

請即時發放



**China Yurun Food Group Limited**  
**中國雨潤食品集團有限公司**

**二零零五年全年業績**  
**淨利潤增加 112.3% 至人民幣 3.59 億元**

**財務摘要**

	截至十二月三十一日止年度 (人民幣百萬元)		變動百分比
	二零零五年	二零零四年	
營業額	4,454.0	2,592.7	71.8%
毛利	639.3	378.0	69.1%
淨利潤	359.0	169.1	112.3%
每股基本盈利 (人民幣元)	0.344	0.185	85.9%
每股攤薄盈利 (人民幣元)	0.344	0.184	87.0%
毛利率	14.4%	14.6%	
淨利潤率	8.1%	6.5%	

二零零六年三月二十九日，香港 — 中國領先的肉製品供應商中國雨潤食品集團有限公司（以下簡稱「雨潤食品」或「本公司」，與其附屬公司合稱「本集團」，香港交易所上市編號：1068）於今日公佈二零零五年全年業績。截至二零零五年十二月三十一日止的財政年度，集團營業額錄得人民幣 44.54 億元，較上一年度增加 71.8%。淨利潤大幅上升 112.3% 至人民幣 3.59 億元。每股基本盈利為人民幣 0.344 元，較二零零四年度增長 85.9%。

董事會建議派發截至二零零五年十二月三十一日止年度的末期股息每股 0.065 港元。

業績理想，主要由於中國國民經濟仍然以較快速度增長，中國消費市場保持增長，同時集團所處的肉製品市場增長所致。

雨潤食品主席祝義才先生表示：「二零零五年是雨潤食品發展意義深遠的一年。去年十月，本集團在香港聯合交易所主板掛牌上市，引入國際資本市場的資金，為集團發展提供更為充裕的資源，提升生產及研發能力、擴充分銷網路、進一步改善營運及服務素質。能在上市的第一年，交出了一份令人滿意的業績，我們對此深表高興，同時感謝投資者對我們的信任。」

評論二零零五年的全年業績時，雨潤食品行政總裁兼執行董事畢國祥先生表示：「年內，消費者對於集團冷鮮肉及冷凍肉的需求上升，而深加工產品的銷售亦持續良好，促使集團銷售額持續攀升，證明集團的競爭能力與日俱增，能夠在競爭激烈的市場之中脫穎而出。而在擴展與開拓的同時，集團亦不忘通過有效的成本控制措施達致規模效益，力求提升利潤，為股東帶來更佳回報。」

### 消費力與日俱增 帶動產品銷售增長

隨著國內消費者生活質素提昇，健康衛生的冷鮮肉更能滿足需求，集團增強原有銷售區域的市場滲透，並積極拓展銷售管道，開發新市場如一些中小城市的銷售，帶動本集團生肉的營業額迅速攀升。冷鮮肉成為集團增長的最大推動因素。截至二零零五年十二月三十一日止年度，冷鮮肉銷售額較上一年度大幅上升 218.4% 至人民幣 20.16 億元，佔抵消內部銷售前的集團總營業額 42.2%。而冷凍肉年內的營業額則為人民幣 15.19 億元，較去年同期之人民幣 11.89 億元增加 27.7%，佔抵消內部銷售前的集團總營業額 31.9%。

截至二零零五年十二月底，本集團提供超過 500 種低溫肉製品及超過 200 種高溫肉製品。「雨潤」在中國低溫肉製品行業長期以來已經樹立了知名品牌的良好形象，低溫肉製品的營業額為人民幣 9.91 億元，較上一年度的人民幣 8.33 億元增加 18.9%，佔抵消內部銷售前的集團總營業額 20.8%。國內消費者對形象高檔、美味、營養、衛生和方便的食品需求愈來愈大，本集團各類優質的包裝熟肉製品正切合這一飲食潮流。為鞏固優勢及市場份額，本集團調整了產品的結構，加大推廣高端的低溫肉製品的力度，不斷加強與大型零售商緊密合作，進一步拓展銷售管道，使低溫肉製品的銷售額錄得令人滿意的增長。

高溫肉製品的營業額為人民幣 2.44 億元，較上一年度的人民幣 2.71 億元下降 9.7%，只佔抵消內部銷售前的集團總營業額 5.1%，主要原因是高溫肉製品年內市場競爭加劇，集團進行市場的價格調整。

### 在高增長中有效控制成本

本集團二零零五年總銷售成本為人民幣 38.15 億元，佔本集團總營業額的 85.6%，與二零零四年度的 85.4% 基本持平。本集團二零零五年的經營費用為人民幣 2.64 億元，較上一年度的人民幣 1.98 億元上升 33.3%，主要由於擴大生產規模和上市後維持上市地位之行政費用及專業費用增加所致。本集團的融資成本淨額為人民幣 3,100.1 萬元，較上一年度的人民幣 4,375.6 萬元減少 29.2%。

### 壯大產能應付龐大需求 進一步拓展高增長市場版圖

二零零五年，集團的上游產能擴張計劃進行順利：年屠宰能力已達 785 萬頭，較二零零四年底的 507 萬頭增長 54.8%，其中連雲港、阜陽、內江及宿州四個屠宰基地的年屠宰能力都已經超過 100 萬頭。

基於集團既定的業務計劃，二零零五年繼續加大冷鮮肉產品的推廣力度，收到了明顯的成效。按平均產能計算，上游業務的產能利用率二零零五年從二零零四年的 43% 大幅上升至 72%，其中冷鮮肉產品是推動上游業務增長的主要動力。二零零五年，集團在下游業務方面繼續加大低溫肉製品的產品及市場開發力度，按年底產能計算，下游業務的產能利用率從二零零四年的 53% 升至二零零五年的 55%，其中低溫肉製品增長較為迅速。

於二零零五年，本集團已開發江西九江、江蘇晉江、浙江喜慶等長江中下游較富庶及高增長的市場，並計劃在來年重點開拓長江中下游及國內其他較富庶地區，以銷售冷鮮肉及低溫肉製品為主。而東北及華北一帶是國內肉類消費的重點區域，市場廣闊，加上該區域原料豐富，有政策優勢。

### 實施市場整合戰略 保持高增長步伐

二零零六年是中國實施「十一·五」計劃的首年，中國經濟發展比重逐漸由投資推動轉向消費拉動，有助中國逐步邁向成長中的消費大國。與此同時，城市化進程將繼續在中國深入展開，消費者隨著生活水準的提高，對質素、衛生及品牌的要求與日俱升。集團相信，凡此皆有助雨潤食品施行市場整合戰略，保持較高速的增長步伐。

有見於目前公司產品銷售良好，市場需求很大，雨潤食品計劃通過自建、擴建、租賃、聯合經營等靈活的方式進一步迅速擴大產能，特別是上游產能；進一步完善銷售市場的覆蓋，並加強採購網路建設，特別是加強防疫體系的管理。在深加工產品方面，集團計劃進一步優化產品結構，更加專注於開發、推廣銷量大、毛利高的品種，充分發揮規模效應，降低生產成本，提高整體盈利水準。

祝義才先生補充道：「二零零六年是集團上市後第一年，今年雨潤食品將進一步加強品牌戰略，鞏固雨潤食品品牌系列在普通受眾中的知名度及美譽度，另一方面進一步強化對於中高端市場的影響力。同時，集團計劃將冷鮮肉業務逐步併入「雨潤」品牌，充分發揮這旗艦品牌的優勢和影響力，推動冷鮮肉業務發展再上新的台階。我們預期行業將繼續整合，未來的龐大發展商機讓集團處於有利位置，落實業務發展策略，保持理想佳績，為股東增值。」

—完—

### 關於雨潤食品

雨潤食品於1993年創立，是中國領先的肉製品供貨商之一，提供多種生肉及深加工肉製品。本集團通過先進生產技術，結合自有的調製方法，生產出一系列合乎消費者口味的肉製品，以主要品牌「雨潤」、「福潤」、「旺潤」及「大眾肉聯」營銷。雨潤食品二零零二年至二零零三年的營業額年增長率達26.3%，而二零零三年至二零零四年的年增長率則為33.7%，並自二零零二年以來，連續三年均為國內佔銷售予大型零售商最大市場佔有率的低溫肉製品生產商。除此以外，本集團亦是於二零零三年位列全國冷鮮肉及冷凍肉生產商第三名。於二零零五年十月三日，雨潤食品成功在香港聯交所上市。

投資者及媒體垂詢：

李詠思小姐  
中國雨潤食品集團有限公司  
電話：(852) 2869 0698  
傳真：(862) 2868 3548  
電郵：[ir@yurun.com.hk](mailto:ir@yurun.com.hk)

韓風先生  
匯思訊  
Tel：(852) 2117 0861/ 633 55 933  
Fax：(852) 2117 0869  
E-mail：[fhon@ChristensenIR.com](mailto:fhon@ChristensenIR.com)

### 前瞻性陳述免責聲明

本新聞稿中包含“前瞻性陳述”。除歷史事實陳述外，所有本公司預計或期待未來即將或可能發生的業務活動、事件或發展動態(包括但不限於預測、目標、估計及經營計劃)的陳述都屬於前瞻性陳述。受諸多可變因素和不確定因素的影響，雨潤食品的實際結果或發展情況可能會與這些前瞻性陳述出現重大差異。上述可變因素和不確定因素包括但不限於：對肉製品的需求程度，在市場中的競爭能力，監管政策的變化，以及非雨潤食品可控制的其他風險和因素。並且，本公司在此做出的前瞻性陳述僅限今日的觀點，本公司沒有義務對上述前瞻性陳述進行更新。