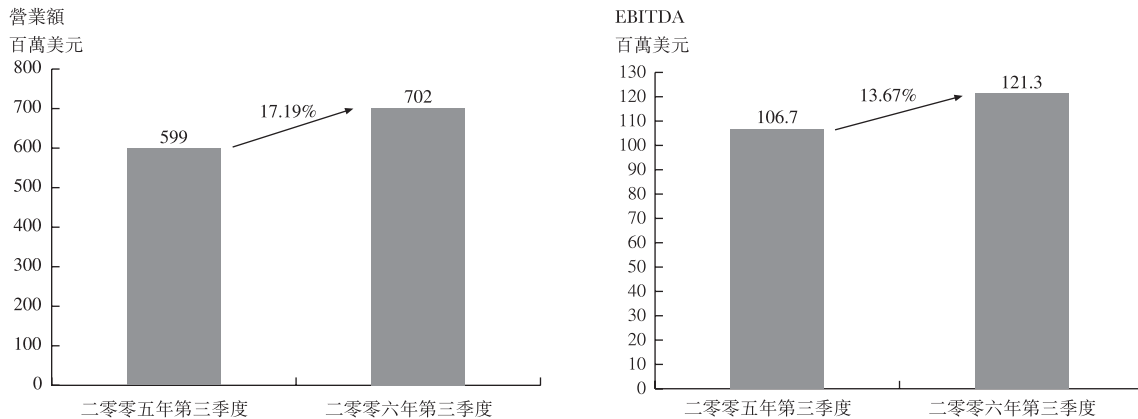




(股份代號：0322)

截至二零零六年九月三十日止三個月及九個月之 第三季度業績公佈



摘要

中國第三季度的國內生產總值(GDP)較去年同期增長10.4%。增幅比第二季回落0.9個百分點；而1-9月內地居民消費價格指數(CPI)則較去年同期增長1.3%。期內主要原材料價格仍然處於高水平，但透過本集團持續優化管理整體營運，進行有效的產品策略及得益於成本控制，令本集團第三季度之營業額及母公司股東應佔溢利分別較去年同期上升17.19%至7.02億美元及15.24%至60,675千美元，繼續刷新本集團歷史單季最高記錄。於二零零六年首三季度本集團營業額上升25.43%，整體毛利率上升1.09個百分點，扣除利息、稅項、折舊及攤銷前之盈利(EBITDA)較去年同期上升19.86%，達到2.93億美元；股東應佔溢利上升16.71%至127,170千美元。

本集團於二零零六年度第三季度的業績摘要如下：(根據去年同期作比較數字)

集團營業額為7.02億美元，較去年同期上升17.19%；

集團毛利率為34.15%，較去年同期的33.36%上升0.79個百分點；

EBITDA為121,342千美元，去年同期為106,745千美元，上升13.67%；

本公司股東應佔溢利為60,675千美元，去年同期為52,652千美元，上升15.24%；

每股盈利為1.09美仙；去年同期為0.94美仙；

方便麵、飲品及糕餅的營業額分別為2.81億美元、3.67億美元及0.3億美元，相較去年同期，各產品的成長率分別為-4.73%、42.68%及8.44%。

二零零六年度第三季業績

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」)截至二零零六年九月三十日止三個月及九個月未經審核之簡明綜合第三季財務報告連同二零零五年相對期間之未經審核比較數據。本集團第三季財務報告未經審核，惟已獲本公司之審核委員會審閱。

簡明綜合收益表

截至二零零六年九月三十日止三個月及九個月

	附註	二零零六年		二零零五年	
		七至九月 (未經審核) 千美元	一至九月 (未經審核) 千美元	七至九月 (未經審核) 千美元	一至九月 (未經審核) 千美元
營業額	2	702,226	1,813,555	599,210	1,445,861
銷貨成本		(462,416)	(1,207,767)	(399,291)	(978,738)
毛利		239,810	605,788	199,919	467,123
其他淨收入		5,834	15,179	4,916	15,768
分銷成本		(131,370)	(351,203)	(106,892)	(258,402)
行政費用		(17,016)	(43,729)	(15,820)	(40,425)
其他經營費用		(4,625)	(20,785)	(1,811)	(15,146)
財務費用	3	(2,481)	(8,256)	(1,774)	(7,042)
應佔聯營公司溢利		1,491	6,646	2,091	6,280
除稅前溢利	4	91,643	203,640	80,629	168,156
稅項	5	(7,346)	(17,246)	(5,620)	(13,655)
本期溢利		84,297	186,394	75,009	154,501
期內應佔溢利					
本公司股東		60,675	127,170	52,652	108,962
少數權益股東		23,622	59,224	22,357	45,539
本期溢利		84,297	186,394	75,009	154,501
每股溢利	6				
基本		1.09美仙	2.28美仙	0.94美仙	1.95美仙
攤薄		不適用	不適用	不適用	不適用

簡明綜合資產負債表

於二零零六年九月三十日

		二零零六年 九月三十日 (未經審核)	二零零五年 十二月三十一日 (已經審核)
	附註	千美元	千美元
資產及負債			
非流動資產			
物業、機器及設備		1,099,092	991,279
無形資產		13,818	15,303
聯營公司權益		26,150	54,863
土地租約溢價		55,843	54,446
可供出售金融資產		10,199	10,047
遞延稅項資產		5,379	5,379
		<u>1,210,481</u>	<u>1,131,317</u>
流動資產			
按公允價值列賬及在損益賬處理的財務資產		8,666	2,633
存貨		94,973	101,566
應收賬款	8	127,560	84,573
預付款項及其他應收款項		115,189	72,484
抵押銀行存款		9,049	4,041
銀行結餘及現金		205,080	152,316
		<u>560,517</u>	<u>417,613</u>
流動負債			
應付賬款	9	321,632	206,007
其他應付款項		177,465	139,130
有息借貸之即期部份		124,918	119,648
客戶預付款項		15,139	16,612
稅項		8,466	3,503
		<u>647,620</u>	<u>484,900</u>
淨流動負債		<u>(87,103)</u>	<u>(67,287)</u>

	附註	二零零六年 九月三十日 (未經審核) 千美元	二零零五年 十二月三十一日 (已經審核) 千美元
總資產減流動負債		1,123,378	1,064,030
非流動負債			
長期有息借貸		40,820	32,880
其他非流動應付款項		8,249	8,168
員工福利責任		6,402	5,793
遞延稅項負債		7,090	6,816
		<u>62,561</u>	<u>53,657</u>
淨資產		<u>1,060,817</u>	<u>1,010,373</u>
股本及儲備			
發行股本		27,943	27,943
儲備		858,927	714,381
擬派特別股息		-	59,799
擬派末期股息		-	69,859
		<u>886,870</u>	<u>871,982</u>
本公司股東應佔股本及儲備		886,870	871,982
少數股東權益		<u>173,947</u>	<u>138,391</u>
股東權益總額		<u>1,060,817</u>	<u>1,010,373</u>

簡明綜合財務報告附註：

1. 編製基準及會計政策

本集團未經審核第三季業績乃由董事負責編製。該等未經審核第三季業績乃根據香港會計師公會頒佈之香港會計準則第34號(「中期財務報告」)編製，此簡明賬目須與截至二零零五年十二月三十一日止年度之賬目一併閱覽。編製此簡明第三季度賬目採用之會計政策及計算方法與編製本集團截至二零零五年十二月三十一日止年度之賬目所採用者一致。

2. 按主要產品劃分之營業額及分部業績

本集團主要在中華人民共和國(「中國」)運作，本集團的銷售及溢利貢獻亦主要來自中國。

按主要產品劃分之本集團營業額及分部業績分析列載如下：

	營業額				分部業績			
	二零零六年		二零零五年		二零零六年		二零零五年	
	七至九月	一至九月	七至九月	一至九月	七至九月	一至九月	七至九月	一至九月
	(未經審核)	(未經審核)	(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	千美元	千美元
方便麵	280,582	754,206	294,508	735,441	31,518	60,643	30,524	69,360
飲品	366,609	918,806	256,948	589,761	52,126	132,547	47,550	95,702
糕餅	30,173	74,724	27,823	70,636	2,301	1,792	2,075	2,648
其他	24,862	65,819	19,931	50,023	6,066	7,042	(709)	1,167
合計	<u>702,226</u>	<u>1,813,555</u>	<u>599,210</u>	<u>1,445,861</u>	<u>92,011</u>	<u>202,024</u>	<u>79,440</u>	<u>168,877</u>

3. 財務費用

	二零零六年		二零零五年	
	七至九月	一至九月	七至九月	一至九月
	(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
利息支出：				
需於五年內悉數償還之				
銀行及其他貸款	<u>2,481</u>	<u>8,256</u>	<u>1,774</u>	<u>7,042</u>

4. 除稅前溢利

除稅前溢利已扣除下列項目：

	二零零六年		二零零五年	
	七至九月	一至九月	七至九月	一至九月
	(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
折舊	27,897	81,998	24,759	70,439
攤銷：				
土地租約溢價	367	1,069	348	1,119
無形資產	<u>596</u>	<u>1,782</u>	<u>-</u>	<u>-</u>

5. 稅項

	二零零六年		二零零五年	
	七至九月	一至九月	七至九月	一至九月
	(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
中國企業所得稅	<u>7,346</u>	<u>17,246</u>	<u>5,620</u>	<u>13,655</u>

開曼群島並不對本集團之收入徵收任何稅項。

由於本集團期內在香港並無應課稅溢利，因此並無作出香港利得稅撥備。

從事製造及銷售各類食品的中國附屬公司均須受到適用於中國外資企業的稅法所規限。本集團大部分附屬公司設立於經濟技術開發區，按15%的適用稅率繳納企業所得稅。另由首個獲利年度開始，於抵銷結轉自往年度的所有未到期稅項虧損後，可於首兩年獲全面豁免繳交中國企業所得稅，及在其後三年獲稅率減半優惠。

6. 每股溢利

每股基本溢利乃根據本公司股東期內應佔溢利127,170千美元(二零零五年：108,962千美元)及本期間已發行普通股之加權平均股數5,588,705,360(二零零五年：5,588,705,360)計算。本公司並無任何潛在攤薄影響的事項，故無呈列每股攤薄溢利。

7. 股息

董事會決議不擬派發截至二零零六年九月三十日止九個月之股息(二零零五年：無)。

8. 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為30至90天，有關應收賬款之賬齡(扣除壞賬及呆賬減值虧損)分析列示如下：

	二零零六年 九月三十日 (未經審核) 千美元	二零零五年 十二月三十一日 (已經審核) 千美元
0至90天	113,985	74,018
90天以上	13,575	10,555
	<u>127,560</u>	<u>84,573</u>

9. 應付賬款

應付賬款之賬齡分析列示如下：

	二零零六年 九月三十日 (未經審核) 千美元	二零零五年 十二月三十一日 (已經審核) 千美元
0至90天	304,897	188,994
90天以上	16,735	17,013
	<u>321,632</u>	<u>206,007</u>

管理層討論與分析

本集團二零零六年第三季度的營業額較去年同期上升17.19%至702,226千美元。期內除方便麵業務受平價麵銷售不如預期影響，營業額較去年同期下降4.73%外，飲品、糕餅及冷藏業務的營業額分別較去年同期上升42.68%、8.44%及21.86%。本公司股東應佔溢利達到60,675千美元，較去年同期上升15.24%。每股溢利為1.09美仙。

第三季度整體毛利率較去年同期的33.36%微幅增加0.79個百分點至34.15%，雖然期內主要原料如糖、PET膠粒及棕櫚油價依然高企，分別較去年同期上升5%-55%不等；但透過管理團隊持續的精進生產管理，對成本控制取得一定的效果。穩健的行銷策略對產品銷售組合的優化，使得本集團的高價麵在方便麵市場整體成長呈現呆滯的狀況下，銷售呈穩定成長，同時締造即飲茶及礦物質水銷售的大幅成長。惟在此同時亦面臨更強烈的同業競爭，為維持本集團在中國市場的強勢品牌領先地位，期內策略性增加廣告的投入及強化銷售通路的精耕細作，致使本集團分銷成本佔總營業額的比率增加至18.71%，較去年同期上升0.87個百分點；除稅前溢利錄得91,643千美元，較去年同期上升13.66%。營業額及淨利同時繼續刷新本集團歷史單季業績新高。

方便麵業務

第三季方便麵業務的銷售額為280,582千美元，較去年同期下降4.73%，佔本集團總營業額的39.96%。

期內康師傅品牌仍然以紅燒牛肉麵為核心，更廣泛滲透至各銷售區域。於過去兩年康師傅品牌創造的中華美食概念產品，持續採取各區域美食來作為方便麵口味，在這樣的策略下不斷地滿足消費者，也在業績上面取得顯著的成績；在康師傅諸多副品牌中，「麵霸拉麵」以作為國內好麵條的品質標準，強化「製麵專家」的形象，逐漸取得消費者及美食專家的信賴；「湯王」則以作為最好的湯頭口味作為定位，已獲得湯麵類型產品的領導地位；「亞洲精選」則是透過開發亞洲口味以迎合年輕人訴求，創造時尚新領袖；「食麵八方」於上半年以全新包裝上市，並於全國各地加入新口味後，配合電視及網絡媒體的宣傳，已經成為拌炒麵市場的第一品牌。在平價麵方面，則採取穩健成長的策略，以期在未來推動整體的營收。期內「超級福滿多」以全新概念全新包裝重新上市，講求年輕化，定位在每包人民幣一元的平價麵市場。此外，福滿多品牌新推出每包一元以下的新系列以搶佔市場。

據AC Nielsen最新零研數據顯示，2006年第三季度中國方便麵整體市場因市場因素導致於銷售額呈現1.15%的負成長，於銷售量更呈現7.86%的負成長。期內，本集團在調整產品銷售組合，刺激容器麵及高價麵成長型市場的銷售策略下，仍然在高價麵部分銷售額與量分別相較去年第三季達到5.48%及5.19%的成長，持續搶佔高價麵市場佔有率。據AC Nielsen 9月最新零研數據顯示，康師傅在高價袋麵和容器麵市場的市佔率分別高達65.15%和58.93%，於中國整體方便麵銷售額之市場佔有率為41.42%，持續穩居市場第一位。另外以廣大鄉鎮農村作為銷售目標的福滿多品牌平價麵，則因佈局、設廠、與新品開發等因素的滯後，業績未能達成預期目標。

於第三季度，得益於高毛利的容器麵及高價袋麵的銷售佔比持續增加，兼以透過成本控制及精進生產效率，因而令毛利率得以有效持續改善。期內，方便麵業務之毛利率為26.66%，較二零零五年同期上升2.26個百分點；本公司股東應佔溢利為27,724千美元，較去年同期微幅成長1.71%。

現時，中國人均消耗方便麵約於20包以下，遠低於日本、台灣及香港等地的40包以上，因此管理層深信中國方便麵市場仍深具發展空間。往後，本集團將繼續對康師傅品牌的投資並提升產品的能見度；此外，本集團對於佔有65%平價麵市場的積極佈建，將是建構未來銷售與利潤成長的動力。

飲品業務

第三季度飲品營業額較去年同期大幅上升42.68%至366,609千美元，佔本集團總營業額的52.21%。期內掌握飲品銷售旺季，本集團持續推廣茶系列產品，建構茶專家形象，於2006年第三季度除全面展開現有品牌線上及線下活動，擴大銷售及市場佔有率外，並持續推廣上一季度上市之「勁涼冰綠茶」及「大麥香茶」，以口味延伸及差異化策略不斷提升業績。於稀釋果汁系列方面，「鮮の每日C」持續強化主品牌水晶葡萄、果粒葡萄柚及大包裝的推廣提升品牌的喜好度及銷量。康師傅果汁部分，則強化在現代化通路與外埠的滲透力，並通過在中央台增加電視廣告，搶奪市場。礦物質水則利用戶外及電視的媒體持續投放廣告、城區外埠的品牌滲透及與消費者的深度溝通，令品牌力及市場份額得以有效提升，各區域達成狀況良好。

據AC Nielsen 2006年9月最新零研數字顯示，康師傅即飲茶之銷售額市場佔有率佔整體即飲茶市場50.0%，穩居市場龍頭地位，康師傅果汁系列藉雙品牌及口味包裝延伸策略，居稀釋果汁類別市場第三位，取得15.9%的市場佔有率。礦物質水延續上一季度高度成長的優異表現，繼續擴大市場佔有率至12.4%，站穩中國市場第二品牌地位，並在東北與華北地區取得領導品牌地位。截至本季度，礦物質水生產線已經達到36條，期內各生產線的使用率均處於高水平，管理層深信中國飲料市場增長快速，成長主要來自茶飲料及瓶裝水，因此董事局擬於2007年進一步增加43條飲料生產線，並延伸到天然優質礦泉水市場，預計於2007年銷售旺季可望達到另一銷售高峰。

期內，主要原材料PET膠粒價格仍然處於高位，而糖價亦持續迅猛上升，分別較去年同期上升10%及55%以上，加上毛利相較較低的礦物質水於期內呈倍數增長，導致第三季之毛利率較去年同期下降4.97個百分點至37.11%；惟本公司股東應佔溢利則較去年同期上升10.20%至24,321千美元。

糕餅業務

第三季度糕餅業務的銷售額較去年同期上升8.44%至30,173千美元，佔本集團總營業額的4.3%。在整體糕餅市場營業額微幅成長下仍能維持穩定成長，主要因為持續品牌經營及開發差異化產品的經營策略，令糕餅業務的主要產品如「3+2」夾心餅、蛋酥卷、妙芙蛋糕及美味酥等均維持穩定成長，特別是「3+2」夾心餅及蛋酥卷的銷售分別成長16.64%及18.14%。據AC Nielsen 2006年9月最新零研數據顯示，康師傅於中國夾心餅市場銷售額佔有率為24.5%，居市場第二位。

第三季度糕餅事業之毛利率為39.92%，較去年同期下降0.11個百分點，主要是由於與日本龜田制果株式會社合資製造米製新產品於期內投入市場，製造成本較高，造成毛利率降低。但期內本公司股東應佔溢利較去年同期上升47.5%至2,361千美元。

第四季將調整生產制程、加強高毛利產品研發，同時加強對核心產品「3+2」夾心餅、妙芙蛋糕及美味酥系列的品牌投資，並改善以經銷、直營並重的通路結構，以期改善毛利率並創造營業額穩定增長。

冷藏業務

第三季度冷藏業務的銷售額較去年同期成長21.86%，第四季度將持續在品牌力及產品競爭力及銷售管道的經營上深耕，產品品類的經營重點仍將維持在優酪乳、100%鮮果汁，並著力於未來潛在明星商品乳酸菌飲料、咖啡，加強行銷服務活動，擴大品牌及消費者直接接觸的介面，從而擴大銷售基礎。在生產和研發方面不斷精進，繼續保持高品質，優風味。據AC Nielsen 2006年9月最新數據顯示，於上海區域，每日C100%果汁取得48%市場佔有率，居市場第一位；優酪乳則居優酪乳市場第二位，取得18%市場佔有率。

財務運作

於二零零六年九月三十日，本集團總負債為7.10億美元，相對於總資產17.71億美元，負債比例為40.10%。相較於二零零五年十二月三十一日的總負債5.39億美元，增加了約1.71億美元，負債比例上升了5.3個百分點，主要是因應資本開支及原料採購應付款增加所致。同期長短期貸款相較於二零零五年十二月三十一日則增加13,210千美元。

總借貸中，美元與人民幣的佔比分別為70.92%及20.85%，由於本集團的交易大部份以人民幣為主，而人民幣對美元的匯率自二零零六年初至第三季度累計升值2.03%，對本集團造成首三季淨兌收益共19,703千美元，分別包括於收益表內的2,327千美元及外幣換算儲備內的17,376千美元。預期人民幣對美元匯率波動不致對本集團造成不利的影響。

截至二零零六年九月三十日，本集團並無或然負債，同期本集團的銀行存款為2.14億美元，淨現金達48,391千美元。

財務比率概要

	二零零六年 九月三十日	二零零五年 十二月三十一日
製成品週轉期	8.68日	9.61日
應收賬款週轉期	15.97日	15.43日
流動比率	0.87倍	0.86倍
負債比率(總負債相對於總資產)	40.10%	34.77%
負債與資本比率(淨借貸相對於本公司股東權益比率)	-0.05倍	0.00倍

人力資源

因應平價方便麵工廠及瓶裝水工廠持續的投產，令本集團截至二零零六年九月三十日的員工人數增加至31,102名(二零零五年十二月三十一日：25,273名)，本集團向僱員提供具競爭力的薪酬，配合保險及醫療福利以及專業的培訓計劃，透過完善的人力資源管理，以期提高僱員對本集團的貢獻。

展望

中國經濟持續快速發展，消費者的消費力持續提高，造就中國方便食品市場之發展與需求持續維持成長的空間。惟消費者觀念的更新與受經濟增長吸引而至的國際廠家與本土廠家之間之競爭亦持續加劇，調價空間受阻更加深了經營成本的壓力。

踏入第四季，雖然部份本集團所需之原材料如糖及麵粉價格仍然高企，但相較首三季有下調趨勢，如這趨勢持續，將有助舒緩來自原材料的壓力。經過首三季度的營運，證實了本集團透過有效的成本控制及精進生產排程，可以有效減低高物價時代來臨對生產企業的衝擊。加上本集團在持續擴充差異化產品開發，對於現有主力產品持續穩健的銷售策略，配合靈活積極的佈建以擴大潛力產品的銷售與市場佔有率的策略下，有信心可以繼續穩步擴大本集團整體銷售及經營利潤。

公司管治

遵守企業管治常規守則

於截至二零零六年九月三十日止期內，本公司已遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄十四所載的企業管治常規守則(「守則」)的守則條文，除了：

1. 主席與行政總裁的角色沒有由不同人選擔任，魏應州先生身兼本公司主席與行政總裁的職務；
2. 獨立非執行董事因須按公司章程細則輪席退位而未有指定任期；及
3. 本公司董事會主席魏應州先生不須輪值告退。

現時本公司附屬公司之運作實際上由有關附屬公司之董事長負責，除了因為業務發展需要由魏應州先生擔任若干附屬公司之董事長外，本集團行政總裁並不兼任其他有關附屬公司之董事長，該職務已由不同人選擔任。同時，魏應州先生自一九九六年本公司上市後一直全面負責本公司的整體管理工作。故此，本公司認為，魏應州先生雖然不須輪值告退及同一人兼任本公司主席與行政總裁的職務，但此安排在此階段可以提高本公司的企業決策及執行效率，有助於本集團更高效地進一步發展，同時，通過上述附屬公司董事長的制衡機制，以及在本公司董事會及獨立非執行董事的監管下，股東的利益能夠得以充分及公平的體現。

審核委員會

根據於二零零五年一月一日前生效之上市規則附錄14所載最佳應用守則第14條之要求，本集團已於一九九九年九月成立審核委員會，現時成員包括徐信群、李長福及小川和夫三位獨立非執行董事。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

薪酬及提名委員會於二零零五年八月十一日成立。目前，委員會成員包括徐信群、李長福及小川和夫三位獨立非執行董事。

委員會之成立旨在審批本集團高層僱員之薪酬福利組合，包括薪金、花紅計劃及其他長期鼓勵計劃。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。

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、買賣或贖回股份

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。

業績公佈之全部資料

一份根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則附錄十六第46(1)至(3)段所規定列載之全部資料將於稍後時間登載於聯交所網頁及本公司網頁www.masterkong.com.cn內。

董事局

於本報告日，魏應州、井田毅、吉澤亮、魏應交、吳崇儀及井田純一郎為本公司之執行董事，徐信群、李長福及小川和夫為本公司之獨立非執行董事。

承董事會命
主席
魏應州

中國天津，二零零六年十一月十三日

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

* 僅供識別

請同時參閱本公布於星島刊登的內容。