



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)

(股份代號：0322)

截至二零零四年六月三十日止六個月之中期業績公佈

摘要

二零零四年上半年，中國國內生產總值(GDP)及社會消費品零售總額，分別較去年同期成長9.7%及12.8%。於第二季度，本集團之整體銷售額較去年同期上升16.43%。但受到方便麵所需主要原材料價格進一步攀升的影響，導致本集團方便麵業務於第二季度之獲利能力大減。透過於四月下旬完成的兩宗策略聯盟案，本集團錄得272,955千美元的資本利得。

本集團於二零零四年上半年業績摘要如下：

- 營業額7.12億美元，較去年同期上升20%；
- 整體毛利率為27.66%，去年同期為27.34%；
- 股東應佔溢利為266,029千美元，較去年同期上升2,112.48%；
- 每股盈利為4.76美仙；去年同期為0.22美仙；
- 方便麵、飲品及糕餅的營業額分別為3.99億美元、2.65億美元及38,386千美元。相較去年同期，各產品別的成长率分別為9.2%、46.99%及6.36%。

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」)截至二零零四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二零零三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

截至二零零四年六月三十日止六個月

| | | 截至六月三十日止六個月 | |
|----------|----|-------------|-----------|
| | | 二零零四年 | 二零零三年 |
| | | (未經審核) | (未經審核) |
| | 附註 | 千美元 | 千美元 |
| 營業額 | 2 | 711,604 | 592,994 |
| 銷貨成本 | | (514,752) | (430,873) |
| 毛利 | | 196,852 | 162,121 |
| 其他收益 | | 1,264 | 710 |
| 其他淨收入 | | 278,081 | 7,894 |
| 分銷費用 | | (156,629) | (117,647) |
| 行政費用 | | (19,446) | (19,642) |
| 其他經營費用 | | (22,283) | (9,162) |
| 經營溢利 | 3 | 277,839 | 24,274 |
| 財務費用 | 4 | (9,616) | (9,628) |
| 應佔聯營公司溢利 | | 1,845 | 1,061 |
| 除稅前溢利 | | 270,068 | 15,707 |
| 稅項 | 5 | (2,197) | (3,461) |
| 除稅後溢利 | | 267,871 | 12,246 |
| 少數股東權益 | | (1,842) | (222) |
| 股東應佔溢利 | | 266,029 | 12,024 |
| 每股溢利 | 6 | 4.76美仙 | 0.22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二零零三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二零零三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分析如下：

| | 截至六月三十日止六個月 | | | |
|-----|-----------------|------------|-----------------|------------|
| | 二零零四年 (未經審核) | | 二零零三年 (未經審核) | |
| | 千美元 | % | 千美元 | % |
| 方便麵 | 399,241 | 56 | 365,622 | 62 |
| 飲品 | 264,927 | 37 | 180,238 | 30 |
| 糕餅 | 38,386 | 5 | 36,091 | 6 |
| 其他 | 9,050 | 2 | 11,043 | 2 |
| 合計 | <u>711,604</u> | <u>100</u> | <u>592,994</u> | <u>100</u> |

按主要產品劃分之本集團分部業績分析如下：

| | 截至六月三十日止六個月 | |
|-----|-----------------|-----------------|
| | 二零零四年 (未經審核) | 二零零三年 (未經審核) |
| | 千美元 | 千美元 |
| 方便麵 | 2,469 | 27,371 |
| 飲品 | 15,061 | 769 |
| 糕餅 | (13,335) | (2,966) |
| 其他 | 273,289 | (1,978) |
| 合計 | <u>277,484</u> | <u>23,196</u> |

註：糕餅的業績含物業、機器及設備之減值10,000千美元（二零零三年：無）。

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 | |
|---------------|-----------------|-----------------|
| | 二零零四年 (未經審核) | 二零零三年 (未經審核) |
| | 千美元 | 千美元 |
| 折舊 | 43,992 | 36,933 |
| 出售附屬公司部份權益之溢利 | (272,955) | — |
| 出售聯營公司部份權益之溢利 | (2,528) | — |
| 物業、機器及設備之減值 | <u>10,000</u> | <u>—</u> |

4. 財務費用

| | 截至六月三十日止六個月 | |
|-------------------|-----------------|-----------------|
| | 二零零四年 (未經審核) | 二零零三年 (未經審核) |
| | 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 | <u>9,616</u> | <u>9,628</u> |

5. 稅項

| | 截至六月三十日止六個月 | |
|---------|-----------------|-----------------|
| | 二零零四年 (未經審核) | 二零零三年 (未經審核) |
| | 千美元 | 千美元 |
| 中國企業所得稅 | <u>2,197</u> | <u>3,461</u> |

開曼群島並不對本集團之收入徵收任何稅項。

由於本集團年內在香港並無應課稅溢利，因此並無作出香港利得稅準備。

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，由首個獲利年度開始，並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15%，及在其後三年獲稅率減半優惠。

6. 每股溢利

每股溢利乃根據股東應佔溢利266,029千美元(二零零三年：12,024千美元)及本期間已發行之加權平均股數5,588,705,360(二零零三年：5,588,705,360)計算。由於行使可換股債券所附之換股權之行使價於本期內及前期內均高於股份之市價，故此並無呈列每股攤薄溢利之數字。

7. 股息

董事會決議不擬派發截至二零零四年六月三十日止六個月之中期股息(二零零三年中期：無)。

管理層討論與分析

方便麵業務

上半年方便麵的整體營業額為399,241千美元，較去年同期上升9.17%，佔本集團總營業額的56%。營業額於第二季度下降5.05%，主要是因為去年同期於非典型肺炎肆虐期間，消費者對方便麵的需求激增，令方便麵於傳統的淡季創出極佳的銷售表現，造成比較基礎增大，今年第二季之銷售則回復淡季常態。綜觀上半年銷售之升幅主要來自容器麵，全品項產品均有不錯的表現，於首季推出的「亞洲精選系列」及「拌麵系列」，持續受到消費者的追捧，有機會創出本集團方便麵另二副品牌，令本集團於容器麵市場的領導地位更形穩固。於袋麵部份，本集團開始將低價麵逐步以OEM（「原廠設備加工」）形式，委由五月正式運作，與中旺集團合組聯營的河北三太子實業有限公司生產，善用中旺集團於經營低價麵的優勢，進一步擴充本集團於低價麵市場的份額；本集團於此合組案之投資金額為30,193千美元並擁有聯營公司50%的股權，聯營公司除生產原中旺集團的產品外，同時可協助本集團生產低價袋面，日後本集團將集中生產較高毛利的容器麵及中高價袋麵。據AC Nielsen 2004年4-5月份零研數據顯示，本集團於中國整體方便麵銷售額及銷售量之市場佔有率分別為40.8%及30.5%，穩守領導地位。

受原材料價格上漲影響，各方便麵廠商的毛利率持續下滑，低價麵廠商紛紛減少銷售量，甚至有被逼停產。上半年本集團方便麵的毛利率為17.56%，較去年同期下跌4.09百分點。期間，棕櫚油及麵粉的價格與去年同期比較，最高曾分別上升至25%及40%以上。上半年方便麵業務之股東應佔虧損為893千美元，去年同期之溢利為21,792千美元，轉盈為虧，主要是因為毛利率下降及行銷費用增加所致。

飲品業務

上半年飲品的整體銷售額較去年同期上升46.99%至264,927千美元，佔本集團總營業額的37%。透過全品牌包裝換新裝、主題廣告宣傳和整合性行銷活動的全面推動，讓消費者對康師傅飲品有不斷推陳出新的驚喜，尤其大瓶裝茶和果汁飲品迅速地開創家庭消費，令本集團飲品業務的旗艦產品持續熱賣。此外，康師傅礦物質水的銷售區域亦持續擴大，於第二季上市的產品包括「勁跑X」運動飲料、「康師傅鮮芒果汁」及「鮮O每日C加勒比櫻桃汁」等新口味，新品類的擴張和創新差異化定位吸引更多消費者，令飲品營業額續創新高。據AC Nielsen 2004年4-5月份零研數據顯示，康師傅即飲茶銷售額之市佔率為47.0%，穩居市場第一位。果汁系列產品於稀釋果汁類別中逐步略蝕市場，取得18.7%的市場佔有率，居市場第二位。

受限於PET膠粒的價格持續處於高位，對飲品毛利仍有一定的影響。惟本集團去年投資高效能的新設備已能全面投產，配合本集團既有的垂直組合生產作業，將可舒緩因原材料價格上漲造成的壓力。上半年度飲品之毛利率為41.37%，與二零零三年同期相比上升0.33百分點；股東應佔溢利為10,500千美元，較去年同期成長919.41%。

糕餅業務

糕餅業務之營業額為38,386千美元，較去年同期上升6.36%，佔本集團營業額的5%。銷售成長主要原因來自於主力產品「3+2」蘇打夾心、妙芙蛋糕及鹹酥夾心；此外，新推產品「蛋黃也酥酥」的市場接受度高，使得本集團在「糕」與「餅」的發展勢頭相當良好。據AC Nielsen 2004年4-5月份調查顯示，康師傅夾心餅乾銷售額之市佔率為23.9%，為市場的第二位。

上半年度糕餅整體毛利率為31.64%，較去年同期成長5.67個百分點。預期糕餅業務之表現，應可逐步改善，期內股東應佔虧損為13,662千美元，去年同期之虧損為3,382千美元，虧損增加的主要原因是本集團於期內作物業、機器及設備減值10,000千美元。

財務運作

於二零零四年六月三十日，本集團的手頭現金及銀行存款為179,087千美元，總負債為5.59億美元，相對於總資產14.22億美元，負債比例為39.31%。相較於二零零三年十二月三十一日的總負債7.12億美元，減少了約1.53億美元，負債比例下降了15.88個百分點。二零零四年六月三十日長短期貸款相較於二零零三年十二月三十一日大幅減少198,865千美元，主要是因為透過於四月下旬完成的兩宗策略聯盟，獲得2.73億美元的資本利得，本集團於六月底前用以償還部份銀行貸款。

財務比率概要

| | 二零零四年 六月三十日 | 二零零三年 十二月三十一日 |
|------------|----------------|------------------|
| 製成品週轉期 | 12.80日 | 12.42日 |
| 應收賬款週轉期 | 16.20日 | 15.20日 |
| 流動比率 | 0.86倍 | 0.78倍 |
| 負債比率 | 39.31% | 55.19% |
| 淨借貸與股東權益比率 | 0.07倍 | 0.60倍 |

由日本朝日啤酒株式會社及伊藤忠株式會社(伊藤忠)合組的AI Beverage Holding Co. Ltd.(AI Beverage)以359,891千美元的代價購入本集團飲品事業的49.995%股權，以及伊藤忠以9,999千美元的代價購入本集團物流事業的49.99%股權的兩項購併案，已於本年四月底完成。因此而錄得的利潤分別為263,997千美元及8,958千美元，已於本年四月底入帳。往後飲品事業及物流事業仍會以合併方式編制經營業績及資產負債；策略聯盟伙伴所佔的部份則以少數股東權益反映。

人力資源

於二零零四年六月三十日，本集團共聘用25,638名僱員（二零零三年十二月三十一日：27,803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。

公司管治

最佳應用守則

本集團截至二零零四年六月三十日止六個月期間內，除了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外，本公司一直遵守香港交易所證券上市規則附錄14所載之最佳應用守則。

審核委員會

根據上市規則附錄14最佳應用守則第14條之要求，本集團已於一九九九年九月成立審核委員會，成員包括徐信群及高捷雄兩位非執行董事。該委員會最近召開之會議乃審議本集團期內之業績。

展望

中國消費者收入持續提高及消費觀念的更新，國內方便食品市場之發展空間將有進一步的成長；然而，面對原材料價格持續高企，導致本集團毛利空間壓縮，預期本集團於下半年度的生產成本仍然受到影響。面對激烈的市場競爭及生產成本持續上漲的壓力下，

本集團將延續既有的經營方向而努力，說明如下：

1. 持續引進食品策略聯盟夥伴與深化中國布點。
2. 透過專業的研發團隊，適時推出具競爭力及高毛利的產品，進一步增加高毛利產品於整體銷售的比重，從而改善本集團的整體毛利。
3. 持續強化品牌的經營、通路精耕及客戶服務。
4. 強化與建構集團物流配送體系，優化集團配送品質與配送成本。
5. 擴大冷藏飲品在華東地區的市場佔有率，並開始擴展華北市場，以建立冷藏通路的能力。
6. 持續精進系統，優化SAP效能，整合B2B作業系統，進一步提升系統管理的效率。

購入、買賣或贖回股份及可換股債券

本期間內本公司並無贖回其任何股份。本期間內本公司或其任何附屬公司概無買賣本公司任何股份及可換股債券。

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37(1)至(6)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<http://www.hkex.com.hk>及本公司網頁www.masterkong.com.cn內。

董事

於本公告日期，本公司之執行董事為魏應州、井田毅、吳崇儀、魏應交、吉澤亮及井田純一郎；獨立非執行董事為高捷雄及徐信群。

承董事會命
主席
魏應州

中國天津，二零零四年八月二十五日

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

* 僅供識別