

管理層討論及分析

業務回顧

香港業務

本公司之香港業務錄得虧損2,941,000元，而二零零四年之盈利則為771,000元。然而，若扣除稅務退款6,101,000元，則較二零零四年之業績水平有2,389,000元之改善。

面對較疲弱之啤酒市場，截至二零零五年六月止之六個月，整體市場總銷量較二零零四年同期下跌3%。儘管消費者顯著偏向選擇低價啤酒品牌，然而，本公司之香港業務於期內仍能取得0.7%之銷售量增長。於二零零五年上半年，出口銷售量增長達29.1%。

鑑於啤酒市場以及消費者喜愛之不斷演變，本公司已採取不同策略，從而維持其於整體市場之領導地位。

本公司於過去數年主動採取積極措施，現已成為香港日益擴大之低價啤酒市場層面之最大參與者。然而，即使本公司在低價啤酒市場層面中之銷售量繼續增加，惟偏向低價品牌之銷售組合改變大幅降低本公司之邊際利潤。因此，本公司須繼續檢討其經營成本及架構，從而在面對邊際利潤遞減之情況下取得盈利。

生力品牌於二零零四年五月調高售價有助改善邊際利潤，惟同時亦對銷售量產生壓力，生力品牌與其他優質啤酒競爭對手之價格差距大幅減少。

出口銷售量繼續穩步增長，夏季銷量可達到高峰。

華南業務

本公司之華南業務錄得15,727,000元虧損，而二零零四年之虧損則為4,848,000元。生力(廣東)啤酒有限公司之經營盈利為730,000元，較去年之虧損434,000元好轉1,164,000元。然而，廣州生力啤酒有限公司之經營虧損為16,457,000元，較去年之虧損4,414,000元為多。

生力(廣東)啤酒有限公司之銷售量增長19.7%，主要受惠於其本地旗艦品牌龍啤之實力所致。龍啤之持續成功，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。

基於其他競爭品牌均覬覦龍啤之市場佔有率，生力(廣東)啤酒有限公司將實施一系列計劃及方案，以鞏固其於順德地區之市場領導地位。

於二零零五年首六個月，廣州生力啤酒有限公司之總銷售量較二零零四年同期增長6.1%。

廣州市及東莞市之銷售表現維持穩定。廣州生力啤酒有限公司亦致力加強於廣東省銷售表現較弱之其他地區之銷售及分銷網絡。

於二零零五年下半年，廣州生力啤酒有限公司將實施一系列方案及計劃，以改善在各地區之銷售表現，並將於其核心市場展開市場推廣計劃，從而增強生力品牌之品牌價值。

在整體業務方面，本公司均嚴格管理成本及資金，務求提升邊際利潤。誠然，在經營上更有紀律可確保本公司具有所需資源以支持其品牌及業務。

股息

董事會在二零零五年八月二十五日宣佈定於二零零五年九月三十日向二零零五年九月十九日名列股東名冊之股東派發截至二零零五年六月三十日止六個月之中期股息，每股一仙。