



主席報告

尊敬的股東們：

2002財政年度對大眾食品控股來說，是一個新的里程碑。它不僅是本集團在新加坡股票交易所上市的第二個年度，而且本集團還於2002年10月28日在香港聯交所上市。兩地第一上市不僅提升了本集團的形象，而且使我們的股票受到了積極的關注，從而擴大了股東基數。管理層還欣喜地注意到本集團的上市受到歡迎，而且股票在新加坡的交易積極而有序。管理層將致力繼續沿著既定發展軌道，為我們的股東及其他股東提供長期價值。

2002年本集團繼續保持快速增長。營業額由42億元人民幣增至51億元人民幣，增長了19.4%；淨利潤由6.148億元人民幣增至8.228億元人民幣，增長了33.8%。由於對我們產品的需求繼續增長，我們至今已將設在中國的生產廠增至7家。同時，我們還改造和擴建了臨沂總廠的已有設施，以滿足對這些產品需求的不斷增長。本集團於2003年1月23日宣佈已經分別租賃了位於河南省的第六

家生產廠及位於黑龍江省的第七家生產廠，這將進一步增加本集團的生產能力以符合本集團的擴張計劃。

過去幾年我們之所以能夠在中國獲得發展並保持贏利，皆因我們有正確的戰略、優質的產品、合理的地區覆蓋以及管理層及員工為推動本集團前進所付出的辛勤和投入。因而，本集團獲得了豐厚的回報，而且我相信，在今後幾年我們將達到更高的高度。

作為一家上市公司持續發展的組成部分，我們於2003年1月7日任命新加坡巡回大使歐進福博士擔任本公司獨立及非執行董事。對歐博士的任命是我們為進一步提升本集團的公司管治水平所做出的不懈努力的一部分，借此機會，我對他豐富的經驗和專業知識表示歡迎，並期望着他為本公司做出貢獻。

財務業績

2002年，營業額比上一年度增長了19.4%，達到51億元人民幣，淨利潤增長了33.8%，為8.228億元人民幣。管

“通過了解... ...我們的市場”



理層對今年的業績甚感欣慰，並且對本集團在下一年度繼續按計劃進行發展和擴張保持樂觀。

所有產品部門均表現良好。2002年高溫肉製品（「高溫」）營業額由13.2億元人民幣增至16.5億元人民幣，佔總營業額的32.6%，保鮮肉和低溫肉製品（「低溫」）的營業額合計增長了17.1%，達到4.869億元人民幣，合佔總營業額的9.6%。冷凍豬肉的營業額增長了20.4%，達到15.4億元人民幣，豬副產品的營業額增長了13.9%，達到12.4億元人民幣。

2002年12月底，本集團的生豬總加工能力增長了16萬噸，達到72萬噸。於2002年本集團所有五家生產廠的平均使用率約為加權平均生產能力的88.9%。而大慶生產廠的使用率約為加權平均生產能力的46%，已經於2002年對整個集團的營業額貢獻了1.92億元人民幣。我們對提升該生產廠的生產保持樂觀，目標是在經營的第二個年度使該廠的使用率得到穩步提高。

設在大慶的第五家生產廠已於2002年開始對本集團的營業額作出貢獻，而且隨著新設立的第六家及第七家生產廠預計於二零零三年開始步入運營，來自七家生產廠的營業額及產量貢獻預計將能令本集團在2003年獲得整體

增長。我們到2004年將生產能力提高到110萬噸的目標正在按計劃實現。

我們的財務面保持穩健：

- 2002年每股收益增長了26.6%，達到每股0.76元人民幣。
- 2002年資本回報率高達40.5%。
- 2002年資產回報率為39.5%，與2001年的48.3%相比繼續保持強勁勢頭。
- 2002年12月底淨現金增至約4.848億元人民幣。

發展戰略

由於行業合併的步伐加快，本集團的總體發展戰略是增加本身的生產能力及市場份額增長。我們將繼續提高我們的生產能力，從而為中國各地消費者對我們產品的需求提供服務。

我們於2003年1月23日宣佈了設在河南省的第六家生產廠和設在黑龍江省的第七家生產廠是分別從河南省商丘市福源食品企業集團有限責任公司和黑龍江省興隆林業局租賃的廠房。管理層在決定是否獲得生產能力時，將繼續採取務實的做法，根據對收購或是租賃的可行性所



做的成本效益分析來制訂決策。對每家潛在的新廠所做的所有審慎調查包括對該廠的豬源、生產能力、現有設施的狀況及以及產品的市場需求情況進行市場調查，該等調查均在與出租方或出售方舉行談判之前進行。任何投資需符合我們不超過三年回收期的要求。在增加新廠擴大生產能力的時候，繼續使產品保持與我們的「金鑼」品牌相符的質量水平是我們的首要考慮，而且這將是我們進行所有評估時最重視的問題。

在過去一年裏，本集團一直積極致力於「金鑼」品牌產品的營銷及廣告。本集團將「金鑼」品牌視為本集團最有價值的資產之一。我們品牌的產品擁有可靠的衛生質量保證，這為我們贏得了忠誠的消費者群體，我們相信這一地位還將幫助發展新的消費者。除了樹立品牌意識之外，我們還將繼續發展我們的銷售隊伍和分銷網路，以提高我們的營業額。此外，我們最近在分銷方面取得進展，在我們已經擁有市場份額的地區，我們的產品正在進入中型超市。

由於中國的城市化進程和購買力的不斷提高，對低溫 and 保鮮肉的需求穩步增長。故此，我們將繼續重點提升這

些產品的生產和銷售。目前，我們的保鮮肉生產能力已由每年2萬噸提高到10萬噸，而低溫的生產能力亦由過去每年2萬噸提高到5萬噸。

認證及獎項

同時，我很高興向大家報告，本集團的「金鑼」品牌高溫肉製品，於2002年被正式確認為中國名牌之一。頒獎典禮在北京人民大會堂舉行，並由中國中央電視臺進行了全國轉播，引起全國性的關注。該獎項是中國名牌戰略促進委員會在中國國家質量監督檢驗檢疫總局授權下進行的全國性調查的組成部分。

前景

本集團的前景非常光明，董事會對本集團2003年的表現保持樂觀。根據經濟學人情報中心（Economist Intelligence Unit）的數字，2003年至2006年，中國的國內生產總值將以平均每年近7.8%的速度增長。中國的高增長率預示著可支配收入的增加，這對我們的業務經營來說，是一個吉兆。此外，在中國豬肉仍是主要食物，

“本集團 前景光明...”

約佔肉類消費總量的68%。中國肉類協會的數據顯示，2000年至2005年，中國的肉類消費總量將增長近12%。董事們和我本人相信，憑藉我們正確的經營戰略、眾所公認的「金鑼」品牌、以及我們的業務經營的廣泛地區分佈，本集團將能夠利用中國國內經濟的不斷增長和消費者生活水平的不斷提高、以及未來幾年肉類加工業預計將出現的合併契機。

與股東的關係

通過2002財政年度在香港聯交所介紹形式上市，我們迎來了新股東的加入。然而，我們的股票受到了整個針對中國公司的市場情緒及全球經濟不景氣的影響。儘管在這種市場情緒之下，我們的股票仍積累了強力支撐。2003年，我們將繼續協同努力，不僅使經營得到提高，還要通過進一步完善我們的公司管治理水平和增加透明度，提升股東價值。

本集團承諾將繼續履行我們的承諾，並保持與投資社團進行公開的交流。同時，由於我們現在需服從兩家交易所的嚴格規則，我們將注意有選擇地進行資訊披露。在投資者關係方面，我們過去一年一直與我們的香港及新加坡顧問緊密合作，接觸更多的分析員和基金經理。這些不懈努力加上我們良好的市場記錄，使本集團在香港

和新加坡乃至全球範圍有了更高的暴光度。

股息

故此，為了感謝我們的股東，董事們建議派發末期股息每股0.190元人民幣。加上中期股息每股0.139元人民幣，2002年度的總股息為每股0.329元人民幣。按年計算，2002年的總股息代表稅後利潤的45%。我們信守了我們以前所做的承諾，將我們的股息政策保持在稅後利潤的不低於30%。

致謝

如果沒有良好的員工、資源和管理層，沒有企業能夠取得良好的經營，尤其是在這個充滿挑戰的時代。因此，我借此機會向所有曾經幫助過我們、或者以各種方式對我們的成功做出過貢獻的人們，致以衷心的感謝。在我們為今後更加美好的年度而努力的同時，我對信任和支援我們的所有股東，表示最深切的謝忱。

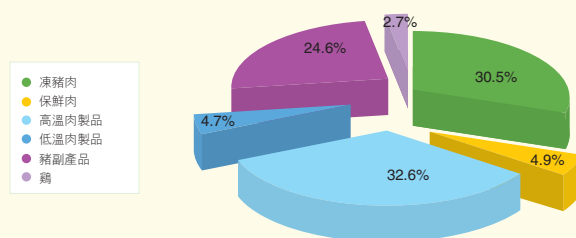
明金星

主席

2003年3月18日



營業額按產品劃分 (2002)



	2002 人民幣仟元	2001 人民幣仟元	增加 %
營業額			
凍豬肉	1,540,286	1,279,575	20.4
保鮮肉	248,816	216,777	14.8
高溫肉製品(「高溫」)	1,649,320	1,319,416	25.0
低溫肉製品(「低溫」)	238,120	199,069	19.6
豬副產品	1,241,447	1,089,841	13.9
雞	138,774	132,202	5.0
總計	5,056,763	4,236,880	19.4
除稅前利潤			
凍豬肉	265,867	202,777	31.1
保鮮肉	65,367	53,355	22.5
高溫	347,394	271,683	27.9
低溫	65,769	53,541	22.8
豬副產品	193,573	156,712	23.5
雞	18,671	16,050	16.3
總計	956,641	754,118	26.9