



頂益（開曼島）控股有限公司

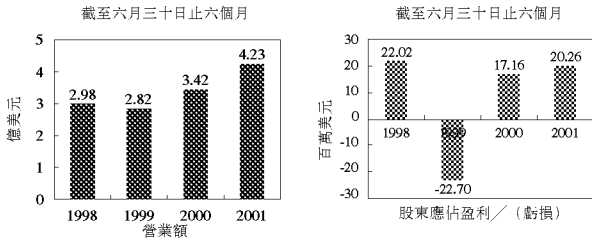
TINGYI (CAYMAN ISLANDS) HOLDING CORP.

(在開曼群島註冊成立之有限公司)

截至二零零一年六月三十日止六個月之中期業績

摘要

二零零一年上半年中國仍維持在7.9%的經濟成長，持續帶動國民消費意願，國內食品市場仍呈現增長趨勢。本集團受惠於外部環境的景氣與有效的經營策略，使得本集團仍有相當亮麗的表現。



- 股東應佔溢利為20,264千美元，較去年同期上升18.08%；
- 本集團毛利率為32.71%，去年同期為30.17%，增長2.54個百分點；
- 每股盈利為0.36美仙，較去年同期每股盈利增長0.05美仙；
- 本集團營業額達4.23億美元，較去年同期上升23.45%；
- 方便麵、糕餅及飲品的營業額分別為274,182千美元、39,485千美元及100,541千美元，各事業群的成長率分別為9.31%、19.18%及103.52%。

中期業績

頂益（開曼島）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」）截至二零零一年六月三十日止六個月未經審核綜合中期業績連同二零零零年相對期間之未經審核比較數據。

	截至六月三十日止六個月	
	二零零一年 千美元	二零零零年 千美元
營業額(附註1)	422,709	342,419
銷貨成本	(284,456)	(239,120)
毛利	138,253	103,299
其他收益	5,478	8,198
銷售費用	(77,969)	(56,075)
行政費用	(20,347)	(17,977)
其他經營費用	(8,647)	(6,316)
經營溢利	36,768	31,129
財務費用	(12,002)	(10,284)
應佔聯營公司盈利 / (虧損)	239	(131)
除稅前溢利	25,005	20,714
稅項(附註2)	(3,514)	(2,664)
除稅後一般業務溢利	21,491	18,050
少數股東權益	(1,227)	(889)

上則有明顯的發展，出口量的成長大幅抵消國內市場下降的不利影響。尤其在國外客戶糕餅試銷相當滿意，下半年的訂單，將有大量增加，對於糕餅的下半年業績，將有很大的貢獻。

期內糕餅之毛利率為33.50%，較去年同期下降4.32個百分點，但毛利金額成長5.56%，毛利率降低主要在於廣州廠復工投產尚未產生經濟規模效益及外銷毛利率較內銷為低所致。

飲品業務

運用名人代言、音樂行銷，結合網絡媒介管道及路演等品牌年輕化的策略，改善了品牌形象。同時繼續深化通路精耕建立起一個龐大完善的銷售網絡，飲品業績再創新高。PET膠瓶裝產品持續熱賣，市場連續出現供不應求的現象。同時以口味帶動包裝發展，使利樂包及罐裝產品也有良好的表現。今年上半年營業額，較去年同期大幅成長103.52%。康師傅已成為中國第一大茶飲料生產商，並樹立了中國茶飲料第一品牌的市場地位。

期內飲品之毛利率為40.54%，較去年同期上升8.47個百分點，除了因營業額大幅成長外，主要是調整產品結構，提高生產效率所致。

財務運作

於二零零一年六月三十日，本集團總負債為5.58億美元，相對於總資產10.83億美元，負債比率為51.54%。相較於二零零零年十二月三十一日的總負債5.23億美元，上升了約34,592千美元，負債比率上升了2.04個百分點。

二零零一年上半年本集團長短期貸款淨增加20,428千美元，主要是用於生產設備之更新改造及飲品設備之添購，使生產能力大幅度向上提升。

財務比率概要

	二零零一年 六月三十日	二零零零年 十二月三十一日
製成品週轉期	15.44日	16.47日
應收賬款週轉期	15.51日	17.50日
流動比率	0.82倍	0.69倍
負債比率	51.54%	49.50%

變現能力管理及滙率風險管理

董事們已考慮有關可預測的流動負債之改善變現能力方法，例如把短期借款轉為長期借款，以提高本集團的變現能力。二零零一年上半年共計有6,900萬美元的等值人民幣短期貸款轉為兩年及以上的長期貸款。提高總借貸中的人民幣貸款比例及降低外幣借貸比例，以降低滙率風險。事實上本集團經過幾年的努力，它的美元債務在總債務中的比率已從一九九七年底的93%下降到二零零一年六月三十日的38%。

生產規模

方便食品事業已在全國建立了十個生產基地，分別位於哈爾濱、瀋陽、天津、青島、杭州、武漢、重慶、西安、福州和廣州，除福州與青島將於下半年投產外，其餘所有生產綫皆已投產，滿足全國各階層消費者的需求，並在逐步向歐美等國輸出。

飲品事業目前擁有九大生產基地，分別位於瀋陽、天

股東應佔溢利(附註1)	20,264	17,161
每股溢利(附註3)	0.36美仙	0.31美仙

附註：

1. 營業額及分類資料

營業額指向客戶售貨之發票值，扣除退貨、折扣及增值稅。本集團主要於中華人民共和國(「中國」)營運，因此本集團的營業額及溢利貢獻亦來自中國。

按主要產品劃分之本集團營業額及股東應佔溢利／(虧損)之分析如下：

	營業額		股東應佔溢利／(虧損)	
	截至六月三十日止六個月		截至六月三十日止六個月	
	二零零一年	二零零零年	二零零一年	二零零零年
	千美元	千美元	千美元	千美元
方便麵	274,182	250,822	21,245	21,926
糕餅	39,485	33,131	(2,180)	(60)
飲品	100,541	49,402	2,571	(4,351)
其他	8,501	9,064	(1,372)	(354)
合計	422,709	342,419	20,264	17,161

2. 稅項

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。

中國附屬公司須受適用於中國外資企業之稅例規限，由首個獲利年度起計兩年內獲全面豁免稅率為15%之中國外資企業所得稅，其後三年則可獲減免50%稅項。

由於時差對本集團影響不大，故並無在賬目中就遞延稅項作出撥備。

3. 每股溢利

每股溢利乃根據本期間股東應佔溢利20,264,000美元(二零零零年：17,161,000美元)及本期間已發行之加權平均股數5,588,705,360股(二零零零年：5,593,890,724股)計算。

由於行使可換股債券所附之換股權分別增加截至二零零一年六月三十日止六個月及截至二零零零年六月三十日止六個月之每股基本溢利，故此並無呈列該兩個期間每股攤薄溢利之數字。

4. 中期股息

董事會決議不擬派發截至二零零一年六月三十日止六個月之中期股息(二零零零年：無)。

管理層討論與分析

業務回顧

方便麵業務

本集團核心業務方便麵的銷售額較去年同期上升9.31%，成長原因主要來自於康師傅桶麵的暢銷，使碗麵銷售額成長22.30%，低價方便麵佔中國整體方便麵市場的70%，期內本集團透過贈量好滋味的成功推廣，使低價麵銷售額成長26.12%，成為繼福滿多以後又一低價麵的暢銷品牌。產品的推陳出新是企業成功之道，期內麵霸120更改包裝，使其更年輕化，珍品的包裝也改成更有價值感的大碗形式，2001年5月並有新產品勁拉麵(適合煮食)的上市，在產品的上市初期，都有良好的銷售，對於下半年的業績成長將有一定的幫助。

期內方便麵之毛利貢獻為20,100,000美元，較去年同期上升0.66倍

津、青島、杭州、武漢、重慶、西安、福州和廣州，為滿足PET膠瓶裝系列產品的市場成長，飲品事業群於二零零一年度再投入1,500萬美元進行設備增購並已投產，大幅度提高生產能力以支持不同產品類別的全國市場供應，因而創造了茶飲品市場的領導地位。

糕餅事業目前擁有三大生產基地，分別位於天津、杭州與廣州，各公司設備精良，產能優勢明顯，具有較大的發展空間。同時，本集團還充分利用閑置設備，積極開發外銷市場，外銷業績較以往有大幅的成長，預期今年下半年增長幅度將更為快速。

銷售網絡

本集團通路精耕的效益顯著，尤以通路縮短後新產品切入市場效果最為顯著，通路秩序獲得有效的控制，通路的掌控能力大幅提升，另外本集團也加強了對經銷商的服務，並建立了完善的獎懲制度，有效強化了經銷商的積極性。此外，今年香港市場的開拓已隨着飲品的進入正式展開。外銷市場的推廣，成果漸有顯現，國外的糕餅訂單有非常明顯的增加。中國地區主要城市的物流體系已由子公司上海頂通物流有限公司完成整合，有助於成本的降低與業務的提升，對今年下半年或以後的業績將有很大的助益。

展望

隨着中國經濟復甦並持續維持高增長趨勢，消費者收入持續提高及消費觀念的更新，國內包裝食品及飲料市場之發展空間將進一步成長，本集團仍延續既有的經營方向而努力，說明如下：

1. 引進策略聯盟伙伴，強化飲品、糕餅的事業經營；
2. 全力發展物流事業與電子商務系統；
3. 積極擴大市場佔有率與品牌經營；
4. 生產技術的深化；
5. 建構財務安全的經營體系；
6. 組織扁平化，精英精兵；建立勤、廉、能的企業文化；
7. 建立符合ISO的品保體系。

購入、買賣或贖回股份及可換股債券

期內，本公司及其任何附屬公司並無購回、出售或贖回本公司之股份及可換股債券。

審核委員會

本公司審核委員會成員包括本公司獨立非執行董事徐信群先生及高捷雄先生，審核委員會已審閱本公司現公佈之截至二零零一年六月三十日止六個月之未經審核綜合中期業績。

最佳應用守則

期內，除了所有董事因須按公司章程細則輪席退位而未有指定任期外，本公司已遵循香港聯合交易所有限公司證券上市規定所載之最佳應用守則。

業績公佈之全部資料

一份根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄十六第45(1)至(3)段所規定之全部資料將於二十一天內登載於香港聯合交易所有限公司網頁