

中期股息

董事會於二零零四年八月三十日召開之會議中，各董事議決將不派中期股息予股東（二零零三年：無）。

管理層討論及分析

財務業績

截至2004年6月30日止六個月，本集團之營業額約為23,883,000港元，與2003年同期之15,619,000港元相比上升約53%。股東應佔溢利約為54,431,000港元，上年同期錄得903,000港元的未經審核股東應佔溢利；每股基本盈利約為港幣1.32仙（2003：每股基本盈利約為港幣0.03仙）。

董事會不建議派發截至2004年6月30日止之中期股息（2003：無）。

業務回顧

本集團在過去一年，奠定投資汽車產業的基本佈局，完成集團業務的轉型。汽車產業已成為本集團之主要業務及未來整體溢利之主要來源。本集團與吉利控股集團也建立了越來越密切的關係。繼吉利控股集團副總裁張喆先生及南陽先生加入本集團董事局後，吉利控股集團創始人兼董事長李書福先生亦由2004年1月5日起正式成為本公司的最大股東之一。

為了進一步體現汽車產業為本集團的核心業務，本集團已於2004年3月1日召開特別股東大會，並通過將集團名稱由「國潤控股有限公司」更改為「吉利汽車控股有限公司」／「吉利汽車」，英文名稱為「Geely Automobile Holdings Limited」／「Geely Auto」之建議。

由於中國汽車產業及市場之快速增長及巨大發展潛力，本集團於報告期內把握良機，積極擴展汽車業務。於2004年5月，透過旗下兩間聯營公司，即浙江吉利及上海華普，向吉利控股集團及其旗下附屬吉利美日，以總代價7.23億元人民幣收購包括浙江豪情、浙江吉利汽車研究院及寧波吉利發動機研究所各九成權益，相關的註冊和資產轉移工作已於2004年7月6日完成。收購完成後，吉利控股集團旗下所控制的汽車業務已全部注入與本集團所建立的合資公司內，包括汽車研發機構，所有已投產及將投產的廠房、車型以及相配套的發動機和變速箱等汽車相關業務。本集團的設計生產能力將提升至單班年產二十萬輛轎車。

管理層討論及分析 (續)

業務回顧 (續)

吉利汽車集團在今年上半年的銷售表現令人鼓舞。吉利和華普兩個品牌共銷售轎車55,330輛，銷售收入為22億元人民幣，分別比上年同期增長66%和54%，大幅高於中國轎車總體市場的增長幅度。其中合資公司的吉利美日、優利歐、美人豹及華普銷售24,692輛，當時不在合資公司的吉利豪情銷售30,638輛。

前瞻

隨著中國國民平均收入及生活水平的提高，汽車銷售及生產將迅速增長，其中以轎車市場的增長尤為明顯。中國去年已成為世界第四大汽車生產國，共銷售汽車439萬輛，比上一年增長約34%，其中轎車銷售量達到197萬輛，增長75%。根據專家預計，中國汽車市場的需求增長可繼續保持一段相當長的時間。隨著國內住房擁有率的提升、以及假日經濟及自助旅遊的興起，中國的汽車消費空間將不斷擴大，而家用經濟型轎車更將成為市場增長的主要動力。

雖然受到宏觀經濟調控和收緊汽車信貸政策的影響，中國內地汽車市場在五、六月的銷售增長有放緩的跡象。但本集團仍然維持對中國汽車消費市場能高速成長的樂觀看法，因為中國整體經濟增長的基調並無改變。這一輪短期調整積聚的購買力極可能在九月份左右開始再次釋放。至於近期原材料價格上升而帶來的壓力，本集團已在上半年調低汽車配件成本約7%，大大減低了原材料價格上升所帶來的負面影響。根據零部件七月一日實施的下半採購合同預計，配件採購成本仍可再下調6%以上。對於今年初本集團訂立在2004年兩家聯營公司銷售汽車十萬輛的目標，按最近幾個月的銷售趨勢看來，這個目標比較進取。由於2004年下半年本集團將有數個新車型推出，再加上今年7月份完成收購浙江豪情後，豪情系列轎車的銷量會包括在兩家聯營公司內，因此我們只調低兩家聯營公司2004年的銷售量目標到九萬輛以上。

管理層討論及分析 (續)

前瞻 (續)

兩家聯營公司於今年五月公佈的收購行動，大大提升了本集團的綜合生產能力。在整體市場增長放緩的情況下，本集團於2004年中，採取了多方面措施以增強競爭力；包括重組生產資源及銷售體系，大規模降低採購成本，和對現有的技術進行了改造。對新車型的推出做了充份準備，如自動檔、電子助力系統、ABS+EBD的匹配工作，完成美日203、美日303、CK-1系列、華普303、美人豹1.5L、1.6L版本推出市場的準備工作。本集團董事深信，吉利和華普品牌物超所值的汽車產品，不僅能在中國蓬勃發展的本土市場取得成功，也能在國際市場取得成功。

展望未來，本集團深信中國汽車產業極具潛力。本集團將把握中國汽車業的龐大商機，專注經營及擴展經濟型汽車業務。隨著吉利汽車的品質越來越接近國際同級汽車水準，吉利汽車正逐漸被各國的汽車經銷商所重視，今年上半年已嘗試出口1,628輛。按照日本和韓國汽車進入國際市場的經驗，吉利汽車產品在低成本的優勢下，成功進軍國際市場的勢頭也越來越明顯。全球汽車市場都是本集團的目標市場。本集團會優先進入低關稅，少貿易保護，沒有汽車產業及發展中的市場。待累積經驗後，再進入主要的汽車消費市場。本集團相信吉利汽車在國際市場的銷售表現，反過來亦會促進中國本土市場的銷售。