

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2014年9月30日止三個月及九個月之第三季度業績公佈

摘要

千美元	截至9月30日止3個月			截至9月30日止9個月		
	2014年	2013年	變動	2014年	2013年	變動
• 營業額	2,953,923	3,389,762	↓ 12.86%	8,458,341	8,812,557	↓ 4.02%
• 毛利率(%)	32.07%	32.58%	↓ 0.51 個百分點	31.42%	30.91%	↑ 0.51 個百分點
• 集團毛利	947,337	1,104,345	↓ 14.22%	2,657,830	2,724,276	↓ 2.44%
• 扣除利息、稅項、 折舊及攤銷前 盈利(EBITDA)	401,360	471,698	↓ 14.91%	1,104,774	1,054,268	↑ 4.79%
• 本期溢利	205,532	278,453	↓ 26.19%	542,531	523,187	↑ 3.7%
• 本公司股東應佔溢利	159,653	185,891	↓ 14.11%	391,559	382,546	↑ 2.36%
• 每股溢利(美仙)						
基本	2.85	3.32	↓ 0.47 美仙	6.99	6.84	↑ 0.15 美仙
攤薄	2.84	3.31	↓ 0.47 美仙	6.97	6.82	↑ 0.15 美仙

於2014年9月30日之現金及現金等值物為1,452,921千美元，淨負債與資本比率為0.24倍。

二零一四年第三季業績

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9月30日止三個月及九個月未經審核之簡明綜合第三季業績報告連同2013年相對期間之比較數據。本集團2014年第三季業績報告未經審核，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9月30日止3個月及9個月(未經審核)

		2014年 7至9月 千美元	2014年 1至9月 千美元	2013年 7至9月 千美元	2013年 1至9月 千美元
	附註				
營業額	2	2,953,923	8,458,341	3,389,762	8,812,557
銷售成本		(2,006,586)	(5,800,511)	(2,285,417)	(6,088,281)
毛利		947,337	2,657,830	1,104,345	2,724,276
其他收益及其他淨收入		44,270	154,044	51,643	159,327
分銷成本		(598,107)	(1,703,582)	(692,780)	(1,823,065)
行政費用		(68,503)	(237,273)	(93,518)	(267,452)
其他經營費用		(35,740)	(105,425)	(9,655)	(55,937)
財務費用	5	(12,220)	(33,120)	(9,322)	(28,478)
應佔聯營及合營公司業績		4,820	14,292	9,294	15,073
除稅前溢利	5	281,857	746,766	360,007	723,744
稅項	6	(76,325)	(204,235)	(81,554)	(200,557)
本期溢利		205,532	542,531	278,453	523,187
期內應佔溢利					
本公司股東		159,653	391,559	185,891	382,546
少數權益股東		45,879	150,972	92,562	140,641
本期溢利		205,532	542,531	278,453	523,187
每股溢利	7				
基本		2.85 美仙	6.99 美仙	3.32 美仙	6.84 美仙
攤薄		2.84 美仙	6.97 美仙	3.31 美仙	6.82 美仙

簡明綜合全面收益表

截至2014年9月30日止3個月及9個月(未經審核)

	2014年 7至9月 千美元	2014年 1至9月 千美元	2013年 7至9月 千美元	2013年 1至9月 千美元
本期溢利	205,532	542,531	278,453	523,187
其他全面收益(虧損)				
已經或其後可被重分類至損益賬中的項目：				
滙兌差額	38,365	(66,284)	18,571	72,869
可供出售金融資產公允值之變動	2,371	2,371	—	11,173
於期內出售可供出售金融資產 之重分類調整	—	—	—	(14,397)
本期其他全面收益(虧損)	40,736	(63,913)	18,571	69,645
本期全面收益總額	246,268	478,618	297,024	592,832
應佔全面收益				
本公司股東	194,565	349,900	199,543	432,538
少數權益股東	51,703	128,718	97,481	160,294
	246,268	478,618	297,024	592,832

簡明綜合財務狀況表

於2014年9月30日

		2014年 9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		6,254,690	5,485,100
土地租約溢價		345,909	318,961
無形資產		27,493	28,058
聯營公司權益		33,758	29,050
合營公司權益		81,369	80,276
可供出售金融資產		58,987	24,683
遞延稅項資產		51,732	48,105
		<u>6,853,938</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		3,353	4,952
存貨		454,451	480,862
應收賬款	9	332,390	260,427
預付款項及其他應收款項		481,057	413,957
抵押銀行存款		19,078	15,491
銀行結餘及現金		1,433,843	1,234,399
		<u>2,724,172</u>	<u>2,410,088</u>
總資產		<u><u>9,578,110</u></u>	<u><u>8,424,321</u></u>

		2014年 9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		28,015	27,982
股份溢價		64,285	53,431
儲備		2,951,377	2,798,879
		<hr/>	<hr/>
本公司股東應佔權益		3,043,677	2,880,292
少數股東權益		1,136,309	1,046,095
		<hr/>	<hr/>
股東權益總額		4,179,986	3,926,387
		<hr/>	<hr/>
非流動負債			
長期有息借貸		1,208,055	659,643
其他非流動應付款項		70,616	262
員工福利責任		30,459	28,186
遞延稅項負債		213,902	184,389
		<hr/>	<hr/>
		1,523,032	872,480
		<hr/>	<hr/>
流動負債			
應付賬款	10	1,406,590	1,251,710
其他應付款項		1,356,734	1,192,428
有息借貸之即期部分		973,601	1,016,636
客戶預付款項		56,206	108,354
稅項		81,961	56,326
		<hr/>	<hr/>
		3,875,092	3,625,454
		<hr/>	<hr/>
總負債		5,398,124	4,497,934
		<hr/>	<hr/>
股東權益及負債		9,578,110	8,424,321
		<hr/>	<hr/>
淨流動負債		(1,150,920)	(1,215,366)
		<hr/>	<hr/>
總資產減流動負債		5,703,018	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

本集團未經審核第三季業績乃由董事負責編製。該等未經審核第三季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，此簡明帳目須與截至2013年12月31日止年度之帳目一並閱覽。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，編製此簡明第三季帳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日止年度之帳目所採用者一致。

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9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	3,537,422	5,286,049	159,256	1,546,827	(1,128,912)	9,400,642
聯營公司權益	—	31,815	1,943	—	—	33,758
合營公司權益	—	63,339	18,030	—	—	81,369
未分配資產						62,341
資產總額						9,578,110
分部負債	1,164,464	3,230,310	61,161	1,984,606	(1,072,876)	5,367,665
未分配負債						30,459
負債總額						5,398,124

	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 7至9月 (未經審核) 千美元	2014年 1至9月 (未經審核) 千美元	2013年 7至9月 (未經審核) 千美元	2013年 1至9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	12,220	33,120	9,322	28,478
其他項目				
折舊	121,380	370,668	116,620	334,761
攤銷	2,090	6,173	1,915	5,668

6. 稅項

	2014年 7至9月 (未經審核) 千美元	2014年 1至9月 (未經審核) 千美元	2013年 7至9月 (未經審核) 千美元	2013年 1至9月 (未經審核) 千美元
本期間稅項－中國企業所得稅				
本期間	65,313	174,321	67,937	167,316
遞延稅項				
產生及轉回之暫時差異淨額	3,073	4,534	867	6,639
按本集團於中國之附屬公司 可供分配利潤之預提稅	7,939	25,380	12,750	26,602
本期間稅項總額	76,325	204,235	81,554	200,557

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9月30日止9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務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的部份作為分配，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 7至9月 (未經審核)	2014年 1至9月 (未經審核)	2013年 7至9月 (未經審核)	2013年 1至9月 (未經審核)
本公司股東期內應佔溢利(千美元)	<u>159,653</u>	<u>391,559</u>	<u>185,891</u>	<u>382,546</u>
已發行普通股之加權平均股數(千股)	<u>5,601,583</u>	<u>5,598,633</u>	<u>5,594,476</u>	<u>5,593,898</u>
每股基本溢利(美仙)	<u>2.85</u>	<u>6.99</u>	<u>3.32</u>	<u>6.84</u>

(b) 每股攤薄溢利

	2014年 7至9月 (未經審核)	2014年 1至9月 (未經審核)	2013年 7至9月 (未經審核)	2013年 1至9月 (未經審核)
本公司股東期內應佔溢利(千美元)	<u>159,653</u>	<u>391,559</u>	<u>185,891</u>	<u>382,546</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	5,601,583	5,598,633	5,594,476	5,593,898
本公司購股權計劃之影響	<u>16,542</u>	<u>17,799</u>	<u>15,198</u>	<u>16,680</u>
用於計算每股攤薄溢利之 普通股加權平均數	<u>5,618,125</u>	<u>5,616,432</u>	<u>5,609,674</u>	<u>5,610,578</u>
每股攤薄溢利(美仙)	<u>2.84</u>	<u>6.97</u>	<u>3.31</u>	<u>6.82</u>

8. 股息

董事會決議不擬派發截至2014年9月30日止9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 9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	316,699	248,538
90天以上	<u>15,691</u>	<u>11,889</u>
	<u>332,390</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 9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	1,343,800	1,214,761
90天以上	62,790	36,949
	<u>1,406,590</u>	<u>1,251,710</u>

11. 有關第三季業績報告之批准

於2014年11月17日，董事會批准此2014年第三季業績報告。

管理層討論與分析

2014年第三季度國際地緣政治風險增加，美國與歐盟經濟復甦力度下降，新興國家經濟成長放緩。中國第三季度國內生產總值(GDP)同比增長7.3%，增幅為22個季度的新低，1-9月居民消費價格指數(CPI)同比上漲2.1%，其中食品價格上漲3.3%，工業生產者出廠價格同比下降1.6%。國家統計局表示，經濟運行保持總體平穩，穩中有進的發展趨勢，但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。期間房地產行業下行，需求不足，產能過剩，1-9月固定資產投資增速放緩至16.1%。加上前期經濟下行，流動性收縮週期影響消費，「三公」消費與反貪腐政策持續衝擊，消費增速持續放緩。

2014年第三季度本集團營業額同比下跌12.86%至2,953,923千美元，方便麵、飲品的營業額分別同比下跌1.81%及19.95%。期內營運一方面受惠於主要原材料價格下跌及精進生產作業，但同時因異常涼夏天氣影響飲料之銷售，影響集團整體毛利率同比下降0.51個百分點至32.07%，毛利額下跌14.22%。於消費趨於保守的情況下，本集團亦同時善控營運成本，令分銷成本佔營業額的比率同比下降0.19個百分點至20.25%；惟於夏季旺季不旺，加上飲料事業進行整合架構所發生的費用，影響獲利；本集團於2014年第三季度之EBITDA同比下跌14.91%至401,360千美元，股東應佔溢利下跌14.11%至159,653千美元，每股盈利減少0.47美仙至2.85美仙。

食品事業

方便麵業務

根據AC Nielsen數據顯示，第三季度方便麵整體市場銷量同比衰退9.1%，銷額同比衰退4.4%，本集團方便麵受整體行業表現不佳的影響，營業額雖比市場表現略好，但仍較去年同期略為衰退1.81%至1,132,083千美元，佔集團總營業額的38.32%。期內本集團領先行業將桶麵料豐升級帶動價格上漲，並視市場反應逐步取消搭贈火腿腸，引導行業趨向健康獲利的良性競爭，致方便麵事業毛利率同比上升0.04個百分點至29.81%。本集團持續加強對促銷費用的管控及使用效率的提升，致方便麵事業股東應佔溢利錄得119,174千美元，同比成長10.14%。

根據AC Nielsen最新數據顯示，2014年第三季度「康師傅」方便麵銷售量與銷售額的市場佔有率分別為47.2%和56.4%，同比分別上升1.5個百分點及0.4個百分點，繼續保持與主競品的市佔差距，穩居市場領先地位。

紅燒牛肉麵持續在「堅持夢想忠於原味」主題下進行規格滿足化推廣，並和【中國夢之聲】綜藝欄目合作，線上、線下結合全面曝光。同時《加料篇》TVC投放，強化料豐信息告知。

在酸菜口味上，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，提升在酸菜口味的市場佔有率。康師傅秘制香菇鹵香系列持續口味精進，繼續保有領導性的市場佔有率。

西紅柿雞蛋打鹵麵由華北拓展至全國上市，以其濃郁口感、寬薄麵條、豐富菜碼的打鹵特色帶給消費者更多滿足，再次開創區域性口味走向全國之路。老壇泡椒品牌拓展至華北及西北區域上市。

新產品愛鮮大餐7月在上海造勢活動，9月借勢電影《一生一世》的娛樂影響力，展開網絡聯合傳播，品牌知名度提升，康師傅創新形象受到消費者認可，銷量、單點賣力穩步提升，成功吸引不吃或少吃方便麵消費族群的關注與購買。

中價桶麵料豐升級，滿足實惠型市場需求。乾脆麵於開學檔期加力經營，香爆脆和脆旋風開啟「搶夢幻豪禮，贏再來一包」推廣活動，銷量再創新高。脆系列推出10克派樣包加大消費者嘗試率，同時提升通路利潤，產品更具零食感，受到消費者持續好評。

生產管理方面推動二代工廠人力管理成本精進專案、自動化專案、量差改善專案，持續精進生產成本；香爆脆持續工廠佈局，毛利改善專案取得成效，增加了產品競爭力；人員管理方面啟動專項培訓，持續提升工廠幹部管理能力。

展望2014年第四季度，康師傅方便麵將持續專注桶麵主力口味產品的升級並加大對新品的開發與推廣，以消費者為中心、尋求技術與產品的創新，為整體行業創造良性競爭的有利條件。同時，本集團將更加嚴格把控食品安全，做好內部品質檢查，進一步加強對供應商及其上游之溯源管理與廢棄物處理等一系列控管措施，確保食品安全無虞。

方便食品業務

在經濟下行壓力較大的背景下，傳統餅乾市場持續低迷，本集團方便食品事業2014年第三季度銷售額為47,330千美元，較去年同期衰退13.85%，佔本集團總營業額1.60%。受第三季度原有糕餅業務餅乾類產品銷量持續衰退、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2.2個百分點至36.19%。另外，由於方便食品新事業仍處於前期投資運營階段，開辦費的分攤以及建立消費者品牌認知投入等影響投資損益，但期內虧損仍在預期範圍內。方便食品事業2014年第三季度整體錄得4,125千美元虧損。

根據AC Nielsen最新零研數據顯示，以銷售額為基準，2014年第三季康師傅蛋酥卷的市場佔有率為23.7%，居市場第一位；夾心餅乾的市場佔有率為16.2%，居市場第二位。

期內糕餅業務方面，康師傅3+2夾心餅乾持續圍繞「清新不甜膩」主題，增加賣場推廣點數；蘇打夾心9月在產品餅體、夾心、包裝各方面全面升級上市；康師傅妙芙蛋糕運用新媒體技術進行在線抽獎、互動遊戲及線下多維度推廣活動與消費者進行接觸，帶動銷售；康師傅蛋酥卷推出「有獎100%，親友一起享」消費者活動，同時與異業合作，溝通「活力新早餐」食用時機。

在新事業合作方面，卡樂薯製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、華南市場份額高達90%，期間繼續透過官方微博、微信推廣及進行消費者試吃買贈活動，擴大卡樂薯品牌知名度，帶動銷售。和光堂奶粉以及冷藏肉製品本季持續聚焦華東，發展有效營銷模式，以建立有效通路合作夥伴，推展業績成長。此外，合資公司康全(杭州)食品有限公司，將於第四季度首先在華東地區推出品牌為「MINTIA 酷活」的薄荷糖，以期在糖果類市場佔據一席之地。

展望未來，方便食品業務重點仍將著重於糕餅核心產品的創新及發展，提升核心產品的品質和包裝，以產品規格多元化滿足不同消費群體的需求；新事業則透過品牌知名度的建立及持續開發與測試新產品，以增加消費者嘗試意願，並投資門店消費者活動，增加與目標消費群互動之機會，提升業績成長。方便食品業務將持續精進生產以提升毛利率，嚴格管控銷售費用；聚焦重點區域，改善通路經營模式(Go to market Model)，同時積極拓展電商渠道，以「聚焦」策略促使營運逐漸轉虧為盈。

飲料事業

第三季度由於消費力不如預期，加上天雨及涼夏影響，整體飲料市場呈現較低迷的態勢，銷售量同比衰退3.5%。本集團飲料業務於第三季度營業額為1,729,044千美元，較去年同期下跌19.95%，佔集團營業額的58.53%，期內主要原材料PET膠粒及糖價下跌，惟因銷售下跌影響設備稼動率，令毛利率同比下降0.66個百分點至33.41%，毛利同比下跌21.50%；以及整合架構所發生的費用，加上去年同期受惠於酷熱炎夏的極佳表現，比較基礎較高，導致飲料事業於第三季度的股東應佔溢利同比下跌53.32%至37,430千美元。

據AC Nielsen 2014年9月最新監測數據顯示，第三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56.0%，穩居市場首位；於整體果汁市場，康師傅與百事的佔有率達到25.7%，佔據市場第一位；雖然包裝水市場競爭日漸激烈，但康師傅與百事取得21.9%的市場佔有率，佔據市場第一位，與主要競爭對手差距進一步拉大。同時，據Canadean 2014年第三季度數據顯示，本集團碳酸飲料的銷量市佔率為36.1%，居市場第二位，其中可樂型口味市佔53.1%，居市場首位。

即飲茶品類，康師傅冰紅茶以「夠痛快」個性化溝通傳遞品牌主張，強化品牌喜好；綠茶借由「炫彩跑」活動推廣及新口味「冰糖菊花」帶動銷售成長；茉莉清茶延續優雅浪漫的品牌個性溝通，佔據茉莉茶品類絕對領導地位。奶茶品類，經典奶茶順應消費潮流，推出香濃核桃味奶茶，同時提升罐裝包裝質感，以濃香罐裝主打熱飲時機，同時開發濃香罐禮盒裝奶茶開拓節慶送禮時機。

果汁品類，中式果汁第一品牌康師傅冰糖雪梨，通過系列推廣活動不斷推高品牌聲量；傳養果薈蜂蜜柚子透過促銷驅動品牌業績進一步增長；傳世新飲持續引領2014酸梅湯美食好搭檔新潮流。

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，以「真正健康好水」為品牌核心，向消費者傳遞高品質的飲水理念。

百事可樂藉由群星打造「百事動起來」主張，強化音樂娛樂的品牌資產，緊接推出「瓶瓶有天貓紅包，一塊變土豪」促銷活動，持續吸引年輕消費者。美年達持續多口味擴張策略，穩固果味碳酸第一品牌，蜂蜜柚子新口味上市，給消費者更多口味選擇，與西瓜口味協力，拉動銷售增長。

佳得樂強化專業運動飲料品牌形象，為消費者打造草根籃球國度，構建佳得樂品牌與消費者互動平台。

純果樂借助鮮果粒蘋果味、果繽紛芒果黃桃味的新口味上市及果繽紛「加量不加價」，提升產品力，推動旺季銷量。同時結合線上網絡營銷項目以及戶外候車廳投放、大規模贈飲進一步推廣，吸引消費者、提升品牌競爭力。純水樂推動新瓶型新包裝全國上市，借力旺季促銷，提升渠道分銷及終端滲透。

立頓奶茶重新上市，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。

隨著經濟政策轉向穩增長，展望第四季度，貨幣政策寬鬆，房地產有回暖跡象，為消費力注入活水，飲料事業於此時推出核桃味經典奶茶，滿足追求健康、自然、高品質、獨特的需求，搭配暖櫃的投放，寒冬送暖，運用數位行銷的創新推廣，感動消費者，觸動人心，提升品牌喜好度，為2015年的新市場環境打好基礎。百事飲品方面將持續進行品牌集中、品牌強化，產品結構也持續優化，並就組織及人員的穩定給予支持，可以透過產品與品牌力的提升，以及組織與系統的強化，讓百事飲品的營收與利潤有較大幅度的提升空間。

財務運作

期內，康師傅通過對現金、存貨及應收、應付賬款進行有效控制，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9月30日，本集團的庫存現金及銀行存款為1,452,921千美元，較2013年12月31日增加了203,031千美元，現金持有量較為充足。總資產及總負債分別為9,578,110千美元及5,398,124千美元，分別較2013年12月31日增加1,153,789千美元及900,190千美元，負債比例較2013年12月31日上升2.97個百分點至56.36%。

截止2014年9月30日，本集團有息借貸總規模為2,181,656千美元，較2013年12月31日增加了505,377千美元。同時，外幣與人民幣借貸的佔比為90%:10%，去年年底為88%:12%。長短期借貸的比例為55%:45%，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1.46%，對本集團造成2014年1-9月匯兌損失共74,335千美元，分別包含收益表內的8,051千美元及外幣換算儲備內的66,284千美元。

財務比率概要

	2014年 9月30日	2013年 12月31日
製成品周轉期	11.34日	12.90日
應收賬款周轉期	9.57日	8.23日
流動比率	0.70倍	0.66倍
負債比率(總負債相對於總資產)	56.36%	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)	0.24倍	0.15倍

人力資源

截至2014年9月30日，本集團員工人數為78,283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

康師傅創新挑戰賽

通過公益訓練營、公益實踐、複賽等環節，康師傅創新挑戰賽於9月初決選出本年度公益達人，「幸運麵包」項目以其創新性、以及良好商業運作模式問鼎2014年冠軍。今年，康師傅創新挑戰賽屆滿五周年，借此契機也邀集各屆參賽選手出席康師傅青年公益論壇與頒獎典禮，共有50家左右的媒體進行跟蹤報道，同時啟動台灣專案，邀請台灣社企流擔任賽事策略夥伴，持續推動賽事在兩岸三地的影響力。本集團將提供冠軍選手赴美國百事基金會進行公益交流的機會，並持續推動康師傅青年公益論壇，不斷擴大康師傅創新挑戰賽的影響力。

8月初雲南省魯甸縣發生6.5級地震，災情嚴重，本集團除了迅速運送大批康師傅方便麵及礦物質水、百事冰純水至災區外，康師傅急難救助車亦及時抵達，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。康師傅急難救助車於災後仍穿梭於災區，繼續救災工作。

獎項與榮譽

- 1、 7月10日，波士頓諮詢公司(BCG)發佈《2014年BCG本土50強巨擘企業：康師傅控股入選榜單》。入選企業能與跨國企業的競爭中勝出，在於他們對本地客戶有著深入的了解，能夠發現新的客戶群體、客戶未得到滿足的需求以及本地客戶的特點和習慣，而這些通常是跨國公司不具備的特質。
- 2、 8月23日《福布斯》發佈2014年亞洲十大創新企業，康師傅控股位列第六。8月26日《福布斯》發佈全球100家最具創新力公司，康師傅控股位列第25位。在這份排行榜中，所有公司的創新溢價(Innovation Premium)都是根據各公司未來的創新成果(新的產品，服務和市場)對其股價的影響來計算的。進入該排行榜的公司其市值必須達到100億美元以上，至少有2.5%的營收是用於研發，而且有連續七年的公開數據。
- 3、 9月3日在《第十四屆方便食品大會》上，康師傅控股榮獲「產品創新」、「最受喜愛的方便美食」及「最佳展台」三項大獎。
- 4、 9月24日世界品牌實驗室發佈對亞洲品牌的影響力進行測評的結果，康師傅入選2014年亞洲品牌500強。
- 5、 10月14日，國家統計局中國統計信息服務中心(CSISC)發佈了《2014年第二季度中國方便麵品牌口碑研究報告》，康師傅以品牌口碑度、品牌知名度、質量認可度、消費者互動度、企業美譽度、產品好評度等六個方面的綜合表現突出，榮登榜首。
6. 11月1日於北京舉行的大學生至愛品牌頒獎晚會上，康師傅品牌榮獲玖玖至愛品牌及大學生至愛方便麵品牌兩項大獎。

展望

2014年第三季度，面對整體經營環境的困難與挑戰，整體消費市場意願持續保守，集團業績未如預期；惟各項產品於市場均維持領導地位。展望2014年第四季之經營環境仍將會帶來挑戰，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，以期達致集團穩健的營運。

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；這一策略在過去的三個季度續步執行，成效漸見，我們將繼續此核心策略。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。

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。未來，透過上海運籌中心的布建完成，及培訓與養成多年的高階管理層陸續就位，再加以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。

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9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。本集團擬將董事局主席所兼任的執行長職位指派予適當人選以符合守則條文第A.2.1條之規定。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。

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9月30日止九個月期間，本集團員工共行使6,538,000股，加權平均行使價為HK\$9.83，行使日之前的加權平均收市價為HK\$21.72。

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11月17日

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

* 僅供識別