

增添生活姿彩

城市居民以天然氣作為煮食、洗浴及取暖的能源，穩定可靠的天然氣供應為大家帶來舒適及美好的生活環境。





截止 2004 年底，
集團擁有

7.7%

的管道天然氣接駁率。



住 - 隨著生活水平的提高，
管道天然氣已成為現代城市
住宅普遍使用的清潔能源
之一。

住

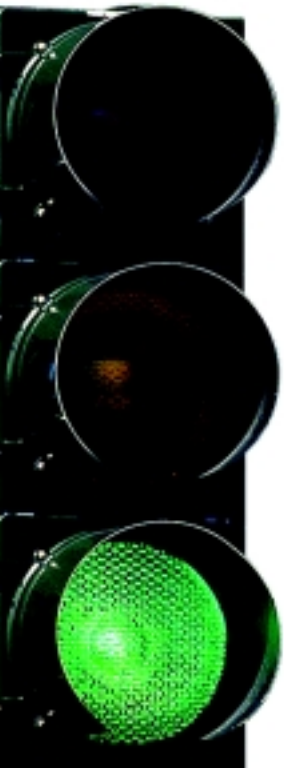
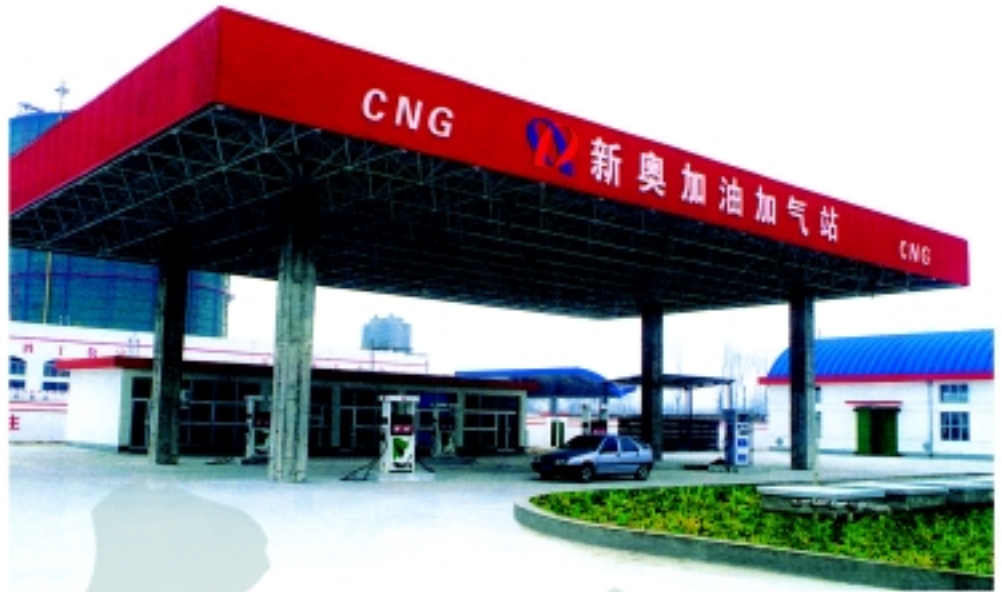




新奧燃氣已將

2,089

輛巴士及出租車改裝使用天然氣。



行 – 天然氣作為汽車燃料，較汽油及柴油平均便宜30%-50%，而且更可改善汽車廢氣造成的環境問題。

一起邁步向前

我們致力發展壓縮天然氣汽車加氣站業務，計劃於 2005 年在現有的項目興建 50-100 個壓縮天然氣汽車加氣站。



國際獎項

新奧燃氣憑藉優秀的業績、安全的營運及優質的服務，進一步提升了集團品牌的影響力。

行業回顧

中國能源消耗結構

隨著近年來經濟持續快速發展，中國對能源的需求增長也十分迅速。2004年，中國從國外進口原油總量創記錄地超過了1億噸，作為全球第二大能源消耗國，中國目前的主要能源是煤、原油及天然氣。由於煤對環境會產生大量污染，天然氣作為現今最清潔、安全、高效和經濟的能源之一，不僅在環境效益和社會效益上具有明顯優勢，而且價格和液化石油氣、電力等清潔能源相比也具有很強的競爭力，中國政府正在大力推廣使用天然氣這種清潔能源。根據國家發展改革委員會能源局統計，中國2004年天然氣產量較2003年增長18.5%，達到408億立方米。

根據國家發展改革委員會能源研究所預測，未來20年中國天然氣需求增長速度將明顯超過煤炭和石油。到2010年，天然氣在中國能源需求總量中所佔比重將增加到6%—7%，達到938億立方米；到2020年所佔比重將進一步增至10%，達到2,037億立方米。

發電和民用是天然氣用量增長最快的部份，在天然氣需求總量中所佔比重也最大。2020年前，中國發電用天然氣需求年增長率預計將達到17%，民用天然氣需求年增長率預計將達到14.7%，工業用天然氣年增長率將達到8%，化工用天然氣年增長率將達到6%。隨著中國城市化進程的加快，及城市環保標準的日益提高，中國城市燃氣化率正在迅速提高。目前，中國城鎮居民天然氣用戶僅佔燃氣

用戶的10%，這一比例預計將在2010年提高至30%，2020年將增加至40%。這些數字充分預示著天然氣產業在中國的廣闊市場前景。

中國城市管道天然氣市場政策

根據中國建設部2002年底發出的《關於加快市政公用行業市場化進程的意見》通知，准許各地開放市政公用行業投資建設及營運，並允許外商採取獨資、合資或合作等多種形式參與市場，其中包括城市供氣。中國國務院2005年2月發佈的《鼓勵非公有經濟發展的若干意見》，亦再次明確鼓勵民營資本和外資進入城鎮公用事業等領域。

2004年中國整體 最佳管理中型公司

<<亞洲貨幣>>



中國政府出台的這些政策，將會促進中國的城市管道天然氣市場更快速和更健康的發展，而且進一步降低了燃氣營運商的投資風險。在政府相關政策的支持下，中國城市燃氣行業市場化進程明顯加快，中國內地相當數量的城市燃氣項目相繼進行了企業改制和招商引資。

基於西氣東輸各支線工程的相繼投入建設、忠武線的即將貫通，及海上天然氣上岸工程、沿海地區進口液化天然氣項目的順利推展，加上中央及地方政府對天然氣使用的重視，和消費者對天然氣接受程度的日益提高，均有利於國內天然氣下游市場持續的高速發展，所以集團未來的業務發展前景將更為可觀，氣源保障能力亦將進一步提高。

業務回顧

集團業務現時主要分為燃氣管道建造，管道燃氣銷售，瓶裝液化石油氣銷售以及燃氣器具銷售。

燃氣管道之建造

年內，集團為強化對客戶接駁業務的市場規劃，加快接駁業務發展，集團應用去年開展的營銷規劃項目成果，指導各分公司提高客戶接駁業績。

由於集團之管道燃氣用戶佔整體可供接駁用戶只有 10%，預計集團仍可收取大量接駁費，接駁費將繼續成為集團的主要收入來源。隨著集團項目陸續接通包括西氣東輸的管道天然氣氣源，氣源將從過往依靠車運改為陸續使用直接管道氣源，因而能滿足大規模供氣用量，各燃氣項目的民用戶和工商業用戶數量將快速增加，

集團銷售天然氣量亦會有顯著的增長，集團預計接駁費佔整體收入百分比仍會處於穩步增長階段。

住宅用戶

年內，集團繼續大力在項目城市接駁更多的住宅用戶，以氣化整個項目城市的大部份為目標，以達致環保的效果。集團供氣管道有自然壟斷特性，管網覆蓋範圍內的新蓋樓宇及現有樓宇住戶繼續成為集團的主要接駁對象。

中國各地政府在執行環保政策方面要求越來越嚴格，並將既有的燃煤鍋爐改造成燃氣鍋爐，這非常有利於集團業務的開展。

由於越來越多的居民家庭主動安裝管道天然氣，而且購新房者在購房時更青睞配套管道天然氣的樓宇，使配有管道天然

我們會加快燃氣
基礎設施的建設以
提升氣化率。



氣的樓宇成為消費時尚，所以更促進了集團的客戶接駁業務開展，同時也降低了集團發展新客戶的成本。

本年中國政府實行經濟宏觀調控，房地產是受影響的行業之一，然而宏觀調控對集團的影響輕微。由於新奧燃氣的燃氣項目主要集中在中等規模城市，其房地產屬經濟型住房，再加上集團經營以整個城市為主體，在接駁新建樓房時，也同時接駁現有樓房及工商業用戶，因此宏觀調控對集團的新增接駁帶來的影響不大。與此同時，我們亦透過有效的市場策略，使接駁用戶仍然達到預期的目標。另外，本年西氣東輸陸續完成通氣，對集團大量開發用戶極為有利，這使本年整體接駁業務增長仍然非常理想。

年內，集團共為 253,395 個住宅用戶接駁天然氣，比去年增加 66.5%。住宅

用戶的平均接駁費為人民幣 2,620 元，與去年同期相約。

截至 2004 年底，集團總共累計為 634,678 個住宅用戶接駁天然氣，佔集團整體可供接駁用戶的 6.5%。若計算包括收購及置換的 116,961 戶天然氣用戶，則接駁率達 7.7%。

工商業用戶

由於年內國際石油價格上漲及中國國內電力供應緊張（2004 年，中國多達 24 個省份曾拉閘限電），而管輸天然氣不僅售價比電、煤氣及液化石油氣等其他能源便宜，而且售價穩定。同時，由於中國各地方政府對工業污染治理力度的加大，很多地方嚴格限制煤的使用，而改用天然氣等清潔能源，並要求新設立的工商業項目必須選用清潔能源，再加上 2004 年西氣東輸氣源陸續到達沿線項目，用氣量再不會像過往一樣受到氣源限制。所以，很多過去使用電能、石油、煤炭等能源的工商

業用戶轉用天然氣，工廠、酒店、商場、學校及醫院等繼續成為集團的工商業主要用戶。不同於液化石油氣，由於天然氣的運輸及儲存都比較困難，所以用戶必須通過集團的管道網絡才能使用天然氣，這亦有利於接駁業務。

年內，集團共為 733 個工商業用戶（即為已裝置日設計供氣量 525,321 立方米之燃氣器具設施）接駁天然氣，平均之接駁費為每標準立方米人民幣 302 元，比去年下降 40.9%。由於工商業用戶為未來主要用氣的用戶，且用氣量龐大，加上集團配合西氣東輸的合同用氣量，所以集團通過給予大用氣量的工商業用戶優惠價格以擴大使用量。

2005年，湖南省的長沙、湘潭及株洲將會用上忠武線的管輸天然氣。



截至2004年底，集團累計共為1,515個工商業用戶（即為已裝置日設計供氣量1,058,114立方米之燃氣器具）接駁管道天然氣。若計算包括收購及置換的天然氣用戶，則集團共供氣予2,023個工商業用戶（即為已裝置日設計供氣量1,214,314立方米之燃氣器具）。

新項目開拓

在2004年度，集團繼續大力拓展新項目，使集團的項目城市由去年的41個增加至52個，可供接駁人口由2003年年底的約18,713,000（約6,231,000戶）增加至2004年底的約29,128,000人（約9,709,000戶），增幅為55.7%。客戶基礎增加除了因為新項目的獲取外，亦包括現有項目城市的人口增長，進一步穩固了集團的長遠收入，亦使集團成為在中國覆蓋城區人口最多的城市燃氣專業營運商之一。

集團年內新增的項目城市如下：

廣東省	汕頭、湛江
廣西壯族自治區	貴港、桂林
河北省	鹿泉
河南省	商丘
內蒙古自治區	通遼
陝西省	咸陽
山東省	煙台
浙江省	湖州、溫州龍灣區

集團繼去年獲得省會項目城市長沙後，今年獲得了百萬級人口城市煙台，煙台市為工商業用戶基礎非常良好的大城市，這再次反映了政府對集團管理能力、安全營運以及投資能力之認同，亦加強了集團運營大型項目城市的經驗。

集團2004年度項目開發繼續以拓展中大型項目為主，集團年內獲得的項目城

市在中國一般屬於經濟發達、工業基礎好及人口規模較大的城市，如桂林、汕頭、煙台、湛江等，為今後集團不斷擴大接駁創造了很好的條件；其次是集團更加注重項目城市的策略性開發。集團在2003年的基礎上，繼續提高了在廣東、廣西、浙江的市場地位，形成了資源共享和優勢互補的項目格局；並且，各項目的良好經營業績、安全運營、穩定供氣和優質服務，鞏固了新奧燃氣在各區域的地位和影響力。

管道燃氣銷售

年內，集團分別銷售104,912,000立方米及142,798,000立方米之管道燃氣予住宅用戶及工商業用戶，比去年分別上升1.3倍及99.4%。而工商業用戶之售氣比重是57.6%，顯示集團燃氣銷售收入有大用氣量的用戶支持，有穩固結實的長遠收入基礎。

隨著西氣東輸在 2004 年陸續開通，氣源供應進一步充足，集團預計未來的用氣量將會進一步提升。而本年天然氣銷售有如此理想之大幅增長，除集團不斷成功開發有質素之新項目外，在已營運的項目中，市場開拓之成功亦非常重要。天然氣銷售之增長亦充分反映人們接受天然氣為優質能源之普遍程度。

一般工商業用戶的用氣量遠遠大於住宅用戶，所以集團仍將堅持住宅用戶及工商業用戶雙線發展的目標，以優化集團之收入結構，並提供穩定的現金流量。

氣源供應

年內，集團與中國華油集團公司、中國海洋石油南海西部公司正式建立了戰略合作夥伴關係，以獲取大型項目為目標，與上游供應商建立良好合作關係，不僅保障了集團能夠從上游供應商獲得氣源供應支持，亦提高了集團今後在項目拓展時的競爭優勢。

集團還大力推進氣源應急保障體系建設，積極建立自己的氣源基地，多渠道、多氣種保障氣源供應。年內，集團投資的廣西北海涇洲島液化天然氣項目已經開工建設，預計 2005 年即可竣工投產，該項

目建成投產後，主要向湛江新奧燃氣有限公司、桂林新奧燃氣有限公司、東莞新奧燃氣有限公司（「東莞新奧」）、以至新奧燃氣以後在南方的項目供應液化天然氣，滿足項目氣源需求，並可進一步降低其目前的燃氣採購成本。

繼西氣東輸長輸管道工程 2003 年實現通氣後，2004 年中國又沿該長輸管道主線修建支線管道工程。目前，集團下屬的新鄉新奧燃氣有限公司（「新鄉新奧」）、滁州新奧燃氣有限公司（「滁州新奧」）、常州新奧燃氣有限公司（「常州新奧」）、蚌埠新奧燃氣有限公司（「蚌埠新奧」）及湖州新奧燃氣有限公司（「湖州新奧」）5 家企業已經使用了西氣東輸管線輸送的天然氣。隨著西氣東輸各支線工程及其他管線工程的建設，集團使用管輸天然氣的項目還會繼續增加，預計 2005 年湖南省項目，即長沙新奧燃氣有限公司（「長沙新奧」）、湘潭新奧燃氣有限公司（「湘潭新奧」）及株洲新奧燃氣有限公司（「株洲新奧」），亦將會採用忠武線的直接管道氣源。預計使用管輸天然氣氣源將幫助集團降低用氣成本，使銷售管道燃氣的利潤增加及進一步增強市場開拓能力。

壓縮天然氣汽車加氣站

集團在河北省石家莊市及廊坊市經營壓縮天然氣汽車加氣站（「加氣站」），並為 1,736 輛出租車及 353 輛大型巴士改裝使用壓縮天然氣。由於天然氣的價格比汽油平均便宜 30%—50%，所以廣受公共汽車公司及車主歡迎。

集團根據對中國汽車加氣業務良好前景的預期，專門成立了從事加氣站業務的事業部，並準備 2005 年在現有的項目城市大力開展加氣站業務，計劃在青島、聊城、蚌埠、新鄉、石家莊建立 50—100 座加氣站，以進一步擴大集團的利潤來源及長期收入。集團在現有項目城市開展加氣站業務，可充分利用現有的調壓站、管道、氣源、人力資源及品牌效應等資源，在短期內實現較豐厚的投資回報。

現時，汽車廢氣排放是中國各大城市大氣環境污染的主要原因之一，預計中國各地政府將會大力推動汽車改用清潔能源的政策，這將進一步推動加氣站業務的發展，預計加氣站將會成為集團未來增加氣費收入的重要渠道。

先進之燃氣收費系統

集團繼續在所有項目採用預付儲值卡系統，所有住宅用戶都會獲發一張儲值卡，並需預付氣款以充值，此系統能完全避免壞賬，省卻大量行政費用，並加強集團現金流量。

從本年度開始，集團旗下部份項目公司開始與銀行合作，利用銀行的龐大網絡資源，代燃氣項目公司收取燃氣使用費，而銀行同時亦利用集團的客戶資源推廣其業務，以達至雙贏局面。這合作除可方便用戶外，亦可減少公司行政費用，達致成本效益。

液化石油氣銷售

集團在年內共售出 37,760 噸液化石油氣，與去年相比減少 28.3%。集團一直以來都以售賣管道天然氣為主，由於液化石油氣的毛利率及純利率偏低，所以液化石油氣之銷售實為某些項目城市之過渡氣源。蚌埠新奧、淮安新奧燃氣有限公司及新鄉新奧均有批發或零售液化石油氣業務，此 3 個項目已佔整體液化石油氣銷售量 80%。

此等項目在集團接手時是以售賣液化石油氣為主營業務，但此等項目在成立後均已展開興建天然氣管道之工程，液化石油氣售賣服務僅限於對尚未安裝管道天然氣的客戶或項目周邊城鎮提供，集團預計每一項目之液化石油氣銷售將會陸續被管道天然氣所取代，現時該 3 個項目使用液化石油氣及管道天然氣的平均比例從去年的 80% 比 20% 變為 65% 比 35%，顯示管道及瓶裝液化氣業務陸續被管道天然氣取代。

而液化石油氣之經營溢利亦由 2003 年人民幣 369,000 元，增加至人民幣 908,000 元。

燃氣器具銷售

隨著集團提供管道燃氣之接駁，集團亦售賣煮食爐、熱水爐、採暖爐及磁卡表。年內，集團共售出 59,526 個煮食爐、8,774 個熱水爐及 4,411 個採暖爐。而大部分生產的磁卡表為集團接駁時內部使用。

集團製造磁卡表之工廠，2004 年的年生產能力達 600,000 個，主要提供集團接駁住宅用戶時安裝在每戶的讀表機，發給客戶的預付儲值卡可插在磁卡表上供氣。集團建立此生產線後，磁卡表的平均成本下降了 30%，能為集團大大降低接駁成本。

此外，2004 年磁卡表的銷售中，有 22,706 個磁卡表售予其他燃氣分銷商，磁卡表生產在節省成本之餘，亦為集團帶來額外的收入。

毛利率及純利率

集團的整體毛利率為 40.9%，與去年相若，純利率則由去年之 20.9% 下降至本年度的 17.5%。下降的主要原因是隨著集團獲取的项目城市由中小型轉向中大型，少數股東所佔的溢利亦從去年的 6.7% 增加至本年的 17.4%。若考慮少數股東前利潤，則集團營運效率仍然維持在去年相若水平。

隨著液化石油氣及煤氣逐步被天然氣所取代，及年內西氣東輸下游支線工程、忠武線工程陸續通氣，這將有助於集團大量售賣天然氣並降低成本，進一步加強售賣管道燃氣的利潤基礎。

為降低集團的運營成本及增加集團溢利，集團 2004 年與畢博諮詢公司合作開展了成本控制和預算管理方面的課題研究，導入了反競拍、聯合基數法、滾動預算、流程成本和標杆管理等多項先進的管理理念和管理工具，為集團今後加強成本



我們龐大的管道燃氣
分輸網絡成為我們燃氣
銷售收入的結實基礎。

控制、預算管理和改進財務管理打下了良好基礎，預計該課題的研究成果實施之成效將在 2005 年年內得到體現。

先進之安全營運管理系統

集團一直視安全為自身的生命線，堅持把確保安全營運放在重要地位。在過去一年中，集團繼續保持良好的安全營運紀錄，並使這一紀錄達到 12 年。集團在安全營運技術隊伍和裝備方面大量投入，借助先進的電腦系統管理日常營運工作。年內，集團還借鑒英國燃氣行業的先進經驗，改進完善了集團的安全管理手冊和搶修搶險程序，為進一步提高安全營運水平奠定了基礎。

2004 年，聊城新奧燃氣有限公司（「聊城新奧」）及北京新奧京昌燃氣有限公司完成了信息化系統建設，聊城新奧及蚌埠新奧兩家公司完成了地理信息系統建

設。這不僅為集團提高運營服務效率、降低營運成本奠定了基礎，也提高了集團的安全運營保障能力。

為提升安全運營能力，集團引進英國先進的燃氣安全培訓認證體系，幫助員工提升專業質素和職業修養，為客戶提供更優質的服務，集團與英國 Utilise Training & Development Solutions Limited 合作創建的燃氣職業培訓基地於年內 3 月正式開始，該項目得到了英國大使館、中國建設部、國家發展改革委員會能源局的大力支持。培訓基地年內共舉辦 27 期培訓班，共 360 名員工通過了一級運營資格認證考試，為公司提供更專業更安全的營運打下結實基礎。在 2005 年，集團準備進一步提升員工至二級和三級的認證，培養更優秀的人才，使安全營運及營運效率得到進一步提升。

年內，我們繼續採取設立社會服務監督網絡、開通服務投訴電話、舉辦有獎徵詢客戶建議活動等方式，以徵詢用戶對安裝施工及售後服務等方面的寶貴意見，更好地改善集團的服務質素，進一步提高集團的品牌形象，並促進接駁業務的開展。

卓越管理

由於管理層之卓越管理，公司年內再次獲得多個著名國際性財經雜誌頒發獎項：首次被《亞洲貨幣》評為年度「中國整體最佳管理中型公司」，並獲得「最佳投資者關係」、「最清晰公司發展策略」、「最佳財務管理」、「最佳年報」和「最佳進步公司網站」5 個單項獎第一名；被《亞洲週刊》連續 4 年評為年度「國際華商 500 強」及連續 2 年評為年度「20 家資產總額增長率最高的華商企業」。



我們提供優質的客戶服務，與客戶維持良好而持久的關係。



以上獎項都通過國際性機構投資者及分析員投票，這反映投資者對公司管理質素及透明度高的認同。集團管理層未來會繼續努力，使這得來不易的成果繼續得到保持，並能夠不斷得到更大的成果和榮譽。

客戶服務

優質的客戶服務是公司與客戶維持良好而持久關係的重要橋樑。集團各下屬企業在所在城市普遍因優質的客戶服務得到客戶的認可和讚譽，包括政府機構的好評，通常作為當地公用行業的學習典範，下屬成員企業年內有多家被當地「消費者協會」評選為年度「消費者滿意單位」即是最好的證明。

2004年，東莞新奧、開封新奧燃氣有限公司、連雲港新奧燃氣有限公司、北京新奧燃氣有限公司年內也相繼開通了全國統一客戶服務號碼「95158」，使已開通的項目公司達到11家。只要客戶在當地

撥打「95158」，便能直接通往當地24小時客戶服務中心，使客戶能暢通無阻地與我們溝通。當客戶需要緊急維修服務時，我們更堅守「在20分鐘內趕到現場進行維修」的承諾。集團的搶修車經過當地政府批准安裝著與警車警號一樣的設備，並納入110聯動系統，以便發生意外時能夠在第一時間得到有效的處置。

此外，集團各下屬企業根據集團統一要求，除製作發放「燃氣安全使用宣傳手冊」，還堅持組織員工每年兩次拜訪客戶，對客戶的燃氣設施進行安全檢查，能夠及時消除客戶使用中的安全隱患，充分體現預防勝於治療的概念，增強客戶放心使用的信心。

人力資源

集團視員工為企業的最大財富，深信人才是集團競爭力的源泉，是集團不斷成功及將來發展的決定性因素，故堅持「以

人為本」的人本理念，歷來對引進人才及內部培訓十分注重。

集團年內按業務需求在國內各著名大學招聘到所需的優秀畢業生，並從其他公司或海外引進為滿足集團業務發展需要的有從業經驗的高級員工。每一員工加入集團後，都必須參加認識公司企業文化及營運模式的內部課程。在實習階段，員工亦會被分派到多個部門學習，包括到不同的下屬企業見習，以便更快和準確地瞭解公司的業務運作，加深對企業文化的理解，在以後的工作中能夠對客戶提供優質的服務，使公司營運保持暢通。

集團鼓勵員工終身學習，並把為員工提供學習深造的機會作為對員工的福利和獎勵，所以以往一直保送部分員工到清華大學等著名學府修讀工商管理碩士及其他有關的技術課程，以增強員工實力和技巧和質素。

集團亦每月安排兩天對全體員工進行培訓，授課講師主要是聘請大學教授或國內外知名管理專家，以提高員工的視野與業務能力。集團通過開通總經理信箱、與員工舉行座談會、舉行員工代表大會等方式，為員工提供向管理層反映意見的機會，以便管理層能瞭解最前線的問題並做出適當的調整。

此外，公司定期邀請員工家屬參加各公司活動，如座談會及聚餐，以增強員工與公司的溝通及感情，亦使員工對集團更有歸屬感。

於2004年12月31日，集團有7,820名員工，其中5名駐於香港，其餘駐於國內。員工的酬金都是按照市場水平釐定，福利包括花紅、退休福利、專業培訓課程及購股權計劃等。

財務資源回顧

資產流動性及資本來源

於2004年12月31日，集團之手頭現金為人民幣911,537,000元（2003年：487,129,000），銀行及其他借貸為人民幣1,917,160,000元（2003年：1,111,926,000），淨負債比率為52.6%（2003年：54.9%），即淨負債與股本比率。

股票配售

本公司為配合發展及獲取新項目的資金需求，在本年2月份以每股3.84港元配售122,000,000股股份予國際資產管理

公司及專業投資者，淨集資額約為456,000,000港元（相等於人民幣483,360,000元）。所獲取的資金已按原定計劃投放於新燃氣項目公司，汽車加氣站業務及作為一般營運資金。是次配售反應理想，不僅為集團提供所需資金，亦同時可擴大股東及資本基礎以加強集團實力。

國際金融公司貸款及作為本公司長期股東

集團在上半年成功引入世界銀行下屬私人投資企業國際金融公司作為長期股東，國際金融公司同時同意借出25,000,000美元（相等於人民幣206,700,000元）5年期貸款予集團項目公司，貸款在下半年提取，作為部份營運資金。國際金融公司成為集團的股東及貸款人，充分顯示集團的非凡地位、實力及業務前景，亦反映出國際金融公司肯定集團在環保事業之重要性及貢獻。

而根據上述25,000,000美元貸款協議，本公司、王玉鎖先生（「王先生」）及借款人（即蚌埠新奧、石家莊新奧燃氣有限公司及湘潭新奧，皆為本公司之附屬公司）與國際金融公司於2004年5月18日簽訂股權保留協議，據此，王先生同意，只要借款人尚欠國際金融公司據貸款協議或與貸款協議有關之到期應付或將到期應付而尚未繳清之欠款，彼與趙寶菊女士（「趙女士」）會合共直接持有，或彼與趙

女士須於任何時間共同持有Easywin Enterprises Limited（「Easywin」）所有股權而透過Easywin間接持有，不少於本公司已發行股本35%之股份。王先生及趙女士為Easywin之實益及法定持有人，分別持有Easywin 50%之權益。Easywin及王先生合共在2004年12月31日持有本公司44.67%之股權。

5年期零票息可換股債券

而為了配合集團進一步獲取新項目的發展需要，趁著美國息率處於40年來的低水平，本公司在2004年11月15日發行550,000,000港元為期5年的可換股債券，該債券為零票息，發行價為100%，而屬回價則在106.43%，而實際有效年利率則為1.25%。在發行期後2.5年，債券持有人可強制本公司贖回該債券，惟債券持有人若不行使強制贖回權利，則須持有該債券至到期或在期間行使換股權。債券持有人可在2004年12月15日至2009年11月15日期間行使換股權以換取本公司面值0.1港元之普通股，本公司有權選擇發行股票或以現金代替股票予債券持有人。債券發行時之每股普通股換股價為5.4375港元，然而發行後如出現有攤薄股份影響的事項，換股價格需因應作出調整。若全數債券轉換為股票，可轉為101,145,000股本公司之普通股，相等於2004年12月31日本公司已發行股本的

11.66%。截至2004年12月31日，並未有任何債券持有人行使換股權。是次發行的債券淨額534,205,000港元主要用於償還本公司在2005年到期的銀團貸款及發展集團在內地的燃氣市場。此債券的發行為集團帶來低成本的長期資金，亦滿足集團的發展需要，充分利用低成本資金以回報股東。

現時集團之營運及資本性支出之來源為營運現金收入、流動資產、銀行貸款及已發行債券。集團有足夠之可動用銀行信貸應付未來之資本性支出及營運需要。

借貸結構

於2004年12月31日，集團的銀行及其他借貸總額相等於人民幣1,917,160,000元（2003年：人民幣1,111,926,000元），其中包括535,438,000港元零票息的可換股債券（相等於人民幣567,564,000元），90,000,000美元之貸款（相等於人民幣744,120,000元）及11,240,000港元（相等於人民幣11,914,000元）之抵押貸款；除可換股債券為零票息外，美元貸款及港元抵押貸款以浮動息率計算，其餘則為項目公司在國內當地銀行及其他之人民幣貸款，以固定息率計算，作為日常流動資金及營運開支。除了相等於人民幣

45,734,000元的貸款需要用資產淨值相等於人民幣116,168,000元之資產作抵押外，其餘貸款均為無抵押之貸款。短期貸款相等於人民幣643,441,000元，其餘則為超過一年之長期貸款。

由於集團之所有業務均在中國，絕大部份收入與支出以人民幣為主，所以並無面對重大外匯波動風險。集團已為所有美元貸款簽定外匯及利率交換協議以固定有關匯率及減低利率。

或然負債

於2004年12月31日，集團並未有任何或然負債（2003年：無）。

資本承擔

於2004年12月31日，集團有關收購物業、廠房及設備之資本支出已訂約但未撥備金額為人民幣22,673,000元（2003年：人民幣25,561,000元）及已授權但未訂約金額為人民幣14,200,000元（2003年：人民幣14,200,000元）。