

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的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不就因本公告全部或任何部份內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



**UNI-PRESIDENT CHINA HOLDINGS LTD.**

**統一企業中國控股有限公司**

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份編號：220)

## 2015年末期業績公告

- 收益為人民幣22,101.9百萬元，下降1.7%
- 毛利率為36.8%，上升4.3個百分點
- 未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為人民幣2,669.4百萬元，上升36.6%
- 本公司權益持有人應佔溢利為人民幣834.5百萬元，上升192.3%
- 建議2015年末期股息每股人民幣3.864分

### 主席報告書

2015年中華人民共和國（「中國」）生產總值(GDP)增速持續放緩，同比增長降為6.9%，顯示經濟增速放緩發展已成為新常態。食品與飲料行業持續進行結構調整，既有產品普遍增長力道趨緩甚或出現衰退，而創新、升級的新產品則異軍突起，引領風騷，帶動產業發展。統一企業中國控股有限公司（「本公司」）及其附屬公司（統稱「本集團」）將持續進行產品結構調整，掌握消費者趨勢，在食品與飲料行業新一輪的發展契機中，秉持創新研究、品牌建設經營的理念，開創新的格局。

本集團的營運基礎鞏固，財務穩健，擁有核心競爭力及良好的經營管理能力，秉持「不浮躁 要紮實」的信念，持續以產品、利潤組合優化，列為各業務分部最重要的考核指標，提升組織的綜合效能，精進本集團的經營體質，以期在瞬息萬變的快速消費品市場中，有效掌握應變速度，擴大市場規模，並創造效益極大化，戮力完成本公司董事會（「董事會」）賦予的經營目標。

本集團全體員工上下共同努力，以創新產品帶動產業升級，在果汁、茶飲料、方便麵等領域，都有優於整體產業增長的表現，「海之言」、「小茗同學」、「湯達人」，成為2015年本集團收益的增長引擎，並且有效改善獲利結構，本集團2015年收益達到人民幣22,101.9百萬元；股東應佔溢利人民幣834.5百萬元。

2015年方便麵整體行業持續衰退，為追求新的契機，推升產業升級，創造消費者需求，本集團持續推動中高端方便麵發展的策略，2015年本集團方便麵收益達到人民幣7,567.4百萬元，較去年同期下跌4.9%，而獲利則由於轉型成功，產品結構調整得宜，以及受益於原物料價格下跌，逆勢大幅成長；「老壇酸菜牛肉麵」仍然位居全中國方便麵辣口味市場銷售第一；「湯達人」掌握年輕消費者對中高端方便麵的流行趨勢，成為人民幣5元以上價位的主要品牌，2015年收益達到人民幣5億元，預估2016年仍將維持雙位數增長，在人民幣5元以上的市場，本集團已成為產業龍頭，勇奪第一；2015年繼續推出時尚感「輕蔬」品牌，以全新品牌定位及包裝，提供消費者更優質產品選擇。

本集團2015年飲料事業收益錄得人民幣14,051.1百萬元，較去年同期成長0.3%，在整體經濟成長放緩的情況下，飲料市場亦受到波及，整體行業僅增長1.2%，同時消費型態快速轉型，既有產品及創新產品之間彼消此長的情況十分明顯，本集團以創新求進的精神，在茶飲料及果汁整體市場衰退下，推出全新品牌「海之言」及「小茗同學」，銷售動能強勁，兩品牌於2015年收益合計超過人民幣25億元，在飲料行業中大放異彩，走出飲料行業過去低價競爭的格局，開創了中高價飲品嶄新的一頁。

本集團將堅持以滿足消費者需求為依歸，研發創新高品質的產品，掌握消費者轉型的契機，2016年仍將按照新產品發展規劃藍圖，持續推出優質具差異化之創新產品，擴大鞏固本集團在中高端飲品與方便麵市場的地位。

## 股息

基於本集團2015年整體績效表現，考量集團盈餘、整體財務狀況、以及資本支出等，董事會將於本公司即將舉行之週年股東大會中建議派發截至2015年12月31日止年度末期現金股息每股人民幣3.864分（共計股息人民幣166.9百萬元）。

## 未來展望

預期2016年中國經濟發展仍將持續放緩，GDP維持中速增長，食品與飲料市場則繼續演化，產業結構調整正如火如荼進行，可預見規模經濟與低成本競爭力，對於企業整體運營的重要性，已經不若以往，唯有具備創新與品牌管理能力的企業，才有機會跳脫產品同質化低價競爭的漩渦。本集團樂觀迎接此輪轉變，對2016年發展仍然樂觀預期；本集團將聚焦核心競爭能力，運用創新研發之組織能力優勢，掌握市場趨勢與消費者的喜好，持續發展高優質創新產品，持續聚焦經營在重點市場，滿足消費者的需求，為所有股東創造合理利潤報酬。

## 致謝

本集團之所以得以穩定發展，是端賴各方的支持和努力，本人謹代表董事會向客戶、供應商、業務夥伴、金融機構及股東的鼎力支持致以衷心謝意，並特別對全體員工過去一年付出的努力及貢獻致謝。

羅智先  
主席

2016年3月18日

## 綜合收益表

截至2015年12月31日止年度

	附註	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
收益	3	22,101,871	22,487,671
銷售成本	4	<u>(13,961,138)</u>	<u>(15,179,284)</u>
毛利		8,140,733	7,308,387
其他利得－淨額		16,672	158,083
其他收入		342,518	266,253
其他開支	4	(132,320)	(98,243)
銷售及市場推廣開支	4	(6,320,528)	(6,294,847)
行政開支	4	<u>(1,015,577)</u>	<u>(967,783)</u>
經營溢利		1,031,498	371,850
融資收入		135,955	105,233
融資成本		<u>(109,637)</u>	<u>(147,382)</u>
融資收入／(成本)－淨額	5	26,318	(42,149)
以權益法入賬之應佔投資溢利		<u>112,945</u>	<u>84,977</u>
除所得稅前溢利		1,170,761	414,678
所得稅開支	6	<u>(336,256)</u>	<u>(129,141)</u>
年度及本公司權益持有人應佔溢利		<u>834,505</u>	<u>285,537</u>
年度本公司權益持有人應佔溢利之每股盈利 (以每股人民幣列值)			
－基本及攤薄	7	<u>19.32分</u>	<u>7.18分</u>

## 綜合全面收益表

截至2015年12月31日止年度

	附註	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
年度溢利		834,505	285,537
其他全面收益：			
可重新分類至損益之項目			
可供出售金融資產之公平值（虧損）／利得－除稅淨額		<u>(11,717)</u>	<u>609</u>
年度其他全面收益－除稅淨額		<u>(11,717)</u>	<u>609</u>
年度及本公司權益持有人應佔之全面收益總額		<u><u>822,788</u></u>	<u><u>286,146</u></u>

綜合資產負債表  
於2015年12月31日

	附註	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
<b>資產</b>			
<b>非流動資產</b>			
土地使用權		2,214,488	2,150,679
物業、廠房及設備		11,454,886	11,641,653
投資物業		349,576	242,439
無形資產		33,885	28,614
按權益法入賬的投資		1,621,725	1,545,708
可供出售金融資產		227,024	192,809
遞延所得稅資產		328,137	321,881
其他應收款項－非即期部分		12,111	52,283
		<u>16,241,832</u>	<u>16,176,066</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		1,367,717	1,129,306
應收貿易賬款	9	529,198	487,418
預付款項、按金及其他應收款項		548,343	1,256,788
按公平值透過損益記賬之金融資產		–	86,710
現金及銀行結餘		2,919,329	2,128,121
		<u>5,364,587</u>	<u>5,088,343</u>
<b>總資產</b>		<u><u>21,606,419</u></u>	<u><u>21,264,409</u></u>

	附註	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
<b>權益</b>			
本公司權益持有人應佔權益			
股本		39,764	39,764
股份溢價		4,829,899	4,829,899
其他儲備		2,274,569	2,213,148
保留盈利		4,458,171	3,753,927
		<u>11,602,403</u>	<u>10,836,738</u>
<b>總權益</b>			
<b>負債</b>			
非流動負債			
遞延所得稅負債		197,350	188,845
借貸		2,665,000	4,280,095
其他應付款項－非即期部分		439,149	237,985
		<u>3,301,499</u>	<u>4,706,925</u>
<b>流動負債</b>			
應付貿易賬款	10	1,229,015	1,054,204
其他應付款項及應計費用		3,836,107	3,026,862
借貸		1,589,316	1,556,273
當期所得稅負債		45,941	83,093
衍生金融工具		2,138	314
		<u>6,702,517</u>	<u>5,720,746</u>
<b>總負債</b>		<u>10,004,016</u>	<u>10,427,671</u>
<b>權益及負債總額</b>		<u>21,606,419</u>	<u>21,264,409</u>

# 綜合財務報表附註

截至2015年12月31日止年度

## 1 一般資料

統一企業中國控股有限公司（「本公司」）於2007年7月4日根據《開曼群島公司法》在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司註冊辦事處之地址為P.O. Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。

本公司為投資控股公司，而其附屬公司（與本公司統稱「本集團」）主要在中華人民共和國（「中國」）從事製造及銷售飲料及方便麵業務（「中國飲料及方便麵業務」）。

本公司已完成其全球首次公開發售，本公司股份於2007年12月17日在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市（「上市」）。

除另有說明外，本綜合財務報表以人民幣千元（「人民幣千元」）呈列。

## 2 重要會計政策摘要

於編製該等綜合財務報表時所應用之主要會計政策載列如下。除另有說明外，該等政策貫徹應用於所呈列之所有年度。

### 2.1 編製基準

本集團之綜合財務報表乃按照適用於香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。該等綜合財務報表已按歷史成本基準編製，並就重估可供出售金融資產按公平值透過損益記賬之金融資產及金融負債（包括衍生工具）作出修訂，有關項目乃按公平值列賬。

若干比較數字已重新分類，已與本期間之呈列方式一致。該等重新分類對所報告之總資產、負債、權益或溢利並無影響。

編製符合香港財務報告準則之財務報表需要使用若干關鍵會計估算。這亦需要管理層在應用本集團會計政策過程中作出判斷。涉及高度判斷或高度複雜性之範疇，或涉及對綜合財務報表作出重大假設和估算之範疇，乃於下文附註4中披露。



### 2.1.1 會計政策及披露之變更

#### (a) 本集團於2015年採納的新訂及經修訂準則

以下香港財務報告準則的新修訂已於2015年1月1日開始的財政年度首次生效且與本集團業務有關：

- 2012年年度改進包括2010年至2012年週期年度改進項目的變動，對於2014年7月1日或之後進行的相關交易有效：
  - 香港財務報告準則第8號「營運分部」之修訂，規定須披露管理層於合計營運分部及呈報分部資產與實體資產對賬時所作判斷。
  - 香港會計準則第24號「關聯方披露」之修訂，澄清報告實體毋須披露管理實體（作為關聯方）向其僱員或董事支付的報酬，惟須披露管理實體就所提供服務收取報告實體的金額。
- 2013年年度改進包括2011年至2013年週期年度改進的變動，對於2014年7月1日或之後進行的相關交易有效：
  - 香港財務報告準則第13號「公平值計量」之修訂，澄清容許實體按淨值基準計量一組金融資產及金融負債的公平值的組合例外情況，乃適用於香港會計準則第39號或香港財務報告準則第9號範圍內的全部合約（包括非金融合約）。
  - 香港會計準則第40號「投資物業」之修訂，澄清在將物業分類為投資物業或自用物業時，香港會計準則第40號與香港財務報告準則第3號之間的關係。

以下新香港財務報告準則之修訂本於2015年1月1日開始的財政年度首次生效，惟與本集團業務無關（但可能影響未來交易及事項的會計處理）：

- 香港會計準則第19號之修訂與定額福利計劃有關，已於2014年7月1日或之後開始的年度期間生效。有關修訂適用於僱員或第三方向定額福利計劃所作供款。此項修訂區分僅與當期服務相關的供款以及與超過一段期間內所提供服務相關的供款。該項修訂允許與服務相關且不會因服務期間長短而變動的供款，可以在提供該項服務期間確認的福利成本中扣除。與服務相關且根據服務期間長短而變動的供款，必須在服務期間內按照與福利相同的分配方法攤分。
- 香港財務報告準則第3號「業務合併」之修訂，對於2014年7月1日或之後進行的相關交易有效。有關修訂澄清香港財務報告準則第3號並不適用於在合營安排財務報表中計算香港財務報告準則第11號項下任何合營安排的組成。

自2015年1月1日開始採納上述新香港財務報告準則之修訂本不會對本集團截至2015年12月31日止年度的經營業績及財務狀況造成任何重大影響。

(b) 已頒佈但於2015年1月1日開始的財政年度尚未生效及無提早採納的新準則及修訂

多項新準則及現有準則之修訂本已頒佈，但於2015年1月1日開始的財政年度尚未生效，而本集團於編製此等綜合財務報表時並無提早採納有關新準則及修訂本。

香港財務報告準則第14號「監管遞延賬目」，於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效。

香港財務報告準則第11號「收購共同經營權益的會計法」之修訂，於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效。

香港會計準則第16號及香港會計準則第38號「澄清折舊及攤銷之可接受方法」之修訂，於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效。

香港會計準則第16號及香港會計準則第41號「農業：生產性植物」之修訂，於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效。

香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號「投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或注資」之修訂，原訂於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效，其生效日期已被推遲／移除。

香港會計準則第27號「獨立財務報表的權益法」之修訂，於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效。

2014年年度改進影響以下準則：香港財務報告準則第5號「持作出售的非流動資產及已終止經營業務」、香港財務報告準則第7號「金融工具：披露」、香港會計準則第19號「員工福利」及香港會計準則第34號「中期財務報告」，於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效。

香港財務報告準則第10號、香港財務報告準則第12號及香港會計準則第28號「投資實體：應用合併的例外情況」之修訂，於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效。

香港會計準則第1號「披露計劃」之修訂，於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效。

香港財務報告準則第15號「與客戶之間的合同產生的收入」，於2018年1月1日或之後開始的年度期間生效。

香港財務報告準則第9號「金融工具」，於2018年1月1日或之後開始的年度期間生效。

香港財務報告準則第16號「租約」，於2019年1月1日或之後開始的年度期間生效。

本集團尚未評估該等新修訂及準則的全面影響，並計劃不遲於該等修訂各自之生效日期採納有關修訂。

(c) 新香港公司條例(第622章)

此外，新香港公司條例(第622章)第9部「賬目和審計」之規定已於本財政年度內生效，因此，綜合財務報表內若干資料之呈報及披露有所變動。

### 3 收益及分部資料

截至2015年及2014年12月31日止年度之分部資料如下：

	飲料 人民幣千元	方便麵 人民幣千元	2015 其他 人民幣千元	未分配 人民幣千元	本集團 人民幣千元
分部業績					
收益	<u>14,051,115</u>	<u>7,567,422</u>	<u>483,334</u>	<u>-</u>	<u>22,101,871</u>
分部溢利／(虧損)	1,105,171	174,092	47,358	(295,123)	1,031,498
融資收入－淨額	-	-	-	26,318	26,318
以權益法入賬之應佔投資溢利／(虧損)	114,724	-	-	(1,779)	112,945
除所得稅前溢利					1,170,761
所得稅開支					(336,256)
年度溢利					<u>834,505</u>
收益表內所列其他分部項目					
折舊及攤銷	<u>1,000,285</u>	<u>279,440</u>	<u>44,633</u>	<u>78,750</u>	<u>1,403,108</u>
分部資產及負債					
資產	11,801,888	4,189,231	448,205	3,545,370	19,984,694
按權益法入賬的投資	1,461,263	-	-	160,462	1,621,725
總資產					<u>21,606,419</u>
負債	3,143,511	1,543,692	194,593	5,122,220	10,004,016
總負債					<u>10,004,016</u>
資本支出	<u>1,100,616</u>	<u>185,784</u>	<u>74,825</u>	<u>39,614</u>	<u>1,400,839</u>

	2014				本集團
	飲料	方便麵	其他	未分配	人民幣千元
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
<b>分部業績</b>					
收益	<u>14,004,596</u>	<u>7,960,321</u>	<u>522,754</u>	<u>-</u>	<u>22,487,671</u>
分部溢利／(虧損)	702,474	(93,575)	35,168	(272,217)	371,850
融資成本－淨額	-	-	-	(42,149)	(42,149)
以權益法入賬之應佔投資溢利／(虧損)	113,389	-	-	(28,412)	<u>84,977</u>
除所得稅前溢利					414,678
所得稅開支					<u>(129,141)</u>
年度溢利					<u>285,537</u>
<b>收益表內所列其他分部項目</b>					
折舊及攤銷	<u>1,011,186</u>	<u>298,261</u>	<u>37,383</u>	<u>66,217</u>	<u>1,413,047</u>
<b>分部資產及負債</b>					
資產	11,464,783	3,919,781	301,340	4,032,797	19,718,701
按權益法入賬的投資	1,383,356	-	-	162,352	<u>1,545,708</u>
總資產					<u>21,264,409</u>
負債	2,774,594	1,192,923	110,485	6,349,669	<u>10,427,671</u>
總負債					<u>10,427,671</u>
資本支出	<u>2,521,025</u>	<u>585,543</u>	<u>174,910</u>	<u>64,182</u>	<u>3,345,660</u>

歸類入未分配組別之資產主要包括由遞延所得稅資產、可供出售金融資產、現金及銀行結餘以及投資物業及相關土地使用權。

歸類入未分配組別之負債主要包括遞延所得稅負債、當期所得稅負債及借貸。

資本支出包括添置土地使用權、物業、廠房及設備、投資物業以及無形資產。

位於不同國家之非流動資產（不包括金融工具及遞延所得稅資產）總額如下：

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
非流動資產（不包括金融工具及遞延所得稅資產）總額		
— 中國	15,596,383	15,587,380
— 海外國家	78,177	21,713
金融工具	239,135	245,092
遞延所得稅資產	328,137	321,881
	<u>16,241,832</u>	<u>16,176,066</u>

#### 4 費用性質

包含於銷售成本、銷售及市場推廣開支、行政開支及其他開支之費用分析如下：

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
所用原材料、包裝材料、易耗品及購買的商品	12,167,255	12,847,671
成品存貨變動	(173,073)	302,405
外包生產開支	1,860	2,048
促銷及廣告費用	2,417,906	2,350,078
員工福利開支，包括董事薪酬	3,164,748	3,028,652
運輸費用	957,360	1,049,280
土地使用權攤銷	57,018	57,649
物業、廠房及設備折舊	1,311,777	1,338,199
投資物業折舊	18,665	11,913
無形資產攤銷	15,648	5,286
樓宇經營租賃	165,596	194,867
城市建設稅、物業稅及其他稅務費用	285,182	249,654
撥回物業、廠房及設備減值撥備	(116)	(15)
應收貿易賬款之減值（撥回）／撥備	(1,634)	3,683
存貨撥備撥回存貨至可變現淨值	(1,134)	(5,318)
核數師酬金		
— 核數服務	7,283	6,802
— 非核數服務	—	700
其他	1,035,222	1,096,603
	<u>21,429,563</u>	<u>22,540,157</u>
總計	<u>21,429,563</u>	<u>22,540,157</u>

## 5 融資收入／（成本）－淨額

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
融資收入－現金及現金等價物之利息收入	<u>135,955</u>	<u>105,233</u>
借貸之利息開支	(155,910)	(162,399)
匯兌虧損淨額	(63,910)	(20,380)
減：合資格資產之資本化金額	<u>110,183</u>	<u>35,397</u>
	<u>(109,637)</u>	<u>(147,382)</u>
融資收入／（成本）－淨額	<u><u>26,318</u></u>	<u><u>(42,149)</u></u>

## 6 所得稅開支

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
當期所得稅		
－有關年度溢利之當期稅項	319,357	227,622
遞延所得稅	4,899	(98,481)
一家中國附屬公司派付股息稅之預扣稅	<u>12,000</u>	<u>—</u>
	<u><u>336,256</u></u>	<u><u>129,141</u></u>

### (a) 中國企業所得稅（「企業所得稅」）

於本年度，在中國成立的附屬公司須按25%（2014年：25%）的稅率繳納企業所得稅。

根據財政部、國稅總局和海關總署發佈的財稅[2011]58號「關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知」，於西部地區成立並屬於中國政府公佈之若干鼓勵類產業目錄之公司將有權享有15%優惠稅率。本集團部分中國附屬公司於西部開發區成立並屬於鼓勵類產業目錄，故有權享有上述15%優惠稅率。

### (b) 其他所得稅

本公司根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，因此，本公司獲豁免繳納開曼群島所得稅。

在臺灣及香港註冊成立的附屬公司須按當地現行稅率分別為17%及16.5%（2014年：17%及16.5%）繳納所得稅。

本集團除所得稅前溢利與按中國適用於合併實體溢利之法定稅率25% (2014年: 25%) 計算之理論稅項差異如下:

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
除所得稅前溢利	<u>1,170,761</u>	<u>414,678</u>
按中國法定稅率計算之稅項	292,690	103,670
下列各項之稅務影響:		
有關若干附屬公司溢利之優惠稅率	(20,500)	(8,365)
使用先前未確認之稅項虧損	(2,114)	(2,525)
未確認為遞延所得稅資產之稅項虧損	32,835	28,621
毋須課稅收入	(28,236)	(21,244)
不可扣稅開支	49,581	28,984
一家中國附屬公司派付股息稅之預扣稅	<u>12,000</u>	-
所得稅開支	<u>336,256</u>	<u>129,141</u>

有關其他全面收益部分之所得稅支出如下:

	2015			2014		
	除稅前 人民幣千元	稅項支出 人民幣千元	除稅後 人民幣千元	除稅前 人民幣千元	稅項支出 人民幣千元	除稅後 人民幣千元
其他全面收益						
– 可供出售金融資產公平值淨 虧損 / (利得)	<u>(16,717)</u>	<u>5,000</u>	<u>(11,717)</u>	783	(174)	609
遞延所得稅		<u>5,000</u>			<u>(174)</u>	

## 7 每股盈利

### 基本

每股基本盈利乃按年度本公司權益持有人應佔溢利除已發行普通股加權平均數計算。

	2015	2014
本公司權益持有人應佔溢利 (人民幣千元)	834,505	285,537
已發行普通股加權平均數 (千股)	4,319,334	3,976,154
每股基本盈利 (每股人民幣計)	<u>19.32分</u>	<u>7.18分</u>

由於本公司並無潛在攤薄普通股，故每股攤薄盈利與每股基本盈利一致。

## 8 股息

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
建議派付末期股息每股普通股人民幣3.864分 (2014年：人民幣1.322分)	<u>166,901</u>	<u>57,107</u>

於2015年及2014年，本公司就截至2014年及2013年12月31日止年度已派股息分別為人民幣57,123,000元（每股人民幣1.322分）及人民幣183,212,000元（每股人民幣5.092分）。

於2016年5月20日舉行之股東週年大會上將建議派發截至2015年12月31日止年度之股息每股人民幣3.864分（共計為人民幣166,901,000元）。此等財務報表未有反映此筆應付股息。

## 9 應收貿易賬款

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
應收獨立第三方貿易賬款	494,288	470,780
減：減值撥備	<u>(8,573)</u>	<u>(10,207)</u>
應收獨立第三方貿易賬款，淨值	485,715	460,573
應收關聯方貿易賬款	<u>43,483</u>	<u>26,845</u>
應收貿易賬款，淨值	<u>529,198</u>	<u>487,418</u>



本集團通常授予客戶60天至90天之信用期(2014年:60天至90天)。應收貿易賬款的賬齡分析如下:

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
應收貿易賬款, 總額		
—90天以內	495,146	457,173
—91至180天	38,348	38,476
—181至365天	1,356	1,742
—一年以上	2,921	234
	<u>537,771</u>	<u>497,625</u>

於2015年12月31日, 人民幣2,370,000元(2014年:無)的應收貿易賬款經已逾期但未減值。有關款項涉及一名無重大財政困難之本集團關聯方, 而依過去經驗, 逾期餘額可以回收。有關應收貿易賬款的賬齡超過一年。

本集團應收貿易賬款之賬面值以下列貨幣計值:

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
應收貿易賬款, 總額		
—人民幣	532,422	493,680
—美元	2,166	2,242
—港元	3,183	1,703
	<u>537,771</u>	<u>497,625</u>

於結算日, 應收貿易賬款賬面值與其公平值相若。

於2015年12月31日, 約人民幣105.9百萬元(2014年:人民幣101.3百萬元)之應收貿易賬款經已逾期, 而就減值作出之撥備金額約為人民幣8.6百萬元(2014年:人民幣10.2百萬元)。個別重大或長期逾期之餘額會首先單獨評估減值, 餘下款項則根據其賬齡及過往違約率綜合評估, 原因為此等客戶具有相似信用風險特點。此等應收賬款的賬齡分析如下:

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
應收貿易賬款, 總額		
—90天以內	65,724	60,889
—91至180天	38,348	38,476
—181至365天	1,356	1,742
—一年以上	551	234
	<u>105,979</u>	<u>101,341</u>

本集團於收益表之「行政開支」中確認應收貿易賬款之減值撥備。減值撥備之變動如下：

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
於1月1日	10,207	7,115
撇銷不可收回之應收賬款	-	(591)
應收貿易賬款減值(撥回)/撥備	<u>(1,634)</u>	<u>3,683</u>
於12月31日	<u><u>8,573</u></u>	<u><u>10,207</u></u>

於報告日期，本集團須承擔之信貸風險以如上所述之應收貿易賬款之賬面值為上限。本集團概無持有任何抵押品作為擔保。

## 10 應付貿易賬款

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
應付貿易賬款		
— 獨立第三方	986,342	875,956
— 關聯方	<u>242,673</u>	<u>178,248</u>
	<u><u>1,229,015</u></u>	<u><u>1,054,204</u></u>

供應商授予本集團之信用期通常為30天至45天。應付貿易賬款之賬齡分析如下：

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
應付貿易賬款		
— 30天以內	971,428	796,153
— 31至90天	187,948	173,610
— 91至180天	43,782	66,971
— 181至365天	16,848	10,963
— 一年以上	<u>9,009</u>	<u>6,507</u>
	<u><u>1,229,015</u></u>	<u><u>1,054,204</u></u>

應付貿易賬款皆以人民幣計值。彼等之賬面值於結算日與其公平值相若。

## 管理層討論及分析

### 經濟環境狀況

中國GDP增長持續放緩，2015年同比增長降為6.9%，經濟增速放緩發展已成為新常態，各行業均面臨結構調整與轉型的壓力；中國食品與飲料行業受整體經濟影響，增速放緩或出現負增長，消費者的偏好亦出現快速轉變，不同類別或產品消長情況十分明顯，顯示唯有掌握消費趨勢，才能在此輪產業結構調整的契機中脫穎而出，佔得先機，開創未來新格局。

### 業務回顧

本集團秉持創新研究、品牌建設經營的理念，2015年兢兢業業，在經濟走緩的壓力下，以創新帶動增長，並成功達成產品調整結構，提高高毛利產品佔比，致使獲利能力大幅提升。本集團主要業務表現說明如下：

### 財務業績

截至2015年12月31日止年度（「本年度」），本集團錄得收益人民幣22,101.9百萬元，較2014年之人民幣22,487.7百萬元下跌約1.7%。方便麵業務收益下降4.9%，飲品業務收益略上升0.3%，分別達到人民幣7,567.4百萬元及人民幣14,051.1百萬元，佔本集團總收益的比重分別為34.2%及63.6%。本集團毛利於本年度內上升11.4%，由去年同期人民幣7,308.4百萬元，增加至人民幣8,140.7百萬元，毛利率由去年同期之32.5%上升4.3個百分點至36.8%，主要由於本集團高毛利率產品的銷售比例提高、大宗原物料採購價格下降等因素所帶動。

本年度以權益法入賬之投資溢利上升32.8%，至人民幣112.9百萬元（2014年：人民幣85百萬元）。本年度經營溢利為人民幣1,031.5百萬元，較2014年營業溢利錄得之人民幣371.9百萬元，經營溢利大幅上升177.4%。本年度本公司權益持有人應佔溢利為人民幣834.5百萬元，較去年同期之人民幣285.5百萬元上升192.3%，主要由於業務營運績效與產品競爭力提升及大宗原物料採購價格下降等因素所致。本年度內每股盈利為人民幣19.32分（2014年：人民幣7.18分）。

本年度內本集團繼續有效運用行銷資源，對推出新品進行品牌及通路資源精準投入，致使銷售及市場推廣開支輕微上升0.4%至人民幣6,320.5百萬元（2014年：人民幣6,294.8百萬元）。本年度內行政開支為人民幣1,015.6百萬元（2014年：人民幣967.8百萬元），較去年同期上升4.9%，主要是本集團毛利提高致使相應的附加稅（如城市建設維護稅等）相對增加所致，但仍在管理層的管控預期之內。

## 方便麵業務

受整體經濟成長放緩的大環境影響，2015年本集團方便麵業務收益錄得人民幣7,567.4百萬元，較去年同期負成長4.9%。在低迷沉悶的市場中，本集團發揮「有感創新」的核心競爭力，堅持「價值行銷」的戰略，逐步跳脫出低價位、同質化的困局，向高附加價值尋求更大的市場機會，用創新帶動長期可持續發展。2015年方便麵主要原物料價格跌落，以及本集團持續產品結構調整，高價麵銷售佔比逐步提升，致使方便麵毛利率較去年同期提升了4.7個百分點。

在市場佔有率與品牌口碑方面，尼爾森資料顯示本集團繼續保持上升趨勢，2015年市佔率達到18.3%。核心品牌「統一老壇酸菜」在整體酸菜品類中，牢牢佔據第一品牌的位置；「湯達人」市佔率大幅提升，2015年本集團勇奪5元以上高價麵品牌第一（尼爾森資料）；據中國統計信息服務中心大數據研究實驗室發佈的2015年第三季度「方便麵品牌網絡口碑報告」，本集團方便麵連續三年奪得方便麵品牌網絡口碑第一的殊榮。

作為酸菜品類的領導者，「統一老壇酸菜」系列產品始終堅持將酸爽體驗做到最完美，本年度對產品進行全面升級，增加了豐富的蔬菜和肉粒，給消費者帶來視覺與味蕾的雙重享受，佔據消費者心目中最正宗、最酸爽的品牌地位。2015年農曆新年期間，本集團與國內具影響力的芒果TV合作，推出消費者購買產品即可100%獲贈7天免費VIP觀影券促銷活動，深受消費者喜愛並積極參與。同時，本集團持續舉辦「正宗看得見」酸菜工廠參觀活動，讓更多消費者身臨其境地去感受傳統酸菜的發酵工藝。在新版廣告視頻「工藝篇」中，「統一老壇酸菜」堅持一貫風趣幽默的風格，通過把「咕嚕咕

嚙」的發酵聲組成交響樂這樣的新穎方式，傳達真正老壇在發酵過程中「會呼吸 更酸爽」的核心利益點。在媒體組合上，「統一老壇酸菜」也因應年輕消費者的媒體接觸習慣，大幅提升新媒體的投放佔比，充分利用新媒體跟消費者進行更多更好的互動。

「湯達人」本年度繼續保持雙位數高速成長，在產品力上秉持著精益求精的「達人」精神，對核心口味持續優化，讓消費者享受到「元氣高湯，一碗見底」的酣暢感覺，在傳播力上以新廣告視頻在一線衛視及視頻網站上高密度投放，擴大「湯達人」的知名度；另外通過深入的消費者洞察，通過話題行銷傳播「好麵湯決定」的品牌主張，與消費者深度溝通，同時展現了品牌的人文關懷。

為了滿足消費者品牌化、個性化、多樣化、高端化的需求，本集團佈局了一系列創新品牌，與「湯達人」一起組成2.0品牌群。其中「冠軍榜」在名店名麵的品牌定位下，與「中華老字號」「馬子祿」的合作進一步昇華，推出禮盒裝產品，聚焦核心城市及「蘭州牛肉麵」核心口味，為品牌發展奠定了堅實基礎。在方便麵飽受「不健康」、「沒營養」、「不安全」等負面資訊詬病的市場環境下，「輕蔬」打破消費者對方便麵的傳統認知，首推「精緻輕生活」低負擔的理念，以「無添加防腐劑」、「無添加人工色素」、「無傳統粉包、醬包」、「蔬菜汁麵身」為產品利益，卡位市場前景廣闊的5元杯麵價位帶，採用方便麵行業首創的男女情侶杯包裝方式，獲得了輕熟男、輕熟女的青睞。上市即在一線城市引起強烈迴響，本集團2016年將在全國部份重點城市加強推廣「輕蔬」品牌，帶給消費者更多煥然一新的創新體驗。

受方便麵負面消息的干擾，以及消費者需求轉變和新興代餐軟件的跨界競爭，方便麵行業近年來持續衰退，這個傳統的行業正在處於轉型的陣痛期。2016年，作為「十三五」的開局之年，面對即將到來的經濟中高速發展「新常態」，面對國家對食品安全問題給予的極大關注，整個行業將迎來新的市場契機。作為行業中的一份子，本集團從消費者的利益出發，以食品安全為第一優先，滿足消費者不斷升級的需求，始終堅持替代性創新，並將積極參與行業振興，協助與引領整個行業的升級換代，營造方便麵行業新格局。

## 飲料業務

於本年度，本集團的飲品事業收益人民幣14,051.1百萬元，各主要飲品業務表現說明如下：

### 茶飲料

根據尼爾森資料，2015年飲料行業整體銷售額較去年同期成長1.2%，即飲茶（不含奶茶）市場則持續疲軟，同比下降0.7%，消費趨勢仍然向清涼、健康飲料和包裝水等品類轉移，然而由於受到整體經濟增長放緩的影響，增速亦相對減緩。

2015年本集團茶飲料事業持續打造既有品牌「統一冰紅茶」、「統一綠茶」，並藉由新產品「小茗同學」的優異表現，形成三足鼎立的品牌結構，2015年整體收益人民幣5,826.3百萬，同比增長5.4%，跑贏飲料行業和茶飲料市場大盤，2015年市佔率提升至24.8%。

「小茗同學」自2015年3月18日上市後，鎖定95後年輕族群打造一款與消費者產生共鳴、好喝又好玩的專屬飲品，產品力上以新穎獨特的包裝和鮮爽好喝的口味迎合目標消費者需求，傳播力上獨家冠名7月開播之「我去上學啦」節目，與品牌高度契合，進行深度植入，並配合校園包裝創意大賽、主題視頻傳播、全新卡通形象的微信表情包等系列行銷活動，擴大消費者的參與感，在飲料旺季迅速提升品牌知名度及認知度，締造銷售佳績。



「統一綠茶」則延續「親近自然」的品牌理念，持續以「騎行」為平臺做整合傳播，運用虛擬騎行和6大新鮮地實際騎行相結合，帶領消費者體驗不一樣的「新鮮」騎行方式；同時網路冠名搜狐視頻熱門綜藝節目，用更鮮明的方式吸引了年輕一代消費者的關注。「統一冰紅茶」2015年3月啟用當紅青春偶像吳亦凡為新代言人，演繹「統一冰紅茶」的新廣告語「青春無極限」，開展「霸王放肆刷瓶」與「變身二次元」等活動，引發消費者互動參與，並引起網路熱議，吸引了年輕目標消費族群。

2016年本集團茶飲料持續以價值行銷為主軸，面對市場環境和消費者需求變化，將由既有主力產品「統一冰紅茶」、「統一綠茶」穩定大盤，並以差異化產品「小茗同學」和2016年上市的第二支高端品牌西式果茶「緹拉圖」，推動銷售新增長點，在產品結構上形成區隔，提升品牌鮮明度，以創新來積極應對挑戰。「統一冰紅茶」2016年啟用革命性的全新包裝，讓產品更年輕更潮酷，善用95後溝通方式，增加消費者的關注度，吸引年輕族群回流；「統一綠茶」在持續改善既有經典版產品力同時，同步推出限量版，創造品牌新聲音，突出差異化和品質感。新品「小茗同學」延續熱銷趨勢，2016年全力出擊，擴大銷售區域，並上市第二支新品「溜溜嚙茶」，接力乳酸菌市場的蓬勃和價值感，建立口味差異性，傳播力上借勢稀缺資源，擴大品牌傳播廣度，提升品牌知名度並利用微博、微信、QQ空間等傳播載體，打造圈子文化，精準鎖定目標族群。

## 果汁

2015年果汁事業收益錄得人民幣4,277.6百萬元，較去年同期成長8.6%，整體成長速度優於行業水準。根據尼爾森資料顯示，本集團果汁市佔率由2014年的13.4%提升到2015年的14.7%，增長1.3個百分點。

「海之言」2015年延續「海掃酷熱」的品牌主張，推出「海掃酷熱，暢想郵輪遊活動」，並攜手強勢媒體優酷平臺打造「陽光90後，郵輪帶你去旅行」節目，聚焦90後目標消費群深度溝通，強化「海之言」與大海的密切關聯，聯手優勢互補，實現傳播效益最大化。在各大重點城市，圍繞消費者關注的話題和出行動線，推出郵輪地標、地鐵海洋列車等極具視覺衝擊力的不一樣的廣告，廣泛引發話題傳播。「海之言」被評為2015年尼爾森快速消費品市場突破性創新產品，旗下的「檸檬」和「西柚」分別佔據低濃度果汁口味類別市佔率第一。2016年，「海之言」「黑加侖」和「水蜜桃」兩個口味將全新上市，給消費者帶來更多選擇與新鮮感；配套簽約人氣明星井柏然為代言人，進一步豐富傳播內容和提升傳播效益。

「統一多果汁」系列繼續以「多C多漂亮」為品牌主張，堅持價值行銷，2015年續約亞洲王子張根碩及偶像女王朴信惠，啟用生肖系列瓶標，通過代言人不同表情詮釋系列生肖漂亮調侃文案，實現品牌年輕化。2016年「統一多果汁」聚焦「鮮橙多」品牌運作，堅持「漂亮」的品牌理念，橫向延伸發展品牌系列，將相繼推出橙口味新產品，創新技術以及時尚的包裝形象，將使品牌更加年輕化。

2015年度「飲養四季」緊密圍繞「梨」四季生長規律，分別於春季舉辦梨花節，秋季舉辦梨樹認養及果實採摘，展開延續性行銷活動與消費者親密互動。2016年度「飲養四季」品牌將著力於包裝的提升，並持續訴求產品燉工藝的差異化，展現選材的用心，同時透過線上360度的整合傳播，強化暖人心的行銷活動，塑造溫暖可信賴的品牌形象。

「如飲」常溫飲料於2015年4月上市「梨想萬歲」、「冬瓜小蕎」兩支新品，同年11月再推出熱飲專屬產品「梨好陽光」、「柚見幸福」、「薑暖花開」，快速擴張並佔據了冬季暖飲市場的一席之地。堅持用中國人自己的方式料理土生土長的果實，在「瓶上中國」瓶標包裝設計創意活動中，與消費者互動溝通中式文化，塑造品牌「中式果飲」的形象並得到了消費者的青睞。



2016年果汁事業仍將繼續創新之路，主力品牌「海之言」推出新口味上市；「多果汁」將上市以「橙+青檸+橙柚果粒」為焦點的「橙PLUS」系列；「飲養四季」內、外在美持續升級，期許能帶給消費者煥然一新的感覺，展現新活力；另外在不同果汁濃度及包材方面，本集團2016年將全新出擊，隆重推出以Bottle-can為包材的「恬蜜光年」果汁甜品飲料品牌，另「怡賞」旗下新增利樂包裝的100%果汁產品，滿足家庭餐桌及個人不同飲用時機需求，進一步完善果汁產品的戰略佈局。

## 奶茶

尼爾森資料顯示，2015年度整體奶茶市場規模量衰退達20.2%，消費品類之間發生轉移，在大環境效益不佳情況下，本集團奶茶成長跑贏大盤，年度市佔率達67.8%，同比增長5.6個百分點，穩居市場第一的優勢地位。

2015年在堅持品牌核心溝通概念不變的前提下，本集團借勢「阿薩姆」奶茶高知名度，2015年將系列口味產品整合為「統一阿薩姆」品牌。推出由品牌故事衍生的彩虹瓶，與90後溝通好心情出之有因，強化品牌形象建設及獨特點。推出「好心情因數形象」，與代言人郭采潔共同演繹「好心情跟定你」，透過央視及衛視最佳效益組合投放，塑造「阿薩姆」奶茶好心情的品牌形象。通過網路劇「名偵探狄仁傑」軟性植入，「我去上學啦」節目冠名，以及共青團合作高校推廣等一系列活動，與消費者深度互動。

本集團2015年9月推出「阿薩姆小奶茶」，作為「阿薩姆」產品升級的子品牌，可愛呆萌的包裝設計和嚴格精選的原料，上市後即得到消費者的認可和喜愛。「阿薩姆小奶茶」目標消費群是獨立自我不失群的90後，通過與史努比65周年大電影合作，藉助史努比的卡通形象，帶出「阿薩姆小奶茶」「回到奶茶小時候」的品牌訴求。2016年「阿薩姆小奶茶」將繼續通過年度傳播主題「回到奶茶小時候」，加強與消費者的深入溝通，提升品牌知名度。

2016年本集團奶茶事業將持續致力於產品力及傳播力升級，除既有包裝精進優化外，還要推出符合新生代消費者需求的個性定製化新品，持續通過「好心情因子」形象與消費者溝通，塑造「阿薩姆」奶茶好心情的品牌形象，鞏固本集團奶茶第一品牌的市場地位，並進一步做大奶茶市場規模。

## 咖啡

隨著國人對咖啡品類的口味偏好、飲用習慣和認知態度的轉變，對咖啡飲品的品質和細分需求愈加凸顯，其中輕齡化和品質化是即飲咖啡的兩大發展趨勢。為抓住此契機，本集團於2015年進行雙品牌佈局，在既有「雅哈」咖啡品牌的基礎上，又推出定位更高端、面向咖啡愛好者的新品牌「朗朵」咖啡，更精準的滿足不同目標群體的需求。

「雅哈」咖啡在2015年主要著力於品牌形象年輕化的轉型，並抓住時下年輕人熱愛交流、重視社交的生活方式，以「聊天交流」的飲用時機作為切入點，提出「對味喝、愉快聊」這一新的品牌定位和主張，獲得年輕群體的共鳴。根據新的品牌定位，「雅哈」精準贊助2015年最受熱捧的網路談話類節目「奇葩說」第二季，口播語「喝了才能愉快聊天的雅哈咖啡」成為流行語在年輕人中快速傳播。同步於2015年7月推出的新系列產品「Hey cool」、「Hey smooth」，以低糖、低脂、無香精為特色，滿足部分年輕群體對咖啡原味和清爽口感的細分需求。2016年「雅哈」將進一步提升在年輕人中的影響力，將「聊天交流」的飲用時機具象化、場景化，並連續贊助「奇葩說」第三季共同打造品牌形象。

「朗朵」咖啡定位於對咖啡更有鑒賞能力和品味的人群，以高技術、高品質、高便利為品牌核心利益點，並通過多種形態的產品線滿足消費者在不同飲用時機的需求。除了採用100%初萃液和澳洲冷凍濃縮牛奶的即飲咖啡產品，「朗朵」品牌下還推出了採用單品咖啡豆的濾掛式沖泡咖啡，希望帶給消費者更新鮮、更高品質的咖啡體驗。

## 包裝水

隨著環境污染問題的加劇和健康意識的回歸，根據尼爾森資料，包裝水品類2015年成長5.1%，幅度位居所有軟飲料品類第二，其中天然礦泉水更達雙位數增長，代表了未來包裝水市場將朝向高端天然礦泉水的發展方向。

因應市場趨勢，本集團聚焦飲用天然礦泉水「ALKAQUA愛誇」及「巴馬泉」兩大品牌經營。2015年本集團「ALKAQUA愛誇」品牌廣告，以「好感在冒泡，愛誇很搭調」為主題，強調「好水自有格調」這一主張。為吸引更多年輕消費者關注，廣告投放網路熱劇「盜墓筆記」，取得不錯的效果。

根據尼爾森資料顯示，中高價水成長趨勢明顯，因而產地更優、價值更高的包裝水愈來愈受消費者的青睞，2016年本集團將持續推廣廣西巴馬「世界長壽之鄉」及長白山安圖「中國礦泉水之鄉」兩大優質水源地，致力於提供消費者更健康、更有品味的飲用天然礦泉水產品，在市場推廣方面，主力品牌「ALKAQUA愛誇」將聘請王凱先生為代言人，提升品牌知名度和品牌形象。

## 研發

本集團研發中心持續保持業內創新技術優勢，為開發引領消費者需求的高附加值產品而努力。為保護核心技術，鞏固智慧財產權，截至2015年12月，研發中心擁有獲授權專利22項，申請中專利36項，打造優勢技術屏障。

食品研發團隊秉持技術創新理念，2015年8月「輕蔬」系列產品正式上市，以「輕食低負擔」為開發理念，瞄準白領族群高端杯麵市場。麵身採用雞蛋粉、胡蘿蔔汁、綠茶粉等天然素材，確保產品口感同時兼顧營養；湯頭改用精燉高湯包，搭配豐富蔬菜，平均330大卡／杯的熱量，使消費者食用更低負擔。

茶飲團隊2015年開發「小茗同學」系列，針對年輕人群對茶飲料的需求，聚焦「冷泡不苦澀」工藝，找到冷泡工藝的核心控制點，使產品真正做到鮮爽、醇厚、不苦澀，獨特的風味搭配差異化的包裝設計，使產品一上市即得到消費者的肯定，成為本集團邁向茶飲品牌年輕化和時尚化的代表性產品。

果汁方面「如飲」採用中國傳統特色素材，循中國人調和之道而製，產品從選材、配料、製作工藝上，更符合中國人的味蕾，繼推出「冬瓜小薺」（冬瓜+苦薺）和「梨想萬歲」（梨+羅漢果）後；又推出冬季熱飲系列：銀耳燉雪梨「梨好陽光」、黑糖暖薑「薑暖花開」、蜂蜜白柚「柚見幸福」，在寒冷的冬天裡為消費者帶來溫暖，並積極爭取冬季飲品市場。針對國內消費者日益對健康、純果蔬汁的消費需求，「微時刻」遵循1日3時7果的健康理念，精選7種以上果蔬混搭，設計出分別滿足早、中、晚三餐健康所需的100%果蔬汁產品，「醒」、「衡」、「清」充滿豐富的維生素和果蔬纖維，作為一日三餐的「微餐」，滿足現代緊張忙碌上班白領的營養補充。

奶茶飲料市場2015年度持續萎縮態勢，消費者對於奶茶飲料的需求正逐漸改變，清爽健康的奶茶在白領人群中愈發流行，研發團隊積極回應奶茶市場新趨勢，創新推出「簡單奶+茶」的「assam阿薩姆·小奶茶」，「小真」、「小椰」2支口味選用澳洲冷凍牛奶，用「純純的奶」激發「醇醇的茶」，還原奶茶新鮮奶香，少糖份、低脂肪、輕口味、輕負擔，成為奶茶飲料市場的生力軍。

近年來咖啡飲料市場日趨多元化，本集團研發團隊精心挑選哥倫比亞咖啡豆，率先推出低糖、低脂、不添加香精的「雅哈」「Hey」系列咖啡飲料，通過深焙豆與淺焙豆的完美拼配，凸顯出豐富飽滿的咖啡香氣與明亮乾淨的咖啡口感。

## 食品安全

本集團秉持「三好一公道：品質好、信用好、服務好、價格公道」的理念，向消費者提供安全、健康、美味的食品。為提升食品安全管理體系層級，本集團設置食品安全委員會與食品安全中心，致力於食品安全保障系統的佈建、食品安全政策的制定，深化食品安全風險評估、預警及監控，保證食品安全；承擔本集團的品保體系管理，制定並落實品質政策，保證產品品質。

本集團持續完善原物料供應鏈的監管機制，重點加強供應鏈源頭食品安全管理及成品的食品安全監控。落實供應商食品安全資質審核、供應商食品安全實地評鑒，建立原物料食品安全項目監控機制，確保從供應鏈源頭就開始落實食品品質安全監控；建立生產工廠資質審查、實地評鑒機制，成品除嚴格按法規執行每批檢測合格後出廠外，還對所有產品的全部食品安全項目嚴格執行監控，以確保本集團產品安全與美味。

本集團積極推動供應商源頭管理，除進行供應商培訓，並且引入第三方專業機構對供應商進行審核，輔導供應商建立自身科學有效的食品安全和品質管制體系。本集團全面導入食品安全防護計劃，從產品設計開始，貫穿生產過程，涵蓋通路銷售，以確保消費者的安全與健康。

本集團密切關注外部各種食品安全事件，及時進行風險評估，對類似原物料與成品予以排查，完善食品安全管理系統，確保食品安全；積極參與相關國家標準制定及修訂，蒐集並發佈食品法規及國內、外食品安全資訊，增強集團食品安全意識，促進食品法規與安全標準徹底執行，確保消費者權益。

本集團下屬食品安全檢測中心於2005年起，每年通過中國合格評定國家認可委員會專家評審（CNAS認可），至今已通過165項檢測項目，同時結合各子公司實驗室與外部合作檢測單位之資源，可涵蓋所關注食品安全項目的檢測需求，為本集團提供專業、權威的檢測服務和技術支持，確保食品安全。

截至2015年底，本集團旗下已有30間子公司通過ISO9001國際標準品質管理體系認證、27間子公司通過ISO22000國際標準食品安全管理體系等認證。這一系列認證與榮譽要求企業不斷改進食品安全與品質保證體系，提升食品安全保障能力，同時也顯示本集團不僅向消費者提供美味的產品，更是健康與安全的食品。

## 產能策略

本集團致力聚焦經營，於產品研發創新、建立品牌價值以及建構銷售通路上，不斷努力，以期能滿足消費者不同的需求，並使企業不斷成長茁壯，進而產生最大效益；為使資源聚焦運用，產生效益極大化，本集團生產製造除擁有自有產能外，長期以來並與專業飲料代工廠商合作（包括外部獨立第三方及關連企業等專業代工廠商），形成策略聯盟，使本集團在基本的產能之外，得以委外生產方式調節產能，使產能保有一定的彈性，以致本集團之資源得以充分運用在聚焦經營之項目上，發揮最大效益。



## 財務分析

### 現金及借款

於2015年12月31日，本集團之現金及定期存款人民幣2,915.1百萬元（2014年12月31日：人民幣2,128.1百萬元），當中78.7%以人民幣計值、21.0%以美元計值，受限制銀行存款人民幣4.2百萬元（2014年12月31日：無）。本集團營運所需資金及資本開支主要來源於內部營運產生的現金流量、主要往來銀行提供的信貸額度及發行公司債。於2015年12月31日，本集團的總金融負債人民幣4,254.3百萬元（2014年12月31日：人民幣5,836.4百萬元），減少了27.1%。當中62.6%的借款償還期為1年以上。本集團的總金融負債之90.8%的借款幣別為人民幣，餘下的9.2%的借款幣別為美元，（美元借款扣除美元現金部位後，淨美元現金部位為183.8百萬美元）。於2015年12月31日，本集團之全部金融負債，除2016年到期的人民幣1,000百萬元票據、2017年到期的人民幣1,000百萬元票據、2017年到期的人民幣65百萬元銀行借款、2017年到期的人民幣500百萬元票據及2019年到期的人民幣500百萬元票據等以外（其分別按固定利率每年3.5厘、3.6厘、3.4厘、3.5厘及3.9厘計息），其餘均以浮息計息。於2015年12月31日，本集團並無任何已抵押銀行借款（2014年12月31日：無）。

### 融資

本集團旨在維持適當的資本結構，信貸評級機構臺灣中華信用評等公司授予本集團twAA-的長期信貸評級，對本集團長期信用評等的評等展望為「穩定」。

	截至12月31日	
	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
總借貸	4,254,316	5,836,368
減：現金及定期存款	<u>(2,915,109)</u>	<u>(2,128,121)</u>
債項淨額	1,339,207	3,708,247
總權益	<u>11,602,403</u>	<u>10,836,738</u>
總資本	<u><u>12,941,610</u></u>	<u><u>14,544,985</u></u>
資本負債比率（附註）	<u><u>10.35%</u></u>	<u><u>25.50%</u></u>

附註：資本負債比率按債項淨額除以總權益及債項淨額之和計算。

## 現金流量與資本支出

截至2015年12月31日止，本集團現金及現金等價物減少淨額為人民幣330.7百萬元，其中營運活動產生的淨現金流入為人民幣3,471.4百萬元；融資活動產生的淨現金流出為人民幣1,717.1百萬元；投資活動產生的淨現金流出為人民幣2,098.9百萬元，主要用於建立飲品業務新的生產基地、購置生產新品所需的機器和設備、新的研發設備投入、理財產品等。本年度本集團的資本開支為人民幣1,400.8百萬元（2014年12月31日：人民幣3,345.7百萬元）。

## 經營效率分析

本集團對大部分客戶以款到發貨的方式銷售產品，應收貿易賬款是對現代銷售通路（包括但不限於食品雜貨店、小攤位及百貨商店等）的信貸客戶提供賒銷所產生，賒銷期限通常是60天至90天。本年度，因賒銷通路客戶增加，引致淨應收貿易賬款增加人民幣41.8百萬元至人民幣529.2百萬元（2014年12月31日：人民幣487.4百萬元）。

本集團的應付貿易賬款主要由賒購原材料產生，而存貨主要包括原材料和包裝材料、產成品以及低值易耗品。由於產成品在銷售通路上持續暢銷，本年度為農曆新年提高備存生產原材料，致應付貿易賬款增加人民幣174.8百萬元至人民幣1,229.0百萬元（2014年12月31日：人民幣1,054.2百萬元），而存貨亦同比增加人民幣238.4百萬元至人民幣1,367.7百萬元（2014年12月31日：人民幣1,129.3百萬元）。下表列示過去2年截至12月31日止年度主要周轉天數。

	截至12月31日止年度	
	2015	2014
應收貿易賬款周轉天數	8	8
存貨周轉天數	32	31
應付貿易賬款周轉天數	<u>30</u>	<u>30</u>

## 財務管理

本集團堅持以審慎理財原則的理念為基礎，適度因應市況調節銷售及市場推廣開支、適當資本支出以優化和擴展基礎設施，以應對存在的風險變數，紮實前進。本集團的財務部門根據董事會批准及執行董事指導的政策與程式制訂財務風險管理政策，並由內部稽核部門定期審查。本集團的財務政策旨在減低利率及匯率波動對本集團整體財務狀況的影響以及把本集團的財務風險減至最低。

本集團的財務部門提供集中化財務風險（包括利率及外匯風險）及現金流管理，為本集團與其成員公司提供具成本效益的資金。本年度，為加強事務性工作區域集中，提升工作效率及營運集中及強化區域財務分析職能，本集團於2015年完成華南、華東區域成立區域財務中心及區域結算中心，提升資金使用效益及賬務處理效率。

## 庫務政策

本集團之理財政策是不參與高風險之投資或投機性衍生工具，亦不會將流動資金投資於具有重大相關槓桿效應或風險的金融產品上，包括對沖基金或類似的工具。本年度，本集團於財務風險管理方面繼續維持審慎態度，並無重大銀行借貸。

由於本集團大部分收入源自中國的業務，故大部分資產收款及付款貨幣均以人民幣計值。本集團可能因日後的海外借款及部分以其他幣值計值的已確認資產或負債（如現金及現金等價物及借款）而承受外匯風險。於利率或匯率不明朗或變化大時或在適當時候，本集團運用境外之外匯遠期合約在適當的時候用作風險管理及調控本集團的資產與負債。

## 或然負債

於2015年12月31日，本集團並無重大或然負債。



## 展望

2016年本集團將繼續以股東之長遠利益為依歸，在消費快速轉型的契機中，掌握消費趨勢變化，發揮本集團產品創新及品牌建設的優勢，積極以差異化、高品質、符合消費潮流的產品，爭取消費者的認同，搶佔先機，擴大本集團市場規模；對食品安全的每個環節，嚴格執行品質控管，確保產品符合安全標準；於經濟成長放緩的局勢下，有效率運用資源，提高經營效益，為股東創造更大價值。

### 人力資源與酬金政策

於2015年12月31日，本集團，僱員總人數為33,619人。鑑於中國未來乳飲及食品市場的龐大商機，本集團持續招募專業人才。在人才的選拔與任用上，本集團採用了更務實、高效的方法，以滿足業務及生產體系快速發展之人力需求。對新進的基層員工，本集團通過及時的人員培訓、人性關懷機制等，穩定新進人員，盡速發揮團隊績效。穩定基層員工的同時，本集團對核心人才的任用，通過內部拔擢及外部延攬相結合的方式，公開選拔內部優秀員工，同時延攬外部優秀人才，保持團隊的活力與戰力。同時通過對核心幹部的內部進階培訓、有計劃的崗位輪調、外部在職進修等，培育公司核心崗位人才，為本集團高階人才需求提供保障。

本集團的酬金政策是為了依據其僱員及董事的表現、資歷、所展現的能力、市場可比資料及本集團的表現向他們作出回報。對於本集團的酬金政策，本集團與其僱員訂立個別僱傭合約，當中涉及工資、國家各項津貼、社會保障福利、僱員福利、工作場所安全及衛生環境、商業秘密的保密責任以及終止條件等。除了與中級及高級管理層人員之僱傭合約外，該等僱傭合約為期1年至3年，新進員工試用期為2個月。

本年度，總員工成本（包括董事酬金）為人民幣3,164.7百萬元（2014年：人民幣3,028.7百萬元）。

## 羅兵咸永道會計師事務所之工作範圍

本公司外聘核數師羅兵咸永道會計師事務所同意，有關本集團截至2015年12月31日止年度初步業績公佈之財務數字與本集團本年度經審核綜合財務報表所載的金額相符。羅兵咸永道會計師事務所就此進行之工作並不構成按照由香港會計師公會頒佈之香港審計準則、香港審閱準則或香港核證準則進行之核證委聘，故羅兵咸永道會計師事務所並不就初步公佈發表任何核證。

## 審核委員會

董事會轄下之審核委員會已與管理層審閱本集團所採納之會計原則及常規，並商討了審核、內部監控及財務報告等事宜，包括審閱本年度經審核財務報表，並建議由董事會採納。

## 末期股息

董事會建議派付本年度的末期股息每股人民幣3.864分。

末期股息將按照中國人民銀行於本公司股東週年大會日期前五日公佈的人民幣兌換港幣平均匯率換算，以港元派付。本公司將於2016年6月8日（星期三）或前後，向於2016年5月30日（星期一）名列本公司股東名冊的股東派發末期股息。

## 企業管治守則

董事認為，本公司於本年度已遵守香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）證券上市規則附錄14所載的《企業管治守則》（「《企業管治守則》」）的全部守則條文，惟下文所披露之偏離情況除外：

企業管治守則之守則條文A.2.7規定，董事會主席須至少每年在沒有執行董事出席下與非執行董事（包括獨立非執行董事）舉行一次會議。由於董事會主席羅智先先生亦為執行董事，故本公司已偏離並不適用的是項守則條文A.2.7。

## 購買、出售或贖回本公司上市證券

本公司及其附屬公司於年內並無購買、出售或贖回任何本公司上市證券。

## 報告期後的事件

本集團於報告期後概無重大事件。

## 董事之重選連任

根據本公司組織章程第130條，蘇崇銘先生，陳聖德先生，范仁達先生及路嘉星先生將於本公司即將舉行之股東週年大會上輪席退任。蘇崇銘先生，陳聖德先生，范仁達先生及路嘉星先生符合資格且將重選連任。

陳志宏先生於2015年12月1日起獲委任為獨立非執行董事。根據組織章程細則第114條，彼之任期僅至即將舉行之股東週年大會為止，且符合資格並將膺選連任。

## 暫停辦理股份過戶登記手續

為釐定本公司股東出席將於2016年5月20日（星期五）舉行之應屆股東週年大會之資格，本公司將由2016年5月16日（星期一）起至2016年5月20日（星期五）止（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，於此期間內本公司將不會辦理任何股份過戶。所有過戶文件連同相關股票必須最遲於2016年5月13日（星期五）下午4時30分前送交本公司香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖。

為釐定本公司股東收取末期股息之資格，本公司將由2016年5月26日（星期四）起至2016年5月30日（星期一）止（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，於此期間內本公司將不會辦理任何股份過戶。所有過戶文件連同相關股票必須最遲於2016年5月25日（星期三）下午4時30分前送交本公司香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司（地址見上文）。

待本公司股東在將於2016年5月20日（星期五）舉行之本公司應屆股東週年大會上批准後，本公司將於2016年6月8日（星期三）或前後派付末期股息。

## 於聯交所及本公司網站公佈年報

上列綜合財務資料並非本公司截至2014年或2015年12月31日止年度之法定財務報表，但為節錄自該等財務報表。本公司2015年年度之年報將於適當時間在聯交所之網站<http://www.hkexnews.hk>及本公司之網站<http://www.uni-president.com.cn>上登載。

代表董事會  
統一企業中國控股有限公司  
主席  
羅智先

2016年3月18日

於本公告發出之日，本公司董事會成員包括執行董事羅智先先生、侯榮隆先生及陳國輝先生；非執行董事蘇崇銘先生；及獨立非執行董事陳聖德先生、陳志宏先生、范仁達先生及路嘉星先生。