

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



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2014年12月31日止年度
業績公佈**

摘要

千美元	2014年	2013年	變動
• 營業額	10,237,982	10,940,996	↓ 6.43%
• 毛利率(%)	30.46%	30.25%	↑ 0.21個百分點
• 集團毛利	3,118,038	3,309,999	↓ 5.80%
• 扣除利息、稅項、折舊及 攤銷前盈利(EBITDA)	1,149,346	1,161,152	↓ 1.02%
• 本期溢利	484,749	494,311	↓ 1.93%
• 本公司股東應佔溢利	400,482	408,544	↓ 1.97%
• 每股溢利(美仙)			
基本	7.15	7.30	↓ 0.15
攤薄	7.13	7.28	↓ 0.15

於2014年12月31日之現金及現金等值物為1,183,103千美元，淨負債與資本比率為0.48倍。

節流，增效，創新

2014年在中國整體經濟增速放緩，市場競爭激烈，消費者行為以及銷售通路改變的情況下，讓企業整體營運增添挑戰難度。我們在過去一年除了因應多方的挑戰外，仍持續為強化集團長遠競爭力作準備，食品事業與飲品事業整合具綜效的組織與事業單位；於方便麵事業我們領先行業將桶麵料豐升級帶動價格上漲，並調節行銷策略，引導行業趨向健康獲利的良性競爭。我們相信以上策略對集團的貢獻將於可見的未來逐漸展現。

此外，我們亦持續增加品牌、研發與食品安全上的投資，同時優化組織運作，增加營運效益，並不斷推出創新產品，為消費者提供更多優質實惠的選擇。經營上我們也將維持穩健的財務結構。

2014年集團營業額達102.38億美元，同比下跌6.43%，集團股東應佔溢利達4億美元，同比下跌1.97%，每股溢利為7.15美仙。期內，本集團進一步推進康百聯盟架構整合，由此發生整合費用73,017千美元，剔除此部份費用影響，股東應佔溢利同比上升6.52%。

董事會建議向股東派發末期股息每股3.57美仙，以感謝股東們對本集團的支持，末期派息總額約為2.00億美元。

據AC Nielsen最新報告指出，本集團核心產品的市場佔有率續居領導地位，於2014年1-12月以銷售量為基準，本集團的方便麵，即飲茶(含奶茶)，包裝水的市場佔有率分別為46.8%、53.9%及20.8%，居市場第一位；整體果汁的市場佔有率為23.9%，居市場第二位；據Canadean 2014年12月數據顯示，百事飲料的可樂口味及果味美年達碳酸飲料於2014年分別以48.3%及38.7%的市佔率，居同類產品的第一位。

2014年康師傅於福布斯發佈的「全球最具創新力公司」榜上有名；2014年3月康師傅獲德國品牌協會頒發「最佳產品品牌」及「最佳食品與飲料品牌」兩項獎項、連續九年榮獲「大學生至愛品牌」榮譽、「2014年度食安杯最受歡迎十佳食品安全企業」榮譽，這些榮譽的獲得，除對康師傅品牌力及競爭力的肯定外，更激勵我們不斷努力致力於為消費者提供更豐富美味及安心的產品。

我們於年內以不同的方式去幫助社會上有需要的人，如助學，抗洪，扶貧，環保，支持體育活動等，讓企業及社會同步健康發展。2014年我們持續投放資源以履行企業社會責任。我們積極響應「從農田到餐桌」全程質量控制的理念，恪守消費者食品安全原則；我們於精進生產效能的同時，亦不斷貫徹節能減排的工作；我們繼續啟動「世界名校獎學金計劃」，以支持兩岸優秀學生繼續深造；舉辦「康師傅創新挑戰賽」，讓更多具備創新特質的青年可取得到大學進修的機會。

2015年中國的經濟成長仍有壓力，預期2015年GDP增長目標為7%；整體發展維持新常態模式，但新型城鎮化發展將帶來增長；我們對中國的長遠發展潛力仍深具信心，對2015年前景維持審慎樂觀。

2015年1月我們位於上海的運籌中心開始運作，董事會亦於2015年1月1日委任韋俊賢先生出任康師傅控股有限公司執行長，負責本集團的整體營運及監管本集團之日常業務；董事會相信，此舉將在現有堅實基礎上進一步鞏固本集團的發展。

2015年本集團整體經營策略將因應景氣趨緩及消費市場的挪移，以節流、增效、創新為目標方針，維持穩健經營，善控資本支出，提升團隊技能，迎向巨大挑戰，創造綜效。

2015年3月18日康師傅控股與美國星巴克公司簽署協議，共同開拓中國極具潛力的即飲咖啡市場；與星巴克的合作將進一步豐富康師傅在中國市場的飲料產品組合，從而為廣大的消費者帶來更多高品質、便捷化的消費選擇和體驗。此舉將有助延展本集團持續發展的動力。

於充滿競爭及挑戰的2014年，康師傅具智慧與創意，勤奮與忠誠的員工是集團寶貴的資產。本人謹藉此機會，對董事會同仁、管理層及各員工的投入以及各股東的信任和支持，致以衷心謝意。

魏應州
董事長

中國上海
2015年3月23日

緒言

二零一四年度業績

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2014年12月31日止年度之經審核業績連同2013年相對期間之比較數字如下：

綜合收益表

截至2014年12月31日止年度

	附註	2014年 千美元	2013年 千美元
營業額	4	10,237,982	10,940,996
銷售成本		<u>(7,119,944)</u>	<u>(7,630,997)</u>
毛利		3,118,038	3,309,999
其他收益及其他淨收入	6	209,401	215,685
分銷成本		(2,138,598)	(2,312,603)
行政費用		(299,549)	(350,868)
其他經營費用		(155,841)	(117,921)
財務費用	7	(47,151)	(37,351)
應佔聯營及合營公司業績		<u>7,269</u>	<u>16,049</u>
除稅前溢利	7	693,569	722,990
稅項	8	<u>(208,820)</u>	<u>(228,679)</u>
本年度溢利		<u><u>484,749</u></u>	<u><u>494,311</u></u>
年度內應佔溢利			
本公司股東		400,482	408,544
少數權益股東		<u>84,267</u>	<u>85,767</u>
本年度溢利		<u><u>484,749</u></u>	<u><u>494,311</u></u>
每股溢利	10		
基本		<u>7.15 美仙</u>	<u>7.30 美仙</u>
攤薄		<u>7.13 美仙</u>	<u>7.28 美仙</u>

綜合全面收益表

截至2014年12月31日止年度

	2014年 千美元	2013年 千美元
本年度溢利	484,749	494,311
其他全面(虧損)收益		
不會重分類至損益賬中的項目：		
界定福利責任之重估值	<u>2,349</u>	<u>850</u>
已經或其後可被重分類至損益賬中的項目：		
滙兌差額	(101,998)	134,154
可供出售金融資產公允值之變動	11,040	12,780
於年內出售可供出售金融資產之重分類調整	<u>—</u>	<u>(14,397)</u>
	<u>(90,958)</u>	<u>132,537</u>
本年度其他全面(虧損)收益	<u>(88,609)</u>	<u>133,387</u>
本年度全面收益總額	<u><u>396,140</u></u>	<u><u>627,698</u></u>
應佔全面收益		
本公司股東	336,629	500,127
少數權益股東	<u>59,511</u>	<u>127,571</u>
	<u><u>396,140</u></u>	<u><u>627,698</u></u>

綜合財務狀況表

於2014年12月31日

	2014年 12月31日	2013年 12月31日
	千美元	千美元
附註		
資產		
非流動資產		
物業、機器及設備	5,859,905	5,485,100
土地租約溢價	737,387	318,961
無形資產	27,305	28,058
聯營公司權益	31,973	29,050
合營公司權益	74,153	80,276
可供出售金融資產	79,052	24,683
遞延稅項資產	53,009	48,105
	<u>6,862,784</u>	<u>6,014,233</u>
流動資產		
按公允價值列賬及在損益賬處理 的金融資產	2,352	4,952
存貨	386,958	480,862
應收賬款	238,239	260,427
預付款項及其他應收款項	532,621	413,957
抵押銀行存款	12,203	15,491
銀行結餘及現金	1,170,900	1,234,399
	<u>2,343,273</u>	<u>2,410,088</u>
總資產	<u><u>9,206,057</u></u>	<u><u>8,424,321</u></u>

		2014年 12月31日 千美元	2013年 12月31日 千美元
	附註		
股東權益及負債			
股本及儲備			
發行股本		28,019	27,982
股份溢價		65,421	53,431
儲備		2,940,117	2,798,879
		<u>3,033,557</u>	<u>2,880,292</u>
本公司股東應佔權益			
		<u>3,033,557</u>	<u>2,880,292</u>
少數股東權益		1,062,107	1,046,095
		<u>1,062,107</u>	<u>1,046,095</u>
股東權益總額		<u>4,095,664</u>	<u>3,926,387</u>
非流動負債			
長期有息借貸		1,246,720	659,643
其他非流動應付款項		—	262
員工福利責任		28,702	28,186
遞延稅項負債		198,487	184,389
		<u>1,473,909</u>	<u>872,480</u>
流動負債			
應付帳款	12	896,131	1,251,710
其他應付款項及已收押金		1,233,472	1,192,428
有息借貸之即期部分		1,382,034	1,016,636
客戶預付款項		100,522	108,354
稅項		24,325	56,326
		<u>3,636,484</u>	<u>3,625,454</u>
總負債		<u>5,110,393</u>	<u>4,497,934</u>
股東權益及負債		<u>9,206,057</u>	<u>8,424,321</u>
淨流動負債		<u>(1,293,211)</u>	<u>(1,215,366)</u>
總資產減流動負債		<u>5,569,573</u>	<u>4,798,867</u>

綜合財務報告附註：

1. 編製基準

本財務報表乃按照香港會計師公會頒佈之香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)，此統稱已包括所有適用個別之香港財務報告準則、香港會計準則(「香港會計準則」)及詮釋、香港普遍接納之會計原則。本財務報表亦按照載於香港公司條例(第622章)附表11第76至87條，香港公司條例(第622章)第9部「帳目及審計」的過渡和保留條文，本財政年度和比較期間的綜合財務報表已根據前身公司條例(第32章)的適用規定編製。本財務報表同時亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則之適用披露規定。

除詳載於附註3，於年內生效的新訂或經修訂之香港財務報告準則外，本財務報表採用之會計政策與2013年度的財務報表所採用是一致的。

2. 綜合基準

綜合財務報表包括本公司及各附屬公司之財務報表。編製附屬公司財務報表的呈報年度與本公司相同，會計政策亦貫徹一致。

本集團內部各公司之間進行交易所致的所有結餘、交易、收支及損益均全數抵銷。附屬公司的業績自本集團取得控制權之日期起合併，並繼續合併附屬公司直至控制權終止日期。

少數股東權益獨立並與本公司股東應佔權益分開呈列於綜合收益表，綜合全面收益表內及綜合財務狀況表之權益內。

3. 採納新增／經修訂之香港財務報告準則

香港會計師公會已頒佈多項相關修訂，並首次於於本集團及本公司此會計期間生效。當中，下列修改與本集團財務報表有關的經修訂香港財務報告準則及一項新詮釋。當中，下列修改與本集團財務報表有關：

香港財務報告準則第10號、第12號及香港會計準則第27號的修訂：投資實體

對於符合香港財務報告準則第10號的修訂所定義之可視為一個投資實體的母公司，可以豁免綜合財務報表。該投資實體需按公允價值計量該等附屬公司及在損益賬列賬。該修訂並無對本財務報表構成影響，因為本公司並不符合投資實體的定義。

香港會計準則第36號之修訂本：非金融資產可收回金額的披露

香港會計準則第36號的修訂對已減值若干非金融資產之披露要求作出修訂。其中的修訂擴大對基於公允價值減出售成本來確定可收回金額的減值資產之披露要求。這些修訂對本集團財務報表不會構成重大影響。

香港(國際財務報告詮釋委員會)解釋公告21：徵稅

該解釋公告指出如何及何時會導致報告主體需要承擔政府徵收的所得稅外的徵稅負債。該解釋不會對確認金額產生重大影響。

4. 營業額

本集團之營業額指向客戶售貨之發票值，扣除退貨、折扣及增值稅。

5. 分部資料

本公司之執行董事已確立為本集團主要營運決策者。經營分部之確立及分部資料之編製按內部慣常呈報給本公司之執行董事之財務資料製作，依據該等資料作出經營分部資源分配決定及評估其表現。基於本集團超過99%以上之集團銷售是在內地進行，故本公司之執行董事主要以產品觀點評定本集團之業務。可報告之經營分部確立為方便麵、飲品、方便食品及其他業務包括投資控股、物流及支援功能業務。

執行董事以本年度經營分部之本年度之溢利及扣除稅項、應佔聯營公司及合營公司業績及未分配之淨支出前的溢利(虧損)作出經營分部資源分配決定及評估其表現。

分部資產包括除聯營公司權益及合營公司權益及未分配資產包括可供出售金融資產及按公允值列賬及在損益賬處理的金融資產外的所有資產。分部負債包括除員工福利責任之相關負債外的所有負債。

分部之間的銷售是以成本加邊際利潤作定價。可呈報分部之會計政策與本集團的會計政策一致。

客戶地區位置乃按貨品付運地點劃分。本集團多於99%來自外部客戶之收益均源於本集團各經營實體所在地中國的顧客。同時，本集團多於99%的非流動資產(可供出售金融資產除外)均位於中國。

並無來自單一外部客戶的收入佔集團收入10%或以上。

業績分部分析

於 2014 年及 2013 年 12 月 31 日之分部資料如下：

	2014 年					
	方便麵 千美元	飲品 千美元	方便食品 千美元	其他 千美元	內部沖銷 千美元	綜合 千美元
營業額						
外來客戶收益	4,137,685	5,800,419	178,596	121,282	—	10,237,982
分部間之收益	51	586	133	90,287	(91,057)	—
分部營業額	<u>4,137,736</u>	<u>5,801,005</u>	<u>178,729</u>	<u>211,569</u>	<u>(91,057)</u>	<u>10,237,982</u>
分部業績(已扣除財務費用)	484,203	220,538	(7,540)	(8,221)	(2,118)	686,862
應佔聯營公司及合營公司業績	—	17,930	(10,661)	—	—	7,269
未分配之淨支出	—	—	—	(562)	—	(562)
除稅前溢利(虧損)	484,203	238,468	(18,201)	(8,783)	(2,118)	693,569
稅項	(123,815)	(84,516)	752	(1,241)	—	(208,820)
本年度之溢利(虧損)	<u>360,388</u>	<u>153,952</u>	<u>(17,449)</u>	<u>(10,024)</u>	<u>(2,118)</u>	<u>484,749</u>
	2013 年					
	方便麵 千美元	飲品 千美元	方便食品 千美元	其他 千美元	內部沖銷 千美元	綜合 千美元
營業額						
外來客戶收益	4,332,159	6,267,617	202,518	138,702	—	10,940,996
分部間之收益	51	855	301	100,492	(101,699)	—
分部營業額	<u>4,332,210</u>	<u>6,268,472</u>	<u>202,819</u>	<u>239,194</u>	<u>(101,699)</u>	<u>10,940,996</u>
分部業績(已扣除財務費用)	490,965	198,526	(11,043)	31,713	(3,220)	706,941
應佔聯營公司及合營公司業績	—	19,266	(3,217)	—	—	16,049
除稅前溢利(虧損)	490,965	217,792	(14,260)	31,713	(3,220)	722,990
稅項	(154,184)	(62,912)	231	(11,814)	—	(228,679)
本年度之溢利(虧損)	<u>336,781</u>	<u>154,880</u>	<u>(14,029)</u>	<u>19,899</u>	<u>(3,220)</u>	<u>494,311</u>

截至2014年12月31日

	方便麵 千美元	飲品 千美元	方便食品 千美元	其他 千美元	內部沖銷 千美元	綜合 千美元
資產						
分部資產	3,446,274	5,227,348	160,291	1,340,036	(1,155,422)	9,018,527
聯營公司權益	—	30,646	1,327	—	—	31,973
合營公司權益	—	58,346	15,807	—	—	74,153
未分配資產						81,404
資產總額						<u>9,206,057</u>
負債						
分部負債	1,041,013	3,311,438	62,817	1,766,568	(1,100,145)	5,081,691
未分配負債						28,702
負債總額						<u>5,110,393</u>
其他資料						
折舊及攤銷	<u>105,257</u>	<u>339,819</u>	<u>9,134</u>	<u>9,283</u>	<u>—</u>	<u>463,493</u>
資本開支	<u>340,390</u>	<u>591,845</u>	<u>4,211</u>	<u>543,773</u>	<u>—</u>	<u>1,480,219</u>
利息收入	<u>59,599</u>	<u>4,833</u>	<u>384</u>	<u>10,747</u>	<u>(20,696)</u>	<u>54,867</u>
利息支出	<u>37</u>	<u>33,886</u>	<u>—</u>	<u>33,924</u>	<u>(20,696)</u>	<u>47,151</u>
優退福利	<u>—</u>	<u>73,017</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>73,017</u>

截至2013年12月31日

	方便麵 千美元	飲品 千美元	方便食品 千美元	其他 千美元	內部沖銷 千美元	綜合 千美元
分部資產	3,420,533	5,075,114	182,198	839,614	(1,232,099)	8,285,360
聯營公司權益	—	25,628	3,422	—	—	29,050
合營公司權益	—	57,883	22,393	—	—	80,276
未分配資產						<u>29,635</u>
資產總額						<u><u>8,424,321</u></u>
分部負債	1,290,983	3,179,545	77,143	1,106,220	(1,184,143)	4,469,748
未分配負債						<u>28,186</u>
負債總額						<u><u>4,497,934</u></u>
其他資料						
折舊及攤銷	<u>93,054</u>	<u>342,116</u>	<u>7,880</u>	<u>9,288</u>	<u>—</u>	<u>452,338</u>
資本開支	<u>221,364</u>	<u>631,213</u>	<u>7,714</u>	<u>35,799</u>	<u>—</u>	<u>896,090</u>
減值虧損	<u>14,200</u>	<u>35,602</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>49,802</u>
回沖減值虧損	<u>6,381</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>6,381</u>
利息收入	<u>53,984</u>	<u>6,835</u>	<u>968</u>	<u>10,015</u>	<u>(20,275)</u>	<u>51,527</u>
利息支出	<u>9</u>	<u>29,446</u>	<u>—</u>	<u>28,171</u>	<u>(20,275)</u>	<u>37,351</u>

6. 其他收益及其他淨收入

	2014年 千美元	2013年 千美元
其他收益		
利息收入	54,867	51,527
股利收入	—	747
	<u>54,867</u>	<u>52,274</u>
其他淨收入		
衍生金融工具之公允值變動	6,579	12,181
技術諮詢費	16,863	—
匯兌收益淨額	—	18,812
出售廢品之收益	29,911	31,057
出售可供出售金融資產之收益	—	14,397
政府補助	50,079	47,814
其他	51,102	39,150
	<u>154,534</u>	<u>163,441</u>
	<u><u>209,401</u></u>	<u><u>215,685</u></u>

7. 除稅前溢利

經扣除(計入)下列項目後：

	2014年 千美元	2013年 千美元
財務費用		
須於五年內悉數償還之銀行及其他貸款之利息支出	48,306	39,545
減：利息支出资本化列入物業、機器及設備		
加權平均資本化率為 2.03% (2013: 2.08%)	(1,155)	(2,194)
	<u>47,151</u>	<u>37,351</u>
其他項目		
折舊	454,136	444,303
土地租約溢價之攤銷	8,604	7,282
無形資產攤銷	753	753
	<u><u>463,543</u></u>	<u><u>452,388</u></u>

8. 稅項

	2014年 千美元	2013年 千美元
本年度稅項－中國企業所得稅		
本年度	179,859	198,842
以前年度多計撥補	(2,132)	(6,504)
	<u>177,727</u>	<u>192,338</u>
遞延稅項		
產生及轉回之暫時差異淨額	933	8,536
按本集團於中國之附屬公司淨可供分配利潤之預提稅	30,160	27,805
	<u>31,093</u>	<u>36,341</u>
本年度稅項總額	<u>208,820</u>	<u>228,679</u>

開曼群島並不對本公司及本集團之收入徵收任何稅項。

由於本集團之公司於截止2014年及2013年並無任何香港利得稅應課稅利潤，因此並未為香港利得稅計提撥備。

於中國的附屬公司，其中國企業所得稅法定稅率為25%（2013年：25%）。根據財政部、海關總署與國家稅務總局聯合發佈的《關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知》（財稅[2011]58號），位於中國大陸西部地區的國家鼓勵類產業的外商投資企業，其鼓勵類產業主營收入佔企業總收入的70%以上的，在2011年至2020年年度，減按15%的稅率徵收企業所得稅。因此，本集團於西部地區之附屬公司其優惠稅率為15%（2013年：15%）。

9. 股息

本公司股東於本年度應得之股息：

	2014年 千美元	2013年 千美元
結算日後擬派之末期股息每股普通股3.57美仙 (2013：每股普通股3.65美仙)	<u>200,054</u>	<u>204,269</u>

於2015年3月23日的會議，董事建議派末期股息每股普通股3.57美仙，此建議末期股息於綜合財務狀況表中不視為應付股息。

10. 每股溢利

以下為每股基本溢利及每股攤薄溢利之計算：

(a) 每股基本溢利

	2014年	2013年
本公司股東年度內應佔溢利(千美元)	<u>400,482</u>	<u>408,544</u>
已發行普通股之加權平均股數(千股)	<u>5,599,873</u>	<u>5,594,388</u>
每股基本溢利(美仙)	<u>7.15</u>	<u>7.30</u>

(b) 每股攤薄溢利

	2014年	2013年
本公司股東年度內應佔溢利(千美元)	<u>400,482</u>	<u>408,544</u>
普通股加權平均數(攤薄)(千股)		
已發行普通股之加權平均股數	5,599,873	5,594,388
本公司購股權計劃之影響	<u>15,108</u>	<u>17,490</u>
用於計算每股攤薄溢利之普通股加權平均數	<u>5,614,981</u>	<u>5,611,878</u>
每股攤薄溢利(美仙)	<u>7.13</u>	<u>7.28</u>

11. 應收賬款

本集團之銷售大部分為貨到收現，餘下的銷售之信貸年度主要為30至90天。有關應收賬款(扣除壞賬及呆賬減值虧損)於結算日按發票日期編製之賬齡分析列示如下：

	2014年	2013年
	千美元	千美元
0至90天	216,763	248,538
90天以上	<u>21,476</u>	<u>11,889</u>
	<u>238,239</u>	<u>260,427</u>

12. 應付帳款

應付帳款於結算日按發票日期編製之賬齡分析列示如下：

	2014年 千美元	2013年 千美元
0至90天	863,205	1,214,761
90天以上	32,926	36,949
	<u>896,131</u>	<u>1,251,710</u>

13. 承擔

	2014年 千美元	2013年 千美元
(a) 資本支出承擔		
已訂約但未撥備：		
購買物業、機器及設備開支	280,056	235,442
合營公司權益	1,575	1,800
投資基金	28,026	27,464
	<u>309,657</u>	<u>264,706</u>
(b) 營運租約承擔		
於結算日，根據不可撤銷之經營租約，本集團未來最低租賃付款總額列示如下：		
一年內	47,235	43,723
於第二年至第五年屆滿(包括首尾兩年)	75,865	82,719
五年以後	42,214	50,172
	<u>165,314</u>	<u>176,614</u>

14. 或有負債

於結算期內，本集團為百事飲料業務的整合方案向員工提出自願優退計劃(「該計劃」)，在該計劃中本集團提供方案予影響的員工，他們可以決定是否接受以離職換取方案中提供的福利。

於結算期內，73,017,000美元的離職福利已認列為費用。如所有合符資格員工接受該計劃，本集團估計2015至2016年間預期可能再發生離職福利的總額約為70,000,000美元。

2014年中國國內生產總值(GDP)同比增長7.4%，增速創24年新低，居民消費價格指數(CPI)上漲2.0%，其中食品價格上漲3.1%，社會消費品零售總額增長12.0%；工業者出廠價格指數(PPI)同比下降1.9%，國家統計局表示「2014年國民經濟運行在新常態下實現了穩中有進、進中提質；國內外環境仍然錯綜複雜，經濟發展仍面臨不少困難和挑戰。」

年內經濟增速持續放緩，惟市場競爭依然激烈，消費模式改變的加快，加上氣候因素影響，業務充滿起伏。面對此極具挑戰的一年，我們不忘為未來更有效率的營運作準備，對飲料事業進行架構整合，以上各因素影響集團獲利，令康師傅控股於艱困的2014年的業績表現稍遜2013年。

本集團於2014年總營業額較去年同期下跌6.43%至10,237,982千美元。方便麵及飲品的營業額分別較去年同期衰退4.49%及7.46%。年內受惠主要原材料價格下跌及精進生產作業，令集團毛利率同比上升0.21個百分點至30.46%。年內，於鞏固康師傅在中國市場的強勢品牌領導地位及強化銷售通路的同時，亦善控廣告宣傳費用，加上適時調節市場策略，致分銷成本佔總營業額的比例由2013年的21.14%下降0.25個百分點至本年度的20.89%；其他經營費用同比增加37,920千美元，主要來自康百聯盟架構整合而發生的費用，財務費用相較去年上升9,800千美元至47,151千美元，主要因應資本開支新增銀行借款所致；年內本集團財務持續穩健的操作策略，維持充裕現金流量。2014年扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(EBITDA)為1,149,346千美元，本公司股東應佔溢利為400,482千美元，與去年同期相比，EBITDA及本公司股東應佔溢利分別下降1.02%及1.97%，每股溢利為7.15美仙，同比下降0.15美仙。如扣除73,017千美元的整合費用，本公司股東應佔溢利同比上升6.52%。

食品事業

方便麵

2014年中國方便麵市場銷售量同比衰退7%，本集團方便麵事業2014年全年銷售額達到4,137,736千美元，較去年同期下跌4.49%，佔本集團總營業額40.42%。期內部份原材料如棕櫚油價格下跌，雖然自第三季本集團領先行業將桶麵料豐升級動價格上漲，並調節市場策略，引導行業趨向健康獲利的良性競爭，下半年毛利率得以改善，惟因上半年部份原料價上升及增潤產品的安排，致方便麵事業全年毛利率同比仍下降0.91個百分點至28.33%，毛利額同比下跌7.49%；年內適時調節市場策略及善控營運費用，令方便麵事業股東應佔溢利達到360,388千美元，同比上升7.01%。

根據AC Nielsen最新市佔分析數據顯示，「康師傅」方便麵2014年全年銷售量與銷售額的市場佔有率分別為46.8%及56.4%，持續穩居市場領先地位。經濟下行，消費市場改變，原有的方便麵消費者減少，預期未來一年方便麵市場將趨於平緩，但對高端產品的需求增加，有利於整個品類逐步提升形象，本集團將提升創新品類及高端產品推出的速度，及時滿足市場。

康師傅紅燒牛肉麵借力夢想導師羽泉組合持續溝通「堅持夢想，一路挺你」的品牌主張，聯合贊助東方衛視《中國夢之聲》綜藝欄目支持年輕人的音樂夢想，啟動放天燈活動並以網絡及終端擴大傳播效益，使品牌更加年輕化。與大學生籃球聯賽(CUBA)合作，加強大學生群體的校園推廣，培育品牌健康概念。經典紅燒牛肉麵的兄弟口味「紅燒排骨麵」從上市開始就獲得消費者及通路的追捧。

康師傅老壇酸菜系列口味持續精進，同時加肉加蛋料豐升級，不斷提升產品力主導市場話題。借力代言人徐崢、王寶強強化傳播「不止酸爽，康師傅老壇酸菜牛肉麵更爽」的差異化訴求，壓制了主競品的成長空間，持續搶奪市場份額。

充分拓展流行口味銷售區域，老壇泡椒以兩種口味拓展北方區域、西紅柿雞蛋打鹵拓展南方區域；同時積極推出新口味以豐富產品線，老陳醋酸辣肉絲麵、鮮香菇雞蛋打鹵麵、酸辣湯雞蛋打鹵麵、濃郁湯頭產品海鮮豚骨麵於年內陸續上市。

炒麵套餐產品於10月底全新上市，獨創「炒麵+靚湯」的產品設計，吸引喜歡濃郁口感炒麵的消費者，增加好湯的體貼設計，刺激新的需求，集中訴求「有麵有湯」的產品優異點，開拓創新品類市場。麵霸、粉絲重新調整產品定位都取得不錯成績。

新品類愛鮮大餐4月上市，追蹤調查顯示深深吸引消費者的因素為「蒸熟麵」「不添加味精」「配料豐富」三大核心利益點，主要客群與上市設定目標一致。銷量增長中最大一部份來自不吃或少吃方便麵及對高端麵有需求的消費者，重複購買率明顯高於其他高端麵，可見其帶動方便麵整體品類成長的潛力。借勢《一生一世》電影影響力網絡互動傳播，配合地方高品質線下推廣及官微運營，網絡音量明顯提升。

人民幣0.5元乾脆麵香爆脆持續開展「搶夢幻豪禮，贏再來1包」活動；人民幣1元威風包上市，聚焦核心城區銷售穩步提升，搶佔傳統高價乾脆麵市場；脆旋風及脆寬趣開發多規格包裝，拓展直營／電商通路，配合線上活動，提升品牌活力。

因應實惠型和高端消費市場並存的發展，2014年於既有品牌多口味和多規格產品上市的同時，愛鮮大餐、麵霸、炒麵套餐、脆寬趣等創新產品陸續上市，給消費者帶來多樣選擇和真正實惠。

在生產管理方面，提升預銷定產機制、物流改善，提高產銷協調的效益。持續開展人員素質提升，不斷優化制程減少量差，著力精進產品毛利。積極開發、引進新品類生產技術，為新品順利上市做好準備。年內新的第二代工廠落成投產，持續落實標準化作業，為消費者提供更加優良的產品。快速開展食安檢核，強化溯源管理，積極推展企業形象提升，本集團各家工廠均在有關單位訪廠排查下，檢驗結果安全無虞，提供消費者安全的品質保障。

2015年度仍將持續加大開發高端及多規格化產品，真實回饋廣大消費者。隨著中國經濟結構持續調整，三四線城市人口回流仍大有可為，我們將持續做好管理系統優化，配合通路合作夥伴，落實終端服務，促進業績成長。回應經濟下行，消費趨於保守，精實業務人力，借力使力以確保獲利，善用移動訪銷系統(e-CRC)工具，提升效率。

方便食品

根據AC Nielsen數據顯示，2014年全年餅乾整體市場持續低迷，銷售量同比衰退2.7%。受中國經濟及整體餅乾市場放緩影響，本集團方便食品事業2014年全年銷售額為178,729千美元，較去年同期衰退11.88%，佔本集團總營業額1.75%。受主要原材料及加工成本費用上漲，糕餅業務銷量衰退以及新事業的銷售尚未穩定等因素影響，致方便食品事業期內毛利率較去年同期下降1.91個百分點至36.18%。同時由於方便食品新事業仍處於前期投資運營階段，建立消費者品牌認知投入等費用影響投資損益，致方便食品事業2014年虧損17,449千美元。

根據AC Nielsen最新調研數據顯示，以銷售額為基準，2014年全年康師傅蛋酥卷的市場佔有率為23.8%，居市場第一位；夾心餅乾的市場佔有率為16.3%，居市場第二位。

期內康師傅糕餅業務，3+2夾心餅乾透過線上線下結合的主題活動，在全國五大城市六所高校舉辦落地比賽，並在手機APP唱吧設置活動專區，下半年推出「一塊3+2一塊更歡樂」的新主題，有效提升品牌好感度。康師傅妙芙蛋糕上半年舉辦「阿狸帶你驚喜尋寶」活動，通過線上抽獎線下賣場推廣及動漫展異業聯合等活動吸引消費者熱情參與；下半年「妙吃法愛分享」活動全面展開，號召消費者參與妙芙多種創意吃法。康師傅蛋酥卷聯合慕斯夾心球、樂芙球、3+2夾心卷推出「有獎100%，親友一起享」促銷活動。把品牌推廣與線下銷售深度結合，並通過活動官網、微博、微信平台結合及電商平台與消費者互動，提升品牌人氣及知名度。

卡樂薯制休閒食品業務方面，策略聚焦卡樂薯同時側翼發展膨化食品，致力塑造休閒食品專家形象。增加海苔味杯裝薯條及2款盒裝薯條產品，2014年8月增量15%大杯裝增加競爭力，並策劃「綠色風暴」、「變型金剛」、「世界盃」及「動漫－航海王」等系列消費者推廣活動，提高品牌知名度同時累積品牌資產，帶動銷售。據AC Nielsen數據顯示，2014年卡樂薯已位居薯條品類第一地位。2015年塑造並重點宣傳「台港日人氣商品」DNA，同時線上結合微博、微信展開口碑推廣，鞏固並實現市場份額增長。

本集團與ASAHI FOOD & HEALTHCARE Co., Ltd.合資成立之康全(杭州)食品有限公司，推出新品「MINTIA酷活」無糖薄荷糖，通過「瞬間好口氣，快到想不到」之品牌訴求，以上海和便利通路為核心，同時在寫字樓開展派樣活動和新品上市路演，助力產品口碑宣傳，提升消費者品牌認知度。目前已躋身全家等重要便利通路薄荷糖品類前10名，初步獲得市場認可，為2015年全面開展銷售打下基礎。

方便食品事業持續優化組織架構、系統及運作流程，涵括糕餅零食、薯制休閒食品、涼糖、嬰兒奶粉及用品、肉鬆等多品類食品在中國之生產及營銷。未來，方便食品事業將持續以多元、創新、國際為經營特色，在重塑核心糕餅業務基礎上，加速新事業通路結構調整，將虧損控制在合理範圍內。

展望2015年，方便食品事業將持續以「減虧損、調結構、穩增長」為總體策略。在產品策略上，著重於再造糕餅核心產品，透過產品及營銷創新以擴大核心產品線之市佔，成為穩固之品類領導者。新事業著重於後發品牌之差異化經營，精準捕捉消費趨勢，實質提高消費者滿意度；在銷售策略上，方便食品事業將持續調整通路經營模式，加強借力使力及渠道創新，聚焦重點區域之經營；在生產及質量管理上，將通過生產制程自動化改善及採購成本精進提升產品毛利，同時強化原物料溯源查核，完善客訴處理流程，確保食品安全。

飲品事業

2014年中國飲料行業的增長減緩，經濟不景氣及氣候不穩定等因素影響令消費不如預期，2014年整體飲料市場銷售量同比增長2.6%，較2013年的6.9%成長為低，經營環境極具挑戰。

2014年康師傅飲品事業整體營業額為5,801,005千美元，佔集團總營業額56.66%，較去年同期下跌7.46%，年內得益於主要原材料膠粒及糖價下降，令毛利率同比上升1.17個百分點至31.92%；面對嚴峻的市場環境，我們一方面善控分銷費用，同時為佈建將來更有效率的營運，於年內進行康百聯盟架構整合，致影響利潤的成長，2014年康師傅飲品事業的股東應佔溢利為71,956千美元，同比成長1.35%如扣除年內架構整合的費用，同比成長50.21%。

據 AC Nielsen 銷售量數據顯示 2014 年 1-12 月，本集團即飲茶市場(含奶茶)佔有率達 53.9%，較去年同期上升 2.1 個百分點，繼續穩佔市場第一，於含奶即飲茶市佔率達 19.4%；在包裝水部份，市佔率為 20.8%，居市場第一位；果汁飲料憑藉康師傅旗下果汁品牌(康師傅果汁，每日 C，傳世新飲，冰糖系列及傳養果薈)及百事純果樂品牌，令本集團於中國整體果汁市場的市佔率達 23.9%，居市場第二位。據 Canadean 2014 年 1-12 月銷售量最新數據顯示，本集團碳酸飲料整體市佔率為 30.3%，其中可樂味及果味碳酸市佔率分別為 48.3% 及 38.7%，繼續保持市場領導地位。

康師傅飲品事業配合市場消費趨勢，滿足消費者飲用各種情境，持續發展新口味、新配方、新包裝，運用結合數位行銷工具的營銷策略，傳達健康美味新生活的概念，將健康結合美味的優秀產品分享給廣大消費者。

即飲茶系列的冰紅茶、綠茶持續以青春活力正能量概念，結合流行趨勢抓緊年輕消費群，茉莉系列以浪漫為主題開創新飲用時機，無糖茶系列飲料重現原味，滿足消費者健康趨勢新需求。把握冬季飲用時機，推廣奶茶與無糖茶熱飲，以香濃奶味與濃郁茶芬芳溫暖消費者

果汁產品明確分為中式果汁與西式果汁兩大系列，覆蓋更多消費者口味偏好。中式果汁的傳世與傳養產品，以中國傳統經典口味與養身滋補健康為題，持續精進配方，推出具有中國風味的果汁。西式果汁的康師傅果汁與每日 C，則是以提供好喝水果、營養豐富又健康的果汁的策略，持續創新精進產品。

包裝水部分，優悅礦物質水持續以綿密的生產據點與通路配送，提供給客戶與消費者更好的服務。另外推出源自長白山的天然礦泉供消費者選擇，未來將會有更多優質水源生產基地加入，以滿足更廣大的消費者市場。

碳酸飲料部分百事可樂的「把樂帶回家」及「一塊變土豪UTC活動」，美年達的「果味人氣王」年度活動深得年輕人喜愛。百事可樂自2005就是中國可樂的第一品牌，非碳酸飲料的發展對百事飲品事業長期發展至關重要，2014年採取聚焦策略，佳得樂於2014年全國維穩經營，聚焦華南、華東市場的消費者溝通和教育，在穩定產品鋪貨率的同時積極佈局「運動場所」管道，目標卡位專業運動飲料第一品牌。年內純果樂持續推出創新口味，豐富產品線、活化品牌，旗下鮮果粒品牌5月份上市全新蘋果味以來，銷量增長迅速；果繽紛品牌新推出芒果黃桃，也以其獨特的混合口味，受到廣大年輕消費者的青睞！期內純水樂透過新瓶型，新包裝的設計，帶動銷量增長，藉由康師傅設立的綿密生產據點，充分發揮規模綜效降低成本，康百聯合優勢盡顯，快速滿足通路客戶的各種需求，達到強化核心競爭能力的終極目的，打造競爭力。

康師傅通過創建卓有成效的節能節水降耗措施，以及生產工藝與設備進行改善，優化流程，在節能減排、生產效益提升均有突出的表現。建立飲品食安體系，持續強化供應商溯源制度管理，引領行業朝健康持續發展而努力。

2015年底上海迪士尼樂園即將開幕，康師傅飲品控股有限公司和百事可樂公司為戰略合作夥伴，持續規劃有特色與影響力的市場營銷活動，預期讓全世界消費者在上海迪士尼見證中國茶飲料文化，藉此推廣至國際。

2015年中國經濟進入新常態，市場在中央政策下可望轉型，康師傅持續發揮康百聯盟的組織優勢、市場綜效。運用新媒體與新科技，持續進行通路精耕電子化。節能減碳降低成本，強化品類管理，精準迅速應對市場變化，創新產品開發，捕捉更多差異化商機。品牌建設與消費者溝通上，提倡健康運動新生活、堅持生產工藝持續創新、嚴格把關食品安全，提供健康、營養、安全、美味的優質產品，向企業同行、社會、民眾傳遞健康、感動、正能量。

財務分析

本集團在2014年通過對應收、應付帳款、現金與存貨的有效控制，繼續保持穩健的財務結構。於2014年12月31日，本集團的庫存現金及銀行存款為1,183,103千美元，較2013年同期相比，減少了66,787千美元，仍保持著充足的現金持有量。本集團截止2014年12月31日的總資產及總負債分別為9,206,057千美元及5,110,393千美元，分別較2013年同期增加781,736千美元及612,459千美元；負債比例為55.51%，較2013年同期上升了2.12個百分點。

截止2014年12月31日，本集團有息借貸規模為2,628,754千美元，相較於2013年同期，增加了952,475千美元，貸款的主要用途為集團上海運籌中心之物業及生產設備的資本性開支與營運資金的需求。本集團進一步調整貸款結構，人民幣貸款佔比有所上升，令外幣與人民幣貸款的比例為82%:18%，去年同期為88%:12%。長短期的比例為47%:53%，去年同期為39%:61%。由於本集團的交易大部分以人民幣為主，期內人民幣對美元的匯率貶值了2.27%，對本集團造成2014年1-12月滙兌損失共117,740千美元，分別包含收益表內的15,742千美元及外幣換算儲備內的101,998千美元。

財務比率

	截至12月31日止	
	2014年	2013年
製成品周轉期	11.73 日	12.90 日
應收賬款周轉期	8.89 日	8.23 日
流動比率	0.64 倍	0.66 倍
淨負債與資本比率(淨借貸相對於 本公司股東權益比率)	0.48 倍	0.15 倍
負債比率(總負債相對於總資產)	55.51 %	53.39%

人力資源

本集團僱用員工數於2014年12月31日微調為79,003人(2013年底為80,541人)，期望以更精省的組織、更具效率的管理，逐步實現企業目標與願景。秉持集團「弘揚中華飲食文化」的使命、「成為受尊崇的企業」的願景，康師傅持續將人才發展作為企業發展的基石，除不斷完善基本人力資源政策，在選、育、用、留等面向大幅提升集團整體人力資源素質之外，近年來，更將人才發展，以及挖掘、培養潛力員工，置於集團人力資源政策的重中之重，期許為集團在邁入穩步成長期的下個十年裡，鞏固現有人力資源競爭優勢、強化人才素質發展力道，積極為旗下各事業體構築不斷創新、永續成長的堅實基礎。

2014年，人力資源的首要工作目標是為集團培育、發展高素質人才，持續推進接班人梯隊計劃，並落實人才發展路徑。以儲備高階人才計劃為例，儲備總經理／高階人才庫中有高達51%的成員於2014年晉升為營運中心總經理。此外，人才發展計劃還包括定位人才核心能力、引進人才測評系統，並開展各層級教育訓練課程，大幅提升在職主管與潛力人才的領導力與管理力，配合目前的組織與人力結構調整，為集團厚植永續成長的核心競爭力。

如此策略人資作法，本集團於2015年初立足新地標上海運籌中心(W Square)，以嶄新思維面對全新挑戰與機會，邁向下一階段成長新台階的發展策略相互呼應，為康師傅的長期、穩定成長共同做出貢獻。

質量管理

提供安全、營養與健康的高質量食品既是企業責任，也是持續成長的基礎。康師傅不僅是方便面行業的領頭羊，在飲品、糕餅業也佔有舉足輕重的地位；堅持以食品安全管理技術的持續提升為消費者滿意駐防最扎實的保障。在國際級食安支撐團隊下，強化食品安全管理體系，推動供應鏈評估系統、食品防禦和環境監控計劃；與食品相關領域權威專家合作開展原料與工藝中的食安風險診斷，並自建有國際級檢驗能力從未知污染物檢測、攙雜摻假的鑒別，加工副產物基礎研究等方面做好多重確保。持續推動追溯系統信息化建設，提升產品追溯能力；結合源頭管理與流程監控，全力投入，持續提升，為消費者提供最安全、營養與健康的食品。

生產規模

為精進生產效益，康師傅不斷擴大於具發展潛力產品生產規模上、同時優化生產設備，從生產效能上支持集團在國內食品行業的翹楚地位，截止至2014年12月31日，康師傅共有129家生產工廠以及697條生產線投入生產。

於方便麵事業，天津、杭州作為世界最大的單一方便麵工廠已全面投產並配套先進的電腦物流倉儲設備。飲品事業的生產佈局發展策略仍著重於水廠的加速部點，同時針對市場需求，適度投入產能以進一步完善產品的供應網絡。康百整合綜效，於2014年逐步增加碳酸飲料的產能，使得百事碳酸飲料生產據點持續擴大；同時，藉由康師傅包裝水廠佈局的優勢，增加百事純水樂在康飲水廠的代工據點，有效改善空白地區產品供貨的即時性以及降低物流成本。

展望

2014年面對整體經營環境的困難與挑戰，集團業績未如預期；惟各項產品於市場均維持領導地位。面對經濟大環境的持續低迷，消費市場結構的快速洗牌，及營運成本不斷的推升等經營環境的變化，為提升集團整體的績效，同時佈建集團未來可持續的發展，及令集團業績穩健的成長，本集團已於2014年11月1日將原食品事業及飲品事業的總部幕僚功能職位予以合併管理；並於第四季起續步進行組織架構的精簡，以因應快速的環境變遷，達成節流、增效、及創新的三大階段性目標。2015年1月上海運籌中心開始運作，配合培訓與養成多年的高階管理層陸續就位，再加上現代化辦公設備系統效能的提高，將令集團資源的善用與運作更有效率。

展望2015年之經營環境仍將會帶來巨大挑戰，面對景氣趨緩及消費市場的迅速轉變，本集團的整體經營是維持穩健的經營，善控營運成本及資本開支，創新品類／產品，同時加強應變能力，藉此提升團隊的技能，創造綜效，令集團業績可持續成長。我們持續善用堅碩的基建，既有的通路及市場優勢，提升品牌價值，以豐富產品品項；深化銷售渠道及提升滲透力，保持與消費者溝通，刺激人均消耗量，藉以推動銷售成長，從而提升本集團於各產品類別市場的領導地位；同時精進生產效能，嚴控品質，強化組織架構及人才培育，以提升整體營運效益；維持穩健的財務狀況，為日後業務擴張的機遇作好準備。

於食品事業，聚焦加速方便麵品類創新及推出高端產品，同時強化現代型通路及電商通路的經營；方便食品事業側重經營核心產品，並積極研發新產品，藉由產品與品牌的創新，為消費者提供更豐富、安全、美味的產品。於飲品事業將持續鞏固主力產品的市場地位，同時加快創新品類及產品發展，優化終端服務並提升新型通路的操作技巧；百事飲品著重提升供應鏈的綜效，優化通路結構及完善管理系統。

在集團優秀經營團隊和全體員工的共同努力下，在消費者和通路夥伴的支持下，不斷強化「康師傅」品牌的認知度和美譽度，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，以更好的業績回饋社會、回報股東。

企業管治

截至2014年12月31日止期內，本公司已遵守香港聯合交易所有限公司上市規則（「上市規則」）附錄十四所載之「企業管治守則」（「管治守則」），惟關於守則條文第A.2.1條及第A.4.1條有所偏離除外。該等偏離之原因將於下文進一步說明。

守則條文第A.2.1條

根據守則條文第A.2.1條，主席與行政總裁的角色應予區分，不應由一人同時兼任。截止至2014.12.31，魏應州先生同時擔任主席與行政總裁的角色。魏應州先生自1996年公司上市後一直全面負責公司的整體管理工作，而此種安排可以提高本公司的企業決策及執行效率，有助於本公司更高效地進一步發展。為遵守管制守則條文，我們已逐步採取正確的方式對主席與行政總裁進行角色區分。自2013年1月1日起，食品與飲品事業已經委任事業總裁，負責各事業的戰略決策並處理各事業的相關事項。本集團已於2015年1月1日將董事局主席所兼任的執行長職位，指派予原任本集團食品事業執行長的韋俊賢先生接任，隨着韋俊賢先生接任行政總裁，本公司完全遵守管制守則條文的A2.1條。

守則條文第 A.4.1 條

根據守則條文第 A.4.1 條，非執行董事應以指定任期聘任並須接受重選。由於目前本公司之非執行董事及獨立非執行董事並無指定任期，故本公司偏離此條文。然而，根據本公司之公司組織章程細則，所有董事至少每 3 年須輪席退任一次。於每屆股東周年大會上，當時三分之一之在任董事(倘人數並非三之倍數，則最接近但不少於三分之一之人數)須輪值卸任並膺選連任。因此，董事會認為此方面已採取足夠措施確保本公司之企業管治常規可充分保障股東之權益，並符合守則所規定的標準。

本公司將參考企業管治的最新發展定期檢討及提升其企業管治常規。

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財務長監督，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。

瑪澤會計師事務所的工作範圍

本集團之核數師瑪澤會計師事務所已就本集團本年度的初步業績公佈中所列數字與本集團截至 2014 年 12 月 31 日止年度的綜合財務報表所載數字核對一致。瑪澤會計師事務所就此執行的工作不構成根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱聘用準則或香港核證聘用準則而進行的核證聘用，因此瑪澤會計師事務所並無對初步業績公佈發出任何核證。

審核委員會

目前審核委員會成員包括李長福先生、徐信群先生及深田宏先生三位獨立非執行董事，李長福先生為該委員會主席。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先生、李長福先生及深田宏先生三位獨立非執行董事，徐信群先生為該委員會主席。委員會之成立旨在審批本集團董事及高階僱員之薪酬福利組合，包括薪金、花紅計劃及其他長期獎勵計劃。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到業務目標、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數據供內部使用或發表，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、出售或贖回股份

期內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。

購股權計劃

於2008年3月20日舉行的股東特別大會，本公司股東通過採納購股權計劃。有關本公司購股權之安排，詳如下列：

授出日期	授出股數	行使期	行使價 (港元)	魏應州 獲授股數
2008年3月20日	11,760,000	2013年3月21日至 2018年3月20日	\$9.28	2,000,000
2009年4月22日	26,688,000	2014年4月23日至 2019年4月22日	\$9.38	2,816,000
2010年4月1日	15,044,000	2015年4月1日至 2020年3月31日	\$18.57	2,200,000
2011年4月12日	17,702,000	2016年4月12日至 2021年4月11日	\$19.96	2,264,000
2012年4月26日	9,700,000	2017年4月26日至 2022年4月25日	\$20.54	1,368,000
2013年5月27日	11,492,000	2018年5月27日至 2023年5月26日	\$20.16	1,390,000
2014年4月17日	12,718,500	2019年4月17日至 2024年4月16日	\$22.38	1,486,000

截止2014年12月31日止12個月期間，本集團員工共行使7,354,000股，加權平均行使價為9.78港元，行使日之前的加權平均收市價為21.82港元。

股東週年大會

本公司應屆股東週年大會(「股東週年大會」)擬於2015年5月27日舉行。股東週年大會通告將於適當時候於本公司的網站刊載及寄發予本公司股東。

擬派末期股息及暫停辦理股份過戶登記手續

董事會建議就截止2014年12月31日止年度派付本公司末期股息，每股普通股3.57美仙。派息建議待股東於股東週年大會通過，末期股息將於2015年6月16日前後派付。

- (1) 出席股東大會：本公司將於2015年5月22日至2015年5月27日止期間(首尾兩日包括在內)暫停辦理股份登記手續，以便確定可出席大會之股東名單；為確保享有出席大會之權利，所有股份過戶文件連同有關股票，最遲須於2015年5月21日星期四下午4時30分前送達本公司香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室，辦理轉名手續。
- (2) 收取末期股息：本公司將於2015年6月3日至2015年6月5日止期間(首尾兩日包括在內)暫停辦理股份登記手續，以便確定可收取股息之股東名單；為確保享有收取股息之權利，所有股份過戶文件連同有關股票，最遲須於2015年6月2日星期二下午4時30分前送達本公司香港股份過戶登記分處香港證券登記有限公司地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室，辦理轉名手續。

董事局

於本公佈日，魏應州、井田純一郎、吳崇儀、長野輝雄及魏宏名為本公司之執行董事，徐信群、李長福及深田宏為本公司之獨立非執行董事。

承董事會命
主席
魏應州

中國上海，2015年3月23日

網址：<http://www.masterkong.com.cn>

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

* 僅供識別