

摘要

二零零三年第二季度，本集團受非典型肺炎事件的影響，整體銷售額雖有增長，但仍遠低於本集團既定的目標。在中國第二季度為方便麵傳統的淡季而為飲品的旺季，非典型肺炎肆虐期間，以戶外消費為主的包裝飲品，在戶外及團體活動完全停滯下，本集團一些大型宣傳活動亦被逼取消，致飲品銷售額較去年第二季下跌15.83%。同期間，因消費者大量貯備民生必須品，帶動本集團於第二季度方便麵銷售大幅成長，相較去年同期大幅成長41.66%；總結本集團於第二季度因(1)飲品事業資源未有被充分使用，(2)方便麵毛利相對較飲品低，(3)受上半年主要原材料價格飛漲影響及(4)固定成本可調減需時且幅度有限，導致本集團於第二季度的獲利能力銳減。

本集團於二零零三年上半年業績摘要如下：

營業額5.93億美元，較去年同期上升11.47%。

整體毛利率為27.34%，去年同期為35.17%。

股東應佔溢利為12,024千美元，較去年同期下跌76.51%。

每股盈利為0.22美仙；去年同期為0.92美仙。

方便麵、飲品及糕餅的營業額分別為3.66億美元、1.80億美元及36,091千美元。相較去年同期，各產品別的成长率分別為23.68%、-3.75%及-11.59%。

