



主席
蔡啟文

致各股東：

財務業績

二零零六年在策略上而言，是香港生力啤酒廠有限公司重要的一年，因為本公司已完成華南業務重組的主要項目並合理調整區內的生產量。

在要求及競爭俱增的營運環境下，本公司的業績表現好壞參半。儘管綜合啤酒銷量比去年增加8.6%，綜合總營業額維持於二零零五年水平之13.0億港元。扣減所有折扣及稅項後，綜合營業額為8.3億港元，比去年增加2.4%。經濟價格品牌市場持續增長、價格競爭激烈，以及生產成本上漲，直接影響本公司的業績表現。

扣除稅項及少數股東權益後，本公司權益持有人應佔年度虧損由3,500萬港元增加至7,010萬港元，當中已包括扣除少數股東權益後的華南業

務之一次性重組成本6,060萬港元。撇除重組成本，綜合虧損本應為950萬港元。

本公司於二零零六年維持現金正增長。截至二零零六年十二月三十一日止之現金淨額結餘累積至2.4億港元(二零零五年：2.4億港元)。總資產淨值維持於19.7億港元(二零零五年：20.6億港元)，加上0.09之低負債比率(二零零五年：0.07)及2.2倍之流動比率(二零零五年：2.5倍)。

股息

董事會議決不派發二零零六年度末期股息。

業務回顧

香港業務

本地啤酒市場激烈的價格競爭及消費者轉向選擇經濟價格品牌，持續成為啤酒業界及本公司最大的挑戰。連續兩年，啤酒業經歷銷量下跌，二零零六年的銷量比前一年收縮1.6%，主要是酒(包括葡萄酒及葡萄氣酒)及威士忌挑戰了啤酒在酒精類飲品市場的主要佔有率。

與此同時，儘管經濟價格品牌市場佔有率之上升幅度已經放緩：二零零五年為40.7%，二零零六為40.9%，但啤酒的普遍價格卻抗衡消費物價指數的升勢，非但沒有跟隨消費物價指數的2.3%升幅，啤酒價格更下調2.9%。

雖然入口優質品牌及經濟價格品牌的銷量比去年分別增加26.3%及5.4%，卻無法抵銷生力在香港市場的表現。然而，生力品牌仍然在二零零六年維持其領導的地位。

為確保品牌領導地位及迎接市場的挑戰，本公司已檢討及策動一連串計劃及項目，加強及建立生力品牌與顧客及消費者間的連繫。

主席報告

二零零六年三月，巨型生力霓虹燈標誌聳立於銅鑼灣怡東酒店頂部，在世界著名的香港上空展示了生力的市場地位。

二零零七年，本公司將推出全新市場推廣計劃宣傳生力品牌，包括電視廣告、配合主題的市場推廣活動。另外亦會透過加強銷售品、網上傳訊及公共關係加以驅動。

建基於過去三年「生力WildDayOut」活動的成功經驗，本公司繼續舉辦多項「生力WildDayOut」酒吧表演及推廣項目，加上年終匯聚多位本地及國際著名歌手的大型戶外演唱會，以鞏固生力品牌作為與年青消費者的溝通平台。

透過這些項目及活動，加上我們持續改進執行及管理成本的方針，均有助我們達成今年鞏固市場領導地位之目標。

華南業務

本公司在華南的總銷售量及總營業額比去年分別增加10.2%及5.5%。未計算一次性重組成本9,320萬港元前(二零零五年：6,330萬港元)，華南業務錄得除稅後盈餘500萬港元，對比二零零五年的2,500萬港元虧損。

生力(廣東)啤酒有限公司的銷量持續上升，比去年增加33.8%，升幅主要來自龍啤及威樂品牌。在順德及附近省市推出的龍啤電視廣告「爽到飛起篇」，及佛山市主要戶口陳列的耀目宣傳招牌，加強了品牌在當地啤酒市場的知名度及權益。

為配合廣州生力啤酒有限公司的產量需求及日漸增加的市場需求，生力(廣東)啤酒有限公司在去年已著手進行擴充計劃，並以於二零零六年提高酒廠年產量至1.3億公升為目標。截至二零零六年十二月，生力(廣東)啤酒有限公司已完成第一期擴充的82%，預計於二零零七年五月旺季前完成。

另一方面，廣州生力啤酒有限公司自二零零六年十月將廠房及生產資產轉讓予廣州啤酒廠後，已回復良好表現。儘管二零零六年的銷售量比去年下跌0.9%，策略性推動高價品牌令銷售收入增加5.0%。

在重點市場推出生力清啤電視廣告及戶外廣告，成功推動品牌知名度及銷售，令生力清啤之銷售量錄得4.3%之逐年增長。

在二零零七年，廣州生力啤酒有限公司將繼續重建及改善其組織架構，建立團結及全情投入的團隊，以提升代理及戶口管理計劃，從而強化生力品牌。

社區關係及社會責任

一如以往，本公司在二零零六年積極贊助及參與多項本地社區活動。

本公司亦致力支持環保，確保業務符合甚至超逾政府及其他機關所制定的環保標準。

人力資源

本公司繼續投放資源在員工身上，務求令所有員工能繼續獲得適當的培訓及同事間的充分支持，加上著重團隊精神，才能在競爭劇烈的營商環境

下達成既定目標。為進一步提高同事間的友愛忠誠，令其擁有共同目標，每一位員工會透過每年的企業路向簡介會、內聯網傳訊及電郵，掌握公司最新的發展方向。

本公司為所有員工制定符合市場標準的薪酬及提供具吸引力的附加福利，包括醫療和保險，以及退休福利。

此外，為加強員工對公司的歸屬感，我們鼓勵員工及其家屬參加公司贊助的員工活動。這些活動除了有助促進團隊精神，亦能提高員工士氣及創造和諧的工作環境。

企業管治

本公司於整個二零零六年度已應用香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄14所載之《企業管治(常規)守則》的原則，惟所有非執行董事均並非按特定年期委任，並須在公司的股東週年大會上輪值退任及接受重選。遵守守則的詳情載於本公司年報內之企業管治部份。

董事

自二零零六年九月十二日本公司之中期報告出版後，有兩名董事向董事會提出請辭，分別為Ma. Belen C. Buensuceso女士及黃思民先生，在此，本公司衷心多謝Buensuceso女士及黃先生對本集團在過去一年的貢獻。

此外，凱顧思先生及夏德立先生已獲提名在應屆股東週年大會上填補有關空缺。

未來方向及挑戰

本公司二零零七年之目標包括：

- 在香港，改善盈利表現、提高市場佔有率及持續鞏固生力品牌的市場領導地位。
- 在華南，於廣州生力啤酒有限公司的業務改組後重建組織架構、加強生力品牌實力及鞏固龍啤品牌的增長。

展望將來，本公司已制定多項推動增長的策略，配合高度積極的團隊及穩健的現金流量作為支持，我們預期能夠為公司在二零零七年的持續增長，建立穩固的基礎。

最後，本人謹此對董事會的支持和領導、彼等所作出的貢獻及努力表示衷心謝意，並感激我們的顧客及業務夥伴多年來的支持及信任。

本人亦非常感激各股東對本公司一直的積極支持，並對本公司的未來充滿信心。



主席
蔡啟文

二零零七年三月六日