



於2006年錄得1.49億美元的股東應佔溢利
並同時銷售了81.4億個單位的方便麵和
75.6億個單位的包裝飲品
現時康師傅產品已滲透至中國每一角落...



截至二零零六年十二月三十一日止年度
業績公佈

百萬美元	二零零六年	二零零五年	變動
營業額	2,331.733	1,845.609	+26.3%
集團毛利率(%)	32.3	31.3	+0.9個百分點
本年度溢利	212.834	170.508	24.8%
本公司股東應佔溢利	148.925	123.529	+20.6%
每股溢利(美仙)	2.66	2.21	+0.45美仙
經營活動所得現金淨額	397.808	310.383	+28.2%
每股普通股末期股息(美仙)	1.38	1.25	+0.13美仙

緒言

二零零六年的中國經濟仍保持高速增長，呈現出增長速度較快、經濟效益較好、價格漲幅較低、群眾受惠較多的良好發展態勢。

本集團在此良好的經濟環境契機下，積極創新產品，拓展市場，使康師傅方便麵及茶飲料繼續居於領導地位，且營業額屢創新高，呈現驕人戰績，糕餅及冷藏飲料在新產品的驅動下，也取得滿意的表現。

雖然主要原材料如麵粉、棕櫚油、糖、PET粒子等價格仍然處於高水平，給企業造成相當大的成本壓力，壓縮了利潤空間，面對壓力，在保證消費者的安全，滿足消費者的需求下，本集團採取優化管理體系、精進生產管理及有效控制成本的策略下，業績表現創下本集團歷年來的新高。

股息

本集團二零零六年整體表現卓越，於評估整體營運、資本投資、營運資金及現金流量後，本人建議董事局增加末期股息之金額，以感謝股東們對本集團的支持。因此，董事局將於二零零七年六月十一日舉行之股東大會上，建議派付末期股息每股1.38美仙予於二零零七年六月八日名列本公司股東名冊上之本公司股東，(即於二零零七年六月一日或以前買進本公司股票及於二零零七年六月五日下午四時之前辦理股票過戶登記手續之股東)，末期派息總額為77,124千美元；連同已於二零零七年二月十四日派發每股1.07美仙的特別股息，二零零六年度每股將共獲派股息2.45美仙，總派息額將為136,923千美元。去年之末期股息及特別股息分別為每股1.25美仙及1.07美仙，總派息額為129,658千美元。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將於二零零七年六月六日(星期三)至二零零七年六月十一日(星期一)(包括首尾兩天)暫停辦理股東登記，在該期間不會辦理股份過戶登記手續，以便確定可出席股東大會及獲派付建議之末期股息之股東名單。

管理團隊

由於二零零六年新廠陸續投產，本集團員工總人數增至32,631人。

面對中國市場的快速發展與日益嚴峻的競爭環境，為了更專業專精和使人才快速養成，本集團持續對人員進行培訓，並與其個人的職涯規劃相結合，以全面提升管理層及員工能力。年內，本集團更選派優秀人員保送至日本接受培訓，以期為企業在競爭日益激烈的市場繼續長遠地生存發展下去作出貢獻。

一份耕耘，一份收穫，二零零六年度取得亮麗之佳績，董事會謹向辛勤為本集團作出貢獻的管理層及員工致敬！於二零零七年本集團將「超越巔峰，成就夢想」，持續為消費者服務，並創造更高股東價值！

業績

康師傅控股有限公司(「本公司」)董事會現宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零零六年十二月三十一日止年度之經審核業績如下：

綜合收益表

	附註	二零零六年 千美元	二零零五年 千美元
收益	4	2,331,733	1,845,609
銷售成本		(1,579,302)	(1,267,453)
毛利		752,431	578,156
其他淨收入		37,360	25,706
分銷成本		(445,810)	(337,583)
行政費用		(56,236)	(49,938)
其他經營費用		(47,018)	(27,325)
財務費用		(10,856)	(8,597)
應佔聯營公司業績		6,860	7,508
除稅前溢利	5	236,731	187,927
稅項	6	(23,897)	(17,419)
本年度溢利		212,834	170,508
年內應佔溢利			
本公司股東		148,925	123,529
少數權益股東		63,909	46,979
本年度溢利		212,834	170,508
股息	7	136,923	129,658
每股溢利	8		
基本		2.66美仙	2.21美仙
攤薄		不適用	不適用

綜合資產負債表

	附註	二零零六年 千美元	二零零五年 千美元
資產及負債			
非流動資產			
物業、機器及設備		1,230,375	991,279
無形資產		13,371	15,303
聯營公司權益		42,704	54,863
土地租約溢價		60,047	54,446
可供出售金融資產		10,303	10,047
遞延稅項資產		5,379	5,379
		<u>1,362,179</u>	<u>1,131,317</u>
流動資產			
按公允價值列賬及在損益賬			
處理的金融資產		32,605	2,633
存貨		111,955	101,566
應收賬款	9	94,239	84,573
預付款項及其他應收款項		75,249	72,484
抵押銀行存款		2,244	4,041
銀行結餘及現金		161,676	152,316
		<u>477,968</u>	<u>417,613</u>
流動負債			
應付賬款	10	256,797	206,007
其他應付款項		174,135	139,130
有息借貸之即期部份		239,761	119,648
客戶預付款項		18,372	16,612
稅項		6,455	3,503
		<u>695,520</u>	<u>484,900</u>
淨流動負債		<u>(217,552)</u>	<u>(67,287)</u>
總資產減流動負債		<u>1,144,627</u>	<u>1,064,030</u>

	二零零六年 千美元	二零零五年 千美元
非流動負債		
長期有息借貸	28,320	32,880
其他非流動應付款項	3,344	8,168
員工福利責任	6,885	5,793
遞延稅項負債	8,089	6,816
	<u>46,638</u>	<u>53,657</u>
淨資產	<u>1,097,989</u>	<u>1,010,373</u>
股本及儲備		
發行股本	27,943	27,943
儲備	748,476	714,381
擬派特別股息	59,799	59,799
擬派末期股息	77,124	69,859
	<u>913,342</u>	<u>871,982</u>
本公司股東應佔股本及儲備	913,342	871,982
少數股東權益	<u>184,647</u>	<u>138,391</u>
股東權益總額	<u>1,097,989</u>	<u>1,010,373</u>

附註：

1. 編製基準

本賬目乃按照香港會計師公會頒佈之香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)，此統稱已包括所有適用個別之香港財務報告準則、香港會計準則(「香港會計準則」)及詮釋、香港普遍接納之會計原則及公司條例而編製。本賬目同時亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則之適用披露規定。

除詳載於附註3，於年內生效的新訂或經修訂之香港財務報告準則外，本賬目採用之會計政策與二零零五年度的賬目是一致的。

2. 綜合基準

綜合賬目包括本公司及各附屬公司截至每年十二月三十一日之賬目。在年度內收購或出售之附屬公司業績由實際收購日期起計或截至實際出售日期計算入綜合收益表。

本集團內各公司間之交易及結餘均在綜合賬目時予以抵銷。在沒有減值的證據下，抵銷從集團內部交易所產生的未實現虧損與未實現利潤的方法一致。

少數股東權益即非由本公司直接或透過附屬公司間接擁有之股權應佔附屬公司之經營業績及資產淨值。

3. 會計政策之變動

香港會計準則第19號(修訂)「員工福利」—精算盈虧、集團計劃及披露

該修訂提出界定福利退休計劃中精算盈虧之另一確認方法，如多重僱主計劃之資料不足以應用界定福利會計方法時，該準則可能實施額外的確認規定，以及披露條件。由於本集團並沒有打算更改確認精算盈虧之會計政策，同時亦沒有參予任何多重僱主計劃，故此採納此項修訂只影響財務報表的呈報方式和其賬目附註的披露程度。

4. 按主要產品劃分之收益及利潤貢獻

本集團主要在中國運作，本集團的收益及利潤貢獻亦主要來自中國。

按主要產品劃分之本集團收益及股東應佔溢利之分析列載如下：

	收益		股東應佔溢利	
	二零零六年 千美元	二零零五年 千美元	二零零六年 千美元	二零零五年 千美元
方便麵	1,051,915	981,796	74,399	66,194
飲品	1,093,354	702,348	67,269	46,909
糕餅	97,163	92,912	4,079	1,184
其他	89,301	68,553	3,178	9,242
合計	<u>2,331,733</u>	<u>1,845,609</u>	<u>148,925</u>	<u>123,529</u>

5. 除稅前溢利

除稅前溢利已扣除以下項目：

	二零零六年 千美元	二零零五年 千美元
折舊	106,902	94,401
攤銷：		
土地租約溢價	1,626	1,382
無形資產	<u>1,932</u>	<u>2,354</u>

6. 稅項

	二零零六年 千美元	二零零五年 千美元
本年度稅項 - 中國所得稅		
本年度	22,624	15,961
遞延稅項		
產生及轉回之暫時差異	1,273	1,458
本年度稅項總額	<u>23,897</u>	<u>17,419</u>

開曼群島並不對本集團之收入徵收任何稅項。

由於本集團年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。本集團大部份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。

7. 股息

本年度應得之股息：

	二零零六年 千美元	二零零五年 千美元
結算日後擬派之末期股息每股普通股1.38美仙 (二零零五年：每股普通股1.25美仙)	77,124	69,859
結算日後擬派之特別股息每股普通股1.07美仙 (二零零五年：每股普通股1.07美仙)	59,799	59,799
	<u>136,923</u>	<u>129,658</u>

於二零零七年一月十五日及二零零七年四月二十三日的會議，董事建議分別派發特別股息每股普通股1.07美仙及末期股息每股普通股1.38美仙。

此建議特別股息及末期股息於資產負債表中不視為應付股息，但將被視為分配截至二零零七年十二月三十一日止年度之保留盈餘。

8. 每股溢利

每股溢利乃根據本公司股東年內應佔溢利148,925,000美元(二零零五年：123,529,000美元)及本年度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。

本公司於截至二零零五年及二零零六年十二月三十一日止年度並無呈列每股攤薄盈利。

9. 應收賬款

本集團之銷售大部份為貨到收現，餘下的銷售之信貸期為30至90天。有關應收賬款(扣除壞賬及呆賬減值虧損)之賬齡分析列示如下：

	二零零六年 千美元	二零零五年 千美元
0 - 90天	87,742	74,018
90天以上	6,497	10,555
	<u>94,239</u>	<u>84,573</u>

10. 應付賬款

應付賬款之賬齡分析列示如下：

	二零零六年 千美元	二零零五年 千美元
0 - 90天	242,801	188,994
90天以上	13,996	17,013
	<u>256,797</u>	<u>206,007</u>

業務回顧

二零零六年度中國國民生產總值(GDP)持續穩定成長，較去年上升10.7%，連續四年保持10%以上的快速增長；社會消費品零售總額亦較去年增長13.7%。

回顧本集團於二零零六年總營業額較去年同期上升26.3%至2,331,733千美元。方便麵、飲品及糕餅的營業額分別較去年同期上升7.1%、55.7%及4.6%；於第四季本集團的總營業額較去年同期上升29.6%，達518,179千美元，主要來自方便麵及飲品的銷售成長。

年內，主要原材料價格雖然持續高企，但透過本集團持續優化生產管理效率，有效控制生產成本，及穩健的營銷策略對產品銷售組合的優化，令整體毛利率較二零零五年上升0.9個百分點至32.3%；分銷成本則為鞏固本集團在中國市場的強勢品牌領導地位，而策略性增加廣告的投入及強化銷售通路的精耕細作，致其佔總營業額的比例由二零零五年的18.3%微幅上升0.8個百分點至本年度的19.1%，其中廣告及宣傳費用佔總營業額的比例達10.7%，去年同期為10.2%；其他經營費用較二零零五年大幅增長19,693千美元至47,018千美元，主要是為提升生產效率，對於老舊設備進行逐步的汰換計劃，本年度因此提列減值準備合計17,188千美元所致；財務費用相較去年上升26.3%至10,856千美元，主要是由於為因應資本開支及原料採購款而適量增加銀行貸款，期內本集團財務持續穩健的操作原則，維持充裕現金流量。

二零零六年扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(EBITDA)為353,032千美元，本公司股東應佔溢利為148,925千美元；每股盈利2.66美仙。與去年同期相比，本年度EBITDA及本公司股東應佔溢利分別大幅上升21.2%及20.6%。

方便麵業務

康師傅方便麵以主力口味紅燒牛肉麵廣受中國各地消費者歡迎，今年仍然繼續成長，從城市到鄉村滲透更為廣泛。今年也是紅燒牛肉麵上市的第二十五年，繼續推出了高杯麵規格產品，也同時在乾拌麵方面繼續增加滲透，讓消費者可以在享用乾麵的同時，一樣能吃到紅燒牛肉的不變口味，更加穩固了康師傅美味的形象。在這樣的基礎上，為了更加滿足各地消費者的需要，年內推出辣旋風、海陸鮮淳、江南美食、千椒百味、酸香世家等新口味，並且廣受好評，成為康師傅的銷售主力。

此外，以讓消費者享受亞洲美味為目的的「亞洲精選」，也不斷推出新口味，並透過包裝延伸，滿足了更多消費者可以吃到亞洲口味的需求。同時，對於副品牌的經營也投入較大資源，食麵八方乾拌麵進一步鞏固了康師傅在高速發展的拌炒麵市場的領先地位；麵霸拉麵則以「樹立最好的麵條標竿」為努力目標，滿足食用優質麵條消費者的訴求，建立了市場對麵條要求的新標準。

在中國佔方便麵市場總值65%的平價麵市場，我們以福滿多為主要品牌深度經營。福滿多銷售收入佔本集團方便麵總營業額18%，於平價麵市場之市佔率為14.6%，產品重新上市後居市場第三位，現階段著重在主要城市通路深度經營以及市佔率的提升，二零零六年成立專責部門負責優勢商品研發、低成本高效率生產體系、品牌總體規劃、積極整編銷售組織，並加速在關鍵區位對福滿多工廠的建廠速度，以期進一步擴大市場份額。同時亦對原有康師傅工廠早期投入的生產設備，展開逐步的汰換更新計劃，本年度因此提列機器設備減值7,000千美元。

二零零六年方便麵業務的銷售額為1,051,915千美元，較去年同期上升7.1%，佔本集團總營業額的45.1%；根據ACNielsen二零零六年十二月的報告指出，「康師傅」方便麵銷售量與銷售額的市場佔有率分別為32.5%及43.3%，其中高價容器麵的佔有率為61.5%，高價袋麵的佔有率是65.5%，達到近幾年的新高，代表康師傅品牌策略致勝，逐漸成為穩固的領導品牌。

方便麵業務全年的毛利率為26.6%，較去年上升3.0個百分點，銷售毛利較去年上升20.7%。毛利率的提升，主要是由於優化銷售組合，高毛利的容器麵及高價袋麵在量及額皆達到15%的成長，以及透過精進生產效率有效控制生產成本所致。由於上述銷售與生產管理的精進策略的有效發揮，雖然因生產設備更新改造計劃而提列機器設備減值7,000千美元，本公司股東應佔溢利仍較去年同期上升了12.4%至74,399千美元。

飲品業務

二零零六年，本集團持續維持非碳酸飲料的市場龍頭地位，並以茶系列的推廣，建構茶專家的形象。包裝水在媒體支持與通路拓展的運作下，品牌力及市場份額得以有效提升。果汁則仍以「鮮の每日C」與「康師傅」的雙品牌策略持續爭奪市場份額。

據ACNielsen二零零六年十二月最新零研數字顯示，康師傅即飲茶的銷售額市場佔有率佔整體即飲茶市場53.6%，穩居市場領導地位。包裝水則以11.0%的市佔率，躍居全國第二品牌。稀釋果汁則以17.1%的市佔率，居市場第三位。

二零零六年，在擴大茶、水領先地位的策略引導下，康師傅冰紅茶、勁涼冰紅茶藉由名人、音樂與娛樂行銷的策略，樹立冰酷時尚的絕對領導地位。隨著消費者所得水準與健康意識的提高，本集團旗下的綠茶、茉莉清茶、果汁、礦物質水以「清新、自然、健康」的產品訴求，成功的滿足消費者的需求。新上市的大麥香茶以「陽光麥香 自然灑脫」為訴求，獲得消費大眾的喜愛，帶動整體營業金額的新高成長。

二零零六年飲品事業的營業額較去年同期大幅上升55.7%至1,093,354千美元，佔本集團總營業額之比例增加至46.9%。飲品事業群所需的主要原材料如糖及PET膠粒，其價格在年內持續維持高點，雖然透過本集團高效能的生產設備，以及不斷強化生產管理能力，令生產成本得以控制，但因為毛利率相對較低的礦物質水於期內量與額的成長比率分別達到159%及143%，導致飲品業務毛利率較去年同期下降3.2個百分點至36.9%。期內，因應包裝水市場的消費變化及對吹瓶設備高生產效率的自我要求，對於早期購入的冷吹瓶生產設備進行淘汰準備，今年度合計提列設備減值9,576千美元。年內本公司股東應佔溢利為67,269千美元，較去年同期大幅上升43.4%。

糕餅業務

二零零六年糕餅事業群的核心產品「3+2」夾心餅乾、妙芙蛋糕及美味酥等的行銷策略強健發展，帶動二零零六年銷售額上升4.6%至97,163千美元，佔本集團總營業額的4.2%。同時，根據ACNielsen二零零六年十二月之調查結果，康師傅於中國夾心餅乾市場的銷售量、銷售額之佔有率分別為18.8%及22.2%，居市場第二位。

由於中國餅乾市場朝品項多元化，包裝、口味多元化發展，糕餅群善用現有設備生產不同口味的產品，以滿足消費者的需求。二零零五年推出單片餅乾美味酥表現依舊良好，二零零六年推出健康取向的五穀珍寶消化餅，已初步建立市場基礎。

為加強生產與銷售效益而自第四季度開始進行的產銷分工及生產製程調整，效益尚未顯現，二零零六年糕餅的整體毛利率為39.3%，較二零零五年增加0.6個百分點，同期本公司股東應佔溢利為4,079千美元，維持連續二年獲利。

冷藏業務

二零零六年冷藏事業發展持續穩定，年內冷藏業務的銷售收入較去年同期成長27.2%。

上海地區「每日C」穩居純果汁市場領導地位，市佔率均保持46.6%以上。三月「每日C」家庭號上市，從而轉移白領家庭與常溫果汁飲用人群，擴大消費群體；地中海紅橙新口味於十二月上市，在確保優質風味標準的同時添加果肉，以滿足消費者差異化附加價值。

優酪乳低脂系列於年內上市，符合口感要求與健康需求。貝納頌咖啡二月在華東地區成功上市，成功建立「優質，品味，時尚」的冷藏咖啡飲品品牌形象。

位於杭州的冷藏飲品生產基地，廠房以食品衛生與FGMP概念設計，生產「新鮮」、「自然」、「健康」的冷藏產品，並引進德國、意大利、日本、臺灣之具備食品衛生3A標準的生產設備，該廠已於年內取得食品安全管理體系HACCP認證。

財務分析

本集團在二零零六年繼續保持穩健的財務結構，是通過對應收、應付帳款和存貨的有效控制的成果。於二零零六年十二月三十一日，本集團的手頭現金及銀行存款為163.920百萬美元，較二零零五年同期增加7.563百萬美元。同期總負債為742百萬美元，相對於總資產18.4億美元，負債比例為40.33%，相較於二零零五年十二月三十一日的總負債539百萬美元，增加了約204百萬美元，負債比例增加了5.56個百分點。

二零零六年十二月三十一日，本集團借款總額為268百萬美元，較去年增加115百萬美元，主要用於增加飲品及方便麵生產設備的資本開支。其中長短期貸款比例為「11%：89%」，去年同期為「22%：78%」。總借貸中人民幣貸款的比例為39.6%，去年同期為19.5%。因為人民幣升值3.2%這一主要因素，令本年度本集團的淨兌收益高達26.934百萬美元，分別包括於收益表內的4.841百萬美元以及外幣換算儲備內的22.093百萬美元。預計人民幣對美元淨率波動不致對本集團造成不利的影響。

財務比率

截至十二月三十一日止
二零零六年 二零零五年

淨溢利率	6.39%	6.69%
製成品周轉期	9.92日	9.61日
應收賬款周轉期	14.00日	15.43日
負債與資本比率(淨借貸相對於股東權益)	0.11倍	0.00倍
負債比率(總負債相對於總資產)	40.33%	34.77%

生產規模

為滿足日益增長的農村消費者之平價麵市場，方便事業在西安、高碑店、東莞、重慶、章丘等地新增建平價麵工廠，新增生產線預計二零零七年五月前可全部投產。至此，方便事業平價麵工廠將達12家，籍此加大了其市場之競爭力。此外，飲品事業為高成長的包裝水市場鋪路，於天津、瀋陽、西安、長白山及南京成立新廠，新增生產線預計於二零零七年內可全部投產，同時擴大了鄭州及武漢的生產車間，進而提高本集團於飲料市場的競爭能力。

人力資源

於二零零六年十二月三十一日，本集團員工人數為32,631名(二零零五年：25,273名)。

本集團本著創造公司價值，累積長期競爭力的人力資源方針，設立發展基金，以促進中長期效益專案的推動。同時本集團推動與實施教練主管培訓計畫，使主管的知識與經驗得以傳承。我們亦選派具備潛力人員赴海外培訓，學習國外的先進管理經驗與管理技能，使員工與企業共同成長，提升員工滿意度、忠誠度、貢獻度。同時組織制定關鍵崗位的接班人計畫，預防人才斷層，為本集團的持續發展提供充足的人力儲備。

本集團在為員工提供具競爭力的薪酬福利制度的同時，充分重視人力資源的開發、管理與發展規劃，使企業在具備銷售優勢的同時具備戰略性的人才優勢。

企業管治

遵守企業管治常規守則

於截至二零零六年十二月三十一日止年度內，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，魏應州先生現時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。

本公司已逐步採納適當措施，以便確保本公司之企業管治常規符合守則所訂立之規定。

審核委員會

審核委員會之主要責任包括審閱及監察本集團之財務申報制度、財務報表及內部監控程序。委員會亦擔任董事局與本公司核數師在集團審核範圍事宜內之重要橋樑。截至二零零六年十二月三十一日止財政年度，委員會共舉行四次會議。該委員會最近召開之會議乃審議本集團本年之業績。

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。

展望

中國經濟的高速成長，以及即將到來的奧運會與世博會，使國際間的交流更加密切，我們將面臨更強烈的同業競爭。面對消費者對產品品質提升越來越高的要求，以及原材料價格的持續上漲，使經營管理面臨更為嚴峻的壓力。為維持本集團在中國市場的強勢品牌領先地位，在追求美味、健康、安全的產品理念下，持續新產品的開發，可延續本集團長遠的增長。

二零零六年本集團整體發展均優於預期，於二零零七年我們充滿信心，更要把握機遇，我們投入3.43億美元的資金，積極擴大飲品及方便麵的產能，並將生產基地更綿密的建立至中國各地，透過新廠於二零零七年內續步投產，本集團的新增長亦隨即啟動。

於方便麵事業，將繼續發展有地方特色的市場品牌領先地位，創造兼具時尚感的方便食品專家形象。對於平價麵市場的積極佈建，使之成為未來銷售與利潤成長的動力。於飲品事業，將持續擴大銷售與市場佔有率，並將產品延伸至天然優質礦泉水市場，預計二零零七年將是飲品事業創造的另一個顛峰。於糕餅與冷藏事業，將鞏固並繼續擴充差異化的產品開發，加大研發力度，為消費者創造出更多美味、營養、健康的產品。對方便消費品來說，通路的經營最為重要，本集團精準式的行銷策略，令我們可持續積極應對通路結構的變化。

預期二零零七年原材料價格如棕梠油將會持續走高，本集團將繼續善用先進的生產設備，透過生產速度的提升及高科技，降低單位生產成本以維持穩定的毛利率；於礦物質水廠及平價麵工廠之佈建，將保持以貼近最終消費者市場為建廠基礎，加上本集團既有的銷售網絡，將可有效地控制運輸成本。

為使本集團組織結構更適應集團發展及適應瞬息萬變的市場環境，在二零零七年本集團將持續採取產銷分工政策。使行銷部門更專注於品牌建立和通路精耕細作，生產部門更專注於生產管理、製造技術的精進，以建立更加穩固的銷售平台。

二零零七年對我們來說是大挑戰，有風險、有機會，因此我們要建立風險管理機制，抓住機會，降低風險，平衡發展。

品牌是企業的無形資產，是企業未來賴以生存和發展的基礎，通過產品提升、銷量提升，最終達到品牌提升。有了品牌，企業才有未來，讓品牌經營創造更大的效益。

綜觀本集團於市場佈局及成本控制作出的充分準備，管理層有信心在二零零七年度於整體營業額及EBITDA均可達雙位數字的升幅。於二零零七年首個季度本集團的總營業額錄得23.16%的升幅，更令管理團隊有信心於二零零七年超越高峰，續創佳績。憑藉我們於中國市場建立的業務基礎，優良信譽及穩固的財務結構，有助我們進一步強化各產品於中國市場的領袖地位，推動未來持續而穩固的增長。

有凝聚力就有戰鬥力，有執行力就有競爭力，形成合力，挑戰市場大環境，內強素質，外樹形象，攜手同心，將健康、美味和安全的產品帶給更為廣大的消費者。

購入、出售或贖回股份

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45(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.tingyi.com內。

於本公佈日期，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，二零零七年四月二十三日

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

* 僅供識別