



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)

截至二零零一年九月三十日止三個月之第三季業績公佈

摘要

二零零一年第三季受到國際經濟情勢的影響，中國的經濟成長已略顯減緩，然而本集團因掌握市場發展趨勢與有效的經營策略，使得本集團仍有相當亮麗的表現。

- 股東應佔溢利為27,501仟美元，較去年同期上升47.94%；
- 本集團毛利率為35.75%，去年同期為34.12%，增長1.63個百分點；
- 每股盈利為0.49美仙，較去年同期每股盈利增長0.16美仙；
- 營業額達2.85億美元，較去年同期上升40.42%；
- 方便麵、糕餅及飲品的營業額分別為157,030仟美元、27,980仟美元及92,130仟美元，各產品別的成長率分別為14.87%、61.80%及108.08%。

二零零一年度第三季業績

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」）截至二零零一年九月三十日止三個月及九個月未經審核簡明第三季財務報告連同二零零零年相對期間之未經審核比較數據。本第三季財務報告未經審核，惟已獲本公司之審核委員會審閱。

簡明綜合收益表

截至二零零一年九月三十日止三個月及九個月

	二零零一年		二零零零年	
	七至九月 (未經審核) 千美元	一至九月 (未經審核) 千美元	七至九月 (未經審核) 千美元	一至九月 (未經審核) 千美元
營業額 (附註2)	285,061	707,770	203,002	545,421
銷貨成本	(183,155)	(467,610)	(133,733)	(372,853)
毛利	101,906	240,160	69,269	172,568
其他收益	3,384	8,862	6,435	15,153
銷售費用	(50,728)	(128,697)	(30,547)	(86,623)
行政費用	(10,729)	(31,076)	(9,120)	(27,097)
其他經營費用	(5,888)	(14,537)	(8,720)	(15,166)
經營溢利 (附註3)	37,945	74,712	27,317	58,835
財務費用 (附註4)	(5,919)	(17,920)	(6,227)	(16,903)
應佔聯營公司 (虧損)/溢利	(723)	(484)	70	(60)
除稅前溢利	31,303	56,308	21,160	41,872
稅項 (附註5)	(2,583)	(6,097)	(1,683)	(4,346)
除稅後一般業務溢利	28,720	50,211	19,477	37,526
少數股東權益	(1,219)	(2,446)	(888)	(1,777)
股東應佔溢利 (附註2)	27,501	47,765	18,589	35,749
每股溢利 (附註6)	0.49美仙	0.85美仙	0.33美仙	0.64美仙

附註：

1. 會計政策

未經審核之簡明綜合第三季賬目（「第三季賬目」）乃根據香港會計師公會頒佈之香港會計實務準則（「香港會計實務準則」）第25號「中期財務報告」（倘適用於簡明第三季賬目），以及香港聯合交易所有限公司上市規則附錄十六而編製。

對編製本第三季賬目有重大影響的新會計政策為香港會計實務準則第9號（經修訂）。此準則說明結算日後事項為結算日至賬目被批准發佈日之間所發生的事項。此準則規定結算日後所公佈或建議派發的股息均不應列為結算日的負債。採用這準則後，本集團於二零零零年十二月三十一日的保留溢利及擬派股息均須重列。

7. 股息

董事會決議不擬派發截至二零零一年九月三十日止九個月之股息（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累計銷售額較去年同期上升11.27%，成長原因主要延續產品創新，例如麵霸120年輕化包裝，珍品改大克重，勁拉麵的上市，都已開花結果，使得營業額有較大幅度的成長。其中尤其以桶麵的暢銷，使碗麵銷售額成長21.27%、另外佔中國整體方便麵市場70%的平價麵市場，銷售額也成長35.35%，是本期成長的主因。

方便麵之累計毛利率為30.52%，與去年同期持平。

糕餅業務

糕餅業務的累計營業額與去年同期比較成長33.80%，其成長的主要來源於增加甜/鹹酥夾心餅乾與「妙芙」蛋糕，提升消費者的可選擇性，使得銷售額有較明顯的成長。米餅則受限於價格競爭，國內銷售量雖有下降，但在外銷市場的拓展上則有明顯的發展，出口量的成長大幅抵消國內市場下降的不利影響。

糕餅之累計毛利率為34.80%，較去年同期下降1.7百分點，但毛利額成長27.56%，毛利率降低主要在於廣州廠復工投產尚未產生規模經濟及外銷毛利率較內銷為低所致。

飲品業務

飲品業務的累計營業額與去年同期比較成長105.67%，其成長的原因在前兩季運用名人代言、音樂行銷結合網絡媒介管道及路演等品牌年輕化的策略，在第三季達到最高點，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。膠瓶裝產品持續熱賣，市場連續出現供不應求的現象。同時延伸口味別並帶動其他包裝別發展，使利樂包及罐裝包裝產品也有良好的表現。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。

飲品之累計毛利率為42.16%，較去年同期上升7.31百分點，除了營業額大幅成長因素外，主要是調整產品結構，提高生產效率所致。

財務運作

於二零零一年九月三十日，本集團總負債為6.09億美元，相對於總資產11.60億美元，負債比例為52.55%。相較於二零零零年十二月三十一日的總負債為5.23億美元，上升了約86,090仟美元，負債比例上升了3.05個百分點。

二零零一年九月三十日長短期貸款相較於二零零零年十二月三十一日上升8,038仟美元。

財務比率概要

	二零零一年 九月三十日	二零零零年 十二月三十一日
製成品週轉期	15.81日	16.47日
應收賬款週轉期	16.13日	17.50日
流動比率	0.82倍	0.69倍
負債比率	52.55%	49.50%

流動性及匯率風險管理

董事們已逐步提高本集團資金的流動性，例如把短期借款轉為長期借款，以緩解本集團的還款壓力。二零零一年九月累計共有102百萬美元的等值人民幣短期貸款已轉為兩年及以上的長

除上述之變動外，在編製本第三季賬目時所採用之會計政策及計算方法與截至二零零零年十二月三十一日止年度之賬目一致。

2. 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分析如下：

	二零零一年		二零零零年	
	七至九月	一至九月	七至九月	一至九月
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
	千美元	千美元	千美元	千美元
方便麵	157,030	431,212	136,706	387,528
糕餅	27,980	67,465	17,292	50,423
飲品	92,130	192,671	44,276	93,678
其他	7,921	16,422	4,728	13,792
合計	<u>285,061</u>	<u>707,770</u>	<u>203,002</u>	<u>545,421</u>

按主要產品劃分之本集團股東應佔溢利／(虧損)分析如下：

	二零零一年		二零零零年	
	七至九月	一至九月	七至九月	一至九月
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
	千美元	千美元	千美元	千美元
方便麵	13,751	34,996	15,016	33,481
糕餅	1,178	(1,002)	(78)	(601)
飲品	14,995	17,566	4,147	(884)
其他	(2,423)	(3,795)	(298)	(1,272)
小計	<u>27,501</u>	<u>47,765</u>	<u>18,787</u>	<u>30,724</u>
非營業(虧損)／溢利	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>(198)</u>	<u>5,025</u>
合計	<u>27,501</u>	<u>47,765</u>	<u>18,589</u>	<u>35,749</u>

3. 經營溢利

經營溢利已扣除下列項目：

	二零零一年		二零零零年	
	七至九月	一至九月	七至九月	一至九月
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
	千美元	千美元	千美元	千美元
折舊及攤提	<u>15,580</u>	<u>47,898</u>	<u>15,141</u>	<u>45,347</u>

4. 財務費用

	二零零一年		二零零零年	
	七至九月	一至九月	七至九月	一至九月
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
	千美元	千美元	千美元	千美元
利息支出：				
需於五年內悉數償還之銀行及其他貸款	5,919	17,920	6,981	21,229
贖回可換股債券之溢利，已扣除費用	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>(754)</u>	<u>(4,326)</u>
	<u>5,919</u>	<u>17,920</u>	<u>6,227</u>	<u>16,903</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澳無應課稅溢利，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。

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呈列如下的已發行之加權平均股數計算。

	二零零一年		二零零零年	
	七至九月	一至九月	七至九月	一至九月
	百萬股	百萬股	百萬股	百萬股
已發行之加權平均股數	<u>5,589</u>	<u>5,589</u>	<u>5,592</u>	<u>5,593</u>

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溢利之數字。

期貨款；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，它的外幣債務在總債務中的比率已從一九九七年底的93%下降到二零零一年九月三十日的43%。

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，除福州將於第四季投產外，其餘所有生產線皆已投產，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、天津、青島、杭州、武漢、重慶、西安、福州和廣州，所有生產線皆已投產，滿足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。然而膠瓶裝系列產品的市場需求量仍大於供給量。

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，本集團還充分利用閒置設備，積極開發外銷市場，外銷業績較以往有大幅的成長。

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著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頂通完成整合，對於成本的降低與業務的提升，對今年下半年以後的業績將有很大的助益。

展望

有效掌握市場發展趨勢，充分發揮集團優勢，本集團仍將延續既定的經營策略與方向，為下一波的高成長而努力，說明如下：

1. 引進策略聯盟夥伴，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，精英精兵；建立勤、廉、能的企業文化；及
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期內之業績。

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

本公司包括證券上市規則附錄16第45段(1)至45段(3)所需的所有資料的截至二零零一年九月三十一日止三個月之業績公告將於此公告刊登後二十一天內，於香港聯合交易所有限公司之網頁<http://www.hkex.com.hk>上刊登。

承董事會命
主席
魏應州

中國天津，二零零一年十一月十三日

網址：<http://www.tingyi.com>

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