



牛根生  
總裁

我很高興集團於二零零五年取得了良好的業績，證明我們成功實施了業務擴張策略。隨著國家經濟發展，乳製品行業亦錄得持續增長，憑藉集團的競爭優勢，我們很有信心公司定能繼續為股東帶來理想回報。

本人謹此欣然向全體股東呈報中國蒙牛乳業有限公司（「本公司」）及其子公司（統稱「蒙牛」或「本集團」）截至二零零五年十二月三十一日止年度的全年業績。

本集團於二零零五年取得良好的業績，證明了我們以業務擴張為目標的全方位增長策略取得了成功。儘管市場競爭激烈，本集團於二零零五年的收入仍然增長50.1%至人民幣108.25億元，本公司股東應佔淨利潤增長43.0%至人民幣4.568億元。每股基本盈利為人民幣0.365元，每股攤薄盈利則為人民幣0.334元。本公司董事會（「董事會」）同時議決，建議派付截至二零零五年十二月三十一日止年度期末股息每股人民幣0.0686元。

本集團的液體奶及冰淇淋銷售都有出色表現，遠超行業增長，其中液體奶繼續是本集團年內最大的收入來源，佔本集團收入的86.0%，增幅達52.8%；冰淇淋銷售額急增60.9%，佔本集團收入的12.0%；其他乳製品因業務及產品的重整收入下調了31.2%，佔本集團收入的2.0%。

二零零五年我們的市場推廣活動取得了空前的成功。憑藉我們質量優越的產品，本集團繼續為中國航天員和中國國家體育總局訓練局運動員的專用乳製品供應商，我們為此深感自豪。此外，本集團作為「蒙牛酸酸乳超級女聲」的冠名贊助商，曝光率得以大大提升，這進一步鞏固了**蒙牛**的主要品牌及副品牌的市場地位，創下了市場推廣奇跡。

年內，本集團通過研發或引進更多流行及創新的增值產品，進一步優化產品組合。我們持續在多個策略性地理位置設立生產廠房，緊貼市場需求。這亦加深了我們對當地市場及消費者口味的瞭解，使我們能更迅速地就市場的變動作出反應。此等策略皆有效地促進了各種產品的銷售。

本集團的液體奶業務繼續傲視同儕，高踞行業之冠。以銷量計，本集團的市場佔有率（乳飲料及酸奶除外）從二零零四年十二月月的22.0%，增加至二零零五年十二月月的28.6%。現在我可以高興地向大家宣佈，經過六年的不懈努力，本集團已穩定確立了市場領導地位，廣受忠實客戶所認同和接受。

我們亦樂見估值調整機制得以提早圓滿終止。根據該機制，本集團的若干業務表現達標，便促使金融投資者同意將其若干股權轉讓予本集團管理層股東。由於金融投資者對本集團的卓越表現深感滿意，彼等提早於本年度內向管理層股東作出了這一獎勵性轉讓。本人謹藉此機會，對該三家金融投資者於過去數年來輔助集團發展及對董事會提供寶貴意見，並從不間斷參與其中和給予支持，致以衷心的感謝。

在中國消費者間流傳的全國性口號「市民多喝一杯奶，農村致富一家人」轉變為「市民早晚兩杯奶，健康和諧一起來」，反映出國家生活水平提高，民眾健康意識增強，這兩者皆刺激了國民對質量佳、營養高及生產精良的乳製品的需求。

於二零零六年，我們預計市場競爭仍會十分激烈，未來將有更多併購項目產生。儘管如此，中國消費者的人均乳製品消費量仍然相對較低，意味著中國乳製品行業市場仍有充裕的增長空間。為了抓緊正不斷擴大的市場機遇，本集團已著手與各大大地及國際乳製品企業聯手合作，鞏固發展基礎，加速業務增長。

展望未來，本集團將竭力向晉身國際市場領導者地位的目標邁進。我們將著力加大研發力度，同時引進營養更高、味道更好的新產品以滿足消費者需求，確保本集團穩踞市場領先地位。我們將繼續推行創新的市場推廣活動、開發新市場和強化本集團銷售及經銷網絡，以深化市場滲透率。我們亦會致力與原料鮮奶供應商建立更密切的關係，確保優質奶源的供應穩定，以應對預期的增長。

在二零零六年一月，楊文俊先生接替本人，擔任本集團主營子公司的總裁。我們深信，憑藉楊先生豐富的經驗，加上他對乳製品業務和行業的熱誠，楊先生將與本人及整個管理團隊通力合作，引領蒙牛業務更上一層樓。

本人除了衷心感謝全體股東和客戶對本集團的厚愛和鼎力支持，也感謝盡心出色的董事會成員、管理層和僱員。在消費者的支持下，我們全體員工將繼續全力以赴，再創佳績，本人深信，我們定能繼續為股東帶來理想回報。

## 牛根生

總裁

香港，二零零六年四月十日

