

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告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



CHINA FOODS LIMITED 中國食品有限公司

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(股份代號：00506)

截至2015年6月30日止六個月之 中期業績公告

主要財務資料

以下為中國食品有限公司(「本公司」)及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2015年6月30日止六個月(「中期期間」)之表現摘要，連同去年同期之比較數據。

- 本集團收入增加9.54%至150.81億港元。
- 本集團EBITDA[^]增加2.974億港元至7.435億港元。
- 本集團經營利潤*增加433%至3.79億港元。
- 本集團母公司擁有人應佔溢利為1.18億港元，相比去年同期母公司擁有人應佔虧損為1.35億港元。

[^] EBITDA 指扣減融資成本、所得稅支出、折舊、其他無形資產攤銷、確認預付土地金、商譽、可供出售投資、物業、廠房及設備項目及應收賬款相關之減值、存貨撥備及應佔聯營公司溢利前的利潤。

* 本集團之經營利潤指分部業績之總和減公司及其他未分配支出。

中期業績

董事會欣然宣佈本集團中期期間之未經審核簡明綜合中期業績，連同去年之比較數據。於2015年6月30日及截至該日止六個月未經審核簡明綜合中期業績（「中期財務資料」）已由本公司審核委員會審閱。

簡明綜合損益報表

截至2015年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2015年 千港元 (未經審核)	2014年 千港元 (未經審核)
收入	4	15,080,602	13,767,100
銷售成本		(11,508,690)	(10,570,187)
毛利		3,571,912	3,196,913
其他收入及收益	4	162,446	125,446
銷售及分銷支出		(2,883,300)	(2,839,664)
行政支出		(375,630)	(352,638)
其他支出及虧損		(31,393)	(10,278)
融資成本	5	(32,111)	(35,272)
應佔聯營公司溢利		53,481	69,914
除稅前溢利	6	465,405	154,421
所得稅支出	7	(187,685)	(128,639)
期內溢利		277,720	25,782
應佔方：			
母公司擁有人		118,261	(134,996)
非控股權益		159,459	160,778
		277,720	25,782
母公司普通股權益持有人應佔每股盈利／(虧損)	9		
基本及攤薄		4.23 港仙	(4.83) 港仙

簡明綜合全面收入報表

截至2015年6月30日止六個月

	截至6月30日止六個月	
	2015年 千港元 (未經審核)	2014年 千港元 (未經審核)
期內溢利	277,720	25,782
其他全面收入／(虧損)		
將於以後期間重新分類至損益之其他全面虧損：		
換算海外業務時之匯兌差額	(5,045)	(89,775)
應佔一間聯營公司其他全面收入	117	—
將於以後期間重新分類至損益之其他全面虧損淨額	(4,928)	(89,775)
將不會於以後期間重新分類至損益之其他全面收入：		
物業重估之收益	5,760	—
所得稅影響	(1,440)	—
將不會於以後期間重新分類至損益之其他全面收入淨額	4,320	—
期內其他全面虧損(已扣除稅項)	(608)	(89,775)
期內全面收入／(虧損)總額	277,112	(63,993)
應佔方：		
母公司擁有人	118,585	(205,321)
非控股權益	158,527	141,328
	277,112	(63,993)

簡明綜合財務狀況表

2015年6月30日

	附註	2015年 6月30日 千港元 (未經審核)	2014年 12月31日 千港元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		4,874,867	4,700,272
投資物業		120,173	98,331
預付土地金		419,067	424,026
購買物業、廠房及設備項目之按金		13,415	14,286
商譽		1,742,015	1,742,224
其他無形資產		21,566	27,370
於聯營公司之投資		760,704	758,932
可供出售投資		211,077	214,106
遞延稅項資產		178,302	184,521
生物資產		199,508	200,806
		<hr/>	<hr/>
非流動資產總值		8,540,694	8,364,874
		<hr/>	<hr/>
流動資產			
存貨		3,950,586	4,301,418
應收賬款及票據	10	1,551,128	1,771,192
預付款項、按金及其他應收款項		1,091,480	1,186,912
同系附屬公司欠款		603,157	578,278
最終控股公司欠款		15,972	15,202
直系控股公司欠款		162	171
附屬公司之非控股股東欠款		16,458	37,711
聯營公司欠款		15,956	16,273
預繳稅項		30,173	41,225
可供出售投資		–	399,305
按公平值列入損益之權益投資		–	14,728
抵押存款		177,034	162,947
現金及現金等值項目		2,463,932	1,356,458
		<hr/>	<hr/>
流動資產總值		9,916,038	9,881,820
		<hr/>	<hr/>

	附註	2015年 6月30日 千港元 (未經審核)	2014年 12月31日 千港元 (經審核)
流動負債			
應付賬款及票據	11	1,945,255	1,372,106
其他應付款項及應計負債		3,061,103	3,368,978
欠同系附屬公司款項		981,484	1,253,117
欠最終控股公司款項		28,866	27,915
欠關連公司款項		43,557	88,765
欠附屬公司之非控股股東款項		806,499	48,103
欠聯營公司款項		196,936	154,453
計息銀行貸款及其他貸款		1,664,554	1,360,994
應付稅項		43,638	96,784
流動負債總值		8,771,892	7,771,215
流動資產淨值		1,144,146	2,110,605
資產總值減流動負債		9,684,840	10,475,479
非流動負債			
計息銀行貸款		1,800,000	2,100,000
欠附屬公司之非控股股東款項		28,455	28,446
遞延收入		160,441	160,613
遞延稅項負債		66,088	63,873
非流動負債總值		2,054,984	2,352,932
資產淨值		7,629,856	8,122,547
股本			
母公司擁有人應佔股本			
已發行股本		279,722	279,722
儲備		5,727,338	5,607,927
		6,007,060	5,887,649
非控股權益		1,622,796	2,234,898
股本總值		7,629,856	8,122,547

簡明綜合中期財務資料附註

2015年6月30日

1. 公司資料

本公司為一家於百慕達註冊成立之有限責任公司。本公司之註冊辦事處為 Clarendon House, 2 Church Street, Hamilton HM 11, Bermuda。

本公司乃在香港註冊成立之中糧集團(香港)有限公司之附屬公司。根據董事會之確認，最終控股公司為於中華人民共和國(「中國」)註冊的國有企業中糧集團有限公司。

截至2015年6月30日止六個月期間，本集團從事下列主要業務：

- 加工、裝瓶及分銷汽水及分銷不含氣飲料；
- 葡萄酒及其他酒品類產品的生產、銷售及貿易；
- 分銷零售型包裝烹調油及調味品；
- 生產及分銷巧克力及其他相關產品；及
- 分銷未經上述業務劃分之其他消費食品及飲料產品。

2. 編製基準及會計政策

簡明綜合中期財務資料乃根據香港會計師公會頒佈之香港會計準則(「香港會計準則」)第34號中期財務報告而編製。

本簡明綜合中期財務資料並不包括年度財務報表中所規定之全部資料及披露，因此須與本集團截至2014年12月31日止年度之財務報表一併閱讀，始屬完備。

除下列影響本集團及本集團首次於本期間財務資料採納之經修訂香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)外，編製本簡明綜合中期財務資料所採納之會計政策及編製基準，與截至2014年12月31日止年度之年度財務報表所採用者一致：

香港會計準則第19號之修訂
2010年至2012年週期之年度改進
2011年至2013年週期之年度改進

界定福利計劃：僱員供款
若干香港財務報告準則之修訂
若干香港財務報告準則之修訂

採納上述經修訂香港財務報告準則對本集團之會計政策並無重大影響。

3. 經營分部資料

為管理目的，本集團按其產品性質劃分為不同的業務單元並擁有五項可予呈報經營分部如下：

- (a) 飲料分部，從事汽水產品的加工、裝瓶及分銷及不含氣飲料產品的分銷；
- (b) 酒品類分部，從事生產、銷售及買賣葡萄酒及其他酒品類產品；
- (c) 廚房食品分部，從事分銷零售型包裝烹調油及調味品；
- (d) 休閒食品分部，從事生產及分銷巧克力及其他相關產品；及
- (e) 「其他」分部，從事分銷未經上述分部所劃分之其他消費食品及飲料產品。

管理層監察本集團個別經營分部的業績，藉此作出有關資源分配的決定及評估表現。分部表現乃根據可予呈報分部溢利／(虧損) (其乃經調整除稅前溢利／(虧損)之計量)進行評估。經調整除稅前溢利／(虧損)與本集團之除稅前溢利／(虧損)之計量保持一致，惟該計量不包括利息收入、股息收入、融資成本、應佔聯營公司溢利以及未分配總部及公司業績。

分部資產不包括遞延稅項資產、預繳稅項、受限制銀行結餘、抵押存款、現金及現金等值項目、可供出售投資、按公平值列入損益之權益投資、於聯營公司之投資及其他未分配總部及公司資產，因為該等資產按集團基準管理。

分部負債不包括計息銀行貸款及其他貸款、應付稅項、遞延稅項負債及其他未分配總部及公司負債，因為該等負債按集團基準管理。

截至2015年6月30日止六個月

	飲料 千港元 (未經審核)	酒品類 千港元 (未經審核)	廚房食品 千港元 (未經審核)	休閒食品 千港元 (未經審核)	其他 千港元 (未經審核)	合計 千港元 (未經審核)
分部收益：						
銷售予外界客戶	7,095,363	1,296,432	6,265,239	197,701	225,867	15,080,602
其他收益	46,821	12,222	16,080	3,308	14,368	92,799
	<u>7,142,184</u>	<u>1,308,654</u>	<u>6,281,319</u>	<u>201,009</u>	<u>240,235</u>	<u>15,173,401</u>
分部業績	445,602	108,229	41,700	(53,127)	3,838	546,242
對賬：						
利息收入						18,319
股息收入						46,862
融資成本						(32,111)
應佔聯營公司溢利						53,481
公司及其他未分配支出						(167,388)
除稅前溢利						<u>465,405</u>
2015年6月30日						
分部資產	5,959,820	5,017,676	2,863,296	351,103	398,392	14,590,287
對賬：						
於聯營公司之投資						760,704
公司及其他未分配資產						3,105,741
資產總值						<u>18,456,732</u>
分部負債	4,274,649	825,739	2,114,821	39,527	735	7,255,471
對賬：						
公司及其他未分配負債						3,571,405
負債總值						<u>10,826,876</u>

截至2014年6月30日止六個月

	飲料 千港元 (未經審核)	酒品類 千港元 (未經審核)	廚房食品 千港元 (未經審核)	休閒食品 千港元 (未經審核)	其他 千港元 (未經審核)	合計 千港元 (未經審核)
分部收益：						
銷售予外界客戶	6,897,063	1,084,042	5,375,740	217,403	192,852	13,767,100
其他收益	48,061	23,670	1,672	3,407	–	76,810
	<u>6,945,124</u>	<u>1,107,712</u>	<u>5,377,412</u>	<u>220,810</u>	<u>192,852</u>	<u>13,843,910</u>
分部業績	391,253	(55,885)	(61,207)	(74,004)	9,459	209,616
對賬：						
利息收入						11,538
股息收入						37,098
融資成本						(35,272)
應佔聯營公司溢利						69,914
公司及其他未分配支出						(138,473)
						<u>154,421</u>
2014年12月31日						
	飲料 千港元 (經審核)	酒品類 千港元 (經審核)	廚房食品 千港元 (經審核)	休閒食品 千港元 (經審核)	其他 千港元 (經審核)	合計 千港元 (經審核)
分部資產	6,023,145	5,238,102	3,007,841	395,873	392,677	15,057,638
對賬：						
於聯營公司之投資						758,932
公司及其他未分配資產						2,430,124
						<u>18,246,694</u>
分部負債	3,355,346	716,457	2,354,381	73,794	778	6,500,756
對賬：						
公司及其他未分配負債						3,623,391
						<u>10,124,147</u>

4. 收入、其他收入及收益

收入(本集團之營業額)乃指於期內扣除退貨及貿易折扣後的已售出貨品發票淨值。

本集團其他收入及收益分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2015年 千港元 (未經審核)	2014年 千港元 (未經審核)
其他收入		
租金收入總額	7,318	6,197
銀行利息收入	12,439	10,647
金融產品之利息收入	5,880	891
可供出售投資之股息收入	46,862	37,033
按公平值列入損益之權益投資之股息收入	—	65
政府補助*	36,408	38,427
補償收入	3,152	3,988
出售副產品及廢料項目	8,630	8,183
其他	37,291	20,015
	<u>157,980</u>	<u>125,446</u>
收益		
出售按公平值列入損益之權益投資之收益	4,466	—
	<u>162,446</u>	<u>125,446</u>

- * 本集團已獲授多項政府補助，用作投資本公司附屬公司經營所在之中國內地若干省份。政府補助相關的未承諾支出已分別包括在財務狀況表中的遞延收入(非流動部份)及其他應付款項及應計負債(流動部份)內。有關補助並無任何尚未符合之條件或其他或有事項。

5. 融資成本

本集團融資成本分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2015年 千港元 (未經審核)	2014年 千港元 (未經審核)
利息：		
五年內全數償還之銀行貸款	30,519	34,019
附屬公司一名非控股股東之貸款	1,068	1,253
其他	524	—
	<u>32,111</u>	<u>35,272</u>

6. 除稅前溢利

本集團之除稅前溢利乃扣除下列各項：

	截至6月30日止六個月	
	2015年 千港元 (未經審核)	2014年 千港元 (未經審核)
售出存貨成本	11,498,698	10,517,527
存貨撥備	9,992	52,660
銷售成本	<u>11,508,690</u>	<u>10,570,187</u>
折舊	249,787	253,740
其他無形資產攤銷	5,422	5,687
確認預付土地金	5,609	6,293
物業、廠房及設備項目之出售虧損／撇銷*	2,764	1,292
按公平值列入損益之權益投資之公平值虧損*	—	1,067
物業、廠房及設備項目之減值*	—	6,280
應收款項減值*	25,595	1,639
可供出售投資之減值*	3,034	—
匯兌差額，淨額	<u>6,606</u>	<u>15,390</u>

* 該等項目已計入簡明綜合損益報表之「其他支出及虧損」內。

7. 所得稅支出

由於本集團於期內概無任何於香港產生的應課稅溢利，故並無就香港利得稅作出撥備（截至2014年6月30日止六個月：無）。其他地區之應課稅溢利之稅項乃根據本集團經營所在之司法權區之現行稅率計算。

根據中國國家稅務總局於2013年發出之批文，本公司及若干附屬公司被視為中國居民企業（統稱「中國居民企業」），中國相關企業所得稅政策由2013年1月1日起適用於中國居民企業。

	截至6月30日止六個月	
	2015年 千港元 (未經審核)	2014年 千港元 (未經審核)
中期期間扣除：		
中國內地	179,432	127,449
遞延	8,253	1,190
期內稅項支出總額	<u>187,685</u>	<u>128,639</u>

聯營公司應佔稅項達致17,995,000港元（截至2014年6月30日止六個月：17,856,000港元），乃計入簡明綜合損益報表中「應佔聯營公司溢利」。

8. 股息

本公司於期內並無派發或宣派股息（截至2014年6月30日止六個月：無）。

9. 母公司普通股權益持有人應佔每股盈利／（虧損）

截至2015年6月30日止期間每股基本盈利數額乃按母公司普通股權益持有人應佔期內溢利118,261,000港元（截至2014年6月30日止六個月：虧損134,996,000港元），以及期內已發行普通股之加權平均數2,797,223,396股（截至2014年6月30日止六個月：2,797,223,396股）計算。

由於本公司尚未行使購股權對所呈列每股基本盈利／（虧損）金額並無攤薄影響，故並無對截至2014年及2015年6月30日止六個月所呈列每股基本盈利／（虧損）金額作出攤薄調整。

10. 應收賬款及票據

除新客戶外，本集團與客戶之貿易條款乃主要按信貸訂立，一般規定新客戶預先付款。信貸期一般介乎一至三個月。每名客戶都設有信貸額上限。本集團尋求維持嚴格控制其未償還應收賬款及設有信貸控制部，務求將信貸風險減至最低。高級管理層定期審核逾期結餘。鑒於上述原因，以及本集團涉及大量不同客戶之應收賬款，故信貸風險之集中程度並不嚴重。本集團並無就其應收賬款及票據結餘持有任何抵押品或其他信用增級工具。應收賬款及票據為不計息。

於申報期間期末之本集團應收賬款及票據賬齡按發票日期並扣除減值分析如下：

	2015年 6月30日 千港元 (未經審核)	2014年 12月31日 千港元 (經審核)
三個月內	1,336,020	1,486,684
三個月至十二個月內	167,461	227,432
一年至兩年內	25,018	26,930
超過兩年	22,629	30,146
	<u>1,551,128</u>	<u>1,771,192</u>

11. 應付賬款及票據

於申報期間期末之本集團應付賬款及票據賬齡按發票日期分析如下：

	2015年 6月30日 千港元 (未經審核)	2014年 12月31日 千港元 (經審核)
三個月內	1,553,620	1,304,299
三個月至十二個月內	376,357	50,266
一年至兩年內	4,012	10,667
超過兩年	11,266	6,874
	<u>1,945,255</u>	<u>1,372,106</u>

於2015年6月30日，本集團若干應付票據由本集團銀行存款60,761,000港元(2014年12月31日：46,674,000港元)予以擔保。

管理層論析

業務回顧

2015年上半年，在本集團的整體營運效率持續明顯改善，及酒品類業務經營業績明顯好轉下，本集團母公司持有人應佔淨損益與2014年同期相比成功扭虧為盈。

2015年中期業績與2014年同期業績相比如下：

- 本集團收入增加9.54%至150.81億港元。
- 本集團EBITDA[^]增加2.974億港元至7.435億港元。
- 本集團經營利潤*增加433%至3.79億港元。
- 本集團母公司持有人應佔溢利為1.18億港元，相比去年同期母公司持有人應佔虧損為1.35億港元。

[^] EBITDA指扣減融資成本、所得稅支出、折舊、其他無形資產攤銷、確認預付土地金、商譽、可供出售投資、物業、廠房及設備項目及應收賬款相關之減值、存貨撥備及應佔聯營公司溢利前的利潤。

* 本集團之經營利潤指分部業績之總和減公司及其他未分配支出。

2015年上半年，由於國內宏觀經濟持續降溫，中國大陸整體食品及飲料製造業增速持續呈下行趨勢，對本集團相關業務收入增長構成挑戰。

面對不利的外部環境，本集團成功按照年初制定的經營思路，深入貫徹落實各項重點工作。期內，本集團繼續倡導「創業文化」，提升運營效率；推動各品類全方位開展渠道拓展和向縣級市場下沉，增加終端售點數量；強化市場費用投入和銷售終端執行的市場稽核和問題整改，提升市場費用投入產出比及改善終端售點表現；推出針對性的激勵政策，促進各品類適當加大產品創新和品牌營銷投入力度；強化團隊培訓，各品類深入開展標杆行業最佳業務流程、供應鏈管理和銷售管理系統項目。本集團進一步優化組織架構和團隊，提高組織效率，降低人工成本；實施更具針

對性、更有力的正負激勵措施，優化考核評價體系；繼續完善內控體系，降低經營風險。因此，本集團的整體經營質量和營運效率持續明顯改善。

2015年下半年，本集團將繼續推進年度重點工作，著力推進機制改革和創新，強化團隊主動性、責任感和執行力。此外，本集團將加強營銷創意水準提升、適銷對路新產品開發、電商等新興渠道拓展等方面工作。基於上述舉措，本集團將致力改善2015年全年的業績。

飲料業務

業務簡介

- 本公司的飲料業務主要是透過與可口可樂公司合作成立的合營公司中糧可口可樂飲料有限公司(「中可」)來經營，其中，本公司持有65%權益。
- 中可擁有權益的可口可樂裝瓶公司獲授予在天津、河北、北京、山東、湖南、江西、貴州、海南、甘肅、寧夏、青海、西藏、內蒙、新疆、廣東(湛茂)15個省、市、地區的可口可樂系列產品的生產、市場營銷及分銷特許權。還通過參股方式，在廣東、浙江及江蘇可口可樂裝瓶企業持有少數權益。

發展策略

中可的目標是建立世界級的裝瓶集團，在擁有業務的所有區域，擁有最受讚賞的專業團隊，建設最具價值的營銷網路，成為最佳效益的裝瓶集團。為此，一直奉行以下業務策略：

- 堅持在安全和品質方面的承諾；
- 持續優化產品結構，培育汽水的持續發展，選擇上市高毛利新品，給分銷客戶更大的毛利空間，發展戰略合作體系，加快終端產品動銷；
- 加強生意合作夥伴的客戶管理，通過合理的通路策略以及對客戶的品類管理及客戶營銷網路的管理，攜手客戶一起成長；
- 專注做好零售點的市場執行工作，透過零售點每天向數以百萬計的客戶及消費者售賣產品、推廣品牌；

- 持續有效地管理成本和提高效率；及
- 鼓勵創新，積極推動觀念創新、流程創新、市場創新和管理機制創新。

行業概覽

飲料行業是中國消費品行業中的主要新增長點之一，2011-2015年國家「十二五」期間我國飲料行業產量年均增速保持在10%以上。

根據行業2015年一季度的資料顯示，整體軟飲料行業（不含白奶和大桶水）主要類別佔比排序為包裝水（佔28.7%），奶品類（不含白奶）（佔15.8%），汽水（佔14.9%）、果汁（佔12%）和即飲茶（佔9.8%）。在主要的飲料品類中，中可為汽水、果汁和包裝水等核心品類的主要參與者。

從銷量增速計，整體軟飲料行業（不含白奶和大桶水）增長6.1%，汽水产品類增長6.9%，果汁品類出現負增長2.5%，包裝水产品類增長8.1%。

2015年中期業績

2015年上半年，中可通過持續增加核心品類的喜好度，加強售點執行，核心品類尤其是汽水产品類持續增長，同時打造汽水新品包括怡泉+C及上市喬雅咖啡和水動樂等增長較快的即飲咖啡和運動飲料品類，整體銷量同比增長8%。但整體銷售收入同比僅增長2.9%，主要是果汁品類整體下行趨勢影響，我們的果汁產品佔比下降，造成單標箱收入下降。中可將持續執行包裝水产品類的降低成本策略，以改善包裝水盈利能力。

受益於原材料價格下降的利好影響，使得毛利率上升2個百分點。同時，銷售費用率則上升1.3個百分點，主要是由於渠道下沉，儲運物流費用上升，以及受到激烈的市場競爭環境影響，用於與消費者溝通的市場投入加大。

綜合上述原因，分部利潤由3.9125億港元增加至4.4560億港元。

展望

2015年下半年，預計飲料市場競爭仍然激烈，中可用于與消費者溝通的市場費用仍將持續增長，同時，由於渠道下沉，導致儲運費用持續增長。但中可將通過包裝結構調整，改善單標箱收入水平，持續提高存貨周轉效率及生產效率來降低單位成本，注重提高市場費用使用效率，將致力保持全年分部利潤率相對穩定。

酒品類業務

業務簡介

- 本集團酒品類業務，依靠著名品牌長城葡萄酒的優良傳統，在中高端葡萄酒市場擁有領導地位。由各類優質葡萄生產出來的各式酒品，包括由赤霞珠(Cabernet Sauvignon)、梅鹿輒(Merlot)、黑比諾(Pinot Noir)、品麗珠(Cabernet Franc)、西拉(Shiraz)等釀成的紅葡萄酒，以及由霞多麗(Chardonnay)、雷司令(Riesling)、長相思(Sauvignon Blanc)等釀成的白葡萄酒。此外，我們還生產白蘭地、起泡酒。
- 本集團葡萄酒有單品種葡萄和混合品種葡萄釀制。我們使用的葡萄主要來自本集團自有管理和協議合作的葡萄園，而葡萄酒則由我們的國內酒廠及四大酒莊：位於河北昌黎的華夏酒莊、位於河北懷來的桑干酒莊、位於山東煙台的君頂酒莊、位於寧夏的雲漠酒莊；國外兩大酒莊：位於法國波爾多的雷沃堡、位於智利中央山谷的聖利亞共同生產、陳釀及瓶儲。
- 本集團進口酒業務與多家國際知名酒商和多國知名酒莊合作，在國內分銷其產品。

發展策略

本集團會系統性地提升酒品類業務的競爭力，策略如下：

- 品牌策略：倡導消費者對適量飲酒可引領健康生活方式概念的認識，聚焦長城葡萄酒為國宴用酒，加強長城品牌傳播；
- 推廣策略：整合線上及線下資源為一體，推動體驗式營銷如品鑒會、酒莊遊、社區及寫字樓等品牌體驗活動，加強與消費者直接溝通；

- 產品策略：突出不同產區特色，打造多產品線系列；建立產品線項目組，重點關注主線產品的發展；
- 客戶策略：優化客戶佈局，建立新型廠商關係，落實方案制合作模式；
- 渠道策略：推動全方位渠道發展，積極拓展新興渠道；及
- 區域策略：加強對空白市場的分銷及覆蓋，積極推動縣級市場的覆蓋，推動銷量水平增長；著力改善終端表現，提升單點賣力，促進銷量垂直增長。

行業概覽

受持續的嚴控三公消費和限酒令的影響，高端公務、商務消費和宴請消費仍呈現持續疲弱態勢，特別是高端葡萄酒消費持續受到較強的抑制，但消費者趨於理性及傾向性價比高的產品，中檔及中低檔價位產品更受消費者青睞，且葡萄酒消費在快速向三四線城市及縣鄉滲透，行業增長更多源自中檔及中低檔價位產品銷售快速增長。

目前葡萄酒行業仍以國產葡萄酒為主，雖然進口葡萄酒商也通過調低價格實現較快增長，但進口葡萄酒的品牌集中度仍低，也促使國產葡萄酒在品質、品牌方面更加重視並且持續提升，推動行業進入一個良性競爭發展的階段。

2015 年中期業績

2015 年上半年，隨著各項發展策略逐步執行到位，使長城葡萄酒市場銷售秩序回歸正常，提升我們經銷商客戶的進貨信心，酒品類業務的收入及銷量同比分別提高 19.6% 及 26.2%。

毛利率同比提高約 3.9 個百分點，主要是受益於原酒價格下降的利好因素，同時，2014 年各分銷渠道消化庫存完成後，本期銷量提高拉動產量，攤分的單位固定成本下降。

由於全面落實與經銷商的方案制合作模式，加強促銷費用投入規劃、使用和監督，我們更有效降低促銷費用，提高效率，同時，我們繼續採取增加直發等優化供應鏈管理措施，及加強行政管理費用的管控，基於上述原因，我們成功地將分部業績扭虧為盈，從上年同期的 5,589 萬港元虧損改善至本期的 1.0823 億港元利潤。

展望

2015年下半年，酒品類業務繼續推動各項發展策略及加強內部管理，我們對酒品類業務業績改善仍然抱樂觀看法。

廚房食品業務

業務簡介

廚房食品業務主要從事包裝油和兼營白糖、醬油、醋、味精、調味醬及雜糧的銷售、分銷及市場推廣。「福臨門」品牌是國內領先的小包裝糧油廚房食品品牌，小包裝食用油銷售份額穩居第二位。

發展策略

廚房食品品類業務的策略目標是繼續保持強勢挑戰者的市場地位，為此，採取以下策略：

- 聚焦一線高毛利油種，強化「福臨門」品牌傳播，重點聚焦「黃金家族系列」的葵花籽油和玉米油產品，監控門市及商品銷售情況，增加渠道滲透，加強廠商合作、透過與主要競爭者進行對標分析，不斷優化運營效率，提升市場份額及綜合毛利以改善經營業績；及
- 提高供應鏈管理效率，降低營運費用。聚焦市場費用和促銷費用投入，提高投入產出比；提升人員效率，降低管理費用。

行業概覽

目前整體散油期現貨行情依舊在低位震盪徘徊，行業整體增速放緩。品類方面，調和油依然處在下滑狀態，大豆油、玉米油穩中有升，葵花籽油和菜籽油保持較快增長。根據消費者調研，未來消費趨勢將繼續向玉米油、葵花籽油等營養油種升級轉換。

2015 年中期業績

2015 年上半年，小包裝食用油整體銷量同比增長 13.8%，主要是增加渠道滲透貢獻，其中，福臨門花生油及葵花籽油銷量分別增長 85.7% 及 54.5%，但它們的銷售份額相對較小。受國內油脂市場價格下行影響，小包裝食用油銷售收入同比小幅增長 1.3%。我們持續加強庫存控制，存貨周轉加快及改善品類結構，因此，小包裝食用油毛利率同比提高 1.1 個百分點。

為戰略發展為目的，自 2015 年第二季度開始，我們進一步擴大了中包裝油（8-20 升）銷售及分銷業務以滿足國內餐飲業日益增長的需求。因中包裝油業務規模較大，中包裝油銷售收入大幅增長，佔分部整體業務銷售收入約 17%。

因此，分部整體業務銷售收入同比提高 16.55%。但中包裝油處於初期發展階段，其毛利率較低，使整體毛利率同比下降約 0.7 個百分點。雖然在激烈的競爭環境下，春節期間市場投入增加，但整體銷售收入增長，並且通過提高供應鏈管理效率，及降低營運成本，我們成功地將分部業績扭虧為盈，從上年同期的 6,121 萬港元虧損改善至本期的 4,170 萬港元利潤。

展望

2015 年下半年，預計國際及國內食用油市場供求關係暫無較大變化，主要原材料油脂行情將繼續弱勢震盪，小包裝食用油終端價格將進入相對穩定期，但預期市場競爭將更加激烈。

我們將繼續推進小包裝食用油品類結構調整，對標主競品開發和推廣差異化產品，促進一線高毛利油種持續成長，並通過加強品牌建設，穩步提升產品溢價能力及保證客戶合理利潤。同時，我們將繼續推進渠道下沉，加強縣鄉級市場覆蓋，推行有效的費用管理機制，提高費用使用效率，達至持續提升全年分部業績的目標。

休閒食品業務

業務簡介

休閒食品業務，主要從事巧克力、糖果及堅果等休閒食品產品開發、生產、分銷及營銷推廣。公司擁有金帝、美滋滋兩個主要品牌。

發展策略

休閒食品業務的策略目標是成為中國休閒食品行業主要企業之一，為消費者提供優質及美味的休閒食品。為此，部門採取以下策略：

- 致力加強對消費者的瞭解，提供創新的產品，開展有效的品牌溝通，藉此給消費者提供高品質、美味的產品與體驗；
- 有節奏地進入其他休閒食品品類，攤薄固定成本，穩健地擴大營銷規模和盈利能力；及
- 持續提升及改善供應鏈系統、銷售管理及產品分銷系統的生產力及效率，有效降低運營成本、營銷成本，提升競爭能力。

行業概覽

2015年上半年，受情人節與春節重疊影響，巧克力品類(含巧克力製品)行業規模相較去年同期短期下滑10%左右。總體來看，預期2015年行業增長率仍將維持在10%左右。行業競爭日趨激烈，主要品牌均積極加大營銷投入，行業媒介花費持續增加。同時，進口巧克力正快速進入中國市場。糖果品類方面，產品處於更新換代期，繼續保持一定的增長態勢。

巧克力及糖果品類繼續向三、四級城市及縣鎮發展，對分銷體系及倉儲物流體系提出新的要求與挑戰。

2015 年中期業績

2015 年上半年，休閒食品業務受情人節與春節重疊影響，銷售收入下滑 9.06%。毛利率同比提高約 6.1 個百分點，主要得益於銷售結構優化，嚴格控制低毛利率產品折扣力度。結合費用節約，分部虧損由 7,400 萬港元下降至 5,313 萬港元。

展望

為達至穩步提升銷售規模與盈利能力的目標，休閒食品業務將持續透過開發差異化新產品系列，擴大海外合作研發生產，積極進行產品線佈局，打造超級單品，優化產品結構；創新性開展品牌營銷，提升零售終端表現；繼續聚焦核心區域，快速向三、四、五線市場分銷，並繼續開發售賣多種食品小賣店的傳統渠道及電商等新興渠道。

財務回顧

本集團截至 2015 年 6 月 30 日止六個月期間（「中期期間」）分部業績的補充資料連同比較數字載列如下：

	截至 6 月 30 日止六個月	
	2015 年 %	2014 年 %
按分部劃分之收入增長：		
— 飲料	2.9	15.0
— 酒品類	19.6	-4.2
— 廚房食品	16.6	-16.1
— 休閒食品	-9.1	-13.7
— 其他	17.1	46.5
分部業績對收入比率：		
— 飲料	6.3	5.7
— 酒品類	8.4	-5.2
— 廚房食品	0.7	-1.1
— 休閒食品	-26.9	-34.0
— 其他	1.7	4.9

收入

於中期期間，本集團之總收入為150.81億港元，較去年同期之137.67億港元增加9.54%。除休閒食品分部外，飲料、酒品類、廚房食品及其他分部均錄得收入增長。

就飲料分部而言，整體銷量增長8%，但果汁品類銷售額下降，對整體單標箱收入造成不利影響。因此，整體收入增加2.9%。

就酒品類分部而言，收入及銷量分別增加19.6%及26.2%。由於執行發展策略，長城葡萄酒終端銷售有所增長，經銷商對進貨重拾信心。

就廚房食品分部而言，自2015年第二季起進一步擴展中包裝食用油(8-20公升裝)的銷售及分銷，以滿足中國餐飲業日益增長的需求。由於該業務規模較大，中包裝食用油銷售收入大增，佔分部收入約17%。因此，整體銷售收入增加16.6%。

就其他分部而言，錄得收入增長17.1%，乃由於此業務處於發展初期，比較基數較低。

就休閒食品分部而言，受到情人節及春節重疊的影響，銷售收入錄得9.1%的下降。

毛利率

於中期期間，整體毛利率由去年同期之23.2%升至23.7%，主要由於飲料分部、酒品類分部及休閒食品分部毛利率上升，抵銷廚房食品分部毛利率下降之影響。

就飲料分部而言，毛利率改善2%乃主要由於原材料價格下降。

就酒品類分部而言，毛利率改善3.9個百分點乃主要由於原酒價格下降及產量增加導致每單位攤分之固定生產成本減少所致。

就休閒食品分部而言，毛利率改善6.1個百分點乃主要由於銷售結構優化、嚴控低利潤率產品的銷售折扣所致。

就廚房食品分部而言，毛利率下降0.7個百分點乃主要由於處於早期發展階段的中包裝食用油毛利率較低所致。

銷售及分銷支出／行政支出

飲料分部銷售及分銷支出及行政支出總額增加9%，主要由於渠道滲透擴闊令倉儲及配送成本增加，以及鑑於市場競爭激烈，為達致與消費者更有效溝通而增加市場推廣開支所致。

就非飲料分部而言，整體銷售及分銷支出及行政支出總額錄得減少5.8%，主要由於有效的開支控制及成本減少。

融資成本

於中期期間，融資成本為3,200萬港元，與去年同期比較減少9%，主要由於平均未償還貸款餘額減少所致。

應佔聯營公司溢利

應佔聯營公司溢利為5,300萬港元，減少23.5%，主要由於飲料分部之聯營公司之盈利能力下降所致。

所得稅支出

所得稅支出為1.88億港元，增加46%，主要由於飲料分部及酒品類分部若干附屬公司盈利能力改善，而廚房食品業務仍然使用過往年度結轉的若干稅務虧損所致。

流動資金及財務資源

本公司之庫務部門制定財務風險管理程序，並由本公司高級管理層定期審閱。該庫務部門集中管理包括利率及匯率風險在內之財務風險、重新分配本集團之財務資源盈餘及為本集團爭取有成本效益之資金，並抓緊提高收益之機遇。庫務部門定期及密切監察其整體現金及債務狀況、積極檢討其融資成本及到期情況以方便於適當情況下再融資。

於2015年6月30日，本集團之無抵押現金及現金等值項目合共約為24.64億港元(2014年12月31日：約13.56億港元)，本集團之流動資產淨值約為11.44億港元(2014年12月31日：約21.11億港元)。

於中期期間，EBITDA 增加 2.974 億港元，主要因為本集團整體盈利能力上升。

綜合考慮基於預算預估的經營活動現金流、現有的財務資源及槓桿及現時可供本集團使用之銀行授信及貸款還款計劃，管理層相信，本集團有充足財務資源清還債務，為其日常業務營運及已承諾資本開支提供資金。

本集團之大部分貨幣資產、貨幣負債及交易主要以人民幣計價，而大部分銀行借貸以港元或美元計價。於中期期間，本集團承受外匯風險及利率風險有關的整體風險不大。於以港元或美元計價的現有銀行借貸到期後，本集團將陸續償還該等借貸及／或以人民幣再融資。

資本結構

於 2015 年 6 月 30 日及中期期間，本公司之已發行股份總數保持不變，仍為 2,797,223,396 股股份。

於 2015 年 6 月 30 日，本集團之借貸包括若干計息銀行借貸約為 34.246 億港元 (2014 年 12 月 31 日：約 34.246 億港元) 及其他借貸約為 3,990 萬港元 (2014 年 12 月 31 日：約 3,640 萬港元)。

銀行借貸按介乎 0.73 厘至 6.30 厘之年利率計息 (2014 年 12 月 31 日：介乎 0.68 厘至 6.72 厘)。其他借貸按 5.60 厘之年利率計息 (2014 年 12 月 31 日：5.60 厘)。

於 2015 年 6 月 30 日，母公司擁有人應佔淨資產約為 60.07 億港元 (2014 年 12 月 31 日：約 58.88 億港元)，本集團淨借貸 (計息銀行借貸及其他借貸減無抵押現金及現金等值項目) 約為 10.01 億港元 (2014 年 12 月 31 日：約為 21.05 億港元) 及淨桿杆比率 (本集團淨借貸佔母公司擁有人應佔淨資產比率) 約為 16.7% (2014 年 12 月 31 日：約 35.7%)。

或有負債及資產抵押

於 2015 年 6 月 30 日，本集團於申報期間期末並無任何重大或有負債。

於 2015 年 6 月 30 日，本集團若干銀行借貸乃以本集團賬面淨值總額約 3.73 億港元 (2014 年 12 月 31 日：約 3.16 億港元) 之若干物業、土地使用權和定期存款作抵押。

人力資源

於2015年6月30日，本集團於中國內地及香港共僱用17,090名僱員(2014年12月31日：17,285名)。本集團根據僱員之崗位、表現、經驗及現時市場慣例釐定僱員薪酬，並提供管理及專業培訓予僱員。

本集團透過豁免強制性公積金職業退休計劃或強制性公積金計劃為在香港的僱員提供退休福利，並提供人壽保險及醫療保險；及為中國內地僱員提供中國法律要求的基本社會保險及住房公積金。此等福利計劃之詳情載於2014年年報內。

本公司的購股權計劃於2006年11月21日獲採納，為期十年，旨在依據僱員個別表現獎勵本集團合資格僱員(包括本公司執行董事及非執行董事)。

於2015年1月1日，本公司尚未行使之購股權總數為25,700,000份。於中期期間，合共620,000份購股權已失效。因此，於2015年6月30日，本公司尚未行使之購股權總數為25,080,000份。

中期股息

董事會不宣派中期期間之中期股息(2014年6月30日：無)。

企業管治守則

本公司已於整個中期期間一直採用《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(「上市規則」)附錄十四所載《企業管治守則》之原則並遵守其所有守則條文。

董事進行的證券交易

本公司已採納上市規則附錄十所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「標準守則」)作為董事進行證券交易之操守守則。經本公司作出具體查詢後，本公司所有董事確認彼等於整個中期期間一直遵守標準守則所載列之規定標準。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

於中期期間，本公司及其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

審閱中期業績

本集團於中期期間之未經審核簡明綜合中期財務資料已由董事會轄下的審核委員會審閱。

刊登中期業績及中期報告

本業績公告於香港交易及結算所有限公司披露易網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.chinafoodsltd.com)上刊登。本公司2015年中期報告將於適當時候在上述網站上刊登，並將寄發予本公司股東。

承董事會命
中國食品有限公司
董事總經理
江國金

香港，2015年8月25日

於本公告日期，董事會成員包括：于旭波先生為董事會主席及非執行董事；江國金先生、吳文婷女士及遼曉輝先生為執行董事；寧高寧先生、柳丁女士、馬建平先生及王之盈先生為非執行董事；以及祈立德先生(Mr. Stephen Edward Clark)、包逸秋先生(Mr. Paul Kenneth Etchells)、李鴻鈞先生及袁天凡先生為獨立非執行董事。