



(股份代號：0322)

截至二零零七年六月三十日止六個月之 中期業績公佈

摘要

| 百萬美元 | 截至六月三十日止六個月 | | 變動 |
|--------------------------|-------------|-----------|-----------|
| | 二零零七年 | 二零零六年 | |
| 營業額 | 1,502.834 | 1,111.329 | +35.23% |
| 集團毛利率(%) | 32.71 | 32.93 | -0.22個百分點 |
| 扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(EBITDA) | 234.828 | 171.712 | +36.76% |
| 本期溢利 | 145.935 | 102.097 | +42.94% |
| 本公司股東應佔溢利 | 95.819 | 66.495 | +44.10% |
| 每股溢利(美仙) | 1.71 | 1.19 | +0.52美仙 |

緒言

中國第二季度的國內生產總值(GDP)較去年同期增長11.9%，比本年第一季度11.1%的增幅高出0.8個百分點。上半年內地居民消費價格指數(CPI)相較去年同期增長3.2%。經濟持續快速增長的同時，通膨的壓力日漸顯現。

第二季度是方便麵的傳統淡季，但透過靈活的行銷策略，令方便麵於第二季的銷售額同比大幅上升51.52%至3.06億美元；同期，飲品業務奏效於前期的市場佈建，令銷售額同比上升50.11%至4.76億美元，充分展現本集團兩項主要業務強勁的成長動力。

回顧本集團二零零七年上半年的營業額較去年同期上升35.23%至15.03億美元。方便麵、飲品及糕餅的營業額分別同比上升38.87%、36.40%及6.57%至6.58億美元、7.53億美元及0.47億美元。期內本集團各主要產品的市場佔有率持續上升，尤其是礦物質水於6月的市場佔有率大幅躍進，成為市場第一品牌，進一步擴大康師傅產品於中國方便食品及飲料市場的領導地位。期內由於強化銷售通路的精耕細作策略奏效及善控廣告及宣傳費用，令本集團分銷成本佔總營業額的比率較去年同期下降0.74個百分點至19.05%；除稅前溢利錄得163,511千美元，溢利率10.88%，分別較去年同期上升46%及0.8個百分點。

於二零零七年六月，本集團榮獲由香港生產力促進局主辦的「二零零七年大中華區最佳創建品牌企業選舉」的最高獎項榮譽大獎；七月榮獲由台灣經濟部主辦，英國InterBrand協辦的「二零零七年台灣國際品牌價值調查」排名第五位，康師傅品牌價值較去年大幅上升79%至7.26億美元。於該獎項中，基於康師傅品牌連續三年的品牌價值及品牌強度複合成長率最高，更獲頒「成長之星」獎。以上獎項進一步肯定了康師傅品牌於大中華區域強勁的市場地位。

二零零七年度中期業績

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」)截至二零零七年六月三十日止六個月未經審核之簡明綜合中期財務報告連同二零零六年相對期間之未經審核比較數據。本集團中期財務報告未經審核，惟已獲本公司之審核委員會審閱。

簡明綜合收益表

截至二零零七年六月三十日止六個月

| | 附註 | 截至六月三十日止六個月 | |
|----------|----|------------------------|------------------------|
| | | 二零零七年 (未經審核) 千美元 | 二零零六年 (未經審核) 千美元 |
| 收益 | 2 | 1,502,834 | 1,111,329 |
| 銷售成本 | | (1,011,221) | (745,351) |
| 毛利 | | 491,613 | 365,978 |
| 其他淨收入 | | 18,360 | 9,345 |
| 分銷成本 | | (286,224) | (219,833) |
| 行政費用 | | (33,763) | (26,713) |
| 其他經營費用 | | (20,563) | (16,160) |
| 財務費用 | 3 | (9,631) | (5,775) |
| 應佔聯營公司業績 | | 3,719 | 5,155 |
| 除稅前溢利 | 4 | 163,511 | 111,997 |
| 稅項 | 5 | (17,576) | (9,900) |
| 本期溢利 | | <u>145,935</u> | <u>102,097</u> |
| 期內應佔溢利 | | | |
| 本公司股東 | | 95,819 | 66,495 |
| 少數權益股東 | | <u>50,116</u> | <u>35,602</u> |
| 本期溢利 | | <u>145,935</u> | <u>102,097</u> |
| 每股溢利 | 6 | | |
| 基本 | | <u>1.71美仙</u> | <u>1.19美仙</u> |
| 攤薄 | | <u>N/A</u> | <u>N/A</u> |

簡明綜合資產負債表

於二零零七年六月三十日

| | 附註 | 二零零七年 六月三十日 (未經審核) 千美元 | 二零零六年 十二月三十一日 (已經審核) 千美元 |
|---------------------|----|---------------------------------|-----------------------------------|
| 資產及負債 | | | |
| 非流動資產 | | | |
| 物業、機器及設備 | | 1,397,186 | 1,230,375 |
| 無形資產 | | 12,472 | 13,371 |
| 聯營公司權益 | | 12,746 | 42,704 |
| 土地租約溢價 | | 62,694 | 60,047 |
| 可供出售金融資產 | | 3,111 | 10,303 |
| 遞延稅項資產 | | 5,379 | 5,379 |
| | | <u>1,493,588</u> | <u>1,362,179</u> |
| 流動資產 | | | |
| 按公允價值列賬及在損益賬處理的金融資產 | | 23,700 | 32,605 |
| 存貨 | | 159,383 | 111,955 |
| 應收賬款 | 8 | 114,997 | 94,239 |
| 預付款項及其他應收款項 | | 145,973 | 75,249 |
| 抵押銀行存款 | | 6,266 | 2,244 |
| 銀行結餘及現金 | | 297,188 | 161,676 |
| | | <u>747,507</u> | <u>477,968</u> |
| 流動負債 | | | |
| 應付賬款 | 9 | 421,117 | 256,797 |
| 其他應付款項 | | 335,350 | 174,135 |
| 有息借貸之即期部份 | | 248,580 | 239,761 |
| 客戶預付款項 | | 26,604 | 18,372 |
| 稅項 | | 6,784 | 6,455 |
| | | <u>1,038,435</u> | <u>695,520</u> |
| 淨流動負債 | | <u>(290,928)</u> | <u>(217,552)</u> |
| 總資產減流動負債 | | <u>1,202,660</u> | <u>1,144,627</u> |
| 非流動負債 | | | |
| 長期有息借貸 | | 79,650 | 28,320 |
| 其他非流動應付款項 | | 3,432 | 3,344 |
| 員工福利責任 | | 7,476 | 6,885 |
| 遞延稅項負債 | | 9,444 | 8,089 |
| | | <u>100,002</u> | <u>46,638</u> |
| 淨資產 | | <u>1,102,658</u> | <u>1,097,989</u> |
| 股本及儲備 | | | |
| 發行股本 | | 27,943 | 27,943 |
| 儲備 | | 872,056 | 748,476 |
| 擬派特別股息 | | - | 59,799 |
| 擬派末期股息 | | | 77,124 |
| | | <u>899,999</u> | <u>913,342</u> |
| 本公司股東應佔股本及儲備 | | <u>899,999</u> | <u>913,342</u> |
| 少數股東權益 | | 202,659 | 184,647 |
| | | <u>1,102,658</u> | <u>1,097,989</u> |
| 股東權益總額 | | <u>1,102,658</u> | <u>1,097,989</u> |

簡明綜合財務報告附註：

1. 編製基準及會計政策

本集團未經審核中期業績乃由董事負責編製。該等未經審核中期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二零零六年十二月三十一日止年度之賬目一併閱覽。編製此簡明中期賬目採用之會計政策及計算方法與編製本集團截至二零零六年十二月三十一日止年度之賬目所採用者一致。

2. 按主要產品劃分之收益及分部業績

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

按主要產品劃分之本集團收益及分部業績分析列載如下：

| | 營業額 | | 分部業績 | |
|-----|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| | 截至六月三十日止六個月 | | 截至六月三十日止六個月 | |
| | 二零零七年 (未經審核) 千美元 | 二零零六年 (未經審核) 千美元 | 二零零七年 (未經審核) 千美元 | 二零零六年 (未經審核) 千美元 |
| 方便麵 | 657,702 | 473,624 | 42,925 | 29,125 |
| 飲品 | 753,214 | 552,197 | 117,436 | 80,421 |
| 糕餅 | 47,477 | 44,551 | 1,012 | (509) |
| 其他 | 44,441 | 40,957 | 8,052 | 976 |
| | <u>1,502,834</u> | <u>1,111,329</u> | <u>169,425</u> | <u>110,013</u> |
| 合計 | | | | |

3. 財務費用

| | 截至六月三十日止六個月 | |
|------------------|------------------------|------------------------|
| | 二零零七年 (未經審核) 千美元 | 二零零六年 (未經審核) 千美元 |
| 需於五年內悉數償還之銀行利息支出 | <u>9,631</u> | <u>5,775</u> |

4. 除稅前溢利

除稅前溢利已扣除下列項目：

| | 截至六月三十日止六個月 | |
|----|------------------------|------------------------|
| | 二零零七年 (未經審核) 千美元 | 二零零六年 (未經審核) 千美元 |
| 折舊 | 62,956 | 54,101 |
| 攤銷 | <u>1,877</u> | <u>1,888</u> |

5. 稅項

| | 截至六月三十日止六個月 | |
|---------|------------------------|------------------------|
| | 二零零七年 (未經審核) 千美元 | 二零零六年 (未經審核) 千美元 |
| 中國企業所得稅 | 17,576 | 9,900 |

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95,819千美元(二零零六年：66,495千美元)及本期間已發行普通股之加權平均股數5,588,705,360(二零零六年：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二零零七年六月三十日止六個月之股息(二零零六年：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(扣除壞賬及呆賬減值虧損)之賬齡分析列示如下：

| | 二零零七年 六月三十日 (未經審核) 千美元 | 二零零六年 十二月三十一日 (已經審核) 千美元 |
|-------|---------------------------------|-----------------------------------|
| 0至90天 | 107,316 | 87,742 |
| 90天以上 | 7,681 | 6,497 |
| | <u>114,997</u> | <u>94,239</u> |

9. 應付賬款

應付賬款之賬齡分析列示如下：

| | 二零零七年 六月三十日 (未經審核) 千美元 | 二零零六年 十二月三十一日 (已經審核) 千美元 |
|-------|---------------------------------|-----------------------------------|
| 0至90天 | 391,705 | 242,801 |
| 90天以上 | 29,412 | 13,996 |
| | <u>421,117</u> | <u>256,797</u> |

管理層討論與分析

第二季度本集團所需主要原材料如棕櫚油及PET膠粒價格持續上漲，其中棕櫚油價格較去年同期上升達51%，但透過管理團隊持續的精進生產管理及發揮統一採購的優勢，有效控制生產成本，降低了原物料價格飛漲的不利影響程度。同時，擺脫第一季度季節錯位致銷售升幅遞延的狀況，飲品事業第二季度的營業額較去年同期成長50.11%，藉由充分的產能運用令毛利率相對提升，致集團整體毛利率較去年第二季度反而呈現0.41個百分點的微幅上升，達到33.77%。

二零零七年上半年本集團的營業額較去年同期上升35.23%至15.03億美元。方便麵、飲品及糕餅的營業額分別同比上升38.87%、36.40%及6.57%至6.58億美元、7.53億美元及0.47億美元。有效的成本控制及營業額的大幅成長令整體毛利率於原物料價格高企的壓力下，僅較去年同期的32.93%微幅下跌0.22個百分點到32.71%；毛利額成長34.33%至491,613千美元。本公司股東應佔溢利較去年同期上升44.10%至95,819千美元，每股溢利為1.71美仙。

穩健的行銷策略及對產品銷售組合的優化，令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，銷售表現遠較市場優越，上半年銷售額錄得41.07%的成長。同時，即飲茶及礦物質水銷售繼續維持強勁成長。期內由於強化銷售通路的精耕細作策略奏效及善控廣告及宣傳費用，令本集團分銷成本佔總營業額的比率較去年同期下降0.74個百分點至19.05%；除稅前溢利錄得163,511千美元，溢利率10.88%，分別較去年同期上升46%及0.8個百分點。

方便麵業務

上半年方便麵業務的銷售額為657,702千美元，較去年同期上升38.87%，佔本集團總營業額的43.76%。

方便麵的營銷策略是將市場區分為中、高價麵和平價麵。以康師傅品牌經營中、高價麵市場，目標為繼續維持現有的高市場佔有率；以福滿多品牌經營平價麵市場，目標在擴大鄉鎮農村的平價麵市場份額。

康師傅品牌以康師傅紅燒牛肉麵為核心產品，並依託中華美食文化，持續推展具有中國特色的區域美食；此外，康師傅副品牌中：「麵霸拉麵」繼續強化「好面有精神」的訴求；「亞洲精選」更鎖定年輕人市場，創造時尚新領袖；「食麵八方」延伸規格，以袋麵上市，藉消費者活動的開展，並配合電視及戶外媒體投入，繼續穩固乾拌麵市場第一位的地位；「好滋味」以「湯鮮味美好營養」，滿足城市中下階層消費者需求。平價麵方面「超級福滿多」繼續堅持年輕路線，針對年輕人的口味；「福香脆」針對中小學生消費者，推出番茄新口味，滿足其求變的需求。

據ACNielsen二零零七年六月最新零研數據顯示，本集團的方便麵於中國整體方便麵銷售額之市場佔有率為45.8%，持續穩居市場第一位，在高價袋麵和容器麵市場的市佔率分別高達68.2%和63.4%；而福滿多品牌於六月份亦取得平價麵市場銷售額的15.8%市佔率，居平價麵市場第三位，市佔率已和平價麵排名第二之廠家不相上下。

因應高物價趨勢，本集團方便食品事業團隊著力於生產技術的提升，除引進高速生產線，實現生產方式自動化及提升煮醬的效率外，並推動TPM(全員生產維修管理)及供應鏈改善，推廣節能新技術新方法，以提升生產運作的效率及節能降耗。同時，規劃麵粉等大宗原物料的統購及區域就近採購，精進採購成本。惟期內方便麵主要原材料棕櫚油價格持續上漲，六月份採購價格較去年同期漲幅達68%，且麵粉價格亦高居不下，對生產成本造成極大壓力，致毛利率仍較去年同期衰退1.23個百分點至24.05%。惟藉由銷售之成長及行銷與管理費用之有效管控，二零零七上半年方便麵業務之股東應佔溢利上升42.66%至36,697千美元。

飲品業務

上半年飲品業務營業額較去年同期上升36.40%至753,214千美元，佔本集團總營業額的50.12%。

在全面更新各品牌廣告宣傳的基礎上，配合飲品旺季的來臨，康師傅茶飲品及果汁系列產品等全面展開年度品牌線上及線下行銷活動。茶系列產品方面，康師傅1公升冰紅茶和綠茶於二零零七年五月成功上市，並持續以口味延伸及差異化策略提升業績並鞏固茶品類龍頭地位；於稀釋果汁產品方面，康師傅在鮮の每日C果汁部分，強化在現代化通路與外埠的滲透，多角度與消費者做品牌溝通，在中央台和地方台強化電視廣告的投放，並持續進行大包裝推廣，銷售及市佔率均得到相應提升。瓶裝礦物質水則利用戶外及電視媒體的持續投放，城區外埠的品牌滲透及與消費者的深度溝通，積極搶佔市場份額及有效提升品牌力。

據ACNielsen二零零七年六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50.4%，穩居市場龍頭地位；康師傅果汁系列藉雙品牌搶得市場主要競爭地位，居稀釋果汁類別市場第三位，取得16.2%的市場銷售額佔有率；礦物質水則表現優異，大幅躍進，以17.3%的市場銷售額佔有率首度奪得市場第一位。

期內主要原材料PET膠粒價格仍處於高位，但由於成本控制得宜，毛利率僅較去年同期微幅衰退0.19個百分點至38.42%，而毛利額則同比上升35.75%；再加上銷售費用有效管控，二零零七年上半年飲品業務股東應佔溢利上升36.65%至51,700千美元。

糕餅業務

上半年糕餅業務之營業額為47,477千美元，較去年同期上升6.57%，佔本集團營業額的3.16%。銷售成長主要來自於核心產品3+2夾心系列、妙芙蛋糕及蛋酥卷。據ACNielsen調查顯示，康師傅夾心餅乾於二零零七年六月銷售額之市佔率為23.4%，居市場第二位；於整體餅乾銷售額之市佔率為8.0%，居市場第三位。下半年策略仍著重於核心產品3+2夾心系列、妙芙蛋糕、蛋酥卷、美味酥等產品的穩定成長，另持續以城市為中心，城市中之現代化通路為主，封閉通路為輔之整體通路策略。

上半年度糕餅整體毛利率為37.18%，較去年同期成長0.48個百分點，在原物料成本上升的情況下，毛利率微幅上升主要是持續進行銷售結構調整、生產制程改善之年度策略奏效。通路結構的改善，亦使銷售費用得以有效控制，致使期內糕餅業務的股東應佔溢利自去年同期的虧損370千美元成長1,348千美元為溢利978千美元。

冷藏業務

根據二零零七年五月ACNielsen資料顯示，上海地區每日C市場佔有率為51%，優酪乳為16%，乳酸菌飲料提升至25%。第一季優酪乳換新包裝並完成品質升級後，四月推出低脂系列。乳酸菌飲料增加950毫升家庭裝，於三月投產上市，第二季度開始投入廣告宣傳，持續在品牌力及銷售管道的經營上深耕。

財務運作

於二零零七年六月三十日，本集團總負債為1,138.4百萬美元，相對於總資產2,241.1百萬美元，負債比例為50.8%。相較於二零零六年十二月三十一日的總負債742.2百萬美元，增加了約396.2百萬美元，負債比例上升了10.5個百分點，主要是應付帳款增加以及因應資本開支之應付款與2006年末期股利的其他應付款增加所致。同期長短期貸款相較於二零零六年十二月三十一日則增加60.15百萬美元。本集團深信從營運活動獲得的資金足以支應貸款與資本支出之需求。

總借貸中，美元、人民幣及歐元的佔比分別為43.92%、31.95%及24.13%，長短期貸款比例為「24%：76%」。由於本集團的交易大部份以人民幣為主；而期內人民幣對美元的匯率升值2.53%，對本集團造成1-6月淨兌收益共30,527千美元，分別包括於收益表內的2,766千美元及外幣換算儲備內的27,761千美元。

截至二零零七年六月三十日，本集團並無或然負債，同期本集團的手頭現金及銀行存款為303百萬美元。

財務比率概要

| | 二零零七年 六月三十日 | 二零零六年 十二月三十一日 |
|--------------------------|----------------|------------------|
| 製成品週轉期 | 10.67日 | 9.92日 |
| 應收賬款週轉期 | 12.53日 | 14.00日 |
| 流動比率 | 0.72倍 | 0.69倍 |
| 負債比率(總負債相對於總資產) | 50.8% | 40.33% |
| 負債與資本比率(淨借貸相對於本公司股東權益比率) | 0.03倍 | 0.11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，加上通路精耕細作的展開，令本集團截至二零零七年六月三十日的員工人數增加至41,572名(二零零六年十二月三十一日：32,631名)，本集團在向僱員提供具競爭力的薪酬及保險、醫療福利制度的同時，亦充分重視人力資源的開發、管理與發展規劃，以期透過完善的人力資源管理，提高僱員對本集團的貢獻，並使企業具備戰略性的人才優勢。

展望

隨著中國國民經濟持續快速的發展，城市化的腳步加快，消費結構也在不斷的升級，內需市場仍呈現出巨大的潛力；然而，通貨膨脹的壓力也逐漸明顯，根據中國國家統計局公佈，二零零七年上半年內地居民消費價格指數(CPI)較去年同期增長3.2%，可見一斑。雖然在政府宏觀調控下，七月份的增長率轉為溫和，展望二零零七年下半年，高物價的趨勢將無法避免。

由於受到原材料價格上漲，以及能源所波及的運輸與工資的上漲，本集團於七月一日起，針對平價袋麵及中、高價袋麵品項，溫和上調10%-16%的出廠價，以反映成本不斷上升的壓力。調價之後，產品銷售仍然穩定，市場對本集團合理調整方便麵價格，應當可以接受。面對著中國方便麵市場及飲料市場激烈競爭影響，本集團仍將秉持一貫的市場佈局與成本控制目標，發揮自身優勢，適時應變，制訂出符合發展的策略，全面提升管理品質，深度開發市場，將優勢轉化為實力。在喜愛「康師傅」產品的廣大消費者的支持下，本集團於上半年再次取得亮麗的成績，管理層堅信，憑藉著本集團於中國市場建立的業務基礎，優良信譽及穩固的財務結構，秉承「誠信、務實、創新」的經營理念，以人為本，用心經營，求實創新的精神，未來，本集團會進一步強化產品於中國市場的領導地位，業績將繼續而穩固的增長。

公司管治

遵守企業管治常規守則

於截至二零零七年六月三十日止期內，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。

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。財務部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

審核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。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。

內部監控

董事局全面負責維持本集團良好而有效之內部監控制度。本集團之內部監控制度包括明確之管理架構及其相關權限以協助達致業務目標、保障資產以防未經授權使用或處置、確保適當保存會計記錄以提供可靠之財務資料供內部使用或發表，並確保遵守相關法例及規例。

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，二零零七年八月二十日

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

* 僅供識別