

## 財務回顧

截至二零零六年十二月三十一日止年度，集團整體業務持續取得滿意業績，營業額錄得約人民幣518,100,000元，(二零零五年：人民幣470,800,000元)增長約10%，主要原因是中國食品及飲料產品整體需求龐大。

集團之毛利約為人民幣158,500,000元(二零零五年：人民幣137,600,000元)，較去年上升15.1%。毛利增長主要是兩片食品罐、塗黃及印刷業務取得了良好利潤。

於回顧年內，溢利約為人民幣96,500,000元(二零零五年：人民幣93,300,000元)，較去年增加3.4%。

## 業務回顧

在集團不斷革新產品技術，改善成本管理，突出品牌營銷的有效經營策略下，以及擁有一支具有豐富行業經驗和創新理念的管理團隊，在二零零六年度內，集團業務穩定增長，營業額和利潤均名列國內同行企業前茅，使集團取得滿意的業績。現詳細分析如下：

### 一、靈活的營銷及產品策略擴大客戶群

集團取得良好的業績乃有賴採取行之有效的營銷策略。消費者的購買行為除了受同類產品的品牌、質量影響外，令人耳目一新的包裝設計同是重要因素，所以為客戶在罐型設計上提出合理建議及增值，是集團成功的營銷策略之一。如建議客戶將食品罐罐身有棱角的部分改為流線型，讓消費者拿起時感覺舒適和體貼。另外，增強罐身的結構同時能提升食品罐的抗壓能力。

隨著這些新產品的推出，我們在業界樹立了良好的聲譽，客戶也隨著不斷增加和市場佔有率也不斷擴大。二零零六年，集團新增了六個大型客戶，包括天津中辰西紅柿製品有限公司，南通市金日來食品有限公司及青島正進集團永進食品有限公司等。於二零零六年年底公司客戶已達到一百多家，銷售網絡延伸至中國二十個主要省市。



## 二、提升產品競爭力帶來業務增長

### a. 兩片食品罐

於二零零六年，集團繼續提高技術水平，隨著市場佔有率不斷擴大，兩片罐產品銷售同時也錄得超過八成以上的增長。

- 為更配合客戶要求，研發部經反復試驗，終改善了噴塗工序和提高印刷塗層穩定性，利用「超高溫瞬時滅菌」新工藝技術，避免了因溫度變化而引起的塗層脫落問題。該技術改進受到客戶的良好讚許，故提高了訂購數量。
- 集團亦與院校科研機構合作，完善「變形網版」彩印技術水平，使變形印刷更加精準，圖案更加豔麗，立體效果更加優質，吸引了更多客戶。



### b. 塗黃及印刷業務

於二零零六年，集團繼續努力改善塗黃及印刷技術水平，完成對塗印產線的電腦系統軟件升級及整體設備的革新，令色譜精確度、印刷速度、過程控制和品質控制等方面表現俱佳，且簡化了作業流程步驟、提高了工作效率和自動化處理能力，另外，系統增加了4項新功能，如數據回查記憶，參數修改提示等，新系統性能方面也進一步有所提高。

## 三、提高生產線的精度效率性能及改善基礎設施

集團於二零零六年上半年對三片易拉罐生產線進行了翻新整改，不僅簡化了生產工序，也提升了效率和自動化。此外，集團在原有基礎上進行了技術更新，例如在生產線增加第二個噴塗設備，令已塗上漆膜的空罐表面在生產過程腐蝕後能再噴塗一次，這特別適用於生產腐蝕性較強的高酸飲料。

在二零零六年年底，生產工具基地的環保處理系統經過當地環保部門正式驗收，達到國家標準控制要求後，投入使用。隨著取暖工程通過驗收，新廠房在二零零六年下半年開始投入生產。基礎建設的改善和整合營造了良好的工作環境。二零零六年下半年，集團已將新舊廠房打通連接，以提高工作效率，廠區內新的分佈格局也將精簡生產流程及提高生產能力。

#### 四、高科技保證塗黃及印刷服務的質量

集團通過購買數碼打樣系統，提高了製版打樣技術，代替了原來傳統手工下墨、調壓等的方式，數碼打樣是通過電腦軟件系統自動地直接打樣製版，製版效果比較穩定。傳統製版過程中出現的顏色和色譜不準確均可及時確認和補救，並簡化了製版流程，保證了打樣、製版和印刷的一致性，速度、效率大幅度提高，確保了產品印刷品質的穩定。



#### 前景及未來計劃

##### 中國飲料食品工業的迅速發展為包裝行業帶來了利好的前景

中國飲料總產量於二零零二年突破20,000,000噸達到20,250,000噸，於二零零五年又突破30,000,000噸達到33,800,000噸，於二零零六年再增長20%，達到41,000,000噸新高，在4年內翻了一番。中國已成為僅次於美國的全球第二大飲料生產國。

據中國輕工業聯合會統計資料顯示，二零零六年福建省罐頭產量達89.53萬噸，比二零零五年的78.57萬噸增長14%。福建省在罐頭產量上已連續四年保持全國第一位。

二零零五年中國包裝工業總產量已達到500億美元，比上年同期增長22.4%，在中國國內生產總值中的比例已由八十年年代初的僅僅0.4%上升到2.2%。預計“十一五”期間(即二零零六年至二零一零年)，包裝工業的總產量可望達到人民幣4,500億元，並保持每年7%的增長速度。從二零一一年到二零一五年，其總產量可望突破6000億元，每年增速為16%。以產品分類，於二零一五年，中國金屬包裝製品預期達致491萬噸，塑膠包裝製品為946萬噸，玻璃包裝製品1,550萬噸，而紙包裝製品產量可達3600萬噸。

## 業務拓展

### 一、繼續鞏固及拓展兩片罐產品市場

中國市場對兩片罐產品需求日漸殷切。所以，兩片罐產品依然是未來銷售和利潤增長的重要驅動力。為配合客戶時有變更的需要，集團將訂購三種新罐形的兩片食品罐模具及換型設備，以擴充產品種類，借此鞏固集團在兩片罐產品市場上的龍頭地位。此舉預期將令集團盈利持續迅速增長。該罐形是目前市場最新的罐形，新產品的投產將搶佔先機。



### 二、推出迎合市場需求的新產品

新罐型主要是針對高酸性食品類,如番茄醬等，高抗硫的水產類，肉類等高溫殺菌的產品，適合國內外廣大客戶的要求，具有巨大的消費市場。且集團不斷提高品質控制，提高產品阻隔性及耐高溫性能使罐頭產品保持品質穩定，良好的口感，且新穎的罐頭罐型設計也具有有良好的市場發展潛力。

### 三、拓展馬口鐵的塗黃及印刷服務

馬口鐵的塗黃及印刷生產線經去年的提升後，彩印品質、性能、光澤度等效果有了進一步提高，有助於提高印刷檔次，迎合了客戶對優質服務的需求。為進一步提升集團的整體邊際利潤，本公司將致力於高端塗黃及印刷服務。

### 四、建立領先研發平台以提升競爭力

集團與福州大學化工技術研究所簽訂了合作研發協議，以配合兩片罐產品的新投資發展計劃，將有力提升集團技術實力的和產品技術含量。



## 五、新設施擴大生產能力，提升業務增長

### a. 福清生產基地

就福清下曹生產設施而言，集團正計劃新增80畝土地以擴充設施。集團亦計劃在原有產品線基礎上開拓產品新品種，以上兩項擴充計劃將進一步提升集團的盈利力。

### b. 山西汾陽的生產基地

就山西汾陽的生產設施而言，三片罐的產能已達到約85%。集團正考慮於來年收購若干三片罐生產線和塗黃及印刷生產線。隨着生產設備的革新，產量將得到大大提高。集團已於二零零五年在面積達30畝的租賃土地興建新廠房，並已考慮收購該租賃土地，以配合在今年內擴大集團的需要。

## 流動資金及財務資源

本集團之業務一般以內部產生的現金流量及由其往來銀行提供的銀行信貸應付。

截至二零零六年十二月三十一日止年度，本集團來自經營業務之現金約為人民幣100,400,000元（二零零五年：人民幣122,500,000元）。於二零零六年十二月三十一日，本集團之現金及現金等價物約為393,300,000港元（二零零五年：人民幣336,800,000元），而借款總額則約為人民幣97,400,000元（二零零五年：人民幣99,900,000元），包括銀行貸款約人民幣97,400,000元（二零零五年：人民幣69,200,000元），且並無可換股票據（二零零五年：人民幣30,700,000元）。於二零零六年十二月三十一日仍未償還合共約人民幣97,400,000元銀行貸款中，人民幣36,000,000元為按年利率5.85厘計息之定息債項。餘下人民幣30,400,000元及31,000,000元之銀行貸款分別按高於銀行同業拆息年利率2至2.75厘及倫敦銀行同業拆息年利率1.75厘之浮動利率計息。本集團之借款總額到期情況約為94.7%並於一年內到期，另約5.3%將於一年後但三年內到期。所有上述銀行貸款均由本公司的公司擔保及已抵押銀行存款作擔保。

於二零零六年十二月三十一日，本集團之流動比率（流動資產對流動負債之比率）約為3.2（二零零五年：2.9），而本集團之資本負債比率（計息借款總額對資產總值之比率）則約為12.9%（二零零五年：16.3%）。

就外匯風險而言，由於本集團大部分交易均以人民幣及港元列賬，故外匯波動風險甚低，本集團因而認為毋須使用任何金融工具作對沖用途。

### 資本承擔

於二零零六年十二月三十一日，本集團有關已訂約但未於財務報表撥備之購置物業、廠房及設備之資本開支約為人民幣3,800,000元（二零零五年：人民幣10,100,000元），而並無已授權但未訂約之資本承擔（二零零五年：無）。

### 資產抵押

於二零零六年十二月三十一日，本集團向其銀行抵押銀行存款約人民幣21,700,000元（二零零五年：人民幣13,000,000元），以取得銀行融資，貸款限額為銀行存款金額。

### 或然負債

於二零零六年十二月三十一日，本集團並無任何重大或然負債（二零零五年：無）。

### 僱員及酬金政策

於二零零六年十二月三十一日，本集團合共聘有445名僱員（二零零五年：427名），該等僱員主要位於中國及香港。本集團按行業慣例及個別僱員表現制訂其酬金政策。於回顧年內，員工費用總額（包括董事酬金）約為人民幣15,600,000元（二零零五年：人民幣11,100,000元）。

本集團設立購股權計劃，藉以鼓勵及獎勵合資格參與者對本集團作出之貢獻。截至二零零六年十二月三十一日止年度，合共授出15,940,000份購股權。