際知名公司。

金屬蓋

本集團生產的金屬蓋包括旋開蓋、皇冠蓋和易拉蓋。

旋開蓋

本集團製造八大類旋開蓋。本集團的旋開蓋主要用於包裝蔬菜、水果和調味品的玻璃瓶。本集團的旋開蓋生產已通過ISO9001質量控制體系認證及HACCP食品安全體系認證，並符合美國食品及藥品聯合管理委員會有關確定樹脂或聚脂塗料中提取物含量的規定。

根據中國包裝聯合會報告，中國2008年生產約6億只旋開蓋供應包裝蔬菜市場，其中90%是由本集團生產，調味品市場年產約22億只旋開蓋中，20%是由本集團生產，水果市場年產約12億只旋開蓋中，30%是由本集團生產。本集團的產品亦遠銷大洋洲及亞洲數個國家。

根據中國包裝聯合會報告，按收入計，中國2008年旋開蓋的市值為人民幣8億元。2008年，本集團的收入佔中國旋開蓋市場總收入的40.7%，為業內之冠。

本集團目前擁有24條高速旋開蓋生產線以及一流的檢測設備，旋開蓋的製造產能及技術水平在中國均保持市場領先地位。2008年，本集團無錫、成都及臨沂生產廠旋開蓋合計年產能共計約達19億只。

本集團旋開蓋的知名客戶包括亨氏、海天及老乾媽。

皇冠蓋

本集團生產三種皇冠蓋，主要應用於瓶裝啤酒、碳酸飲料和其它飲料配套封蓋。本集團皇冠蓋生產已通過ISO9001質量控制體系認證及HACCP食品安全體系認證。

根據中國包裝聯合會報告，中國皇冠蓋2008年的市值為人民幣18.8億元。2008年，本集團的收入佔中國皇冠蓋市場總收入的11.3%，在業內位居第二。

業務

本集團擁有8條先進的進口生產線，可為客戶提供設計、製版、印鐵、制蓋及技術配套等全套產品與服務。本集團無錫、成都、天津、廣州四家生產廠2008年的合計年產能共計約達97億只。

本集團的知名皇冠蓋客戶包括青島啤酒、百威、可口可樂中國及華潤等。

易拉蓋

本集團生產兩種基本系列的易拉密封蓋，主要用於三片飲料罐以及兩片飲料罐（如碳酸飲料及啤酒用罐），本集團在生產中採用的質量體系已取得ISO9001質量控制體系認證。

本集團鎮江生產廠有3條進口的先進高速生產線，主要用於生產用作包裝碳酸飲料（如可樂及啤酒）的兩片飲料罐及用作包裝茶飲料等的三片飲料罐配件的易拉蓋。本集團鎮江生產廠2008年的年產能約達8.65億只。

可口可樂中國是本集團眾多知名客戶之一。

印塗鐵

本集團為其它製造商生產製造金屬容器、電池、其它電子產品及電器（例如電飯煲）所需的各類印塗鐵。本集團生產印塗鐵的工廠戰略性地分布於杭州、廣州、天津、無錫及成都。

本集團使用先進的進口生產設備，擁有41條印塗生產線，包括一條五色UV印刷線。該等設施於2008年的合計年產能達約17.89萬噸。根據中國包裝聯合會報告，以收入計，本集團2008年位居中國最大的印塗鐵製造商之列。

除印塗鐵產品外，本集團亦提供印前服務，包括優質的設計制樣服務、遠程設計視頻批注校稿、高保真印刷及數碼印刷等。多年來，本集團致力完善印塗技術，並通過設備引進和技術革新提高產品質量和改進生產工藝，包括防偽印刷、高保真印刷、計算器輔助深沖預變形制版及UV印刷技術等技術創新，以滿足用戶不斷轉變的需求。

本集團印塗鐵客戶包括上海松下及美的。

鋼桶

本集團生產盛裝散裝食用油、果汁、果醬、工業用香精香料及潤滑油等的200升及以上鋼桶。

根據中國包裝聯合會報告，按收入計，中國2008年鋼桶的市值為人民幣68億元。

業 務

本集團目前擁有三條鋼桶生產線，分別位於張家港、廣州及天津廠，2008年的合計年產能約達190萬只。

本集團鋼桶的主要客戶包括東海等。

兩片飲料罐

本集團計劃生產的兩片飲料罐直徑有兩種及多種容積，主要用於包裝碳酸飲料、茶飲料及啤酒。本集團自業內國際供貨商採購生產兩片飲料罐所用的生產設備及原材料和配料，以保證飲料更好地密封保存以符合客戶的要求及標準。

此外，本集團的生產線擁有從國際一流供貨商進口的先進可靠技術，從上料、制罐到最終產品包裝實現全面自動化。本集團正於杭州安裝一條兩片飲料罐生產線，設計速度為每分鐘2,000罐，年產能為7億罐，資金來自總額約人民幣230,000,000元的內部所得資金及銀行借貸。該生產線預期於2009年年底投入生產。根據本集團的行業知識，本集團預計兩片飲料罐的毛利可接近本集團的整體毛利。

本集團的兩片飲料罐潛在客戶包括加多寶、可口可樂中國及華潤。

根據中國包裝聯合會報告，按收入計，中國2008年兩片飲料罐的市值約為人民幣84億元，而按2008年銷售收入計，兩片飲料罐乃中國金屬包裝業中的第二大市場。此外，兩片飲料罐收入自2008年至2010年的年複合增長率預計將達到約21.0%，大幅超過中國金屬包裝業約11.6%年複合增長率的平均增速。本集團拓展至兩片飲料罐業務，將使本集團更能滿足客戶需求，受益於市場機會，並鞏固本集團於金屬包裝業內各主要市場的領先地位。本集團相信，兩片飲料罐業務將成為本集團利潤增長的部分推動力。

其他

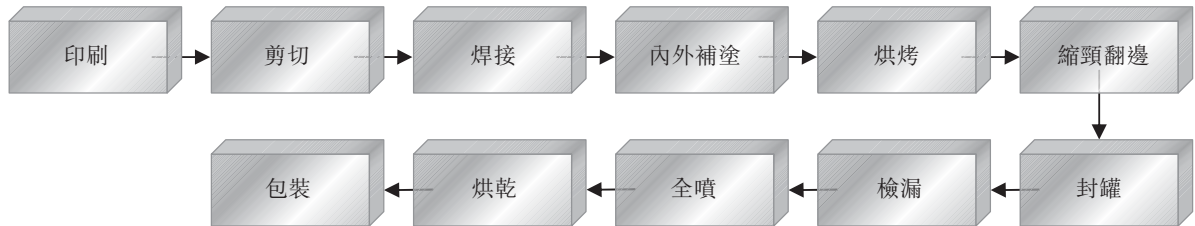
除上述產品外，本集團亦生產用於包裝小包裝食用油、酒類、茶葉、固體食品（例如餅乾、糖果及巧克力）、文具及玩具等的塑料容器、方罐、雜罐及化工罐。

業務

生產工序

本集團一些產品的生產工序包括以下主要步驟：

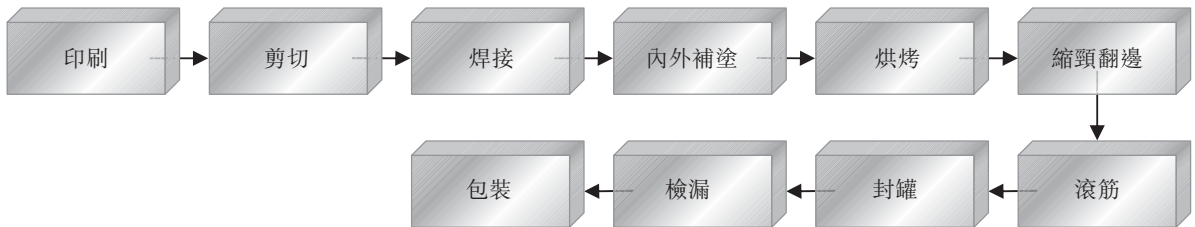
三片飲料罐



- 1) 將經過塗布印刷上光完成的馬口鐵用剪切機剪切成一張張小片，每張小片用於製成一個罐身；
- 2) 每一張小片在焊機上卷成一個圓筒，在搭接處將兩層金屬牢牢焊接在一起，形成罐身；
- 3) 在罐身的焊接帶內外面進行補塗，防止生鏽及腐蝕；
- 4) 補塗通過烘房進行烘乾；
- 5) 罐身兩頭通過模具進行收縮及翻邊，使罐頂和底部形成外翻的折邊以便與封蓋結合；
- 6) 根據客戶要求的規格將罐頂或罐底的一段端與封蓋卷合；
- 7) 罐子最後通過壓力檢測機測試，並將有針孔或裂口的罐子自動剔除；
- 8) 對罐子內表面進行噴塗，彌補在前面工序中產生的拉絲等問題；
- 9) 噴塗烘烤；及
- 10) 成品罐輸送到包裝台進行包裝。

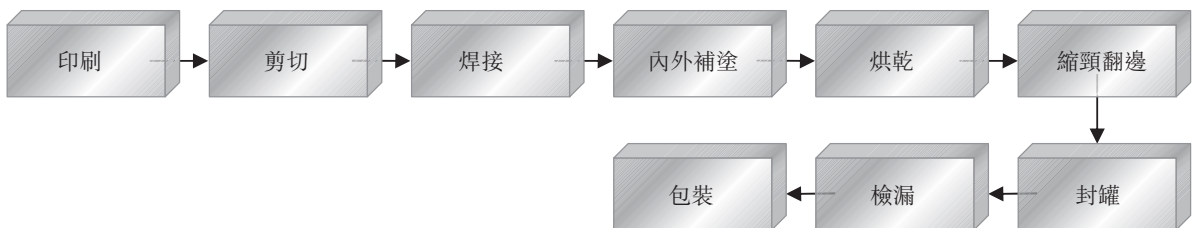
業務

食品罐



- 1) 將經過塗布印刷上光完成的馬口鐵用剪切機剪切成小片，每一張小片用於製成一個罐身；
- 2) 每一張小片在焊機上卷成一個圓筒，在搭接處將兩層金屬牢牢焊接在一起，形成罐身；
- 3) 在罐身的焊接帶內外面進行補塗，防止生鏽及腐蝕；
- 4) 補塗通過烘房進行烘乾；
- 5) 罐身兩頭通過模具進行收縮及翻邊，使罐頂和底部形成外翻的折邊以便與封蓋結合；
- 6) 罐身通過一個滾筋機給罐身滾筋，以增加罐身強度；
- 7) 根據客戶要求的規格將罐身或罐底與封蓋卷合；
- 8) 罐子最後通過壓力檢測機測試，並將有針孔或裂口的罐子自動剔除；及
- 9) 成品罐輸送到包裝台進行包裝。

氣霧罐



- 1) 將經過塗布印刷上光完成的馬口鐵用剪切機剪切成小片，每一張小片用於製成一個罐身；
- 2) 每一張小片在焊機上卷成一個圓筒，在搭接處將兩層金屬牢牢焊接在一起，形成罐身；
- 3) 在罐身的焊接帶內外面進行補塗，防止生鏽及腐蝕；
- 4) 補塗通過烘房進行烘乾；

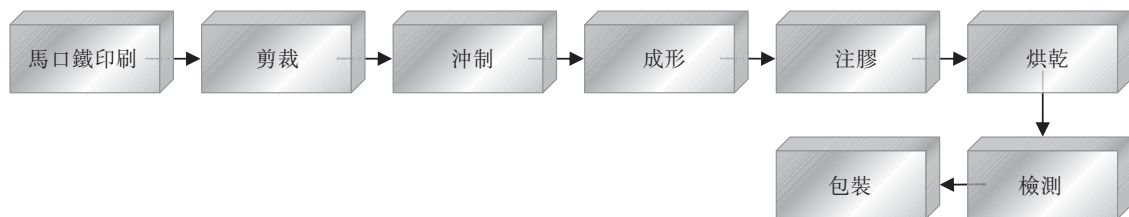
業務

- 5) 罐身兩頭通過模具進行收縮及翻邊，使罐頂和底部形成外翻的折邊以便與封蓋結合；
- 6) 將罐身的兩端與封蓋封合；
- 7) 罐子最後通過壓力檢測機測試，並將有針孔或裂口的罐子自動剔除；及
- 8) 成品罐輸送到包裝台進行包裝。

本集團在所有生產流程中生產不帶填充物的氣霧罐，因此本集團在生產中並不使用任何推進劑。

金屬蓋

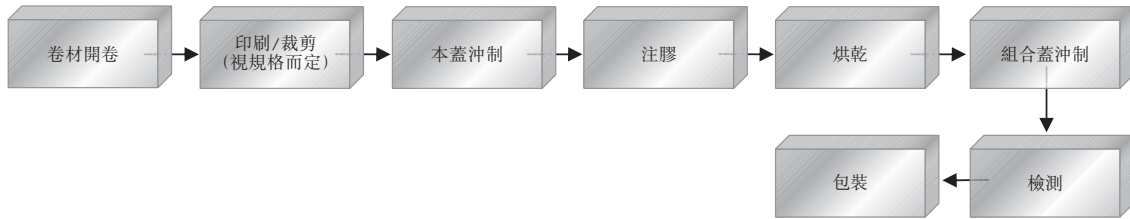
皇冠蓋及旋開蓋：



- 1) 將已塗布顏料與釉料的馬口鐵用剪切機剪切成適合沖壓成蓋子的小片；
- 2) 通過滾篩設備進行預彎、卷邊及沖壓（皇冠蓋）；
- 3) 進入模塑機，進行注膠；
- 4) 冷卻後通過檢測系統對蓋子進行查驗以確保完好無損及注膠無髒點，若有缺陷將自動剔除；
- 5) 記數；及
- 6) 成品蓋包裝。

業務

易拉蓋：



- 1) 將經過塗布及印刷的鋁片材用剪切機剪切成小片，或直接將卷材開卷，進入基本蓋衝床沖壓成基本蓋；
- 2) 進入注膠機，蓋邊注膠；
- 3) 進入烘爐，將膠烘乾、固化；
- 4) 注膠蓋進入組合衝床，沖制拉環，並與蓋鉚合，製成完整的易拉蓋；
- 5) 通過嵌入式、實時光檢測系統對蓋子進行查驗以確保完好無損，若有缺陷將自動剔除；
- 6) 記數；及
- 7) 成品蓋包裝。

印塗鐵

塗布：



- 1) 將馬口鐵片運至塗布工廠；
- 2) 對馬口鐵片單面或雙面（根據產品要求而定）進行塗料塗布；
- 3) 將塗布馬口鐵片送入烘爐烘乾；及
- 4) 包裝烘乾後的馬口鐵片。

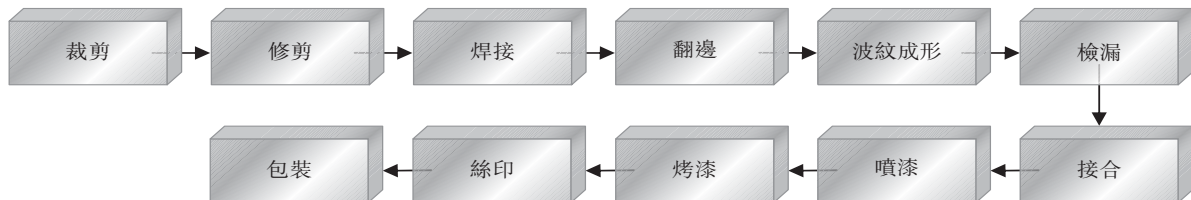
業務

印刷：



- 1) 將經過塗布的馬口鐵片運至印刷工廠；
- 2) 通過已曬好圖案的預敏化版，將油墨印刷至馬口鐵片；
- 3) 將印刷後的馬口鐵加熱以令油墨固化；
- 4) 塗布光漆；
- 5) 將塗布馬口鐵片送入烘爐烘乾；及
- 6) 包裝烘乾後的馬口鐵片。

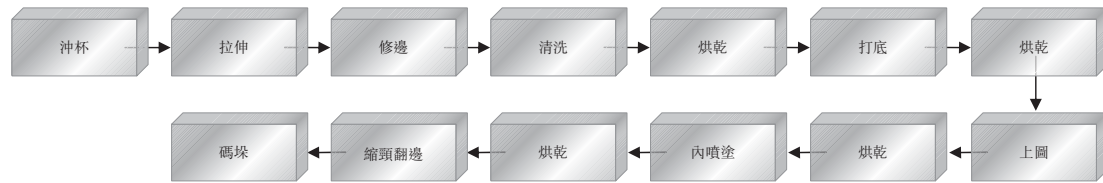
鋼桶



- 1) 鋼盤被拉直並剪切為製作桶身適當規格的鋼片，亦被壓制成桶蓋與桶底；
- 2) 製桶身的鋼片剪切成適當寬度後被卷起；
- 3) 被卷起的製桶身的鋼片的對接處在焊接機上進行焊接；
- 4) 桶身由自動輸送帶送達中段生產綫輪邊；
- 5) 已輪邊的桶身經過波紋成形工序；
- 6) 對桶身進行滲漏檢驗；
- 7) 桶身送達焊接機，然後桶蓋、桶底與桶身焊接為完整的鋼桶；
- 8) 鋼桶噴漆；
- 9) 烤漆及冷卻；
- 10) 鋼桶經過絲印工序並印上生產日期；及
- 11) 成品鋼桶於入庫前再次進行缺陷測試。

業務

兩片飲料罐



- 1) 沖杯機將鋁材沖成製作杯子的圓片；
- 2) 將杯子拉伸成罐子的形狀；
- 3) 用修邊器將拉伸後的罐修掉一部分，避免凹凸不平；
- 4) 在清洗機中使用化學藥品將罐子表面殘留的潤滑油、乳化液等物質洗去，然後用烘箱烘乾；
- 5) 在罐子表面加上塗層，加強罐上圖案的清晰度；
- 6) 在罐子上印刷上圖案，並再塗上一層塗料後烘乾；
- 7) 在罐內表面塗上一層塗料，使得將來灌裝的飲料和罐內表面完全隔離並烘乾；
- 8) 將罐口縮頸8次直至符合直徑要求，再由一組圓弧形的輥子輥壓罐口，形成翻邊圓弧；及
- 9) 將管子碼垛、捆扎、封包後發運。

原材料及供貨

馬口鐵乃本集團目前生產各種罐及蓋類產品的最重要原材料。截至2006年、2007年及2008年12月31日止年度及截至2009年6月30日止6個月，本集團的馬口鐵採購總量分別佔本集團原材料和消耗品採購總量的62.5%、62.0%、70.3%及70.5%。本集團目前在生產金屬及塑料容器時使用有限數量的鋁卷材和聚乙烯。然而，由於本集團計劃於2009年年底開始兩片飲料罐的商業生產，本集團預期鋁卷材採購總量將會增加。本集團將會受益於採購策略中在採購易拉蓋生產用鋁卷材時所獲得的經驗。鋁卷材成本在一般情況下估計佔本集團兩片飲料罐總銷售成本約65%，實際成本視乎鋁卷材採購價格的波動而定。本集團亦採購馬口鐵印刷塗料、易拉蓋及罐用塗料以用於各種金屬罐生產。目前，本集團所有主要原材料大部分自國內市場採購。因此，本集團的採購主要以人民幣結算，尚有一部分原材料的採購（如鋁卷材的採購）使用美元及日圓等外幣進行結算。

於最後實際可行日期，本集團主要馬口鐵供應商有六家，其中以寶鋼規模最大。2006年、2007年及2008年各年度以及截至2009年6月30日止6個月期間，本集團從寶鋼採購的份額分別佔本集團對應期間總採購成本的19.5%、18.1%、24.6%及28.9%。截至2008年底，本集團從五大供應商採購原材料及耗材平均已逾九年，本集團相信，由於本集團自主要供應商大量採購原料，且信譽良好，並且已與主要供應商建立了長期關係，本集團已成為主要供應商的首選客戶之一。因此，本集團享有優惠訂價條款並能降低整體採購成本。例如，寶鋼

業 務

自2007年初起將本集團認可為其馬口鐵戰略性客戶之一，而本集團因此獲享優惠定價。

於往績記錄期內，由於馬口鐵市場價格波動，本集團時而經歷過成本上升。一般而言，本集團傾向於將此類漲價轉嫁予本集團的客戶。對於本集團在多大程度上可以將漲價轉嫁予客戶，取決於本集團對多種因素的評估，包括本集團受影響產品的市場定位、本集團與各客戶的關係，以及與客戶進行價格協商的結果。對於本集團未能轉嫁予客戶的原材料漲價成本部分，本集團將盡力實施成本控制及其他生產措施消化額外生產成本。

本集團與供貨商訂立的採購協議通常預先設定數量及基準價格，質量要求在其後訂立的每份合同中明確。原材料的購買價每隔約三個月至六個月釐定一次。除本集團與其供應商之一柏華容器訂立的自2007年起至2009年止為期三年的採購協議外，本集團與任何主要供應商之間並無任何長期合同，而依賴於為期一年的短期採購協議或一次性採購協議或本集團不時遞交的採購訂單。本集團預期將於採購協議到期後與柏華容器就有關繼續合作事宜進行協商。此外，本集團與主要供應商保持著穩定、長期合作關係，本集團因此可為生產取得穩定可靠的原材料供應。截至2006年、2007年及2008年12月31日止各年度以及截至2009年6月30日止6個月，本集團未曾發生任何原材料的短缺以致日常業務運作受到重大影響。

鑒於本集團採購量增加及長期業務關係，董事相信，本集團能夠與大部分主要供應商協商取得較長付款期限。除寶鋼根據其業務慣例要求本集團預付款外，大部分主要供應商一般向本集團提供90日的信貸期。

2006年、2007年、2008年以及截至2009年6月30日止6個月，本集團從五大供應商採購的額度分別佔本集團對應期間採購總額的48.4%、50.6%、60.0%及57.2%。本公司現有股東(據董事所深知，持有本公司已發行股本逾5%)、本公司董事及其各自的聯繫人士概無於本集團五大供應商中擁有任何權益。

業務

生產設施

本集團的生產設施位於成都、重慶、廣州、杭州、荊州、臨沂、三明、深圳、天津、武漢、無錫、張家港及鎮江。本集團 11 家營運子公司及其分公司憑藉戰略性的地理分布，能為本集團客戶提供高效服務。下圖列出本集團生產設施的地理位置：



業 務

下表為 2009 年 6 月 30 日本集團生產設施的主要信息概要：

營運子公司	生產設施／ 分公司所在地	本集團 擁有的權益	生產線	產品
中糧包裝(成都)	成都溫江、 成都大邑、 重慶合川	100%	16	金屬罐、印塗鐵、 皇冠蓋、旋開蓋
中糧包裝(天津)	天津武清	100%	10	金屬罐、印塗鐵
中糧包裝(鎮江)	江蘇鎮江	100%	3	易拉蓋
杭州中糧美特	浙江杭州、 天津武清、 廣州番禺及 福建三明	100%	16	金屬罐、皇冠蓋
杭州中糧包裝	浙江杭州	100%	10	金屬罐、印塗鐵
番禺美特包裝	廣東廣州、 湖北荊州	100%	33	金屬罐、塑料容器、 印塗鐵
無錫華鵬	江蘇無錫、 山東臨沂及 成都溫江	61.48%	36	皇冠蓋、旋開蓋、 印塗鐵
張家港中糧包裝	江蘇張家港、 廣州增城、 江蘇張家港及 天津塘沽	100%	8	金屬罐、鋼桶、印塗鐵
深圳中糧包裝	廣東深圳	100%	22	金屬罐、印塗鐵

此外，中糧包裝(武漢)正在建設金屬罐生產設施，杭州中糧製罐正在裝配一條生產兩片飲料罐的生產線。本集團預期在 2009 年底前在杭州開始兩片飲料罐的商業生產。

業 務

下表分別列示往績記錄期內本集團各產品類別生產線的產能、產量和利用率，以及截至2009年12月31日止年度各產品類別的估計產能：

	截至12月31日止年度									截至6月30日止6個月			截至12月31日止年度
	2006年			2007年			2008年			2009年			2009年
	產能 ⁽¹⁾	產量	利用率	產能 ⁽¹⁾	產量	利用率	產能 ⁽¹⁾	產量	利用率	產能 ⁽¹⁾	產量	利用率	估計產能 ⁽²⁾
三片飲料罐(百萬罐).....	565.0	529.4	93.7%	1,172.0	1,092.4	93.2%	1,650.0	1,510.4	91.5%	761.0	698.3	91.8%	1,774.0
食品罐(百萬罐) ⁽³⁾	63.0	46.2	73.3%	178.2	130.8	73.4%	197.0	132.6	67.3%	104.5	43.1	41.3%	247.0
氣霧罐(百萬罐).....	238.0	222.7	93.6%	260.0	239.4	92.1%	312.0	222.0	71.2%	158.0	118.1	74.8%	312.0
金屬蓋(百萬只).....	9,060.0	8,201.9	90.5%	10,690.0	9,603.5	89.8%	12,392.0	9,371.5	75.6%	5,850.0	4,098.2	70.1%	12,527.0
印塗鐵(噸).....	103,800.0	96,239.0	92.7%	136,000.0	125,486.0	92.3%	178,900.0	155,919.0	87.2%	94,300.0	79,460.0	84.3%	188,800.0
鋼桶(百萬只).....	1.4	1.1	80.7%	1.4	1.1	80.0%	1.9	1.3	70.0%	1.0	0.5	56.8%	1.9

- (1) 產能指相關產品類別的所有生產線於固定時期內的預期產出總量，並根據多項因素(包括根據生產線在投產年度或期間內的實際商業投運時間，按照最初設計能力，按比例計算投運年度的產能、生產線的狀況、能源供應及採購訂單組合)作出調整。於某些期間，銷售量會因本集團外包其相當大部分生產及／或銷售以往期間所累積的存貨以滿足對其產品的需求而超過產能。該等產能不足，尤其是在2006年，主要由於本集團某些產品需求增長速度超過其產能擴張速度所致。
- (2) 截至2009年12月31日止年度估計產能乃根據本公司於最後實際可行日期的最佳估計計算，與年內的產能未必完全一樣。
- (3) 2007年至2008年利用率下降乃主要由於本集團產能於2008年輕微增長所致，而2008年至截至2009年6月30日止6個月有所下降則主要由於本集團客戶因其出口業務受到近期金融危機的不利影響而減少食品罐的採購訂單所致。

本集團戰略性地選擇靠近若干主要客戶的地點設立生產設施，極大推動了產品交付與銷售。靠近部分主要客戶選址也使本集團能準確和及時了解客戶需求以及把握市場趨勢，從而有效地決定新產品開發的方向。

本集團生產線所使用的主要生產技術和設備都是從瑞士、英國、意大利、德國、日本和美國進口，本集團藉此保持了優越的高產品質量、生產效率、成本效益以及本集團製造能力在業內的領先地位。為保證本集團產品符合本集團客戶的規格及保持產品優質，本集團一般會每年對生產線進行維修保養。

本集團即使在以最大產能運行下，特別是在夏季仍時而出現產能不足的情況。因此，本集團已將部分生產需求外包，主要為三片飲料罐、奶粉罐及印塗鐵等的生產。因此，截至2006年、2007年及2008年12月31日止各年度及截至2009年6月30日止6個月，本集團分別產生分包成本人民幣94,300,000元、人民幣132,400,000元、人民幣145,700,000元及人民幣84,800,000元。儘管分包生產提高了本集團的經營靈活性，尤其是在經營淡季，然而該等外包亦導致本集團成本的增加及利潤的減少。

業務

銷售與營銷以及客戶服務

本集團十分注重客戶服務，致力於幫助本集團的客戶實現成功。本集團已在杭州成立若干產品營業部門，主要負責市場分析、銷售及營銷以及客戶關係和開發。各子公司建立其本身的銷售及營銷團隊，負責開發各自於當地的市場。截至2009年6月30日，本集團銷售及營銷部門有僱員共205名，本集團認為，本集團已建立覆蓋全中國的營銷網絡。

靠近部分主要客戶選址使本集團能有效地把握市場趨勢、瞭解客戶的特定需求，因而能够以具成本和時間效益的方式管理從產品設計、印刷至生產製成品的整個生產流程。此外，本集團定期拜訪大客戶，進行客戶調查，以瞭解客戶不斷演變的需要，並積極解決客戶的問題或疑慮。該等定期拜訪亦有助於本集團獲得最新市場趨勢的深入信息，抓住潛在商機。

本集團還向客戶提供增值服務，包括從生產前的設計和印刷服務、製造、裝運到生產後的技術支援服務在內的全面包裝解決方案。此外，本集團通過全方位服務模式管理客戶服務，涉及本集團與客戶之間的多層次密切合作。由於從銷售、技術、質量控制及生產員工以至高級管理層的各層員工在銷售、生產及發貨階段的整個過程中積極參與，該運營及銷售模式使本集團與客戶建立密切關係。

於釐定產品價格時，本集團考慮以下因素：

- 主要原材料的成本；
- 服務成本；
- 本集團產品的競爭能力；
- 銷售區域；
- 本集團產品的發展階段；及
- 客戶類型。

本集團的客戶包括在中國製造及銷售品牌產品的國內及國際知名的飲料及日化產品公司。自2008年1月1日起至2009年6月30日止的期間內，本集團曾為1,800多位客戶提供服務。本集團已與若干高端客戶建立長期業務關係。截至最後實際可行日期，本集團已與本集團三名高端客戶：加多寶、美贊臣及上海莊臣訂有長期供貨協議。本集團一般與其他客戶訂立短期供貨協議，就本集團所知，此舉乃符合行業慣例。

截至2006年、2007年及2008年12月31日止各年度以及截至2009年6月30日止6個月期間，本公司對最大客戶加多寶的銷售額分別為人民幣784,000,000元、人民幣1,209,900,000元、人民幣1,603,700,000元及人民幣821,800,000元，分別佔本公司對應期間收入的37.7%、44.2%、47.9%及49.5%。同期，本公司對五大客戶的銷售總額分別佔本公司對應期間收入的46.0%、51.5%、56.2%及56.6%。本公司現有股東（據董事所深知，擁有本公司已發行股本逾5%）、董事及其各自的聯繫人士概無於本集團五大客戶中持有任何權益的情況。

業務

2006年10月26日，本集團與加多寶訂立一項有效期10年的戰略合作協議，向其供應金屬包裝產品。加多寶以「王老吉」涼茶聞名，在廣東、浙江、湖北、福建各省及北京設有生產基地。本集團亦與紅牛、上海莊臣、深圳彩虹、上海松下、可口可樂中國及百威等主要客戶建立了穩定關係，該等關係平均都已維持5年以上。

本集團一般授予客戶30日至60日的信貸期，但要求一些客戶預付貨款，或於交貨時預付或支付現金，而與本集團擁有長期及戰略關係的部分主要客戶的信貸期延長至90日。截至2006年、2007年及2008年12月31日止各年度及截至2009年6月30日止6個月期間，本集團來自獲延長信貸期至90日的主要客戶的銷售額分別佔本集團對應期間銷售總額的4.8%、4.4%、3.9%及5.3%。

本集團的銷售乃以人民幣計值，主要透過電匯及由銀行背書之票據進行結算。

於2008年5月12日，四川省和鄰近地區受8.0級強烈地震重擊，其後更發生多次餘震。中糧包裝(成都)的正常運營因地震而略微受到中斷。為確保其僱員的安全，中糧包裝(成都)停止業務運作約達五天時間。地震和其餘震亦導致向集團位於四川省和鄰近地區的某些客戶運送本集團的產品時受到運輸延誤。由於對運輸系統造成的破壞，此等客戶於原訂交貨日期後延遲兩至三日才收到所訂的貨物。本集團確認，截至最後實際可行日期，本集團並無收到任何索償，本集團亦不知悉有本集團的客戶、供貨商或僱員因地震及其餘震而提出的任何潛在索償。

競爭

中國金屬包裝業競爭激烈。本集團在品質、價格、品牌認知度、產能、營銷及客戶服務方面均會面對國內外公司的競爭。內地數家大型包裝公司一直在不斷提升其技術及改進產品。此外，由於中國金屬包裝業對外資開放，幾家國際知名金屬包裝公司已於中國建立經營設施，而其他公司可能於未來緊隨其後。該等外資公司較本集團可獲取更多全球財務資源、擁有先進技術及先進管理架構。然而，2008年，按收入計，本集團是中國金屬包裝業的最大製造商，且本集團主要產品(包括三片飲料罐、奶粉罐、氣霧罐及旋開蓋)的市場份額也分別居於領先地位。本集團相信，基於以下原因，本集團將可有效地競爭：(i)本集團與主要客戶的長期關係；(ii)本集團的大規模、靈活產能；(iii)本集團在質量和客戶服務方面享有的聲譽；及(iv)本集團的生產設施靠近部分主要客戶。

除金屬包裝業內的競爭外，本集團亦面對正迅速佔領市場份額的替代產品，例如鋁、紙和塑料包裝產品等的競爭。為迎合此市場趨勢，本集團正在杭州興建用於生產兩片飲料罐的生產線。本集團亦計劃拓展塑料包裝業務及適時進軍紙包裝業務。然而，本集團相信，馬口鐵產品將依舊是廣受歡迎的包裝產品，原因主要包括：(i)具有良好密封性能，能夠保持食品

業務

及飲料新鮮度及質量；(ii)在設計和造形上的靈活性；(iii)環保因素；及(iv)能夠盛載易揮發液體和溶劑狀液體。

研發

本集團極為重視內部強大的研發隊伍，截至2009年6月30日，本集團有551名工程師及技術人員。該等工程師及技術人員（除履行生產及其他營運職能外）致力於本集團研發中心組織及釐定的研發項目。本集團通過此團隊致力於提高本集團的生產工藝及改善產品設計，以節省生產成本、自行開發生產線以控制資本開支，以及開發新包裝材料以鞏固本集團的市場競爭優勢。本公司董事總經理張新先生在包裝專業領域的建樹頗豐，並因此得到業界一致認同，並因對中國工程技術作出過傑出貢獻而享受國務院授予的「政府特殊津貼」。

本集團已於杭州成立研發中心。研發中心使本集團能夠與本集團客戶緊密合作，共同開發新包裝產品。本集團的研發中心負責進行生產工藝的研究並負責制定產品、設備和質量控制的標準。同時，本集團各營運子公司均已設立各自負責管理生產工藝、設備及質量控制的部門。在多數研發項目上，本集團的研發中心與來自不同營運子公司的經驗豐富的技術人員緊密合作。本集團已開發出完全符合公認的產品質量、安全及衛生國際標準的旋開蓋用密封膠，獲瑞士質量測試服務及瑞士通用公證行認證，並符合美國食品藥品監督管理局及歐盟2007/19/EC指引的相關整體轉移規定。

自2006年7月以來，杭州中糧包裝開始與浙江科技學院合作開展某些研發項目。浙江科技學院定期將導師及學生派駐杭州中糧包裝，與項目技術員工合作完成項目。於合作過程中，杭州中糧包裝與浙江科技學院聯合開發了一些包裝容器設計，共同就該等設計在中國提出專利註冊申請，並取得了共有專利權。有關該等共有專利權的詳情載於本文件附錄六「有關業務的其他信息—本集團的知識產權」一段。杭州中糧包裝與浙江科技學院並未就本集團與浙江科技學院的合作或共有專利申請訂立任何書面協議。除上文所述的杭州中糧包裝與浙江科技學院的研發合作外，本集團、董事、控股股東、高級管理層及其各自之聯繫人士與浙江科技學院概無任何其他關係。

本集團已開發成功並正在設計和裝配新的生產線或主要設備，例如中頻感應爐及金屬蓋的自動包裝機器。憑借此等發展和其他類似創新項目，本集團預期可實現成本的節省、產品質量的改進和生產效率的提高。

本集團於2005年以預算人民幣240,000元完成中頻感應爐的研發，並預期於2010年底前完成金屬蓋自動包裝機的研發，預算為人民幣200,000元。

業 務

本集團大部分研發開支為本集團研發團隊僱員的薪金。董事相信，與重型製造業不同，金屬包裝業不需要就研發進行資本密集型投資。本集團的研發開支相對於本集團的行政和市場推廣費等其他開支而言所佔比重不大。

本集團在金屬包裝領域獲得了多項科技創新獎。本集團在中國持有21項註冊專利。本集團的高保真印刷技術獲中華人民共和國科學技術部認可為國家重大新產品。本集團亦取得其他重大技術突破，包括計算機輔助深沖預變型技術、紫外線印刷技術、防偽印刷技術及中頻感應固化技術。

本集團雄厚的研發實力在金屬包裝業內獲得認同。本集團為協助全國輕工業包裝標準化中心制定馬口鐵包裝及裝潢行業標準的唯一行業代表。應相關政府機構邀請，本集團還牽頭制定或參與制定了鋁製易拉蓋三片罐、馬口鐵罐和爪式旋開蓋以及塗覆鍍錫板及馬口鐵氣霧罐的行業標準。該六項行業標準中，包裝裝潢鍍錫薄板印刷品、塗布馬口鐵、鋁製易拉蓋三片罐、爪式旋開蓋及馬口鐵氣霧罐行業標準已獲頒布及實施。預期，在不久的將來，政府將頒布及實施馬口鐵罐的行業標準。除馬口鐵氣霧罐行業標準為強制性標準外，上述其他行業標準都被推薦作為中國包裝行業製造商的最佳慣例。在制定該等行業標準時，已考慮國際包裝行業的相關標準。與此同時，杭州中糧美特獲中國包裝聯合會指定為「中國印鐵包裝容器開發生產基地」，自2001年以來，杭州中糧美特就成為包裝產業國家級生產基地之一，且目前為中國金屬包裝業唯一的國家級開發生產基地。

業 務

質量控制

本集團的所有設施都已執行標準化的質量管理體系，涵蓋從原材料揀選到交付製成品的整個過程。目前，本集團所有中國營運子公司（新近成立的中糧包裝（武漢）及杭州中糧製罐除外）都已取得ISO 9001質量管理體系認證。有關本集團已取得的ISO 9001質量管理體系認證的詳情載列如下：

子公司	ISO 標準	範圍	授出日期	到期日
無錫華鵬	ISO 9001:2008	金屬蓋的設計及生產	2009年9月11日	2012年9月10日
番禺美特包裝	ISO 9001:2000	金屬裝飾、金屬及塑料包裝產品的設計及開發、生產及處理	2006年7月31日	2012年9月14日
中糧包裝（鎮江）.	ISO 9001:2000	易拉蓋的生產及服務	2007年12月28日	2010年12月27日
杭州中糧包裝	ISO 9001:2008	金屬裝飾、金屬包裝及金屬電鍍產品的設計、開發及生產	2009年8月27日	2011年7月2日
張家港中糧包裝	ISO 9001:2000	馬口鐵包裝容器的生產	2007年1月29日	2010年1月28日
杭州中糧美特	ISO 9001:2008	金屬裝飾、金屬包裝及金屬電鍍產品的設計、開發及生產	2009年8月27日	2011年7月2日
中糧包裝（成都）.	ISO 9001:2000	金屬罐及金屬蓋的設計及生產	2007年11月1日	2010年10月31日
中糧包裝（天津）.	ISO 9001:2000	金屬食品包裝、氣霧罐及金屬印塗生產	2008年10月14日	2011年10月13日
深圳中糧包裝	ISO 9001:2000	工業用圓筒罐、方罐及雜罐生產	2009年1月13日	2012年1月12日

ISO 認證過程要求對生產過程和品質管理系統進行檢查及觀察。本集團已成立一支專門團隊負責監督ISO標準的遵守情況。該專門隊伍由管理層人員、工程師、技術員和來自品質控制、供應、生產、銷售與營銷、物流，以及研發等部門的員工組成。專門隊伍的大部分人員曾接受過與ISO標準相關的培訓。除向專門隊伍提供培訓外，本集團亦定期或在本集團管理層認為必要時，對營運進行內部檢查，確保持續遵守ISO標準認證的規定。於往績記錄期，本集團已通過所有年檢，本集團相信，此等認證屆滿後在續辦所有此等認證時將不會遇到任何障礙。

此外，2005年3月，無錫華鵬的金屬蓋生產工藝獲得了HACCP質量控制及檢驗認證，並於2008年3月續新三年。2008年7月，杭州中糧包裝及杭州中糧美特的食品圓罐設計、開發

業務

及生產取得了 ISO 22000:2005 及 HACCP 食品安全管理認證，有效期三年。

本集團亦已實施一系列制度，以確保在包括原材料採購、產品加工、倉儲及運輸在內的營運各階段，實現嚴格全面的質量及安全控制。通過嚴格遵守質量管理的 PDCA (規劃—執行—查核—行動) 循環，本集團已建立產品三檢制度 (如生產人員自檢、互檢、品管人員抽檢)，以保證產品質量。本集團已建成金屬蓋與氣霧罐生產線檢驗體系，並已能實現生產過程中的實時品質測試與控制，從而提高了通過本集團質量控制標準的成品數量。

本集團銳意為每項產品制定並遵守較同業常用標準更為嚴格的產品標準。本集團幾項產品目前採用的標準，尤其是本集團印塗鐵和旋開蓋標準，都高於相關行業標準。此外，本集團亦定期向員工提供有關本集團本身標準的培訓。

同時，由於食品安全法及實施條例執行更為嚴格的規定，本集團計劃進一步改造生產設施，加強對食品生產過程的檢驗，並對員工進行培訓。本集團亦計劃通過採購新檢驗設備及招聘更多專業技術人員擴大現有實驗室，以保證原材料質量及製成品安全。原材料及製成品的樣品將會定期提交至本地及國際檢驗機構進行檢驗。此外，本集團預計將會於各營運子公司建立符合 ISO 22000 及 HACCP 規定的食品安全管理體系。本集團已就達成上述目標撥出預算人民幣 10,000,000 元。

知識產權

本集團擁有並使用與集團業務相關的多項商標、專利及域名。本集團在中國及香港已註冊了一些商標，並已就其他一些商標提出了註冊申請。只要商標對本集團的業務仍具價值，本集團計劃將維持商標註冊。本集團在中國持有專利，並計劃於專利有效期內維持專利註冊。本集團知識產權詳情載於本文件附錄六「有關業務的其他信息—本集團的知識產權」一段。

除本文件附錄六「有關業務的其他信息—本集團的知識產權」所述者外，本集團並無就防止知識產權侵權採取任何特定政策。本公司董事目前並不知悉有任何涉及侵權的申索。

保險

根據本集團的經營風險水平，本集團已為集團所擁有或經營的物業、固定資產、汽車及其他資產投保保險，並投保了商業責任保險、勞工、設備損失和運輸保險。本公司董事根據對中國行業慣例的了解及經營業務中獲得的經驗認為，本集團已就現有營運投購足夠的保險。

業務

物業

自置物業

截至2009年8月31日，本集團在中國擁有15塊土地（總地盤面積約為482,876.7平方米）及85幢樓宇或單元（總建築面積約為209,493.3平方米）。獨立估值師已於2009年8月31日對本集團自置物業進行估值。獨立估值師發出的函件及估值證書全文載於本文件附錄四「物業估值」一節。

土地使用權

本集團已取得所有15塊本集團所擁有土地的相關土地使用權證。

樓宇

本集團擁有及佔用的85幢樓宇中，本集團未能取得其中7幢樓宇的房屋所有權證，該等樓宇總建築面積約為3,021.4平方米，位於無錫、天津、番禺及成都，主要由於本集團未能取得必需的全部或某些建設許可證（即取得房屋所有權證所必需的建設用地規劃許可證、房屋建設規劃許可證以及房屋建設許可證以及竣工驗收證明）。

本集團及其中國法律顧問並不知悉與上述7幢樓宇相關的或因其產生的任何爭議、法律訴訟或法院程序。此外，根據相關中國法律，倘建築物所有人未能取得建設用地規劃許可證或遵守建設用地規劃許可證的規定，則縣級以上的有關當地政府有權通過勒令房屋所有人(i)暫停建設，(ii)限期整改，並同時可處以總建築成本5%至10%的罰款，以糾正任何違規行為。倘違規行無法糾正，當地政府將可(i)勒令限期拆除樓宇或(ii)倘未能按規定拆除樓宇的，將沒收樓宇或樓宇的非法收入並同時可處以金額不超過樓宇建築總成本10%的罰款。未經適當驗收或未能通過驗收的樓宇不可投入使用。

然而，該7幢存在產權瑕疵的樓宇由本集團作倉庫及附屬使用。該7幢樓宇的總建築成本約為人民幣3,203,000元。在主管政府機關要求時，本集團將停止使用並將拆除該7幢樓宇。基於上文所述，本公司董事認為，本集團不具有該7幢樓宇的房屋所有權證將不會對本集團業務的正常營運造成任何重大不利影響。

除上述7幢樓宇外，本集團亦不持有由無錫華鵬佔用、總建築面積約為12,205.2平方米的18幢樓宇的房屋所有權證。然而，該等樓宇約74.0%（總建築面積約9,032.0平方米）乃由無錫華鵬以其本身名義及／或無錫瓶蓋的名義出租予第三方而並非用於無錫華鵬的業務營運。其餘總建築面積約3,173.2平方米的樓宇目前為空置。而且，根據無錫市的城鎮規劃，該18幢樓宇中總建築面積約11,142.3平方米的16幢樓宇在政府拆遷範圍之列。因此，本公司董事相信，該等產權瑕疵將不會對本集團的業務營運或財務狀況造成重大不利影響。就無錫華鵬

業 務

與相關第三方訂立的租賃協議而言，由於房屋所有權證所證明的物業擁有人無錫瓶蓋已同意該租賃，根據中國法律，該等租賃協議對無錫華鵬及相關第三方具有法律約束力。此外，該等租賃協議規定，倘協議因政府拆遷而終止，相關業主將無須承擔違約責任。如上所述，18幢樓宇中的16幢處於政府拆遷之列。因此，本公司中國法律顧問相信無錫華鵬將不會因租賃有產權瑕疵的該等樓宇而承擔重大法律責任。

租賃物業

截至2009年8月31日，本集團從不同第三方租賃了15幢總建築面積約為87,652.0平方米的樓宇或單元，以及4幅總面積約為27,095.3平方米的土地。4幅租賃土地的其中一幅為劃撥土地，作工業用途，面積約為11,031.0平方米，由無錫華鵬自無錫瓶蓋總廠租賃，自2004年1月起計為期10年。該等由無錫華鵬佔用的有產權瑕疵的18幢樓宇位於該幅土地上。有關該等18幢樓宇詳細資料，請參閱上文的「自置物業」分節。根據相關中國法律法規，僅有獲授權的政府實體有權租賃劃撥土地。因此，出租方無錫瓶蓋總廠並無權利將該幅土地出租予本集團。然而，根據無錫市的城市規劃，該等18幢樓宇中16幢屬於政府拆遷範圍之列，因此本集團預期於該等樓宇拆遷時盡快與無錫瓶蓋總廠終止該租賃協議。

2007年4月5日，本集團與一名第三方出租人訂立一份三年期租約（自2007年5月1日起），據此，本集團租賃位於廣州集體所有農用地上的兩幢樓宇。其後，於2009年4月1日，本集團與同一名第三方出租人就相同樓宇訂立為期一年的補充協議，補充協議一經簽署即已生效。於該兩幢樓宇中，本集團將其中總建築面積約2,871.0平方米的樓宇作貨倉用途。本集團將另一幢總建築面積約5,387.4平方米的樓宇作生產車間用途。誠如本公司中國法律顧問告知，該幅集體所有農地未獲主管部門合法批准租賃作非農業用途，因此，本集團作為承租人的權利不受中國法律保護。本集團計劃不遲於2012年4月將該貨倉及車間搬遷至番禺美特包裝的新物業，本集團預期不會產生任何重大搬遷費用。

此外，對於無錫華鵬目前佔用的一幢樓宇，本集團尚未能確定其租約的有效性，原因主要是臨沂的出租人尚未向本集團提供有關房地產權證。無錫華鵬租賃的該幢樓宇為用於生產目的，總建築面積約為2,300.0平方米。本公司中國法律顧問表示，該租賃協議的合法性及效力存在不確定性，本集團於該租賃協議下的權利可能不受中國法律及法規保護，本集團一直敦促並將繼續敦促出租人向本集團提供有關房地產權證。倘出租人未能提供有關權證，則租約於2010年7月屆滿後，本集團將不會續簽租約，並將物色替代場地。如有必要搬遷，則為控制所耗時間及產生的成本，本集團擬在按計劃進行年檢及維護期間搬遷有關設備，因此，除估算的不到人民幣50,000元的搬遷成本外，本集團預期將不會產生任何收入損失或其他潛在損失。

業 務

此外，對於杭州中糧包裝與中糧雙方於2009年8月13日訂立的辦公室租賃協議，本集團未能確定該協議的有效性，主要原因在於出租方未能向本集團提供相關合法所有權證明。本集團使用的辦公室總建築面積約為296.0平方米。本集團已接到出租方通知，該物業將於2009年底獲發所有權證。

於最後實際可行日期，本集團概不知悉對本集團佔用任何該等上述租賃物業的權利提出的任何異議。本公司中國法律顧問已確認，本集團與出租人訂立的餘下其他租賃協議均合法有效。

然而，須注意，相關業主並未就7項總建築面積約64,430.5平方米的樓宇租約向相關政府機構進行登記。不過，據本公司中國法律顧問表示，根據租賃樓宇所在城市的法規，本集團將毋須就未登記租賃協議而繳納罰款。本公司中國法律顧問進一步表示，有關未完成租賃登記事項將不會影響租賃協議的有效性。

第三方出租人的賠償保證

就本集團租賃的樓宇而言，番禺美特包裝租賃物業的出租人已同意就因缺少相關房屋所有權證及／或土地使用權證而令本集團可能蒙受的損害或損失向本集團作出一定數額的賠償。該產權瑕疵物業的建築面積約為8,258.4平方米，佔本集團全部存在產權瑕疵租賃樓宇的76.1%。

有產權瑕疵的物業

本公司董事經考慮下列因素後認為，本集團目前擁有或租賃的存在產權瑕疵的物業對本集團業務營運而言並不重大：

- 本集團目前擁有或租賃的存在產權瑕疵的樓宇的總建築面積約佔本集團目前自置及租賃樓宇總建築面積的8.8%。不計由無錫華鵬佔用的16幢存在產權瑕疵的樓宇，屬政府拆遷範圍之列，本集團目前擁有或租賃的有產權瑕疵的樓宇的總建築面積約佔本集團目前佔用樓宇總建築面積的5.0%。目前並非由本集團核心業務使用的產權存在瑕疵的樓宇的總建築面積約為18,393.6平方米；
- 本集團因生產而佔用的無房屋所有權證的樓宇的總建築面積約為7,687.4平方米，約佔本集團目前用於生產目的的樓宇的總建築面積的3.4%；及
- 對於目前非用於生產目的的產權存在瑕疵的樓宇，近期也不會用於本集團的核心業務營運。本集團一直敦促並將繼續敦促臨沂的出租人向本集團提供有關的物業產權證書。倘出租人不能向本集團提供該等證書，在該租賃協議於2010年7月屆滿後，本集團將不會續約，並將物色替代場地。

由於本集團擁有及佔用的沒有房屋所有權證的25幢樓宇並非作生產用途，本公司董事相信該等25幢樓宇沒有房屋所有權證將不會對本集團業務的正常營運造成重大不利影響。本公司中國法律顧問表示，就產權存在瑕疵的租賃物業而言，本集團將不會因出租人缺乏妥當的產權證書而被處以任何懲罰。就產權存在瑕疵的租賃樓宇而言，中糧及中糧香港已向本集團提供個別連帶賠償保證，保證就本集團因使用或佔用存在產權瑕疵的物業或租約無效的物業

業務

而產生或遭受的或可能產生或遭受的任何索償、損毀、損失、成本(包括任何搬遷成本)、開支、訴訟或法律程序，向本集團作出賠償。

環境及安全

為確保有效的環保及安全控制，本集團已實施兩套內部措施，一項涉及環境管理，另一項涉及生產安全管理。本集團的環境措施規限本集團經營(包括產生廢物的生產流程的各個階段、新建及擴建項目)的不同方面。另一方面，本集團安全措施載列防止發生相關安全事故的程序和規定。由於本集團僅生產氣霧罐而不會將物質加入氣霧罐內，本集團於生產中並無使用推進劑。2009年初，杭州中糧包裝及杭州中糧美特各自就環境保護及僱員安全管理系統獲得 OHSMS 18000 及 ISO 140000 認證。本集團預期其餘子公司將逐步獲得該等認證。

就此等措施而言，本集團已成立安全環保部，負責執行安全及環保措施及監管本集團安全及環保合規工作。此部門已制定一套安全及環境緊急應變計劃，據此，本公司已組成一支駐場緊急應變隊伍，實施一套緊急報告程序，並就特定種類的緊急情況制定程序。根據該等報告程序，最先發現緊急事故的僱員須採取補救措施以盡量減低任何潛在損失並及時匯報該緊急事故。本集團亦已在集團層面成立一個安全生產管理委員會，負責執行並監督本集團安全措施的遵守情況。本集團已在各營運子公司設立分委員會。

本公司一位副總經理負責安全及環保管理。該副總經理在安全生產管理方面有五年以上的經驗，並由杭州中糧包裝的總工程師協助，該總工程師在生產安全管理方面有15年的經驗，曾接受過安全產品管理培訓，並於2007年10月獲杭州主管產品安全監督的政府部門授予產品安全管理資格認證。

在本集團經營中，會產生廢氣、廢水和固體等廢物及噪音。本集團已安裝各種環境治理設備及裝備以降低排放，並完全遵守相關國家及地方環境要求及標準進行排放。例如，本集團已安裝設備，在廢氣排放進大氣前將之收集並燃燒，本集團亦已建成廢水治理站，於本集團將所有廢水排放出經營設施前將之收集並治理。本集團已委托專業廢物管理公司於本集團各經營設施收集、治理及處置固體廢物。通常而言，環境合規年度維護費用介於人民幣1,500,000元至人民幣2,000,000元之間。

2007年6月4日，杭州中糧美特因事先未向環境主管部門遞交申請並且在未填妥相關固體廢物轉讓表的情況下出售固體廢物而被處以人民幣150,000元的罰款。該罰款已依法悉數繳納。該項違規事件源於有關僱員未能遵守本集團內部環境管理措施，並欠缺有關環境保護法律及法規知識。為加強本集團內部控制措施，本集團已加強向僱員進行有關本集團環境管理措施及相關法律及法規的培訓。另外，自2007年6月25日起，杭州中糧美特委託一家擁有中

業 務

國環保部所頒發的處理危險廢料有效的許可證的廢料管理公司，幫助處置危險廢棄物料，避免日後再次發生該等違規事件。除上文所述外，就本公司董事所深知，本集團於往績記錄期並無涉及任何重大環境污染事故。

本公司中國法律顧問表示，就其所深知，除上文所述的其他事項外，本集團已於往績記錄期間及截至最後實際可行日期於所有重大方面遵守了相關環保法律及法規。

合規事宜

本集團的經營受多項國家及地方環境保護、工作環境安全及產品質量等法律及法規規制。進一步詳情請參閱本文件「法規概覽」一節。本公司中國法律顧問表示，除本文件「法規概覽」一節所披露者外，中國並無任何專門針對氣霧罐生產的重大專項法律法規。

本集團在遵守中央及地方政府和行業協會頒布的監管及行業標準合規措施方面同樣謹慎。除本文件另行披露者外，本公司中國法律顧問表示，本集團在所有重大方面均遵守所有適用的中國法律及法規，並已獲得本集團營運所需的所有必要許可及執照。

然而應注意，中糧包裝(鎮江)的初始投資者(為獨立第三方)在成立中糧包裝(鎮江)時並未取得國家發改委當地部門的批准。儘管如此，當地商務部門已批准設立中糧包裝(鎮江)，且中糧包裝(鎮江)目前持有有效的外商投資企業批准證書和有效的營業執照。另外，中糧包裝(鎮江)已完成稅務、外匯以及其他登記。由於上述原因，本公司中國法律顧問認為，未能獲得國家發改委的批准將不會對中糧包裝(鎮江)的有效設立和其繼續存續產生影響。另外，2008年5月，當中糧包裝(鎮江)向國家發改委當地部門申請批准增加註冊資本時，其已以口頭形式匯報公司設立時未取得所需批准。儘管未能取得所需的國家發改委設立批准，但國家發改委當地部門其後批准中糧包裝(鎮江)增加註冊資本。本公司董事相信，國家發改委當地部門對中糧包裝(鎮江)先前的違規情況有深入瞭解。基於此，本公司董事相信且本公司中國法律顧問認為，中糧包裝(鎮江)因其先前違規而遭受任何重大不利影響的風險相對較低。

此外，中糧包裝(武漢)尚未根據適用的中國法規完成社保及住房公積金登記。中糧包裝(武漢)於2008年9月8日獲發營業執照後即已成立，但尚未開始營運。因此，其尚未完成社會保障及住房公積金登記。根據適用的中國法規，所有企業須按規定於頒發營業執照後30日內完成相關社會保障及住房公積金登記。否則有關部門有權要求企業限期改正。如果公司未能限期改正或有任何嚴重違法行為，則有關部門可對各責任人分別處以最高人民幣50,000元

業 務

及人民幣10,000元的罰款。於本文件刊發日期，本集團並無收到有關部門要求糾正有關違反情況的任何通知。由於有關部門並無就糾正該等違反情況向本集團規定期限，本公司董事相信且本公司中國法律顧問認為，本集團不大可能受到任何處罰。

法律訴訟

於最後實際可行日期，本集團及其產業概無涉及任何可能對本集團業務或財務狀況構成重大不利影響的未決法律訴訟。

僱員

截至2009年6月30日，本集團有4,726名全職僱員，當中約910名為工程師及技術人員或具有高等教育背景的其他僱員。下表載列於2009年6月30日本集團按職能劃分的僱員數目：

職能	僱員數目	佔總數的百分比
管理及行政.....	766	16.2%
銷售及營銷.....	205	4.3%
研發技術及工程.....	551	11.7%
生產及質量控制.....	3,204	67.8%
總計	4,726	100%

於往績記錄期，本集團員工成本包括薪金、社會保險繳費，包括退休金、醫療保險、失業保險、生育保險及工傷保險、住房公積金及若干與僱員薪酬有關的支出。截至2006年、2007年及2008年12月31日止各年度各年及截至2009年6月30日止6個月，本集團員工總成本分別約為人民幣111,500,000元、人民幣150,800,000元、人民幣188,900,000元及人民幣91,500,000元，分別約佔本集團對應期間總收入的5.4%、5.5%、5.6%及5.5%。有關進一步詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註24。

除法定繳費外，本集團亦自願認繳一項年金計劃，該計劃是本集團為僱員達到若干年歲後的利益而設，自2009年1月1日起實施。該年金計劃由獨立第三方中國人壽保險股份有限公司管理。該年金計劃由中糧推出，適用於中糧集團及本集團的合資格僱員。截至2009年12月31日止的年度，本集團估計將為246名合資格僱員向該計劃劃繳費合計共約人民幣1,953,100元。

本集團與僱員訂立期限一至五年的勞動合同，其內容涉及工資、僱員福利、工作場所健康及安全條件、商業信息保密及終止僱用理由。除與中高級管理人員之勞動合同外，該等勞動合同一般包括一至三個月的試用期。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資訊並不完整及可予修訂。閱覽本網上預覽資料集時，必須一併細閱本資料集首頁所載的「警告」一節。

業 務

本集團過去未曾遇到對本集團經營業務造成重大影響的任何罷工、停工或勞資糾紛。本公司董事認為，本集團與僱員的關係良好。