

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)

**截至二零一五年三月三十一日止三個月  
第一季業績公佈**

**摘要**

千美元	截至3月31日止3個月		
	2015年	2014年	變動
• 營業額	2,321,179	2,781,769	↓ 16.56%
• 毛利率(%)	31.66%	30.38%	↑ 1.28 個百分點
• 集團毛利	734,870	845,100	↓ 13.04%
• 扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(EBITDA)	329,724	364,186	↓ 9.46%
• 本期溢利	133,777	172,870	↓ 22.61%
• 本公司股東應佔溢利	107,014	128,359	↓ 16.63%
• 每股溢利(美仙)			
基本	1.91	2.29	↓ 0.38 美仙
攤薄	1.91	2.29	↓ 0.38 美仙

於2015年3月31日之現金及現金等值物為1,940,613千美元，相較2014年12月31日增加757,510千美元，淨負債與資本比率為0.21倍。

**二零一五年第一季業績**

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2015年3月31日止3個月未經審核之簡明綜合第一季業績報告連同2014年相對期間之比較數據。本集團2015年第一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2015年3月31日止3個月

		2015年 1至3月 (未經審核) 千美元	2014年 1至3月 (未經審核) 千美元
	附註		
營業額	2	2,321,179	2,781,769
銷售成本		(1,586,309)	(1,936,669)
毛利		734,870	845,100
其他收益及其他淨收入		25,049	32,909
分銷成本		(430,935)	(513,902)
行政費用		(82,360)	(82,100)
其他經營費用		(37,703)	(27,674)
財務費用	5	(15,008)	(10,861)
應佔聯營及合營公司業績		3,697	1,543
除稅前溢利	5	197,610	245,015
稅項	6	(63,833)	(72,145)
本期溢利		<u>133,777</u>	<u>172,870</u>
應佔溢利			
本公司股東		107,014	128,359
少數權益股東		26,763	44,511
本期溢利		<u>133,777</u>	<u>172,870</u>
每股溢利	7		
基本		<u>1.91 美仙</u>	<u>2.29 美仙</u>
攤薄		<u>1.91 美仙</u>	<u>2.29 美仙</u>

簡明綜合全面收益表

截至2015年3月31日止3個月

	2015年 1至3月 (未經審核) 千美元	2014年 1至3月 (未經審核) 千美元
本期溢利	133,777	172,870
其他全面(虧損)收益		
其後可被重分類至損益賬中的項目：		
滙兌差額	(1,798)	(116,808)
可供出售金融資產公允值之變動	701	—
本期其他全面虧損	(1,097)	(116,808)
本期全面收益總額	<u>132,680</u>	<u>56,062</u>
應佔全面收益		
本公司股東	106,756	42,251
少數權益股東	25,924	13,811
	<u>132,680</u>	<u>56,062</u>

簡明綜合財務狀況表

於2015年3月31日

		2015年 3月31日 (未經審核)	2014年 12月31日 (已經審核)
	附註	千美元	千美元
<b>資產</b>			
<b>非流動資產</b>			
物業、機器及設備		5,879,576	5,859,905
土地租約溢價		742,054	737,387
無形資產		27,116	27,305
聯營公司權益		33,031	31,973
合營公司權益		76,770	74,153
可供出售金融資產		99,675	79,052
遞延稅項資產		51,759	53,009
		<u>6,909,981</u>	<u>6,862,784</u>
<b>流動資產</b>			
按公允價值列賬及在損益賬處理的金融資產		2,438	2,352
存貨		383,031	386,958
應收賬款	9	246,028	238,239
預付款項及其他應收款項		517,920	532,621
抵押銀行存款		9,910	12,203
銀行結餘及現金		1,930,703	1,170,900
		<u>3,090,030</u>	<u>2,343,273</u>
<b>總資產</b>		<u><u>10,000,011</u></u>	<u><u>9,206,057</u></u>

		2015年 3月31日 (未經審核) 千美元	2014年 12月31日 (已經審核) 千美元
	附註		
<b>股東權益及負債</b>			
<b>股本及儲備</b>			
發行股本		28,021	28,019
股份溢價		66,072	65,421
儲備		3,049,073	2,940,117
		<hr/>	<hr/>
本公司股東應佔股本及儲備總額		3,143,166	3,033,557
少數股東權益		1,088,031	1,062,107
		<hr/>	<hr/>
<b>股東權益總額</b>		4,231,197	4,095,664
		<hr/>	<hr/>
<b>非流動負債</b>			
長期有息借貸		1,272,978	1,246,720
員工福利責任		29,022	28,702
遞延稅項負債		206,636	198,487
		<hr/>	<hr/>
		1,508,636	1,473,909
		<hr/>	<hr/>
<b>流動負債</b>			
應付帳款	10	1,062,142	896,131
其他應付款項及已收押金		1,132,669	1,233,472
有息借貸之即期部分		1,338,716	1,382,034
客戶預付款項		676,262	100,522
稅項		50,389	24,325
		<hr/>	<hr/>
		4,260,178	3,636,484
		<hr/>	<hr/>
<b>總負債</b>		5,768,814	5,110,393
		<hr/>	<hr/>
<b>股東權益及負債</b>		10,000,011	9,206,057
		<hr/>	<hr/>
<b>淨流動負債</b>		(1,170,148)	(1,293,211)
		<hr/>	<hr/>
<b>總資產減流動負債</b>		5,739,833	5,569,573
		<hr/>	<hr/>

簡明綜合股東權益變動表

2015年3月31日止3個月

	本公司股東權益					
	發行股本	股份溢價	儲備	股本及儲備	少數	股東
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	股東權益	權益總額
千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	
於2014年1月1日	27,982	53,431	2,798,879	2,880,292	1,046,095	3,926,387
本期溢利	—	—	128,359	128,359	44,511	172,870
其他全面虧損						
匯兌差額	—	—	(86,108)	(86,108)	(30,700)	(116,808)
其他全面虧損總額	—	—	(86,108)	(86,108)	(30,700)	(116,808)
本期全面收益總額	—	—	42,251	42,251	13,811	56,062
與本公司股東之交易						
投資與分配						
權益結算股份支付之款項	—	—	1,969	1,969	—	1,969
根據狗股權計劃發行之股份	1	160	(42)	119	—	119
與本公司股東之交易總額	1	160	1,927	2,088	—	2,088
於2014年3月31日	27,983	53,591	2,843,057	2,924,631	1,059,906	3,984,537

簡明綜合股東權益變動表

2015年3月31日止3個月

	本公司股東權益				少數 股東權益 (未經審核) 千美元	股東 權益總額 (未經審核) 千美元
	發行股本	股份溢價	儲備	股本及儲備		
	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元		
於2015年1月1日	28,019	65,421	2,940,117	3,033,557	1,062,107	4,095,664
本期溢利	—	—	107,014	107,014	26,763	133,777
其他全面收益(虧損)						
匯兌差額	—	—	(959)	(959)	(839)	(1,798)
可供出售金融資產 公允值之變動	—	—	701	701	—	701
其他全面收益(虧損)總額	—	—	(258)	(258)	(839)	(1,097)
本期全面收益總額	—	—	106,756	106,756	25,924	132,680
與本公司股東之交易						
投資與分配						
權益結算股份支付之款項	—	—	2,316	2,316	—	2,316
根據購股權計劃發行之股份	2	651	(116)	537	—	537
與本公司股東之交易總額	2	651	2,200	2,853	—	2,853
於2015年3月31日	28,021	66,072	3,049,073	3,143,166	1,088,031	4,231,197

簡明綜合現金流量表

截至2015年3月31日止3個月

	2015年 1至3月 (未經審核) 千美元	2014年 1至3月 (未經審核) 千美元
<b>經營活動</b>		
經營活動所得現金	1,043,463	931,280
已繳中國企業所得稅	(28,358)	(49,239)
已繳利息	(14,703)	(10,568)
<b>經營活動所得現金淨額</b>	<u>1,000,402</u>	<u>871,473</u>
<b>投資活動</b>		
已收利息	11,824	17,231
購入可供出售金融資產	(19,903)	(4,790)
購入物業、機器及設備	(167,354)	(213,996)
已付土地租約溢價	(50,419)	(15,896)
出售一間附屬公司所得現金淨額	—	19,916
其他	102	9,487
<b>投資活動所用現金淨額</b>	<u>(225,750)</u>	<u>(188,048)</u>
<b>融資活動</b>		
新增銀行貸款	309,415	185,351
償還銀行貸款	(326,522)	(207,005)
其他	537	121
<b>融資活動所用現金淨額</b>	<u>(16,570)</u>	<u>(21,533)</u>
<b>現金及現金等值物之增加</b>	<u>758,082</u>	<u>661,892</u>
於1月1日之現金及現金等值物	1,183,103	1,249,890
滙率變動之影響	(572)	(31,518)
<b>於3月31日之現金及現金等值物</b>	<u><u>1,940,613</u></u>	<u><u>1,880,264</u></u>
<b>現金及現金等值物結餘分析：</b>		
銀行結餘及現金	1,930,703	1,868,121
抵押銀行存款	9,910	12,143
	<u><u>1,940,613</u></u>	<u><u>1,880,264</u></u>



簡明綜合財務報告附註：

1. 編製基準及會計政策

本集團未經審核第一季業績乃由董事負責編製。該等未經審核第一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2014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2015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註釋外，編製此簡明第一季帳目採用之會計政策及計算方法與編製本集團截至2014年12月31日止年度之帳目所採用者一致。

香港會計準則第19號之修訂本(2011)	界定福利計劃－員工供款
香港財務報告準則	2010年至2012年週期之年度改進
香港財務報告準則	2011年至2013年週期之年度改進

採納該等經修訂之香港財務報告準則及註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

#### 分部業績

	截至2015年3月31日止3個月					
	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
<b>營業額</b>						
外來客戶收益	1,000,038	1,260,216	37,493	23,432	—	2,321,179
分部間之收益	19	37	44	31,200	(31,300)	—
分部營業額	<u>1,000,057</u>	<u>1,260,253</u>	<u>37,537</u>	<u>54,632</u>	<u>(31,300)</u>	<u>2,321,179</u>
分部業績(已扣除財務費用)	133,899	64,432	(2,628)	(1,678)	21	194,046
應佔聯營公司及 合營公司業績	—	6,114	(2,417)	—	—	3,697
未分配之淨支出	—	—	—	(133)	—	(133)
除稅前溢利(虧損)	133,899	70,546	(5,045)	(1,811)	21	197,610
稅項	(39,711)	(24,020)	—	(102)	—	(63,833)
本期之溢利(虧損)	<u>94,188</u>	<u>46,526</u>	<u>(5,045)</u>	<u>(1,913)</u>	<u>21</u>	<u>133,777</u>
	截至2014年3月31日止3個月					
	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
<b>營業額</b>						
外來客戶收益	1,149,795	1,554,294	53,163	24,517	—	2,781,769
分部間之收益	14	67	36	20,700	(20,817)	—
分部營業額	<u>1,149,809</u>	<u>1,554,361</u>	<u>53,199</u>	<u>45,217</u>	<u>(20,817)</u>	<u>2,781,769</u>
分部業績(已扣除財務費用)	138,637	115,115	(753)	(7,777)	(385)	244,837
應佔聯營公司及 合營公司業績	—	4,739	(3,196)	—	—	1,543
未分配之淨支出	—	—	—	(1,365)	—	(1,365)
除稅前溢利(虧損)	138,637	119,854	(3,949)	(9,142)	(385)	245,015
稅項	(35,575)	(36,322)	169	(417)	—	(72,145)
本期之溢利(虧損)	<u>103,062</u>	<u>83,532</u>	<u>(3,780)</u>	<u>(9,559)</u>	<u>(385)</u>	<u>172,870</u>

分部資料按內部慣常呈報給本公司之營運決策者之財務資料編製，營運決策者並依據該等資料作出經營分部資源分配決定及評估表現。本集團之執行董事就經營分部之本期間之溢利及扣除稅項及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)，用作資源分配及表現評估用途。

### 3. 分部資料(續)

#### 分部資產

	截至2015年3月31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	3,476,509	5,978,572	147,697	1,280,599	(1,095,280)	9,788,097
聯營公司權益	—	32,164	867	—	—	33,031
合營公司權益	—	62,942	13,828	—	—	76,770
未分配資產						102,113
<b>資產總額</b>						<b>10,000,011</b>
分部負債	978,070	4,017,131	52,364	1,727,648	(1,035,421)	5,739,792
未分配負債						29,022
<b>負債總額</b>						<b>5,768,814</b>

	截至2014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	3,446,274	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
<b>資產總額</b>						<b>9,206,057</b>
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
<b>負債總額</b>						<b>5,110,393</b>

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價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。

### 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：

	2015年 1至3月 (未經審核) 千美元	2014年 1至3月 (未經審核) 千美元
<b>財務費用</b>		
須於五年內悉數償還之銀行及其他貸款之利息支出	15,008	10,861
<b>其他項目</b>		
折舊	126,939	123,617
攤銷	1,991	2,025

## 6. 稅項

	2015年 1至3月 (未經審核) 千美元	2014年 1至3月 (未經審核) 千美元
<b>本期間稅項－中國企業所得稅</b>		
本期間	55,453	64,520
<b>遞延稅項</b>		
產生及轉回之暫時差異淨額	2,076	(2,233)
按本集團於中國之附屬公司 可供分配利潤之預提稅	6,304	9,858
<b>本期間稅項總額</b>	<b>63,833</b>	<b>72,145</b>

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2015年及2014年3月31日止3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%（2014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%（2014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淨可供分配利潤的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年後賺取之淨利潤並預期在可見將來中將不作分配之淨利潤部分作為分配，此舉須受額外徵稅。由本公司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

	2015年 1至3月 (未經審核)	2014年 1至3月 (未經審核)
本公司股東期內應佔溢利(千美元)	<u>107,014</u>	<u>128,359</u>
已發行普通股之加權平均股數(千股)	<u>5,604,009</u>	<u>5,596,406</u>
每股基本溢利(美仙)	<u>1.91</u>	<u>2.29</u>

### (b) 每股攤薄溢利

	2015年 1至3月 (未經審核)	2014年 1至3月 (未經審核)
本公司股東期內應佔溢利(千美元)	<u>107,014</u>	<u>128,359</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	5,604,009	5,596,406
本公司購股權計劃之影響	<u>9,275</u>	<u>18,055</u>
用於計算每股攤薄溢利之普通股加權平均數	<u>5,613,284</u>	<u>5,614,461</u>
每股攤薄溢利(美仙)	<u>1.91</u>	<u>2.29</u>

## 8. 股息

董事會決議不擬派發截至2015年3月31日止3個月之股息(2014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：

	2015年 3月31日 (未經審核) 千美元	2014年 12月31日 (已經審核) 千美元
0至90天	228,988	216,763
90天以上	17,040	21,476
	<u>246,028</u>	<u>238,239</u>

## 10. 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：

	2015年 3月31日 (未經審核) 千美元	2014年 12月31日 (已經審核) 千美元
0至90天	1,020,392	863,205
90天以上	41,750	32,926
	<u>1,062,142</u>	<u>896,131</u>

## 11. 有關中期業績報告之批准

於2015年5月26日，董事會批准此2015年第一季業績報告。

## 管理層討論與分析

2015年第一季中國國內生產總值(GDP)同比增長7%，增速較去年第四季的7.3%回落0.3個百分點，為2009年第一季以來季度最低，經濟下行壓力仍大。第一季中國經濟增速回落主要是受到內外需求疲弱，房地產投資下行和製造業產能過剩等因素所拖累。3月消費增速回落至10.2%，較1月至2月回落0.5個百分點，消費意願仍趨保守。居民消費價格指數(CPI)持續保持低位走勢，第一季僅上漲1.2%，其中食品價格上漲1.9%，工業生產者出廠價格同比下降4.6%。

2015年第一季度本集團的營業額同比下跌16.56%至2,321,179千美元，方便麵及飲品的營業額分別同比下跌13.02%及18.92%。期內受惠部份主要原材料價格下跌，優化產品組合及精進生產作業，令毛利率得以改善，第一季度集團毛利率同比上升1.28個百分點至31.66%，毛利額因銷售下跌而下降13.04%。於消費趨於保守的情況下，本集團戮力善控營運成本，期內分銷成本佔營業額的比率為18.57%，大致維持去年同期水平；EBITDA下跌9.46%至329,724千美元，EBITDA率同比上升1.1個百分點至14.21%；本公司股東應佔溢利下跌16.63%至107,014千美元，本公司股東應佔淨利潤率持平於4.61%，2015年第一季度之每股溢利下降0.38美仙至1.91美仙。

## 食品事業

### 方便麵業務

2015年第一季度本集團方便麵營業額為1,000,057千美元，相較去年第四季成長2.90%，同比則下跌13.02%，佔集團營業額43.08%；得益於產品升級策略成功，加上期內棕櫚油價格仍徘徊於低位，其他原物料價格大致保持穩定，令方便麵毛利率同比上升2.78個百分點至30.81%，毛利額同比下降4.42%，期內善控行銷費用，惟因銷售下滑，導致方便麵事業第一季度的本公司股東應佔溢利同比下跌8.61%至94,188千美元，相較去年第四季則成長17.76%。

根據AC Nielsen最新市佔數據顯示，康師傅2015年第一季銷售量與銷售額的市佔率分別為46.9%及55.9%，對比2014年第四季分別上升0.6個百分點及0.3個百分點，持續穩居市場領先地位。

康師傅紅燒牛肉麵通過【點亮2015，夢想起飛】新年行銷活動(與東方衛視中國年味欄目合作、夢想天燈MV推廣、新年特別促銷)、深圳衛視【百佬匯】創業勵志節目內容合作等方式，持續強化【堅持夢想，一路挺你】品牌訴求。康師傅老壇酸菜系列開展【泡麵四分鐘，碼上有獎】活動，不斷給消費者帶來驚喜，持續搶奪市場份額，市佔不斷提升。

期內康師傅拓寬創新方便麵品類市場版圖，推出新品牌「珍料多」和「湯大師」高端麵創新產品，「愛鮮大餐」推出新口味日式叉燒豚骨麵、川辣牛肉麵，滿足消費者對多元化及高端化的需求。此外為迎合消費者潮流，於華東、上海開發「豚骨麵系列」(海鮮豚骨麵及泡菜豚骨麵)，於華南開發「什錦麵系列」(什錦海鮮麵及什錦豚骨麵)。於區域品牌(油潑辣子酸湯麵、西紅柿雞蛋打鹵麵、鮮脆雪筍肉絲，脆海帶香鍋等)整合「食命必達(二)」，通過視頻、網絡平台與消費者積極互動，有效提升了品牌知名度、好感度，消費者反應良好。

根據AC Nielsen最新市佔數據顯示，本集團產品持續保持中價麵市佔率第一位，其中「勁爽」持續溝通「好麵條」核心利益點，不斷擴大滲透率，成為中價麵第一品牌。

乾脆麵持續積極經營，香爆脆推出新口味，滿足消費者需求；威風包拓展全國核心城區銷售，搶佔人民幣1元乾脆麵市場份額；脆旋風及脆寬趣不斷開發五連袋、脆旋風+青豆持續引領創新乾脆麵市場。

面對經濟形勢下行以及消費謹慎，本集團投資趨於穩健保守，持續落實借力使力，精實業務人力，運用e化工具提升執行力，落實終端服務及提升效益。

在生產管理方面，推行預銷定產機制，提高產銷協調的效益。不斷優化流程降低成本，著力精進產品毛利。積極開發、引進創新品類生產技術，為新品上市順利做好準備。推廣集團COE (Center of Excellence專家中心)標杆管理，資源共享。新的二代廠落成投產，持續落實KPI/DPI管理，為消費者提供更加優良的產品。全面開展食安檢核，強化溯源管理，積極提升企業形象及行業形象，提供消費者安全的品質保障。

## 方便食品業務

根據AC Nielsen資料顯示，2015年第一季餅乾整體市場銷售量同比衰退1.5%，持續放緩，其中夾心餅乾銷售量同比衰退0.3%。

本集團方便食品事業於2015年第一季銷售額達到37,537千美元，較去年同期衰退29.44%，佔本集團總營業額1.62%。期內，縱使受餅乾整體市場持續衰退以及核心糕餅業務銷量下滑、設備稼動率不足等因素影響，致方便食品事業於期內毛利率較去年同期下降1.44個百分點至35.08%。另外，由於認列方便食品新事業投資損失，縱使嚴控銷售管理費用，方便食品事業2015年第一季整體仍錄得5,045千美元之虧損。

根據AC Nielsen最新零研資料顯示，以銷售額為基準，2015年1-3月康師傅蛋酥卷的市場佔有率為19.4%，居市場第一位；夾心餅乾的市場佔有率為11.8%，居市場第二位。



期內糕餅業務回歸核心品牌經營，針對3+2品牌的核心年輕消費群，利用開學時段及3+2品牌節，加大溝通及推廣，妙芙蛋糕持續擴大2、3級城市的鋪貨及現代化通路的陳列。康師傅蛋酥卷則利用年節加強禮盒的銷售，同時嚴格控制經銷商的禮盒庫存，避免年節後禮盒的退貨，同時改善業務組織，調整人力，降低部門費用，為了順應電子商務的快速發展，設立專人負責，提升各大電商的銷售。

康師傅3+2品牌，3月品牌節期間與一號店深度合作，舉辦「3 2 1開趴啦！」主題活動。活動期間利用微信口碑宣傳和一號店入口廣告，擴大活動宣傳，提升品牌人氣並吸引購買。康師傅妙芙蛋糕「妙吃法愛分享」活動全面展開，運用新媒體技術進行線上抽獎、玩遊戲得積分搶好禮，結合線下賣場活動等多維度與消費者進行接觸，提升品牌喜好度。同時與泰迪珍藏合作，推出泰迪熊版新年禮盒，搶佔春節市場。康師傅蛋酥卷推出羊年特供限量禮盒，不僅滿足消費者的送禮需求，同時亦提升了消費者對蛋酥卷「真正送禮等級休閒點心」的認知。

薯制休閒食品業務方面，第一季聚焦核心產品卡樂薯，利用航海王形象代言，大力宣傳「台港日人氣商品」DNA，線下與集團品牌於各大便利店聯合派樣推廣，同時大力開發電影院、KTV等特別通路，並於各大電影院及天津KTV實施套餐及情人節主題活動，線上微博微信結合航海王主題口碑互動推廣，並與關係企業合作於各大電商平台進行主題推廣，提升品牌知名度及曝光率。

此外，對於新事業的策略合作產品已相繼投產及上市，「酷活」涼糖業務方面，聚焦華東，第一季重點進行上市鋪貨和第一波推廣，按計劃完成重要便利店客戶系統上架和超過10,000店以上的上架分銷，並注重投資效率，選擇重點客戶精準投放收銀口陳列方案，在已上架的便利店系統中，通過主題性的推廣活動，品類佔比快速提升。奶粉業務方面，通過創新運營思路及門店合作模式，聚焦長三角、東南沿海及重點城市，結合育嬰講座、媽媽教室等靈活形式及開店建立緊密的合作關係。佐餐業務方面，第一季集中肉鬆禮盒銷售，戰略上於電商平台合作，建構「味芙人」品牌溝通平台，並積極規劃其他佐餐產品上市計畫。肉製品業務方面，優先與國際知名餐飲連鎖集團形成戰略合作夥伴關係；第二季將持續推動大客戶合作進度，全力進軍大型餐飲連鎖事業。

未來，方便食品事業將重新聚焦糕餅產品之拓展及新事業供應鏈之優化。在產品方面，著重加大力度在產品創新，聚焦在核心產品之升級以迎合新消費趨勢，為恢復業績增長創造動能。在Go to market方面，加強便利店、電商管道之經營以及有效借力經銷商。在供應鏈方面，將通過生產制程自動化、精實人力以改善生產成本，提高成本競爭力。在管理方面，加強各事業部間之協作及資源分享，同時積極尋求具有互補作用之外部資源，以利整合資源，發揮綜效。

## 飲品事業

據 AC Nielsen 數據顯示 2015 年第一季度中國飲料行業銷售量的增長持續減緩，同比增長僅 1.7%，較 2014 年第一季度 6.6% 的增幅偏低，經濟不景及氣候不穩定等因素影響令消費不如預期，經營環境極具挑戰。

2015 年第一季飲品事業整體營業額為 1,260,253 千美元，佔集團總營業額 54.29%，較去年同期下跌 18.92%，銷售同比下跌主要是由於去年首季來自即飲茶及包裝水的高銷售基數及當前相對保守的消費氣氛。期內得益於主要原材料膠粒及糖價下跌，精進生產流程，令毛利率同比上升 0.44 個百分點至 32.52%；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，於期內持續進行架構整合，因此而發生一次性的整合費用，致影響利潤的成長，2015 年第一季飲品事業的本公司股東應佔溢利為 20,029 千美元，同比下跌 49.15%。

據 AC Nielsen 銷售量數據顯示 2015 年第一季度，本集團於整體即飲茶市場佔有率達 53.9%，較去年同期上升 2.6 個百分點，繼續穩佔市場第一，於含乳即飲茶市佔率達 21.9%、於包裝水部份市佔率為 17.6%，居市場第二位、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，冰糖系列及輕養果薈)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 18.6%，居市場第二位。據 Canadean 2015 年第一季度最新數據顯示，百事可樂在可樂型市場的市佔率為 48.2%，自 2005 年起百事可樂就是可樂型碳酸市場第一品牌；在果味型碳酸市場，美年達市佔率 33.0%，亦為第一領導品牌；百事在非碳酸飲料部分，透過產品創新、通路創新與滲透，持續擴大品牌資產。

中國市場經濟環境轉型之際，康師傅飲品事業努力維持健康銷售模式，順應市場健康多元消費趨勢，對既有產品改版升級，推廣時尚、健康、養身的飲品新概念，發展各種規格包裝滿足各種飲用情境。

2015 年大量運用互聯網與數字行銷模式，結合線上線下與消費者互動，更精準感動目標消費群。「加你加年味」年節整合行銷，主題微電影與網路活動展開，不斷帶給消費者驚喜，成功營造康師傅+中國年味的概念深入人心，同時拓展家庭室內飲用的消費市場。

康師傅冰紅茶以「冰力十足夠痛快」、綠茶透過「綠動健康好心情」搶佔校園開學旺季，以品牌結合健康運動，號召年輕消費群參與品牌活動。茉莉系列結合浪漫電影流行趨勢，強化品牌浪漫屬性。本味茶莊無糖茶系列重現原味，宛如現泡的口感深受消費者喜愛，並以暖櫃陳列開創冬季熱飲市場。經典奶茶除了推廣冬季熱飲，首次推出禮盒裝搶佔年節送禮市場，消費者反應良好，未來將持續推廣到其他節慶期間。

中式果汁輕養果薈系列傳達「輕養每一刻」的品牌主張，著重溝通產品功效，以新包裝新瓶型傳達品牌時尚養生概念。西式果汁上市紅石榴、蔓越莓新口味，擴大品類市場版圖。

優悅以「點點滴滴優水悅人心」年度主題，結合母親水窖公益活動與全國健康跑，塑造健康公益的品牌形象。源自長白山的天然礦泉持續滿足高端消費需求，未來將開發更多優質水源生產基地，供應更廣大的消費市場。

第一季度碳酸飲料百事可樂「把樂帶回家」，美年達「同程有票」活動深得廣大消費者喜愛；在非碳酸飲料部分，透過產品創新、通路創新與滲透，持續擴大品牌資產。佳得樂定位專業運動飲料，聚焦重點區域，鎖定以學校運動場所為主的汗點渠道經營，旨在搶佔運動場所份額，提升品牌在運動人口中的影響力；立頓推出全新產品立頓英式果茶，以差異化的茶飲品，帶給年輕消費者與時俱進的英國茶時尚；純果樂推出「純果樂享，大吉大利」新年主題，抓住春節節慶期間消費者對大包裝果汁飲品的消費機會點，搶佔節慶市場，帶動第一季度銷量；純水樂第一季度落實整體產品品質提升工作，在加強品質的基礎上，調整價格策略，給各階通路帶來更好的利潤，同時持續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，強化核心競爭力。

康百聯盟在品牌推廣、渠道、供應鏈、生產、採購上持續發揮綜效，展望上海迪士尼樂園的開幕，康師傅控股和百事可樂公司為戰略合作夥伴，我們持續規劃有特色與影響力的市場營銷活動，預期可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。

面對經濟形勢下滑及市場競爭，持續推出新品(制定新品 SOP)、制定商圈可售/通路必售品項管理，落實產品的鋪貨與陳列、營企互動做好推廣；推動康百聯盟(客戶/冰箱/供應鏈等)，借力使力提升綜效、推動ECC系統提升管理能力、執行康百薪資福利整並及優退專案，強化培訓並落實主管協同拜訪，啟動隔代選育作業，提升組織力，達到落實終端的服務與掌控，搶佔市場份額。

在生產管理方面推動預銷定產機制，提升預估準確率，預排產準確率，優化流程，精進產品工藝，提升生產效益，精進毛利；引進新生產技術進行新品研發，積極準備新品上市佈局。完善管理系統，百事飲料於第一季完成多家公司的ECC上線，使決策的信息更加準確快捷。食品安全管控方面，持續強化供應商溯源制度管理，針對供應商上游的原物料進行食安評估，提供消費者更加安心和放心的產品。

中國經濟結構轉變過程中，用人成本逐步提高，組織精實更為迫切，管理工作導入信息工具，以電子化管理簡化作業流程，推動商業智能，掌握核心事業，強化內部人才養成，創新生產工藝，提升服務效益，堅持提供消費者優質、健康、美味、物超所值的飲品。

## 財務運作

本集團在2015年第一季通過對應收、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2015年3月31日，本集團的庫存現金及銀行存款為1,940,613千美元，較2014年12月31日，增加了757,510千美元，仍保持著充足的現金持有量。本集團截止2015年3月31日的總資產及總負債分別為10,000,011千美元及5,768,814千美元，分別較2014年12月31日增加793,954千美元及658,421千美元；負債比例為57.69%，較2014年12月31日上升了2.18個百分點。

截止2015年3月31日，本集團有息借貸規模為2,611,694千美元，相較於2014年12月31日，減少了17,060千美元，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。期內外幣與人民幣貸款的比例為84%:16%，去年年底為82%:18%。長短期貸款的比例為49%:51%，去年年底為47%:53%。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0.05%，對本集團造成2015年1-3月滙兌損失共8,160千美元，分別包含收益表內的6,362千美元及其他全面虧損內的1,798千美元。

## 財務比率概要

	2015年 3月31日	2014年 12月31日
製成品周轉期	11.26日	11.73日
應收賬款周轉期	9.39日	8.89日
流動比率	0.73倍	0.64倍
負債比率(總負債相對於總資產)	57.69%	55.51%
淨負債與資本比率(淨借貸相對於本公司股東權益比率)	0.21倍	0.48倍

## 人力資源

截至2015年3月31日，本集團員工人數為76,390人(2014年12月31日：79,003人)。本集團始終將人才的培育與發展作為集團的使命之一，與多家國內、國際知名學術機構合作，培養具國際觀的高階管理人才。

我們持繼完善儲備人才的招募與培育機制，擴增人力的招募渠道，規劃並落實人才發展通道，開展接班人梯隊計劃與人才發展計劃，完善高階儲備人才的發展平台。充分重視人才的培育，發展與儲備，將人才作為企業發展的基石，是康師傅得以快速成長的核心競爭力之一。

## 企業社會責任

康師傅向來積極響應「從農田到餐桌」全程質量控制理念的倡導，恪守消費者食品安全原則，投入鉅資嚴控源頭安全，牢牢掌握上游供應鏈，嚴苛管理原料和供應商。此外，秉承「取之於社會，用之於企業，再回饋社會」的永續經營之道，康師傅在精進生產效能，不斷貫徹節能減排的同時，更投入資源在社會公益項目。誠信、務實、創新的經營理念塑造了康師傅關注公益、注重人才培養的企業文化，持續五年舉辦的康師傅創新挑戰賽更走進兩岸三地，以實際行動支持大學生投身公益活動，並呼籲超過1.7億人次共同構建更好的未來。2015年1月22日，由大眾媒體發起的第四屆中國公益節活動「康師傅創新挑戰賽」憑藉其出色的項目規劃和執行，廣泛的媒體關注度及良好的社會回響，獲得第四屆中國公益節「2014年度最佳公益項目獎」。

2015年1月22日，康師傅在上海舉行盛大首映禮，溫情發佈系列賀歲片《加你加年味》。該片是康師傅飲品攜手中國著名新銳導演製作，並由當紅巨星主演的系列賀歲篇；通過對傳統年文化的現代再演繹，希望喚起當下中國年輕人對年味的記憶和對傳統年俗的關注。在2015新春到來之際，號召廣大年輕人自覺地參與到「加你加年味」的行動中；早在2014年末，康師傅飲品就已與中國兒童少年基金會、搜狐網聯手發起了「加你加年味」留守兒童關愛活動，且該項目將作為康師傅公益事業的重要一環持續性展開，為中國6千萬留守兒童帶去溫暖。首映禮中，康師傅飲品宣佈，除了為「2015個留守兒童」實現多項新年願望、送留守兒童與父母新春團聚外，更號召康師傅三萬員工為留守兒童親筆書寫溫暖年味賀卡。

## 獎項與榮譽

2015年1月由中國食品安全網和食安商城聯合主辦，二十餘家媒體參與的食品安全企業評選活動，共有2,500餘家企業報名，在歷時16天94,998人次的網友投票後，康師傅榮獲「2014年度十佳食品安全企業大獎」。1月15日，由新華網主辦的第七屆中國企業社會責任峰會，百事公司因其在大力推行環境可持續發展方面的成就，獲得「2014年度中國企業社會責任傑出企業獎」。同時康師傅方便面和茶飲料兩個類別，在工信部2015年中國品牌力指數發佈中，連續5年位列C-BPI第一品牌。

## 展望

展望 2015 年第二季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，本集團將繼續維持穩健的經營，善控營運成本及資本開支，創新品類及產品，同時加強應變能力，藉此提升團隊的技能，創造綜效。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；深化各類型的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，嚴控品管，確保食品安全；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。

## 企業管治

截至 2015 年 3 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.4.1 條有所偏離除外，該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，隨著韋俊賢先生接任行政總裁，本公司完全遵守管治守則條文的 A.2.1 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。

### **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2015年3月31日止三個月期間，本集團員工共行使320,000股，加權平均行使價為9.38港元，行使日之前的加權平均收市價為17.51港元。

## 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5月26日

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

\* 僅供識別