

管理層 論析



「長城」牌是中國全
汁干型葡萄酒的三
大品牌之一。



管理層 論析

在本年度內，

- 本集團的綜合營業額為**175.88**億港元，較去年上升**4.7%**；
- 股東應佔溢利為**4.29**億港元，較去年上升**50.1%**(重列後)；
- 每股基本盈利為**24.4**港仙，而去年則為每股**16.3**港仙(重列後)，上升**8.1**港仙；
- 建議每股派息為**8.7**港仙，派息比率為**35.7%**，而去年則為每股**6.5**港仙，上升**2.2**港仙。

本集團目前擁有五項具規模之食品相關核心業務，分別為食用油、豆粕及相關產品，酒類，糖果，麵粉製造及貿易。

本集團各項核心業務在本年度內的業績表現及其它有關資料列示如下：

食用油、豆粕及相關產品

本集團現時為中國最大的食用油脂及豆粕生產商，主要在中國從事榨油和精煉油業務，並銷售其相關產品，包括「四海」牌豆粕(畜禽飼料中的重要原料)，食用散油和「福臨門」牌小包裝油以及特種油脂等產品。

本年度內，本業務整體上是走出二零零四年的谷底，往復甦的方向發展。但是上半年業績因第二季度國際大豆價格和國內豆粕價格背道而馳而受到負面影響；下半年儘管國際大豆價格漸趨平穩，中國各地零零星星的禽流感疫情卻不利豆粕的銷售，直接影響下半年的業績。



曲強先生
董事總經理

然而，由於本集團基於過往經驗而採取了積極的應對措施，進一步完善了風險控制機制及理順管理體系，加上中國政府有效防止禽流感疫情的擴散，總的說來，去年一年保持了雖然緩慢，然而穩定的恢復性增長。於二零零五年，本業務錄得營業額**118.71**億港元，比去年上升**1.8%**，佔本集團總營業額的**67.5%**。於本年度內，豆粕銷量**2,470,000**噸，比去年上升**13.6%**，食用散油銷量**791,000**噸，比去年上升**8.7%**，小包裝油銷量**297,000**噸，比去年上升**15.9%**。

中國油脂行業的挑戰是榨油產能過剩，國內粕價及油價跟國際大豆價格並不完全接軌。為了進一步掌握市場資訊，本集團已建立市場信息分析研究中心，以鞏固風險控制機制，增強競爭力。面對激烈競爭，本集團會繼續規模化經營，實現成本領先戰略，亦會著力培育「福臨門」和「滋采」小包裝油品牌的發展，進一步完善銷售渠道，以期爭取更大的市場佔有率。此外，本集團會增強

管理層 論析

其他毛利率相對大豆油高的小包裝食用油的生產能力，例如葵花籽油及紅花籽油等，並繼續向高附加值的油脂深加工方向發展。本集團調整產品結構的努力已有顯著收效，花生油的銷量正逐步上升。同時，本集團會繼續加大研發的投入，生產切合消費者需求的食用油產品，為本業務注入新的增長動力。

酒類

本集團的酒類業務主要是在國內從事「長城」葡萄酒的生產及銷售，擁有從葡萄園到釀酒到銷售的完整產業鏈。本年度內，「長城」葡萄酒銷量由二零零四年的57,000噸上升至二零零五年78,000噸，營業額為15.27億港元，比去年大幅上升31.2%，佔本集團總營業額8.7%，表現令人鼓舞。

營業額及銷量的迅速增長，反映「長城」葡萄酒深受中國消費者的歡迎。本年度內，本業務推出華夏葡萄園B區及華夏葡萄園小產區等以不同產區為主的葡萄酒，這些新葡萄酒旨在為高端葡萄酒市場建立鞏固的平台。然而，由於激烈的市場競爭及未成熟消費群體的不斷擴大，「長城」葡萄酒的銷售出現結構性的變化，低端產品的銷售增長較快，導致平均噸酒售價下降。本集團致力調整產品結構，除了統一定低檔產品出廠價外，還制定銷售政策支持中高檔產品的銷售。本集團亦加緊步伐興建「中糧南王山谷君頂酒莊」。該酒莊的建設將於二零零七年完成，生產能力將達1000噸。該酒莊的興建標誌著「長城」葡萄酒開始由中高端市場轉向酒莊極品市場，這將對進口洋

酒產生重要衝擊。「長城」葡萄酒的發展又向更高台階邁進。

2005年本集團在沙城和煙台的葡萄酒廠通過了食品生產企業危害分析與關鍵控制點(HACCP)管理體系認證，進一步保證了生產質量。各酒廠還分別通過了ISO14000和ISO9000的認證及QS認證(食品質量安全市場准入)，主動提升產品的安全標準。此外，在本年度內，本集團亦致力維護「長城」品牌，採取了市場監控、跟蹤調查、工商局查處和訴訟等全面的防範和打擊假酒的有效措施。

本年度內，受不利氣候條件的影響，山東省的葡萄出現大幅度減產，而消費市場的需求卻不斷上升，導致各葡萄酒企業大規模增加原酒採購，葡萄價格一路上揚，為葡萄酒成本帶來壓力，嚴重影響毛利率。為進一步穩定原料供應，本集團會尋找穩定的採購渠道，並提前安排和實施採購計劃。

過去兩年，本集團一直努力整合三間酒廠，以杜絕內部競爭及成本重疊。現在，原料採購、生產管理及品牌推廣的整合已基本完成，效果顯著。銷售渠道的整合亦會在二零零六年加快步伐，這將進一步改善銷售效益，拓闊盈利空間。

展望未來，相信國內葡萄酒行業會繼續維持雙位數字的增長，前景廣闊。作為葡萄酒行業領導者，本集團會努力推動葡萄酒消費文化的普及，並主動培育成熟的葡萄

管理層 論析

酒消費市場。為了強化市場領先地位，本集團會實施以「長城」為主的多品牌戰略；策略性地選擇釀酒葡萄產地，投資建設葡萄園；優化產品線和細分市場，實施以市場滲透、市場開發及產品開發為特點的強化戰略；建立自己的銷售隊伍，逐步設立區域銷售公司。這種種措施相信會為「長城」葡萄酒業務帶來更快、更大的發展。

糖果

本集團以「金帝」品牌在中國生產和分銷糖果及巧克力產品。本年度內，「金帝」牌巧克力及糖果仍是本業務的主要產品。二零零五年，本業務錄得營業額3.81億港元，比去年上升10.8%，佔本集團總營業額2.2%。

受到國際市場原料價格上漲的影響，可可脂、杏仁及榛子等巧克力產品原材料的成本漲幅均有雙位數字的百分比，給經營帶來壓力。但是，由於本業務實施有效的成本控制、靈活的採購及產銷政策，強化內部管理等措施，加上在北京和上海等大中型銷售點以直接供貨方式取代原來的經銷商代理制，使本業務的毛利率不但得以提高，營業額亦有增長。

為了擴大我們的品牌基礎，強化品牌力量，縮小與標杆企業品牌知名度的距離，本集團在宣傳推廣上加大投入。產品宣傳比以往更有力度，以電視廣告為主，結合報紙及雜誌的廣告以及路牌和地鐵等室外廣告，加強與目標顧客群深入溝通，推廣「金帝」品牌。此舉雖然暫時影響

本業務的盈利表現，但是強化了品牌基礎，有助業務的長遠發展。

本集團重視提升「金帝」品牌的競爭力，將會繼續投入資源進行宣傳推廣。在產品研發上，本集團將會結合市場需求，針對性開發能在小渠道銷售的產品，例如獨立小包裝的巧克力。同時，本集團會進一步完善營銷網絡，針對小渠道的網絡進行調研，整合銷售渠道資源，對小渠道的經銷商進行招商，並成立專責部門，聘請銷售渠道拓展專員、制定渠道銷售的政策，讓專職銷售隊伍負責小渠道產品的拓展。相信憑藉這一系列措施，糖果巧克力業務對本集團整體市場的貢獻將會錄得理想增幅。

麵粉

本年度內，本集團麵粉業務錄得營業額6.04億港元，比去年上升2.6%，佔本集團總營業額的3.4%。

中國麵粉行業的特點是規模龐大、市場分散、消費區域廣泛。同時，行業亦面臨產能過剩的問題，正逐步走向整合。本集團擁有區域性的知名品牌，其中包括「神象」，除了培育品牌，提升品牌知名度，致力使這些品牌發展為全國品牌以外，本集團亦會繼續提高高檔麵粉的產銷比例，以提升綜合毛利率水平。

為了進一步改善盈利狀況，除擴大麵粉銷售網絡外，本集團將努力開發新產品及下游產品，加強成本控制及產品管理。此外，本集團將加強採購、生產、銷售各環節的管理，提高麵粉廠之間的協同效應。

管理層 論析

貿易

本集團過往一直從事食品、糧穀及動物飼料等國內貿易及進出口國際貿易業務。二零零五年，本集團主要經營大米、大豆、紅小豆、糖及水果蔬菜等以背對背為主之大宗商品貿易及進料加工貿易業務。此外，本集團亦提供食品貿易代理服務，賺取佣金收入。我們總的貿易業務中大約66%為出口，32%為進口，餘下的2%則是國內貿易。

本年度內，貿易業務綜合營業額錄得32.05億港元，與去年比較上升5.5%，佔本集團總營業額的18.2%。

自二零零四年起，中國糧食產量恢復增長，大米出口增加。二零零五年，本集團出口的大米產品中，高毛利率的粳米品種的比重大幅上升，大米出口業務的毛利率顯著提高，本集團的整體貿易業務亦因此而受惠。

面對不斷變化的市場，本集團將繼續開拓新的貿易渠道及商品。相信憑著本集團多元化貿易業務模式，歷經五十餘年的豐富食品貿易經驗和成熟的國際貿易網絡以及完善和嚴謹的貿易風險管理制度，貿易業務仍能為本集團帶來可觀及穩定之經營溢利貢獻。

流動資金及財務資源

本集團之財務及流動資金狀況穩健。於二零零五年十二月三十一日，本集團之總股東權益為46.86億港元，較二零零四年十二月三十一日重列後之金額增長8.7%。於二零零五年十二月三十一日，本集團之現金及銀行存款（包括已抵押存款）合共為13.85億港元（二零零四年十二月三十一日：11.05億港元（重列後））。本集團之淨流動資產值約為9.22億港元（二零零四年十二月三十一日：10.68億港元（重列後））。

根據上文所述及現時可供本集團使用之銀行及其他借貸及融資額度，管理層相信本集團將有充足財務資源清還債務，及為其日常業務運營及資本開支提供資金。

本集團之貨幣資產、負債及本集團之交易均主要以港元、人民幣及美元計算，故管理層認為本集團所承受之匯率風險不大。管理層認為於二零零五年七月實施之新人民幣匯率管理機制對本集團流動資金及財務資源並無任何重大負面影響。

資本結構

於本年度內，由於本公司一名執行董事行使購股權，使本公司之已發行股本增加1,350,000股股份。除上述外，本公司之股本於年內並無任何變動。

於二零零五年十二月三十一日，除若干銀行、本公司附屬公司少數股東及一同系附屬公司之貸款（合共34.72億港元）（二零零四年十二月三十一日：26.72億港元）外，本集團並無重大借貸。於本年度內，所有本集團銀行借貸均為計息貸款，固定利率為年率4.09%至5.58%（二零零四年十二月三十一日：2.57%至6.34%），其他借貸則為免息貸款或以固定年利率4.2%至5.58%（二零零四年十二月三十一日：2.31%至5.58%）計息。

於二零零五年十二月三十一日，淨借貸（不包括屬資本性質之附屬公司少數股東貸款之總借貸減現金及銀行存款）為20.18億港元（二零零四年十二月三十一日：15.06億港元）。根據上文所述，本集團之資本負債比率約43.1%（二零零四年十二月三十一日：34.9%（重列後））。

管理層 論析

或然負債及資產抵押

於二零零五年十二月三十一日，本集團並無任何重大之或然負債。

於二零零五年十二月三十一日，本集團若干銀行貸款乃以本集團賬面淨值約7.27億港元(二零零四年十二月三十一日：1.51億港元)之若干定期存款、固定資產及投資物業作抵押。

僱員及薪酬政策

於二零零五年十二月三十一日，本集團於中國國內及香港共有僱員約7,717人(二零零四年十二月三十一日：6,507人)。本集團根據員工之表現、經驗及現時市場做法釐定僱員薪酬，並提供在職及專業訓練予員工。本集團透過豁免強制性公積金職業退休計劃或強制性公積金計劃為其本港僱員提供退休福利，並為中國國內員工提供類似計劃。退休福利計劃之詳情載於本年報第65至67頁之財務報告附註2.5「主要會計政策概要」中「僱員福利」一段。

本公司已設立購股權計劃(「計劃」)，依據其個別表現，獎勵本集團合資格員工(包括本公司執行董事)。於本年度內，本公司一名執行董事因行使購股權而獲發1,350,000股股份，另外，共有9,120,000股購股權失效。於二零零五年十二月三十一日，本公司尚未獲行使之購股權數目合共為57,104,000股。

授出之購股權可於授出購股權日期起十二個月期屆滿後四年內任何時間行使。於本年度內，本公司並無授出任何購股權予本公司執行董事及本集團其他合資格僱員。

該計劃的詳情載於本年報第100至103頁之財務報告附註32「購股權計劃」中。

本集團架構之變動

於本回顧年內，本集團成立了一間從事油脂業務的全資附屬公司。於二零零六年一月十二日本公司的一間全資附屬公司與一個關連方合資成立一間合營公司，本公司於當中持有55%之股權權益。合營公司之詳情及本公司之資本承擔載於本年報第30及31頁。

除以上所述外，本集團之架構在本年度內概無出現其他重大變動。

前景

總的來說，二零零五年，酒類和貿易業務有理想表現。食用油、豆粕及相關產品業務則因市場原因減慢復甦進度，巧克力業務因增加宣傳支出及更改銷售模式以致盈利暫時下降。

人民幣的升值引起廣泛的關注。由於本集團的資產大部分以人民幣計算，佔營業額比例最重的食品油及豆粕業務主要原料為進口大豆，而出口比例較大的貿易業務主要以背對背形式經營，人民幣升值對本集團的影響是正面的，對經營是有利的。

本集團會著力進行各業務戰略的研究和深化，並以此推動產品、品牌、營銷、服務等各項戰略的提升，進一步提高管理水平，務求使各業務有更大發展，為股東創造更大價值。

我們對未來充滿信心和希望，憑借積極進取的精神和有效的措施，本集團一定會加速發展，向中國消費食品行業領袖公司的目標邁進。

董事總經理

曲喆

二零零六年四月七日

香港



「金帝」牌巧克力及糖果佔13.2%的市場份額，居中國市場第二名。

