

## 業績

董事會謹向各股東報告，本集團二零零五年銷售量及業績均錄得持續增長，本年度金威啤酒銷售量531,000噸（二零零四年：391,000噸），較上年度增長35.8%，是連續第4年錄得雙位數字的增幅，二零零一至二零零五年金威啤酒銷售量平均複合增長34.8%。本年度的銷售量中，中高檔產品佔總銷量47%及大眾化產品佔總銷量53%。經審核之本年度綜合溢利錄得2.00億港元（二零零四年：1.70億港元），與上年同期比較，增幅17.6%。

## 業績回顧

二零零五年是金威啤酒集團順利推進戰略目標，實現快速發展的一年，啤酒銷售量及業績均再創新高，反映本集團以「業績至上，效益至上」為經營理念，並透過一系列活動及宣傳推廣，突出金威啤酒與其他啤酒品牌的差異的銷售策略取得成功。

回顧二零零五年，本集團的業務在以下幾方面取得了明顯的進展：

### 一. 金威啤酒通過並取得幾項重要認證和稱號

本集團一向注重食品健康及安全，並盡力向廣大消費者提供最高質量的啤酒產品。二零零五年四月份，位於深圳的兩間啤酒廠同時通過ISO 14001環境管理體系認證、HACCP 食品安全管理體系認證及 OHSAS 18001職業健康安全管理体系認證，體現出金威啤酒於環保、食品安全及員工職業健康幾方面所作出的努力及承諾。

金威啤酒繼獲得「中國名牌產品」及「綠色食品」的稱號後，於二零零五年六月份再榮獲「中國馳名商標」，此等稱號對提升金威啤酒品牌的形象注入動力，為將金威啤酒打造成一個全國性優質品牌提供了良好的基礎。

### 二. 各新啤酒廠的興建情況

本年初位於汕頭的金威啤酒廠第一期已順利投產，第二期亦於本年度十月份投產，兩期年產能合計達200,000噸。位於東莞的金威啤酒廠亦於本年底完成建設及測試，產能達200,000噸。

計入位於深圳的兩家金威啤酒廠，本集團於二零零五年的年產能已達900,000噸，於廣東省內已能覆蓋東南部及中部，並在此等地區形成營銷網絡，進一步鞏固金威啤酒在廣東省的市場地位及佔有率。

### 三. 在各地區建立完善的銷售隊伍及網絡

銷售環節是啤酒企業成功的其中一個關鍵，本集團在各個新市場已投入大量資源進行品牌宣傳、建立銷售網絡及組織銷售隊伍，雖然新市場的開拓，增大了本年度的銷售費用，減少本年期溢利，但此等市場前期開拓費用使新啤酒廠投產前於當地市場建立一個完善的銷售網絡，為本集團長遠發展打穩基礎。

### 四. 與喜力—亞太釀酒(中國)私人有限公司(「喜力亞太釀酒中國」)的合作

喜力亞太釀酒中國成為本集團的策略投資者後，雙方在各層面經常交流，其中包括透過策略小組委員會研究、討論及審批本集團投資的新項目並作技術及營銷策略的交流等。雙方的管理層並定期會面對國內外的啤酒市場交換心得。本集團透過此等交流活動獲益良多。

## 展望

二零零六年本集團將繼續高速發展，預計天津金威啤酒廠將於二零零六年四月份投產，而西安金威啤酒廠預計將於二零零七年初投產。

二零零六年二月份，本集團宣佈於四川省成都市將興建一間年產能200,000噸的新啤酒廠，總投資額約5,000萬美元，預計於二零零七年內投產。當成都金威啤酒廠投產後，本集團將擁有7間現代化的啤酒廠，年產能將達1,500,000噸。本集團經過近年的發展擴張經驗，所有新投資項目皆為自建項目。自建新啤酒廠不論於投資成本、生產設備水平及人力資源管理上皆積累了成功的經驗。

雖然本集團預期來年中國啤酒市場競爭將更趨激烈，但我們將透過進一步鞏固和發揚先進的企業文化，提升經營水平，加速把本集團構建成國內一流的大型啤酒集團。本集團有信心金威啤酒的銷量在二零零六年仍將維持增長的勢頭。

最後，本人謹向廣大員工過去一年的努力及為本集團所作出的貢獻致衷心的感謝。我們將繼續全情投入，為本集團的振興發展繼續奮鬥。

主席

叶旭全

香港，二零零六年四月十九日