

在閱讀下述討論內容時，請一併參閱包含在本年報及其它章節中本集團的合併財務報表及其註釋。

概述

截至二零零三年十二月三十一日止年度，本集團除稅前溢利為7.65億元人民幣，比二零零二年增長8.20%。年度溢利為4.52億元人民幣，比二零零二年增長13.85%。本集團年度溢利增長的主要原因是本集團主營業務收入比上年增長33.22%。

截至二零零三年十二月三十一日止年度，本集團每股基本及攤薄盈利均為人民幣0.134元。

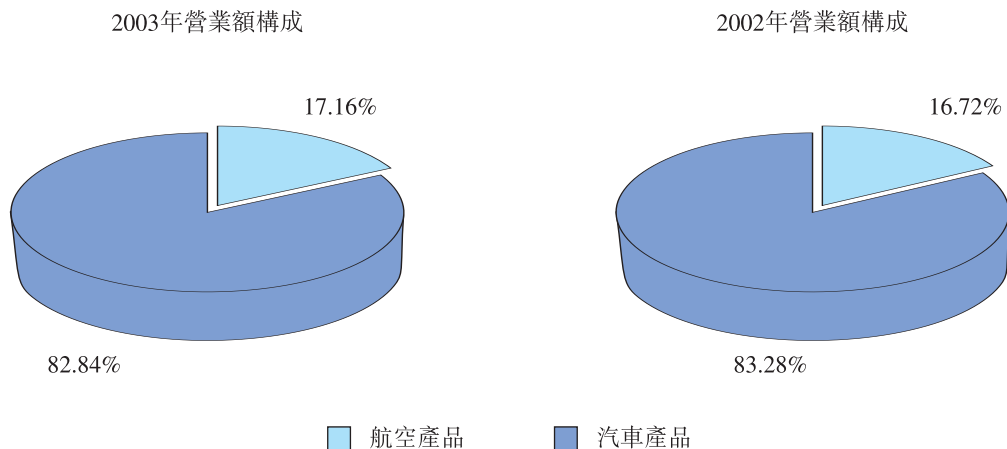
截至二零零三年十二月三十一日止年度與截至二零零二年十二月三十一日止年度的合併經營業績比較列表如下：

合併經營業績

- 合併損益情況：

人民幣百萬元	截至十二月三十一日止年度		二零零三年較
	二零零三年	二零零二年	二零零二年 變動
營業額	15,066	11,309	33.22%
其中：汽車板塊	12,481	9,418	32.52%
航空板塊	2,585	1,891	36.70%
銷售成本	(12,414)	(8,885)	39.72%
其中：汽車板塊	(10,354)	(7,444)	39.09%
航空板塊	(2,060)	(1,441)	42.96%
其他收入	85	51	66.67%
銷售及配送開支	(831)	(692)	20.09%
行政開支	(950)	(940)	1.06%
其他經營收入	32	—	—
經營溢利	988	843	17.20%
財務開支淨額	(210)	(139)	51.08%
應佔聯營公司除稅前業績	(13)	3	(533.33%)
除稅前溢利	765	707	8.20%
所得稅	(61)	(125)	(51.20%)
少數股東權益	(252)	(185)	36.22%
年度溢利	452	397	13.85%

1、營業額構成



本集團二零零三年度營業額為150.66億元人民幣，較二零零二年度113.09億元增長33.22%。主要原因是本年度經濟型轎車及教練機銷量上升所致。其中：汽車產品124.81億元，佔整個營業額的82.84%，較二零零二年增長32.52%；航空產品25.85億元，佔整個營業額的17.16%，較二零零二年增長36.70%。從上表來看，二零零三年比二零零二年航空產品在整個營業額中所佔的比例略有上升。

本集團主要是在中國內地經營，營業額主要來源於中國內地。

2、銷售及配送開支

二零零三年銷售及配送開支為8.31億元人民幣，較二零零二年增長1.39億元，增幅為20.09%，其中：

- (1) 裝卸運輸費增長0.98億元，主要是由於汽車產品運輸方式由過去的敞篷運輸改為現在的封閉運輸，致使運輸成本增高；
- (2) 銷售傭金增長0.31億元，主要是汽車產品銷售額增長所致。



3、行政開支

本集團二零零三年度行政開支為9.50億元人民幣，較二零零二年波動不大。

4、經營溢利

本集團二零零三年度經營溢利為9.88億元人民幣，較二零零二年增長1.45億元，增幅為17.20%，主要得益於銷售額的增長。

5、財務開支淨額

本集團二零零三年財務開支淨額為2.10億元人民幣，較二零零二年增加0.71億元，增幅為51.08%，其中滙兌淨損失增加0.58億元。該損失主要是因為本集團二零零三年度發生部分外幣銀行借款，受滙率波動的影響，二零零三年下半年度產生了該部分滙兌損失。

6、稅項

本年度的所得稅費用為人民幣0.61億元，較二零零二年的1.25億元下降51.20%。主要原因是：(1)二零零三年度本集團所屬部分子公司得以享受國家經濟技術開發區相關稅收優惠政策；(2)二零零三年度本集團國產設備投資增加，根據稅法的相關規定享受稅收抵減的優惠政策。稅項詳情載於財務報告附註8。

7、少數股東權益

本集團二零零三年度少數股東權益為2.52億元人民幣，較二零零二年的1.85億元人民幣增長36.22%，主要是由於部分非全資附屬公司本年度盈利增長所致。

- 資產、負債及權益情況：

人民幣百萬元	十二月三十一日		二零零三年較
	二零零三年	二零零二年	二零零二年 變動金額
流動資產	13,150	9,866	3,284
非流動資產	7,651	6,827	824
總資產	20,801	16,693	4,108
流動負債	10,657	9,184	1,473
非流動負債	2,125	2,144	(19)
總負債	12,782	11,328	1,454
股本	4,644	3,116	1,528
儲備	380	(496)	876
擬派末期股息	49	—	—
所有者權益	5,073	2,620	2,453
少數股東權益	2,946	2,745	201

二零零三年十二月三十一日本集團總資產為208.01億元人民幣，總負債為127.82億元，少數股東權益為29.46億元，所有者權益為50.73億元，其中：

1、總資產

總資產較二零零二年增長41.08億元人民幣，主要是流動資產的增加所致。流動資產較二零零二年增長32.84億元，其中：原期滿日超過三個月之定期存款、現金及現金等價物增長約18.59億元，主要是因為收到了上市募集資金；應收賬款增長7.09億元，主要是由於銷售規模擴大所致；存貨增長5.1億元，主要是因為本年度生產規模擴大導致對原材料等的需求增加所致。

2、負債

總負債較二零零二年增長14.54億元人民幣，增幅為12.84%。主要是流動負債中應付賬款及短期借款增長所致，其中：應付賬款增長6.35億元，短期借款增長10.95億元。

3、貸款擔保和抵押

於二零零三年十二月三十一日，本集團有銀行借款為人民幣51.58億元，其中：抵押借款為4.1億元，抵押擔保物為房屋和機器設備等固定資產，賬面淨值約為4.01億元。

擔保借款為42.75億元人民幣，其中：集團內部擔保為26.79億元，中航第二集團公司及其子公司提供擔保的金額為13.69億元。按照本公司上市時向香港聯交所的承諾，中航第二集團公司及其子公司提供的保證擔保，正在辦理解除手續。

4、所有者權益

二零零三年度所有者權益為50.73億元人民幣，較二零零二年增加24.53億元，主要是公司發行新股所致，其中股本增加15.28億元，儲備增加8.76億元。

5、開發成本

由於中國國內汽車市場競爭日趨激烈，對新車型的推出速度和技術含量要求越來越高。二零零三年度本集團加大了汽車產品的技術開發力度，本年度發生的技術開發成本為3.21億元人民幣，較二零零二年增長0.97億元。這些投入將為本集團適應市場競爭，提升毛利率和產品的競爭力起到積極作用。

6、 滙率風險

本集團出於業務需要保有較大金額的歐元、美元及日元貸款。由於二零零三年度歐元、日元相對人民幣的大幅升值，本集團當年發生了約5,472萬元人民幣的滙兌淨損失。由於公司上市招股募集的港幣資金數額較大，港幣對人民幣滙率的不確定性給本集團帶來了滙率風險。本集團正在採取有效措施規避。

7、 或有負債和擔保

於二零零三年十二月三十一日，本集團並未為任何第三方提供擔保，也無重大或有負債。

- 現金流量情況：

1、 流動性資本和資本來源

於二零零三年十二月三十一日，本集團的現金及現金等價物淨額為人民幣25.84億元，主要是由下列來源產生：

- 年初現金及銀行存款；
- 公司上市融資所得；
- 營業運作所得；
- 新增銀行借款。

下表列出了本集團二零零三年度和二零零二年度的現金流量情況：

單位：人民幣百萬元

	二零零三年	二零零二年	同比增減	變動率
來自經營活動現金流量淨額	604	1,404	(800)	(56.98%)
來自投資活動現金流量淨額	(3,638)	(2,375)	(1,263)	53.18%
來自融資活動現金流量淨額	3,145	283	2,862	1,011.31%
現金及現金等價物淨增加／(減少)	111	(688)	799	(116.13%)

2、經營活動

本年度經營活動現金流量淨額為人民幣6.04億元，較二零零二年減少8億元。減少的主要原因是採購活動增多。其中：存貨增長額較二零零二年的增長額增長4.83億元；應付賬款增長額較二零零二年的增長額減少3.34億元。

3、投資活動

本年度投資活動所用現金流量淨額為人民幣36.38億元，較二零零二年增長12.63億元，其中：(1)原期滿日超過三個月定期存款增長額較二零零二年增長額增長17.06億元，增長的定期存款主要是上市所募集的資金；(2)買賣投資的增長額較二零零二年的增長額增長2.19億元；(3)固定資產採購額較二零零二年減少8.68億元。

4、融資活動

本年度融資活動所得現金流量淨額為人民幣31.45億元，較二零零二年增長28.62億元，其中：本公司上市募集所得現金為21.67億元；一家子公司增資擴股所得現金淨額為2.41億元；借款增加7.27億元。

於二零零三年十二月三十一日，本集團總借款為人民幣53.7億元，其中短期借款37.84億元，一年內到期的長期借款為2.0億元，一年以上到期的長期借款為13.86億元。

本集團長期借款到期情況如下：

期限	人民幣百萬元
一年內償還	200
一年至兩年內償還	714
兩年至五年內償還	660
五年後償還	12
合計	<u>1,586</u>

於二零零三年十二月三十一日，本集團有銀行借款為人民幣53.21億元，平均利率為4.65%，佔總借款的99.09%；其他借款為0.49億元，平均利率為1.85%，佔總借款的0.91%。

於二零零三年十二月三十一日，本集團外幣借款折合人民幣為9.38億元，佔總借款的17.5%，其中：美元借款0.33億美元，歐元借款0.33億歐元，日元借款42.34億日元。

- 資本負債率

於二零零三年十二月三十一日，本集團資本負債率為26%（於二零零二年十二月三十一日為28%），以二零零三年十二月三十一日的借款總額除以資產總額計算。

板塊資料

本集團的主要業務分為兩個板塊：汽車板塊和航空板塊。

汽車板塊

汽車業務主要統計指標

人民幣百萬元	截至十二月三十一日止年度							
	二零零三年				二零零二年			
	銷售量 (輛、台)	銷售收入	銷售成本	毛利率	銷售量 (輛、台)	銷售收入	銷售成本	毛利率
汽車產品合計	—	12,481	10,354	17.04%	—	9,418	7,444	20.96%
汽車整車合計	326,814	10,700	8,874	17.07%	320,039	9,020	7,101	21.27%
微型客貨車	253,466	6,779	5,620	17.10%	286,207	7,211	5,563	22.85%
經濟型轎車	73,348	3,921	3,254	17.01%	33,832	1,809	1,538	14.98%
汽車發動機	90,275	1,304	1,065	18.33%	58,870	385	330	14.29%
其他	—	477	415	13.00%	—	13	13	—

汽車產業狀況分析

二零零三年中國汽車市場回顧

二零零三年中國汽車銷量保持了二零零二年高速增長的勢頭，總銷量為439萬輛，比上年增長34%，連續兩年成為全球增長最為迅速的汽車市場。二零零三年中國已超過法國成為繼美國、日本、德國之後的世界第四大汽車生產國。

二零零二年和二零零三年中國汽車銷量

(千輛)	二零零三年	同比增長%	二零零二年	同比增長%
轎車	1,972	75	1,126	56
卡車	1,211	10	1,077	31
客車	1,208	15	1,045	25
合計	4,391	34	3,248	37

資料來源：《中國汽車工業產銷快訊》

二零零三年，得益於經濟的高速增長、個人收入的穩步上升、車價的下降，轎車成為中國汽車業中發展最為迅速的領域。轎車產量達到201.89萬輛，比二零零二年增長83.25%，比上年淨增91.71萬輛；銷售197.16萬輛，比二零零二年增長75.28%。其中，售價在10萬元以下經濟型轎車市場，憑藉新產品的不斷投放，成為轎車市場中最为活躍和增長最為迅猛的一個細分市場，但價格競爭較為激烈。

由於受到SARS和汽車碰撞法規的部分影響，二零零三年中國的微型客車市場的增長趨緩，共銷售微型客車69.54萬輛，僅比上年增長10.12%。

微型貨車銷量有所下降，共銷售微型貨車13.72萬輛，比上年下降6.19%。

二零零四年中國汽車市場展望

二零零四年，我們預計中國的汽車工業將繼續保持持續發展。據中國汽車工業協會初步預計，汽車總產量將達510—534萬輛，其中載貨汽車131—137萬輛，客車129—135萬輛，轎車250—262萬輛。二零零四年，隨著新車型的持續開發，中高檔轎車市場的競爭將會進一步加劇；同時價格低、使用成本低的經濟型轎車的競爭也將會更趨激烈。目前，汽車市場競爭的一個顯著特點是已從單一價格競爭變為品牌知名度、新車型推出速度、售後服務質量高低、採購和營銷網路實力的綜合競爭。二零零四年，國家將會通過產業政策大力推進汽車產業結構調整和產業重組，從規範投資的角度提高行業進入的門檻，具有研發能力和一定規模生產能力的汽車製造商將成為國家有關產業政策的受益者。

隨著國家有關汽車環保法規、安全碰撞法規、3C體系認證等一系列強制性法規的實施、汽車進口關稅進一步降低和汽車進口配額管理政策的取消，各汽車廠家為繼續保有並拓展自己的市場份額，必將在汽車價格、性能、質量、服務等方面有更為激烈的競爭。



二零零三年本集團汽車業務回顧

面對激烈的市場競爭，本集團採取了產品結構調整的戰略，加大了對增長較快的經濟型轎車市場的投入，二零零三年新推出了「哈飛路寶」轎車和「昌河愛迪爾」轎車，由過去主要生產微型客貨車，轉變為經濟型轎車、微型客車、微型貨車的系列化格局。

本集團二零零三年共銷售汽車32.7萬輛；共生產汽車發動機42.6萬台，其中對外銷售發動機9.03萬台，其餘為集團內部配套。

1、產品結構調整成效顯著，經濟型轎車比重大幅增加

全年共銷售經濟型轎車7.33萬輛，比二零零二年增長116.86%，超過了全國轎車銷量增長75.28%的平均速度。目前，本集團已經擁有五款經濟型轎車，其銷量佔本集團汽車產銷比例，從二零零二年的10.6%提高到二零零三年的22.4%。

全年共銷售微型客車22.56萬輛，比二零零二年下降9.94%。

全年共銷售微型貨車2.79萬輛，比二零零二年下降21.85%。

由於進行了產品結構調整，雖然微型客貨車銷量下降，本集團的汽車產品銷售收入不但沒有減少，反而增長了32.52%。

微型客貨車銷量減少的主要原因是：

- (1) 按照從二零零三年六月一日起開始實施的新的國家安全法規的要求，不能再銷售達不到碰撞要求的微型客車；
- (2) 二零零三年上半年中國發生了SARS，而本集團的市場是SARS的重災區，對本集團的微型客貨車銷售造成了一定的影響；
- (3) 保險業對微型汽車停辦「車貸險」，影響了相當用戶的購買力；
- (4) 全國微型貨車的需求呈現負增長，影響了本集團的微型貨車的銷售；
- (5) 本公司在二零零三年加大了車輛產品結構調整力度，特別是加大了對毛利率更高的經濟型轎車的投入，這樣對微型客貨車的投入相對較少。

2、新產品投放市場速度加快

二零零三年是本集團新車型上市最多的一年，共有兩款經濟型轎車「哈飛路寶」、「昌河愛迪爾」，三款微型客車「哈飛民意」、「昌河海豚」、「昌河海象」，共五款新車下線並投放市場。新車的銷量佔本集團汽車總銷量的18%。新車型的不斷投放市場，為今後發展打下良好基礎。

3、汽車發動機產量突破40萬台

本集團汽車發動機繼續保持了快速增長勢頭，在保證本集團內部汽車需求的同時，加強了本集團外汽車發動機的市場開拓。全年共生產汽車發動機42.6萬台，比二零零二年增長28.3%。

4、經濟型轎車及配套發動機的生產線技術改造項目建成投產

二零零三年相繼有「哈飛賽馬」「哈飛路寶」的經濟型轎車生產線建成，並在年末推出「昌河愛迪爾」經濟型轎車，確保了經濟型轎車的快速增長。為其配套的「DA468發動機」、「東安4G1發動機」生產線也相繼建成投入批量生產，為汽車產品上水平、上規模發揮了重要作用。

銷售收入

本集團二零零三年度汽車產品銷售額為人民幣124.81億元。其中：汽車整車銷售額為107億元，較二零零二年增長16.80億元。主要是由於單價較高的經濟型轎車銷量增幅較大，使二零零三年汽車整車銷售額在總銷量增長不大的情況下仍增長了18.6%。

本集團生產的發動機大部分用於自產的汽車配套。二零零三年汽車發動機總產量為42.6萬台，其中實現外部銷售9.03萬台，由於本集團二零零三年注重對汽車發動機外部市場的開拓，本年度外部銷售的發動機銷售額由二零零二年的3.85億元增長至二零零三年的13.04億元，增幅達238.70%。

銷售成本

本集團二零零三年汽車產品銷售成本103.54億元人民幣，其中：汽車整車銷售成本由二零零二年的71.01億元增長至二零零三年的88.74億元。主要原因是經濟型轎車銷量增加、按用戶需求增加汽車配置、原材料價格上漲等因素所致。

本集團汽車發動機的銷售成本由二零零二年度的3.30億元增長至二零零三年的10.65億元，主要原因是：(1)由於銷量增長；(2)由於二零零三年度銷售的發動機以技術含量更高、對環境污染更小的電噴發動機為主，單位成本較以前年度銷售的化油器發動機高。

毛利率

本集團二零零三年度汽車產品整體毛利率為17.04%，較二零零二年下降近4個百分點。主要原因是本集團的競爭對手降價，本集團為參與競爭，對微型客貨車的價格做適當的調整，加之原材料和成附件價格上漲所致。雖然本集團也採

取了一些措施來降低成本，但由於採用了價格較高的電噴發動機，致使微型客貨車單位銷售成本仍有上升。但本集團的經濟型轎車的毛利率較二零零二年增長約2個百分點，主要是經濟型轎車國產化率提高和銷量增長所致。

本集團二零零三年的汽車發動機毛利率為18.33%，較二零零二年增長了近4個百分點，主要歸功於二零零三年度發動機的產銷量上升，產生規模效應所致。



航空板塊

航空業務主要統計指標

截至十二月三十一日止年度

人民幣百萬元	二零零三年				二零零二年			
	銷售量 (架)	銷售收入	銷售成本	毛利率	銷售量 (架)	銷售收入	銷售成本	毛利率
航空產品合計	67	2,585	2,060	20.31%	49	1,891	1,441	23.80%
直升機	22	885	694	21.58%	28	826	661	19.98%
教練機	35	555	459	17.30%	19	272	209	23.19%
通用飛機	10	43	48	(11.63%)	2	26	28	(7.69%)
航空零部件	—	959	748	22.00%	—	663	470	29.11%
其他	—	143	111	22.38%	—	104	73	29.81%

航空產品市場情況

當前，中國經濟已經進入穩定增長期，國家堅持擴大內需方針，繼續實施積極的財政政策和穩健的貨幣政策，推進西部大開發和振興東北老工業基地，國民經濟將繼續保持平穩的增長速度。本集團所處宏觀經濟環境良好，航空運輸市場預計將與國內生產總值(GDP)保持同步增長，相應地，航空服務運營商和政府部門對航空產品的需求也會隨國民經濟的增長而增長，從而帶動民用航空產品製造業的發展。根據中國航空工業發展研究中心刊發的《中國民用飛機市場

預測年報》提供的分析，隨著中國經濟的持續增長，旅遊業的快速發展，西部大開發戰略的實施，民航改革的深入，未來中國航空運輸市場的發展速度將高於同期全球航空運輸平均發展速度，是全球最有增長潛力的市場。全球知名的航空產品製造商憑藉先進的技術和成熟的產品，均在努力進入中國市場。本集團的航空產品業務雖然有潛在的市場，但必須通過參與競爭，方能爭取到訂單。

I、關於民用直升機市場

國內民用直升機市場有一個潛力較大的市場需求，民用直升機在中國經濟及社會各個領域的應用正在蓬勃興起，警用、海關、石油、交通、電力、林業、環境保護、城市規劃、旅遊、科考、打撈救生、醫療救助、緊急救援、農業等都對直升機提出了需求。據中國航空技術進出口總公司預測，到2015年，中國國內民用直升機需求將達900架。另外，通過對國際市場開發，亞洲、非洲和南美洲等地區都提出了對本集團直升機的需求。本集團正致力於提高直升機的產能、現有機型的改進和新機型的研製，努力擴大直升機銷售。

II、關於支線飛機市場

按照《中國民用飛機市場預測年報》的分析，今後20年中國客機擁有量將達到1762架。隨著國內航線結構的調整，支線飛機的數量將大幅提高，僅70座級以下的支線飛機需求就達575架。本集團正在加緊落實更多的支線飛機訂單。

III、關於教練機和通用飛機市場

教練機市場在中國國內的需求較為穩定，目前本集團正在研製新型教練機並積極開拓國際市場。通用飛機的需求目前正在逐步提高，中國農業部已向本集團提出明確需求，但實際需求數量有待商榷，《通用航空飛行管理條



例》已於二零零三年頒佈，但對低空空域的使用仍未全部放開，低空飛行空域能否進一步放開對通用飛機的市場需求有直接影響。

IV、關於航空零部件和轉包生產

全球航空製造業的發展為中國航空零部件的製造和轉包生產創造了市場需求。本集團面對全球知名航空產品製造商調整生產結構的契機，積極尋求以先進的製造技術和人工成本較低的優勢進入航空產品全球供應鏈，在航空零部件較二零零二年銷售額上升的基礎上，將進一步調整產品結構，擴大企業轉包生產的份額。

本集團二零零三年度航空產品研製生產情況

二零零三年，本集團與巴西航空工業公司合資總裝的ERJ145渦扇支線飛機在中國哈爾濱成功首飛，這是中國生產的第一架具有世界先進水平的渦扇支線飛機，是中國航空工業主動參與國際合作，與世界民機製造業同步發展的良好開端。

二零零三年，本集團研製的H425型直升機成功實現了首飛，H425直升機是迄今為止中國生產的技術最先進的民用直升機。它的性能水平達到了國際先進水平。

二零零三年，本集團研製的直11改進型也成功實現了首飛，該機是在直11基礎上更換了發動機，並對機上通信、控制、顯示等系統和結構進行了改進。它取得了中國民航當局頒發的適航證。

以上兩個型號直升機的首飛成功為民用直升機市場提供了更多的選擇機型。

本集團正在聯合研製用於出口的新型教練機。

銷售收入

本集團二零零三年航空產品銷售額為人民幣25.85億元，較二零零二年增長6.94億元，增幅為36.70%。其中整機銷售額為14.84億元，較二零零二年的11.24億元增長3.6億元，增幅為32.03%。

航空零部件銷售額為人民幣9.59億元，較二零零二年增長2.96億元，增幅為44.65%。

銷售成本

二零零三年本集團航空產品的銷售成本為20.60億元人民幣，較二零零二年增長6.19億元，增幅為42.96%。主要原因：(1)銷量增長帶動整體成本上升；(2)國內材料採購價格上漲，使單位成本上升；(3)向國外採購的航空產品進口成附件的價格有所上漲。

毛利率

本集團二零零三年航空產品整體毛利率為20.31%，較二零零二年下降近3.5個百分點。主要原因是國內原材料採購價格上漲和進口航空產品成附件價格上漲所致。

航空產品訂單

截止本報告刊登日，本集團初步落實的航空產品訂單情況如下：直升機訂單28架；教練機訂單22架；通用飛機訂單4架；支線機訂單6架。本集團正在積極加緊落實更多的飛機訂單。

二零零四年本集團擬採取的對策與措施

一、汽車產品方面：

- 1、 針對價格競爭導致毛利率下降的現狀，檢討提高毛利率的措施；
- 2、 加速汽車及發動機研發中心建設，進一步增強和提高汽車及發動機的自主開發能力，在與國際著名汽車設計公司聯合設計、聯合開發的基礎上不斷推出具有自主知識產權和自主品牌的產品；
- 3、 加強在引進新車型及資本投資方面與國際知名汽車製造商的合作，進一步提高汽車產品的市場佔有率；
- 4、 逐步統一汽車產品設計標準，在此基礎上逐步整合汽車生產的採購渠道，在整車和發動機生產廠中進行業務整合，以進一步降低生產成本；
- 5、 加強市場開拓和營銷網路建設，在對原有銷售網路進行整合的基礎上，在部分地區新建或擴充銷售及售後



服務中心，重點鞏固現有的市場，努力開拓中小城市和農村市場；

- 6、 加快汽車新車型和新型汽車發動機的研製生產。

二、航空產品發展方面：

- 1、 強化本公司航空產品的銷售職能，加強對主要市場和重點客戶的開發；
- 2、 針對國家開發中西部地區的重大戰略和國產支線、通用飛機、直升機的市場潛力，努力培育市場並開發客戶群體；
- 3、 全面開展航空產品的國際合作，特別是合作生產直升機、對現有機型改進改型、聯合研發新型直升機等方面；
- 4、 開發支線飛機新客戶；
- 5、 採用合作方式聯合研發新型出口高級教練機；
- 6、 努力開拓國際市場，擴大直升機和教練機的出口份額。

三、加大企業改革力度：

充分利用國家支持大中型企業改革和振興東北老工業基地的政策，深化各子公司的組織結構及人事分配制度改革、壓縮企業員工的規模，進一步提高公司的生產效率。

募集資金使用

由於上市時間較短，本公司的募集資金還未使用。於二零零三年十二月三十一日，募集資金淨額(扣除中介機構傭金和相關費用後)為18.70億元人民幣，均以孳息短期存款存放於中國的銀行。本公司將按照既定的用途將資金用於拓展本集團汽車及汽車發動機生



產能力及新車型開發，直升機產品改進改型及新型號開發，教練機、通用飛機的改進改型和新型教練機的研發，開發支線飛機，成立新的汽車和航空產品研發中心等。

本集團員工情況

於二零零三年十二月三十一日，本集團擁有員工33,293名。

員工情況表

	僱員數目	所佔百分比
汽車和發動機	16,793	50.44%
民用航空	14,084	42.30%
其他業務	2,416	7.26%
總計：	33,293	100%

截至二零零三年十二月三十一日止年度，本集團共發生員工成本9.03億元人民幣。

員工薪酬

本集團薪酬制度由董事會轄下的薪酬委員會按照公平合理及與市場相若的原則厘定。員工薪酬包括基本薪金、公共住房基金供款、退休金供款和實物利益。本集團亦會按僱員之個別表現酌情向僱員發放年終花紅，本公司的部分董事、高級管理人員及附屬公司的高級管理人員亦享有中期激勵計劃和股份增值權計劃，本公司部分核心技術人員和本公司部分監事、總部部門經理亦享有股份增值權計劃。

員工培訓

本集團堅持認為汽車製造業和航空製造業對員工的知識和技能有較高要求。因此，實行完善的員工培訓是本集團不斷發展的關鍵。為此本集團不斷檢討現有的員工培訓制度，並且以在香港的成功上市為一個新的起點，努力為員工提供全面、系統的培訓計畫。

本集團為高級管理人員提供戰略管理、人力資源管理、財務管理等專題培訓課程、講座和考察。同時為集團總部和附屬公司各專業部門舉辦各種專業技術和管理技巧的培訓。為新入職的員工提供全面的入職培訓，包括企業文化、經營理念、管理規範等方面的培訓。

本集團還通過眾多國際合作夥伴為管理人員和技術工人提供境外培訓。通過培訓，使員工能夠不斷汲取新的知識，不斷的充實和完善自己，加強企業的競爭力，以適應不斷變化的市場發展。

其他

按照本集團的業務整合計畫，為強化本集團的核心業務，本集團上市後已將哈飛機電出售予第三方。詳情載於財務報告附註37(d)。

本公司於二零零四年二月同時入選摩根士丹利全球價值指數(MSCI)和恒生國企指數成份股。

