



本人欣然呈列超大現代農業(控股)有限公司(「本公司」或「超大」)及其附屬公司(「本集團」)截至二零零六年六月三十日止年度的全年業績。這是本公司於二零零零年十二月十五日在香港聯合交易所有限公司主板上上市以來的第六份全年業績報告。

回顧

近年來我國蔬菜產業得到了健康發展，在許多地區蔬菜種植已經成為了促進農業結構調整、增加農民收入的一個重要增長點。回顧過去年度內中國蔬果市場總體表現平穩。截至二零零五年十二月，全國蔬菜種植面積為1,774萬公頃，比二零零四年增加18萬公頃，增長1.0%。二零零五年全國蔬菜總產量達到5.63億噸，比二零零四年增長2.2%。據海關統計，截止二零零五年十二月我國累計出口蔬菜(含鮮冷凍蔬菜、加工保藏蔬菜和乾蔬菜)680萬噸，比二零零四年增長13.0%，出口創匯金額44.8億美元，增長18.1%。

在過去一年，政府陸續出台了各項具體措施解決「三農」問題，包括徹底取消農業稅以及其他各項收費，增加對農業的支出，加強基礎設施建設，以促進生產和農民持續增收。二零零五年十月中國共產黨十六屆五中全會審議通過了《中共中央關於制定國民經濟和社會發展第十一個五年規劃的建議》，特別提出「建設社會主義新農村」的重大任務。

在有利的行業背景下，超大積極發展並參與中國農業產業化的建設，在行業內的領導地位不斷加強，知名度和品牌價值持續提高。超大的業績得到中國政府和市場的廣泛認可，企業不斷獲得各種政府和民間的權威獎項，證明了集團的社會地位和優秀質素。例如，二零零五年九月，超大被農業部、國家發展和改革委員會、財政部、商務部、中國人民銀行、國家稅務總局、中國證券監督管理委員會、中華全國供銷合作社總社聯合授予「全國農業產業化100強優秀龍頭企業」榮譽稱號。二零零六年十月，超大入選由中國國家統計局發佈的「二零零六年度中國大企業集團競爭力500強」，該評選是按照影響企業競爭力的各方面因素而量化設計的綜合指標體系進行的。二零零六年六月，超大以46.25億元人民幣的品牌價值第三次榮膺世界品牌實驗室所評選的「中國500最具價值品牌」，排名第124位，比去年又有了大幅提高，保持並提升了中國第一農業品牌的地位。本年度集團獲得的其他重要獎項還有：

- 「二零零五年中國品牌年度大獎(NO.1)」(農業類)－世界品牌實驗室
- 「二零零六年亞洲品牌500強」－世界品牌實驗室
- 「二零零六年度中國最大1000家企業集團」－國家統計局
- 「二零零五年度福建省農業產業化十強龍頭企業」－福建省農業產業化工作領導小組
- 「二零零六／二零零七福建省外經貿廳重點培育和發展的出口名牌」－福建省對外貿易經濟合作廳
- 「中國名牌農產品」－國家農業部



業務回顧

財務表現

截至二零零六年六月三十日止年度，本集團之營業額及股東應佔溢利分別約為人民幣2,797,707,000元及人民幣1,358,235,000元，分別比上年度上升25%及5%。生產基地的擴張繼續是營業額上升的主要動力。超大取得可觀增長及財務業績。農產品的銷售量由上年892,000噸增加至本年的1,118,000噸。本集團繼續對批發市場、機構客戶的銷售、零售及出口銷售，佔本集團的銷售額分別為63%、6%、1%及30%。

生產基地

本集團位於國內之農產品總生產面積由二零零五年六月三十日之188,509畝(12,567公頃)增加至二零零六年六月三十日之278,056畝(18,537公頃)。本年度重點發展的基地當中包括東北吉林省的長春基地及河北省的張北基地等。

其他營運數據

截至二零零六年六月三十日止年度，有關本集團主營業務農產品種植及銷售之其他營運數據包括每畝年產量為5.54噸及每畝每茬產量為1.87噸，去年分別則為6.11噸及1.93噸。農產品每公斤平均售價為人民幣2.41元，去年為人民幣2.37元。年內其他營運數據並無任何重大變動。

展望

「建設社會主義新農村」是中國政府未來的重大任務，各級政府將為實現這一戰略構想而積極努力。特別值得一提的是農業部於二零零六年八月十五日發佈了關於《鼓勵和引導農業產業化龍頭企業參與新農村建設的意見》，指出農業產業化龍頭企業在「建設社會主義新農村」過程中的重要作用，並提倡各級主管部門要根據當地實際，主動提供服務，加強協調配合，為龍頭企業參與新農村建設創造良好的外部環境。作為中國農業種植領域的先鋒企業，超大將繼續豐富和深化「公司+基地+農工」的農業產業化經營模式，採用科學的耕種方式，提高生產效率，增加農民收入，從而推進農業產業化、規模化、標準化的進程。

政府將繼續大力加強和規範農產品質量安全措施。《中華人民共和國農產品質量安全法》已於二零零六年四月由第十屆全國人大常委會第二十一次會議表決通過，並將於二零零六年十一月一日起實施。該法中設立了一系列的監管制度，包括政府職能部門的管理制度、信息發佈制度、生產記錄制度、農產品包裝與標識制度、農產品質量安全市場准入制度、農產品質量安全監測和監督檢查制度、農產品質量安全事故報告制度和農產品質量安全責任追究制度等。《農產品質量安全法》的實施將為綠色、安全、營養、健康的蔬菜生產與發展提供良好的法制環境、市場環境和社會環境。

展望未來，我們深信對中國農業企業來說，營運環境將持續改善。農業行業正步入一個整合及高速發展期，現代化的農業企業在政府的大力扶持和引導下將在這一整合過程中起主導的作用。作為國家級農業產業化重點龍頭企業之一，超大將珍視這個機會，持續發展，不斷壯大。集團將在重點拓展蔬果主業的基礎上，審慎發展茶葉、林木、畜牧、加工和貿易等其他業務。集團將主要完成以下幾方面的工作。



基地建設

公司的基地目前已形成了一個良好的戰略佈局，分佈在中國14省(市)並涵蓋不同的經緯度和海拔高度，主要是在京津冀地區，東北地區，長江流域，以福建為主的南方地區，同時建立完善了其他補充性的南北方反季節基地。這種全國性的綜合佈局有效分散了自然災害和氣候的風險，保證了產品的週年化穩定供應。未來的基地擴張將仍然以這些區域為主，並積極在其他地區繼續尋找具有補充性的生產基地。由於開發生產基地需要資金，公司將審慎規劃資本開支，使基地擴張的進程與資金預算相匹配。

強化質量控制

質量控制對超大國內和出口的業務都至關重要。農產品質量和食品安全在全球受到日益重視，是各國消費者普遍關注的問題，以上提到的中國農產品質量安全法和日本對進口農產品的「肯定列表制度」都是清晰的例證。隨着中國農業標準化水平的日益提升，中國農產品國際市場競爭能力明顯增強。超大在從事種植業的第一天起就採取綠色、健康的生態種植方式，以生產高質量的產品作為企業的根本，我們將繼續加強並完善質量監控體系，以滿足國內外客戶的要求。同時，我們認為中國的蔬菜行業在全球有較強的競爭力，超大的出口業務仍會一如既往持續健康地發展。

深化品牌建設

品牌建設是公司一個長期的策略，將不斷得到深化。隨著公司的擴大和發展，超大在行業內有了較高的知名度，得到了各種獎項，已經有了一個很強的公司品牌。我們相信品牌農產品在中國乃至全球會有越來越多的需求，消費者希望看到品牌供應商的出現。公司將與批發商、超市等客戶積極合作，在我們公司品牌的基礎上，努力發展消費品牌，使廣大的終端消費者能夠熟悉超大的產品。質量控制是公司維護和強化品牌的有力保證。有公司嚴格的質量體系的支持，我們深信超大的品牌價值會繼續提升，成為集團長期的核心競爭力之一。

社區、社會、道德及名聲事宜的政策及表現

本集團將繼續配合國家對農業的戰略發展規劃。超大特有的經營理念及模式，讓農民從農業產業化中不斷得到實惠。現代農業產業化生產模式提升農民種植技能、增加農民收入、維持農村穩定。為表示對農民的關愛，超大把每年一月份訂為「愛農民月」。

全世界越來越關注農產品的安全與健康問題，如蔬菜農藥殘留超標等。超大從一開始就明確了自己的理念和策略——「走綠色道路、創生態文明」。我們建立了整套農產品質量控制體系，實現了農產品「從土地到餐桌」的全程無污染控制，創出一條「生態產業鏈」。

企業從業務上遵循自然和環保的原則外，在辦公環境上也不遺餘力地推動環保措施，以維繫人與自然、人與社會的一份和諧，實現和諧發展的目標。具體例子包括：優先以電子郵件發送公司通告、採用環保炭粉盒及採用認可的環保紙張以編制公司年報等。

郭浩

主席

二零零六年十月二十日