

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)

### 截至二零一七年三月三十一日止三個月 第一季業績公佈

#### 摘要

人民幣千元	截至3月31日止3個月		變動
	2017年	2016年 (經重列)	
• 收益	14,197,639	13,687,364	↑ 3.73%
• 毛利率(%)	28.04%	31.41%	↓ 3.37個百分點
• 集團毛利	3,980,784	4,299,333	↓ 7.41%
• 扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(EBITDA)	1,732,618	1,831,717	↓ 5.41%
• 本期溢利	474,867	473,945	↑ 0.19%
• 本公司股東應佔溢利	433,504	375,910	↑ 15.32%
• 每股溢利(人民幣分)			
基本	7.73	6.71	↑ 1.02分
攤薄	7.73	6.71	↑ 1.02分

於2017年3月31日之現金及現金等值物為人民幣14,793,084千元，相較2016年12月31日增加人民幣4,561,272千元，淨負債與資本比率為0.09倍。

#### 2017年第一季業績

康師傅控股有限公司(「本公司」)之董事會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2017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2016年相對期間之比較數據。本集團2017年第一季業績報告未經審核，惟已獲本公司之審核委員會(「審核委員會」)審閱。

## 簡明綜合收益表

截至2017年3月31日止3個月

		2017年 1至3月	2016年 1至3月
		(未經審核)	(未經審核 及經重列)
	附註	人民幣千元	人民幣千元
收益	2	14,197,639	13,687,364
銷售成本		(10,216,855)	(9,388,031)
毛利		3,980,784	4,299,333
其他收益		54,582	42,846
其他淨收入(支出)		134,249	86,878
分銷成本		(2,612,198)	(2,775,135)
行政費用		(514,402)	(539,670)
其他經營費用		(233,638)	(294,343)
財務費用	5	(130,924)	(107,666)
應佔聯營及合營公司業績		48,835	37,433
除稅前溢利	5	727,288	749,676
稅項	6	(252,421)	(275,731)
本期溢利		<u>474,867</u>	<u>473,945</u>
期內應佔溢利			
本公司股東		433,504	375,910
少數股東權益		41,363	98,035
本期溢利		<u>474,867</u>	<u>473,945</u>
每股溢利	7	人民幣	人民幣
基本		<u>7.73分</u>	<u>6.71分</u>
攤薄		<u>7.73分</u>	<u>6.71分</u>

## 簡明綜合全面收益表

截至2017年3月31日止3個月

	2017年 1至3月 (未經審核) 人民幣千元	2016年 1至3月 (未經審核 及經重列) 人民幣千元
本期溢利	474,867	473,945
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：		
匯兌差額	53,341	(13,015)
可供出售金融資產公允值之變動	(930)	(12,308)
於期內出售可供出售金融資產之重分類調整	(7,345)	(4,058)
本期其他全面收益(虧損)	45,066	(29,381)
本期全面收益總額	519,933	444,564
應佔全面收益		
本公司股東	483,922	366,296
少數股東權益	36,011	78,268
	519,933	444,564

## 簡明綜合財務狀況表

於2017年3月31日

		2017年 3月31日	2016年 12月31日
		(未經審核)	(已經審核 及經重列)
	附註	人民幣千元	人民幣千元
<b>資產</b>			
<b>非流動資產</b>			
投資性房地產		1,060,000	1,060,000
物業、機器及設備		31,906,963	32,556,784
土地租約溢價		3,910,940	3,932,435
無形資產		176,854	179,179
聯營公司權益		185,811	160,538
合營公司權益		715,575	676,408
可供出售金融資產		622,776	641,619
其他非流動資產		317,964	—
遞延稅項資產		290,590	276,291
		<u>39,187,473</u>	<u>39,483,254</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		2,780,455	2,482,202
應收賬款	9	1,534,639	1,589,893
可收回稅項		—	120,861
預付款項及其他應收款項		2,221,017	2,613,009
抵押銀行存款		106,030	42,352
銀行結餘及現金		14,687,054	10,189,460
		<u>21,329,195</u>	<u>17,037,777</u>
<b>總資產</b>		<u><u>60,516,668</u></u>	<u><u>56,521,031</u></u>

## 簡明綜合財務狀況表

於2017年3月31日

		2017年 3月31日	2016年 12月31日
		(未經審核)	(已經審核 及經重列)
	附註	人民幣千元	人民幣千元
<b>股東權益及負債</b>			
<b>股本及儲備</b>			
發行股本	10	234,767	234,767
股份溢價		523,278	523,278
儲備		17,864,031	17,365,495
		<hr/>	<hr/>
本公司股東應佔股本及儲備總額		18,622,076	18,123,540
少數股東權益		6,013,050	5,977,039
		<hr/>	<hr/>
<b>股東權益總額</b>		24,635,126	24,100,579
		<hr/>	<hr/>
<b>非流動負債</b>			
按公允價值列賬及在損益賬處理的金融負債		96,067	152,650
長期有息借貸	11	5,968,959	6,880,190
員工福利責任		185,248	205,573
遞延稅項負債		1,160,623	1,473,995
		<hr/>	<hr/>
		7,410,897	8,712,408
		<hr/>	<hr/>
<b>流動負債</b>			
應付帳款	12	8,421,182	6,595,355
其他應付款項及已收押金		6,718,914	6,697,875
有息借貸之即期部分	11	10,561,387	9,163,746
客戶預付款項		2,584,683	1,015,548
稅項		184,479	235,520
		<hr/>	<hr/>
		28,470,645	23,708,044
		<hr/>	<hr/>
<b>總負債</b>		35,881,542	32,420,452
		<hr/>	<hr/>
<b>股東權益及負債總額</b>		60,516,668	56,521,031
		<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
<b>淨流動資產(負債)</b>		(7,141,450)	(6,670,267)
		<hr/> <hr/>	<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2016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2017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，及將於下文進一步說明之更改呈列貨幣外，編製此簡明綜合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2016年12月31日止年度之帳目所採用者一致。

#### (a) 採納新推出／修訂之香港財務報告準則

香港會計準則第7號之修訂	主動披露
香港會計準則第12號之修訂	就未實現虧損確認遞延稅項資產

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。

#### (b) 更改呈列貨幣

截至2017年3月31日止三個月的簡明綜合第一季度財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，與本公司截至2016年3月31日止三個月的簡明綜合第一季度財務報表，以及截至2016年12月31日止年度的綜合財務報表以美元(「美元」)作為呈列貨幣有所不同。由於本集團大部分交易以人民幣計值及和結算，本公司董事認為，更改呈列貨幣可減少美元兌人民幣匯率波動對本集團綜合財務報表造成之影響；此影響並非由本集團的營運造成，亦非本集團可控制。更改呈列貨幣能讓本公司股東更準確地了解本集團的財務表現。因此，本公司董事已決定將呈列貨幣由美元更改為人民幣，並於2017年1月1日起生效。相應的比較數字已經重列，以達到與本期數字可供比較。

如上所述，簡明綜合第一季度財務報表以人民幣呈列，與本公司的功能貨幣美元並不相同。本集團各實體各自釐定其功能貨幣，而包括在各實體的財務報表之項目均以該功能貨幣計量。

### 2. 收益

本集團之收益包括向客戶售貨之發票值，扣除退貨、折扣及增值稅，及投資性房地產之租金收入。

### 3. 分部資料

#### 分部業績

	截至2017年3月31日止3個月					
	方便麵 (未經審核) 人民幣千元	飲品 (未經審核) 人民幣千元	方便食品 (未經審核) 人民幣千元	其他 (未經審核) 人民幣千元	內部沖銷 (未經審核) 人民幣千元	合計 (未經審核) 人民幣千元
<b>收益</b>						
外來客戶收益	5,810,796	7,982,007	218,527	186,309	—	14,197,639
分部間之收益	157	30	85	258,631	(258,903)	—
分部收益	<u>5,810,953</u>	<u>7,982,037</u>	<u>218,612</u>	<u>444,940</u>	<u>(258,903)</u>	<u>14,197,639</u>
分部業績(已扣除財務費用)	539,254	124,727	(2,612)	8,640	4,334	674,343
應佔聯營公司及 合營公司業績	—	50,428	(1,593)	—	—	48,835
未分配之淨收入	—	—	—	4,110	—	4,110
除稅前溢利(虧損)	539,254	175,155	(4,205)	12,750	4,334	727,288
稅項	(146,220)	(99,360)	—	(6,841)	—	(252,421)
本期之溢利(虧損)	<u>393,034</u>	<u>75,795</u>	<u>(4,205)</u>	<u>5,909</u>	<u>4,334</u>	<u>474,867</u>
	截至2016年3月31日止3個月					
	方便麵 (未經審核 及經重列) 人民幣千元	飲品 (未經審核 及經重列) 人民幣千元	方便食品 (未經審核 及經重列) 人民幣千元	其他 (未經審核 及經重列) 人民幣千元	內部沖銷 (未經審核 及經重列) 人民幣千元	合計 (未經審核 及經重列) 人民幣千元
<b>收益</b>						
外來客戶收益	5,494,481	7,762,396	231,844	198,643	—	13,687,364
分部間之收益	110	513	176	277,777	(278,576)	—
分部收益	<u>5,494,591</u>	<u>7,762,909</u>	<u>232,020</u>	<u>476,420</u>	<u>(278,576)</u>	<u>13,687,364</u>
分部業績(已扣除財務費用)	464,986	259,504	(17,278)	13	6,020	713,245
應佔聯營公司及 合營公司業績	—	40,820	(3,387)	—	—	37,433
未分配之淨支出	—	—	—	(1,002)	—	(1,002)
除稅前溢利(虧損)	464,986	300,324	(20,665)	(989)	6,020	749,676
稅項	(147,058)	(125,195)	—	(3,478)	—	(275,731)
本期之溢利(虧損)	<u>317,928</u>	<u>175,129</u>	<u>(20,665)</u>	<u>(4,467)</u>	<u>6,020</u>	<u>473,945</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溢利，扣除稅項，應佔聯營公司及合營公司業績及未分配之淨收入(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)

#### 分部資產及分部負債

	截至2017年3月31日					
	方便麵	飲品	方便食品	其他	內部沖銷	合計
	(未經審核) 人民幣千元	(未經審核) 人民幣千元	(未經審核) 人民幣千元	(未經審核) 人民幣千元	(未經審核) 人民幣千元	(未經審核) 人民幣千元
分部資產	19,297,998	30,726,563	858,898	9,036,015	(926,968)	58,992,506
聯營公司權益	—	182,636	3,175	—	—	185,811
合營公司權益	—	666,564	49,011	—	—	715,575
未分配資產						622,776
<b>資產總額</b>						<b>60,516,668</b>
分部負債	7,443,246	19,174,301	337,112	9,887,633	(1,145,998)	35,696,294
未分配負債						185,248
<b>負債總額</b>						<b>35,881,542</b>

  

	截至2016年12月31日					
	方便麵	飲品	方便食品	其他	內部沖銷	合計
	(已經審核 及經重列) 人民幣千元	(已經審核 及經重列) 人民幣千元	(已經審核 及經重列) 人民幣千元	(已經審核 及經重列) 人民幣千元	(已經審核 及經重列) 人民幣千元	(已經審核 及經重列) 人民幣千元
分部資產	22,440,591	30,809,377	1,023,107	6,975,755	(6,206,364)	55,042,466
聯營公司權益	—	172,713	(12,175)	—	—	160,538
合營公司權益	—	626,059	50,349	—	—	676,408
未分配資產						641,619
<b>資產總額</b>						<b>56,521,031</b>
分部負債	7,125,673	19,271,095	485,088	11,403,247	(6,070,224)	32,214,879
未分配負債						205,573
<b>負債總額</b>						<b>32,420,452</b>

分部資產包括除聯營公司權益，合營公司權益及未分配資產(包括可供出售金融資產)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，普遍預期較高收益。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：

	2017年 1至3月 (未經審核) 人民幣千元	2016年 1至3月 (未經審核 及經重列) 人民幣千元
<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	121,850	107,666
須於五年以上悉數償還之銀行及其他貸款之利息支出	9,074	—
	<u>130,924</u>	<u>107,666</u>
<b>其他項目</b>		
折舊	904,529	995,556
攤銷	24,459	21,665

## 6. 稅項

	2017年 1至3月 (未經審核) 人民幣千元	2016年 1至3月 (未經審核 及經重列) 人民幣千元
<b>本期間稅項－中國企業所得稅</b>		
本期間	217,704	226,118
<b>遞延稅項</b>		
產生及轉回之暫時差異淨額	7,506	20,236
按本集團於中國之附屬公司可供分配利潤之預提稅	27,211	29,377
	<u>252,421</u>	<u>275,731</u>

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至2017年及2016年3月31日止3個月內錄得稅項虧損或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%（2016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（「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%（2016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年後賺取之淨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

	2017年 1至3月 (未經審核)	2016年 1至3月 (未經審核 及經重列)
本公司股東期內應佔溢利(人民幣千元)	433,504	375,910
已發行普通股之加權平均股數(千股)	5,604,501	5,602,871
每股基本溢利(人民幣分)	7.73	6.71

### (b) 每股攤薄溢利

	2017年 1至3月 (未經審核)	2016年 1至3月 (未經審核 及經重列)
本公司股東期內應佔溢利(人民幣千元)	433,504	375,910
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	5,604,501	5,602,871
本公司購股權計劃之影響	1,553	—
用於計算每股攤薄溢利之普通股加權平均數	5,606,054	5,602,871
每股攤薄溢利(人民幣分)	7.73	6.71

## 8. 股息

董事會決議不擬派發截至2017年3月31日止3個月之股息(2016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：

	2017年 3月31日 (未經審核) 人民幣千元	2016年 12月31日 (已經審核 及經重列) 人民幣千元
0至90天	1,324,010	1,460,298
90天以上	210,629	129,595
	1,534,639	1,589,893

**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：

	2017年 3月31日 (未經審核) 人民幣千元	2016年 12月31日 (已經審核 及經重列) 人民幣千元
0至90天	8,131,365	5,938,123
90天以上	289,817	657,232
	<u>8,421,182</u>	<u>6,595,355</u>

**11. 有關第一季業績報告之批准**

於2017年5月22日，董事會批准此2017年第一季業績報告。

## 管理層討論與分析

### 業務概況回顧

進入2017年，全球經濟環境仍然處於波動之中，中國經濟增長中長期放緩，消費多樣化趨勢日趨明顯，人口消費結構與消費習慣逐漸發生改變，渠道的多樣化，需求的個性化，對傳統的食品飲料行業產生衝擊。從成本端來看，白糖，PET粒子，棕油等原物料的價格持續上漲，短期仍將繼續承壓。雖然外部環境充滿挑戰，本集團將持續推進以下現有穩健經營的策略，穩紮穩打。

1. 貫徹落實食品安全管理，持續強化食品安全體系，完善內外部審核及管控機制；
2. 重視自由現金流的優化，控制資本支出，不斷活化資產；
3. 聚焦長青與特色產品，優化產品結構，通過多價格帶策略鞏固市場佔有率；
4. 持續品牌建設，聚焦通路與渠道建設多元化，創新產品升級。

今年正值「紅燒牛肉麵」誕生的25周年，我們將繼續以宏揚中華飲食文化為己任，持續推進集團世代交替之工作，為集團轉型發展戰略打下堅實基礎。

2017年第一季度本集團的收益同比上升3.73%至141.976億人民幣。方便麵及飲品的收益分別同比成長5.76%及2.82%。受到白糖、PET粒子等主要原材料價格上漲的影響，第一季度毛利率同比下跌3.37個百分點至28.04%。分銷成本佔收益比率同比下降1.88個百分點至18.40%。EBITDA同比下降5.41%至17.326億人民幣，EBITDA率同比下降1.18個百分點至12.20%；受惠於分銷成本及其他經營費用同比下跌以致本公司股東應佔溢利同比增長15.32%至4.335億人民幣；2017年第一季度股東應佔溢利率為3.05%，同比上升0.30個百分點，每股溢利上升1.02分人民幣至7.73分人民幣。

### 方便麵業務

據尼爾森數據顯示，2017年方便麵第一季度市場整體銷量衰退3.2%，銷額衰退0.8%，市場持續呈現產品結構升級趨勢。康師傅方便麵2017年第一季度銷量市佔44.5%，銷額市佔51.2%，位居市場領導地位。

2017年第一季度本集團方便麵收益為58.110億人民幣，同比成長5.76%，佔集團總收益40.93%。期內因麵粉與棕油等主要原材料價格上漲，致方便麵毛利率同比下降0.84個百分點至27.75%。由於收益同比上升以及分銷成本下跌等原因，令整體方便麵事業2017年第一季度的本公司股東應佔溢利同比上升23.62%至3.930億人民幣，股東應佔溢利率同比上升0.97個百分點至6.76%。

### 高價麵

高價麵持續聚焦經典回歸策略，繼續鞏固金牛產品。通過終端鋪貨率的持續改善，實現銷量與銷額市佔均從2016年第三季度以來穩步回升，並滿足現有不同消費者多規格化的需要，如鹵蛋套餐、料豐盛、大麵餅、迷你杯、乾拌麵等系列，繼續開拓市場空間。

同時注重強化品牌活動與多種方式溝通，讓經典的品牌品類形象反覆與消費者出現良性互動。康師傅除積極響應國家戰略「健康中國 2030」，並持續專注健康營養議題上，堅持為消費者提供營養膳食。自 2014 年以來，康師傅一直支持 CUBA，為隊員們提供源源不斷的營養膳食能量支持。並且在 2017 年重慶、廈門，及無錫等地的馬拉松賽事上，為萬千跑者賽前提供能量儲備，準備包括「金湯肥牛」，「紅燒牛肉」等多種麵品，為賽後恢復體力提供能量支持的貼心服務，並透過賽事過程中宣傳營養膳食及健康運動等科普知識，更是將中國飲食文化傳遞給了許多外國友人。目前，康師傅方便麵已成為了馬拉松跑者的最佳推薦餐食。同時在朱婷的「安心陪伴計劃」上，康師傅提供的專業營養師與廚師也讓為朱婷提供了均衡健康的飲食與所需營養，為中國體育奪得更多的榮譽！康師傅不但從年輕目標群擴散至大眾，也從情感共鳴深入到各種規格產品食用場景的需求教育，展開多元化的跨界合作，以提升品牌活力。

### 高端麵／創新產品

隨著近年來消費者收入提升與中產階級崛起，消費行為追求高端化及精緻化的趨勢，2016 年以來陸續推出以「少添加、濃郁、美味、健康、營養」為定位的熬製高湯系列，產品及口味受到消費者的歡迎，市佔持續提升。2 月「熬製高湯杯麵」新品上市，一手可握，滿足精緻化及輕食化之市場需求。「金湯」於 3 月攜手明星賈乃亮，全面引爆線上線下整合推廣，提升品牌知名度。3 月同步上市強調以麵餅創新的新品「鍋煮拉麵」，其粗彈直麵的拉麵口感，配合濃縮萃取的高湯包還原一碗湯的自然鮮美，肩負樹立煮麵新標杆的重任。

### 中價麵／乾脆麵

中價麵著重於實惠型需求以及需求大分量的消費者市場，本季度通過上市新口味與大面餅的策略持續鞏固市場領導地位，銷額與銷量市佔同比均有提升。

方便麵事業會持續以組織精進、節能增效、食品安全為核心，推動流程優化，同時持續展開自動化省力化與節能降耗專案，提升生產效率及效益，確保滿足市場需求。持續強化食安檢核，深化溯源管理，為消費者提供安全、美味、品質保障的產品，提升企業及品牌形象。

透過持續有效落實經典回歸策略，以及熬製高湯系列高端產品的優良表現，多價格帶齊頭並進與產品結構優化的策略推動與發展，以鞏固行業的領導地位。

### 飲品業務

據尼爾森數據顯示，2017 年第一季度中國飲料行業繼續增長，第一季度中國飲料行業銷售量同比增長 6.0%，銷額同比成長 7.1%。2017 年第一季度本集團飲品事業即飲茶(包含奶茶)銷售量市佔 49.7%，同比略有下降，繼續穩居市場首位。康師傅旗下果汁品牌及百事純果樂品牌，2017 年第一季度銷售量市佔為 15.5%，居市場第二位。在包裝水領域，2017 年第一季度銷售量市佔達 12.5%，暫居市場第三位。

據 Canadean 數據顯示，2017 年第一季度百事碳酸飲料銷售量整體市佔較去年同期下降 0.1 個百分點至 31.4%。在可樂型碳酸市場，百事可樂銷售量市佔率為 49.9%，仍是市場第一品牌。在果味型碳酸市場銷售量市佔率 31.5%，排在第二位。

2017 年第一季度飲品事業整體收益為 79.820 億人民幣，佔集團總收益 56.22%，較去年同期上升 2.82%。因受到白糖、PET 粒子等主要原物料價格上漲以及降低水頭力度、產品組合不同於去年的影響，期內飲品毛利率同比下降 5.11 個百分點至 28.15%。期內雖然廣告、促銷費用同比下降，但由於毛利下降及運輸新規導致運費上漲，致使 2017 年第一季度飲品事業股東應佔溢利同比下降 54.13% 至 3,691 萬人民幣，股東應佔溢利率同比下降 0.58 個百分點至 0.46%。

## 即飲茶

康師傅持續保持即飲茶市場的領導地位，除了鞏固長青產品的市佔外，仍不斷推出系列果茶等茶飲細分產品，期望通過長青產品的強大市場地位帶動新品的健康快速成長。

康師傅即飲茶在年初推出「加你加年味」活動，成功提升大包裝銷售雙位數增長。作為美國職業籃球聯賽(NBA)官方首席合作夥伴，邀請新代言人李宇春熱情演繹冰力十足燃痛快的夢想青年，溝通音樂及體育線消費者，持續培育包裝多元化及多場景飲用時機，開拓銷售機會。「綠茶」借助代言人李易峰和吳磊「健康活力派再來一瓶」有效提升市佔與銷售，並藉柚子綠茶新裝上市，搶奪果茶潛在市場。「茉莉系列」運用浪漫營銷，創造告白瓶的話題營銷，搭載新熒幕伴侶趙麗穎／楊洋，打造品牌浪漫形象，鞏固品類領導者地位。

## 包裝水

因應市場多價格帶分化趨勢，飲品事業以「康師傅包裝飲用水」和「純水樂」築基平價水市場，飲用純淨水「優悅」佈局中價水市場，天然礦泉水「涵養泉」則滿足高價水的需求。我們持續不斷的努力已經初見成效，包裝水的收益本季度同比回升。

「康師傅包裝飲用水」致力於規格多樣化經營，推進整箱家庭裝消費，「八道工序」處理裝置更在2017年2月榮獲國家實用新型專利，藉由完整的工廠佈局，以及時的服務，將國家專利的安心好水送進每一個家庭，讓全中國的消費者都能「安心喝享健康」，期望以高性價比築基龐大的家庭飲用市場。「純水樂」以國際品牌背景為出發點，主張「純粹快樂」，並完成包裝精進，新包裝凸現「NSF」「ISO22000」等國際認證品質，與「康師傅包裝飲用水」共同拓展平價水市場。「優悅」產品力從瓶身、瓶標到瓶蓋全面升級，並以NSF認證背書的國際級高品質持續提升品牌知名度，持續佈局有潛力的銷售通路，以期不斷提升市佔率。同時亦成為人氣熱劇《歡樂頌2》的指定用水，啟用知名藝人劉濤作為品牌代言人，推薦優悅為「我的純淨之選」，不斷提升產品曝光度。

## 碳酸飲料

百事碳酸飲料仍然佔據重要的市場地位，我們通過持續的品牌宣傳與市場行銷有效穩固市佔。通過春節行銷活動「把樂帶回家」的「家有兒女」親情主題，獲得10億次以上觀影量，結合創新的線上明星拜年與新年紅包活動，大幅提升「百事可樂」品牌曝光與喜好度。同時把握節氣送禮習俗，推出全新禮盒裝，對市佔的鞏固提升添磚加瓦。另外，延續2017年猴王罐的火爆熱潮，推出限量金雞罐與銀雞罐等全新包裝，借勢農曆雞年繼續拓展品牌在消費者心中的地位。

## 果汁

果汁業務本季表現較好，得益於準確的市場定位。中式果汁「傳世清飲酸梅湯」與「冰糖雪梨」憑藉強勁的產品力，通過餐飲通路滲透，第一季度業績表現較佳。深受消費者喜愛的時尚健康品牌「輕養果薈」在「蜂蜜柚子」及新品「芒果小酪」的帶動下，第一季度業績成長有目共睹。康果汁通過不斷深化3-6級商圈經營，著力大包裝銷售，把握節慶商機，助力業績穩步增長。「果繽紛」以混合型果汁為產品利益出發點，積極規格延伸，業績成長也有不錯表現。

## 功能飲料／乳酸菌飲料／咖啡飲料／乳飲

「佳得樂」持續2016年聚焦汗點的經營策略，並積極借勢全民健身熱潮，以認領跑團等方式，樹立力爭第一的運動品牌形象，第一季度業績較去年同期成長強勁。

「味全乳酸菌飲品」積極開拓常溫乳酸菌市場，通過加強特殊通路的經營，銷售持續增長。

透過合作夥伴星巴克高度的品牌影響力與其在中國市場的迅速發展，與「星巴克」合作生產的瓶裝「星冰樂」自2016年第三季成功上市以來，在高價即飲咖啡市場反應良好，未來將積極開發更多合適的渠道，進一步擴大飲用場合與銷售機會。同時，飲品事業借力「貝納頌」繼續拓展常溫中價即飲咖啡市場，將在上海等地區上市常溫貝納頌，為後續業績增長提供動力源泉。將助力康師傅進一步發展即飲咖啡市場業務。

而與英國百年品牌夥伴的密切合作，「阿華田」麥芽即飲乳品系列規劃於今年推出市場，為康師傅在拓展中國乳飲市場的未來更邁進了一步。

飲品事業將持續調整銷售節奏，使渠道庫存趨於健康水位。我們仍將持續鞏固長青產品，堅持多價格帶策略，加大各項費用管控力度，同時開拓多元化渠道，持續產品創新，提升消費者參與喜好度。在核心城市展開渠道層級扁平化戰略，提升通路配送效益與強化通路客戶管理。非核心城市積極開發經銷商，組建綿密的銷售網絡，達到借力使力的目的。針對利潤端，因應大環境運輸費用的上升，調整運費策略，優化運輸模式積極應對，實現供應鏈成本節約。百事整合最後一波自願優退計劃在2016年結束後，組織愈趨於穩定，未來將持續發揮協同效應。同時，我們仍將食品安全列為工作的重中之重，努力為消費者提供健康、安全、高品質的產品。

## 方便食品業務

根據尼爾森最新數據顯示，2017年第一季度整體餅乾市場銷量同比衰退0.9%，銷額同比微幅增長0.3%。其中夾心餅乾銷量及銷額分別同比增長2.7%及2.4%；蛋捲銷量同比衰退3.2%，銷額則同比持平。2017年第一季度康師傅蛋酥卷銷額市佔率為18.4%，同比提升1.3個百分點，穩居市場第一位；夾心餅乾銷額市佔率為9.8%，同比下降0.2個百分點，居市場第二位。

本集團方便食品事業於2017年第一季度收益為2.186億人民幣，同比衰退5.78%，佔本集團總收益1.54%。收益下滑主因春節較去年時間前置，部分客戶提前備貨影響。期內毛利率同比下降0.42個百分點至34.48%。但受惠於分銷成本及行政費用下降，令2017年第一季度整體虧損縮減至421萬人民幣，同比改善79.65%。

在產品創新方面，聚焦回歸核心品牌經營。康師傅3+2系列上市新品「3+2旋彩卷」，強化威化卷類產品組合，「妙芙」推出和親友快樂分享的「歡樂派對大蛋糕」圓柱形大份量裝，並聯合泰迪進行《2017高校百英里接力賽》贊助推廣，體現妙芙健康化產品的品牌價值。

方便食品未來仍將持續聚焦糕餅、零食核心品類，加速原品精進及新品開發，不斷強化產品高端化、健康化升級及創新，持續強化新興渠道之品項組合，積極發掘代銷商業合作機會點。同時，活化固定資產，推行產線合理化改善及生產作業流程優化，精進採購管理，加強成本競爭力。

## 財務運作

本集團通過對應收賬款、應付賬款、銀行結餘及現金與存貨的有效控制，繼續保持穩健的財務結構。於2017年3月31日，本集團的現金及銀行存款為147.931億人民幣，較2016年12月31日增加了45.613億人民幣，保持充裕的現金持有量。本集團截止2017年3月31日的總資產及總負債分別為605.167億人民幣及358.815億人民幣，分別較2016年12月31日增加39.956億人民幣及增加34.611億人民幣；負債比率為59.29%，較2016年12月31日上升了1.93個百分點；淨負債與資本比率為0.09倍，較2016年12月31日降低了0.23個百分點。

截止2017年3月31日，本集團有息借貸規模為165.303億人民幣，相較於2016年12月31日，增加了4.864億人民幣。期末外幣與人民幣貸款的比例為67%:33%，去年年底為72%:28%。長短期貸款的比例為36%:64%，去年年底為43%:57%。考慮人民幣及美元利率趨勢及集團自身狀況，本集團自2015年9月起調整融資策略，提高境內融資在整體中的佔比，逐步縮小整體外匯敞口。預期人民幣貸款佔本集團有息借貸比重將逐步提升。

期內人民幣對美元的匯率升值了0.69%，由於期內匯率波動導致本集團2017年1-3月收益表產生已實現/未實現財務損失共821萬人民幣。

## 財務比率

	2017年 3月31日	2016年 12月31日
製成品周轉期	12.46日	11.58日
應收賬款周轉期	9.90日	10.23日
流動比率	0.75倍	0.72倍
負債比率(總負債相對於總資產)	59.29%	57.36%
淨負債與資本比率(淨借貸相對於本公司股東權益比率)	0.09倍	0.32倍

## 人力資源

截止2017年3月31日，本集團員工人數為63,066人。在人才發展方面，聚焦高階人才培養，開展人才培育項目，陸續開展專項領導力發展課程。與國際人才發展公司合作，引入先進選育工具，根植企業文化行為標準，選對人，培養人。

在校企合作方面，康師傅2017夢想計劃之招募及儲備的第一批15位優秀畢業生已經順利入職。由康師傅贊助進行海外學術交流的第一批約二十位優秀學子，已結束回國並繼續利用暑期參與康師傅實習專案，第二批新生將繼續海外交換學習項目。此外，與清華大學蘇世民書院及美國斯坦福大學的社會實踐項目也在積極進行中，旨在進一步加強事業功能的創新性和國際性。



## 企業社會責任

2017年1月5日，體育大生意評選的2016中國最佳體育營銷獎，「康師傅里約麵館」以最高票數獲此殊榮。在精彩的奧運營銷大戰中，康師傅里約麵館在里約引起了廣泛關注，權威媒體也對此進行了詳細報道，並且成為社交媒體的熱點話題，有專家把康師傅里約麵館稱為奧運史上最強的營銷之一。

除此之外，康師傅繼續積極投身公益事業，2017年3月17日，在中國飲料工業協會、全國節約用水辦公室、中華預防醫學會健康傳播分會和水利部水情教育中心聯合支持的第25界「世界水日」主題活動上，康師傅自發加入「健康飲水，節約用水」的倡議，倡導現代健康的用水理念。康師傅飲品事業已是連續第3年參與由中國飲料工業協會發起的「水教育」活動，成為飲料行業體現社會責任的一項品牌公益活動。

在環境貢獻方面，康師傅作為食品行業的領軍企業，明確貫徹可持續發展的理念。鄭州頂益食品有限公司在三月份的污染防治管理中表現突出，污染減排濃度削減率排名前三，盡到社會責任，受到鄭州市環保局的通報表揚。

## 展望

展望未來，我們面對了經濟增長長期放緩，原材料成本短期上漲，產業升級與組織轉型等的挑戰。為了未來產業的持續健康發展，我們將堅定不移的推進通路庫存健康化策略，開拓因應環境引發更多元化的渠道通路與相應的經營優化。我們將繼續沿著多價格帶的產品組合策略方向，持續改善自由現金流。努力提升終端銷售力度，加快產品流轉，通過多樣流程優化的舉措，放大成本與規模優勢。同時將持續強化通路建設與創新發展策略，通過營銷網絡佈局與產品線齊全的優勢，繼續擴大核心品類市佔，發揮平台效應，繼續開發多品牌多品類合作機會，實現雙贏。

對應原材料成本上升的影響，集團毛利短期間仍將承受壓力，但我們將持續鞏固革新發展的策略，聚焦核心事業，通過運營成本結構的精進，以及產品組合的優化，並持續渠道結構的改善來緩解毛利壓力。持續通過產銷協調優化，持續挖掘供應鏈合理化的潛力，達到整體降低成本的綜效。同時通過費用的精準控管，提升對整體利潤的優化。

持續強化食品安全體系仍將是重中之重，我們將通過升級監測設備，進一步完善內、外部審核及管控機制，確保提供給消費者放心和滿意的產品。

中國宏觀經濟增長長期放緩，但食品飲料行業仍然具有巨大的市場規模，我們將堅持不懈的專注這一市場，繼續深耕這一市場，持續挖掘現有產品與渠道潛力，同時不斷創新發展，升級高端產品，優化產品組合，進一步鞏固和加強市場領導地位。

## 企業管治

截至2017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」)。惟關於管治守則條文第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.4.1條

根據管治守則條文第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。

本公司將繼續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。該審核委員會最近召開之會議乃審議本集團期內之業績。

### 內部監控及風險管理

本集團所建立的內部監控程序的主要精神係遵循COSO架構五元素，分別是監控環境、風險評估、監控、資訊及溝通及監察評估。預期目標是管理架構及權限明確化以提升營運績效達成及運作效率、保障資產安全，確保財務報告可靠性，同時符合國家法規要求。

審核委員會將協助董事會審查集團風險管理和內部監控系統的設計及運作成效。在董事會監督下，本公司已建立清晰的組織架構及職責權限。截至2017年3月31日，已完成包括財務、營運等內控診斷及權限精進及法規監控等工作。根據內控及稽核部門之檢核，並無發現內部監控及風險管理上出現重大缺失。

### 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」)，作為董事進行證券交易的標準。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、出售或贖回證券

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證券。

## 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（「購股權計劃」），購股權計劃的條款符合上市規則第17章的條文。有關本公司購股權計劃之安排詳如下列：（圖表A）

授出日期	授出股數	行使期	行使價 (港元)
2008年3月20日	11,760,000	2013年3月21日至2018年3月20日(1)	\$9.28
2009年4月22日	26,688,000	2014年4月23日至2019年4月22日(2)	\$9.38
2010年4月1日	15,044,000	2015年4月1日至2020年3月31日(3)	\$18.57
2011年4月12日	17,702,000	2016年4月12日至2021年4月11日(4)	\$19.96
2012年4月26日	9,700,000	2017年4月26日至2022年4月25日(5)	\$20.54
2013年5月27日	11,492,000	2018年5月27日至2023年5月26日(6)	\$20.16
2014年4月17日	12,718,500	2019年4月17日至2024年4月16日(7)	\$22.38
2015年6月5日	17,054,000	2020年6月5日至2025年6月4日(8)	\$16.22
2016年7月4日	10,148,000	2021年7月4日至2026年7月3日(9)	\$7.54

以下摘要載列截至2017年3月31日止三個月根據購股權計劃所授出之購股權變動詳情：  
(圖表B)

姓名	授予日期	行使價 港元	授予日期之 股份收市價 港元	購股權數目			於2017年 3月31日 之結餘	緊接行使前 加權平均 收市價 港元	附註
				於2017年 1月1日 之結餘	年內授出	年內已行使 / 失效			
<b>執行董事：</b>									
魏應州	2008年3月20日	9.28	8.55	2,000,000	—	—	2,000,000	—	圖A(1)
	2009年4月22日	9.38	9.37	2,816,000	—	—	2,816,000	—	圖A(2)
	2010年4月1日	18.57	18.42	2,200,000	—	—	2,200,000	—	圖A(3)
	2011年4月12日	19.96	19.96	2,264,000	—	—	2,264,000	—	圖A(4)
	2012年4月26日	20.54	20.54	1,368,000	—	—	1,368,000	—	圖A(5)
	2013年5月27日	20.16	20.05	1,390,000	—	—	1,390,000	—	圖A(6)
	2014年4月17日	22.38	22.35	1,486,000	—	—	1,486,000	—	圖A(7)
	2015年6月5日	16.22	15.92	1,726,000	—	—	1,726,000	—	圖A(8)
<b>行政總裁：</b>									
韋俊賢	2013年5月27日	20.16	20.05	904,000	—	—	904,000	—	圖A(6)
	2014年4月17日	22.38	22.35	1,148,000	—	—	1,148,000	—	圖A(7)
	2015年6月5日	16.22	15.92	2,006,000	—	—	2,006,000	—	圖A(8)
	2016年7月4日	7.54	7.54	4,300,000	—	—	4,300,000	—	圖A(9)
<b>其他僱員</b>									
總計	2008年3月20日	9.28	8.55	2,564,000	—	—	2,564,000	—	圖A(1)
	2009年4月22日	9.38	9.37	9,884,000	—	—	9,884,000	—	圖A(2)
	2010年4月1日	18.57	18.42	9,651,000	—	—	9,651,000	—	圖A(3)
	2011年4月12日	19.96	19.96	12,694,000	—	—	12,694,000	—	圖A(4)
	2012年4月26日	20.54	20.54	7,530,000	—	—	7,530,000	—	圖A(5)
	2013年5月27日	20.16	20.05	7,962,000	—	—	7,962,000	—	圖A(6)
	2014年4月17日	22.38	22.35	9,110,000	—	—	9,110,000	—	圖A(7)
	2015年6月5日	16.22	15.92	12,702,000	—	—	12,702,000	—	圖A(8)
	2016年7月4日	7.54	7.54	5,848,000	—	—	5,848,000	—	圖A(9)
總計				101,553,000	—	—	101,553,000		

截至2017年3月31日止三個月期間，本集團員工於期內並無行使購股權。

## 董事局

於本公佈日，魏應州先生、井田純一郎先生、吳崇儀先生、長野輝雄先生、魏宏名先生及筱原幸治先生為本公司之執行董事，徐信群先生、李長福先生及深田宏先生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，2017年5月22日

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

\* 僅供識別