

主席報告

業績

本集團於二零零六年啤酒銷量繼續取得較快增長，全年銷售啤酒644,000噸，較上年度增長21.3%，連續第5年錄得雙位數字增長。本年度之利潤水平有所下降，本年溢利1.10億港元，較上年同期下降44.8%。

本年度利潤下降主要是受開發新市場影響，本年度本集團投放資源同時開發省外天津、西安、成都三個新市場和省內珠三角市場，建立銷售隊伍以開發銷售渠道和加強品牌宣傳，以確保新啤酒廠於正式營運後，能夠迅速打開銷售市場的局面，使本年度的銷售及分銷費用和管理費用有較大幅度的增加。此外，受新市場產品價格較低和中高檔產品比例較低的影響，每噸酒平均售價下降，而成本稍有上升，毛利率因此下降3.6%，亦影響本年利潤。

本年度的資源投入雖然為業績帶來很大壓力，但管理層認為這是在發展過程中必須要經歷的陣痛。這些投入和影響都是暫時性的，隨著建廠的完成及新啤酒廠的銷量增加，將可減低平均噸酒固定成本，使平均噸酒成本下降及明顯改善業績。管理層深信二零零六年的付出將會為集團長遠的利益帶來貢獻。

業務回顧

二零零六年是本集團跨出廣東，佈局全國取得重大進展的一年。本集團位於天津年產量20萬噸的啤酒廠於二零零六年五月正式投入營運；位於西安的啤酒廠於二零零六年三月開始興建，並在同年年底竣工試產；位於成都的啤酒廠於二零零六年四月開始動工興建，亦於二零零六年年底完成大部分建設工程，預計將於二零零七年第二季投產。

廣東省是優良的啤酒市場，亦是本集團的重點市場。本集團今年加大力度開發珠三角市場（主要包括廣州、佛山、珠海、中山一帶），效果良好，在上述市場的啤酒銷量亦取得明顯增長。為進一步加大在廣東省的競爭優勢，本集團於二零零六年十一月公佈於佛山興建一間年產量達20萬噸的新啤酒廠，以鞏固本集團於廣東省啤酒市場的領導地位。

金威汕頭啤酒廠於二零零五年一月正式投產。經過管理層及員工上下一心的努力經營後，汕頭啤酒廠已於本年度成功轉虧為盈，這實在為本集團新興建的啤酒廠的經營帶來寶貴經驗。二零零六年初投產的東莞廠於本年度內已錄得盈利。

為應付集團經營規模不斷的擴大，附屬公司不斷增多的情況，本集團於二零零六年成功實施中央管理架構，各啤酒廠的主要物資採購進行統一招標、品牌宣傳、協調營銷運作及人力資源配置等工作全部由集團總部負責統籌及協調，於實施以來，一切順利。

主席報告 (續)

本集團於二零零六年加大品牌的宣傳力度，於本年初更冠名「深圳金威足球隊」，並以此為於深圳宣傳品牌的主線，提升金威啤酒品牌的全國影響力。此外，本年度還策劃了“感謝深圳”系列活動，並借助政府和媒體宣傳金威發展循環經濟系列報導的機會，突出宣傳金威的企業社會責任感。還開展了“藝術金威萬里行”活動，在省外市場為品牌造勢。

展望

中國啤酒行業繼續保持穩定快速增長，本集團將會抓住機遇，於廣東省內和廣東省外建設新啤酒廠，開發新市場，雖然令本年度業績受壓，但該等的資源投入亦已為集團於啤酒市場上形成了良好的戰略佈局和競爭優勢。

於二零零七年，金威啤酒贊助中國足球協會超級聯賽，為國內第一家啤酒品牌取得此項贊助權，由於金威中超聯足球賽事將於全國廣播，預期將可大幅提升金威啤酒的知名度，有助本集團發展為全國性品牌的目標。

本集團的生產規模將繼續擴大，待西安與成都的啤酒廠於二零零七年及佛山啤酒廠於二零零八年初正式投產後，本集團在中國大陸將擁有8家年產能均在20萬噸規模的現代化啤酒廠，年產能將達170萬噸，並在環渤海地區、西北、西南的中心城市擁有啤酒生產及銷售中心，為本集團今後長遠發展路向奠定堅實基礎。隨著新啤酒廠步入正軌，啤酒的銷售量及產能的提升，成本優勢將得到體現，本集團業績將會明顯改善並得以提升，為此，本集團管理層對金威啤酒的發展充滿信心。

最後，本人謹向多年來大力支持本集團的消費者和經銷商、各股東及全體員工致以衷心的感謝！

主席
叶旭全

香港，二零零七年四月二十日