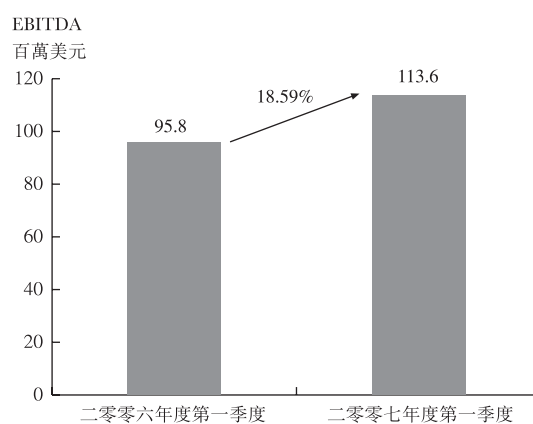
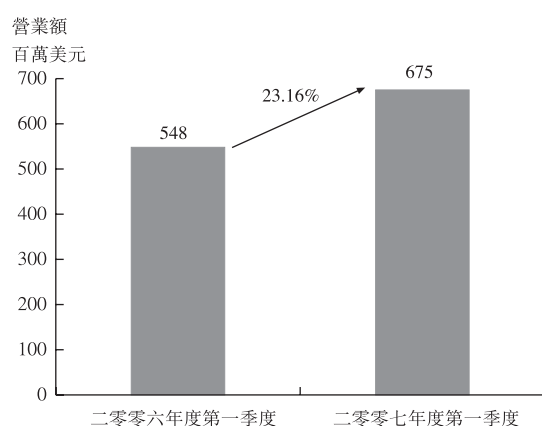




(股份代號：0322)

## 截至二零零七年三月三十一日止三個月之 第一季業績公佈



### 摘要

百萬美元	截至三月三十一日止三個月		變動
	二零零七年	二零零六年	
營業額	674.711	547.843	+23.16%
集團毛利率(%)	31.42	32.49	-1.07個百分點
扣除利息、稅項、折舊及 攤銷前盈利(EBITDA)	113.610	95.797	+18.59%
本季度溢利	71.267	60.377	+18.04%
本公司股東應佔溢利	48.723	40.394	+20.62%
每股溢利(美仙)	0.87	0.72	+0.15美仙
預收客戶貨款	163.098	81.422	+100.16%

### 緒言

中國第一季度的國內生產總值(GDP)較去年同期增長11.1%，內地居民消費價格指數(CPI)則較去年同期增長2.7%。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及進行有效的產品策略，令方便麵、飲品及糕餅的營業額分別同比上升29.44%、17.90%及2.52%至3.51億美元、2.77億美元及0.25億美元。於第一季末，預收客戶貨款同比大幅上升100.16%至1.63億美元，展現飲品業務強勁的成長動力；期內本集團各主要產品的市場佔有率持續上升，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。

於二零零七年五月四日摩根士丹利資本國際(MSCI) Barra 公佈，將康師傅控股有限公司納入 MSCI 香港成份股指數內，並於二零零七年五月三十一日收市後正式生效。此有助加強投資者對本集團的信心，並反映本集團在投資者當中已建立了一定信譽。

## 二零零七年度第一季業績

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」)截至二零零七年三月三十一日止三個月未經審核之簡明綜合第一季財務報告連同二零零六年相對期間之未經審核比較數據。本集團第一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

截至二零零七年三月三十一日止三個月

	附註	截至三月三十一日止三個月	
		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	674,711	547,843
銷售成本		<u>(462,721)</u>	<u>(369,858)</u>
毛利		211,990	177,985
其他淨收入		5,985	5,786
分銷成本		(109,440)	(93,952)
行政費用		(16,707)	(14,164)
其他經營費用		(9,134)	(8,209)
財務費用	3	(4,787)	(3,179)
應佔聯營公司業績		<u>2,313</u>	<u>2,226</u>
除稅前溢利	4	80,220	66,493
稅項	5	<u>(8,953)</u>	<u>(6,116)</u>
本期溢利		<u><u>71,267</u></u>	<u><u>60,377</u></u>
期內應佔溢利			
本公司股東		48,723	40,394
少數權益股東		<u>22,544</u>	<u>19,983</u>
本期溢利		<u><u>71,267</u></u>	<u><u>60,377</u></u>
每股溢利	6		
基本		<u><u>0.87美仙</u></u>	<u><u>0.72美仙</u></u>
攤薄		<u><u>N/A</u></u>	<u><u>N/A</u></u>

簡明綜合資產負債表  
於二零零七年三月三十一日

	附註	二零零七年 三月三十一日 (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
<b>資產及負債</b>			
<b>非流動資產</b>			
物業、機器及設備		1,346,828	1,230,375
無形資產		12,894	13,371
聯營公司權益		34,327	42,704
土地租約溢價		61,545	60,047
可供出售金融資產		10,366	10,303
遞延稅項資產		5,379	5,379
		<u>1,471,339</u>	<u>1,362,179</u>
<b>流動資產</b>			
按公允價值列賬及在損益 賬處理的金融資產		47,984	32,605
存貨		128,780	111,955
應收賬款	8	102,010	94,239
預付款項及其他應收款項		113,571	75,249
抵押銀行存款		4,689	2,244
銀行結餘及現金		280,368	161,676
		<u>677,402</u>	<u>477,968</u>
<b>流動負債</b>			
應付賬款	9	327,756	256,797
其他應付款項		175,608	174,135
有息借貸之即期部份		237,257	239,761
客戶預付款項		163,098	18,372
稅項		10,077	6,455
		<u>913,796</u>	<u>695,520</u>
<b>淨流動負債</b>		<u>(236,394)</u>	<u>(217,552)</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>1,234,945</u>	<u>1,144,627</u>
<b>非流動負債</b>			
長期有息借貸		96,650	28,320
其他非流動應付款項		3,381	3,344
員工福利責任		7,200	6,885
遞延稅項負債		8,725	8,089
		<u>115,956</u>	<u>46,638</u>
<b>淨資產</b>		<u>1,118,989</u>	<u>1,097,989</u>
<b>股本及儲備</b>			
發行股本		27,943	27,943
儲備		806,731	748,476
擬派特別股息		—	59,799
擬派末期股息		77,124	77,124
<b>本公司股東應佔股本及儲備</b>		<u>911,798</u>	<u>913,342</u>
<b>少數股東權益</b>		<u>207,191</u>	<u>184,647</u>
<b>股東權益總額</b>		<u>1,118,989</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。編製此簡明第一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	
	截至三月三十一日止三個月		截至三月三十一日止三個月	
	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	351,353	271,440	26,502	20,865
飲品	277,048	234,978	52,849	44,834
糕餅	24,603	23,999	555	41
其他	21,707	17,426	2,788	202
合計	<u>674,711</u>	<u>547,843</u>	<u>82,694</u>	<u>65,942</u>

### 3. 財務費用

	截至三月三十一日止三個月	
	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>4,787</u>	<u>3,179</u>

### 4. 除稅前溢利

除稅前溢利已扣除下列項目：

	截至三月三十一日止三個月	
	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	28,840	26,670
攤銷	<u>942</u>	<u>344</u>

5. 稅項

	截至三月三十一日止三個月	
	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	8,953	6,116

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48,723千美元(二零零六年：40,394千美元)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三月三十一日止三個月之股息(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：

	二零零七年	二零零六年
	三月三十一日 (未經審核) 千美元	十二月三十一日 (已經審核) 千美元
0至90天	94,391	87,742
90天以上	7,619	6,497
	<u>102,010</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	二零零六年
	三月三十一日 (未經審核) 千美元	十二月三十一日 (已經審核) 千美元
0至90天	311,797	242,801
90天以上	15,959	13,996
	<u>327,756</u>	<u>256,797</u>

## 管理層討論與分析

由於第一季度本集團所需主要原材料如棕櫚油，麵粉及PET膠粒價格依然高企，分別較去年同期上升4%至34%不等；加上季節錯位，令飲品的銷售升幅遞延，稍微影響整體銷售組合，但透過管理團隊持續的精進生產管理，令整體毛利率於原料價格高企的壓力下，僅較去年同期的32.49%微幅下跌1.07個百分點至31.42%。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，銷售額錄得30.73%的成長，同時，即飲茶及礦物質水的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0.93個百分點至16.22%；除稅前溢利錄得80,220千美元，較去年同期上升20.64%。

### 方便麵業務

第一季方便麵業務的銷售額為351,353千美元，較去年同期上升29.44%，佔本集團總營業額的52.07%。

期內康師傅品牌仍然以紅燒牛肉麵為核心，對各銷售區域進行廣泛滲透，持續以各區域美食來開發方便麵口味，以創造康師傅品牌的中華美食概念產品。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」及「紅牛乾拌麵」則延續去年策略，陸續以全新包裝在全國各地上市，並配合電視及網絡媒體的宣傳，繼續打造拌炒麵市場的第一品牌形象。平價方便麵福滿多則持續在地方二級城市與鄉村市場快速發展。

據ACNielsen最新零研數據顯示，2007年第一季度中國方便麵整體市場因市場因素導致於銷售額呈現3.83%的負成長，於銷售量更呈現15.13%的負成長。由於原物料價格持續處於高位，平價麵小廠家緊縮投資，首季度市場正處於整理階段。期內，本集團在調整產品銷售組合，刺激容器麵及高價袋麵成長型市場的銷售策略下，在高價麵部分銷售額與量分別較去年同期上升30.73%及31.98%，持續搶佔高價麵市場佔有率。據ACNielsen三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67.7%和63.4%。福滿多品牌是本集團在平價麵市場進軍的主力品牌，2007年第一季度銷售額與去年同期相比有21.94%的成長；根據ACNielsen資料：福滿多品牌於第一季度取得平價麵市場量的12.9%，居平價麵市場第三位，目前積極挑戰領導廠家。整體而言，本集團方便麵產品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。

第一季度方便麵主要原材料棕櫚油價較去年同期大幅上升34%，但得益於高毛利的容器麵及高價袋麵的銷售佔比持續增加、成本控制及精進生產效率，令方便麵業務之毛利率僅同比微幅下降0.26個百分點至24.87%；加上整體行銷策略成功及營運成本控制得宜，令本公司股東應佔溢利較去年同期大幅成長30.83%至24,605千美元。

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，長期而言中國方便麵市場仍深具發展空間。往後，本集團將繼續品牌投資並提升產品的能見度。

## 飲品業務

2007年第一季度，受季節錯位的影響，整體中國飲料市場較前一年僅成長9.1%，本集團飲品營業額則因成功的水頭操作仍較去年同期上升17.90%至277,048千美元，佔本集團總營業額的41.06%，成功的水頭操作更令本集團於首季末之預收客戶貨款較去年同期倍增至163,098千美元，展現了飲品業務強勁的成長動力。期內掌握春節銷售契機，在茶系列產品方面，持續推廣，積極建構茶專家形象，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」與「康師傅」品牌交叉使用，同時出擊城市與鄉村市場，並取得顯著的成果。礦物質水則利用戶外及電視的媒體持續投放、城區外埠的品牌滲透及與消費者的深度溝通，提升品牌力及市場份額。

據ACNielsen 2007年三月最新零研數字顯示，康師傅即飲茶之銷售額市場佔有率為53.6%，較2006年同期提升1.5%，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15.4%的市場佔有率；礦物質水持續擴大市場佔有率至12.5%，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。

第一季主要原材料如PET膠粒及糖價仍然處於高位，加上毛利率相較較低的礦物質水於期內量與額的成長比率分別達到62%及56%，導致第一季之毛利率較去年同期下降2.01個百分點至37.68%，惟毛利額同比上升11.93%，加上整體營運成本控制得宜，令本公司股東應佔溢利較去年同期上升17.03%至24,417千美元。

## 糕餅業務

第一季度糕餅業務的銷售額較去年同期上升2.52%至24,603千美元，佔本集團總營業額的3.65%。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。據ACNielsen 2007年三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19.1%，居市場第二位。

第一季度糕餅業務之毛利率為37.21%，較去年同期上升1.75個百分點，主要是由於銷售結構調整，高毛利產品業績提升，改善生產制程，降低生產成本，故在原材料成本上升的狀況下，毛利率仍同比提升。期內本公司股東應佔溢利較去年同期上升578千美元至667千美元。

第二季將持續調整生產制程、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、美味酥系列的產品投資，並改善以經銷、直營並重的通路結構，以期持續提升毛利率並創造營業額穩定增長。

## 冷藏業務

2007年第一季度冷藏業務的銷售收入較去年同期衰退2.43%，主要是因為考量產品的現代化通路覆蓋率低及經長途配送造成日期不新鮮，嚴重影響銷售，自一月起退出北京及廣州市場所致；然而本集團冷藏產品之主力市場上海地區之銷售仍表現強勁，根據2007年三月ACNielsen資料顯示，每日C100%果汁之市場佔有率為41%，優酪乳之市佔率更提升至20.5%。

第一季優酪乳完成品質升級，乳酸菌飲料增加950克大規格裝，於三月投產上市。第二季度將配合銷售旺季來臨開始投入廣告宣傳，持續在品牌力及銷售管道的經營上深耕。

## 財務運作

於二零零七年三月三十一日，本集團總負債為10.30億美元，相對於總資產21.49億美元，負債比例為47.92%。相較於二零零六年十二月三十一日的總負債7.42億美元，增加了約2.88億美元，負債比例上升了7.59個百分點，主要是應付帳款增加以及預收客戶貨款增加所致。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65,826千美元，長短期貸款比例為「29%：71%」。

總借貸中，美元、人民幣及歐元的佔比分別為51%、25%及24%，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滙率升值1.02%，對本集團造成第一季滙兌收益共10,231千美元，分別包括於收益表內的699千美元及外幣換算儲備內的9,532千美元。預期人民幣對美元滙率波動不致對本集團造成不利的影響。

截至二零零七年三月三十一日，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2.85億美元。

## 財務比率概要

	二零零七年 三月三十一日	二零零六年 十二月三十一日
製成品週轉期	9.58日	9.92日
應收賬款週轉期	13.09日	14.00日
流動比率	0.74倍	0.69倍
負債比率(總負債相對於總資產)	47.92%	40.33%
負債與資本比率(淨借貸相對於本公司股東權益比率)	0.05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三月三十一日的員工人數增加至39,627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

隨著中國國民經濟繼續保持平穩快速的發展，消費結構升級的步伐也在加快，內需市場呈現出巨大的潛力。

雖然受到原材料價格上漲、方便麵市場及飲料市場激烈競爭等因素影響，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，本集團於首季度取得亮麗的成績，管理層堅信，憑藉著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，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，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

於截至二零零七年三月三十一日止期內，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

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。

### 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，二零零七年五月二十八日

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

請同時參閱本公布於星島刊登的內容。