

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佈之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致之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)

(股份編號：0322)

截至二零一四年六月三十日止六個月 中期業績公佈

摘要

千美元	截至6月30日止3個月			截至6月30日止6個月		
	2014年	2013年	變動	2014年	2013年	變動
• 營業額	2,722,649	2,774,574	↓ 1.87%	5,504,418	5,422,795	↑ 1.51%
• 毛利率(%)	31.78%	30.45%	↑ 1.33 個百分點	31.07%	29.87%	↑ 1.20 個百分點
• 集團毛利	865,393	844,809	↑ 2.44%	1,710,493	1,619,931	↑ 5.59%
• 扣除利息、稅項、 折舊及攤銷前盈利 (EBITDA)	339,228	287,584	↑ 17.96%	703,414	582,570	↑ 20.74%
• 本期溢利	164,129	127,633	↑ 28.59%	336,999	244,734	↑ 37.70%
• 本公司股東應佔溢利	103,547	91,779	↑ 12.82%	231,906	196,655	↑ 17.93%
• 每股溢利(美仙)						
基本	1.85	1.64	↑ 0.21 美仙	4.14	3.52	↑ 0.62 美仙
攤薄	1.84	1.64	↑ 0.20 美仙	4.13	3.50	↑ 0.63 美仙

於2014年6月30日之現金及現金等值物為1,576,991千美元，淨負債與資本比率為0.11倍。

二零一四年中期業績

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2014年6月30日止3個月及6個月未經審核之簡明綜合中期業績報告連同2013年相對期間之比較數據。本集團2014年中期業績報告未經審核，惟已獲本公司之審核委員會審閱。

簡明綜合收益表

截至2014年6月30日止3個月及6個月

		2014年 4至6月 (未經審核) 千美元	2014年 1至6月 (未經審核) 千美元	2013年 4至6月 (未經審核) 千美元	2013年 1至6月 (未經審核) 千美元
營業額	2	2,722,649	5,504,418	2,774,574	5,422,795
銷售成本		(1,857,256)	(3,793,925)	(1,929,765)	(3,802,864)
毛利		865,393	1,710,493	844,809	1,619,931
其他收益及其他淨收入		76,865	109,774	82,386	107,684
分銷成本		(591,573)	(1,105,475)	(626,540)	(1,130,285)
行政費用		(86,670)	(168,770)	(87,757)	(173,934)
其他經營費用		(42,011)	(69,685)	(31,195)	(46,282)
財務費用	5	(10,039)	(20,900)	(8,913)	(19,156)
應佔聯營及合營公司業績		7,929	9,472	4,203	5,779
除稅前溢利	5	219,894	464,909	176,993	363,737
稅項	6	(55,765)	(127,910)	(49,360)	(119,003)
本期溢利		<u>164,129</u>	<u>336,999</u>	<u>127,633</u>	<u>244,734</u>
期內應佔溢利					
本公司股東		103,547	231,906	91,779	196,655
少數權益股東		60,582	105,093	35,854	48,079
本期溢利		<u>164,129</u>	<u>336,999</u>	<u>127,633</u>	<u>244,734</u>
每股溢利	7				
基本		<u>1.85 美仙</u>	<u>4.14 美仙</u>	<u>1.64 美仙</u>	<u>3.52 美仙</u>
攤薄		<u>1.84 美仙</u>	<u>4.13 美仙</u>	<u>1.64 美仙</u>	<u>3.50 美仙</u>

簡明綜合全面收益表

截至2014年6月30日止3個月及6個月

	2014年 4至6月 (未經審核) 千美元	2014年 1至6月 (未經審核) 千美元	2013年 4至6月 (未經審核) 千美元	2013年 1至6月 (未經審核) 千美元
本期溢利	164,129	336,999	127,633	244,734
其他全面收益				
已經或其後可被重分類至損益賬中的項目：				
匯兌差額	12,159	(104,649)	43,022	54,298
可供出售金融資產公允值之變動	—	—	3,951	11,173
於期內出售可供出售金融資產之 重分類調整	—	—	(14,397)	(14,397)
本期其他全面收益	12,159	(104,649)	32,576	51,074
本期全面收益總額	176,288	232,350	160,209	295,808
應佔全面收益				
本公司股東	113,084	155,335	112,903	232,995
少數權益股東	63,204	77,015	47,306	62,813
	176,288	232,350	160,209	295,808

簡明綜合財務狀況表

於2014年6月30日

		2014年 6月30日 (未經審核)	2013年 12月31日 (已經審核)
	附註	千美元	千美元
資產			
非流動資產			
物業、機器及設備		6,103,751	5,485,100
土地租約溢價		332,211	318,961
無形資產		27,681	28,058
聯營公司權益		31,990	29,050
合營公司權益		76,742	80,276
可供出售金融資產		53,720	24,683
遞延稅項資產		52,135	48,105
		<u>6,678,230</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		1,103	4,952
存貨		472,826	480,862
應收賬款	9	345,084	260,427
預付款項及其他應收款項		454,236	413,957
抵押銀行存款		23,940	15,491
銀行結餘及現金		1,553,051	1,234,399
		<u>2,850,240</u>	<u>2,410,088</u>
總資產		<u><u>9,528,470</u></u>	<u><u>8,424,321</u></u>

		2014年 6月30日 (未經審核) 千美元	2013年 12月31日 (已經審核) 千美元
	附註		
股東權益及負債			
股本及儲備			
發行股本		27,999	27,982
股份溢價		58,935	53,431
儲備		2,755,765	2,798,879
		<hr/>	<hr/>
本公司股東應佔權益		2,842,699	2,880,292
少數股東權益		1,084,606	1,046,095
		<hr/>	<hr/>
股東權益總額		3,927,305	3,926,387
		<hr/>	<hr/>
非流動負債			
長期有息借貸		940,812	659,643
其他非流動負債		76,126	262
員工福利責任		29,836	28,186
遞延稅項負責		206,602	184,389
		<hr/>	<hr/>
		1,253,376	872,480
		<hr/>	<hr/>
流動負債			
應付賬款	10	1,468,445	1,251,710
其他應付款項		1,829,130	1,192,428
有息借貸之即期部分		939,875	1,016,636
客戶預付款項		55,734	108,354
稅項		54,605	56,326
		<hr/>	<hr/>
		4,347,789	3,625,454
		<hr/>	<hr/>
總負債		5,601,165	4,497,934
		<hr/>	<hr/>
股東權益及負債		9,528,470	8,424,321
		<hr/>	<hr/>
淨流動負債		(1,497,549)	(1,215,366)
		<hr/>	<hr/>
總資產減流動負債		5,180,681	4,798,867
		<hr/>	<hr/>

簡明綜合財務報告附註：

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布之香港會計準則第34號(「中期財務報告」)編製，此簡明賬目須與截至2013年12月31日止年度之賬目一並閱覽。除採納對本集團運作有關及於2014年1月1日開始生效之本集團年度財務報表之新訂及經修訂香港財務報告準則及詮釋外，編製此簡明中期賬目採用之會計政策及計算方法與編製本集團截至2013年12月31日止年度之賬目所採用者一致。

香港財務報告準則第10號、 香港財務報告準則第12號之修訂本及 香港會計準則第27號(2011年)	投資實體
香港會計準則第32號之修訂本	呈列－抵銷金融資產及金融負債
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39號之修訂本	衍生工具更替及對沖會計之延續
香港國際財務報告詮釋委員會 －詮釋第21號	徵稅

採納該等經修訂之香港財務報告準則及詮釋並無導致本集團之會計政策以及就本期及以往期間匯報之金額出現重大變動。

2. 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。

3. 分部資料(續)

分部資產

	截至2014年6月30日					
	方便麵	飲品	方便食品	其他	內部沖銷	綜合
	(未經審核)	(未經審核)	(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	千美元	千美元
分部資產	3,293,718	5,335,919	155,672	1,478,369	(898,763)	9,364,915
聯營公司權益	—	29,440	2,550	—	—	31,990
合營公司權益	—	56,914	19,828	—	—	76,742
未分配資產						54,823
資產總額						9,528,470
分部負債	1,028,407	3,371,363	57,460	1,958,865	(844,766)	5,571,329
未分配負債						29,836
負債總額						5,601,165

	截至2013年12月31日					
	方便麵	飲品	方便食品	其他	內部沖銷	綜合
	(已經審核)	(已經審核)	(已經審核)	(已經審核)	(已經審核)	(已經審核)
	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	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						29,635
資產總額						8,424,321
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						28,186
負債總額						4,497,934

分部資產包括除可供出售金融資產、按公允價值列賬及在損益賬處理的金融資產、聯營公司權益及合營公司權益外的所有資產。分部負債包括除員工福利責任之相關負債外的所有負債。

4. 營運的季節性因素

每年第二、三季度為飲品業務之銷售旺季，普遍預期較高營業額。當中，於6月至8月份為銷售旺季的高峰期，主要是受惠於炎熱季節之影響，而導致對包裝飲品之需求增加。

5. 除稅前溢利

經扣除下列項目後：

	2014年 4至6月 (未經審核) 千美元	2014年 1至6月 (未經審核) 千美元	2013年 4至6月 (未經審核) 千美元	2013年 1至6月 (未經審核) 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	10,039	20,900	8,913	19,156
其他項目				
折舊	125,671	249,288	112,930	218,141
攤銷	2,058	4,083	1,850	3,753

6. 稅項

	2014年 4至6月 (未經審核) 千美元	2014年 1至6月 (未經審核) 千美元	2013年 4至6月 (未經審核) 千美元	2013年 1至6月 (未經審核) 千美元
本期間稅項－中國企業所得稅				
本期間	44,488	109,008	39,016	99,379
遞延稅項				
產生及轉回之暫時差異淨額	3,694	1,461	3,915	5,772
按本集團於中國之附屬公司 可供分配利潤之預提稅	7,583	17,441	6,429	13,852
本期間稅項總額	55,765	127,910	49,360	119,003

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6月30日止6個月內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，其鼓勵類產業主營業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%）。

根據企業所得稅法，外國投資者從位於中國的外商投資企業所獲得的股息須按照10%的稅率徵收預提稅。該規定於2008年1月1日起生效，適用於2007年12月31日後始累計可供分配利潤。倘中國政府與該外國投資者所處國家或地區政府存在稅收安排，可適用較低稅率。本集團適用稅率為10%。本集團根據各中國附屬公司於2007年後賺取並預期在可見將來中的可供分配利潤的50%而計提相關的遞延稅項負債。若將本集團各中國附屬公司所剩餘50%於2007年後賺取之利潤並預期在可見將來中將不作分配之利潤部分作為分配，此舉須受額外徵稅。由本集團之中國附屬公司所持有之聯營公司和合營公司則不需提列預提稅項。

7. 每股溢利

(a) 每股基本溢利

	2014年 4至6月 (未經審核) 千美元	2014年 1至6月 (未經審核) 千美元	2013年 4至6月 (未經審核) 千美元	2013年 1至6月 (未經審核) 千美元
本公司股東期內應佔溢利(千美元)	<u>103,547</u>	<u>231,906</u>	<u>91,779</u>	<u>196,655</u>
已發行普通股之加權平均股數(千股)	<u>5,597,817</u>	<u>5,597,133</u>	<u>5,593,896</u>	<u>5,593,605</u>
每股基本溢利(美仙)	<u>1.85</u>	<u>4.14</u>	<u>1.64</u>	<u>3.52</u>

(b) 每股攤薄溢利

	2014年 4至6月 (未經審核) 千美元	2014年 1至6月 (未經審核) 千美元	2013年 4至6月 (未經審核) 千美元	2013年 1至6月 (未經審核) 千美元
本公司股東期內應佔溢利(千美元)	<u>103,547</u>	<u>231,906</u>	<u>91,779</u>	<u>196,655</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	5,597,817	5,597,133	5,593,896	5,593,605
本公司購股權計劃之影響	<u>18,815</u>	<u>18,420</u>	<u>16,769</u>	<u>17,687</u>
用於計算每股攤薄溢利之 普通股加權平均數	<u>5,616,632</u>	<u>5,615,553</u>	<u>5,610,665</u>	<u>5,611,292</u>
每股攤薄溢利(美仙)	<u>1.84</u>	<u>4.13</u>	<u>1.64</u>	<u>3.50</u>

8. 股息

董事會決議不擬派發截至2014年6月30日止6個月之股息(2013年：無)。

9. 應收賬款

本集團之銷售大部分為貨到收現，餘下的銷售之信貸期主要為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 6月30日 (未經審核) 千美元	2013年 12月31日 (已經審核) 千美元
0至90天	335,246	248,538
90天以上	9,838	11,889
	<u>345,084</u>	<u>260,427</u>

10. 應付賬款

應付賬款於結算日按發票日期編製之賬齡分析列示如下：

	2014年 6月30日 (未經審核) 千美元	2013年 12月31日 (已經審核) 千美元
0至90天	1,384,993	1,214,761
90天以上	83,452	36,949
	<u>1,468,445</u>	<u>1,251,710</u>

11. 有關中期業績報告之批准

於2014年8月18日，董事會批准此2014年中期業績報告。

管理層討論與分析

2014年上半年中國國內生產總值GDP同比增長7.4%，第二季度同比增長7.5%，居民消費價格指數(CPI)上漲2.3%，其中食品價格上漲3.4%，工業生產者出廠價格同比下降1.8%。期內中國經濟運行總體平穩，而消費意願仍趨保守。

2014年上半年於充滿挑戰的營運環境下，本集團透過堅碩的基建及靈活的行銷策略，中期業績錄得穩健增長。營業額同比上升1.51%至5,504,418千美元，方便麵及飲品的營業額分別同比上升2.05%及2.53%，方便食品下降9.52%。期內受惠部份主要原材料價格下跌及精進生產作業，令毛利率得以改善，上半年集團毛利率同比上升1.20個百分點至31.07%，毛利額上升5.59%。於消費趨於保守的情況下，本集團善控營運成本及市場策略運用得宜，令分銷成本佔營業額的比率同比下降0.76個百分點至20.08%；而期內人民幣對美元的匯率貶值了2.39%，對本集團2014年1至6月之收益表造成10,288千美元之匯兌損失。本集團於2014年上半年之EBITDA上升20.74%至703,414千美元，股東應佔溢利上升17.93%至231,906千美元，淨利潤率上升0.58個百分點至4.21%，每股盈利增加0.62美仙至4.14美仙。

食品事業

方便麵業務

2014年上半年本集團方便麵營業額持續穩定增長，同比上升2.05%至2,033,826千美元，佔集團總營業額的36.95%。根據AC Nielsen資料，2014年上半年方便麵整體市場銷售額衰退1.9%，但本集團方便麵同期仍逆勢成長。然而期間受部份原物料價格持續走高影響，加上透過增潤產品的質與量令消費者受惠，致方便麵事業毛利率同比下降1.89個百分點至27.29%。期內，本集團持續加強對促銷費用的管控，致方便麵事業股東應佔溢利錄得161,230千美元，同比上升4.23%。

根據AC Nielsen最新數據顯示，2014年第二季度「康師傅」方便麵銷售量與銷售額的市場佔有率分別為47.4%和57.1%，同比分別上升3.2個百分點及1.5個百分點，進一步擴大與主競品的市佔差距，穩居市場領先地位。

康師傅紅燒牛肉麵繼今年第一季度進行「新年新希望，贏百萬夢想禮包」O2O(線上到線下)促銷推廣，強化品牌訴求後，於第二季度又在「堅持夢想忠於原味」主題下進行規格滿足化推廣、提升品牌力，並且結合CUBA(中國大學生籃球聯會)為籃球夢想加油，賽事推廣以及主題創意線下活動等持續展開，吸引學生消費族群，給予紅燒牛肉品牌更具年輕時尚感、富有活力的全新面貌，同時又借勢世界盃話題，進行「熬夜看球，要吃紅燒牛肉麵」世界盃網絡傳播，大幅延伸方便麵食用時機。香辣牛肉則趕搭「愛情公寓4」的熱映、順勢推廣，執行明星見面會並結合電視、網絡傳播，再度掀起一股食辣風潮。

在酸菜口味上，除了持續「不止酸爽，超多口味更爽」的差異化訴求，並開展「酸爽行家獎的就是你」促銷活動、活化品牌，繼續提升在高價酸菜口味的市場佔有率。康師傅秘制香菇鹵香系列則持續口味精進及提升毛利並已取得領導性的市場佔有率。

為增強產品知名度及強化「中華飲食文化專家」品牌形象，區域品牌聯合打造了娛樂美食節目《食命必達》。由代言人華少和台灣著名「吃貨」2moro 領銜，在獨家合作平台搜狐視頻播出，整合 SNS、微博、微信等線上資源進行口碑傳播，同時在線下以產品包裝、消費者互動進行終端推廣。活動累計獲得了逾 125 億次的曝光，消費者在網絡及終端的主動參與和分享，又為活動帶來二次傳播，進一步提升了品牌知名度與喜好度，使區域品牌於 2014 年上半年的銷售額呈現雙位數的增長。

除持續鞏固現有產品優勢外，本集團近期亦開始引導麵條口感升級，帶領方便麵產業走出新的方向。首先是乾脆麵的研發與創新，繼去年上市的「脆旋風」帶給消費者香、酥、脆的口感後，今年 2 月份上市的新品「脆寬趣」亦持續帶動休閒麵點的風潮，打造休閒麵食標桿，廣受消費者青睞。第二部分是「麵霸」煮麵的精進，讓消費者在家裡煮麵也能輕鬆享受知名麵館的麵條口感及湯頭，不但滿足了消費者對優質麵條的需求，也樹立了煮麵市場的新典範。第三是新品類「愛鮮大餐」的上市，採用熱風乾燥工藝，保留小麥原味營養並提供鮮切麵口感，加上濃醇營養的牛骨熬製高湯，以及大肉片等豐富配料，以鮮好麵、鮮好湯、鮮好料的要求，滿足市場上消費者對於產品升級、引領潮流的期待，吸引了原本少吃、甚至不吃方便麵的消費者，銷售走勢持續看俏。康師傅在麵條口感上的三箭齊發，讓消費者在短短數分鐘的時間內就能享受到媲美麵館的美味，產品創新所帶來的改變對於喜愛麵食的消費者而言是顯而易見的。

此外，我們在主力口味桶麵也進行了升級，在配料方面帶給消費者「包山包海」的豐富感，除了以往常見的肉及蔬菜外，陸續還加入了蛋粒與蝦球，相信將使方便麵成為麵食類性價比最高的產品，一次滿足消費者對於營養、美味、多種口感的期待與需求。

在這兩大發展主軸之下，現在的方便麵早已脫離以前單純吃飽的印象，本集團方便麵所帶給消費者的色、香、味，以及料豐富、多口感，已與傳統麵食相當，未來將持續朝向這兩個方向推升整體行業。

在生產及管理方面，本集團持續推動物流改善和產銷效益提升專案，優化生產佈局與倉儲管理、精進供應鏈成本，並充分利用移動訪銷系統提升行銷精準度，進一步提升競爭力。

展望 2014 年下半年，為帶動產業良性競爭，康師傅方便麵一方面將更加專注於主力口味桶麵的升級和新品的開發與推廣，帶給消費者更多更好的選擇，繼續提升市場佔有率；一方面視市場的反應，逐步取消搭贈火腿腸，改善毛利，引導方便麵行業朝向良性競爭健康獲利的方向發展。

方便食品業務

受中國經濟增速放緩及傳統餅乾市場持續低迷影響，本集團方便食品事業 2014 年上半年銷售額為 89,672 千美元，較去年同期衰退 9.52%，佔本集團總營業額 1.63%。受上半年主要原物料和人工費用上漲，以及原有糕餅事業銷量衰退、設備稼動率不足等因素影響，方便食品事業毛利率較去年同期下降 1.62 個百分點至 35.27%。另外，方便食品新事業的開辦費於正式運營後開始逐期分攤，影響投資前期損益，但期內利潤虧損仍在預期範圍內。方便食品事業 2014 年上半年整體錄得 10,652 千美元虧損。未來，方便食品業務發展重點將著重於糕餅事業銷量提升，以及新事業投資效益的體現，使方便食品業務轉虧為盈。

根據AC Nielsen最新零研數據顯示，以銷售額為基準，2014年第二季康師傅蛋酥卷的市場佔有率為22.0%，居市場第一位；夾心餅乾的市場佔有率為18.3%，較第一季增長3.0個百分點，居市場第二位。

期內，康師傅3+2夾心餅乾圍繞「清新不甜膩」主題，增加賣場推廣點數持續傳達品牌新主張。「清爽新聲代」促銷活動6月完成總決賽，總計超過1,623萬人次訪問活動頁面；線下活動覆蓋超過50所高校，產品理念已在年輕人中成功傳播開來，帶動產品銷售。妙芙蛋糕「阿狸帶你驚喜尋寶」活動全面展開，運用新媒體技術進行線上抽獎、互動遊戲，線下賣場消費者試吃買贈，以及杭州動漫展異業聯合促銷等，多維度與消費者進行接觸，提升品牌喜好度。康師傅蛋酥卷則因應消費者研究調查數據，持續推出各式產品包裝規格，以滿足消費者在不同時機、場合皆能享用美味之需求。

此外在新事業合作方面，卡樂薯制休閒食品重點品項已穩居薯條品類第一，在重點投資區域華北、華南形成絕對優勢，尤其在北京漲勢明顯。期內，結合世界盃這一全民關注熱點和休閒食品消費高峰，推出「卡樂薯為世界乾杯」主題活動，以官方微博、微信為主陣地吸引受眾參與活動及抽獎，線下與影城合作在北京、上海、廣州三地進行展派活動，更有體感遊戲及變形金剛裝置藝術等，成功塑造卡樂薯價值感、時尚感及流行性。

而和光堂奶粉以及冷藏肉製品處於上市初期，現階段着重調整通路策略與產品組合，探索建立合理有效通路合作模式，拉動業績成長。

展望2014年下半年，隨着新品類多元化，在銷售策略上方便食品事業將持續調整通路經營模式(Go to market Model)，加強借力使力，並聚焦重點區域；在產品佈局上將落實汰弱留強，聚焦重點品項，對核心產品進行升級，使核心重點品類重回成長與獲利趨勢。同時，新事業亦將着力提升品牌認知及通路推廣，注重投資效益、降低虧損。對於原物料價格持續走高帶來的成本壓力，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，並嚴格管控行銷費用，為下半年逐漸改善虧損與業績成長做好準備。

飲料事業

2014年第二季度國內景氣下行，消費力不如預期，加上不穩定天氣的影響，整體飲料市場呈現較低迷的態勢，銷售量同比成長僅3.4%。

上半年本集團飲料業務營業額達到3,332,488千美元，較去年同期上升2.53%，佔集團營業額的60.54%，期內得益於主要原材料PET膠粒及糖價下跌及精進生產流程，令毛利率同比上升3.25個百分點至33.45%，毛利同比上升13.56%；加上善控銷售費用，致飲料事業於上半年的股東應佔溢利同比大幅成長131.58%至93,080千美元。

4月起，康師傅旗下各品牌線上線下活動開始發力，爭取消費者的注視。據AC Nielsen 2014年6月最新監測數據顯示，第二季度以銷售量為基礎，在即飲茶品類(包含奶茶)康師傅與百事的市場佔有率為54.2%，穩居市場首位；整體果汁市場，康師傅與百事的佔有率達到25.6%，居市場第一位。雖然包裝水市場競爭日見激烈，但康師傅與百事取得21.8%的市場佔有率，居市場首位，與主要競爭對手差距進一步拉大。同時，據Canadean 2014年第二季度數據顯示，本集團碳酸飲料的銷量市佔率為34.7%，居市場第二位，其中可樂型口味市佔52.3%，居市場首位。

即飲茶品類，康師傅冰紅茶年度「痛快全城」主題廣告上線，穩固冰紅茶於冰茶市場第一品牌的地位；康師傅冰茶家族新成員——勁涼冰茶系列全新上市，康師傅綠茶推出新包裝，新口味冰糖菊花味上市三個月市場表現強勁。

果汁品類，中式果汁第一品牌康師傅冰糖雪梨，主題廣告和系列推廣活動推高品牌聲量；傳世新飲引領2014酸梅湯美食好搭檔新潮流；傳養果薈蜂蜜柚子透過促銷活動驅動品牌業績進一步增長；每日C新口味蔓越莓上市後取得不俗表現。

包裝水品類，借由楊瀾傳遞「安心喝享健康」的品牌主張，線下贊助了眾多體育活動及公益活動，受到消費者喜愛和讚賞；定位中高端的康師傅天然礦泉水，推出了創新瓶，以「真正健康好水」為品牌核心，向消費傳遞高品質的飲水理念。

百事可樂將持續強化其音樂娛樂的品牌資產，吸引眾多年輕消費者。美年達鞏固多口味擴張策略，穩固果味碳酸第一品牌，其冰鎮西瓜新口味自上市以來更產生熱銷。佳得樂推出全新NBA球星包裝，強化佳得樂運動飲料品牌形象。純水樂以多種規格滿足不同飲用時機的需求，帶動銷量成長。

立頓奶茶聚焦經營，高端的品牌形象及香濃不膩的奶茶，加上正統香醇的紅茶，期待在奶茶市場中經營出一片專屬白領上班族的英倫享受，同時開拓紅茶市場。

第二季度飲料事業精準投放10萬台冰箱，業務代表透過訪銷系統帶動通路經營；供應鏈部分，品質資訊系統上線，於生產過程中即時掌控食品安全訊息；因應長期成長需求，飲料事業啟動高階人才成長專案，以及推進組織生產力提升及效率改善專案。

展望第三季度，飲料事業將全力以赴，把握旺季的銷售機會，多渠道整合營銷，持續經營創新產品，加速培養產品接班梯隊，強化消費者活動的溝通，提升消費者對本集團旗下品牌的喜好；做好產銷協調，確保品質，為市場需求與創新發展做好準備。

同時，為飲料事業長期高效的營運作準備，落實康百聯盟的綜效，年內將持續作出精簡架構的安排，以達至精進運作及善控營運費用的目標，我們深信所制訂的整合計劃，將逐步取得顯著成果。

財務運作

期內，康師傅通過對現金、存貨及應收、應付帳款進行有效控制，滿足了集團營運資金需求，繼續保持穩健的財務結構。

於2014年6月30日，本集團的庫存現金及銀行存款為1,576,991千美元，較2013年12月31日增加了327,101千美元，現金持有量較為充足。總資產及總負債分別9,528,470千美元及5,601,165千美元，分別較2013年12月31日增加1,104,149千美元及1,103,231千美元，負債比例較2013年12月31日上升5.39個百分點至58.78%。

截止2014年6月30日，本集團有息借貸總規模為1,880,687千美元，較2013年12月31日增加了204,408千美元。同時，外幣與人民幣借貸的佔比為91%:9%，去年年底為88%:12%。長短期借貸的比例為50%:50%，去年年底為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2.39%，對本集團造成2014年1-6月匯兌損失共114,937千美元，分別包含收益表內的10,288千美元及外幣換算儲備內的104,649千美元。

財務比率概要

	2014年 6月30日	2013年 12月31日
製成品周轉期	12.33日	12.90日
應收賬款周轉期	9.96日	8.23日
流動比率	0.66倍	0.66倍
負債比率(總負債相對於總資產)	58.78%	53.39%
淨負債與資本比率(淨借貸相對於本公司股東權益比率)	0.11倍	0.15倍

人力資源

截至2014年6月30日，本集團員工人數為76,753人(2013年12月31日：80,541人)。期內，本集團持續完善儲備人力的遴選、培育機制，規劃並落實人才發展通路，穩定人力、深化發展；同時持續推進接班人梯隊計劃與人才發展計劃，實施並深化潛力人才的培養。

企業社會責任

康師傅於2010年啟動「創響新生代」活動，大賽以「小公益，大改變」為主旨，通過網絡平台的選拔，鼓勵兩岸的青年大膽創新，發揮自身想像力和創造力，將「小公益」的理念傳遞給更多的人。挑戰賽的優勝選手，還將贏得康師傅與美國百事公司攜手提供的赴美公益交流的絕佳機會，成為中國公益事業的傳播使者，讓中國的公益熱忱與世界接軌！

自今年3月啟動以來，校園巡講活動已經登陸北京、廣州、上海、西安、蘭州、哈爾濱、天津、台北等地，規模橫跨海峽兩岸22座城市33所高校，與6000多名莘莘學子分享公益熱忱，共彙集來自海峽兩岸的公益提案1679份，內容涉及環保、教育、弱勢群體關愛、文化保護等領域。進入決賽的公益十強將運用康師傅提供的項目實踐獎金開展為期一個月的公益實踐，並於9月在北京聚首，角逐年度「公益達人」稱號。

8月3日雲南省魯甸縣發生6.5級地震，災情嚴重，牽動著每一個中國人的心。在剛得知地震消息時，康師傅控股第一時間成立了由西南區駐地公司組建的救災小組，制定了有系統的救援計劃。並於翌日即開始從昆明工廠運送大批康師傅方便麵及礦物質水，百事冰純水等至災區。

重災區火德紅鎮在震後大面積停水停電，水源污染，各類救災物資匱乏，災後環境極之惡劣。康師傅急難救助車及時抵達，點燃液化汽罐、打開汽油發電機、燒水、泡麵，為受災村民解決了燃眉之急；迅速為受災村民和志願者沖泡出一碗碗熱氣騰騰的泡麵，僅第一天就為受災村民沖泡了960桶方便麵，同時送上康師傅人的愛心和祝願。康師傅急難救助車現在仍穿梭於災區，繼續救災工作。

獎項與榮譽

- 1、 康師傅獲2014年德國品牌協會最佳品牌獎：2014年2月5日，德國品牌協會於慕尼黑舉辦第11次評獎活動，今年首次設立了國際獎並確定中國為主賓國，中國的康師傅榮獲德國品牌協會2014年最佳品牌獎。
- 2、 康師傅榮登2014中國快消品牌50強足跡榜榜首：來自於研究機構Kantar Worldpanel發佈的2014年全球品牌足跡排行榜中的中國快消品品牌足跡TOP50，該榜單涵蓋了食品、飲料、健康與美容和家庭護理類品牌。康師傅、伊利、蒙牛穩佔前三位，
- 3、 康師傅再次奪冠成為中國消費者選擇最多的品牌：凱度消費者指數發佈2013年中國快速消費品市場品牌足跡排行榜，揭曉的榜單顯示出中國品牌繼續領跑、本土品牌趕超國際品牌的趨勢。康師傅再次奪冠，成為中國消費者選擇最多的品牌。數據顯示，康師傅是中國快速消費品市場中消費者規模最大的品牌，2013年有91%以上的城市家庭購買了該品牌。同時康師傅也是購買頻次最多的品牌，去年消費者平均購買次數達到9次以上。據統計，中國消費者選擇購買康師傅品牌超過13億次，消費者觸及數(CRP)比前一年增加了5.6%。
- 4、 工信部發佈2014年C-BPI榜，康師傅方便麵、茶飲料及瓶裝水連續四年獲得第一品牌稱號
- 5、 康師傅摘取中國最具影響力品牌「最佳產品品牌」「最佳食品和飲料品牌」雙桂冠：2014年3月20日「最佳品牌：2014中國品牌排行榜」揭曉中國最具影響力品牌。康師傅成為「最佳產品品牌」的最終贏家，並摘取「最佳食品和飲料品牌」桂冠。

展望

2014年上半年，縱使於消費意欲仍趨保守的市場氣氛下，我們錄得穩健的業績增長。同時進一步鞏固各項產品於市場的領導地位。展望2014下半年之經營環境仍會帶來挑戰，我們將延續既定的經營方向，善用豐碩的基礎，因應市場的變化，作出適度的微調，以期達致集團業績穩健的成長。

於食品事業重點在升級方便麵核心產品，並積極研發新產品，持續引領行業趨勢，帶動市場良性競爭；同時在方便食品方面亦會先專注在糕餅本業上，再逐步推展新事業，並尋求適當機會，透過合併與收購強化方便食品的發展領域，藉由產品與品牌的創新，深度挖掘通路商機，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，加強研發能力並適時推出新產品；進一步整合康師傅與百事中國資源，透過康百聯盟的綜效，積極捕捉發展商機。往後我們繼續通過生產基地與供應鏈的整合，精進營運，嚴格管控產銷成本，產品質量及生產效率，在團隊穩定中增加綜效。

於5月14日，本集團收購Wealth City Investment Limited之協議業經本公司獨立股東於特別股東大會通過。本公司進行此收購項目的主要目的是為了集團以現有基礎繼續發展，而打算在上海增設運籌中心以提升本集團的形象、提高效率及促進國際聯繫。本集團運籌中心物業金額為534,635,000美元，已於收購日認列於物業、機器及設備項下。

企業管治

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常規守則(「舊守則」)經修改及修訂為企業管治守則(「企業管治守則」)，自2012年4月1日起生效。截至2014年6月30日止期內，本公司已遵守舊守則及企業管治守則(於其生效時適用)的守則條文，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。現時魏應州先生身兼本公司主席與行政總裁的職務；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1996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，於2013年1月1日起本集團轄下的食品事業及飲品事業，分別委任兩位事業執行長(行政總裁)，全權負責兩個事業的策略規劃與營運執行，以便確保本公司之企業管治常規符合守則所訂立之規定。

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合資格會計師監督，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。

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6月30日止六個月期間，本集團員工共行使3,308,000股，加權平均行使價為HK\$9.82，行使日之前的加權平均收市價為HK\$21.24。

董事局

於本公佈日，魏應州、井田純一郎、吉澤亮、魏應交、吳崇儀及長野輝雄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

中國天津，2014年8月18日

網址：<http://www.masterkong.com.cn>

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

* 僅供識別