

本節載有自官方、市場及其他第三方資料來源取得的若干資料。董事相信，該等資料來源為有關資料的合適來源。本公司已合理審慎地選擇及識別上述資料來源，以及編撰、摘錄及轉載該等資料。董事並無理由相信，該等資料不確或有誤導成分或遺漏任何事實，致使該等資料不確或有誤導成分。然而，此等事實及統計數據並未經本公司、獨家保薦人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商或彼等各自聯屬公司、董事及顧問或全球發售任何其他參與方獨立核實。上述人士對該等資料是否正確或完整並不發表任何聲明。此等資料可能與其他可得的資料不符，也可能不確，不應過分依賴。

若干資料及統計數據乃摘錄自尚普的包裝報告及北京華經縱橫諮詢的蜂窩報告。摘錄自包裝報告及蜂窩報告的資料，反映基於尚普及北京華經縱橫諮詢的研究及分析對市場狀況作出的估計。摘錄自包裝報告及蜂窩報告的資料，不應視為尚普及北京華經縱橫諮詢提供的投資依據，而對包裝報告及蜂窩報告的引述，亦不應視為尚普及北京華經縱橫諮詢對任何證券價值或投資於本公司是否可取的意見。儘管本公司已合理審慎地摘錄、編撰及轉載該等資料及統計數據，本公司、獨家保薦人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商、彼等各自的聯屬公司、董事或顧問，或全球發售任何參與方，均未獨立核實該等直接或間接摘錄自官方政府刊物的資料及統計數據，對其準確性亦無發表任何聲明。有關資料及統計數據可能與其他人士編撰的其他資料及統計數據不符。

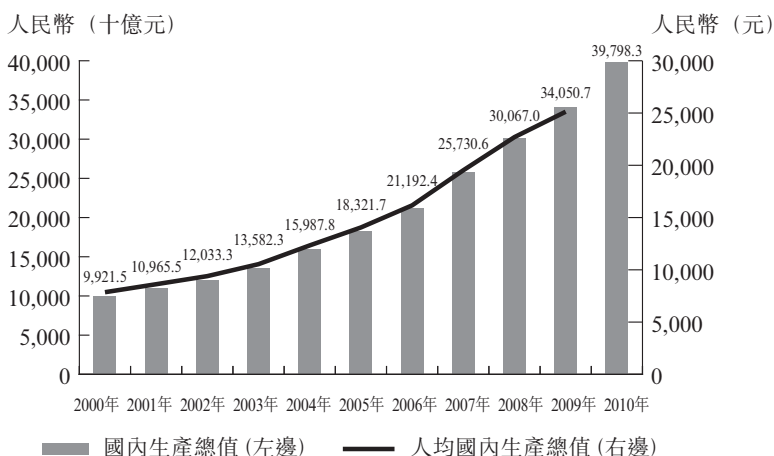
中國經濟概覽

中國經濟增長穩健

中國自一九七八年經濟改革以來經濟迅猛增長。根據中國國家統計局發佈的統計數據顯示，中國國內生產總值由二零零零年約人民幣99,215億元穩步躍升至二零一零年約人民幣397,983億元，二零零零年至二零一零年間複合年增長率約達14.9%。儘管二零零八年第四季爆發全球金融危機，但中國經濟抵禦能力較強，經中國政府適時實施連串振興經濟措施後，更錄得強勁增長，其國內生產總值增長於二零一零年維持在約16.9%的水平。二零零九年中國人均國內生產總值約為人民幣25,125元，自二零零零年起計複合年增長率約為13.8%，而與去年比較，則上升約10.7%。本集團目前的生產基地位於廣東省，另短期內計劃在河南省及安徽省設立生產基地。根據廣東省統計局的統計數據，廣東省截至二零一零年十二月三十一日止三個年度的國內生產總值，分別約達人民幣36,797億元、人民幣39,483億元及人民幣45,473億元，分別約佔全國國內生產總值12.2%、11.6%及11.4%。根據安徽省及河南省統計局的統計數據，安徽省截至二零一零年十二月三十一日止三個年度的國內生產總值，分別約達人民幣8,852億元、人民幣10,063億元及人民幣12,263億元，分別約佔全國國內生產總值約

2.9%、3.0%及3.1%。河南省截至二零一零年十二月三十一日止三個年度的國內生產總值，分別約達人民幣18,408億元、人民幣19,367億元及人民幣22,943億元，分別約佔全國國內生產總值6.1%、5.7%及5.8%。

二零零零年至二零一零年中國國內生產總值及人均國內生產總值



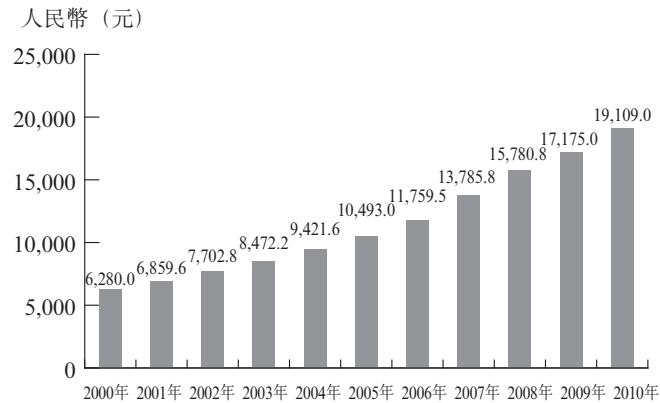
資料來源：中國國家統計局

註：截至最後實際可行日期，未有二零一零年人均國內生產總值。

個人財富增長增強購買力

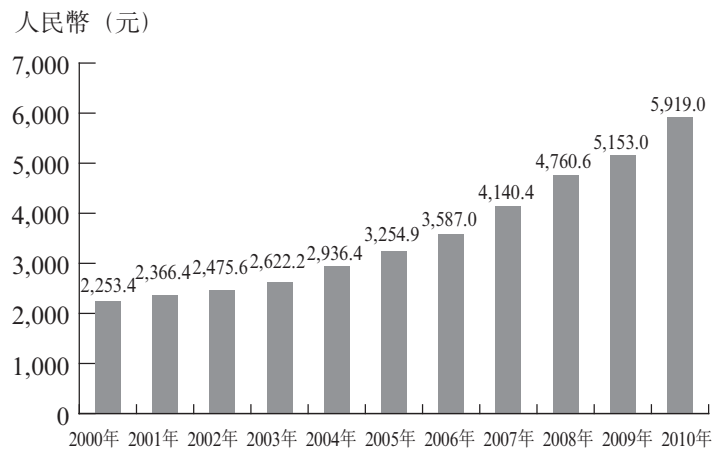
根據中國國家統計局資料顯示，中國城鎮家庭人均可支配年收入於二零零零年至二零一零年複合年增長率約11.8%，二零一零年升至人民幣19,109.0元，較二零零九年增長約11.3%，而中國農村家庭人均年收入淨額由二零零零年至二零一零年按約10.1%的複合年增長率攀升，而與去年比較，於二零一零年升至人民幣5,919.0元，增幅約達14.9%。中國城鎮家庭可支配年收入及農村家庭年收入淨額雙雙上躍，改善了中國人民的購買力。鑒於中國計劃加快城市化，預期消費需求亦會相應上升。下圖列示二零零零年至二零一零年中國城鎮家庭人均可支配收入及農村家庭人均年收入淨額。

二零零零年至二零一零年中國城鎮家庭人均可支配年收入



資料來源：中國國家統計局

二零零零年至二零一零年中國農村家庭人均年收入淨額

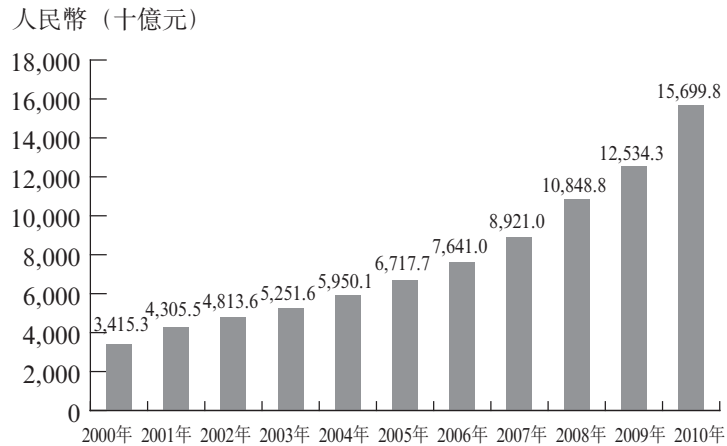


資料來源：中國國家統計局

中國零售收入持續上升

個人財富增加刺激人民改善生活水平的渴望，此成為增加消費品需求的推動因素。根據中國國家統計局資料顯示，消費品零售總收入由二零零零年起按約16.5%的複合年增長率穩步躍升。藉著政府於二零零八年十一月推出的《四萬億元經濟振興方案》推動內需，中國零售總收入於二零一零年保持高增長。二零一零年，零售總收入較去年同期增長25.3%至約人民幣156,998億元。下圖列示二零零零年至二零一零年中國消費品零售收入增長。

二零零零年至二零一零年中國零售總收入

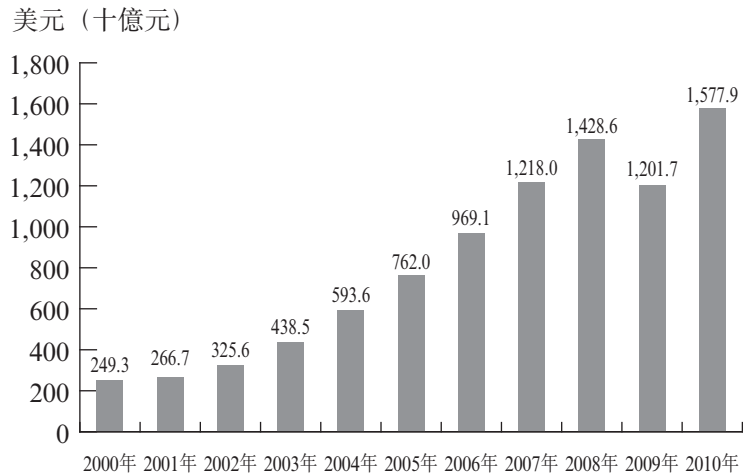


資料來源：中國國家統計局

中國出口總值回升

二零零八年第四季，全球金融危機爆發，打擊中國二零零九年出口需求，導致該年出口總值大幅下挫。根據中國海關的統計數據顯示，二零零九年出口總值下滑至約12,017億美元，較二零零八年減少約15.9%，為中國20年來首次錄得出口總值按年跌幅。踏入二零一零年，中國海外需求回升，於二零一零年，中國出口值亦增至約15,779億美元，較去年飆升約31.3%，並超逾二零零八年全球金融危機爆發前約14,286億美元的出口總值。下圖列示二零零零年至二零一零年中國出口總值。

二零零零年至二零一零年中國出口總值



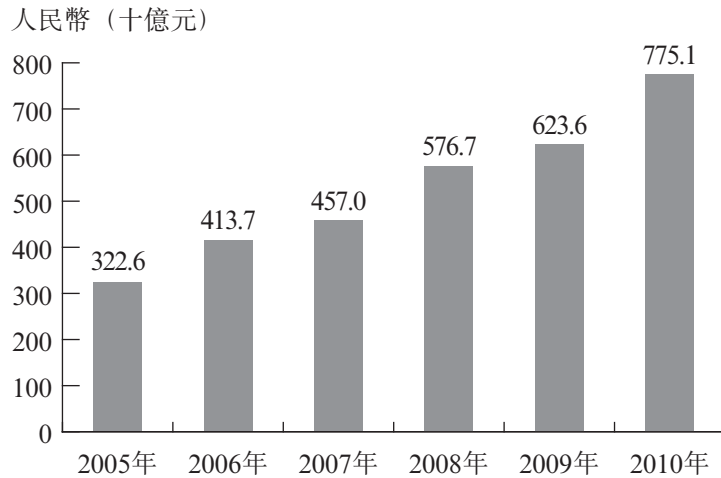
資料來源：中國海關

中國包裝業

包裝不僅可在運輸及倉儲時為產品提供保護，也可用作一款市場推廣物料，吸引潛在客戶購買所包裝的產品。包裝表面設計時尚，可快捷有效地向整體客戶傳遞產品訊息。

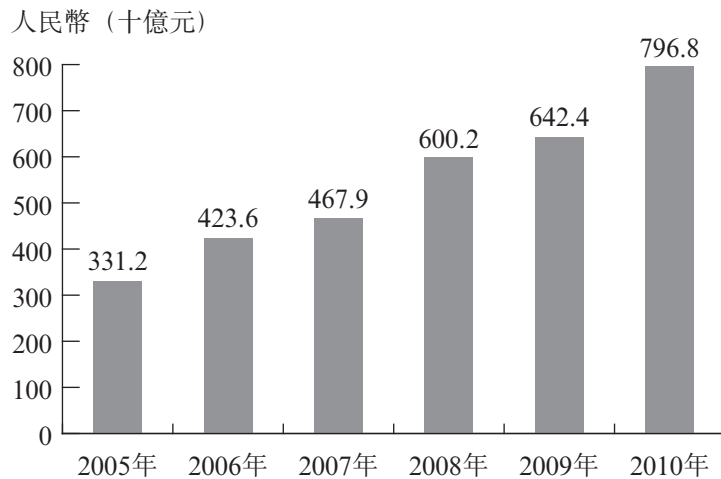
根據包裝報告顯示，二零一零年，中國包裝業總收入約人民幣7,751億元，與二零零五年約人民幣3,226億元比較，複合年增長率約為19.2%。二零一零年，中國包裝業生產總值約人民幣7,968億元，與二零零五年約人民幣3,312億元比較，複合年增長率約達19.2%。

二零零五年至二零一零年中國包裝業總收入



資料來源：包裝報告

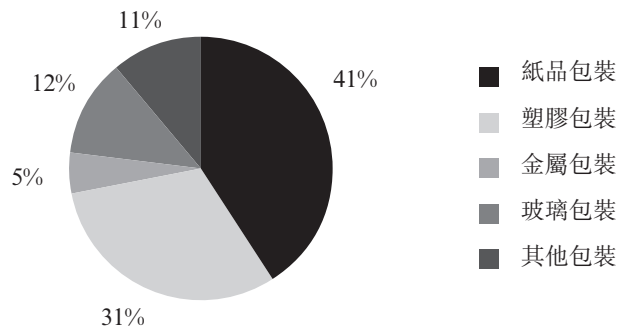
二零零五年至二零一零年中國包裝業生產總值



資料來源：包裝報告

根據包裝報告資料所示，中國包裝業行業生產總收入主要由五個部分組成，即：(1)紙品包裝；(2)塑膠包裝；(3)金屬包裝；(4)玻璃包裝；及(5)其他包裝。二零一零年，單以總收入論，紙品包裝分部高踞中國包裝業最大分部，為數約人民幣3,219億元，佔包裝業總收入約40.4%。

二零一零年中國包裝業分部收入分佈



資料來源：包裝報告

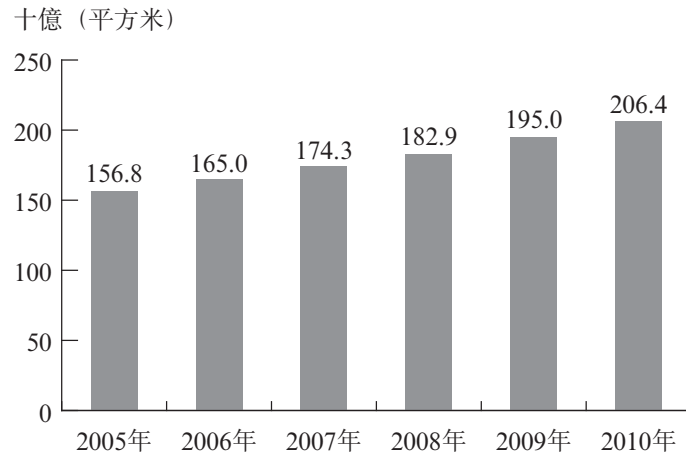
中國瓦楞紙箱包裝業

鑒於上述統計數據，紙品包裝是中國二零零九年包裝業最大分部。根據包裝報告資料所示，造紙業可分為五個分部，即：(1)瓦楞芯紙；(2)功能性防護紙；(3)包裝裝潢用紙；(4)牛皮箱板紙；及(5)白板紙。

瓦楞紙箱包裝是集輕身、堅固、實用及經濟於一身的包裝款式。在包裝應用上，瓦楞紙箱包裝可取代泡沫及塑膠等其他包裝產品。此外，鑒於大部分瓦楞紙箱包裝物料均可循環再造，可視之為環保物料。瓦楞紙板是一種結實的運輸及包裝材料，可按多種形式及大小造形、切割及摺疊。瓦楞紙箱表面可直接印上高解像度的圖案及優質印刷字樣。瓦楞包裝為有效運輸套件形式，提供有效保護及識別作用。瓦楞芯紙由再造紙植物纖維製成，使其晉身可循環再造及可再生資源行列。

根據包裝報告資料顯示，全球瓦楞紙箱產量持續上升，二零零五年至二零一零年間複合年增長率約5.7%，產量於二零一零年已達約2,064億平方米。

二零零五年至二零一零年全球瓦楞紙箱產量



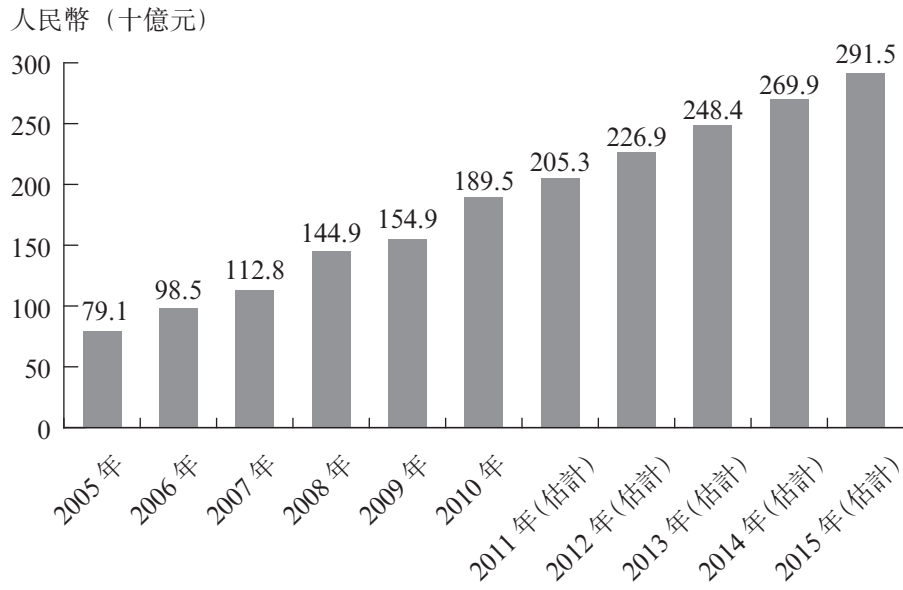
資料來源：包裝報告

瓦楞紙箱包裝分部正在飛躍發展，這可從其總收入、產值及產量等幾個指標得到證實。二零一零年產值約人民幣1,974億元，與二零零五年約人民幣823億元比較，複合年增長率約為19.1%。此外，二零一零年，中國瓦楞紙箱包裝業收入約為人民幣1,895億元，與二零零五年約人民幣791億元比較，複合年增長率約為19.1%。中國瓦楞紙箱包裝業產量總額於二零一零年達到約28,400,000噸，與二零零五年約10,600,000噸比較，複合年增長率約21.8%。

二零零五年至二零一零年，中國瓦楞紙箱包裝業未受二零零八年最後一季全球金融危機對全球經濟造成的不利影響拖累，產量及收入均大幅上升，增幅超逾中國國內生產總值增長。預期日後瓦楞紙箱包裝分部將持續拾級而上。另外，據第十二個五年規劃顯示，二零一一年至二零一五年間的國內生產總值年增長率目標定為7%。根據包裝報告所示，二零一五年瓦楞紙箱包裝業總收入預測約人民幣2,915億元，由二零一零年起計複合年增長率約9.0%；預期總產值於二零一五年將達約人民幣3,016億元，由二零一零年起計複合年增長率約8.8%；及預期總產量於二零一五年將達約42,800,000噸，由二零一零年起計複合年增長率約8.6%。

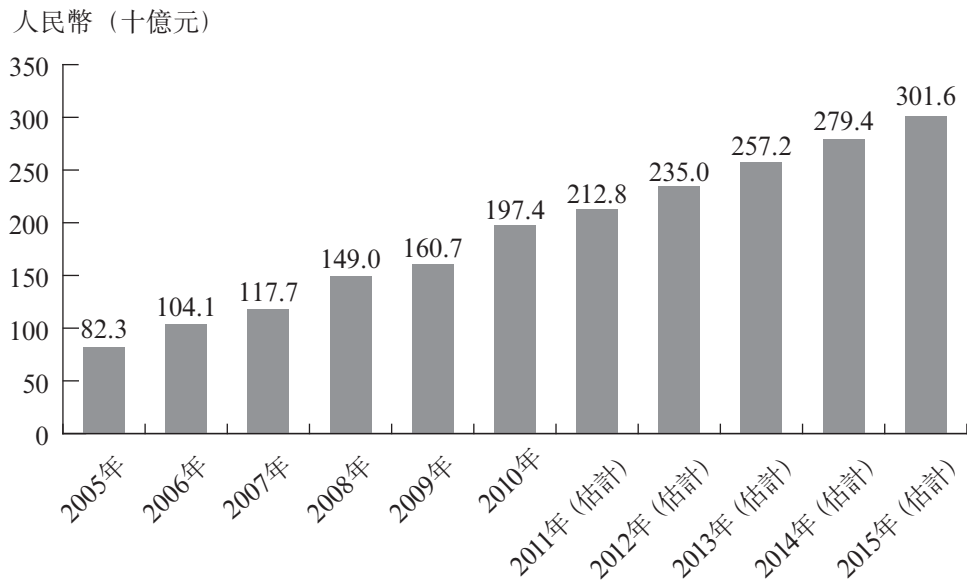
行業概覽

二零零五年至二零一五年中國瓦楞紙箱包裝業總收入



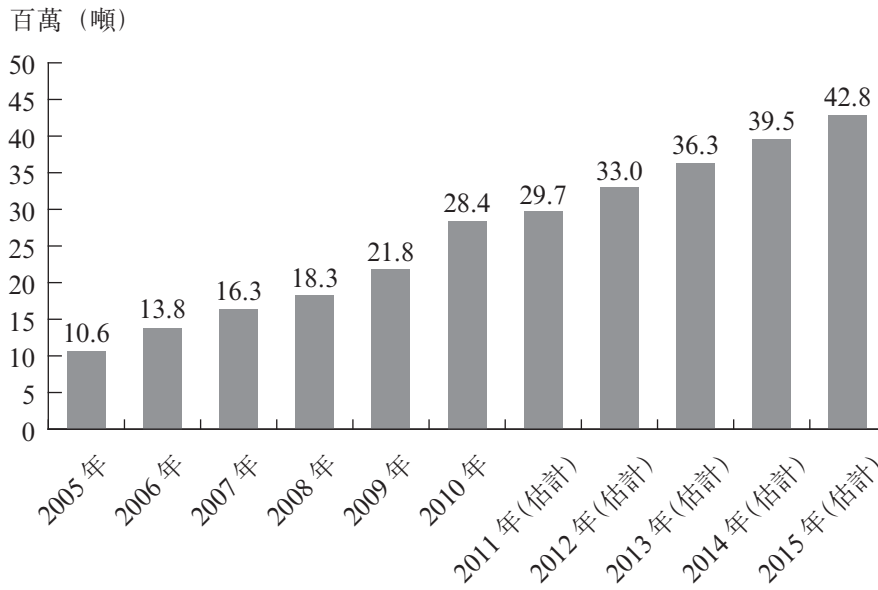
資料來源：包裝報告

二零零五年至二零一五年中國瓦楞紙箱包裝業總產值



資料來源：包裝報告

二零零五年至二零一五年中國瓦楞紙箱包裝業總產量



資料來源：包裝報告

中國家用空調紙製包裝市場

概覽

二零零九年，中國生產約165,000,000個家用空調紙箱，總收入約人民幣723,000,000元，銷量約161,600,000個。中國家用空調紙製包裝市場的供應商總數超過100家，其中五大供應商於二零零九年約佔中國市場該行業總收入62.9%。

中國近年已成為全球最大的空調生產基地。各大領先空調製造商的各個生產基地，均需要大量紙製包裝箱包裝產品。此外，空調製造商需要供應商有效率地交付紙製包裝箱，因此，鄰近製造商生產基地的包裝箱供應商，因運輸成本較低，可享競爭優勢。

市場分佈

收入

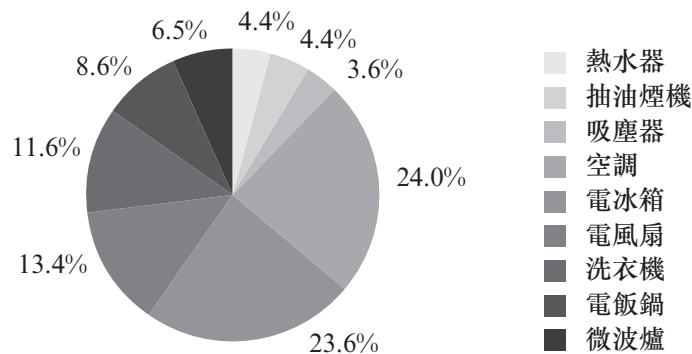
根據受本集團委託編製的思緯報告，於二零零九年中國家用空調包裝業務佔中國白色家電包裝業務的總收入約24.0%。二零零九年，中國家用空調紙製包裝產品銷售總收入約為人民幣723,000,000元，佔二零零九年白色家電總收入最高市場佔有率。其中本公司收入約人民幣185,800,000元，約佔中國家用空調紙製包裝產品銷售總收入25.7%，其次的競爭對手僅約佔中國家用空調紙箱銷售總收入13.6%。本公司供應的客戶包括中國兩大空調製造商格力和美的，以及中國主

行業概覽

要空調製造商之一格蘭仕。二零零九年，廣東省生產約41,200,000台家用空調，約佔中國總市場佔有率50.5%。我們相信，本公司的地理位置鄰近主要空調製造商在廣東省的主要生產基地，因而從中受惠。二零零九年，五大供應商家用空調紙製包裝產品銷售總收入約人民幣454,800,000元，約佔中國家用空調紙製包裝產品銷售總收入62.9%。家用空調紙製包裝產品五大供應商之中，二零零九年以本公司收入最高，約達人民幣185,800,000元，約佔中國家用空調紙製包裝產品五大供應商銷售總收入25.7%。

下圖表明二零零九年各中國白色家電紙製包裝產品中，家用空調紙製包裝產品的收入佔比最高，佔白色家電紙製包裝產品總收入約24.0%。

二零零九年中國白色家電紙製包裝產品總收入 — 各類產品所佔比重



資料來源： 思緯報告

往績記錄期內，家用空調紙製包裝產品分別錄得收入約人民幣185,900,000元、人民幣185,800,000元及人民幣335,900,000元，佔本集團收入重大比例，分別約佔紙製包裝產品分部同期收入50.0%、47.8%及59.4%。

行 業 概 覽

下表列載二零零九年中國家用空調紙製包裝產品五大供應商各市場佔有率(按家用空調紙箱銷售收入及銷量計算)。

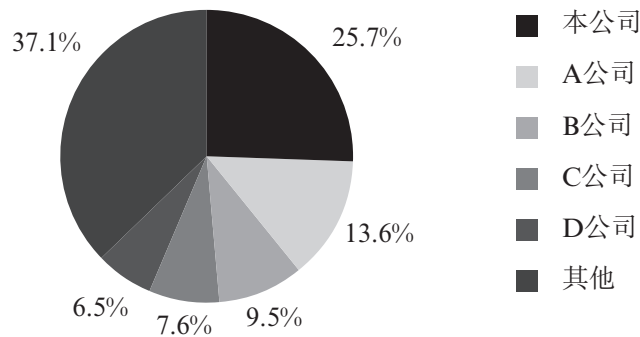
二零零九年中國家用空調紙製包裝產品五大供應商市場佔有率
(按家用空調紙箱銷售收入及銷量計算)

排名	製造商名稱	收入 人民幣百萬元	銷量 百萬個箱	收入市場 佔有率 %	銷量市場 佔有率 %
1	本公司	185.8	46.4	25.7%	28.7%
2	A公司	98.2	21.9	13.6%	13.6%
3	B公司	69.0	15.4	9.5%	9.5%
4	C公司	55.0	11.7	7.6%	7.2%
5	D公司	46.8	10.0	6.5%	6.2%
五大供應商小計		454.8	105.4	62.9%	65.2%
其他		<u>268.2</u>	<u>56.2</u>	<u>37.1%</u>	<u>34.8%</u>
總計		<u>723.0</u>	<u>161.6</u>	<u>100%</u>	<u>100%</u>

資料來源： 思緯報告

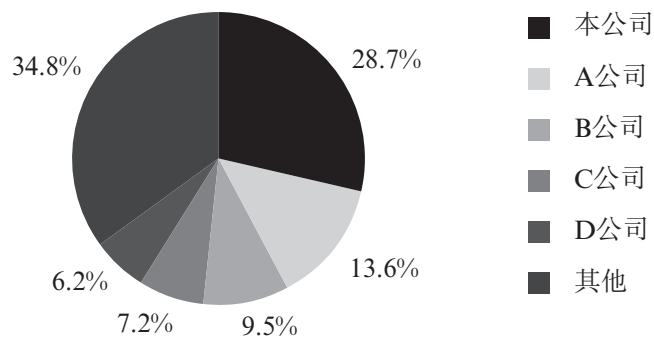
下圖表明中國家用空調紙製包裝產品五大供應商收入各自佔家用空調紙製包裝產品供應商銷售總收入的百分比明細(按銷售收入計算)。

中國五大家用空調紙製包裝產品供應商銷售收入



資料來源：思緯報告

下圖表明中國家用空調紙製包裝產品五大供應商銷量各自佔家用空調紙箱銷量總額的百分比明細(按銷量計算)。



資料來源：思緯報告

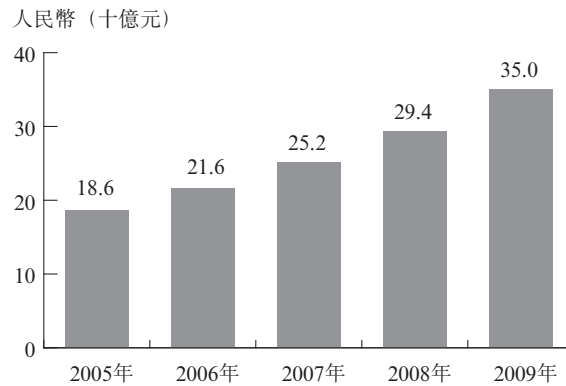
蜂窩紙製產品

根據蜂窩報告，蜂窩紙製產品由於其可回收及輕巧特性，於包裝行業具高度競爭力。此外，二零零九年，在國外逾70%木材包裝產品被蜂窩紙製產品所取代，而在中國包裝行業亦少有蜂窩紙製品替代品。

根據蜂窩報告，蜂窩紙製產品於二零零九年的全球生產值約人民幣3,770億元，而二零零八年則約人民幣3,450億元，增長率約9.28%。

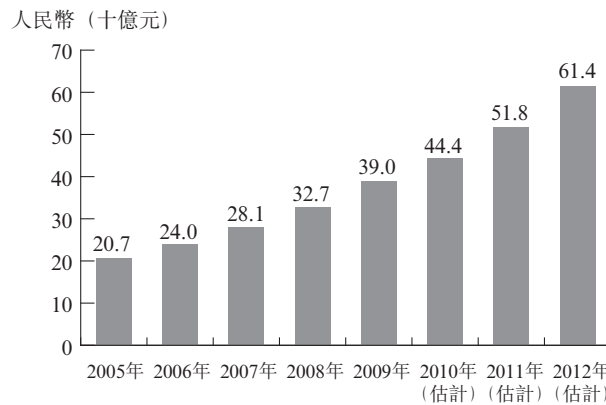
根據蜂窩報告，中國蜂窩紙製產品的需求由二零零五年約人民幣186億元大幅增加至二零零九年約人民幣350億元，複合年增長率約為17.1%。中國蜂窩紙製產品的生產值由二零零五年約人民幣207億元增加至二零零九年約人民幣390億元，複合年增長率約17.2%。

二零零五年至二零零九年中國蜂窩紙製產品的需求



資源來源： 蜂窩報告

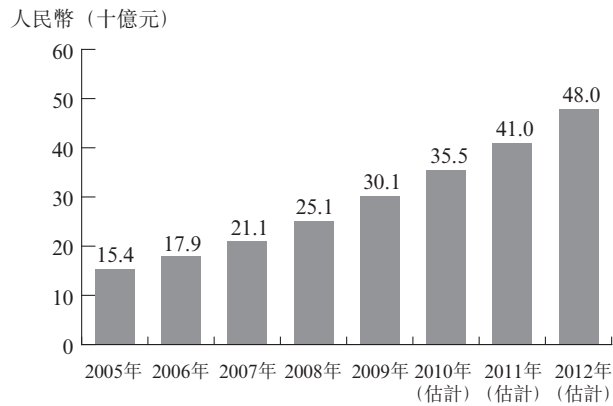
二零零五年至二零一二年中國蜂窩紙製產品的生產值



資源來源： 蜂窩報告

中國蜂窩紙製產品的收入由二零零五年約人民幣154億元增加至二零零九年約人民幣301億元，複合年增長率約18.2%。

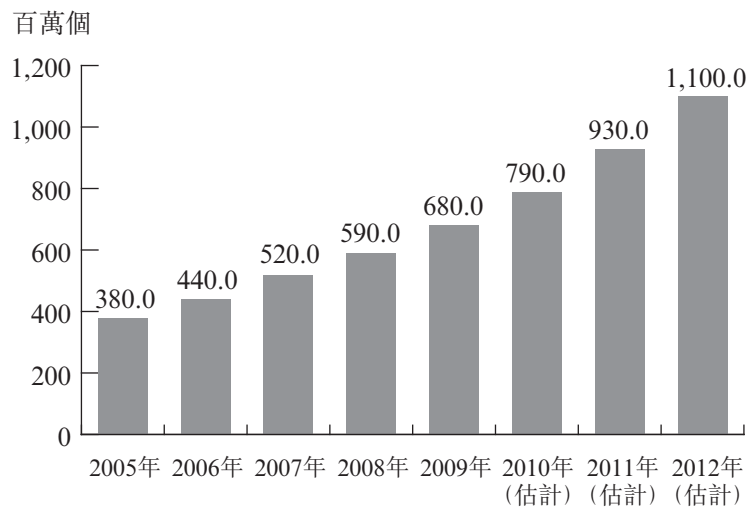
二零零五年至二零一二年中國蜂窩紙製產品的收入



資源來源： 蜂窩報告

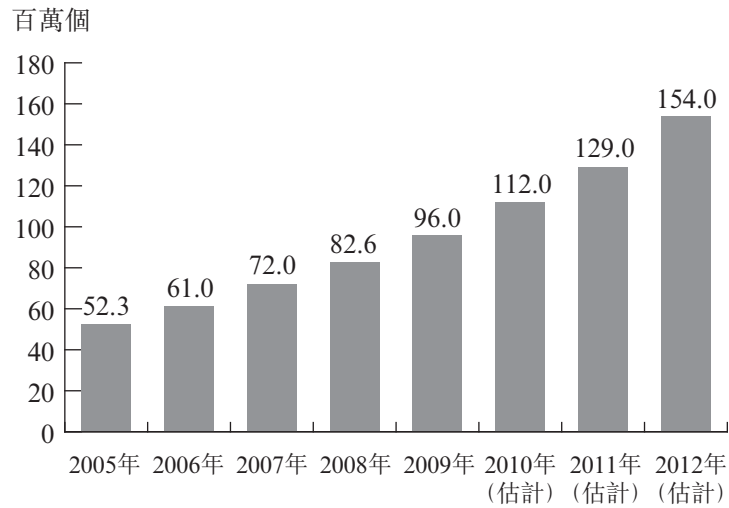
根據蜂窩報告，蜂窩紙製產品可分為蜂窩紙箱、蜂窩托盤及其他蜂窩紙製產品分部。蜂窩紙箱的產量由二零零五年的380,000,000個增加至二零零九年的680,000,000個，複合年增長率約15.7%。中國蜂窩托盤產品的產量由二零零五年約52,300,000個增加至二零零九年約96,000,000個，複合年增長率約16.4%。

二零零五年至二零一二年中國蜂窩紙箱的產量



資源來源： 蜂窩報告

二零零五年至二零一二年中國蜂窩托盤的產量

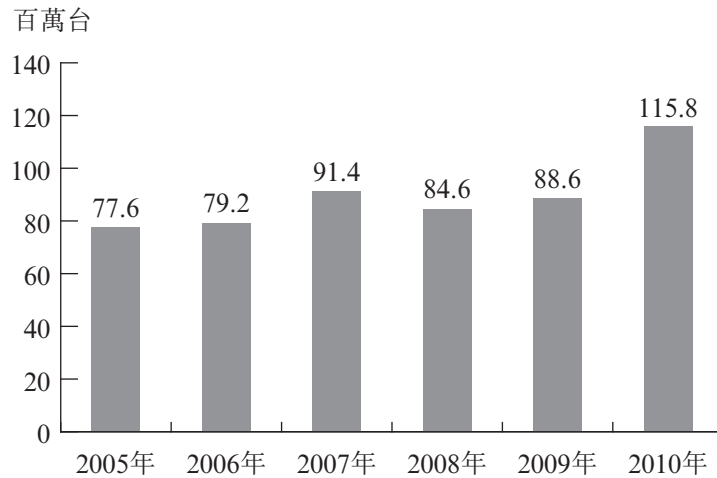


資源來源： 蜂窩報告

中國家電行業

在中國，瓦楞紙箱普遍用於包裝家庭電器。故此，家電產量、出口量及相關政府政策是瓦楞紙箱需求的主要指標。根據中國國家統計局資料顯示，二零零四年至二零一零年間，空調、彩電(「彩電」)、電冰箱、洗衣機、電風扇、微波爐、抽油煙機、電飯鍋、吸塵機、煮食爐、熱水器及電烤箱等家電產量按約12.2%的複合年增長率增長至二零一零年約1,010,000,000台。根據萬得資訊資料顯示，二零零零年至二零一零年間，中國空調產量按約20.6%的複合年增長率增長至二零一零年約115,800,000台。二零零八年受到全球金融危機影響，產量回落約7.4%。

二零零五年至二零一零年中國空調產量

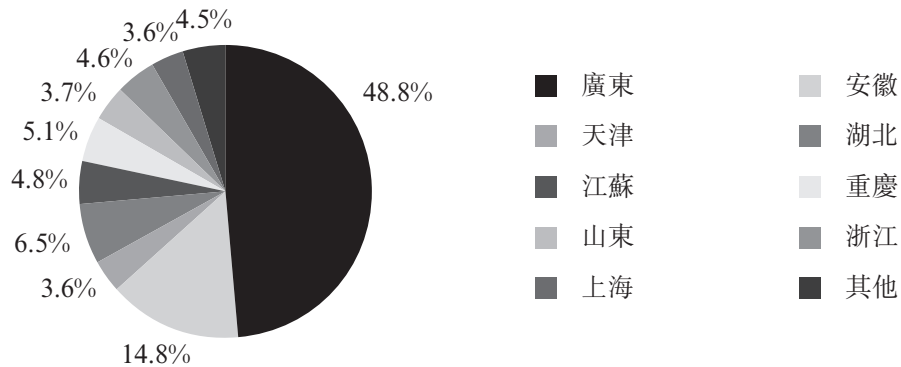


資料來源：萬得資訊

廣東省為中國家電最大製造基地，尤其是珠江三角洲地區。根據中國國家統計局及中國經濟信息網資料顯示，二零一零年，廣東省製造約54,800,000台空調，佔中國生產空調總數約48.8%。

除廣東省外，安徽省亦佔總生產量約14.8%，於二零一零年在中國其他省份中排名第二位。

二零一零年中國空調產量地理分佈



資料來源：中國國家統計局、中國經濟信息網

中國家電出口

家電出口受到二零零八年最後一季全球金融危機波及，影響於二零零九年第一季浮現。根據中國家用電器協會資料顯示，二零零九年，家電出口值減至約308億美元，較去年減少約13.2%。鑒於

行業概覽

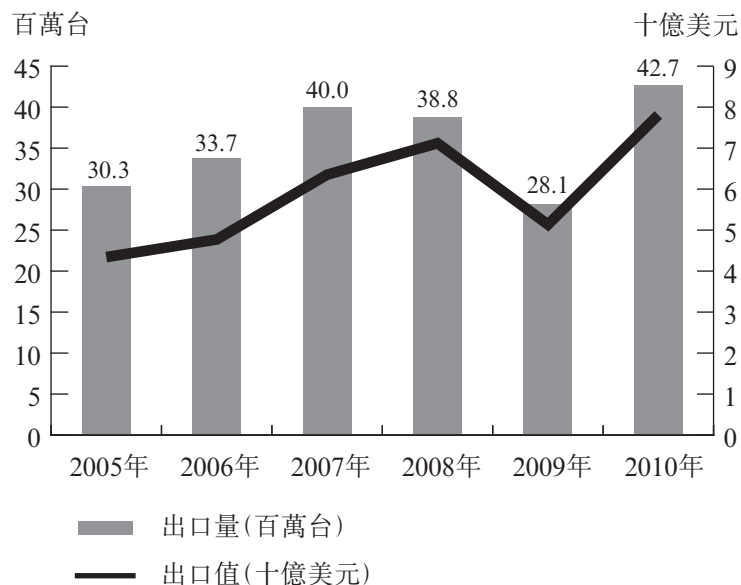
二零零九年全球經濟復蘇，家電出口值於二零一零年上半年回升至約191億美元，大幅上升約29.7%。

中國政府實施連串政策措施，應對全球金融危機，並加快經濟發展改革步伐。在該等補貼計劃支持下，二零一零年中國經濟持續向好。由於二零零九年上半年基數偏低，故行業生產於二零一零年上半年維持快速增長，企業溢利大增。

中國空調出口

根據萬得資訊資料顯示，二零零九年，空調出口量及出口值分別下降至約28,100,000台及約5,135,800,000美元，與去年比較，減幅分別約27.6%及27.9%。二零一零年，空調出口量及出口值則分別反彈至約42,700,000台及約7,812,400,000美元，甚至較二零零八年全球金融危機前出口量及出口值為高。

二零零五年至二零一零年中國空調出口



資料來源：萬得資訊

資料來源

尚普

尚普是一家研究、諮詢及系統集成公司，為政府及商務客戶滿足多元化資訊需求。尚普為獨立第三方。本招股章程所披露來自尚普的資料乃摘錄自並非本公司或獨家保薦人委託編製的報告。本招股章程所載若干資料及統計數據，乃摘錄自尚普二零一零年八月發表的包裝報告。尚普成立於一

九九九年，位於中國北京。尚普的研究範圍涵蓋16個不同行業，包括農業食品、鋼鐵、冶金、生物醫藥、能源、環保、石化、運輸、電子、機器加工、成衣與紡織、電力、金融服務、建設、房地產、汽車、應用通訊及教育等。尚普的業務可分為四大領域，其中包括(i)產業研究；(ii)市場調研訪問；(iii)投資諮詢；及(iv)商業數據。至二零零九年底為止，尚普已完成約3,000個諮詢項目，主要客戶包括一些中國的全球500強企業、政府、銀行、學校及商務客戶。

北京華經縱橫諮詢

北京華經縱橫諮詢是一家研究、諮詢及系統整合公司，為政府、銀行、學校及商務客戶滿足多元化資訊需求。北京華經縱橫諮詢為獨立第三方。本招股章程所披露來自北京華經縱橫諮詢的資料乃摘錄自並非本公司或獨家保薦人委託編製的報告。本招股章程所載若干資料及統計數據，乃摘錄自北京華經縱橫諮詢二零一零年九月發表的蜂窩報告。北京華經縱橫諮詢成立於二零零三年，持發改委甲級資質證書，具多年研究經驗，至二零零九年七月為止，已完成約84,000個研究報告，覆蓋21個主要產業類別，譬如能源、石化、旅遊酒店、房地產、食品、服裝、醫藥、機械、文化、建材、冶金及流通產業研究等。該等報告亦涵蓋300多個細分產業及17,600多種產品。北京華經縱橫諮詢的主要客戶包括政府、銀行或投資機構、研究機構、顧問公司及集團公司。

中國政府鼓勵家電消費的措施

家電下鄉計劃

背景

「家電下鄉計劃」旨在促進農村消費並向農村市場提供可靠和經濟的家用電器及消費類電子產品。該補貼計劃涵蓋的電器包括空調、彩電、電冰箱、手機、洗衣機、熱水器、個人電腦、微波爐及其他家電。在二零零八年最後一季爆發的全球金融危機的背景下，該計劃對於刺激家電內部消費及需求愈發顯得重要。隨著二零零九年起出口市場疲弱，中國廠家正轉向國內市場。

家電下鄉試點計劃於二零零七年十二月推行，覆蓋河南省、山東省及四川省。該計劃通過向農村消費者提供合資格商品價格的13%補貼，幫助廠商在農村銷售家用電器。一般而言，中央政府承擔80%的補貼，地方政府負責餘下的20%，而少數地區則由中央政府負責所有補貼。

根據中國國家統計局的資料，該三省是中國農村人口最多的省份，佔二零零七年中國農村人口總數約22.5%。

二零零八年十月，中國政府把內蒙古自治區、遼寧省(包括大連)、黑龍江省、安徽省、山東省(包括青島)、河南省、湖北省、湖南省、廣西省、重慶市及陝西省納入計劃範圍，令參與的省份、直轄市及自治區總數達14個。根據中國國家統計局，於二零零七年，這14個省份及地區的農村人口佔全國農村人口的一半以上。

該計劃的期限原定為二零零七年十二月一日至二零零八年五月三十一日，中國政府於二零零八年十月十三日決定將該計劃延至二零一二年十一月三十日。

根據財政部、商務部及工業和信息化部於二零零九年二月二十六日頒佈的《加大家電下鄉政策實施力度的通知(財建[2009]48)》，中國政府決定將於全國統一實施就購買六種特定類別的任何家電產品向農村地區的消費者提供補貼。過往，每個省(或自治區或直轄市)可從摩托車、個人電腦、熱水器及空調中自主選擇適用於此計劃的其中兩類。二零零九年四月十六日，財政部連同商務部、工業和信息化部、國家發改委和家電下鄉聯席會議的其他單位頒發《家電下鄉操作細則》。

根據商務部統計數據顯示，該計劃項下家電銷量於二零零九年及二零一零年首十個月分別約為37,700,000台及59,500,000台，銷售值總額分別約為人民幣694億元及人民幣1,323億元。二零一零年首十個月的數字與二零零九年全年的數字比較，銷量及銷售值總額分別增加約57.8%及90.6%。由推行該計劃至二零一一年三月底，該計劃項下家電累計銷量及銷售值分別約達150,000,000台及人民幣3,274億元。下表列示二零零九年及二零一零年首十個月中國「家電下鄉計劃」項下家電登記銷售。

行 業 概 覽

二 零 零 九 年「家 電 下 鄉 計 劃」項 下 家 電 登 記 銷 售

	登記銷售量 百萬台	登記銷售值 人民幣十億元	銷售值比例 %
電冰箱	15.6	32.0	46.1%
彩電	8.8	14.8	21.3%
空調	3.0	8.1	11.7%
洗衣機	5.6	6.2	9.0%
個人電腦	1.3	4.4	6.3%
熱水器	1.3	2.6	3.8%
手機	1.8	1.1	1.6%
微波爐	0.1	0.1	0.1%
電磁爐	0.2	0.1	0.1%
總計	37.7	69.4	100.0%

二 零 一 零 年 首 十 個 月「家 電 下 鄉 計 劃」項 下 家 電 登 記 銷 售

	登記銷售量 百萬台	登記銷售值 人民幣十億元	銷售值比例 %
電冰箱	20.8	46.2	34.9%
彩電	13.9	36.1	27.3%
空調	1.2	0.9	0.7%
洗衣機	9.3	10.9	8.2%
個人電腦	3.3	11.7	8.9%
熱水器	4.9	14.5	11.0%
手機	4.7	11.1	8.4%
微波爐	0.7	0.5	0.4%
電磁爐	0.7	0.3	0.2%
總計	59.5	132.2	100.0%

資料來源：商務部

以舊換新計劃

根據於二零零九年六月一日頒佈的《國務院辦公廳關於轉發發改委等部門促進擴大內需鼓勵汽車家電以舊換新實施方案的通知(國辦發[2009]44)》及於二零零九年六月二十八日頒佈的有關實施細則，北京市、天津市、上海市、江蘇省、浙江省、山東省、廣東省、福州市(福建省)及長沙市(湖南省)的合資格公民，於二零零九年六月一日至二零一零年五月三十一日期間進行家電舊換新，可享政府補貼。

國內家庭以舊家電換購新產品，可獲10%折扣。該計劃涵蓋五類產品，包括彩電、電冰箱、洗衣機、空調及個人電腦。五類產品補貼上限分別為每台人民幣400元、每台人民幣300元、每台人民幣250元、每台人民幣350元及每台人民幣400元。

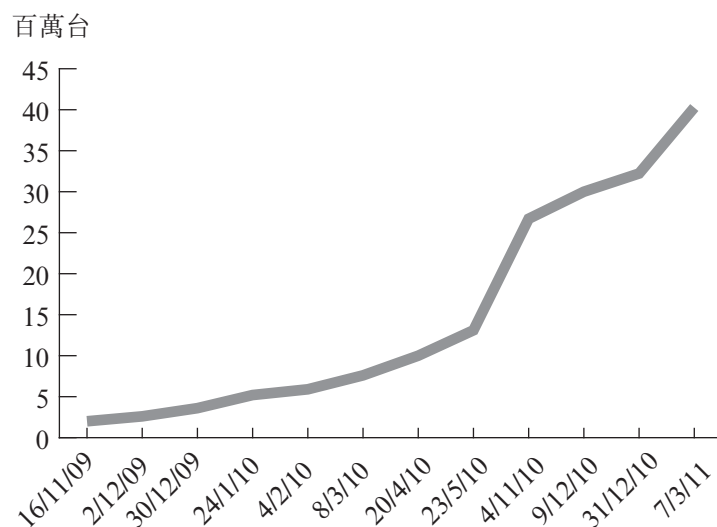
根據商務部、財政部及環境保護部於二零一零年六月三日發出的《商務部、財政部、環境保護部關於印發家電以舊換新推廣工作方案的函》，以舊換新計劃已暫定於有關省市(包括廣東省及深圳(廣東省))延期至二零一一年十二月三十一日止，並將計劃範圍擴大至包括安徽等省份。計劃新增19個城市，總共涵蓋28個省市。根據二零一零年六月二十一日發出的計劃通知，補貼產品類別及上限不變。

該計劃實施的影響

根據中國中央人民政府資料顯示，自二零零九年六月至二零一一年三月七日計劃實施以來，共計售出約14,346,000台彩電、5,478,000台電冰箱、5,299,000台洗衣機、8,816,000台空調及6,329,000台個人電腦，計劃下合共售出40,268,000台，銷售值逾人民幣1,521億元。

根據廣東省經濟和信息化委員會資料顯示，於二零一零年，「以舊換新計劃」及「家電下鄉計劃」項下的家電累計銷量分別約3,300,000台及1,300,000台，總值約人民幣260億元。

以舊換新計劃項下家電累計銷量

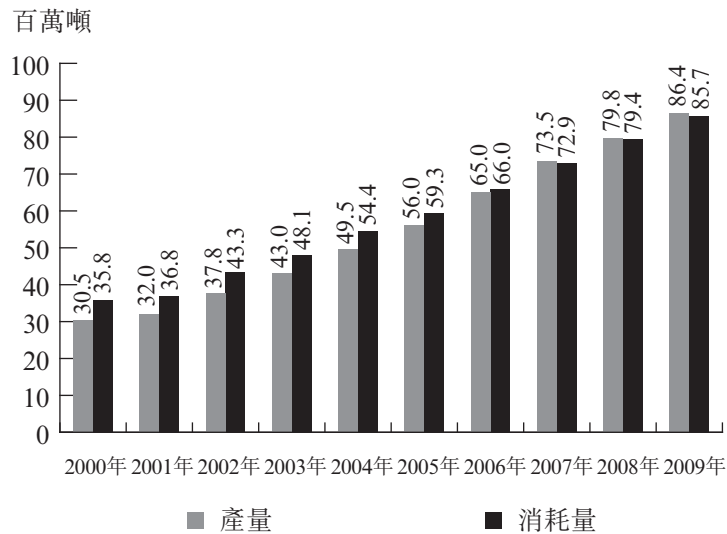


資料來源：商務部

中國造紙業

中國紙品產量及消耗量水平於過去十年逐年遞增。根據中國造紙協會資料顯示，紙品及紙板產量及消耗量自二零零零年起升至二零零九年約86,400,000噸及85,700,000噸，複合年增長率分別約12.3%及10.2%。

二零零零年至二零零九年中國紙品及紙板產量及消耗量

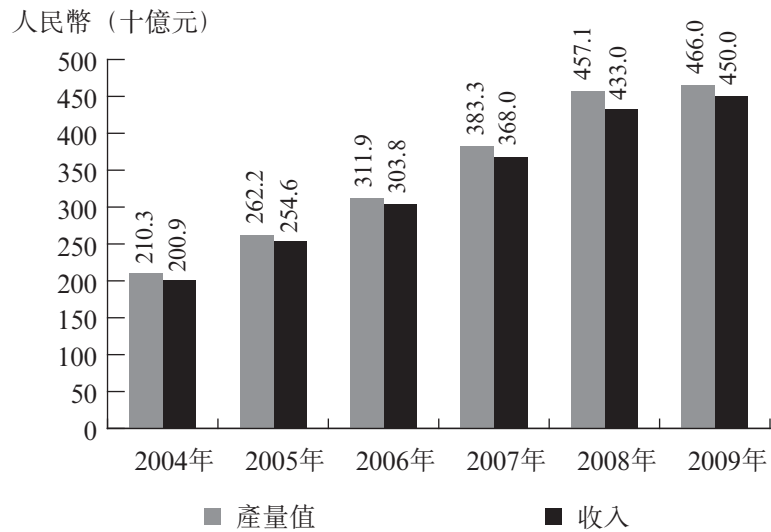


資料來源：中國造紙協會

根據中國造紙協會刊發的中國造紙工業二零零九年度報告，造紙企業數目由二零零八年的3,500家增加至二零零九年的3,700家。

二零零四年至二零零九年，中國造紙業產值及收入呈上升趨勢，於二零零九年分別約人民幣4,660億元及人民幣4,500億元。相比與二零零四年產值及收入約人民幣2,103億元及約人民幣2,009億元，複合年增長率分別約為17.2%及17.5%。

中國造紙業產值及收入

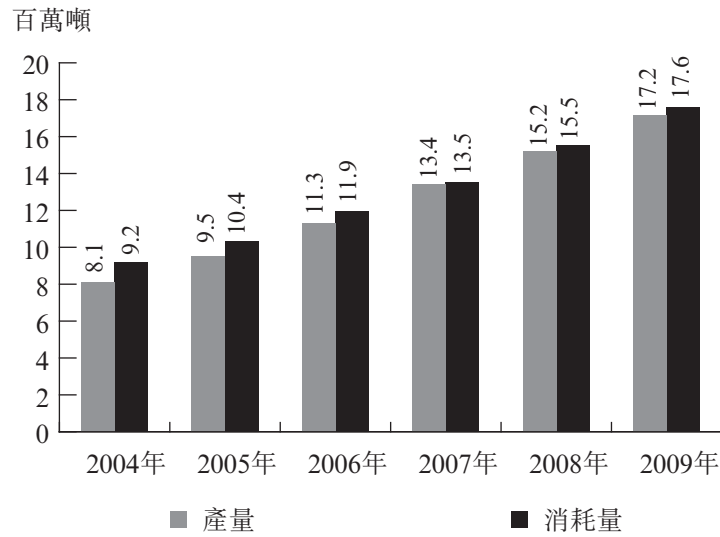


資料來源：中國造紙協會

瓦楞芯紙

二零零九年，瓦楞芯紙產量約為17,200,000噸，與二零零八年比較，增幅約13.2%；瓦楞芯紙消耗量約為17,600,000噸，與二零零八年比較，增幅約13.3%。根據中國造紙協會資料顯示，二零零四年至二零零九年間，瓦楞芯紙產量及消耗量水平分別升至約17,200,000噸及17,600,000噸，複合年增長率分別約16.3%及13.9%。

中國瓦楞芯紙產量及消耗量



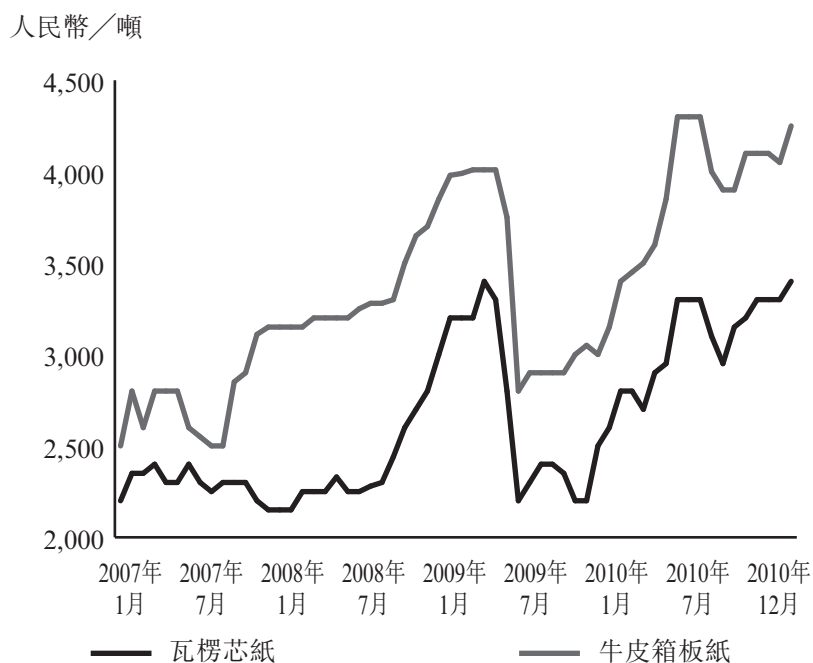
資料來源：中國造紙協會

原紙及廢紙價格

瓦楞芯紙及牛皮箱板紙是本集團紙製包裝產品的主要材料。過去數年，中國市場的瓦楞芯紙價格反覆波動。據紙業聯訊資料顯示，中國市場的瓦楞芯紙及牛皮箱板紙價格，二零零七年十月分別為每噸人民幣2,250元及每噸人民幣3,250元，二零零八年九月漲至每噸人民幣3,400元及每噸人民幣4,010元。然而，二零零八年底全球金融危機，使該兩種本集團所用原紙的價格大受影響，二零零八年最後季度分別顯著跌至每噸人民幣2,200元及每噸人民幣2,800元。截至二零零八年止年度，本集團瓦楞芯紙的平均售價與整體平均市價相符。然而，截至二零零九年十二月三十一日止年度，本集團瓦楞芯紙的平均售價約為每噸人民幣1,939元，低於整體平均市價。這主要是因為市場受金融危機影響，湧現較多低質量的瓦楞芯紙型號，以廉宜價格售予客戶。隨著全球經濟於二零零九年初逐漸復蘇，中國市場瓦楞芯紙及牛皮箱板紙價格自二零零九年開始回升，二零一零年回復至全球金融危機之前的水平，分別為每噸人民幣3,400元及每噸人民幣4,250元。

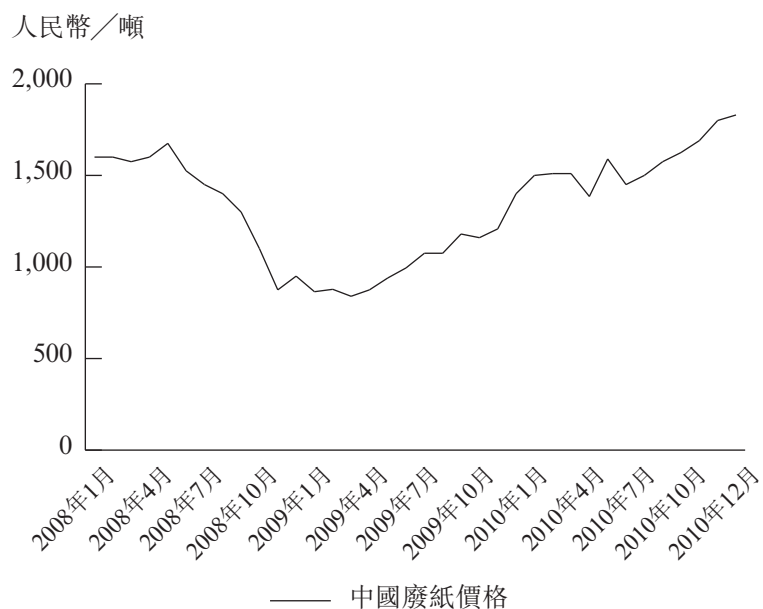
瓦楞芯紙及牛皮箱板紙價格走勢

中國市場A級原紙平均價格走勢



資料來源：紙業聯訊

國內廢紙價格走勢

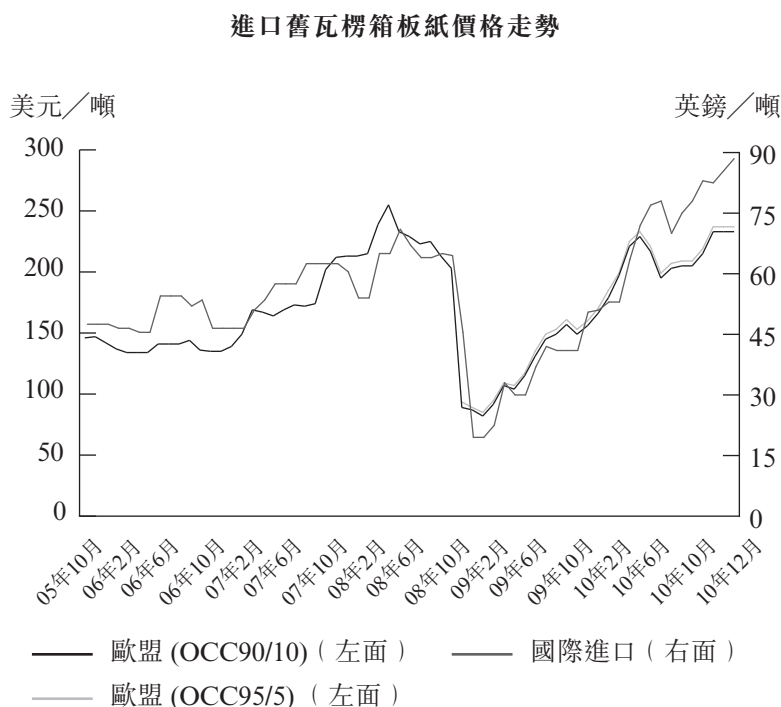


資料來源：紙業聯訊

黃板紙(即廢舊黃色瓦楞紙箱)是中國市場常見的廢紙。根據紙業聯訊的資料，二零零八年中的黃板紙價格為每噸人民幣1,675元，後因爆發全球金融危機，至二零零八年底大幅下跌至每噸人民幣875元。二零零九年第一季，黃板紙價格回升，至二零一零年十二月升至每噸人民幣1,830元，超越全球金融危機之前的價格。

舊瓦楞箱板紙(「舊瓦楞箱板紙」)是廢紙的一種，是生產瓦楞芯紙的主要材料。進口舊瓦楞箱板紙價格於過往幾年甚為波動。根據World Scrap資料顯示，進口舊瓦楞箱板紙價格(歐盟廢紙OCC90/10)於二零零八年三月見頂，報每噸255美元。然而，由於二零零八年最後一季商品泡沫爆破及全球金融危機爆發的雙重打擊，進口舊瓦楞箱板紙價格(歐盟廢紙OCC90/10)於二零零八年十二月底降至每噸82美元。鑒於全球經濟復蘇，進口舊瓦楞箱板紙價格(歐盟廢紙OCC90/10)於二零一零年十二月底回升至每噸237美元。

進口舊瓦楞箱板紙價格走勢



資料來源： World Scrap

思緯報告的背景

我們聘請業務諮詢公司思緯市場諮詢有限公司，進行中國包裝產品製造業競爭對手排名研究，費用約為90,000港元。研究結果載於思緯報告。董事確認，思緯市場諮詢有限公司(包括其所有附屬公司、部門及單位)獨立於本集團，與本集團並無任何關連。

行業概覽

思緯市場諮詢有限公司代表其本身、其附屬公司及單位，確認思緯報告在其日常業務過程中編製，並已同意我們在本招股章程中引述思緯報告，以及採用思緯報告所載資料。

思緯報告所載資料乃通過數據及信息收集法而擷取，該方法包括(i)思緯市場諮詢有限公司業務諮詢組進行的桌面研究，包括專屬行業文獻、政府／監管機構資料、網上數據資料、第三方報告及調查、產業報告及分析員報告、產業協會及思緯市場諮詢有限公司的數據庫；及(ii)一手研究：與主要持份者及行業專家進行訪談。

據思緯市場諮詢有限公司業務諮詢組表示，思緯市場諮詢有限公司是一家成立於二零零三年的研究機構，全球僱員近6,000人，業務覆蓋60多個國家逾100個城市。思緯市場諮詢有限公司是倫敦證券交易所上市公司Aegis Group plc旗下的市場研究單位。思緯市場諮詢有限公司業務諮詢組的業務範圍包括市場定位研究、市場規模研究、市場佔有率及分部分佈分析、分銷及價值分析、競爭對手追蹤及企業信息。

本招股章程「概要」、「行業概覽」、「業務」及「財務資料」等部分的資料，部分摘錄自思緯報告。