

# 主席報告



本人欣然呈列超大現代農業(控股)有限公司(「本公司」或「超大」)及其附屬公司(「本集團」)截至二零零四年六月三十日止年度的全年業績。這是本公司自其於二零零零年十二月十五日在香港聯合交易所有限公司主板上市以來的第四份全年業績報告。

## 回顧

回顧過去年度內中國果蔬市場總體表現平穩，全國二零零三年蔬菜種植面積約2.7億畝，總產量約為5.4億噸，二零零四年上半年蔬菜種植面積與上年基本持平。全國蔬菜消費量增長趨緩，消費層次提高，特別注重質量，年內出現較多異常災害性天氣，蔬菜季節性供求失衡凸現，導致季節性價格波動較大，但總體價格穩中有升，中國果蔬出口保持雙位數字升幅。

國內許多生產商面對農產品安全問題，如有毒大米、蔬菜農藥殘留超標等等；國外發達國家關注的是農產品與健康。農產品安全及農產品與健康給我們清晰看到了市場對農產品質量不同層次的要求。超大在這個國內大環境中卻從一開始選定了自己應走的路——「走綠色道路、創生態文明」。在這幾年間，我們建立了整套農產品質量控制體系，實現了農產品「從土地到餐桌」的全程無污染控制，創出一條「綠色有機生態產業鏈」。在二零零四年六月份由世界品牌實驗室和世界經濟論壇聯合主辦的世界品牌大會中，超大很榮幸獲得《中國500最具價值品牌》之一，這顯示市場對超大這個品牌的認同。

## 業務回顧

### 財務表現

截至二零零四年六月三十日止年度，本集團之營業額及股東應佔溢利分別約為人民幣1,861,758,000元及人民幣996,754,000元，分別比上年度上升25.3%及37.5%。

期內雖然經受了異常氣候，超大憑藉跨地區均衡生產及周密的營銷系統，本集團獲得良好的業績。營業額上升動力為深化向海外客戶銷售及繼續開拓針對高消費力城市的銷售網點。農產品的銷售量由上年59.70萬噸增加至本年的71.19萬噸。本年度優異的業績再次體現了本集團營運模式的超強抗風險能力以及突出的競爭優勢。



# 主席報告

## 業務回顧(續)

### 生產基地

本集團位於國內之農地面積由二零零三年六月三十日之155,315畝(10,354公頃)增加至二零零四年六月三十日之181,027畝(12,068公頃)。在佈局上有兩個十分明顯的特點：一、生產基地基本上位於沿海地區，以針對東部沿海發達城市及海外市場對有機、綠色果蔬的強烈需求，將大部分基地建立於東部沿海，可避免長距離運輸，節約成本；二、生產基地分佈範圍廣泛，南至海南，北達遼寧，橫向從沿海到陝西黃土高原，以實現周年化均衡供應，又可有效規避自然災害風險。

### 銷售表現

本集團之主要銷售渠道為批發市場銷售及向海外客戶的直接外銷及透過國內出口貿易公司的間接外銷。國內銷售與出口銷售(直接或間接)分別佔本集團之總營業額的68.8%及31.2%。

### 展望

超大依循自己選擇的路不斷前進，能夠成為最具價值品牌之一是對我們過去所做的一種鼓舞。展望未來，超大會以無比的力量繼續發展，承中央國務院於二零零四年初頒佈的《一號文件》，確立了「三農」問題在全中國工作中的重要地位，在極其有利的國家優惠政策之下，將吸引更多新的競爭者，同時下游市場參與者如連鎖超市的急劇擴張，將推動上游農產品供應商的整合。超大因此將珍惜市場機遇，繼續積極擴張企業規模，提升品牌影響力，鞏固本集團在中國農業的領導地位。

### 短期目標

在過去一年中，透過積極跟蹤國內外聯營超市在中國開拓銷售網點的戰略，本集團對其需求已積累了一定的經驗。在未來一年的計劃當中，本集團將對自身的供應調配進行深化改革，努力完善以達至更有效率與效益的營銷網絡，形成集團新的利潤增長點。

### 中期目標

本集團將對已經開展的電腦化訊息系統進行深化工程，不斷改進我們的物流配送系統，增強不同銷售渠道之間的有效調配以滿足市場的需求。



# 主席報告

## 業務回顧(續)

### 長期目標

在完成上述短期和中期的任務後，爭取超大成為農產品供應商的典範，以我們特有的經營理念和模式，幫助解決國內的「三農」問題，同時提高中國農產品在國際上的聲譽和形象。

### 致謝

本人謹向董事會及專家智囊團所提出的寶貴意見及所作出的努力致謝。本人亦向本公司股東及業務夥伴所給予的持續支援，以及向全體員工的盡忠職守及辛勤工作，表達最深切的感激。

本集團在中國各地及開拓中的出口國家均擁有穩固的客戶基礎。客戶是超大家庭之一份子，本人謹向全體客戶的忠誠表示感謝。

### 郭浩

主席

二零零四年十月十九日