

財務回顧

截至二零零五年十二月三十一日止年度，本集團錄得營業額約人民幣470,800,000元（二零零四年：人民幣425,700,000元），較去年增長約10.6%。營業額增加之主要原因是國內飲料及罐頭方便食品市場總體需求繼續上升，集團不斷提升管理服務水平並且擴大經營規模所致。

本集團之毛利約為人民幣137,600,000元（二零零四年：人民幣141,100,000元），較去年下跌約2.5%。毛利下跌主要由於馬口鐵及其他原材料的成本增加所致。

於回顧年內，溢利約為人民幣93,300,000元（二零零四年：人民幣90,200,000元），較去年增加約3.5%。溢利率於回顧年度約為19.8%（二零零四年：21.2%），較去年減少約1.4%。每股基本盈利為人民幣0.221元（二零零四年：人民幣0.223元）。

業務回顧

於二零零五年，本集團之表現令人滿意，營業額及純利方面均錄得可觀增長。本地飲料及方便罐裝食品市場之需求持續殷切，且地方政府大力支持，向本集團位於福建省之生產基地提供稅務減免，將利得稅稅率由24%調低至15%，均令本集團得以創造卓越表現。此外，加強營運管理、調整產品架構以迎合市場需求以及加強銷售以平衡貨品生產與銷售，均有助提高銷售收益及減低生產成本，使本集團取得令人鼓舞之表現。

一、包裝製品業進入新一輪景氣上升期

近年來我國軟飲料產量快速增長。二零零四年國內包括碳酸飲料、瓶裝飲用水、果蔬汁和茶飲料在內的軟飲料產量達到2,912萬噸，較上年增長22.7%。而一九九七年至二零零四年間，我國軟飲料產量年均增長速度約為16%。

罐頭食品自一九九九年開始實現出口連續六年增長，中國二零零四年全國罐頭產量達到313萬噸，同比增長17.4%。二零零五年的罐頭食品／飲料銷售量再創歷史新高，全年產量約360萬噸，內銷量155萬噸，出口量近205萬噸，創造中國罐頭年度出口之最，並成為當今世界最大的出口生產國。出口及內銷不斷增長為馬口鐵罐業提供利好的營商環境。

二、優惠稅率促進公司業績增長

二零零五年度，由於本集團將主要業務營運遷至經濟開發區，可享有優惠稅率，使本集團位於福建省的生產基地所得稅率由24%下降至15%，成為推動本集團業績穩定增長的重要來源。

三、不斷提高管理服務水平，化解原料上漲的壓力

二零零五年，為了化解馬口鐵及其他原料成本上漲的風險，本集團實施一系列措施，不斷強化經營管理，調整產品結構，加強優勢產品營銷力度，提升產品售價，最終實現了產銷平衡，利潤增長。若干主要措施包括：

(甲) 提高管理水平

為不斷提高集團管理水平，在上半年引進了科學的現代化管理制度的基礎上，集團調整了管理模式，並對管理層人員進行了相應的調整，使生產部門的運作更加順暢與提高管理效率，有效降低生產成本；並持續改善、強化及提升製造技術能力。

(乙) 調整產品結構

在馬口鐵原料成本持續上漲的情況下，集團提高生產技術和市場相對比較成熟的三片飲料罐產品的銷售量，並適當提高銷售價格，將部分上升的成本轉嫁到下游客戶，以期加大營銷力度。

(丙) 提高質量檢測控制水平

集團於下半年投入使用了新購買的進口檢測設備，將原來的兩道檢測工序擴大到三道，更加完善檢測手段，使集團的產品在外觀、內在質量等各方面位於同行業前列，保持恆久的市場競爭力。

四、提高資本金投入以擴大經營規模

為不斷擴大經營規模，集團將投資總額提高。集團在福建省福清租賃的生產基地及山西省汾陽生產基地投資興建的新生產廠房已竣工並正式投入使用，使集團的生產規模及環境得到大幅度提升。

五、不斷提升服務水平為業務發展帶來新的生機

集團不斷地提升業務服務水平，通過建立「綠色通道」，提高服務效率，建立客戶關係管理系統等方法鞏固加強了客戶關係，使集團三片飲料罐產品在提高售價的情況下，二零零五年下半年銷售數量比上半年提高了20%，為本集團未來業務發展帶來新的生機。

展望

二零零六年，影響飲料包裝製品業利潤增長的主導因素均向有利方向發展。原料成本回落，產能利用率逐步回升，這預示著飲料包裝行業已經開始進入新一輪景氣上升期，集團的業績也必將隨之而上升。同時，各項計劃的實施和產品結構調整也必將促進未來集團業務的蓬勃發展。

甲. 新技術產品為集團業績帶來新一輪的飛躍

1. 具有最為明顯的競爭優勢

根據市場資料，發達國家多利用兩片罐裝載食品，且不斷以兩位數的增長速度逐年遞增，正逐步發展成為罐頭包裝的核心產品。集團的兩片罐產品目前已在同行業中確立了龍頭地位優勢，可加工十幾種規格型號的兩片罐產品，具有產能最大，設備最新，品種最齊全等競爭優勢。

集團計劃二零零六年新增三片食品罐生產線和模具，以擴大產能及產品種類。預期兩片及三片食品罐將發展成為集團未來的新亮點產品。



2. 馬口鐵成本的回落將顯著地促進集團食品罐產品的銷售增長

二零零六年第一季度以來，馬口鐵原料成本下降了約5%，預計將持續下降。這將為集團兩片及三片食品罐產品市場的開拓帶來新的動力。

3. 攜手市場潛力巨大的客戶共同快速發展

福建省是全國罐頭食品及飲料行業的重點省份，市場佔有率約佔全國總產量的20%，並有多家大型知名罐頭企業。如二零零五年廈門罐頭廠的「古龍」品牌，獲得了罐頭行業首個「中國名牌」榮譽稱號市場佔有率逐年提高，未來發展空間相當廣闊。

現在集團擁有良好的基礎與客戶資源。二零零六年，為滿足客戶日漸提升的需求，集團上半年將新增部分特殊規格罐型的生產線，以期與客戶進一步開展密切合作關係，增強市場競爭能力，不斷提高市場佔有率。

乙. 新產品新業務增長點

本集團計劃於山西省的生產基地內增設彩印加工、塗黃生產線及三片飲料罐生產線，增加對外彩印加工業務。福建工廠與山西廠將共同新增多個飲料罐罐型，一方面可滿足客戶多種不同的需求，另一方面，由於新罐型採取增加縮頸等特殊工序，可相對提高馬口鐵的利用率，從而節約製造成本。

集團已將兩片食品罐生產線全部遷往福建省福清新建廠房，以便兩片食品罐產品新業務的增加和改善生產加工環境。



丙. 食品罐—未來成長新動力

經過兩年的市場摸索階段，目前食品罐已開發的客戶群體中包含一些國內重點知名客戶企業，為市場開發爭取了較大的市場優勢，產品的綜合指數均也名列行業前茅。所以，二零零六年集團將業務發展的重點集中在三片食品罐



及兩片食品罐生產方面，就此，集團將持續跟蹤大客戶業務發展，有針對性地開展面向大客戶的服務，形成共贏的長期合作模式；另一方面，利用大的知名客戶帶來的影響力，進一步推動本集團在中小型客戶群體中的業務發展。

集團在國內消費者對飲料及方便食品需求日益大幅度增長的良好營商環境下，不斷提高具有高價值的產品的市場開發力度，逐步使集團產品結構呈現多種支柱產品的格局，將對集團整體業務的良性發展起到很大的推動作用。

流動資金及財務資源

本集團之業務一般以內部產生之現金流量及由其往來銀行提供之銀行信貸應付。

截至二零零五年十二月三十一日止年度，本集團來自經營業務之現金約為人民幣117,900,000元（二零零四年：人民幣86,600,000元）。於二零零五年十二月三十一日，本集團之現金及現金等價物約為336,800,000港元（二零零四年：人民幣241,200,000元），而借款總額則約為人民幣99,900,000元（二零零四年：人民幣81,800,000元），包括銀行貸款約人民幣69,200,000元（二零零四年：人民幣50,000,000元），以及可換股票據約人民幣30,700,000元（二零零四年：人民幣31,800,000元）。於二零零五年十二月三十一日仍未償還之約人民幣69,200,000元銀行貸款中，人民幣39,500,000元為按年利率5.841厘計息之定息債項。餘下人民幣29,700,000元之銀行貸款須按高於銀行同業拆息年利率2厘之浮動利率計息。本集團之借款總額到期情況為約84%於一年內到期，約11%於一年後但兩年內到期，另約5%將於兩年後但五年內到期。所有上述銀行貸款均由本公司之公司擔保及已抵押銀行存款作擔保。

於二零零五年十二月三十一日，本集團之流動比率（流動資產對流動負債之比率）約為2.9（二零零四年：3.6），而本集團之資本負債比率（計息借款總額對資產總值之比率）則約為16.3%（二零零四年：16.8%）。

就外匯風險而言，由於本集團大部分交易均以人民幣及港元列賬，而人民幣與港元之匯率於回顧年度維持穩定，故本集團就外匯波動承擔之風險甚低，而本集團亦無運用任何金融工具作對沖用途。

管理層討論及分析

分類資料

本公司分類資料載於財務報表附註6。

資本承擔

於二零零五年十二月三十一日，本集團有關已訂約但未於財務報表撥備之購置物業、廠房及設備之資本開支約為人民幣10,100,000元（二零零四年：人民幣2,400,000元），而並無已授權但未訂約之資本承擔（二零零四年：人民幣9,900,000元）。

資產抵押

於二零零五年十二月三十一日，本集團向其銀行抵押銀行存款約人民幣13,000,000元（二零零四年：人民幣4,300,000元），以取得銀行融資，貸款限額為銀行存款金額。

或然負債

於二零零五年十二月三十一日，本集團並無任何重大或然負債（二零零四年：無）。

僱員及酬金政策

於二零零五年十二月三十一日，本集團合共聘有427名僱員（二零零四年：417名）。本集團按行業慣例及個別僱員表現制訂其酬金政策。於回顧年內，員工費用總額（包括董事酬金）約為人民幣11,100,000元（二零零四年：人民幣10,700,000元）。

本集團設立購股權計劃（「該計劃」），藉以鼓勵及獎勵合資格參與者對本集團作出之貢獻。於二零零五年十二月三十一日，共有30,000,000份尚未行使之購股權，佔本公司已發行股份總額約7.1%。