



主席  
魏文迪

致各股東：

### 財務業績

本公司欣然宣佈二零零四年業績有所改善，並重獲盈利。

截至二零零四年十二月三十一日止年度之股東應佔盈利為11,578,000元，而二零零三年同期虧損為32,771,000元。

本公司二零零五年及以後的挑戰將是於二零零四年的表現基礎上，持續改善盈利水平。鑑於消費者仍然偏向選擇低價啤酒，二零零四年業績表現仍然低於往年水平。

香港及華南地區之內銷市場銷售量較去年上升8.6%，出口量則較去年下降7.5%。

本公司總銷售額較去年上升8.9%。

儘管二零零四年銷售量錄得增長，但在本公司致力控制及減低成本的努力下，在折扣、分銷成本，以及行政及銷售開支方面，合共大幅減省達16,460,000元。

銷售成本佔總營業額由二零零三年之30.3%上升至二零零四年之32.7%，增幅主要由於計入生力（廣東）啤酒有限公司龍啤品牌全年之所有生產成本開支。生力（廣東）啤酒有限公司前為生力順德啤酒有限公司。

本公司於二零零三年八月由前順德合作夥伴收購龍啤品牌。龍啤於收購前一直以合約形式生產，故酒樽及膠箱之成本均由前順德合作夥伴承擔。有關的全年開支已計入本公司二零零四年之銷售成本。

其他營運開支增加4,130,000元，主要為廣州生力啤酒有限公司撤銷固定資產5,180,000元作出撥備。

香港在二零零四年處於極低息環境，財務費用下降1,730,000元。

生力（廣東）啤酒有限公司出售固定資產錄得虧損，導致其他淨開支增加1,960,000元。

## 主席報告

二零零四年年底本公司之現金及投資為468,610,000元，較二零零三年年底增長85,100,000元。

二零零四年年終之債項總額為245,550,000元，較二零零三年十二月減少15,450,000元。

本公司之現金及投資扣除債項總額為223,060,000元，相等於二零零四年年底本公司市值之35.1%。本公司股份同期收市價每股1.70元。

### 股息

董事會建議派發末期股息每股一仙。

### 業務回顧

受到美國經濟增長所帶動，二零零四年全球經濟增長強勁。中國持續急速發展刺激全球貿易增長，尤其對能源需求及建設方面的配套商品需求甚殷。

中國經濟於二零零四年之增長達9.5%，預期二零零五年之增長大致相若。

香港經濟於二零零四年之增長估計為7.5%。預期二零零五年之增長為5%，而通脹則為0.4%。預計香港經濟將持續受惠於急速增長的訪港內地旅客人數。

### 香港業務

本公司之香港業務於二零零三年表現未如理想，導致產生綜合虧損。然而，香港業務在二零零四年重獲盈利，促使股東應佔盈利有所增長。

各股東猶記得本公司業績於二零零三年因非典型肺炎疫症及減低應收賬款結餘措施而嚴重受挫。

本公司二零零四年之香港銷售量增長逾10%。然而，增長主要見於邊際利潤甚低之低價啤酒品牌，導致本公司之整體盈利增長受到局限。

低價啤酒品牌於香港啤酒市場之佔有率由二零零三年的33.6%，增長至二零零四年的37.3%。此增長之部份原因是由於現時「從價」啤酒稅制有利於低價啤酒品牌，促使消費者選購低價啤酒。本公司聯同大部份香港啤酒業之同業最近向香港特別行政區政府財政司司長提交一份建議書，促請政府重新採用從量稅制，意即啤酒不論價格高低均沿用劃一啤酒稅額。

本公司於二零零四年五月調高生力品牌產品之售價，為過往五年來首次。調高售價旨在將生力品牌適當地定位為市場上的高價產品。

本年度之香港整體啤酒市場總銷量為153,000,000公升，較二零零三年上升2.5%。

本公司於二零零四年之市場佔有率增長1.5點子。

「生力WildDayOut」是本年度非常成功的重點推廣活動，作為生力品牌與年輕消費者建立聯繫的一個平台，一系列活動包括二十場酒吧表演，及大型壓軸戶外演唱會讓年輕消費者近距離接觸本地及國際歌手。

公司在本年度屢獲殊榮，表揚生力品牌之優良品質，其中包括讀者文摘「超級品牌」金獎及中華廠商聯合會之「香港名牌」獎。

### 華南業務

在華南地區，本公司之廣州及順德業務均達致年初所擬定之財務目標。一如香港，廣州生力啤酒有限公司於二零零四年業績較去年有所改善並重獲盈利。

廣州生力啤酒有限公司之總銷售量較去年增長11.2%，主要是由於生力及廣氏菠蘿啤酒品牌銷量增長強勁所致。

廣州市作為一個重點市場，二零零四年之銷售量上升17.2%。

固定成本於年內大幅減省。按照一個持續推行之計劃，廣州生力啤酒有限公司得以有效地控制折扣及推廣方面之開支，並確保彈性分配的宣傳開支能夠達致最佳成效，提升產品銷量。

在競爭激烈的中國市場，成功要訣在於優秀的分銷及營銷隊伍。二零零四年經已完成加強代理商／批發商網絡，而營銷隊伍的技能、表現及銷售獎勵亦持續提升。

二零零四年下半年推出兩款新產品，分別為二零零四年八月在廣州推出專攻大眾市場的紅標雙喜啤酒，紅標雙喜啤酒為雙喜啤酒品牌的新產品；以及二零零四年年底於廣東省推出的生力品牌最新產品生力甘爽，生力甘爽定位為高增長之本地優質檔次啤酒。

廣州生力啤酒有限公司之啤酒產品於二零零四年之「第43屆國際品質評選會大獎」分別奪得三金一銀的獎項，以及一項國際優質大獎。

生力（廣東）啤酒有限公司之總銷售量上升17.7%，主要由於龍啤品牌啤酒銷售量增長28%。龍啤品牌啤酒於二零零四年創出佳績，彰顯本公司自二零零三年八月全面擁有及控制該品牌以來於市場推廣及銷售方面之成效。

威樂啤酒之銷售量維持穩定。

二零零四年十月在東莞推出的威樂清啤，為建立威樂品牌形象及提升盈利的優質新產品。威樂清啤定位為本地優質檔次啤酒。

生力（廣東）啤酒有限公司之啤酒產品於二零零四年之「第43屆國際品質評選會大獎」分別奪得一金一銀的獎項。

## 主席報告

### 社區關係及社會責任

本公司以作為良好企業公民為己任，多年來在香港及華南地區對經濟作出貢獻及回饋社會。

藉著參與業務所在地的慈善項目及社區活動，本公司致力支持社區事務。

本公司亦鼎力保護環境，致力達到甚至超逾政府及其他機構所指定的環保標準。

### 人力資源

員工乃本公司最重要之資產。在競爭激烈的市場中，員工對公司之長遠業績表現及達成其目標至為重要。

一如以往年報所述，本公司的目標乃確保所有員工持續得到合適之培訓及同事之間互相給予充足的支持，尤其強調團隊精神以達致既定目標。

本公司因應飲品業之市場水平，為所有員工制訂合適之薪酬福利，包括醫療及保險保障，以及退休福利。

### 企業管治

本公司董事會及管理層嚴格遵守企業管治之原則，對各項與業務有關的資料作出正確披露及高透明度的匯報。本公司致力確保長遠及可持續增長，在履行社會責任的前提下提升股東回報，同時重視員工、業務夥伴、客戶及整體社會的利益。

董事會現由十二位董事組成，其中包括三位獨立非執行董事及兩位執行董事，每年最少舉行五次會議，以檢討本公司之財務及營運表現，及考慮與批准本公司未來策略發展及財政預算。本公司董事之履歷詳情載於本年報第20至22頁「董事及行政管理人員」一節。

董事會於一九九八年根據上市規則附錄14成立審核委員會，現時由李國寶博士出任主席，連同吳維新先生及韋以安先生組成，彼等皆為獨立非執行董事。審核委員會之職權範圍包括在業績報告公佈前審閱本公司之財務業績，並與管理層及獨立核數師審閱公司關連交易事項；審閱公司內部監控程序；以及確保本公司遵守香港聯合交易所有限公司上市規則及企業管治守則。

審核委員會已連同管理層及獨立核數師審閱本公司二零零四年度之經審核財務業績，並建議董事會予以採納。

### 董事遵守標準守則

二零零四年年度之全體董事均已向本公司確認，彼等於年度內一直遵守香港聯合交易所有限公司上市規則附錄10所載之上市發行人董事進行證券交易之標準守則。

### 獨立非執行董事

本公司於二零零四年分別獲李國寶博士、吳維新先生及韋以安先生確認彼等之獨立身份。

本公司認為上述董事均屬獨立人士。

### 二零零五年之方針及挑戰

二零零五年之目標包括：

在香港：

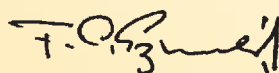
- 持續改善盈利表現；
- 加強生力品牌之優質啤酒市場定位，並鞏固其市場領導地位；及

- 藉著「生力WildDayOut」推廣活動的成功，繼續擴大生力品牌於年輕消費群的市場。

華南地區：

- 繼續專注於珠江三角洲地區市場，抓緊個別市場之有利機遇；
- 透過活動推廣宣傳以鞏固生力品牌之優質啤酒市場定位，建基於生力品牌廣受消費者歡迎程度而相應地提升銷量；及
- 繼續在目標市場建立本地啤酒品牌，包括龍啤及威樂啤酒。

最後，本人謹此對各員工及各董事表示衷心謝意，本年度業績得以扭轉獲利，實有賴彼等所作出的努力及貢獻，並感激股東及顧客一直對本公司之信任及支持。



主席

魏文迪

二零零五年二月二十四日