



於2007年錄得1.95億美元的股東應佔溢利
並同時銷售了98.5億個單位的方便麵和
108.7億個單位的包裝飲品
康師傅產品深受中國消費者愛戴...



康師傅控股有限公司*

TINGYI (CAYMAN ISLANDS) HOLDING CORP.

(在開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：0322)

截至二零零七年十二月三十一日止年度
業績公佈

百萬美元	二零零七年	二零零六年	變動
• 營業額	3,215.404	2,331.733	↑ 37.90%
• 集團毛利率(%)	31.58	32.27	↓ 0.69個 百分點
• 本年度溢利	280.948	212.834	↑ 32.00%
• 本公司股東應佔溢利	194.837	148.925	↑ 30.83%
• 每股溢利(美仙)	3.49	2.66	↑ 0.83美仙
• 經營活動所得現金淨額	486.985	397.808	↑ 22.42%
• 每股普通股末期股息(美仙)	1.62	1.38	↑ 0.24美仙

緒言

二零零七年的中國經濟仍然保持高速增長，雖然面臨通脹壓力持續加大的問題，但依然呈現出增長較快、結構優化、效益提高、民生改善這樣一種良好的局面。國內消費市場空前活躍，增速加快，隨著居民收入水平的不斷提高和消費意識的不斷加強，城鄉居民消費結構快速升級。

本集團在此良好的經濟環境契機下，積極創新產品，不斷開拓新市場，在保持康師傅方便麵及茶飲料繼續穩居市場領導地位的同時，瓶裝水的市場佔有率也躍升到第一位，糕餅事業群也在新策略下成功實現盈利，而冷藏事業也根據市場環境的變化調整了策略。在各事業群的共同努力下，集團營業額屢創新高，呈現驕人戰績，令我們對未來更加充滿信心與希望。

由於本集團所需的主要原材料如麵粉、棕櫚油、PET粒子等價格仍然不斷上漲，給集團的成本壓力依然很大，減少了利潤成長的空間。但面對這些壓力，在保證食品安全和滿足消費者需求的前提下，本集團採取優化管理體系、精進生產管理及有效控制成本的策略，業績又創新高。二零零七年本集團之總營業額續創新高至3,215,404千美元，較去年同期上升37.9%；股東應佔溢利同比上升30.8%至194,837千美元，每股盈利為3.49美仙均續創新高。

股息

本集團二零零七年整體表現卓越，於評估整體管理營運、資本投資、營運資金及現金流量後，本人建議董事局增加末期股息之金額，以感謝股東們對本集團的支持。因此，董事局將於二零零八年六月二日舉行之股東大會上，建議派付末期股息每股1.62美仙於二零零八年六月二日名列本公司股東名冊上之本公司股東，（即於二零零八年五月二十六日或以前買進本公司股票及於二零零八年五月二十八日下午四時三十分之前辦理股票過戶登記手續之股東），末期派息總額為90,537千美元；連同已於二零零八年三月十四日派發每股1.07美仙的特別股息，二零零七年度每股將共獲派股息2.69美仙，總派息額將為150,336千美元。去年之末期股息分別為每股1.38美仙及1.07美仙，總派息額為136,923千美元。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將於二零零八年五月二十九日(星期四)至二零零八年六月二日(星期一)(包括首尾兩天)暫停辦理股東登記，在該期間不會辦理股份過戶登記手續，以便確定可出席股東大會及獲派付建議之末期股息之股東名單。

管理團隊

截至目前為止，本集團員工人數增加至45,990人。隨著中國市場的快速發展與日益嚴峻市場競爭，人力資源已成為企業發展的主要瓶頸。針對於此，我們制定計劃持續引進高素質人才，同時留才政策的出台也使我們的管理團隊能夠全心全力地為集團服務。另外，集團將對關鍵崗位和關鍵職能進行盤點，為下一步的接班人培養做好準備。年內，本集團將繼續選派優秀人員至日本接受培訓，以期為集團在日益激烈的市場競爭中貢獻其力量繼續保持快速發展。

最後，本人謹藉此機會代表董事會，對本公司全體股東，業務夥伴及金融機構一直以來對本集團的鼎力支持，並對管理團隊和全體員工為集團業務發展所付出的努力和貢獻，致以衷心的感謝。

業績

康師傅控股有限公司（「本公司」）董事會現宣佈本公司及其附屬公司（「本集團」）截至二零零七年十二月三十一日止年度之經審核業績如下：

綜合收益表

	附註	二零零七年 千美元	二零零六年 千美元
收益	4	3,215,404	2,331,733
銷售成本		(2,199,863)	(1,579,302)
毛利		1,015,541	752,431
其他淨收入		51,340	37,360
分銷成本		(614,930)	(445,810)
行政費用		(73,200)	(56,236)
其他經營費用		(50,168)	(47,018)
財務費用		(19,418)	(10,856)
應佔聯營公司業績		8,074	6,860
除稅前溢利	5	317,239	236,731
稅項	6	(36,291)	(23,897)
本年度溢利		280,948	212,834
年內應佔溢利			
本公司股東		194,837	148,925
少數權益股東		86,111	63,909
本年度溢利		280,948	212,834
股息	7	150,336	136,923
每股溢利	8		
基本		3.49美仙	2.66美仙
攤薄		不適用	不適用

綜合資產負債表

	附註	二零零七年 千美元	二零零六年 千美元
資產及負債			
非流動資產			
物業、機器及設備		1,567,348	1,230,375
無形資產		11,701	13,371
聯營公司權益		33,929	42,704
土地租約溢價		65,594	60,047
可供出售金融資產		3,724	10,303
遞延稅項資產		5,379	5,379
		<u>1,687,675</u>	<u>1,362,179</u>
流動資產			
按公允價值列賬及在損益賬			
處理的金融資產		21,439	32,605
存貨		155,217	111,955
應收賬款	9	114,391	94,239
預付款項及其他應收款項		112,807	75,249
抵押銀行存款		3,030	2,244
銀行結餘及現金		239,862	161,676
		<u>646,746</u>	<u>477,968</u>
流動負債			
應付賬款	10	334,041	256,797
其他應付款項		248,979	174,135
有息借貸之即期部份		291,481	239,761
客戶預付款項		43,045	18,372
稅項		7,122	6,455
		<u>924,668</u>	<u>695,520</u>
淨流動負債		<u>(277,922)</u>	<u>(217,552)</u>
總資產減流動負債		<u>1,409,753</u>	<u>1,144,627</u>

	二零零七年 千美元	二零零六年 千美元
非流動負債		
長期有息借貸	106,946	28,320
其他非流動應付款項	2,861	3,344
員工福利責任	7,893	6,885
遞延稅項負債	10,358	8,089
	<u>128,058</u>	<u>46,638</u>
淨資產	<u>1,281,695</u>	<u>1,097,989</u>
股本及儲備		
發行股本	27,943	27,943
儲備	849,382	748,476
擬派特別股息	59,799	59,799
擬派末期股息	90,537	77,124
	<u>1,027,661</u>	<u>913,342</u>
本公司股東應佔股本及儲備		
	1,027,661	913,342
少數股東權益	<u>254,034</u>	<u>184,647</u>
股東權益總額	<u>1,281,695</u>	<u>1,097,989</u>

附註：

1. 編製基準

編製賬目時以原值作為衡量標準，除按公允價值列賬及在損益賬處理的金融資產乃以公允價值計量。詳情載於下列之會計政策。

2. 綜合基準

綜合賬目包括本公司及各附屬公司截至每年十二月三十一日之賬目。在年度內收購或出售之附屬公司業績由實際收購日期起計或截至實際出售日期計算入綜合收益表。

本集團內各公司間之交易及結餘均在綜合賬目時予以抵銷。在沒有減值的證據下，抵銷從集團內部交易所產生的未實現虧損與未實現利潤的方法一致。

少數股東權益即非由本公司直接或透過附屬公司間接擁有之股權應佔附屬公司之經營業績及資產淨值。

3. 採納新增／經修訂之香港財務報告準則

香港會計準則第1號(經修訂)：資本披露

有關之修訂引入一些新增有關披露本集團的資本程度和資本管理的目標、制度及有關程序。

香港財務報告準則第7號：金融工具披露

由於香港財務報告準則第7號之採納，與過去香港會計準則第32號，金融工具：披露及呈列，要求披露的資料相比，財務報表需要擴展披露有關集團金融工具之重要性及金融工具之性質及風險。

香港財務報告準則第7號及香港會計準則第1號(經修訂)對本財務報表內的賬目分類、確認和計量未有重大影響。

4. 按主要產品劃分之收益及利潤貢獻

本集團主要在中國運作，本集團的收益及利潤貢獻亦主要來自中國。

按主要產品劃分之本集團收益及股東應佔溢利之分析列載如下：

	收益		股東應佔溢利	
	二零零七年 千美元	二零零六年 千美元	二零零七年 千美元	二零零六年 千美元
方便麵	1,488,086	1,051,915	94,167	74,399
飲品	1,519,194	1,093,354	89,152	67,269
糕餅	109,660	97,163	4,221	4,079
其他	98,464	89,301	7,297	3,178
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
合計	3,215,404	2,331,733	194,837	148,925
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

5. 除稅前溢利

除稅前溢利扣除以下項目：

	二零零七年 千美元	二零零六年 千美元
折舊	147,774	106,902
攤銷：		
土地租約溢價	2,256	1,626
無形資產(已包括於其他經營費用)	1,670	1,932
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

6. 稅項

	二零零七年 千美元	二零零六年 千美元
本年度稅項－中國企業所得稅		
本年度	34,022	22,624
遞延稅項		
產生及轉回之暫時差異淨額	2,269	1,273
本年度稅項總額	<u>36,291</u>	<u>23,897</u>

開曼群島並不對本集團之收入徵收任何稅項。

由於本集團於年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。本集團大部份附屬公司設立於經濟技術開發區，按15%的優惠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（稅務寬減期）。

根據自二零零八年一月一日起生效之新稅法，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二零一二年底屆滿。

7. 股息

(a) 本年度應得之股息：

	二零零七年 千美元	二零零六年 千美元
結算日後擬派之末期股息每股普通股1.62美仙 (二零零六年：每股普通股1.38美仙)	90,537	77,124
結算日後擬派之特別股息每股普通股1.07美仙 (二零零六年：每股普通股1.07美仙)	59,799	59,799
	<u>150,336</u>	<u>136,923</u>

於二零零八年二月十四日及二零零八年四月二十一日之會議，董事建議分別派發特別股息每股普通股1.07美仙及末期股息每股普通股1.62美仙。

此建議特別股息及末期股息於資產負債表中不視為應付股息，但被視為分配截至二零零八年十二月三十一日止年度之保留盈餘。

8. 每股溢利

每股溢利乃根據本公司股東年內應佔溢利194,837,000美元(二零零六年：148,925,000美元)及本年度已發行普通股之加權平均股數5,588,705,360(二零零六年：5,588,705,360)計算。

本公司於截至二零零六年及二零零七年十二月三十一日止年度並無呈列每股攤薄盈利。

9. 應收賬款

本集團之銷售大部份為貨到收現，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：

	二零零七年 千美元	二零零六年 千美元
0 - 90天	105,115	87,742
90天以上	9,276	6,497
	<u>114,391</u>	<u>94,239</u>

10. 應付賬款

應付賬款之賬齡分析列示如下：

	二零零七年 千美元	二零零六年 千美元
0 - 90天	318,190	242,801
90天以上	15,851	13,996
	<u>334,041</u>	<u>256,797</u>

業務回顧

二零零七年度中國國民生產總值(GDP)持續穩定成長，較去年上升11.4%，連續五年保持10%以上的快速增長；社會消費品零售總額亦較去年增長13.1%。

回顧本集團於二零零七年總營業額較去年同期上升37.9%至3,215,404千美元。方便麵、飲品及糕餅的營業額分別較去年同期上升41.5%、38.9%及12.9%；於第四季本集團的總營業額較去年同期上升38.5%，達717,723千美元，主要來自方便麵及飲品的銷售成長。

年內，主要原材料價格雖然持續高企，但透過本集團持續優化生產管理效率，有效控制生產成本，及穩健的營銷策略，並對產品銷售組合進行優化，令整體毛利率只較二零零六年微幅下降0.69個百分點至31.6%；分銷成本則為鞏固本集團在中國市場的強勢品牌領導地位，而策略性持續增加廣告的投入及強化銷售通路的精耕細作，致其佔總營業額的比例維持19.1%，與上年度持平。財務費用相較去年上升78.9%至19,418千美元，主要是因應資本開支及原料採購款而適量增加銀行貸款，期內本集團財務持續穩健的操作原則，維持充裕現金流量。

二零零七年扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(EBITDA)為478,306千美元，本公司股東應佔溢利為194,837千美元；每股基本盈利3.49美仙。與去年同期相比，本年度EBITDA及本公司股東應佔溢利分別大幅上升35.5%及30.8%。

方便麵業務

延續著過往國際原材料成本的持續高漲，也連帶影響中國食品生產製造業的發展，在高價棕櫚油和麵粉成本推動下，中國食品的產業環境顯得更為嚴峻；生產效率低落及不具生產規模的小廠紛紛停止或退出市場。給予了領導品牌極有力的契機，得予持續推出各項創新口味產品，繼續經營市場，累積品牌力。

康師傅方便麵以主力口味紅燒牛肉麵廣受中國各地消費者歡迎，香辣牛肉、辣旋風、海陸鮮匯等全國美食系列成功建立美味流行品牌形象。為更加滿足各地消費者的不同需求，本幫燒、油潑辣子、老火靚湯等推出了新口味，同時推出了老湯盛宴等新系列產品。對於副品牌的經營，食麵八方、乾拌麵進一步鞏固本集團在拌炒麵市場的領先地位；麵霸拉麵則有效滿足追求優質麵條消費者的需求。勁爽拉麵、好滋味則全力搶佔城市中下階層的市場。通過完整的產品佈局，不斷帶動業務的提升。

在平價麵市場，我們以福滿多為主要品牌經營。超級福滿多與「五月天」攜手，全面唱響「年輕就要對味」，吸引年輕人市場。金牌福滿多全力打造金牛品牌。在二／三／四級市場投入福滿多一碗香及福滿多公司品牌產品。在乾脆麵市場，推出福香脆大塊包，提升品牌附加價值。通過精進優化的產品佈局，有效帶動本集團在平價麵市場的成長。

根據ACNielsen 二零零七年十二月最新的零研數據顯示，「康師傅」方便麵銷售量與銷售額的市場佔有率分別為34.5%及47.0%，其中高價容器麵銷售額的佔有率為66%，高價袋面銷售額的佔有率是66%，穩居市場領先地位十餘年。

在生產方面，透過高效率工廠的建設，以及導入TPM、5S等改善活動對現有工廠的生產力進行優化，使生產效率有效提升，緩解因原物料及薪資上漲所帶來的生產成本壓力。

本集團之方便麵業務仍然維持快速成長，在產品有味、品牌有利及服務有質的策略下，依靠提升產品價值、優化產品組合、通路精耕細作、建設高效率工廠、推動TPM等生產優化活動，以及強化管理機制等手段，有效地因應環境挑戰，掌握環境機遇，使本集團持續穩固方便麵市場的領導地位。

二零零七年方便麵業務的銷售額為1,488,086千美元，較去年同期上升41.5%，佔本集團總營業額的46.3%；雖然方便麵主要原材料棕櫚油及麵粉價格在第四季度分別較去年同期上升66%及10%，期內(1)本集團高毛利的容器麵及高價袋麵的銷售額達到45.5%的成長，(2)透過精進生產效率有效控制生產成本，及(3)年內適時調整銷售價格，令本集團方便麵業務全年的毛利率僅較去年下降1.3個百分點至25.4%；銷售毛利則較去年上升34.7%。本公司股東應佔溢利較去年同期上升了26.6%至94,167千美元。

飲品業務

二零零七年本集團即飲茶系列繼續保持著非碳酸飲料市場的領導地位，在構建茶專家形象的同時，引入時尚元素，如成功更換綠茶新瓶型、新包裝，運用熱氣球等活動創造話題、活化品牌，與消費者進行深度溝通，成功的拉開與其他主競爭品牌之間的距離。旗艦產品康師傅冰紅茶以強勢品牌活動，以音樂擴展冰茶市場，持續取得絕對領導地位。

包裝水持續空中與地面攻勢，並在源頭上進行資源的配備，縮短生產與目標市場的距離，加速銷售網路的擴展，「清新、自然」的礦物質水深入消費者內心，得到消費者的肯定與喜愛。

在競爭愈演愈烈的果汁市場，追求時尚、營養和健康的年輕消費群體，依然是主流消費層，針對此族群，我們選擇了形象健康、時尚，性格積極向上的梁靜茹做代言人，引領消費者對健康、時尚的追求。結合產品的差異化，配合靈活的市場策略，成功滿足廣大消費者的訴求，帶動飲料業務整體營業額屢創新高。

據ACNielsen 二零零七年十二月最新零研數據顯示，康師傅即飲茶銷售額市場佔有率佔整體即飲茶市場51.9%，穩居市場領導地位。包裝水以15.4%的市佔率，躍居全國第一品牌。「鮮の每日C」與「康師傅」的雙品牌策略，以16.5%的市佔率，居稀釋果汁市場三甲地位。

本集團之飲品業務取得如此亮麗成績，主要是靠有效的管理機制和良好的產品組合；其中，引進世界一流先進的生產設備，全面控制生產流程；健全並實施了ISO9002體系和HACCP體系，保證產品品質的全方位、全過程的控制；減少流通鏈中間環節的摩擦，保證低成本的運作。穩定可靠的產品品質，使本集團位居行業的領導地位。

二零零七年飲品事業的營業額較去年同期升38.9%至1,519,194千美元，佔本集團總營業額之比例增加至47.2%。飲品事業群所需的主要原材料如糖價銷售回落，但PET膠粒價格在年內持續維持高點，雖然透過本集團高效能的生產設備，以及不斷強化生產管理能力，令生產成本得以控制，但因為毛利率相對較低的礦物質水的銷售額於期內大幅成長67.3%，導致飲品業務毛利率較去年同期微幅下降0.1個百分點至36.8%。惟毛利額卻上升38.5%。年內本公司股東應佔溢利為89,152千美元，較去年同期上升32.5%。

糕餅業務

二零零七年糕餅事業群銷售額達到109,660千美元，較去年上升12.9%。二零零七年糕餅事業的毛利率為38.3%，本公司股東應佔溢利達到4,221千美元。主要是因為，核心品牌如3+2夾心餅乾、妙芙、美味酥、蛋酥卷的推廣奏效及精準式行銷策略成功。根據ACNielsen 二零零七年十二月之調查結果，康師傅於中國夾心餅乾市場的銷售量及銷售額之佔有率分別為22.7%及25.6%，穩居市場第二位。

展望二零零八年，糕餅事業的經營策略將持續核心品牌的經營、精準式的行銷及發展傳統美食現代化。以達致創建康師傅糕餅王國的目標！

冷藏事業部

二零零七年冷藏事業發展持續穩定。每日C果汁在華東地區持續穩居純果汁市場領導品牌，上海市場佔有率維持37%以上。年內味全乳酸菌飲料銷售大幅成長67%，上海市場佔有率提升至33%，於二零零七年三月推出家庭裝規格的乳酸菌飲料，籍以擴大消費者的飲用量；於十一月推出新口味蘆薈乳酸菌飲料，以持續建立品牌的創新形象，而於九月上市的味全優酪乳健康粗糧系列產品，凸顯了添加大麥的營養價值，持續建立「健康、優質、享受」的品牌形象。味全貝納頌咖啡於十二月在原有的拿鐵口味，將口味與包裝升級為「倍醇拿鐵」上市，更能符合現階段消費者對於咖啡的喜好需求。

冷藏事業的生產品質管理已取得QS及HACCP認證在案，去年並通過覆審。

財務分析

本集團在二零零七年繼續保持穩健的財務結構，是通過對應收、應付帳款和存貨的有效控制的成果。於二零零七年十二月三十一日，本集團的手頭現金及銀行存款為242,892千萬美元，較二零零六年同期增加78,972千美元。本集團總負債為1,052,726千美元，相對於總資產2,334,421千美元，負債比例為45.1%。相較於二零零六年十二月三十一日的總負債742,158千美元，增加了310,568千美元，負債比例上升了4.8個百分點，負債比例略有上升主要因為資本開支及原材料採購導致應付帳款及長期有息借貸均有較大幅度增長。

同期，本集團長短期銀行貸款總額為398,427千美元，相較於二零零六年十二月三十一日增加了130,346千美元，主要用於增加飲品及方便麵生產設備的資本開支。總借貸中，外幣與人民幣銀行貸款所佔的比例分別為50.3%：49.7%，去年同期為60.4%：39.6%。長短貸比例為27%：73%，去年同期為11%：89%。由於本集團的交易大部份以人民幣為主，而期內人民幣對美元的匯率升值6.5%，對本集團造成二零零七年度匯兌收益共64,355千美元，分別包括損益表內的7,950千美元及外幣換算儲備內的56,405千美元。

財務比率

截至十二月三十一日止
二零零七年 二零零六年

淨溢利率	6.06%	6.39%
製成品周轉期	8.95日	9.92日
應收賬款周轉期	11.84日	14.00日
負債與資本比率(淨借貸相對於股東權益)	0.15倍	0.11倍
負債比率(總負債相對於總資產)	45.10%	40.33%

生產規模

本集團於二零零七年在重慶及高碑店增建方便麵工廠，而天津成都、南京兩地加建的製麵工廠，計劃分別於二零零八年及二零零九年投產，將有助穩固本集團方便麵於整體市場的領導地位。此外，飲品事業群在去年的基礎上，繼續擴大生產基地的建設，分別在瀋陽、天津、西安、齊齊哈爾、牡丹江、寧波、廈門、上海、南昌、襄樊、江門和深圳興建十二個生產廠，並在二零零七年全部投入生產，進一步提高本集團於飲料市場的競爭能力。

人力資源

於二零零七年十二月三十一日，本集團員工人數為45,990人(2006年32,631人)。

本集團二零零七年繼續本著創造人力價值，累積長期競爭力的人力資源發展方針，完善選、育、用、留各項人力發展政策，為集團的持續發展儲備優秀人才。

建立人才評量系統，配合通路精耕細作與集團未來發展規劃，選擇適崗適任的人才。繼續選派優秀人才赴海外培訓，學習國外的先進管理理念與管理技術，培養國際型專業人才；建立功能別訓練組織系統，完善專業培訓體系。因應國家政策調整人力資源管理規章，防範經營風險。擬定人才發展規劃，研擬薪資、福利與留才激勵政策，使員工與企業共享經營成果。於二零零八年三月二十日，本集團提供購股權計劃予部份之員工。

充分重視人才的培育、發展與儲備，將人才作為企業發展的基石，是康師傅得以快速成長的核心競爭力之一。

企業管治

遵守企業管治常規守則

於截至二零零七年十二月三十一日止年度內，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。魏應州先生現時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，魏應州先生自一九九六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。

本公司已逐步採納適當措施，以便確保本公司之企業管治常規符合守則所訂立之規定。

審核委員會

審核委員會之主要責任包括審閱及監察本集團之財務申報制度、財務報表及內部監控程序。委員會亦擔任董事局與本公司核數師在集團審核範圍事宜內之重要橋樑。截至二零零七年十二月三十一日止財政年度，委員會共舉行四次會議。該委員會最近召開之會議乃審議本集團本年之業績。

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。

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。2007年食品飲料行業繼續保持了良好的增長勢頭，併購、食品安全和奧運營銷成為全年熱點。今年隨著2008年奧運會和2010年世界博覽會將在中國陸續舉行，屆時全球的目光都將聚集到中國，包括食品行業在內的國際企業也將更加重視中國市場，加之能源以及原材料價格的持續上漲，公司經營管理團隊將需接受更加嚴峻的考驗。為維持本集團在中國市場的強勢領先地位，在追求美味、健康、安全的產品理念下，持續新產品的開發，可延續本集團長遠的增長。

憑藉著中國消費品市場整體良好和經營團隊的共同努力，二零零七年本集團整體發展優於預期，對於二零零八年我們依然信心實足，為了把握這大好發展機會，我們除了繼續加大投資，積極擴大飲品及方便麵的產能外，還將有計劃地調整公司非核心產業，更加合理的利用現有資源，不斷挖掘優勢產品的競爭能力以便使集團能又快又好地發展壯大。

展望未來，(1)於方便麵事業，將繼續發展有地方特色的市場品牌領先地位，創造兼具時尚感的方便麵專家形象，牢牢佔據高檔面的領導地位。對於平價麵市場將繼續積極擴張，不斷增加市場佔有率，對競爭對手形成更大的壓力，以配合公司的整體策略。(2)於飲品事業，將持續擴大銷售與市場佔有率，不斷推出新產品，預計二零零八年將是飲品事業發展的又一高峰。(3)於糕餅與冷藏業，將鞏固並繼續擴充差異化的產品開發，加大研發力度，為消費者創造出更多美味、營養、健康的產品。(4)對於快速消費品來說，通路的經營最為重要，本集團將繼續推行精準式的營銷策略，不斷開闢新的市場，積極應對激烈的市場競爭。

預期二零零八年原材料價格如棕櫚油將會繼續高企，本集團將繼續善用先進的生產設備，透過生產速度的提升及高科技，降低單位生產成本以維持穩定的毛利率。為使本集團組織機構更加適應集團發展的需要，集團將引進高素質人才，並進一步完善公司各項管理制度，確保公司內部管理水平和效益的同步提高。進一步加大內部控制制度管理，採取多種有效的管理監督檢查方法和措施，確保各項管理工作收到實效。生產部門專注於質量管理，引進關鍵性產品技術，提升品保技術能力。營銷部門更專注於品牌建立和通路精耕細作，規範銷售市場管理，使銷售工作更上一個台階。

面對越來越激烈的市場競爭，品牌的重要性越來越顯著，品牌已成為企業賴以生存和發展的基礎，未來我們將要通過建立風險管理機制(ERM)和實施企業形象識別系統(CIS)戰略來強化「康師傅」品牌的認知度和美譽度，不斷擴大品牌影響力，進一步強化各項產品在中國市場的領導地位，推動未來持續而穩固的增長。

於二零零八年第一季度本集團的營業額上升43.6%，於期初取得強勁的成長，為管理團隊注入強心針，我們士氣高昂並有信心延展雙位數字銷售及EBITDA的升幅。

本集團心存高遠，志在打造「百年企業」，早已樹立了超越利潤的社會目標，我們在發展自己的同時將繼續履行好社會責任。展望未來，我們內強素質，外樹形象，攜手同心，將健康、美味和安全的產品帶給每一位消費者。

購入、出售或贖回股份

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45(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。

於本公佈日期，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，二零零八年四月二十一日

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

* 僅供識別