



康師傅控股有限公司

TINGYI (CAYMAN ISLANDS) HOLDING CORP.

(在開曼羣島註冊成立之有限公司)

截至二零零三年六月三十日止六個月之中期業績公佈

摘要

二零零三年第二季度，本集團受非典型肺炎事件的影響，整體銷售額雖有增長，但仍遠低於本集團既定的目標。在中國第二季度為方便麵傳統的淡季而為飲品的旺季，非典型肺炎肆虐期間，以戶外消費為主的包裝飲品，在戶外及團體活動完全停滯下，本集團一些大型宣傳活動亦被逼取消，致飲品銷售額較去年第二季下跌15.83%。同期間，因消費者大量貯備民生必須品，帶動本集團於第二季度方便麵銷售大幅成長，相較去年同期大幅成長41.66%；總結本集團於第二季度因(1)飲品事業資源未有被充分使用，(2)方便麵毛利相對較飲品低，(3)受上半年主要原材料價格飛漲影響及(4)固定成本可調減需時且幅度有限，導致本集團於第二季度的獲利能力銳減。

本集團於二零零三年上半年業績摘要如下：

- 營業額5.93億美元，較去年同期上升11.47%；
- 整體毛利率為27.34%，去年同期為35.17%；
- 股東應佔溢利為12,024千美元，較去年同期下跌76.51%；
- 每股盈利為0.22美仙；去年同期為0.92美仙；
- 方便麵、飲品及糕餅的營業額分別為3.66億美元、1.80億美元及36,091千美元。相較去年同期，各產品別的成长率分別為23.68%、-3.75%及-11.59%。

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」)截至二零零三年六月三十日止六個月未經審核之簡明中期財務報告連同二零零二年相對期間之未經審核比較數據。本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

截至二零零三年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零零三年 (未經審核) 千美元	二零零二年 (未經審核) 千美元
營業額	2	592,994	531,955
銷貨成本		(430,873)	(344,890)
毛利		162,121	187,065
其他收益		710	1,224
其他淨收入		7,894	10,140
分銷費用		(117,647)	(96,694)
行政費用		(19,642)	(21,053)
其他經營費用		(9,162)	(10,385)
經營溢利	3	24,274	70,297
財務費用	4	(9,628)	(12,612)
應佔聯營公司溢利(虧損)		1,061	(1,017)
除稅前溢利		15,707	56,668
稅項	5	(3,461)	(4,602)
除稅後溢利		12,246	52,066
少數股東權益		(222)	(869)
股東應佔溢利		12,024	51,197
每股溢利	6	0.22美仙	0.92美仙

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會負責編製，該等未經審核中期業績乃根據香港會計師公會頒佈之會計實務準則第25號「中期財務報告」編製。此簡明賬目須與截至二零零二年十二月三十一日止年度之賬目一併閱覽。

編製此等簡明中期賬目採用之會計政策及計算方法與編製截至二零零二年十二月三十一日止年度之賬目所採用者一致。

2. 營業額及分部業績

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分部業績分析如下：

	截至六月三十日止六個月					
	營業額		分部業績			
	二零零三年 (未經審核)		二零零二年 (未經審核)		二零零三年 (未經審核)	二零零二年 (未經審核)
	千美元	%	千美元	%	千美元	千美元
方便麵	365,622	62	295,624	56	27,371	41,293
飲品	180,238	30	187,254	35	769	29,643
糕餅	36,091	6	40,823	8	(2,966)	(1,233)
其他	11,043	2	8,254	1	(1,978)	3,137
合計	<u>592,994</u>	<u>100</u>	<u>531,955</u>	<u>100</u>	<u>23,196</u>	<u>72,840</u>

3. 經營溢利

經營溢利已扣除／(加入)下列項目：

	截至六月三十日止六個月	
	二零零三年 (未經審核)	二零零二年 (未經審核)
	千美元	千美元
折舊	36,933	32,732
沖回聯營公司之減值虧損已包括在其他淨收入	—	(2,855)
	<u> </u>	<u> </u>

4. 財務費用

	截至六月三十日止六個月	
	二零零三年 (未經審核)	二零零二年 (未經審核)
	千美元	千美元
利息支出：		
來自需於五年內悉數償還之銀行及其他貸款	<u>9,628</u>	<u>12,612</u>

5. 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準備。

於中國註冊成立之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百分之十五之中國外資企業所得稅，其後三年則可獲減免百分之五十稅項。此外，若干附屬公司於經濟技術開發區指定地點內經營，並獲得先進技術企業資格，於再其後三年按10%之企業所得稅率納稅。

因為時差對本集團影響並不大，故並無在賬目中就遞延稅項作出準備。

6. 每股溢利

每股基本溢利乃根據有關期間的股東應佔溢利及已發行普通股之加權平均股數5,588,705,360 (二零零二年：5,588,705,360) 計算。

由於行使可換股債券所附之換股權分別增加有關期間之每股基本溢利，故此並無呈列該期間每股攤薄溢利之數字。

7. 股息

董事會決議不擬派發截至二零零三年六月三十日止六個月之中期股息(二零零二年：無)。

管理層討論與分析

方便麵業務

二零零三年上半年方便麵的銷售額為365,622千美元，較去年同期大幅成長23.68%，佔本集團總營業額的62%。延續及善用既有的銷售基礎與產品策略，加上對市場變化作出迅速的回應，令方便麵的銷售續創新高。大城市消費者對容器麵的需求持續增加，願意付出較高的代價換取較方便的消費模式，加之於以消費容器麵為主的台灣市場銷售成功，帶動容器麵錄得39.04%的可觀成長。袋麵方面，成長主要來自平價麵「福滿多」，而高檔袋麵的銷售被容器麵及平價袋麵的成長所稀釋，相對升幅較小，此趨勢亦為中國整體方便麵市場的現況；於第二季度非典型肺炎事件爆發期間，消費者對方便麵的需求激增，導致本集團方便麵於傳統淡季仍有極亮麗的表現。據AC Nielsen二零零三年四至五月調查所得，「康師傅」於中國方便麵市場的銷售量及銷售額之佔有率分別為31.7%及42.1%，去年同期分別為28.2%及40%，穩守領導地位。本集團的方便麵業務已進入台灣市場半年，據AC Nielsen最近一期(六月)報告所得，基於銷售量，「康師傅」已成功取得台灣方便麵市場22.3%的市場佔有率，且產品持續熱賣。基於消費者追求物超所值的心態，本集團適時地推出切合消費者需求的系列產品，於消費者要求不同的質與量的方便麵時給予更多的選擇。

上半年方便麵的毛利率為21.65%，較二零零二年同期下降6.17個百分點，期內棕櫚油價格處於高位，「加量不加價」策略及更換容器麵包材致成本上升，另外低毛利的平價麵銷售的快速成長以及台灣市場於營運初期未達規模經濟效益等因素均導致方便麵毛利率下降。上半年方便麵業務之股東應佔溢利為21,792千美元，去年同期為30,084千美元。

飲品業務

二零零三年上半年飲品的營業額為180,238千美元，較去年同期下降3.75%，佔本集團總營業額的30%。第二季度飲品的銷售未能延續首季的升幅，亦未能達到本集團的預期；承如上文所述，第二季度非典型肺炎於中國肆虐，「五一」黃金假期的取消，人們外出休閒、旅遊、至餐廳進食的完全停滯、各種商業活動的受限等等消費者行為及生活的變化，嚴重影響了以戶外飲用為主的包裝飲品的銷售。儘管如此，二零零三年上半年康師傅飲品除推出康師傅礦物質水和優健美健康綠茶等新產品外，仍持續鞏固了茶市場的領導地位並藉雙品牌擴大了果汁的市場份額，據AC Nielsen二零零三年四至五月調查結果顯示，康師傅茶飲品於中國即飲茶市場的銷售量佔有率為45.2%，居市場第一位，康師傅果汁飲品於稀釋果汁市場之銷售量佔有率為20.9%，居市場第二位，去年同期為15.5%。

非典型肺炎過後，集團管理層有信心以最快的速度回復並提升飲品的銷售，後續將針對消費者健康意識的增強，加強果汁和綠茶等產品健康利益點的溝通，並針對旗艦產品康師傅冰紅茶、康師傅綠茶及果汁明星產品鮮の每日C果汁系列持續廣告與促銷的投資，展開產品主題性消費者促銷及大型音樂事件行銷活動，來強化領導品牌形象及提高消費者喜好度並搶攻及擴大銷售和市場佔有率。

二零零三年上半年飲品的毛利率為41.04%，較去年同期下降5.32個百分點，主要是原材料膠粒及原果汁價格於首季和第二季分別上漲40%和10%，以及生產設備未被充分利用，閒置損失增加所致。上半年飲品業務的股東應佔虧損為1,281千美元，去年同期股東應佔溢利為26,321千美元。

糕餅業務

上半年糕餅的營業額為36,091千美元，較去年同期下跌11.59%，佔本集團總營業額的6%。受糕餅產品週期較短及替代性高等負面因素影響，本集團的糕餅業務表現未如預期，期內強調高營養的「妙芙」蛋糕及中國傳統餅食「蛋酥卷」的銷售相較理想，外銷業務方面保持穩定；而與策略夥伴合作推出的「巧芙派」巧克力威化餅乾及「珍寶珠」等產品，於本年初上市，銷售符合管理層預期且已初步建立市場基礎。本集團將持續加強與策略夥伴合作，適時推出具競爭力的產品，並善用本集團既有的品牌及通路優勢，提供予消費者更多的選擇。據AC Nielsen二零零三年四至五月調查所得，「康師傅」於中國夾心餅市場之銷售額佔有率為27%。

期內，糕餅業務的毛利率為25.97%，較去年同期下跌4.55個百分點；主要由於設備使用率偏低及高毛利產品未如理想，股東應佔虧損為3,382千美元，去年同期的股東應佔虧損為1,952千美元。

財務運作

於二零零三年六月三十日，本集團總負債為8.06億美元，相對於總資產13.60億美元，負債比例為59.28%。相較於二零零二年十二月三十一日的總負債5.80億美元，上升了約2.26億美元，負債比例上升了9.9個百分點，同期長短期貸款相較於二零零二年十二月三十一日上升103,285千美元是由於今年增加的飲品設備大幅增加了短期借款中的「信託收據放款」；此外，因應非典型肺炎爆發期間經營的不確定性，本集團啟動了危機處理機制所致。本集團為維持健康的財務結構，已逐步以中長期貸款取代「信託收據放款」，總貸款額將隨「信託收據放款」的償還而下降。截至二零零三年六月三十日，本集團的手頭現金為1.63億美元。

財務比率概要

	二零零三年 六月三十日	二零零二年 十二月三十一日
製成品週轉期	12.41日	12.03日
應收賬款週轉期	15.93日	13.30日
流動比率	0.80倍	1.01倍
負債比率	59.28%	49.38%
資本與負債比率	0.55倍	0.45倍

生產規模

期內本集團共增加25條PET膠瓶裝飲品生產線，其中23條已於六月底前陸續投產，餘下的2條亦已於第三季投產；自第三季起，本集團的PET飲料產能將較去年底增加一倍。此外，為配合方便麵市場需求的增加，本集團已於廣州、杭州、武漢及台灣四個方便麵廠增加新設備，台灣廠新增的3條生產線，已於七月投入生產，其他三個廠區的新設備預期可於第三季內投產；透過擴大上述的產能，相信可加強本集團於市場的競爭力，並對本集團銷售的成長有一定的裨益。

人力資源

於二零零三年六月三十日，本集團共聘用26,223名僱員（二零零二年十二月三十一日：26,542名）。本集團向僱員提供具競爭力的薪酬，配合保險及醫療福利以及專業的培訓計劃，透過完善的人力資源管理以期提高僱員對本集團的貢獻。

展望

隨著中國零售業快速成長及消費支出穩步上升，方便食品的發展空間顯然可觀。本集團深信非典型肺炎事件的負面影響屬一次性；值得欣喜的是隨著「非典」疫情及水災分別於七月及八月受到控制後，本集團飲品銷售已漸漸回復正常；於中國東部及南部因天氣較正常炎熱，有助本集團飲品於此等地區之銷售有較佳表現。惟消費者對產品價格非常敏感，導致

市場割價情況嚴重，這趨勢將影響本集團利潤空間；因此盈利需於此競爭激烈的基礎上增長，將是一項極艱辛的挑戰，本集團將持續善用既有的品牌、行銷及通路優勢，並致力於下列方向的改善以加強績效：

1. 生產方面：透過精進的生產技術與管理，進一步減低生產成本；
2. 營運方面：(1)加強與消費者溝通並縮短與通路夥伴的距離；進而鞏固品牌力度及增加市場佔有率；(2)有效控制行銷成本並加強物流管理；(3)透過集團專業的研究團隊適時推出具競爭力及高毛利的產品。
3. 資本支出：年內本集團投資於飲品與方便麵事業上的設備將於第三季末全線投產，本年內再無其他資本支出計劃。對於來年的投資，本集團將平衡市場成長趨勢及本集團的發展，採取保守而審慎的態度安排。

購入、買賣或贖回股份及可換股債券

本期間內本公司或其任何附屬公司概無購入或買賣本公司任何股份及可換股債券。

審核委員會

本集團已根據上市規則之規定於一九九九年九月份成立審核委員會，該委員會最近召開之會議乃審議本集團本年度之中期業績。

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（「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.tingyi.com內。

承董事會命
主席
魏應州

中國天津，二零零三年八月二十二日

網址：<http://www.tingyi.com>

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