



二零零四年是中國蒙牛乳業有限公司(「本公司」)企業歷史中具標誌性的一年。本公司奉行提高大眾對健康的關注、為大眾提供優質乳製品的使命，已打造中國全國知名乳製品品牌，並成為首家到香港上市的中國乳製品供應商。本人謹此代表董事會，欣然向全體股東呈報本公司及其子公司(統稱「本集團」)截至二零零四年十二月三十一日止年度的全年業績。

儘管市場競爭漸趨激烈，本集團仍致力拓展產品系列和實行有效的品牌和市場推廣策略。這項策略造就了本集團業務的正面增長動力。本集團二零零四年收入為人民幣72.138億元，增幅達77.2%，而淨利潤為人民幣3.194億元，飆升94.3%。每股基本盈利為人民幣0.357元，增幅為85.9%，每股攤薄盈利為人民幣0.285元。董事會同時決議建議就截至二零零四年十二月三十一日止年度，派付末期股息每股人民幣0.0585元。

中國近年經濟增長迅猛，宏觀經濟環境良好，加快了中國乳製品行業的迅速發展，為本集團締造前所未有的增長契機。國家人民生活水平改善，加上健康意識的提高，皆導致他們對質量高、營養好、具品牌知名度和較優良的乳製品有較大需求。

為全面把握市場的正面增長潛力，本集團於二零零四年就三大系列乳製品，在市場上推出更多品種以供消費者選購。液體奶繼續是本集團年內最大的收入來源，佔收入的84.5%。冰淇淋銷售額增長迅

速，佔總收入的11.2%。其他乳製品的份額增長最為顯著，此業務環節的收入增加217.3%，其收入佔本集團收入的4.3%，而二零零三年僅佔2.4%。

受惠於規模經濟，本集團的成本效益得以改善。本集團在年內有效地運用廣告及宣傳經費，以及善用銷售及分銷網絡，擴大了本集團的市場覆蓋，亦鞏固了消費者的品牌忠誠度。根據 AC 尼爾森的資料，本集團於二零零四年十二月在中國液體奶市場所佔份額以銷量計增至22.0%，二零零三年十二月只為17.0%。

除業務表現理想以外，本公司亦對在上市首年旋即獲機構投資者認同引以為傲。本公司於年內獲亞洲貨幣雜誌 (*AsiaMoney Magazine*) 頒發「二零零四年最佳上市公司」(中國) 獎項，而其公開售股活動亦獲 *FinanceAsia* 評為「最佳中型股集資交易」。

展望未來，本集團預期二零零五年中國乳製品市場競爭仍會十分激烈。我們將會不斷推出優質的乳製品，為乳製品行業的健康發展出一分力。為了爭取契機加快公司發展，我們會緊貼市場脈搏，積極捕捉消費者的喜好，為他們提供多元化的產品系列，確保本集團繼續領先市場。我們同時會善用廣泛的銷售及分銷網絡，並透過擴充市場覆蓋至二級及三級城市，提升品牌優勢。而加強源頭管理也將會是本集團一個主要的發展策略，以提升我們的奶源質素，滿足業務快速增長的需要。

蒙牛在創立之初，我們承諾把公司構建成為百年基業，並建設一個令國家及人民皆引以為傲的品牌。長遠而言，我們將努力為消費者供應味道好、營養高、質量佳的乳製品，爭取給股東帶來更好的回報，透過培訓和獎勵制度培養僱員，以及為國家孕育更強大的乳業，締造一個多贏的局面。

本人衷心感謝全體股東和客戶對本公司的厚愛和鼎力支持，也感謝表現出色的管理層和僱員，全憑他們在過去一年盡心竭力服務，本集團才有如此令人鼓舞的佳績。展望新的一年，我們將繼續團結一致，引領蒙牛業務更上一層樓。

牛根生
總裁

中國，二零零五年四月六日