



康師傅控股有限公司\*

TINGYI (CAYMAN ISLANDS) HOLDING CORP.

(股份代號：0322)

## 截至二零零八年六月三十日止六個月之 中期業績公佈

### 摘要

截至 42.925 467.2 17505 699.927 4

### 緒言

中國第二季度的國內生產總值(GDP)較去年同期增長10.1%，較第一季度10.6%的增速下降0.5個百分點。上半年則較去年同期增長10.4%，比上年同期回落1.8個百分點，經濟增速放緩。上半年居民消費價格指數(CPI)較去年同期上漲了7.9%，漲幅同比高出4.7個百分點。連續第十九個月處於實際負利率中。而作為CPI先行指標的工業品出廠價格(PPI)同比上漲7.6%，漲幅同比高出4.8個百分點，增速連續第六個月創三年來新高，顯示通膨壓力持續上升。

巨大的負利率水平和通貨膨脹的壓力，促使消費者減少儲蓄與隨意消費，增加對生活必需品的支出比重。本集團掌握此契機，透過靈活的行銷策略，令方便麵在傳統淡季的第二季度營業額仍較去年同期上升49.35%至458百萬美元。

回顧本集團上半年的營業額較去年同期上升36.36%至2,049百萬美元。方便麵、飲品及糕餅的營業額分別同比上升49.38%、25.19%及42.99%至982百萬美元、943百萬美元及68百萬美元。於期內，本集團的方便麵、即飲茶、包裝水及夾心餅乾持續穩居中國市場領導地位。

上半年整體毛利率同比成長0.23個百分點至32.94%，毛利額同比上升37.29%，除稅前溢利錄得230百萬美元，較去年同期上升40.85%。扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(EBITDA)較去年同期上升37.18%，達到322百萬美元；本公司股東應佔溢利上升33.18%至128百萬美元。

### 2008年度中期業績

康師傅控股有限公司(「本公司」)之董事會欣然宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2008年6月30日止六個月未經審核之簡明綜合中期財務報告連同2007年相對期間之未經審核比較數據。本集團中期財務報告未經審核，惟已獲本公司之審核委員會審閱。

簡明綜合收益表

截至2008年6月30日止6個月

	附註	2008年 1至6月 (未經審核) 千美元	2007年 1至6月 (未經審核) 千美元
收益	2	2,049,253	1,502,834
銷售成本		<u>(1,374,317)</u>	<u>(1,011,221)</u>
毛利		674,936	491,613
其他淨收入		38,818	18,360
分銷成本		(392,737)	(286,224)
行政費用		(50,224)	(33,763)
其他經營費用		(32,329)	(20,563)
財務費用	3	(15,517)	(9,631)
應佔聯營公司業績		<u>7,353</u>	<u>3,719</u>
除稅前溢利	4	230,300	163,511
稅項	5	<u>(39,318)</u>	<u>(17,576)</u>
本期溢利		<u><u>190,982</u></u>	<u><u>145,935</u></u>
期內應佔溢利			
本公司股東		127,607	95,819
少數權益股東		<u>63,375</u>	<u>50,116</u>
本期溢利		<u><u>190,982</u></u>	<u><u>145,935</u></u>
每股溢利	6		
基本		<u><u>2.28美仙</u></u>	<u><u>1.71美仙</u></u>
攤薄		<u><u>2.28美仙</u></u>	<u><u>不適用</u></u>

簡明綜合資產負債表  
於2008年6月30日

		2008年 6月30日 (未經審核) 千美元	2007年 12月31日 (已經審核) 千美元
資產及負債			
非流動資產			
物業、機器及設備		1,881,132	1,567,348
無形資產		11,075	11,701
聯營公司權益		26,337	33,929
土地租約溢價		66,635	65,594
可供出售金融資產		3,870	3,724
遞延稅項資產		5,379	5,379
		<u>1,994,428</u>	<u>1,687,675</u>
流動資產			
按公允價值列賬及在損益賬處理的金融資產		39,331	21,439
存貨		240,176	155,217
應收賬款	8	145,742	114,391
預付款項及其他應收款項		174,314	112,807
抵押銀行存款		8,827	3,030
銀行結餘及現金		364,044	239,862
		<u>972,434</u>	<u>646,746</u>
流動負債			
應付賬款	9	528,173	334,041
其他應付款項		423,349	248,979
有息借貸之即期部份		463,118	291,481
客戶預付款項		28,287	43,045
稅項		11,741	7,122
		<u>1,454,668</u>	<u>924,668</u>
淨流動負債		<u>(482,234)</u>	<u>(277,922)</u>
總資產減流動負債		<u>1,512,194</u>	<u>1,409,753</u>
非流動負債			
長期有息借貸		84,194	106,946
其他非流動應付款項		3,093	2,861
員工福利責任		8,239	7,893
遞延稅項負債		17,421	10,358
		<u>112,947</u>	<u>128,058</u>
淨資產		<u>1,399,247</u>	<u>1,281,695</u>
股本及儲備			
發行股本		27,943	27,943
儲備		1,052,615	849,382
擬派特別股息		—	59,799
擬派末期股息		—	90,537
本公司股東應佔股本及儲備		<u>1,080,558</u>	<u>1,027,661</u>
少數股東權益		318,689	254,034
股東權益總額		<u>1,399,247</u>	<u>1,281,695</u>

簡明綜合財務報告附註：

1. 編製基準及會計政策

本集團未經審核中期業績乃由董事負責編製。該等未經審核中期業績乃根據香港會計師公會頒佈之香港會計準則第34號(「中期財務報告」)編製，此簡明賬目須與截至2007年12月31日止年度之賬目一併閱覽。編製此簡明中期賬目採用之會計政策及計算方法與編製本集團截至2007年12月31日止年度之賬目所採用者一致。

2. 按主要產品劃分之收益及分部業績

本集團主要在中華人民共和國(「中國」)運作，本集團的收益及溢利貢獻亦主要來自中國。

按主要產品劃分之本集團收益及分部業績分析列載如下：

	營業額		分部業績	
	截至6月30日止6個月		截至6月30日止6個月	
	2008年 (未經審核) 千美元	2007年 (未經審核) 千美元	2008年 (未經審核) 千美元	2007年 (未經審核) 千美元
方便麵	982,460	657,702	75,376	42,925
飲品	942,979	753,214	150,571	117,436
糕餅	67,887	47,477	2,657	1,012
其他	55,927	44,441	9,860	8,052
合計	<u>2,049,253</u>	<u>1,502,834</u>	<u>238,464</u>	<u>169,425</u>

3. 財務費用

	截至6月30日止6個月	
	2008年 (未經審核) 千美元	2007年 (未經審核) 千美元
需於五年內悉數償還之銀行利息支出	<u>15,517</u>	<u>9,631</u>

4. 除稅前溢利

除稅前溢利已扣除下列項目：

	截至6月30日止6個月	
	2008年 (未經審核) 千美元	2007年 (未經審核) 千美元
折舊	80,325	62,956
攤銷	<u>2,149</u>	<u>1,877</u>

5. 稅項

	截至6月30日止6個月	
	2008年 (未經審核) 千美元	2007年 (未經審核) 千美元
中國企業所得稅	<u>39,318</u>	<u>17,576</u>

開曼群島並不對本集團之收入徵收任何稅項。

由於本集團期內在香港並無應課稅溢利，因此並無作出香港利得稅撥備。

從事製造及銷售各類食品的中國附屬公司均須受到適用於中國外資企業的稅法所規限。本集團大部分附屬公司設立於經濟技術開發區，於2007年12月31日前按15%的適用稅率繳納企業所得稅。另由首個獲利年度開始，於抵銷結轉自往年度的所有未到期稅項虧損後，可於首兩年獲全面豁免繳交中國企業所得稅，及在其後三年獲稅率減半優惠。根據自2008年1月1日起生效之新稅法，中國企業所得稅的優惠稅率將按五年由15%逐漸地增加至25%。所有稅務寬減期將於2012年底屆滿。

6. a. 每股基本溢利

每股基本溢利乃根據本公司股東期內應佔溢利127,607千美元(2007年：95,819千美元)及本期間已發行普通股之加權平均股數5,588,705,360(2007年：5,588,705,360)計算。

b. 每股攤薄溢利

年內之每股攤薄溢利乃根據本年度之本公司股東應佔溢利淨額127,607千美元(2007年：95,819千美元)及年內就本公司購股權計劃所產生具有潛在攤薄影響之普通股數目作出調整後得出之普通股加權平均數計算。

用作計算每股攤薄溢利之普通股加權平均數之對賬表：

	截至6月30日止6個月	
	2008年	2007年
	股份數目	股份數目
用作計算每股基本盈利之普通股加權平均數	5,588,705,360	5,588,705,360
因授出購股權而視作發行之普通股	962,513	—
	<u>5,589,667,873</u>	<u>5,588,705,360</u>

7. 股息

董事會決議不擬派發截至2008年6月30日止6個月之股息(2007年：無)。

8. 應收賬款

本集團之銷售大部分為貨到收現，餘下的銷售之信貸期為30至90天。有關應收賬款(扣除壞賬及呆賬減值虧損)之賬齡分析列示如下：

	2008年	2007年
	6月30日	12月31日
	(未經審核)	(已經審核)
	千美元	千美元
0至90天	136,094	105,115
90天以上	9,648	9,276
	<u>145,742</u>	<u>114,391</u>

9. 應付賬款

應付賬款之賬齡分析列示如下：

	2008年	2007年
	6月30日	12月31日
	(未經審核)	(已經審核)
	千美元	千美元
0至90天	495,562	318,190
90天以上	32,611	15,851
	<u>528,173</u>	<u>334,041</u>

## 管理層討論與分析

第二季度本集團生產所需主要原材料如棕櫚油及麵粉價格依然高企，分別較去年同期上升57.59%及7.89%；在原材料成本顯著飆升下，透過管理團隊持續的精進生產管理及發揮統一採購的優勢，有效控制生產成本，同時配合穩健的行銷策略及對產品銷售組合的優化，令整體毛利率於原料價格高企的壓力下仍較去年同期上升。其中本集團的高價麵上半年銷售表現遠較市場優越，銷售額錄得55.49%的成長；飲品業務受到5月在四川省發生的強烈地震影響，策略性延遲廣告計劃，加上6月異常的潮濕多雨天氣，致整體營收增長幅度略有放緩，但即飲茶及礦物質水銷量仍然穩居市場第一位。

期內由於強化銷售通路的精耕細作策略奏效及善控廣告及宣傳費用，上半年的營業額較去年同期上升36.36%，整體毛利率上升0.23個百分點至32.94%，毛利額則同比上升37.29%；扣除利息、稅項、折舊及攤銷前之盈利(EBITDA)較去年同期上升37.18%，達到322百萬美元；股東應佔溢利上升33.18%至128百萬美元。

### 方便麵業務

上半年方便麵業務的營業額為982,460千美元，較去年同期上升49.38%，佔本集團總營業額的47.94%。康師傅品牌以四大支柱金牛品牌 - 紅燒牛肉、香辣、香菇、鮮蝦為基礎，滿足消費者對基本美味的需要，同時持續發展各區域口味以滿足不同地域、不同飲食文化的需求；其中，「紅燒牛肉及香辣牛肉口味的乾拌麵」演繹經典美味新吃法；「辣旋風」以流行的辣為訴求，持續與年輕族群進行溝通；「麻辣系列」演繹經典川味；明星品牌區隔市場，精準行銷，創造品牌形象，所屬品牌「麵霸拉麵」以「好麵有精神」的訴求，持續建立「好麵條標杆」的品牌地位；「食麵八方」持續「乾拌麵美食之旅」的溝通，透過盒裝麵和袋裝麵的推廣，穩固乾拌麵市場第一品牌的地位；「勁爽拉麵」、「好滋味」則全力經營中價麵市場，滿足城市中下階層消費者的需求。

中價麵品牌，「超級福滿多」及「金牌福滿多」已經穩固領導者地位；而平價麵品牌，「福滿多」及「福滿多一碗香」有效的執行分食任務，在二、三、四級市場穩步成長；乾脆麵品牌「隨手包」及「大塊包」齊首並進，推動整體乾脆麵的持續成長；「福滿多」品牌的良好經營，有效帶動本集團在整體中、平價麵市場的成長。

據ACNielsen 2008年6月零研數據顯示，以銷售額計算，本集團的方便麵於中國整體方便麵之市場佔有率為46.4%，持續穩居第一位。期內本集團加強整體營運管理，以及持續調整產品銷售組合，刺激容器麵及高價袋麵的銷售，令高價麵銷售額同比上升55.49%，持續搶佔高價麵市場佔有率；康師傅容器麵和高價袋麵的市佔率分別高達62.6%和68.1%。福滿多品牌是本集團進軍平價麵市場的主力品牌，取得平價麵市場的14.1%佔有率，居平價麵市場第三位。

上半年方便麵主要原材料之一的棕櫚油價格較去年同期大幅上升62%，但得益於高毛利的容器麵及高價袋麵的銷售佔比持續增加、去年適度的調價、成本控制及精進生產效率，令方便麵業務之毛利率較去年同期增長1.99個百分點至26.04%，而毛利額則同比上升61.76%，加上整體行銷策略成功及營運成本控制得宜，令本公司股東應佔溢利較去年上升58.91%至58,316千美元。

### 飲品業務

儘管上半年原材料價格依然處於高位、油價上漲導致運輸成本大幅增加、CPI的高位運行，消費者的購買結構改變，以及天氣異常及競爭加劇等不利因素影響，藉由靈活的市場策略及於旺季前期透過與通路夥伴的充分溝通，令本集團飲品上半年營業額較去年同期上升25.19%至942,979千美元，佔本集團總營業額的46.02%。期內，更是藉由持續改善組織的效能及費用的有效控制，毛利率較去年同期增長了0.54個百分點至38.96%，毛利額同比上升了26.94%，達到367,366千美元；加上整體營運成本控制得宜，期內母公司股東應佔溢利亦上升22.49%至63,325千美元。

期內受5月四川大地震的影響，為配合國家政策，我們在廣告投放上略有遲緩，但是在6月以後，為配合飲品旺季的來臨，康師傅茶飲料、包裝水及果汁系列等展開全面的銷售攻勢。期內飲品業務透過電視及戶外媒體的精準投放及年度消費者活動的全面展開，與消費者進行了全方位的深度溝通。

茶系列產品方面，今年茶飲料市場依舊競爭激烈，本集團持續以口味延伸及差異化策略提升業績並鞏固茶品類龍頭地位，締造茶專家形象，開拓全新的茶飲料市場。期內推出全新茶飲品「冰綠茶」，口味清新，在夏日為消費者注入清新與活力，「V」型勝利造型的瓶身貼合勇於嘗試的年輕一族好勝的個性，「感受勝利的滋味」。此外，在既有茉莉花茶系列的基礎上，在二季度再推出茉莉蜜茶，一經推出，立即獲得了市場的認可。冰紅茶走音樂行銷的路線，以音樂教父陶喆代言，將冰紅茶的活力、歡樂、自信的品牌特色表現的淋漓盡致。

稀釋果汁產品方面，以一貫追求時尚、健康、陽光、活力的品牌理念，倡導「自然健康每一天」。新產品「鮮の每日C - 菠蘿汁」，「康師傅 - 蘋果汁」及「熱帶果淨」系列產品陸續推出，豐富了本集團在果汁產品的品項，也進一步刺激消費，提升銷售。

包裝水方面，期內推出1.5公升大瓶裝的礦物質水，並持續進行整箱販售；在二季度推出源自「長白山」的天然礦泉水，透過優質天然礦泉水的加入，我們有信心加大在包裝水市場的品牌地位，讓康師傅進一步成為「水的專家」。

據ACNielsen 2008年6月零研數字顯示，以銷售額計算，康師傅即飲茶之市場佔有率為41.3%，持續佔有市場龍頭地位；康師傅果汁系列藉雙品牌策略，取得16.7%的市場佔有率，居稀釋果汁類別市場第三位；此外，在天然礦泉水上市及礦物質水的重新包裝推動下，康師傅瓶裝水的市場佔有率為20.8%，站穩市場第一位。

此外，公司持續改善組織的效能，調整產品結構，改善毛利結構，降低各項費用。並持續通路精耕細作，優化市場通路，快速鋪貨，將產品送至銷售終端。期內新生產線已全部投入生產，充分供應成長需求。

未來，飲品業務將持續市場的佈局及產能的發揮，提高市場佔有率，繼續保持飲料的市場領先地位。

#### 糕餅業務

2008年上半年糕餅業務銷售額達到67,887千美元，較去年同期上升42.99%，佔本集團總營業額約3.31%；同期糕餅事業的毛利率上升1.11個百分點至38.29%，本公司股東應佔溢利增加2,116千美元至3,094千美元。期內糕餅業務獲得明顯改善，主要是建立有效率的行銷組織，於直營通路加強對現代化商場的銷售管理，於經銷通路建構可滲透及有競爭力的網絡。

期內核心品項3+2夾心餅乾的銷售大幅成長，帶動整體毛利成長；適時調整銷售價格及生產效率及品質的提升均令整體營運表現更見卓越。根據ACNielsen 2008年6月之調查結果，以銷售額計算，康師傅於中國夾心餅乾市場的佔有率為22.3%，繼續穩居市場第一位。

展望下半年將持續核心品牌的經營，同時加大品牌投資和推廣活動；將傳統美食現代化及推動禮盒專案，持續提升品質。糕餅事業群致力於中國糕餅品牌的建立並為達到持續成長及獲利而努力。

#### 冷藏業務

冷藏業務於第二季度持續穩定發展，每日C在華東地區持續穩居純果汁市場領導品牌，第一季度新上市每日C好蔬好果已經於短期內成為100%果蔬汁品類的領導品牌；乳酸菌飲料銷售市場份額大幅增長；優酪乳維持在高端市場的優勢，繼續強化瓶裝及新品健康粗糧的推廣與成本的精進。

## 財務分析

於2008年6月30日，本集團總負債為1,567,615千美元，相對於總資產2,966,862千美元，負債比例為52.84%。相較於2007年12月31日的總負債1,052,726千美元，增加了514,889千美元，負債比例上升了7.74個百分點，負債比例上升是因應資本開支導致之應付款增加及季節性原材料採購導致之應付帳款及有息借貸增加，此外，準備發放2007年度的末期股息亦令其他應付款增加。同期長短期銀行貸款相較於2007年12月31日增加了148,885千美元。總借貸中，外幣與人民幣的比例分別為80.49%：19.51%，長短期貸款比例為15%：85%。由於本集團的交易大部分以人民幣為主，而期內人民幣對美元的滙率升值了6.08%，對本集團造成1-6月滙兌收益共92,160千美元，分別包括於收益表內的16,534千美元及外幣換算儲備內的75,626千美元。

截至2008年6月30日，本集團並無或有負債，而同期本集團的手頭現金及銀行存款為372,871千美元。

## 財務比率概要

	2008年 6月30日	2007年 12月31日
製成品週轉期	11.70日	8.95日
應收賬款週轉期	11.42日	11.84日
流動比率	0.67倍	0.70倍
負債比率(總負債相對於總資產)	52.84%	45.10%
負債與資本比率(淨借貸相對於本公司股東權益比率)	0.16倍	0.15倍

## 人力資源

因應瓶裝水工廠持續的投產及通路精耕細作的展開，令本集團截至2008年6月30日的員工人數增加至47,164名(2007年12月31日：45,990名)。本集團在向僱員提供具競爭力的薪酬及保險、醫療福利制度的同時，亦充分重視人力資源的開發、管理與發展規劃，以期透過完善的人力資源管理，提高僱員對本集團的貢獻，亦使企業具備戰略性的人才優勢。

期內延續2007年之人力發展政策，繼續優秀人才赴海外培訓計劃，及功能別訓練組織系統之實施，並於2008年3月20日，提供購股權計劃予部分員工。

## 展望

根據中國國家統計局統計，中國上半年的國內生產總值(GDP)較去年同期高速增長10.4%。而期內內地居民消費價格指數(CPI)同比上漲7.9%，整個食品行業的通貨膨脹已經成形。惟隨著中國國民經濟持續快速的增長，城市化的腳步不斷加快，消費結構也在不斷的升級，內需市場依然呈現出巨大的潛力。食品產業在面臨利潤招受擠壓的同時仍將延續近年來穩步增長的發展趨勢。

面對中國方便麵市場及飲料市場激烈競爭的狀況，本集團將繼續發揮自身優勢聚焦於方便麵、飲品和糕餅的專業化和規模化發展戰略，並將會適時實施產品線延伸策略及高端產品路線，規劃新事業以滿足更多的消費需求；本集團在快速擴張的同時，也將積極全面的提升管理品質，深度開發市場，使本集團做大的同時更能做強，將優勢轉化為實力。未來，本集團會進一步強化產品在中國市場的領導地位，業績將持繼而穩固地增長。



## 公司管治

### 遵守企業管治常規守則

於截至2008年6月30日止期內，本公司已遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄十四所載的企業管治常規守則(「守則」)的守則條文，除了：

1. 主席與行政總裁的角色沒有由不同人選擔任，魏應州先生身兼本公司主席與行政總裁的職務；
2. 獨立非執行董事因須按公司章程細則輪席退位而未有指定任期；及
3. 本公司董事會主席魏應州先生不須輪值告退。

現時本公司附屬公司之運作實際上由有關附屬公司之董事長負責，除了因為業務發展需要由魏應州先生擔任若干附屬公司之董事長外，本集團行政總裁並不兼任其他有關附屬公司之董事長，該職務已由不同人選擔任。同時，魏應州先生自1996年本公司上市後一直全面負責本公司的整體管理工作。故此，本公司認為，魏應州先生雖然不須輪值告退及同一人兼任本公司主席與行政總裁的職務，但此安排在此階段可以提高本公司的企業決策及執行效率，有助於本集團更高效地進一步發展，同時，通過上述附屬公司董事長的制衡機制，以及在本公司董事會及獨立非執行董事的監管下，股東的利益能夠得以充分及公平的體現。

### 董事就財務報表承擔之責任

董事確認須就編製本集團財務報表承擔責任。財會部門受本公司之合資格會計師監督，而在該部門協助下，董事確保本集團財務報表之編製符合有關法定要求及適用之會計準則。董事亦確保適時刊發本集團之財務報表。

### 審核委員會

目前審核委員會成員包括李長福、徐信群及桑原道夫三位獨立非執行董事，小川和夫先生於2008年4月1日辭任。該委員會最近召開之會議乃審議本集團期內之業績。

### 薪酬及提名委員會

目前薪酬及提名委員會成員包括徐信群、李長福及桑原道夫三位獨立非執行董事，小川和夫先生於2008年4月1日辭任。

委員會之成立旨在審批本集團高層僱員之薪酬福利組合，包括薪金、花紅計劃及其他長期鼓勵計劃。委員會亦需檢討董事會之架構、規模及組成，並就董事之委任及董事繼任計劃向董事會提出建議。

### 內部監控

董事局全面負責維持本集團良好而有效之內部監控制度。本集團之內部監控制度包括明確之管理架構及其相關權限以協助達致業務目標、保障資產以防未經授權使用或處置、確保適當保存會計記錄以提供可靠之財務資料供內部使用或發表，並確保遵守相關法例及規例。

### 標準守則的遵守

本公司一直採納上市規則附錄10所載上市公司董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)。經本公司特別查詢後，全體董事均確認他們在審核期內已完全遵從標準守則所規定的準則。

## 購入、買賣或贖回股份

本公司或其任何附屬公司概無購入、出售或贖回本公司任何股份。

## 業績公佈之全部資料

一份根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則附錄十六第46(1)至(3)段所規定列載之全部資料將於稍後時間登載於聯交所網頁及本公司網頁www.masterkong.com.cn內。

## 董事局

於本報告日，魏應州、井田毅、吉澤亮、魏應交、吳崇儀及井田純一郎為本公司之執行董事，徐信群、李長福及桑原道夫為本公司之獨立非執行董事。

承董事會命  
主席  
魏應州

中國天津，2008年8月25日

網址：<http://www.masterkong.com.cn>  
<http://www.irasia.com/listco/hk/tingyi>

\* 僅供識別