



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

概述

截至二零零四年十二月三十一日止年度，本集團除稅前溢利為2.30億元人民幣，較二零零三年下降69.93%。年度溢利為0.71億元人民幣，較二零零三年下降84.29%。本集團年度溢利下降的主要原因是本集團汽車業務盈利貢獻大幅減少。

截至二零零四年十二月三十一日止年度，本集團每股盈利為人民幣0.015元。

截至二零零四年十二月三十一日止年度與截至二零零三年十二月三十一日止年度的比較列表如下：

合併經營業績

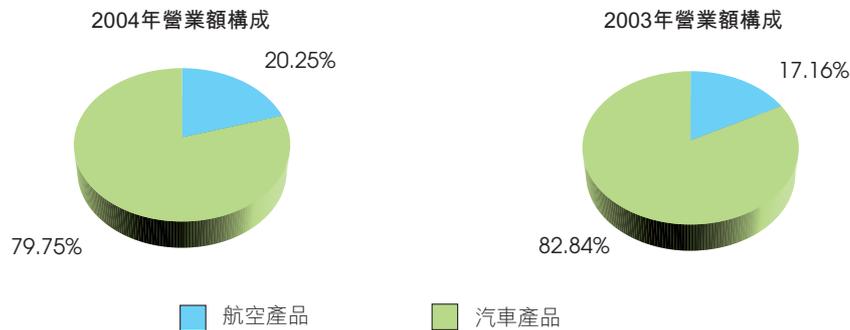
- 合併損益情況

人民幣百萬元	截至十二月三十一日止年度		二零零四年較
	二零零四年	二零零三年	二零零三年 變動率
營業額	12,877	15,066	(14.53%)
其中：汽車板塊	10,269	12,481	(17.72%)
航空板塊	2,608	2,585	0.89%
銷售成本	(10,948)	(12,414)	(11.81%)
其中：汽車板塊	(8,846)	(10,354)	(14.56%)
航空板塊	(2,102)	(2,060)	2.04%
其他收入	57	85	(32.94%)
銷售及配送開支	(573)	(831)	(31.05%)
行政開支	(1,026)	(950)	8.00%
其他經營收入	—	32	(100%)
經營溢利	387	988	(60.83%)
財務開支淨額	(171)	(210)	(18.57%)
應佔聯營公司除稅前業績	14	(13)	207.69%
除稅前溢利	230	765	(69.93%)
所得稅	(93)	(61)	52.46%
少數股東權益	(66)	(252)	(73.81%)
年度溢利	71	452	(84.29%)



管理層對財務狀況和經營業績的討論與分析

1、營業額構成



本集團二零零四年度營業額為128.77億元人民幣，較二零零三年度150.66億元下降14.53%。主要原因是本年度汽車產品降價，加之銷量下滑使汽車產品銷售額下降所致。其中：汽車產品102.69億元人民幣，較二零零三年下降17.72%，佔總營業額的79.75%；航空產品26.08億元人民幣，較二零零三年增長0.89%，佔總營業額的20.25%。

從上圖來看，二零零四年比二零零三年航空產品在整個營業額中所佔的比例上升約3個百分點。

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

本集團二零零四年銷售及配送開支為5.73億元人民幣，較二零零三年下降2.58億元，降幅為31.05%。下降的主要原因是汽車銷量下滑，相關汽車產品的運輸費、銷售佣金及售後服務費相應減少所致。

3、行政開支

本集團二零零四年行政開支為10.26億元人民幣，較二零零三年增長約8%。

4、經營溢利

本集團二零零四年度經營溢利為3.87億元人民幣，較二零零三年下降6.01億元，降幅為60.83%，主要是由於汽車板塊業績下滑所致。

5、財務開支淨額

本集團二零零四年財務開支淨額為1.71億元人民幣，較二零零三年下降0.39億元，降幅為18.57%。其中：受匯率波動影響，本期匯兌淨損失減少0.25億元，降幅約為45.45%。



6、 稅項

本年度的所得稅費用為0.93億元人民幣，較二零零三年的0.61億元增長52.46%。詳情載於財務報告附註8。

7、 少數股東權益

本集團二零零四年度少數股東權益為0.66億元人民幣，較二零零三年的2.52億元人民幣下降73.81%，主要是由於二零零四年本集團部分非全資子公司盈利較二零零三年有大幅減少所致。



• 資產、負債及權益情況

人民幣百萬元	截至十二月三十一日止年度		二零零四年較
	二零零四年	二零零三年	二零零三年 變動金額
流動資產	11,384	13,150	(1,766)
非流動資產	8,432	7,651	781
總資產	19,816	20,801	(985)
流動負債	10,151	10,657	(506)
非流動負債	1,627	2,125	(498)
總負債	11,778	12,782	(1,004)
股本	4,644	4,644	—
撥備	452	380	72
擬派末期股息	—	49	(49)
所有者權益	5,096	5,073	23
少數股東權益	2,942	2,946	(4)

二零零四年十二月三十一日本集團總資產為198.16億元人民幣，總負債為117.78億元，少數股東權益為29.42億元，所有者權益為50.96億元，其中：

1、 總資產

總資產較二零零三年下降9.85億元人民幣，主要是流動資產下降所致。本年度流動資產較二零零三年下降了17.66億元，其中：應收帳款下降9.1億元，本集團本期信用政策未有調整，應收帳款下降主要是由於本期銷售額減少所致；原期滿日超過三個月的定期存款減少約12億元，主要是本公司在二零零四年按照募集資金使用計劃，將部分定期存於銀行的募集資金轉為活期並按計劃投入相關項目所致。



管理層對財務狀況和經營業績的討論與分析

2、 負債

總負債較二零零三年下降10.04億元人民幣，降幅為7.85%。其中：流動負債減少5.06億元；非流動負債減少4.98億元，主要是長期借款減少所致。

3、 貸款擔保和抵押

於二零零四年十二月三十一日，本集團有總借款為人民幣53.56億元，其中：抵押借款為5.24億元，抵押擔保物為房屋和機器設備等固定資產，賬面淨值約為4.24億元。

擔保借款為37.63億元人民幣，其中：集團內部提供的擔保為26.50億元，第三方提供的擔保為1.67億元，中航第二集團公司及其子公司提供擔保已部分解除，目前尚餘9.46億元，正在辦理解除手續。

4、 所有者權益

二零零四年度所有者權益為50.96億元人民幣，較二零零三年增加0.23億元，變動詳情載於財務報告附列之股東權益變動表及附註35及附註36。

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。二零零四年度本集團繼續加強對汽車產品的開發，本年度發生的技術開發成本為3.03億元人民幣。這些資本的投入將為本集團適應市場競爭，提高產品的毛利率和競爭力起到積極作用。

6、 匯率風險

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，同時本公司還存有部分募集所得的港幣存款。匯率的不確定性給本集團帶來了一定的匯率風險。詳情載於財務報告附註40(a)(i)。





7、或然負債和擔保

於二零零四年十二月三十一日，本集團並未為任何第三方提供擔保，也無重大或然負債。

- 現金流量情況

1、流動性資本和資本來源

於二零零四年十二月三十一日，本集團的現金及現金等價物淨額為人民幣25.58億元，主要是由下列來源產生：

- 年初現金及銀行存款；
- 營業運作所得；及
- 新增銀行借款。

下表列出了本集團二零零四年度和二零零三年度的現金流量情況：

單位：人民幣百萬元

現金流量主要項目	二零零四年	二零零三年	同比增減	變動率
來自經營活動現金流量淨額	554	385	169	43.90%
來自投資活動現金流量淨額	(185)	(3,419)	3,234	(94.59%)
來自融資活動現金流量淨額	(395)	3,145	(3,540)	(112.56%)
現金及現金等價物淨(減少)/增加	(26)	111	(137)	(123.42%)

2、經營活動

本年度經營活動現金流量為淨流入人民幣5.54億元，較二零零三年增加1.69億元。詳情列載於財務報告附註37(a)。

3、投資活動

本年度投資活動現金流量為淨流出1.85億元人民幣，較二零零三年下降32.34億元，其中：原期滿日超過三個月的定期存款增長額較二零零三年的增長額減少29.48億元。



管理層對財務狀況和經營業績的討論與分析

4、 融資活動

本年度融資活動所得現金流量為淨流出3.95億元人民幣，較二零零三年下降35.40億元。下降的主要原因是本公司在二零零三年十月三十日上市發行股票融資，而二零零四年本集團並未發生此類融資活動。

於二零零四年十二月三十一日，本集團總借款為53.56億元人民幣，其中短期借款38.98億元，一年內到期的長期借款為5.16億元，一年以上到期的長期借款為9.42億元。

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	516
一年至兩年內償還	419
兩年至五年內償還	511
五年後償還	12
合計	<u>1,458</u>

於二零零四年十二月三十一日，本集團有銀行借款為人民幣53.11億元，平均利率為4.71%，佔總借款的99.16%；其他借款為0.45億元，平均利率為1.75%，佔總借款的0.84%。

於二零零四年十二月三十一日，本集團外幣借款折合人民幣為7.49億元，佔總借款的13.98%，其中：美元借款為0.25億美元，歐元借款為0.33億歐元，日元借款為21.98億日元。

- 資本負債率

於二零零四年十二月三十一日，本集團資本負債率為27.03%（於二零零三年十二月三十一日為26%），以二零零四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

截至十二月三十一日止年度

人民幣百萬元	二零零四年				二零零三年			
	銷售量 (輛)	銷售 收入	銷售 成本	毛利率	銷售量 (輛)	銷售 收入	銷售 成本	毛利率
汽車產品合計	—	10,269	8,846	13.86%	—	12,481	10,354	17.04%
汽車整車合計	297,603	8,765	7,614	13.13%	326,814	10,700	8,874	17.07%
微型客貨車	244,666	6,334	5,533	12.65%	253,466	6,779	5,620	17.10%
經濟型轎車	52,937	2,431	2,081	14.40%	73,348	3,921	3,254	17.01%
其他汽車產品	—	1,504	1,232	18.09%	—	1,781	1,480	16.90%

二零零四年中國汽車市場回顧

二零零四年是中國汽車相關政策、法規出台數量比較多的一年。為引導汽車產業實現快速、協調發展，解決汽車與能源、汽車與環境等日益突出的矛盾，二零零四年國家相繼出台了多項政策法規。二零零四年中國汽車工業結束了上兩年「井噴」式的增長，經過市場調整步入到平穩的發展階段。全年中國汽車產銷分別為507.05萬輛和507.11萬輛，同比分別增長14.11%和15.50%。其中：轎車產銷分別為231.63萬輛和232.65萬輛，同比分別增長11.99%和15.17%；微型客車產銷分別為75.78萬輛和74.21萬輛，同比分別增長11.68%和6.71%；微型貨車銷售增長速度則達到24.96%。（資料來源於《中國汽車工業產銷快訊》）

二零零四年，中國汽車行業銷售收入保持增長，但由於國內鋼材等原材料價格上漲以及整車產品價格下降，中國汽車產業整體利潤率下降。

二零零四年本集團汽車業務回顧

面對汽車原材料價格上升及競爭激化等因素，本集團管理層加強業務整合、深化企業改革，為本集團汽車業務未來發展打下了良好的基礎。





管理層對財務狀況和經營業績的討論與分析

1、 業務整合工作取得重要進展

組織實施旗下汽車公司和發動機公司的合併，著手進行了東安動力配股收購哈飛汽車全部股權的工作；改革調整汽車業務管理部門，成立了汽車事業部，並對旗下從事汽車業務公司的管理層進行調整，以對汽車及發動機業務實施「統一決策、統一規劃、統一開發、統一採購、統一營銷、統一對外」的戰略，以達到資源共享，降低成本。

2、 產品研製開發取得新成績

一批新車型相繼開發投產：哈飛「中意」系列新車型—哈飛「新意」已於年內推出市場，哈飛「中意」系列的雙排貨車已經完成設計和定型，即將進入小批量生產。新型轎車哈飛「賽豹」已於二零零五年初上市，昌河「利亞納」的研發進展順利，將於二零零五年向市場推出。其他新車型及改進車型的開發均按計劃進行。

3、 新生產線建設項目進展順利

本集團在深圳開始建設以生產排量在1.6公升以上的轎車為主的生產線，目前生產線正在按計劃建設中。

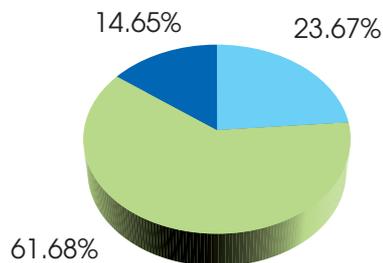
本集團九江汽車生產線及發動機生產線均按計劃節點進行，目前正進行生產線的安裝調試，預計二零零五年底前竣工投產。

這些項目完成後，將使本集團汽車生產佈局進一步完善，生產能力進一步擴大，生產製造水平進一步提升，產品系列更加豐富，為下一步發展打下較好的基礎。

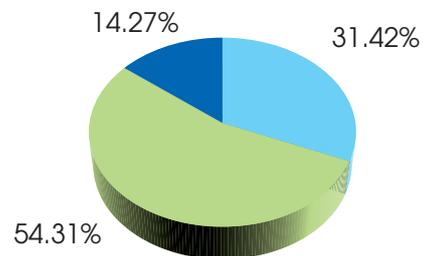
銷售收入

汽車板塊銷售額構成

二零零四年汽車板塊銷售額



二零零三年汽車板塊銷售額



■ 經濟型轎車 ■ 微型客貨車 ■ 其他汽車產品



本集團二零零四年度汽車產品銷售額為102.69億元人民幣。其中：汽車整車銷售額為87.65億元，較二零零三年下降19.35億元。除了汽車產品降價因素外，主要是由於單價較高的經濟型轎車銷量大幅度下滑。引起經濟型轎車銷量大大幅度下滑的原因主要是由於市場競爭激烈。二零零五年本集團將隨着市場的發展趨勢，加強在品牌、銷售網點及銷售策略方面的應對措施。

從上圖看，二零零四年本集團的汽車產品結構較二零零三年有一定變化：二零零四年經濟型轎車佔汽車板塊銷售額比重約為23.67%，較二零零三年31.42%下降了7.75個百分點；微型客貨車佔汽車板塊銷售額的比重約61.68%，較二零零三年54.31%上升了7.37個百分點；其他汽車產品佔汽車板塊銷售額約為14.65%，與二零零三年大體持平。

銷售成本

本集團二零零四年度汽車產品銷售成本為88.46億元人民幣，其中：汽車整車銷售成本由二零零三年的88.74億元降至二零零四年的76.14億元。主要原因是隨着本年度汽車整車銷量的下滑，銷售成本同比減少所致。

毛利率

本集團二零零四年度汽車產品整體毛利率為13.86%，較二零零三年下降約3.18個百分點。主要原因是國內汽車市場競爭激烈，各汽車生產廠商紛紛通過降價來維繫和搶佔市場份額。本集團亦採取了一系列的降價措施，加之本年度鋼材等汽車產品原材料價格上漲，雖然本集團也積極採取了有效的降成本措施，但成本降低的幅度仍不足以抵銷降價等因素所引起的收入減少，導致毛利率下滑。





管理層對財務狀況和經營業績的討論與分析

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	二零零四年				二零零三年			
	銷售量 (輛)	銷售 收入	銷售 成本	毛利率	銷售量 (輛)	銷售 收入	銷售 成本	毛利率
航空產品合計	75	2,608	2,102	19.40%	67	2,585	2,060	20.31%
直升機	26	1,142	962	15.76%	22	885	694	21.58%
教練機	46	561	462	17.65%	35	555	459	17.30%
通用飛機	3	59	57	3.39%	10	43	48	-11.63%
航空零部件	—	684	507	25.88%	—	959	748	22.00%
其他	—	162	114	29.63%	—	143	111	22.38%

民用航空市場回顧

二零零四年，中國經濟仍然保持高速增長的良好態勢，從而帶動了民用航空運輸業的發展。根據中國民用航空總局二零零五年二月十七日發佈的統計，截止二零零四年底，已開通定期航班的城市共有133個，全年共完成旅客吞吐量2.41億人次(其中國內旅客2.17億，國際旅客2,419萬)，較上年增長38.8%；完成貨運吞吐量552萬噸(其中國內貨運381萬噸，國際貨運171萬噸)，較上年增長22.3%；飛機起降架次266萬架次，較上年增長25.8%。

本集團航空業務回顧

本集團是中國規模最大的直升機製造商及主要的飛機製造商。本集團的直升機、教練機仍以政府部門和非軍事部門採購為主，繼武警之後，公安部門也開始向本集團訂購直升機。支線飛機、通用飛機以各航空公司為主。中國民用航空市場的發展速度前景廣闊，本公司的各類型飛機均可在中國的航空客運、貨運發揮積極作用。





1、 直升機

二零零四年，本集團生產的首架HC120直升機首飛成功，標誌著本集團實現了從EC120型直升機部件生產到整機總裝的跨越，推動了中國直升機工業向國際水平邁進。

二零零四年，本集團研製的H425型直升機取得了中國民航總局頒發的適航證，獲得了進入國內民用航空市場的許可。H425直升機是中國自行開發的先進的民用直升機。

二零零四年，本集團直8F通用運輸型直升機首飛成功。直8F是直8系列的又一改進機型，能夠滿足在極端環境下操作，包括在極高溫和嚴寒等複雜氣候地區使用的要求，提高了直升機的可靠性、經濟性和舒適性。

二零零四年，本集團子公司哈飛股份與南京市公安局簽訂了一架直9警用型直升機購銷合同。這是直9警用型直升機首次獲中國城市公安系統使用，對拓展國內直升機的應用領域及開發直升機的潛在市場具有積極的推動作用。

2、 支線飛機

二零零四年初，哈爾濱安博威與中國南方航空股份有限公司簽訂了六架ERJ145支線飛機的銷售合同。截止本報告發布之日，該六架機已全部交付完畢。

二零零五年三月，哈爾濱安博威與中國東方航空江蘇有限公司簽訂了出售五架ERJ145支線飛機的協議。該批支線飛機將於二零零五年和二零零六年陸續交付。

3、 教練機和通用飛機

二零零四年五月，哈航集團向四川三星通用航空有限公司交付一架運12E型飛機；六月，中國國家海洋局再次選定運12IV型飛機為海監執法飛機。哈飛股份在珠海市舉辦的第五屆中國國際航空航天博覽會上，簽訂20架運12系列飛機合同；洪都航空於二零零五年初簽訂40架K8飛機銷售合同。一系列合同的簽訂，為本集團未來教練機和通用飛機發展提供了穩定的市場。



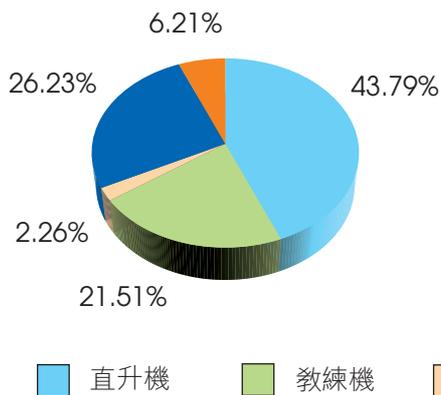
管理層對財務狀況和經營業績的討論與分析

4、 航空產品國際合作

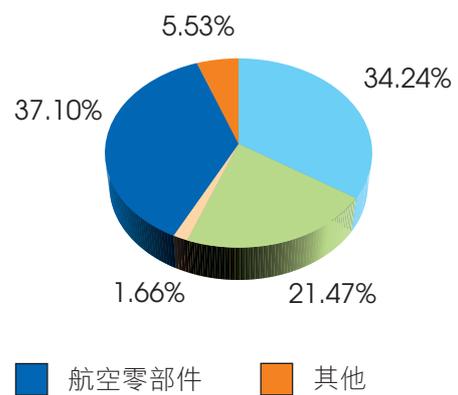
二零零四年，本集團航空產品國際合作取得較快發展：與意大利阿古斯塔公司簽署了A109E輕型雙發直升機合資生產合同；在哈飛股份建立HC120總裝生產線，首架直升機實現首飛；本集團亦將在中航第二集團公司與歐洲直升機公司簽署的先進中型通用直升機項目合作框架協議中擔任主要執行者；此外，本集團亦與空中巴士公司簽訂了航空產品研發合作框架協議，與波音公司的零部件轉包合作正在積極推進。

銷售收入

二零零四年航空板塊銷售額



二零零三年航空板塊銷售額



本集團二零零四年航空產品銷售額為26.08億元人民幣，較二零零三年增長0.23億元，增幅為0.89%。航空產品銷售額穩中略有上升。其中整機銷售額為17.62億元，較二零零三年的14.83億元增長2.79億元，增幅為18.81%，主要得益於直升機銷量的增長。

航空零部件銷售額為6.84億元人民幣，較二零零三年的9.59億元下降2.75億元，降幅為28.68%，下降的原因主要是受本集團航空產品最大客戶中航第二集團生產安排調整的影響，本集團為其生產的部分航空零部件轉入以後年度交付。

從上圖看，二零零四年本集團航空產品結構較二零零三年有一定變化：二零零四年直升機佔航空產品銷售額的比重由二零零三年的34.24%增長為二零零四年的43.79%，增長了9.55個百分點；教練機佔航空產品銷售額的比重約為21.51%，與二零零三年大體持平；通用飛機佔航空產品銷售額的比重約為2.26%，與二零零三年變化不大；航空零部件佔航空產品銷售額的比重約為26.23%，較二零零三年的37.10%下降了10.87個百分點；其他產品佔航空產品銷售額的比重約為6.21%，與二零零三年變化不大。



銷售成本

二零零四年本集團航空產品的銷售成本為21.02億元人民幣，較二零零三年的20.60億元增長0.42億元，增幅為2.04%。航空產品成本隨著銷量的增長略有上升。

毛利率

本集團二零零四年航空產品整體毛利率為19.40%，較二零零三年下降約1個百分點，整體變動不大。

航空產品訂單

截止本報告發佈之日，本集團已落實的航空產品訂單情況如下：直升機訂單45架；教練機訂單40架；通用飛機訂單20架；支線飛機訂單10架。本集團正在積極爭取更多的航空產品訂單。

未來展望及策略

汽車業務

二零零五年中國汽車市場展望

二零零五年是入世後過渡期的最後一年。董事會相信中國宏觀經濟總體將繼續保持平穩較快增長的運行態勢，預計GDP同比增長8%左右。故此，本集團相信二零零五年中國汽車總需求仍將保持平穩增長。根據中國國家信息中心預測：二零零五年微型汽車受中國宏觀調控影響不大，需求將呈緩慢平穩增長，全年增長率為10%左右；預計全年轎車增長率為10%—12%左右。

中國汽車市場將呈現以下特點：

- 1、 節能環保要求進一步提高。國際石油價格的居高不下，中國政府和社會各界對節油和環境問題的重視，低油耗汽車成為市場趨勢。二零零四年，中國《汽車產業發展政策》及《乘用車燃料消耗量限值》標準的公佈，對汽車的節能、環保提出新的法規性要求。





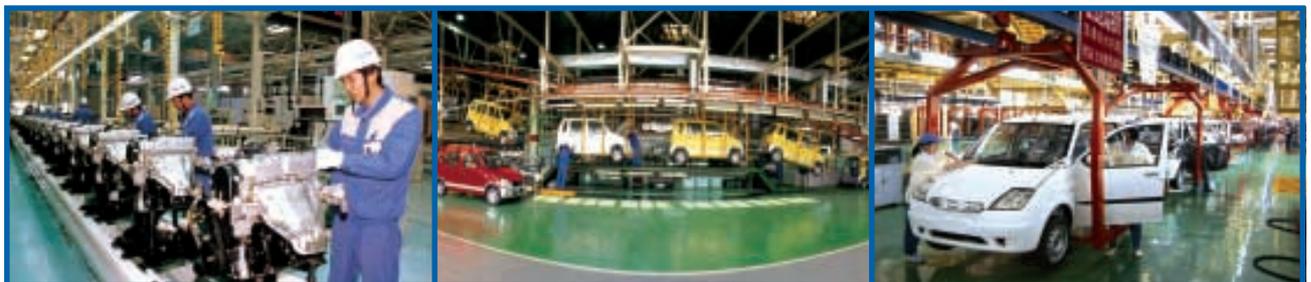
管理層對財務狀況和經營業績的討論與分析

- 2、 中高檔汽車價格還有一定的下降空間。本集團認為，國家宏觀調控、汽車進口配額取消和關稅進一步下調，以及產品庫存的增加，將使中高檔汽車價格繼續下降。
- 3、 微型汽車將有獨特發展空間。隨著中國經濟持續發展，個人收入與日俱增，中國城市規模和數量擴展，自置汽車需求將不斷擴大。在中國鼓勵小排量、經濟型汽車政策的引導下，「安全、環保、節能、經濟、實用」的微型汽車、經濟型轎車將成為中國汽車市場具有很好發展潛力和增長性的產品。

本集團汽車業務的優勢及策略

本集團汽車業務經過積累多年經驗與及二零零四年的整合，具有其自身優勢：

- 1、 具備較強的自主開發能力、較完善和先進的生產線。經過了技術引進、消化吸收、改進改型、聯合開發等階段，本集團在微型汽車及經濟型轎車方面已初步形成自主開發能力。與之相適應的，汽車、發動機生產線製造水平不斷提高，與國內大的汽車集團及合資公司先進的生產線水平相當，具備生產微型客車、微型貨車及經濟型轎車的能力。
- 2、 微型汽車在國內汽車市場具有較高的品牌知名度以及較完善的銷售網絡。「松花江」、「昌河」等汽車品牌深受用戶喜愛，並擁有廣泛的市場。
- 3、 本集團汽車生產佈局具有一定地理優勢。在中國東北有轎車、微型汽車和發動機生產線，在華南也將形成整車生產能力，在華東的合肥及華中的景德鎮都有整車生產線，在中國九江也將形成整車和發動機生產能力。合理利用這些產能，可增強本集團汽車業務的輻射能力，減少運輸距離，促進本集團汽車業務的發展。





- 4、本集團生產的車型符合中國鼓勵發展節能環保型汽車的要求。目前開發、生產、銷售的車型以小排量、微型汽車為主，大部分車型排量在0.8公升到1.1公升之間。本集團汽車產品排量小，油耗低，完全滿足中國環保排放法規的要求，具有「安全、環保、節能、經濟、實用」的特點，符合中國政策導向和世界汽車發展趨勢。

本集團在二零零五年，將秉承「以微型汽車為主，亦著力發展轎車，實行合資合作，共享資源」的理念，完善汽車發展戰略，優化資源配置，強化營銷，實現汽車業務的增長，具體措施包括：

- 1、繼續推進汽車業務的整合－對本集團的汽車業務實行「統一決策、統一規劃、統一開發、統一採購、統一營銷、統一對外」，實現資源的優化配置。
- 2、加大營銷工作力度－制定積極的營銷對策，提高銷售隊伍的整體素質和業務人員的工作能力。進一步整頓、理順現有的銷售網絡和售後服務網絡。本集團亦將通過廣告策劃努力提高集團轎車品牌度。
- 3、有計劃、穩健地推出新車型上市－二零零五年，本集團將根據市場行情，有計劃、積極穩健地推出哈飛「賽豹」、昌河「利亞納」等車型上市。
- 4、強化企業的核心競爭能力－在產品研發上，注意發揮比較優勢，著重開發新型小排量、節能型汽車。
- 5、以降低採購成本為目標，嚴格控制成本－各管理環節要制定降成本的具體措施，努力為產品銷售創造條件。

航空業務

航空產品市場展望

中國國民經濟的快速發展、交通運輸結構性調整、社會不斷進步和人民生活水平不斷提高，形成了巨大的直升機與民用飛機潛在市場，為民用航空製造業提供了廣闊的發展空間，其中支線運輸和航空貨運將成為中國市場新的增長點；全球知名的航空產品製造商紛紛調整生產結構，通過中外合資合作形式進入中國市場，也為推進中國航空業產業化提供了很好的機遇。



管理層對財務狀況和經營業績的討論與分析

本集團航空業務展望及策略

本集團作為中國規模最大的直升機製造商及主要的飛機製造商，擁有雄厚的科研實力和先進的製造技術。本集團將抓住航空產品發展的良好機遇，在未來幾年加大對航空業務的投入，擴大直升機產能，開拓國內外市場；同時積極尋求進入航空產品全球供應鏈，加強國際合作，提升產業整體水平。具體措施包括：

- 1、 努力開拓市場—大力推動H425、HC120、直11MB1、A109E等新型直升機的市場開拓工作；進一步開拓直8、直9直升機市場；強化對支線飛機、通用飛機及教練機的市場營銷與新客戶的開發。
- 2、 進一步加強國際合作—推進通用直升機的國際合作研製，可望於二零零五年對外簽約，這將使本集團直升機系列產品更為豐富；進行A109E直升機的合作生產，擴大航空產品國際合作領域，包括將與波音公司、空中巴士公司就航空產品轉包生產的意向性協議深化為執行性協議及積極執行貝爾430零部件轉包生產。
- 3、 針對市場情況，加快對新機型與改進現有機型的研發與取證—加快中型通用直升機的中外合作研發工作；新型高級教練機研發進展順利，爭取二零零五年底實現首飛；農5正在積極爭取進入美國市場的適航證。

本集團還將充分利用中國支持大中型企業改革和振興東北老工業基地的政策，繼續推動企業改革，調整產業結構，優化人力資源配置，提高生產效率。

募集資金使用

按照募集資金的使用計劃，截止二零零四年十二月三十一日，募集資金共計投入6.62億元人民幣，其中：已投入汽車產品的資金為5.3億元人民幣，用於新車型及新型發動機的研發；已投入航空產品的資金為1.32億元人民幣，用於新型高級教練機的研發。其餘部分均以孳息短期存款存於中國的銀行，本公司也將按照既定的用途來使用其餘部分資金。





本集團員工情況

於二零零四年十二月三十一日，本集團擁有員工32,122名。

員工情況表

	僱員數目	所佔百分比
汽車和發動機	17,262	53.74%
民用航空	14,346	44.66%
其他業務	514	1.6%
	<hr/>	<hr/>
總計	32,122	100%
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

截至二零零四年十二月三十一日止年度，本集團共發生員工成本8.74億元人民幣。

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釐定。員工薪酬包括基本薪金、公共住房基金供款、退休金供款。本集團亦會按僱員之個別表現酌情向僱員發放年終花紅。

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，努力為員工提供全面、系統的培訓計劃。

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。同時為集團總部和子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。