

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2009年3月31日止三個月之第一季度業績公佈

摘要

千美元	截至3月31日止3個月		變動
	2009年	2008年	
營業額	1,175,309	969,073	+21.28%
毛利率	35.37%	32.40%	+2.97個百分點
集團毛利	415,718	314,025	+32.38%
扣除利息、稅項、折舊及 攤銷前盈利(EBITDA)	220,215	160,293	+37.38%
本期溢利	124,232	93,680	+32.61%
本公司股東應佔溢利	92,785	65,102	+42.52%
每股溢利(美仙)	1.66	1.16	+0.5美仙

於2009年3月31日之現金及現金等值物為649,681千美元，負債與資本比率為-0.17倍。

緒言：

中國第一季度的國內生產總值(GDP)較去年同期增長6.1%，GDP增幅比去年同期回落4.5個百分點，居民消費價格指數(CPI)較去年同期下降了0.6%，而作為CPI先行指標的工業品出廠價格(PPI)同比下降4.6%。通貨緊縮及經濟下行壓力仍然存在；但首季度社會消費品零售總額卻同比增長15.9%，增幅同比上升3.6個百分點，在首季度GDP 6.1%的增幅中，社會消費品零售貢獻了4.3個百分點，顯示快速消費品行業仍能保持平穩增長。

由於康師傅的主要產品方便麵及飲品是日常生活所需，即使經濟放緩也能保持較高的盈利穩定性，因此本集團依然保持穩定的上升動力；第一季度的營業額較去年同期上升21.28%至1,175,309千美元。方便麵、飲品及糕餅的營業額分別同比上升11.96%、36.74%及17.82%至587,695千美元、525,218千美元及39,775千美元，於簡明綜合收益表中，本公司股東應佔溢利更大幅上升42.52%至92,785千美元，創下本集團單季度淨利新高。期內，本集團的方便麵、即飲茶、包裝水及夾心餅乾持續穩居中國市場領導地位。

2009年度第一季業績

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2009年3月31日止3個月未經審核之簡明綜合第一季度業績報告連同2008年相對期間之未經審核比較數據。本集團2009年第一季度業績報告未經審核，惟已獲本公司之審核委員會審閱。

簡明綜合收益表

截至2009年3月31日止3個月

		2009年 1至3月 (未經審核) 千美元	2008年 1至3月 (未經審核) 千美元
	附註		
營業額與收益	2	1,175,309	969,073
銷售成本		(759,591)	(655,048)
毛利		415,718	314,025
其他淨收入		14,434	16,423
分銷成本		(207,366)	(163,121)
行政費用		(27,269)	(23,893)
其他經營費用		(23,983)	(21,356)
財務費用	5	(6,633)	(9,254)
應佔聯營公司業績		3,950	2,447
除稅前溢利	5	168,851	115,271
稅項	6	(44,619)	(21,591)
本期溢利		124,232	93,680
期內應佔溢利			
本公司股東		92,785	65,102
少數權益股東		31,447	28,578
本期溢利		124,232	93,680
每股溢利	7		
基本		1.66美仙	1.16美仙
攤薄		不適用	1.16美仙

簡明綜合全面收益表

截至2009年3月31日止3個月

	2009年 1至3月 (未經審核) 千美元	2008年 1至3月 (未經審核) 千美元
本期溢利	124,232	93,680
其他全面(損失)收益：		
直接在股東權益內認列之淨(損失)收益淨兌差額	<u>(2,837)</u>	<u>46,965</u>
稅後本期全面收益	<u>121,395</u>	<u>140,645</u>
應佔全面收益		
本公司股東	90,372	112,067
少數權益股東	<u>31,023</u>	<u>28,578</u>
	<u>121,395</u>	<u>140,645</u>

簡明綜合財務狀況表
於2009年3月31日

	附註	2009年 3月31日 (未經審核) 千美元	2008年 12月31日 (已經審核) 千美元
資產			
非流動資產			
物業、機器及設備		2,020,066	1,974,445
無形資產		9,028	9,733
聯營公司權益		57,862	68,095
土地租約溢價		80,751	81,308
可供出售金融資產		3,706	3,760
遞延稅項資產		5,379	5,379
		<u>2,176,792</u>	<u>2,142,720</u>
流動資產			
按公允價值列賬及在損益賬處理的金融資產		549	550
存貨		195,101	194,904
應收賬款	9	119,998	129,944
預付款項及其他應收款項		98,118	108,434
抵押銀行存款		7,359	4,889
銀行結餘及現金		642,322	380,075
		<u>1,063,447</u>	<u>818,796</u>
資產合計		<u><u>3,240,239</u></u>	<u><u>2,961,516</u></u>
股東權益及負債			
股本及儲備			
發行股本		27,934	27,934
儲備		670,564	672,676
保留溢利		469,155	376,421
擬派末期股息		130,172	130,172
		<u>1,297,825</u>	<u>1,207,203</u>
本公司股東應佔權益		1,297,825	1,207,203
少數股東權益		362,458	331,435
		<u>1,660,283</u>	<u>1,538,638</u>
股東權益總額		<u>1,660,283</u>	<u>1,538,638</u>
非流動負債			
有息借貸		104,380	135,852
其他非流動應付款項		2,292	2,295
員工福利責任		9,673	9,200
遞延稅項負債		53,386	39,848
		<u>169,731</u>	<u>187,195</u>
流動負債			
應付賬款		545,630	403,925
其他應付款項		386,049	352,475
有息借貸		327,154	431,229
客戶預付款項		120,703	36,483
稅項		30,689	11,571
		<u>1,410,225</u>	<u>1,235,683</u>
負債合計		<u>1,579,956</u>	<u>1,422,878</u>
股東權益及負債合計		<u><u>3,240,239</u></u>	<u><u>2,961,516</u></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2008年12月31日止年度之賬目一併閱覽。除採納下列財務報告準則及詮釋之影響外，編製此簡明第一季賬目採用之會計政策及計算方法與編製本集團截至2008年12月31日止年度之賬目所採用者一致。

香港財務報告準則第8號－經營分部(由2009年1月1日起計開始之年度期間生效)

香港財務報告準則第8號可使本集團重新決定有關分部業績之組成及披露，但對本集團的業績及財務狀況並沒有任何影響。

香港會計準則第1號(於2007年修訂)－財務報表之呈列(由2009年1月1日起計開始之年度期間生效)

此經修訂之準則提出了簡明財務報表中多個專用名稱的使用及修改了財務報表的呈列和披露方式。此修訂對本集團的業績及財務狀況並沒有任何影響。

下列由香港會計師公會頒佈並已或已予生效之新修訂及詮釋對本集團之會計政策並無重大影響。

香港財務報告準則(修訂)	香港財務報告之改進
香港會計準則第23號(經修訂)	借貸成本
香港會計準則第32號及第1號(修訂)	可贖回金融工具及清盤時產生之責任
香港財務報告準則第1號及	
香港會計準則第27號(修訂)	投資於附屬公司、共同控制公司或聯營公司的投資成本
香港財務報告準則第2號(修訂)	以股份為基礎的支付 - 歸屬條件及註銷
香港財務報告準則第7號(修訂)	有關金融工具披露之修改
香港(國際財務報告詮釋委員會) - 詮釋13號	客戶忠誠度計劃
香港(國際財務報告詮釋委員會) - 詮釋15號	房地產建築協議
香港(國際財務報告詮釋委員會) - 詮釋16號	國外經營淨投資套期

2. 營業額與收益

本集團之營業額與收益指向客戶售貨之發票值，扣除退貨、折扣及增值稅。

3. 分部資料

	截至2009年3月31日止3個月					
	方便麵	飲品	糕餅	其他	內部沖銷	綜合
	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元
收益						
外來客戶收益	587,695	525,218	39,775	22,621	-	1,175,309
分部間之收益	13	23	316	20,404	(20,756)	-
分部收益	<u>587,708</u>	<u>525,241</u>	<u>40,091</u>	<u>43,025</u>	<u>(20,756)</u>	<u>1,175,309</u>
分部業績	81,980	83,954	4,366	1,757	(523)	171,534
財務費用						(6,633)
應佔聯營公司業績						<u>3,950</u>
除稅前溢利						<u><u>168,851</u></u>
	截至2008年3月31日止3個月					
	方便麵	飲品	糕餅	其他	內部沖銷	綜合
	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元
收益						
外來客戶收益	524,922	384,104	33,759	26,288	-	969,073
分部間之收益 / (損失)	231	(52)	194	23,007	(23,380)	-
分部收益	<u>525,153</u>	<u>384,052</u>	<u>33,953</u>	<u>49,295</u>	<u>(23,380)</u>	<u>969,073</u>
分部業績	46,603	71,243	1,874	2,791	(433)	122,078
財務費用						(9,254)
應佔聯營公司業績						<u>2,447</u>
除稅前溢利						<u><u>115,271</u></u>

分部業績是代表各營運分部之溢利，當中並沒有分配財務費用及應佔聯營公司業績。此分部業績主要是為分配資源和評估各營運分部之表現而向管理層呈列的方式。

3. 分部資料(續)

按營運分部劃分之本集團資產分析列載如下：

	截至2009年3月31日					
	方便麵	飲品	糕餅	其他	內部沖銷	綜合
	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元	(未經審核) 千美元
分部資產	1,234,991	1,788,278	55,706	658,292	(560,269)	3,176,998
聯營公司權益						57,862
未分配資產						5,379
						<u>3,240,239</u>
	截至2008年3月31日					
	方便麵	飲品	糕餅	其他	內部沖銷	綜合
	(已經審核) 千美元	(已經審核) 千美元	(已經審核) 千美元	(已經審核) 千美元	(已經審核) 千美元	(已經審核) 千美元
分部資產	1,215,017	1,482,103	61,109	622,049	(492,236)	2,888,042
聯營公司權益						68,095
未分配資產						5,379
						<u>2,961,516</u>

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，普遍預期其營業額為較高。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

除稅前溢利已扣除下列項目：

	截至3月31日止3個月	
	2009年 (未經審核) 千美元	2008年 (未經審核) 千美元
財務費用		
須於五年內悉數償還之銀行貸款之利息支出	<u>6,633</u>	<u>9,254</u>
其他項目		
折舊	47,744	37,585
攤銷	<u>1,159</u>	<u>1,057</u>

6. 稅項

	截至3月31日止3個月	
	2009年 (未經審核) 千美元	2008年 (未經審核) 千美元
本期間稅項－中國企業所得稅		
本期間	31,081	20,111
遞延稅項		
產生及轉回之暫時差異淨額	1,128	480
按本集團於中國之附屬公司可供分配利潤之預提稅	12,410	1,000
本期間稅項總額	<u>44,619</u>	<u>21,591</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方便麵、飲品及糕餅產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，於2007年12月31日前按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(稅務寬減期)。該等不能以中國優惠稅率繳納企業所得稅於中國的附屬公司，其中國企業所得稅法定稅率為25%。

根據財政部、國家稅務總局與海關總署聯合頒佈的一項關於西部大開發的稅收減免通知(財稅【2001】第202號)，位於中國大陸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2001年至2010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%。

根據國務院關於實施企業所得稅過渡期優惠政策的通知(國發【2007】39號)，自2008年1月1日起，原享受低稅率優惠政策的企業，在新稅法實行後五年內逐步過渡到法定稅率，享受企業所得稅15%稅率的企業於2008年按18%稅率執行，2009年按20%稅率執行，2010年按22%稅率執行，2011年按24%稅率執行，2012年及以後按25%稅率執行。西部大開發企業所得稅優惠政策繼續執行至到期。

7. 每股溢利

每股溢利乃根據本公司股東期內應佔溢利92,785千美元(2008年：65,102千美元)及本期間已發行普通股之加權平均股數5,586,793,360(2008年：5,588,705,360)計算。

截至2009年3月31日止，由於購股權並沒有呈列攤薄，所以並不包括於本期已發行普通股之加權平均股數中。

本公司於截至2009年3月31日止並無潛在攤薄股數盈利。

8. 股息

董事會決議不擬派發截至2009年3月31日止3個月之股息(2008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)之賬齡分析列示如下：

	2009年	2008年
	3月31日 (未經審核) 千美元	12月31日 (已經審核) 千美元
0至90天	113,084	117,008
90天以上	6,914	12,936
	<u>119,998</u>	<u>129,944</u>

管理層討論與分析

受益於靈活的行銷策略及有效的市場佈建，本集團第一季的營業額較去年同期上升21.28%至1,175,309千美元。期內本集團所需主要原材料如棕櫚油、PET粒子、白糖等價格持續低行，加上本集團優化生產管理效率及產品組合，集團整體毛利率較去年同期上升2.97個百分點至35.37%，毛利額較去年同期上升32.38%。期內，本集團雖然採取較積極的行銷策略，惟整體分銷費用仍控制得宜，分銷成本佔營業額的比率輕微上升0.81個百分點至17.64%；同期，財務費用減少28.32%；本集團首季除稅前溢利較去年同期上升46.48%至168,851千美元。期內，因中國企業所得稅法的改變，導致首季度所得稅較去年同期增加23,028千美元至44,619千美元；於簡明綜合收益表中第一季度得益於整體有效率的營運，令本集團的淨利創下單季度新高至92,785千美元，淨利潤率同比上升1.17個百分點至7.89%。

方便麵業務

第一季度方便麵業務的營業額為587,695千美元，較去年同期上升11.96%，佔本集團總營業額的50.00%。期內，因主要原材料棕櫚油價格大幅下跌，加上生產效能的提升，令毛利率較去年同期上升5.19個百分點至32.27%，毛利額較去年同期上升33.40%；受惠於有效的市場策略及善控營運成本，本公司股東應佔溢利較去年同期大幅上升69.58%至57,693千美元。

期內持續康師傅品牌經營高價麵市場的營銷策略，致力於維持現有的高市場佔有率。同時，保持福滿多品牌搶攻升級後的中、平價麵市場份額，持續鞏固於該價位市場的地位，防止競品竄出。

康師傅品牌在四種主要口味的基礎上滿足消費者對基本美味的需要，並為不同使用時機和場合的消費者提供不同品項，同時發展區域化風味的方便麵以滿足不同地域、不同飲食文化對美味的需求；「辣旋風」以代言人和校園活動持續與年輕族群進行溝通；「麵霸」強調麵條質感和口味的完美結合；「食麵八方」通過試吃和媒體推廣，穩固乾拌麵市場第一品牌的地位；「勁爽拉麵」、「好滋味」則全力經營中價麵市場，滿足城市中下階層消費者的需求。

售價人民幣1.5元的中價麵品牌「金牌福滿多」升級裝，配合區域口味上市，詮釋「美味新標準」；人民幣2.5元「超級福滿多」桶麵的上市，銷量大幅提升，持續與學生族群溝通，穩固中價麵市場領導地位；平價麵品牌「福滿多」及「福滿多一碗香」更換彩色外箱，搶佔節慶整箱送禮市場，提升品牌親和力，持續搶佔二、三、四級城市一元市場；「快炒麵」創新一元乾拌麵品類，以差異化搶佔一元麵市場；期內，蛋烤西紅柿口味及五香牛肉味「福滿多香脆麵」帶動整體乾脆麵銷售成長。

據 ACNielsen 2009年3月最新零研數據顯示，以銷售額及量為基礎，本集團方便麵在中國整體方便麵市場佔有率分別上升至51.4%及38.5%，持續穩居第一位。

在生產方面，TPM、WMS、ISO22000、ISO9000等專案拓展現有工廠的生產力及提升品管素質；引入方便麵及粉包高速生產線，使生產效能有效提升，改善毛利。

飲品業務

第一季度飲品業務營業額較去年同期上升36.74%至525,218千美元，佔本集團總營業額的44.69%；期內受毛利率相對較低的礦物質水銷量顯著成長及採用積極而直接讓利予消費者的營銷策略，抵消了首季原料價格自高位回落的有利影響，導致第一季度飲品業務的毛利率同比下跌0.33個百分點至38.10%，而毛利額則同比上升了35.58%，達到200,115千美元。雖然這次的金融海嘯波及全球，但對快速消費品行業來講，受到硬需求的推動，影響比較有限，加之集團以積極的經營策略擴大對市場的影響力，目前處於穩定經營，穩步獲利的階段。第一季度母公司股東應佔溢利較去年同期成長10.89%至30,743千美元。

期內康師傅即飲茶系列，繼續在中國市場保持著強勢的領導品牌地位，旗艦產品康師傅冰紅茶於2009年在代言人陶喆的帶領下，冰力先鋒選拔賽已在全國各地展開，以音樂進一步拉近與年青消費者的距離。康師傅綠茶於期內優化了口味和包裝，凸顯康師傅綠茶自然、甜美、健康的產品特性；同時把產品容量從500毫升增加到550毫升，加量不加價，以更實惠的產品直接回饋消費者。茉莉蜜茶持續受到消費者的喜愛，成為茶飲料市場的另一支生力軍。期內康師傅茶系列飲料展開全國性的「再來一瓶」抽獎促銷活動，再次帶領整體茶飲料市場的成長。

2009年首季康師傅礦物質水 550毫升及330毫升新包裝全面上市，全新的設計更方便消費者飲用。去年連串的網絡攻擊事件影響了礦物質水的銷量，惟於今年首季已見續步回穩，期內銷售額較去年同期上升45.74%。由本集團主辦的中國第一個解決水污染與缺乏問題的提案競賽 - 水創意公益提案競賽活動於2009年2月結束，活動期間在全國各高校掀起了一股「環保風」，並徵集到近1300件提案，獲獎團隊將得到人民幣50萬元基金支持項目啟動，實踐解決中國水資源問題，也讓消費者體會到康師傅高度的社會責任感。

在競爭愈演愈烈的果汁市場，時尚、健康概念依然引領市場。康師傅果汁在倡導「鮮活創意」的理念配合「果汁博士」形象下，創新口味以豐富產品品項，同時拓展大瓶裝的銷售。

據 ACNielsen 2009年3月最新零研數據顯示，以銷售額及量為基礎，康師傅即飲茶的市場佔有率分別上升至45.7%及47.7%，穩居市場首位；包裝水分別取得17.3%及19.3%的市佔率，在市場佔有率上展開一、二名之攻防巷戰；「鮮の每日C」與「康師傅」的雙品牌策略，借豐富的產品線，為康師傅帶來廣闊的市場，分別以14.3%及16.5%的市佔率，居稀釋果汁市場第三位。

糕餅業務

2009年第一季糕餅事業群銷售額達到39,775千美元，較去年上升17.82%，佔本集團總營業額約3.38%；毛利率較去年同期上升2.12個百分點至40.36%，毛利額同比上升24.34%；公司股東應佔溢利達到3,775千美元，同比上升了81.75%；整體營運表現良好主要是由於(1)生產效率持續提升；(2)核心品牌3+2餅乾銷售額顯著上升；及(3)採取精準式行銷策略，合理管控行銷費用。

根據ACNielsen 2009年3月的調查結果，康師傅於中國夾心餅乾的市場銷售額及量之佔有率分別為27.2%及26.0%，暫居市場第二位。糕餅業務將持續擴大核心品項的成長，拓展傳統美食現代化，並利用各種合作模式，增加銷售品項及強化核心生產技術。

冷藏業務

第一季冷藏事業部營業額持續穩定成長，旗下每日C純果汁、優酪乳及乳酸菌飲料在大上海地區維持平穩發展。

於2008年11月7日，本公司與味全(BVI)有限公司訂立協議，味全(BVI)有限公司同意以人民幣73,960千元向本公司收購轄下全資附屬公司，主要產銷冷藏產品的杭州味全食品有限公司全部股權。此收購之完成須待有關當局對此收購之同意。

財務運作

於2009年3月31日，本集團總負債為1,579,956千美元，相對於總資產3,240,239千美元，負債比例為48.76%。相較於2008年12月31日的總負債1,422,878千美元，增加了157,078千美元，負債比例上升了0.71個百分點，負債比例上升一方面是因應資本開支導致之應付款增加及季節性原材料採購導致之應付賬款增加，另一原因是預收客戶賬款增加。同期長短期銀行貸款相較於2008年12月31日減少了135,547千美元。總借貸中，外幣與人民幣的比例分別為79%：21%，長短期貸款比例為24%：76%。由於本集團的交易大部分以人民幣為主，而期內人民幣對美元的匯率貶值了0.11%，對本集團造成1至3月淨兌損失共4,627千美元，分別包括於收益表內的1,790千美元及外幣換算儲備內的2,837千美元。

本集團將繼續維持強勁的流動資產，而截至2009年3月31日，本集團並無或有負債，而同期本集團的銀行結餘及現金為649,681千美元。

財務比率概要

	2009年 3月31日	2008年 12月31日
製成品週轉期	10.69日	9.45日
應收賬款週轉期	9.57日	10.44日
流動比率	0.75倍	0.66倍
負債比率(總負債相對於總資產)	48.76%	48.05%
負債與資本比率(淨借貸相對於本公司股東權益比率)	-0.17倍	0.15倍

人力資源

於2009年3月31日，本集團員工人數為48,439人(2008年12月31日：49,089人)。期內持續落實創造人力價值，累積長期競爭力的人力資源發展方針，完善選、育、用、留各項人才發展政策，為本集團的持續發展儲備優秀人才。

對集團新進人員實行統一招募、培訓後再上崗的機制，為集團未來發展規劃儲備中堅力量；為加速境內幹部的培養，用一年時間從管理自我，管理部屬、管理企業幾方面進行系統的培訓，提升其管理力與領導力；落實留才策略，對重點崗位人員實施年薪制，以激勵員工與企業共同發展。

充分重視人才的培育、發展與儲備，將人才作為企業發展的基石，是康師傅得以快速成長的核心競爭力之一。

展望

儘管當前國內經濟狀況及H1N1新流感疫情存在著眾多不確定因素，但對於方便食品及飲品等日常生活用品的消費影響有限，相反危機中必然還蘊藏著一些機遇，為此我們將圍繞集團長遠發展規劃，緊抓機遇，持續發揮自身優勢，在提高方便麵、飲品和糕餅專業化和規模化的同時，適時豐富集團產品品項，以滿足客戶更多需求。未來，本集團會持續聚焦發展方便食品和飲品產業，力爭把康師傅打造成為全球最大的中式方便食品和飲品生產商。

公司管治

遵守企業管治常規守則

於截至2009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1996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。

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合資格會計師監督，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、徐信群及桑原道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。

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

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股份。

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。有關本公司購股權之安排，詳如下列：

授出日期	授出股數	行使期	行使價(港元)	魏應州獲授股數
2008年3月20日	11,760,000	2013年3月21日至 2018年3月20日	\$9.28	2,000,000
2009年4月22日	26,688,000	2014年4月23日至 2019年4月22日	\$9.38	2,816,000

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

於本公佈日，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、李長福及桑原道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，2009年5月25日

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

* 僅供識別