

## 概覽

我們是中國領先的肉產品及飼料供應商之一，尤其專注於雞肉產品。根據中國肉類協會的資料，以二零零五年屠宰的雞隻數量計，我們是中國最大的雞肉加工商。根據中國飼料工業協會的資料，以飼料產量及銷量計，我們於二零零五年及二零零六年均入圍中國十大飼料企業之一。我們實施高度整合的一條龍業務模式，包括(i)飼料製造、(ii)雞肉生產及(iii)加工食品供應。

我們以「大成」及「大成雞寶寶」品牌銷售雞肉產品，以「霜火照燒」及「大成」品牌銷售深加工雞肉產品。我們嚴守「大成」、「霜火照燒」、「大成雞寶寶」及「補克博士」品牌產品的品質、安全及高衛生標準。我們的「大成雞寶寶」於二零零五年獲中國國家質量監督檢驗檢疫總局授予「中國名牌產品」稱號。

我們是中國肯德基最大的雞肉供應商及日本伊藤榮堂及7-Eleven連鎖店在中國最大的加工雞肉產品供應商。我們也是福喜及銘基（中國麥當勞於二零零六年的雞肉採購獨家代理）的最大雞肉供應商之一。關於國內雞肉銷售，除向肯德基、福喜、銘基、德克士及其他零售及連鎖快餐店直銷外，我們通過包括逾600家獨立經銷商、逾200家授權零售店及三家自營零售店的分銷網絡銷售我們的產品。

我們目前每年能夠屠宰約267,000噸肉雞，而在二零零六年，我們屠宰約242,000噸肉雞。我們利用一條龍業務模式確保高品質肉雞的穩定供應，以供生產雞肉及深加工食品。目前，我們在沿中國玉米帶的優越位置上擁有七間雞肉生產設施。玉米是我們飼料產品的主要配料來源。我們目前在中國擁有四間深加工食品生產設施，我們的深加工食品已經通過產品銷售所在地日本及韓國嚴格的衛生及質量標準。除雞肉生產設施外，我們目前在中國、越南及馬來西亞分別擁有十二間、兩間及一間飼料生產設施，每年可生產合共約1,900,000噸飼料。根據越南飼料協會的資料，以產量而計，我們的全稼飼料於二零零六年在越南名列第三，而根據馬來西亞禽畜業聯合總會的資料，以產量而計，我們的雞飼料及豬飼料於二零零六年在馬來西亞名列第二。

在中國，雞肉消費量在一九九六年至二零零五年間增長迅速，複合年增長率約為6.0%。隨著雞肉整體消費量的增長，人均雞肉消費量在同期亦持續增加。此外，中國快餐店數目在近年一直快速增加。特別是百勝餐飲集團中國分部所經營的KFC品牌餐廳數目已

從二零零二年的1,192家增加至二零零六年的2,258家，複合年增長率約為17.3%，而德克士連鎖店已從二零零二年的246家增加至二零零六年的600家，複合年增長率約為25%。這些趨勢對過往數年我們在中國的業務發展有顯著推動作用。

我們近年增長迅速。於往績記錄期間，我們的總收入從二零零四年約429,700,000美元增加至二零零六年約637,400,000美元，複合年增長率約為21.8%。本公司權益持有人應佔本集團溢利從二零零四年約2,600,000美元增加至二零零六年約13,400,000美元，複合年增長率約為127.0%。於截至二零零七年五月三十一日止五個月，本集團的收入及本公司權益持有人應佔溢利淨額分別為321,100,000美元及14,300,000美元。我們相信，憑藉行之有效的一條龍業務模式，加上我們專注產品安全及品質，我們的銷售額及純利在未來將持續增長。

### 我們的競爭優勢

我們以往的成功在於若干主要競爭優勢，為我們提供長遠發展的平台。該等競爭優勢包括：

#### 市場領導者及信譽卓著的品牌

我們是中國領先的肉類產品公司及飼料製造公司之一，尤其專注於雞肉產品。根據中國肉類協會的資料，以二零零五年屠宰的雞隻數量計，我們是中國最大的雞肉加工商。我們為中國肯德基的最大雞肉供應商及日本伊藤榮堂及7-Eleven連鎖便利店在中國最大的雞肉加工產品供應商。我們也是福喜及銘基(中國麥當勞於二零零六年的雞肉採購獨家代理)的最大雞肉供應商之一。

我們有權使用一系列信譽卓著的品牌，包括「大成」、「霜火照燒」、「大成雞寶寶」及「補克博士」。我們的「大成雞寶寶」於二零零五年被中國國家質量監督檢驗檢疫總局授予「中國名牌產品」稱號。根據越南飼料協會的資料，以產量計，我們的全稼飼料於二零零六年在越南名列第三，而根據馬來西亞禽畜業聯合總會的資料，以產量計，我們的雞飼料及豬飼料於二零零六年在馬來西亞名列第二。

我們相信，我們的市場領導地位及信譽卓著的品牌為我們提供進一步擴大市場份額的基礎。

#### 高度整合一條龍的業務模式

我們實施高度整合的一條龍業務模式，包括飼料生產、雞隻孵化及屠宰、雞肉加工及深加工食品生產。我們採用一套契約飼養安排飼養雞隻，並建議契約農戶根據我們的指引

飼養雞隻。我們銷售日齡雛雞予契約農戶，並鼓勵彼等使用我們生產的高品質飼料，從而確保活雞的品質。我們則使用契約農戶飼養的活雞作為雞肉產品的原料，而雞肉又作為深加工食品的原料。通過我們的契約飼養安排，我們相信我們的一條龍業務模式將飼料生產、雞隻孵化、飼養、屠宰及加工整合成單一作業平台，不僅減少我們的生產成本，提高經營效率，而且確保我們能夠生產高品質雞肉及深加工食品供應。此外，我們相信一條龍業務模式亦為我們提供競爭者不易達致的經濟規模。

我們的一條龍業務模式與市場上競爭者不同的一個主要特點是可追溯性。所有生產程序整合成單一平台，該等程序由生產飼料、飼養及採購活雞、生產雞肉至生產深加工食品不等。我們會記錄生產程序的各個階段(包括生產飼料、屠宰雞隻及生產雞肉及深加工食品)以及契約農戶須予備存的養雞日誌，因此我們可以追查整條生產鏈各生產階段的資料。我們相信我們的一條龍業務模式會為我們提供有效的可追溯性及品質保證系統，從而貫徹實行嚴格的品質及衛生控制措施，確保我們產品的品質及安全。我們採用一套品質控制程序，即在原料及產品上標明獨特的標籤、條形碼及序列號，讓我們可以追查供應來源及整個生產程序的所有相關資料；品質控制程序所體現的可追溯性顯著提高我們在各生產階段發現問題的能力，並確保我們產品的品質及安全。有關生產過程中採用的質量控制程序詳情，請參閱本節「生產」一段。

### 嚴格的品質及衛生控制

我們嚴格的品質及衛生控制為我們贏得眾多獎項及嘉許。我們大部分飼料生產設施已獲得ISO 9001: 2000認證，本集團兩家附屬公司獲中國農業部評選為「農業產業化國家重點龍頭企業」，而我們大部分雞肉生產設施均獲得ISO 9001: 2000及HACCP認證；在二零零四年，我們獲得「肯德基全球之星」獎，以表彰我們的整體供應能力及表現。於二零零七年五月止，我們是中國獲得該獎項的唯一肯德基供應商，我們已經分別取得日本、韓國及新加坡允許從中國向該等國家出口雞肉產品的許可證。此外，於二零零四年中國爆發禽流感之後，在當時於中國獲許可的35間設施中，我們的兩間生產設施獲允許從中國向日本恢復出口深加工食品。我們認為，隨著客戶越來越重視健康及衛生，嚴格的產品及衛生品質將使我們能夠從競爭者手中搶佔市場份額。

## 與國內外著名客戶的穩定及長期關係

我們與客戶建立了緊密的業務關係。我們是眾多個國內及國際著名客戶的最大雞肉原料供應商之一，例如中國肯德基、德克士以及福喜及銘基（後兩者為中國麥當勞的獨家雞肉採購代理）。此外，我們也是日本伊藤榮堂及7-Eleven連鎖店在中國最大的雞肉加工產品供應商。伊藤榮堂透過其日本的連鎖超級市場售賣我們的產品。我們擁有遍及中國的龐大分銷網絡，於二零零七年三月三十一日，我們在中國擁有合共逾2,400名銷售飼料、雞肉及深加工食品的經銷商及逾200個售賣雞肉的授權銷售點。我們相信，我們維持廣大客戶群及與主客戶保持穩定關係的能力主要源自我們的產品品質、我們的信用及聲譽以及我們的專業化管理。

董事認為，該等著名客戶的多元化使我們從快餐店及便利店的整體增長潛力中受益，並減少對任何單一客戶的依賴。本集團與客戶（為業內快餐店及便利店的主要經營商，在挑選供應商方面有嚴格標準）的長期關係令本集團在面對競爭時有更強的適應能力。

## 位處中國、越南及馬來西亞優越位置的設施的規模化生產能力

我們的一條龍業務模式讓我們可進行高度規模化的生產。目前，我們在中國擁有七間雞肉生產設施，每年能夠屠宰約267,000噸肉雞，該等雞肉生產設施位於位置優越的中國玉米帶沿線，能便捷地供應玉米，而玉米是我們飼料產品的主要原料。設施所在位置均鄰近公路及鐵路，以覆蓋我們在中國的主客戶，且部份地點鄰近大連港及天津港，方便本集團將產品出口海外。靠近原料及客戶所在地使本集團能夠保持原料的穩定供應，及時向客戶提供服務，並鞏固我們與該等客戶的關係。我們相信規模化及設施所處的優越位置使我們能夠建立強大的規模化生產及銷售網絡，從而有效幫助我們將業務進一步擴展至不同地區，並盡量提高盈利能力。

## 經驗豐富及忠誠的管理隊伍

我們的高級管理人員及主要經營人員在本集團業務方面擁有豐富的經營及行業經驗，其中大部分人在本集團及相關行業已任職超過20年。我們的高級管理人員及經營隊伍長期從事本集團業務，有助他們對相關行業取得深入了解，使他們能夠有效應對瞬息萬變市場中的各類挑戰。我們的高級管理隊伍注重高品質及安全，將本集團定位於高檔優質產品供

應商，以建立我們的企業文化。我們的管理隊伍在本集團於一九九九年三月透過香港大成收購天津大成後一年內將天津大成發展成為一家獲利的企業。我們的管理隊伍亦在面對逆境及危機(例如在過往數年爆發的兩次禽流感)時引領本集團把握能進一步發展業務的每一市場機遇。

我們相信，我們的高級管理人員的集體優勢及經驗以及他們對本集團的忠誠是我們業務成功的原因，並將使我們在業務方面繼續取得增長及盈利。

### 業務策略

#### 利用一條龍業務模式及致力取得市場主導地位

本集團在過往十年在肉類產品及飼料供應分別取得迅速發展，已成為中國領先的肉類產品及飼料供應商之一。我們的目標是通過一條龍業務模式盡量提高股東回報，在中國飼料、雞肉及深加工食品市場上取得對競爭對手的主導地位。

為同時擴展飼料、雞肉及深加工食品的業務，滿足市場對我們產品不斷增長的需求，我們認為，增加雞肉供應並盡量擴大銷售將是我們未來擴展的主要方向。根據我們的一條龍業務模式，各部門的產品乃相互關聯。首先，雞肉產量的增加不但導致飼料需求的增加，還增加了對深加工食品生產原料的供應。根據主客戶的擴充計劃，本集團已選中五個優越位置，在未來三年興建或收購雞肉生產設施，仿照我們的一條龍業務模式，我們預期在二零一零年之前分別在中國、越南及馬來西亞興建合共六間飼料生產設施，並在中國增加三間深加工食品生產設施，預計總投資逾人民幣415,000,000元(約55,300,000美元)。

除增加我們的生產能力外，我們將致力於增加銷售額及盈利能力。例如，儘管我們現時與肯德基並無建立策略聯盟，但我們將致力與肯德基保持密切關係，以推進增長並鞏固我們作為肯德基在中國最大的雞肉供應商的領先地位。我們亦將致力增加對主客戶的雞肉供應，包括銘基、福喜及德克士。至於我們的出口業務，我們將繼續增加在海外的產品銷售，同時透過建立零售渠道(包括中國的大型超市連鎖店)加強我們的銷售及分銷網絡。為盡最大程度地提高盈利能力，我們將集中增加高附加價值及利潤率產品的銷售，尤其是深加工食品。

我們的目標是在中國建立最全面及最具競爭力的雞肉供應鏈，並佔據主導地位。隨著我們生產能力的擴充，加上我們的高品質產品、品牌知名度和不斷增加的市場需求，我們能夠在不同地區增加銷售並擴大業務，包括中國、亞洲各國、北美及歐洲各國。

### 產品多元化及轉而生產高附加價值產品

我們亦銳意滿足客戶的不同需要及不斷轉變的偏好。我們注重通過各種途徑將所提供的產品多元化及轉而生產高附加價值產品，包括廣泛研發新產品以及對消費趨勢進行市場調查。我們的飼料部門研究及開發隊伍致力開發各類效益及特性不斷改良的飼料，並提高產品的附加價值。我們目前亦擁有一支從事市場調查研究及開發的隊伍，以了解客戶偏好及市場趨勢，並取得對我們深加工食品的意見。此等資料將用於開發新深加工食品。我們實行的策略包括將於二零零七年第四季度在中國推出新品牌的計劃，主要集中於提供半深加工食品。我們將繼續開設更多零售店，向最終客戶銷售雞肉，這使我們可以直接接觸最終客戶，並有助我們收集市場信息及意見，以便改善產品。我們相信，我們實行產品多元化並開發高附加價值產品的能力，加上我們的一條龍生產鏈，使我們能夠對市場需求作出迅速有效的回應並優化產品組合，以提高盈利能力。

### 加強市場推廣及分銷，開拓新商機

我們計劃在未來加強市場推廣及分銷網絡，並開拓新的商機。我們將繼續鞏固與合資格經銷商的關係，以銷售我們的產品，進一步擴大分銷網絡，並與經銷商配合推廣我們的產品及品牌。至於主客戶，我們將提供更緊密的直銷服務，滿足其具體需要，從而加強客戶服務。我們計劃在日本成立銷售隊伍，與日本推廣夥伴緊密合作，在日本推廣深加工食品。我們亦會專注進一步發展向最終客戶直銷的業務及利潤率較高的其他銷售模式，例如開設更多自主經營的零售店。我們計劃從營運資本中撥出約人民幣1,600,000元(約207,253.9美元)於未來兩年內在本集團雞肉生產設施即將落戶的城市開設約20家零售店。

我們認為，物色新商機及開發新市場是實現我們銷售目標的最佳方法。例如，於最後實際可行日期，我們已制訂若干向海外市場擴展業務的發展計劃。於二零零六年十一月，我們取得新加坡政府允許從中國向新加坡出口深加工食品的許可證，我們預期於二零零七年第四季度開始向新加坡出口深加工食品。我們還計劃向北美及歐洲出口深加工食品，我們將確保在出口前獲取所有相關許可證及批文。目前，我們致力於二零零八年取得美國及歐盟的許可證。

### 提升品牌形象及知名度

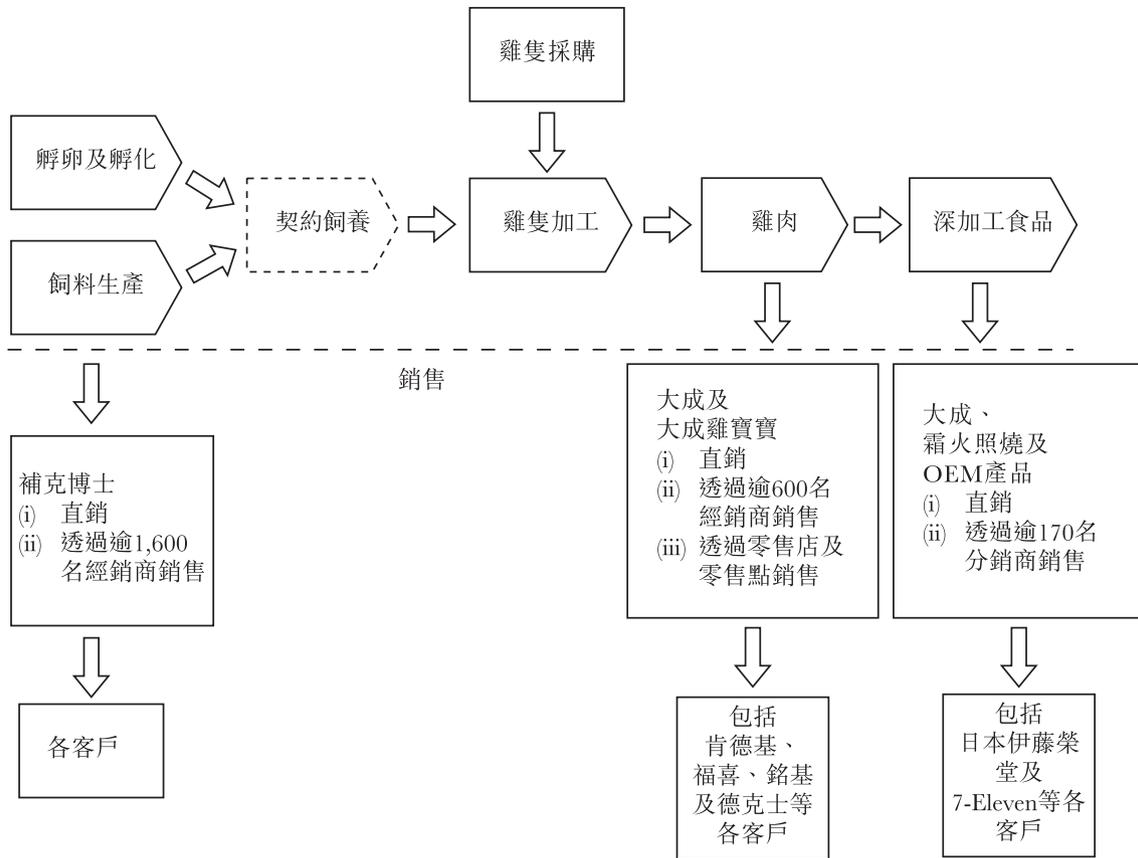
自本集團成立以來，我們即利用母公司擁有及授權我們使用的品牌，將本集團定位於高品質產品供應商。我們認為，品牌及形象是影響消費者購買決定的其中兩項主要因素。我們將繼續樹立品牌及形象，作為品質及安全的象徵。除繼續提供高品質及安全的產品外，我們將繼續舉辦各類推廣活動以提升品牌形象及知名度，包括廣告、通過出版物向客戶進行宣傳及對目標客戶進行策略性推廣。我們亦會與經銷商聯絡，推廣我們的產品及品牌形象。

### 提升專業知識及專門技術

我們計劃投入額外資源進一步增強我們的研發能力，並提升有關產品品質、生產技術及效率以及衛生控制的專業知識及專門技術。除提升我們一貫首要注重的產品品質及安全之外，我們亦銳意改善生產技術及效率，並降低生產成本。我們亦繼續與武漢工業學院及重慶市畜牧科學院等知名學術機構保持合作，以掌握最新專門技術及專業知識。該等措施有助提高我們的市場競爭力，從而擴大市場份額。

我們的業務模式

下表簡要說明我們的一條龍業務模式：

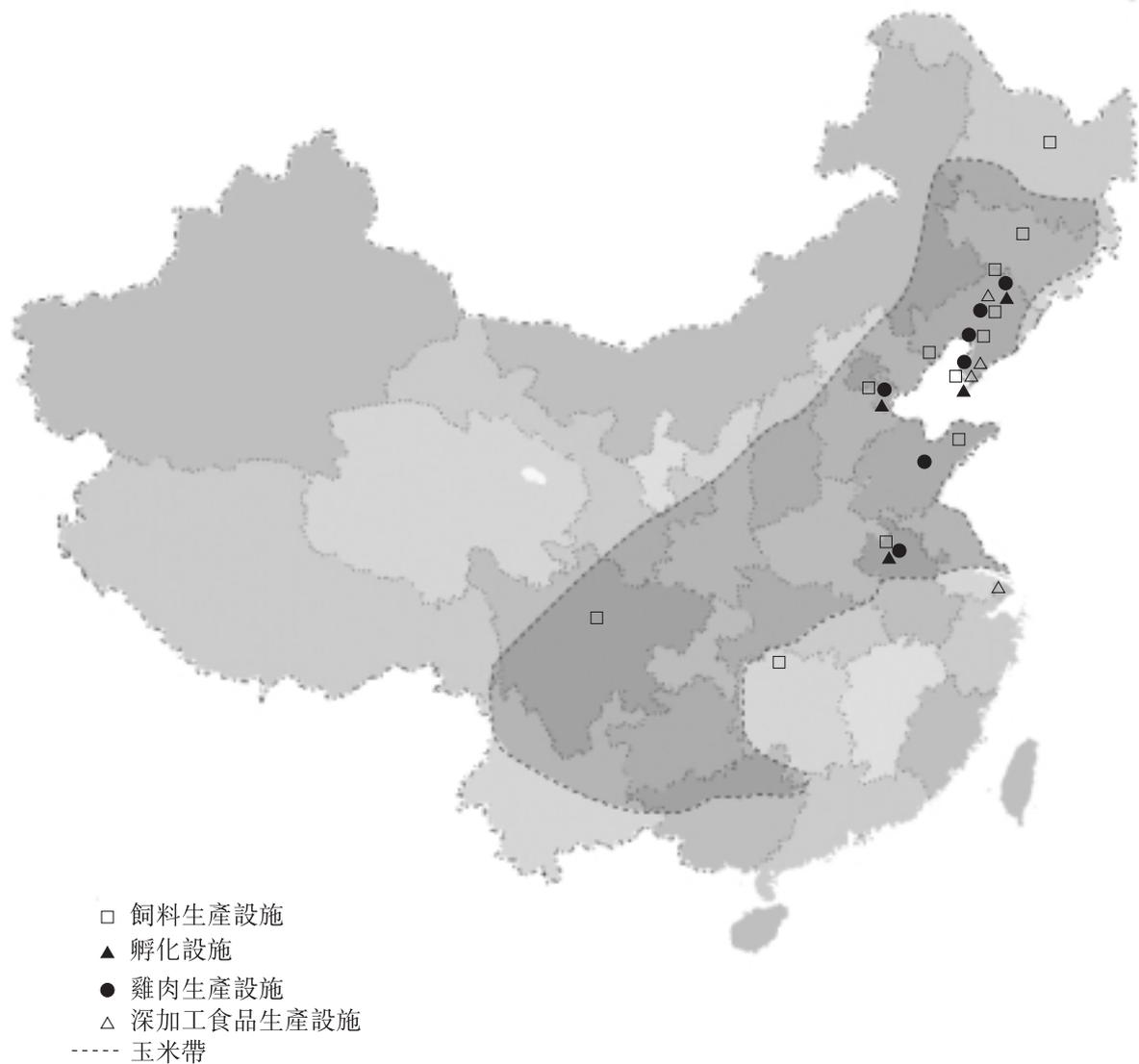


根據我們的一條龍業務模式，我們從本身的養殖場及獨立種雞場取得並挑選供孵化雞雛的雞蛋，然後將孵化的雞雛賣給契約農戶，並建議契約農戶根據我們的指引飼養雞雛。根據雙方訂立的合約，契約農戶應使用我們的飼料飼養雞雛。雞雛長成成雞之後，契約農戶將活雞賣給我們。我們用活雞作為雞肉產品的原料，並用我們生產的雞肉作為深加工食品的原料。通過契約飼養機制，我們可以對雞隻實施嚴格的品質、衛生及防疫控制措施，同時將雞隻所有權轉讓予契約農戶，從而規避養雞的主要風險。我們相信一條龍不僅是能夠有效擴大產量及銷售量的規模化業務模式，而且是一套有助擴展業務經營的可仿照系統。此外，我們亦能夠以一條龍的模式追查所有原料雞隻的來源及最終產品，從而保證高水平的品質控制及可靠度。

## 生產

### 生產設施及能力

於最後實際可行日期，本集團共有三十間生產設施，包括位於中國的十二間飼料生產設施、四間孵化設施、七間雞肉生產設施及四間深加工食品生產設施。我們設於中國的生產設施主要位於遼寧、天津及安徽省，且位於玉米帶沿線。除位於中國的設施之外，我們在越南胡志明市及河內以及馬來西亞的柔佛亦擁有飼料生產設施。下圖顯示我們設於中國的生產設施的位置：



## 業 務

下表載列我們的生產設施及其於所示年度各自產量／產能的若干資料：

	估計		估計		估計	
	最大產能 (噸／月) <sup>2</sup>	概約使用率 (%)	最大產能 (噸／月) <sup>2</sup>	概約使用率 (%)	最大產能 (噸／月) <sup>2</sup>	概約使用率 (%)
	二零零四年		二零零五年		二零零六年	
<b>飼料</b>						
中國						
瀋陽	15,000	96%	15,000	102%	15,000	103%
四川	—	—	5,000	6%	5,000	11%
天津	23,000	78%	23,000	83%	23,000	83%
安徽	—	—	—	—	5,000	22%
山東	—	—	5,000	11%	5,000	16%
大連	18,000	69%	18,000	72%	18,000	86%
鐵嶺	6,000	61%	6,000	69%	6,000	68%
營口	10,000	60%	10,000	70%	10,000	63%
興城	4,000	59%	4,000	62%	4,000	55%
長春	2,500	49%	4,800	49%	4,800	41%
哈爾濱	4,000	42%	4,000	52%	8,000	25%
長沙	—	—	—	—	5,000	13%
小計	82,500	—	94,800	—	108,800	—
越南河內	9,000	39%	9,000	57%	13,500	81%
越南胡志明市	20,500	48%	20,500	66%	30,500	84%
馬來西亞柔佛	230	81%	250	87%	280	76%
小計	29,730	—	29,750	—	44,280	—
合計	112,230	—	124,550	—	153,080	—
<b>雞肉</b>						
遼陽	—	—	1,012	61%	1,012	88%
天津	7,084	72%	7,084	87%	7,084	88%
山東	—	—	1,012	32%	1,012	87%
安徽	—	—	1,012	16%	1,012	66%
大連	6,072	90%	6,072	97%	7,084	94%
鐵嶺	3,036	70%	3,036	92%	3,036	94%
營口	1,416	97%	2,024	97%	2,024	98%
合計	17,608	—	21,252	—	22,264	—
<b>深加工食品</b>						
大連(宮產食品)	746	90%	746	96%	746	90%
大連(大連美食)	1,197	32%	1,197	42%	1,197	53%
大連(永康食品)	25	24%	25	5%	25	4%
上海(上海美食)	500	73%	550	70%	850	81%
合計	2,468	—	2,518	—	2,818	—

附註：

- (1) 估計最大產能乃按每工作日22小時及每月22.5天按最大產能計算。
- (2) 使用率乃用實際產量除以估計產能計算。
- (3) 根據上文(1)及(2)，倘我們使用生產設備超過上述標準，則使用率可能超過100%。

### 生產管理及控制

我們在雞肉生產設施實行嚴格而全面的措施，以加強保障職業健康及生產場地衛生。我們所有的生產員工必須按要求穿著制服，在進入生產場地之前全面清潔及消毒。生產場地的整個生產程序亦有嚴格的溫度控制以保持雞肉新鮮。我們的深加工食品生產設施分為三個獨立區域：原料食品區、深加工食品區及包裝區。工人及食品的跨區移動受嚴格管理以避免污染。所有員工在每一道生產程序均必須遵守我們的標準操作規程。我們的生產場地會定期清潔及消毒，保持高度衛生。

品質控制是我們承諾提供高品質產品及產品取得成功的最重要因素之一。我們在整個採購及生產程序中制訂嚴格的品質控制政策，並要求本集團旗下所有公司均堅守該等政策。評估措施包括但不限於：就評估供應商及記錄供應方便追溯建立一套機制、為確保生產過程標準化而向本集團各部門分發品質控制手冊讓員工遵守，以及於二零零六年設立實驗室(已於遼寧出入境檢驗檢疫局註冊)以檢測22種化學品的殘留物。我們還為契約農戶提供指引，列明有關飼養雞隻的詳細程序，並不時進行實地檢查，確保契約農戶遵照我們的標準。我們大部分雞肉生產設施已獲得HACCP及ISO 9001：2000認證，而大部分飼料生產設施已獲得ISO 9001：2000認證，此乃對我們嚴格的品質控制標準的認可。

本公司及本集團的中國法律顧問已確認，本集團並無違反中國有關營運安全的任何相關法律法規。本集團董事亦認為，現時採取的營運安全措施符合本集團所從事行業的市場慣例。

### 孵卵及孵化程序

我們向供應商採購各種品種優良的種雞以獲得孵化雞蛋。種雞下蛋後，我們將雞蛋送至孵化設施。除我們的種雞所產的肉雞蛋外，我們亦從獨立種雞場購買部分肉雞蛋。經董事確

認，截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止年度及截至二零零七年五月三十一日止五個月，我們的肉雞蛋數目分別佔肉雞蛋總數約75%、72%、74%及77%，而該等肉雞蛋乃購自獨立種雞場。我們挑選發育良好、成熟及健康的孵化雞蛋，而只有符合我們的重量及大小要求的雞蛋才會被挑選在孵化場孵化。雞蛋在機器中孵化，而我們在整個孵化過程中會仔細監察及保持最佳溫度及濕度以確保品質。雞雛孵化一般需時約21天。我們會對孵化的雞雛進行檢查、挑選及接種疫苗，然後送至契約農戶。

## 契約飼養

下表說明契約飼養的生產流程：

