

行業概覽

本節及本招股章程其他部分所載有關影響本公司業務的相關行業的資料及統計數據乃摘錄自政府官方出版物及資料。本公司並未獨立核證該等資料或統計數據。本公司、本公司的董事或顧問或參與全球發售的任何其他人士概無就該等資料及統計數據的準確性或完整性，或該等資料及統計數據所依據的任何相關經濟假設作出聲明。

緒言

根據Euromonitor的報告，於二零零七年十二月三十一日，按經營總建築面積計算，本公司為中國最大私營獨立地下商城的運營商及開發商。請參照「—資料來源」。Euromonitor為提供行業、國家及消費者商業資訊的獨立供應商。Euromonitor總部設於英國，並於一九七二年創辦，現時Euromonitor在美國、歐洲、南非、中東及亞洲均設有辦公室，僱員總數約為450人。Euromonitor的商業資訊產品包括網上資料數據庫、市場報告及商業參考刊物。Euromonitor提供顧問服務，其中包括支援市場、競爭對手及客戶資訊的商業調查及分析。至今本公司於中國經營的商城主要提供服裝服飾批發及零售。本公司開發的地下空間歸類為地下人民防空工程，並受中國相關法律及法規（見「規例」）監管。為善用於高度發展商業地區的有限空間，政府容許私人公司將地下人民防空工程發展及用於商業用途。

其他國家亦有相同地下商業設施。在日本，透過政府規劃及私人參與，地下民用設施已經行之有年。許多成功的地下購物空間均被視為發展稠密的市區內的鐵路或地鐵站的延伸。在美國，地下空間發展肇始於七十年代。在華盛頓西雅圖，Two Union Square的設計為多層地下廣場，各層均設出口接駁周圍主要道路。在法國巴黎，舉世聞名的羅浮宮連接龐大繁華市中心下的地下設施，接連地鐵、停車場及購物區。

儘管地下設施發展的背景、形式及設計各有不同。本公司相信，帶動這些發展的主要動力在於公眾及商業對高度發展商業地區內空間的需求。

中國地下空間

與其他國家的發展趨勢相似，中國作商業用途的地下空間集中於高度開發的地區，而自一九八零年代政府實施改革，允許將地下人民防空工程用作商業用途以來，中國地下空間發展步伐開始加快。一九九零年代，中國法律及法規明確規定允許外國資金投資於發展及營運地下人民防空工程。隨後，中國政府頒佈規定及通告，鼓勵私人及外國企業參與發展地下人民防空工程。主要改革的時間表概述如下：

一九八三年	中國政府頒佈有關在和平時期發展及使用地下人民防空工程的規定。
一九九三年	中國政府頒佈規例允許私人及外國企業注資發展地下人民防空工程。
一九九七年	中國政府頒佈有關外資企業投資地下人民防空工程業務的優惠稅務待遇規定。
二零零一年	中國政府頒佈通知，規定地下人民防空工程的擁有權及經營權分開，經營權可根據市場規則進行轉讓。
二零零三年	中國政府頒佈細則，列出利用私人及海外資金發展及興建地下人民防空工程的批准程序及行政監管。

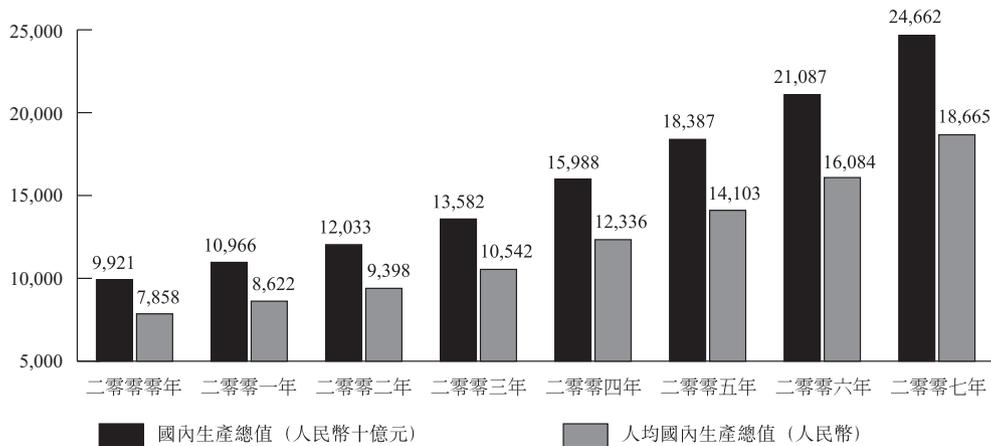
本公司已就已竣工、在建及作日後發展的地下人民防空工程項目從國家人民防空辦公室取得可作商業開發及運營的許可證。其中哈爾濱項目第四及五期、武漢項目及南昌項目，該等項目的許可證已分別授予人和集團，北京寶榮及KII(代表本公司及為本公司利益提出)。見「業務—本公司的項目」。

根據Euromonitor的報告，儘管獨立地下商城佔總地下面積的比重不高，然而獨立地下商城的起源可追溯至八十年代，歷史悠久，且其經營模式在中國多個地區亦普遍可見。有別綜合地下商城(通常會與地上建築物一同被開發，但易受地面建築結構所限制)，獨立地下商城被規劃、設計及建築為獨立設施，一般位於街道及道路下。

中國經濟

自中國政府於七十年代末實施經濟改革後，中國經濟一直急速增長。於二零零一年，中國加入世界貿易組織（「世貿」）後，中國經濟改革步伐進一步加快。中國國內生產總值由二零零零年約人民幣99,210億元增加至二零零七年約人民幣246,620億元，複合年增長率約為13.9%。於二零零七年，中國的國內生產總值較二零零六年增長約17.0%。於二零零四年十二月十一日，包括零售業等九個行業全面開放，允許外資參與，以符合中國加入世貿時所作出的承諾。下表載列中國二零零零年至二零零七年間各年的中國國內生產總值及人均國內生產總值。

中國國內生產總值及人均國內生產總值



資料來源：中國國家統計局

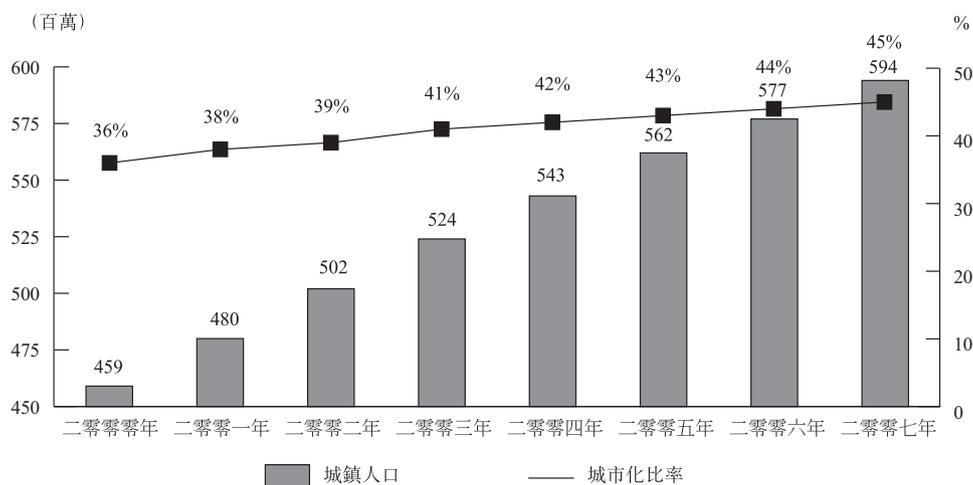
國際貨幣基金組織於其二零零七年四月版的世界經濟展望（「World Economic Outlook Database」）中估計，中國二零零八年實際國內生產總值年增長率為9.5%，速度高於全球多個已開發之經濟體系。

中國城鎮人口及城市化比率雙雙隨經濟發展趨勢而增長。根據中國國家統計局的資料，於二零零七年十二月三十一日，中國城鎮總人口達5.94億，較二零零零年十二月三十一日的4.59億增長29.4%。城市化比率（即城鎮人口佔總人口百分比）由二零零零年的36.2%上升至二零零七年的45.0%。本公司相信這種趨勢將增加人口稠密地區於戰時對地下空間的需求。本公司亦相信由於城鎮的平均可支配收入較鄉村人口的平均可支配收入為高，地市化趨勢會令平均消費開支上升。本公司預期這些趨勢將對地下商城業務有正面助益。

行業概覽

下表載列二零零零年至二零零七年間各年中國的城鎮人口及城市化比率增長。

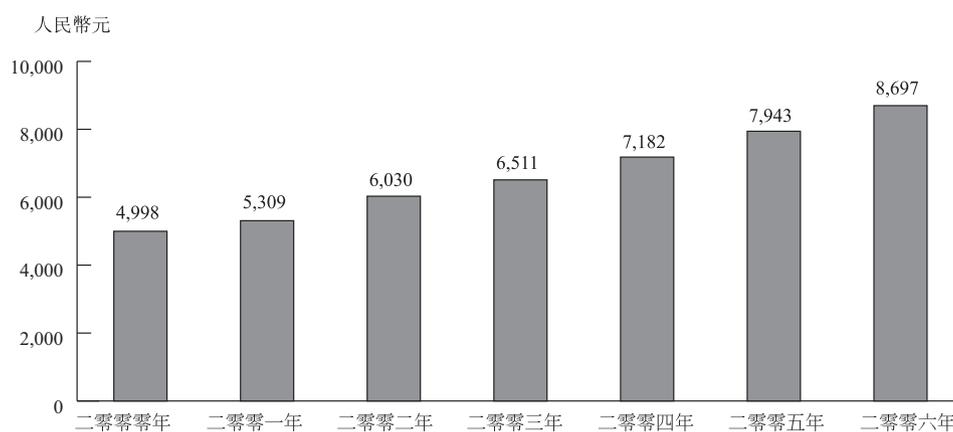
中國的城鎮人口及城市化比率



資料來源：中國國家統計局

城鎮家庭的年度生活開支亦顯示增長趨勢。下表載列中國城鎮家庭人均年度生活開支增長，由二零零零年的人均人民幣4,998元增至二零零六年的人均人民幣8,697元，複合年增長率為9.7%。

中國的城鎮家庭人均年度生活開支

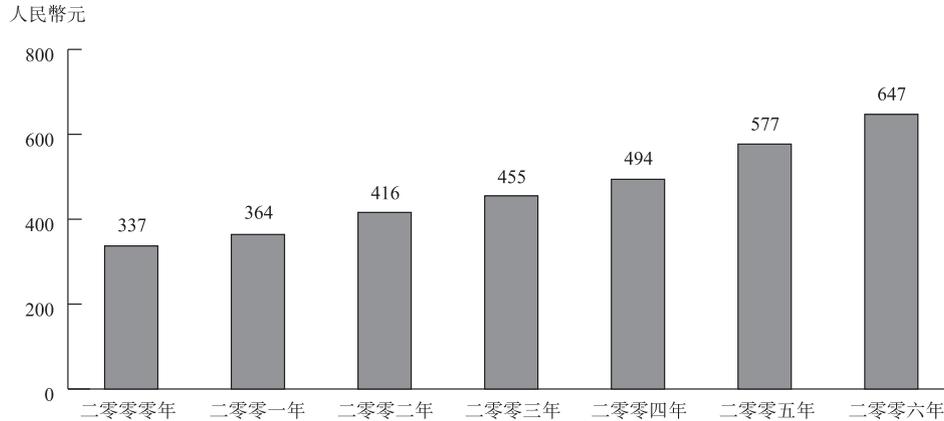


資料來源：中國國家統計局

行業概覽

城鎮人口二零零零年至二零零六年間的服裝開支的複合年增長率亦達11.5%，較整體生活開支增長率為高。

中國的城鎮家庭人均年度服裝類消費支出



資料來源：中國國家統計局

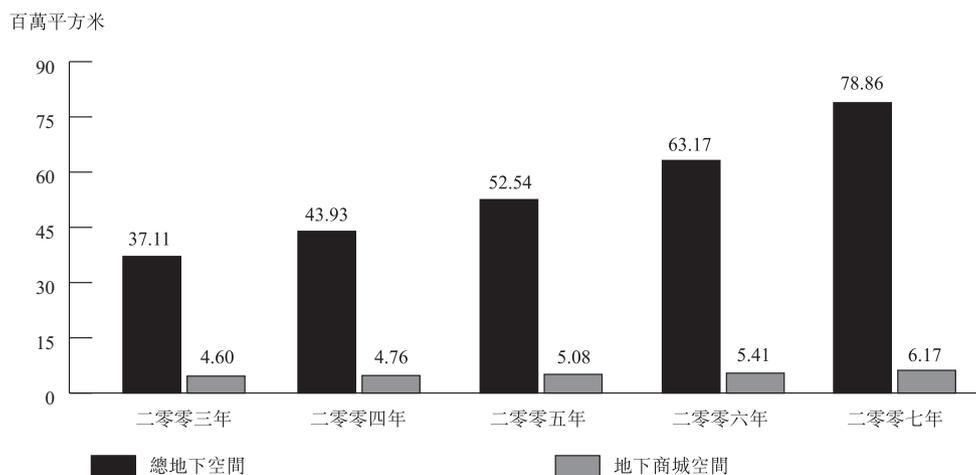
中國的地下空間

根據Euromonitor提供的資料，地下空間包括於地面下發展的面積，分為營運及可讓公眾使用面積。此包括過去人民防空空間(如防空洞)，但已改建用作社區或商業服務但不包括彼此不相連或不對公眾開放的地下室及與地面結構相連的地下空間。地下商城空間指作商業用途(例如零售及批發營運、娛樂中心及場所)，並僅由地下商城獨佔的地下空間。此包括純粹建於地下的商場及附屬於地面結構的綜合地下商城，例如商業中心或大型購物區。

行業概覽

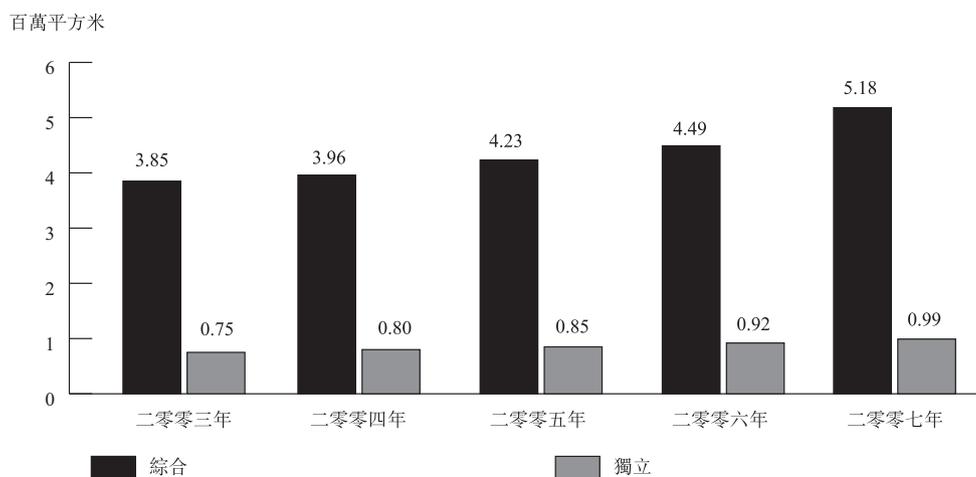
中國的總地下空間由二零零三年約3,711萬平方米增加至二零零七年的7,886萬平方米，複合年增長率約為20.7%，而地下商城空間則由二零零三年約460萬平方米增加至二零零七年的617萬平方米，複合年增長率約為7.5%。下表載列於二零零三年至二零零七年間各年中國總地下空間及地下商城空間的資料。

中國的地下空間



資料來源：Euromonitor

在地下商城空間中，綜合地下商城的規模由二零零三年約385萬平方米增加至二零零七年的518萬平方米，複合年增長率約為7.7%，同期獨立地下城的規模則由約75萬平方米增加至99萬平方米，複合增長率約為7.2%。下表載列於二零零三年至二零零七年間各年中國的綜合地下商城及獨立地下商城的資料。



資料來源：Euromonitor

行業概覽

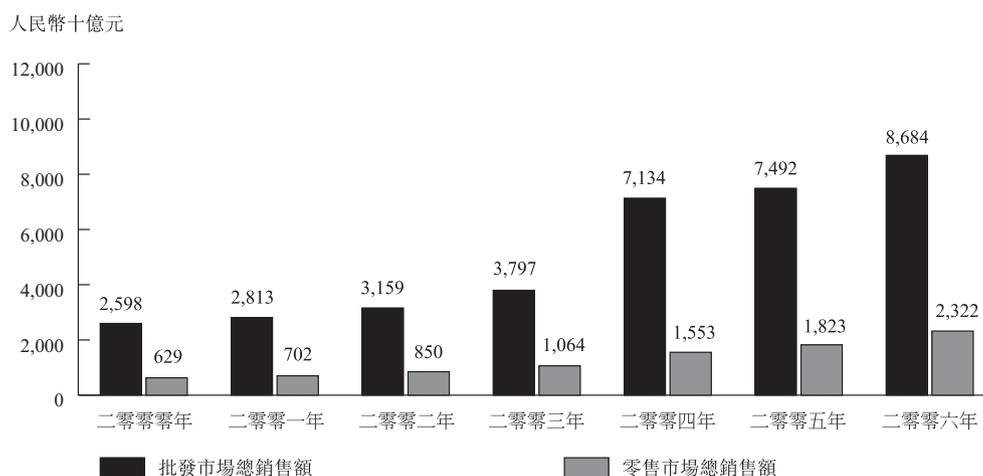
Euromonitor 估計目前共有超過80個地下商城，包括綜合地下商城及獨立地下商城，而哈爾濱、上海及廣州為擁有最多地下商城的三大城市。就地區而言，位於中國北部及東北部的城市如哈爾濱、北京、長春、瀋陽及大連被視為地下商城所在的主要地區，而中國東部則為第二大地下商城主要地區，包括上海、青島、濟南及南京。於中國南部、中部及東南部，廣州則擁有最多地下商城。

中國批發市場

根據聯合國統計署的資料，「批發」為轉售（不作任何改造的銷售）全新及二手商品予零售商、工業、商業、機構或專業使用者或其他批發商，或擔任代理或經紀商向前述人士及公司出售商品。批發商通常集中大批實物商品，將其分類及分級、散裝、以較少量的批次重新包裝及分銷。

批發在商品交易和經濟運行中扮演重要的角色。在中國，約50%工業產品及80%農產品由批發商銷售。二零零六年批發市場佔國內生產總值的41%，較二零零零年的26%有所增長。下表載列二零零零年至二零零六年各年批發及零售市場以總銷售額計算的規模。同期批發市場平均銷售額為零售市場平均銷售額的4倍。

中國的批發市場與零售市場



資料來源：中國國家統計局

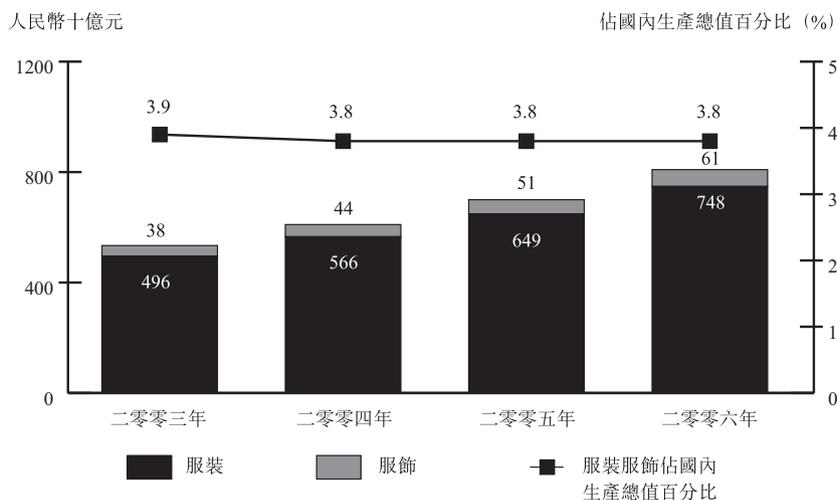
中國服裝銷售

中國已成為全球最大的服裝市場之一，中國服裝出口總值由一九九八年佔全球服裝貿易總值4.6%增加至二零零五年的25.9%。於國內，服裝服飾銷售額於二零零一年至二零零六年間的複合年增長率約為14%，與中國的國內生產總值的增長率一致。經濟迅速增長、城市化比率持續上升以及人均可支配收入增加促進了服裝服飾銷售的增長，從而令服裝服飾的零售和批發銷售亦出現增長。

本公司相信中國服裝市場分佈四散。由於全國960萬平方公里土地上有大量人口居住，服裝製造商依靠批發市場作為產品主要分銷途徑，隨著小型城市及鄉村地區的可支配收入及消費上升，大型城市的批發市場(小型城市或鄉村地區的批發商及零售商取得商品之處)近年亦見有持續增長。

下表載列服裝服飾於二零零三年至二零零六年間各年在中國的銷售額，其複合年增長率分別為14.7%及17.1%。同期，服裝服飾銷售額佔國內生產總值的百分比一直維持穩定，接近4%的水平。

服裝服飾在中國的銷售額

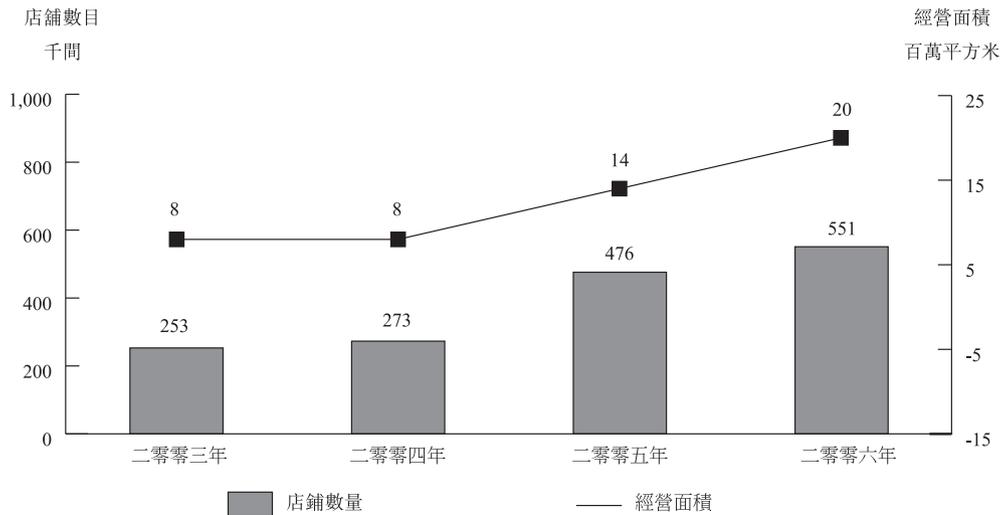


資料來源：國家統計局

銷售服裝的店舖數量及總經營面積上升亦反映中國的服裝服飾銷售額大幅增長。下表載列中國紡織品、服裝及鞋帽於二零零三年至二零零六年間各年的店舖數目及經營面積，複合年平均增長率分別為29.6%及33.4%。

行業概覽

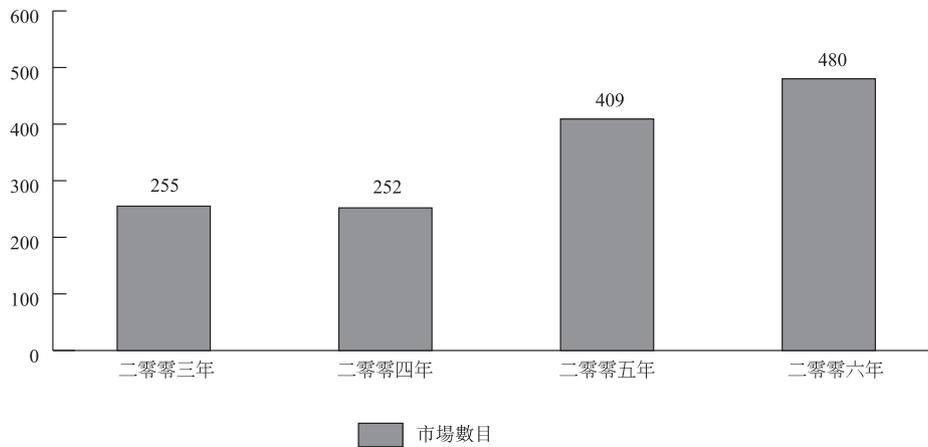
於中國市場總交易額逾人民幣1億元以上的紡織品、服裝及鞋帽店舖數目



資料來源：中國國家統計局

此外，專營紡織品、服裝及鞋帽的市場數目亦由二零零三年的255個增加至二零零六年的480個，複合年增長率為23.5%。

年交易額逾人民幣2億元的紡織品、服裝及鞋帽市場



資料來源：中國國家統計局

中國服裝批發業

本公司為地下商城的運營商及開發商，本公司將開發的地下空間出租，及轉讓其經營權予主要從事批發及零售服裝服飾業務的人士，並定期收取租金或收取一次性轉讓費（如適用）。本公司本身並不參與批發或零售業務，亦不直接透過租客的批發或零售業務獲取收入。然而，鑒於本公司所有現有地下設施均設計作地下商城，尤其是作為服裝批發中心，故服裝批發行業的增長將對服飾批發中心的需求有重大影響，並繼而影響本公司能否以對本公司有利的價格或條款出租地下商城或將其經營權轉讓。任何有關中國或本公司地下商城所在城市的服裝批發行業的資料僅顯示本公司業務倚重的市場的性質，不應詮釋為本公司現時從事或計劃從事服裝批發或零售業務。

概況

在中國，大部分服裝均透過位於全國各地的多層服裝批發市場進行分銷，其餘則由生產商和零售商舖分銷。批發市場作為服裝主要分銷渠道的領導地位建基於服裝行業結構鬆散。於二零零六年，中國約有480個主要服裝批發中心，如杭州四季青服裝市場、廣州白馬服裝市場及瀋陽五愛服裝市場。

批發市場的銷售商租用店面展示產品樣本，以招徠潛在買家。買家於店內下達訂單，且會將少量商品取去。故鄰近火車站等交通樞紐對中國的服裝批發市場來說甚為重要。就大額訂單而言，銷售商直接由貨倉付運產品。此外，賣家亦會向希望取得「批發價」優惠的零售客銷售產品。

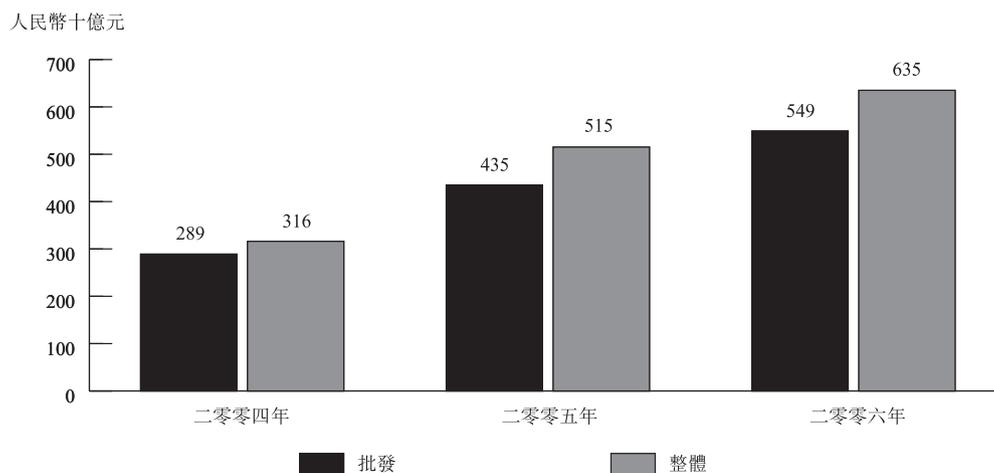
中國服飾批發行業按規模分為三層：

- 第一層為全國性市場，一般鄰近服裝生產中心（如廣州）。大部分賣家為生產商及分銷商。
- 第二層為地區性市場，位於地區或省級商業及交通中心（如華中地區主要城市鄭州）。此等市場的賣家為地區分銷商及批發商，大部分向第一層市場賣家訂貨，繼而轉售予地方零售商及第三層批發商。
- 第三層為小城市的地方批發中心，較接近最終消費市場，顧客主要為地方零售商。

服裝批發市場增長

下表載列二零零四年至二零零六年間各年中國服裝及鞋帽的批發市場銷售額與整體（即批發加上零售）市場對比。誠如下圖所載，批發一直佔總銷售額絕大部分。

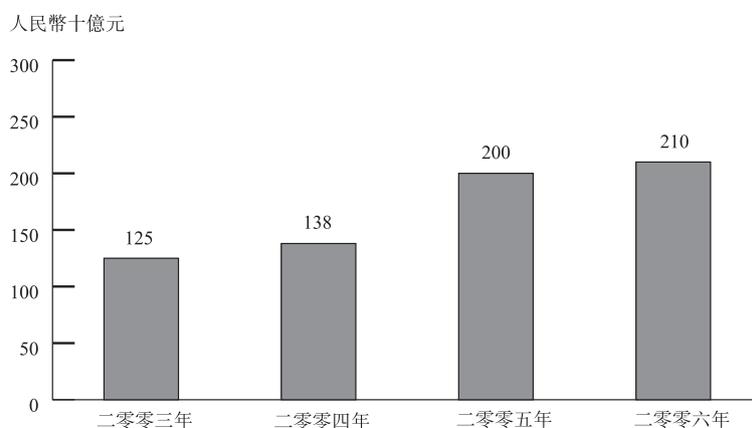
服裝及鞋帽批發銷售額與整體市場對比



資料來源：中國國家統計局

中國服裝批發市場於過去數年一直迅速增長。下表載列僱員人數為20人或以上且年銷售額為人民幣2千萬元或以上的中國服裝批發企業於二零零三年至二零零六年間各年的銷售額，複合年增長率為18.9%。

超過指定規模⁽¹⁾的中國服裝批發企業銷售額



資料來源：中國國家統計局

行業概覽

附註：

- (1) 指定規模指擁有20名或以上僱員且全年銷售額為人民幣2千萬元或以上的中國服裝服飾企業的銷售額。

本公司經營所在城市經濟

哈爾濱

哈爾濱為黑龍江省省會，位於中國東北地區，二零零七年人口約為990萬。該市於二零零二年至二零零七年六年間的本地生產總值增長率甚高。於二零零七年，哈爾濱的本地生產總值約達人民幣2,440億元，人均本地生產總值約為人民幣24,768元。哈爾濱城鎮家庭人均年度可支配收入由二零零二年約人民幣7,004元增加至二零零七年約人民幣12,772元，期內的複合年增長率約為12.8%。下表載列所示期間哈爾濱若干經濟統計數據。

	二零零二年	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零七年
名義本地生產總值 (人民幣十億元)	123	141	168	183	209	244
實質本地生產總值 增長率(%)	11.5%	13.5%	14.7%	14.1%	13.5%	13.5%
人均本地生產總值 (人民幣)	12,993	14,826	17,321	18,852	21,374	24,768
城鎮家庭人均年度 可支配收入 (人民幣)	7,004	7,893	8,940	10,065	11,230	12,772
城鎮家庭人均年度消費 開支(人民幣)	5,500	6,230	6,896	7,897	8,515	9,294

資料來源：哈爾濱市統計局

行業概覽

廣州

廣州為華南地區最大的城市，亦為廣東省省會。於二零零七年，廣州人口約為1,000萬。該市於二零零二年至二零零七年六年間的本地生產總值增長率甚高。廣州於二零零七年的本地生產總值約為人民幣7,050億元，人均本地生產總值約為人民幣71,219元。廣州城鎮家庭人均年度可支配收入由二零零二年約人民幣13,380元增至二零零七年約人民幣22,469元，期內的複合年增長率為10.9%。下表載列所示期間廣州若干經濟統計數據。

	二零零二年	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零七年
名義本地生產總值 (人民幣十億元) . . .	320	376	445	515	607	705
實質本地生產總值 增長率(%)	13.2%	15.0%	15.0%	13.0%	14.7%	14.5%
人均本地生產總值 (人民幣)	32,339	38,398	45,906	53,809	63,100	71,219
城鎮家庭人均年度 可支配收入 (人民幣)	13,380	15,003	16,884	18,287	19,851	22,469
城鎮家庭人均年度消費 開支(人民幣)	10,672	11,571	13,121	14,468	15,445	18,951

資料來源：廣州市統計局

鄭州

鄭州為河南省省會，位於華中地區，二零零七年人口約為740萬。鄭州於二零零七年的本地生產總值約達人民幣2,420億元，人均本地生產總值約為人民幣33,169元。鄭州城鎮家庭人均年度可支配收入由二零零二年約人民幣7,495元增至二零零七年約人民幣13,692元，期內的複合年增長率為12.8%。下表載列所示期間鄭州若干經濟統計數據。

	二零零二年	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零七年
名義本地生產總值 (人民幣十億元) . . .	93	110	138	165	200	242
實質本地生產總值 增長率(%)	10.9%	14.7%	15.5%	15.8%	15.7%	15.6%
人均本地生產總值 (人民幣)	13,584	15,910	19,415	23,045	27,798	33,169
城鎮家庭人均年度 可支配收入 (人民幣)	7,495	8,346	9,364	10,640	11,822	13,692
城鎮家庭人均年度消費 開支(人民幣)	5,480	5,958	6,619	7,223	7,619	8,757

資料來源：鄭州市統計局

行業概覽

瀋陽

瀋陽為遼寧省省會，位於中國東北部，二零零七年人口約為710萬。瀋陽於二零零七年的本地生產總值約為人民幣3,070億元，人均本地生產總值約為人民幣43,307元。瀋陽城鎮家庭人均年度可支配收入由二零零二年約人民幣7,050元增加至二零零七年約人民幣14,607元，期內的複合年增長率為15.7%。下表載列所示期間瀋陽若干經濟統計數據

	二零零二年	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零七年
名義本地生產總值 (人民幣十億元)	140	160	190	208	248	307
實質本地生產總值 增長率(%)	13.1%	14.2%	15.5%	16%	16.5%	17.7%
人均本地生產總值 (人民幣)	20,322	23,248	27,392	29,833	35,283	43,307
城鎮家庭人均年度 可支配收入 (人民幣)	7,050	7,961	8,924	10,098	11,651	14,607
城鎮家庭人均年度消費 開支(人民幣)	6,074	6,690	7,213	7,863	8,670	11,256

資料來源：瀋陽市統計局

資料來源

Euromonitor

由於中國政府官方出版品及資料並不披露中國地下民用空間的情況，有關地下民用空間發展的統計數據乃摘錄自本公司委託進行行業研究並以英國為總部的市場及競爭者資訊服務供應商Euromonitor的資料。Euromonitor獨立於本公司、本公司的關連人士及聯席保薦人。本公司委託Euromonitor編撰並於二零零八年五月刊發一份名為《中國地下服裝商城》(「Underground Apparel Shopping Centers in China」)的報告，該報告為本節的主要資料來源之一，涉及成本35,000美元。

中國國家統計局

中國國家統計局為國務院直屬機構，主管全國統計及經濟核算工作。國家統計局為本公司的獨立第三方。於本招股章程中披露的來自國家統計局的資料為官方公開資料，乃在國家統計局日常活動程序中編製。