

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告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



CHINA FOODS LIMITED 中國食品有限公司

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(股份代號：00506)

截至2011年12月31日止年度之 全年業績公告及復牌

財務摘要

以下為中國食品有限公司(「本公司」)及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2011年12月31日止年度(「本年度」)之表現摘要，連同去年同期之比較數據。

本集團整體銷量增長	飲料產品：達到5.7035億標箱，上升17.3%； 酒類產品：達到1.3229億瓶，下跌2.1%； 廚房食品產品：達到103.5萬噸，上升28.9%； 休閒食品產品：達到9,070噸，上升19.1%。
本集團收入增長	達到280.11億港元，上升40.4%。
本集團毛利增長	達到66.62億港元，上升31.1%。
本集團營利*增長	達到11.12億港元，上升41.1%。
本集團EBITDA^增長	達到15.96億港元，上升32.0%。
本集團淨利#增長	達到6.46億港元，上升51.0%。
本集團每股基本盈利增長	達到23.12港仙，上升7.81港仙。

本公司董事會(「董事會」)宣佈向於2012年6月18日名列本公司股東名冊之股東派發本年度之末期股息每股4.25港仙。

* 本集團之營利指分部業績之總和減公司及其他未分配支出。

^ EBITDA指融資成本、所得稅支出、折舊、其他無形資產攤銷、確認預付土地金及應佔聯營公司溢利前的利潤。

淨利指母公司擁有人應佔溢利。

綜合業績

本公司之董事會欣然宣佈本集團截至2011年12月31日止年度綜合業績，連同截至2010年12月31日止年度之比較數據。於2011年12月31日及截至該日止年度之綜合業績（「財務資料」）已由本公司之審核委員會審閱。

綜合收入報表

截至2011年12月31日止年度

	附註	2011年 千港元	2010年 千港元
收入	4	28,010,761	19,955,984
銷售成本	6	(21,348,376)	(14,874,639)
毛利		6,662,385	5,081,345
其他收入及收益	4	238,524	305,791
銷售費用及分銷成本		(4,767,225)	(3,769,669)
行政支出		(939,583)	(748,202)
其他支出		(14,393)	(6,830)
融資成本	5	(37,043)	(45,425)
應佔聯營公司溢利		65,437	64,038
除稅前溢利	6	1,208,102	881,048
所得稅支出	7	(340,811)	(260,326)
年度溢利		867,291	620,722
應佔方：			
母公司擁有人		645,609	427,567
非控股權益		221,682	193,155
		867,291	620,722
母公司普通股權益持有人應佔每股盈利	9		
基本		23.12 港仙	15.31 港仙
攤薄		23.10 港仙	15.30 港仙

綜合全面收入報表

截至2011年12月31日止年度

	2011年 千港元	2010年 千港元
年度溢利	867,291	620,722
其他全面收入		
物業重估收益	—	9,092
所得稅影響	—	(2,182)
	—	6,910
應佔聯營公司其他全面收入	(1,357)	—
換算海外業務時之匯兌差額	331,395	214,339
年度其他全面收入(已扣除稅項)	330,038	221,249
年度全面收入總額	1,197,329	841,971
應佔方：		
母公司擁有人	913,544	609,152
非控股權益	283,785	232,819
	1,197,329	841,971

綜合財務狀況表
2011年12月31日

	附註	2011年 千港元	2010年 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		3,889,400	3,548,038
投資物業		82,361	73,966
預付土地金		308,078	247,174
購買物業、廠房及設備項目之按金		52,802	31,783
商譽		1,727,793	1,680,015
其他無形資產		60,389	67,955
於聯營公司之投資		567,934	545,201
可供出售投資		203,104	209,387
持有至到期投資		—	57,915
遞延稅項資產		46,893	35,003
生物資產		165,833	119,263
		<hr/>	<hr/>
非流動資產總值		7,104,587	6,615,700
		<hr/>	<hr/>
流動資產			
存貨		5,701,744	3,490,337
應收賬款及票據	10	1,944,607	1,616,059
預付款項、按金及其他應收款項		1,446,782	1,269,875
同系附屬公司欠款		69,390	28,418
最終控股公司欠款		22,056	11,190
直系控股公司欠款		165	165
關連公司欠款		4,076	—
非控股股東欠款		9,510	—
聯營公司欠款		1,551	1,680
預繳稅項		23,653	28,831
持有至到期投資		58,044	25,217
按公平值列入損益之權益投資		15,016	19,199
抵押存款		139,005	127,096
現金及現金等值項目		1,789,797	1,741,203
		<hr/>	<hr/>
流動資產總值		11,225,396	8,359,270
		<hr/>	<hr/>

	附註	2011年 千港元	2010年 千港元
流動負債			
應付賬款及票據	11	1,558,708	999,864
其他應付款項及應計負債		3,939,495	2,663,330
欠同系附屬公司款項		1,057,344	1,089,857
欠最終控股公司款項		41,031	31,337
欠關連公司款項		884,130	692,062
欠非控股股東款項		30,818	8,926
欠聯營公司款項		292,150	233,626
計息銀行貸款及其他貸款		1,516,936	1,021,152
應付稅項		75,230	94,217
流動負債總值		<u>9,395,842</u>	<u>6,834,371</u>
流動資產淨值		<u>1,829,554</u>	<u>1,524,899</u>
資產總值減流動負債		<u>8,934,141</u>	<u>8,140,599</u>
非流動負債			
計息銀行貸款		300,000	495,000
欠非控股股東款項		27,680	38,123
遞延收入		42,532	31,146
遞延稅項負債		50,132	26,920
非流動負債總值		<u>420,344</u>	<u>591,189</u>
資產淨值		<u><u>8,513,797</u></u>	<u><u>7,549,410</u></u>
股本			
母公司擁有人應佔股本			
已發行股本		279,289	279,246
儲備		6,271,636	5,578,010
擬派末期股息		118,698	89,638
		<u>6,669,623</u>	<u>5,946,894</u>
非控股權益		<u>1,844,174</u>	<u>1,602,516</u>
股本總值		<u><u>8,513,797</u></u>	<u><u>7,549,410</u></u>

財務資料附註

2011年12月31日

1. 公司資料

中國食品有限公司(「本公司」)為一家於百慕達註冊成立之有限責任公司。本公司之註冊辦事處為Clarendon House, 2 Church Street, Hamilton HM 11, Bermuda。

本公司乃在香港註冊成立之中糧集團(香港)有限公司之附屬公司。根據董事會之確認,本公司之最終控股公司為於中華人民共和國(「中國」)註冊的國有企業中糧集團有限公司(「中糧」)。

本年度內,本集團從事下列主要業務:

- 加工、裝瓶及分銷汽水及分銷不含氣飲料;
- 葡萄酒及其他酒類產品的生產、銷售及貿易;
- 分銷零售型包裝烹調油及其他消費食品;及
- 生產及分銷巧克力及其他相關產品。

2.1 編製基準

該財務資料乃根據由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」)(其中包括所有香港財務報告準則、香港會計準則(「香港會計準則」)及詮釋)、香港公認會計原則及香港公司條例披露要求而編製。

該財務資料乃根據歷史成本慣例而編製,惟按公平值計量之投資物業、生物資產及按公平值列入損益之權益投資除外。財務資料以港元(「港元」)呈列,而除另有註明者外,所有金額均已精確至千位。

2.2 會計政策及披露之變動

本集團已於本年度財務資料中首次採納以下新訂及經修訂香港財務報告準則。

香港財務報告準則第1號(修訂本)	香港財務報告準則第1號之修訂首次採納香港財務報告準則— 首次採納香港財務報告準則第7號之披露比較數字之有限度豁免 關連方披露
香港會計準則第24號(經修訂)	香港會計準則第32號之修訂金融工具: 呈報—分類供股
香港會計準則第32號(修訂本)	對香港(國際財務報告詮釋委員會)之修訂 —詮釋第14號預付最低撥款規定
香港(國際財務報告詮釋委員會) —詮釋第14號(修訂本)	以權益工具抵銷財務負債
香港(國際財務報告詮釋委員會) —詮釋第19號	
2010年香港財務報告準則之改進	對2010年5月頒佈之多項香港財務報告準則之修訂本

除下文就香港會計準則第24號(經修訂)及香港財務報告準則第3號之修訂本作出之進一步說明外，2010年香港財務報告準則之改進包括香港會計準則第1號及香港會計準則第27號，採納新訂及經修訂的香港財務報告準則對此財務資料並無任何重大財務影響。

採納該等香港財務報告準則之主要影響如下：

(a) 香港會計準則第24號(經修訂)關連方披露

香港會計準則第24號(經修訂)闡明及簡化了關連方的定義。新定義強調關連方關係的對稱觀念，並闡明人士及主要管理人員影響實體的關連方關係的情況。經修訂準則亦提出，與政府及受與報告實體相同的政府控制、共同控制或行使重大影響力的實體進行的交易所豁免的一般關連方披露的規定。有關關連方的會計政策經修訂後，反映經修訂準則內關連方的定義。採納經修訂準則對本集團財務狀況或業績並無任何影響。

(b) 於二零一零年五月頒佈之2010年香港財務報告準則之改進制定對多項香港財務報告準則之修訂。各項準則均各自設有過渡條文。採納部份修訂可能會導致會計政策變動，惟此等修訂對本集團財務狀況或業績並無任何重大財務影響。有關最適用於本集團的重要修訂的詳情如下：

- 香港財務報告準則第3號業務合併：該修訂闡明香港財務報告準則第7號、香港會計準則第32號及香港會計準則第39號之修訂所消除對或然代價之豁免，並不適用於採用香港財務報告準則第3號(於2008年經修訂)前所進行的業務合併之或然代價。

另外，該修訂限制非控股權益計量選擇範圍。僅為屬現時擁有的非控股權益成份方可賦予擁有人權利，於清盤時將按比例分佔被收購方之淨資產，方可以公平價值或以現時的押有權工具按比例分佔被收購方可識別淨資產計量。除非其他香港財務報告準則規定須採用其他計量基準，非控股權益之其他成份均以收購日期之公平價值計量。

該修訂亦加入明文指引，以闡明尚未取代及自願取代的以股份為基礎的支付獎勵的會計處理方式。

- 香港會計準則第1號財務報告之呈列：該修訂闡明有關權益內各成份的其他全面收益分析，可於權益變動報表或財務報表附註呈列。本集團選擇於權益變動報表呈列有關權益內各成份的其他全面收益分析。
- 香港會計準則第27號綜合及獨立財務報表：該修訂闡明香港會計準則第27號(於2008年經修訂)對香港會計準則第21號、香港會計準則第28號及香港會計準則第31號所作出的後續修訂預期將於2009年7月1日或之後開始之年度期間或開始應用香港會計準則第27號時(兩者中以較早者為準)應用。

3. 經營分部資料

為管理目的，本集團按產品及服務性質劃分不同的業務單元。本集團的四項可予呈報經營分部如下：

- (a) 飲料分部，從事汽水的加工、裝瓶及分銷及不含氣飲料的分銷；
- (b) 酒類分部，從事生產、銷售及買賣葡萄酒及其他酒類產品；
- (c) 廚房食品分部，從事分銷零售型包裝烹調油及其他消費食品；及
- (d) 休閒食品分部，從事生產及分銷巧克力及其他相關產品。

管理層獨立監察其經營分部的業績，藉此作出有關資源分配的決定及評估表現。分部表現乃根據可予呈報分部業績進行評估。分部業績與本集團之除稅前溢利之計量保持一致，該計量不包括利息收入、股息收入、融資成本、應佔聯營公司溢利及未分配總部及公司業績。

分部資產不包括遞延稅項資產、預繳稅項、抵押存款、現金及現金等值項目、可供出售投資、按公平值列入損益之權益投資、於聯營公司之投資及其他未分配總部及公司資產，因為該等資產按集團基準管理。

分部負債不包括計息銀行貸款及其他貸款、應付稅項、遞延稅項負債及其他未分配總部及公司負債，因為該等負債按集團基準管理。

截至 2011 年 12 月 31 日止年度

	飲料 千港元	酒類 千港元	廚房食品 千港元	休閒食品 千港元	合計 千港元
分部收益：					
銷售予外界客戶	10,517,250	3,693,489	13,140,573	659,449	28,010,761
其他收益	78,653	67,459	14,572	9,818	170,502
	<u>10,595,903</u>	<u>3,760,948</u>	<u>13,155,145</u>	<u>669,267</u>	<u>28,181,263</u>
分部業績	531,411	633,110	162,273	(94,612)	1,232,182
對賬：					
利息收入					30,397
股息收入					37,269
融資成本					(37,043)
應佔聯營公司溢利					65,437
公司及其他未分配開支					(120,140)
稅前溢利					<u>1,208,102</u>
分部資產	7,097,198	5,516,375	3,105,889	537,171	16,256,633
對賬：					
撤銷分部間應收款項					(5,837,810)
於聯營公司之投資					567,934
公司及其他未分配資產					7,343,226
總資產					<u>18,329,983</u>
分部負債	5,063,433	2,804,015	3,276,207	484,544	11,628,199
對賬：					
撤銷分部間應付款項					(5,837,810)
公司及其他未分配負債					4,025,797
總負債					<u>9,816,186</u>
其他分部資料：					
於收入報表確認減值					
虧損／(撥回)	447	1,817	816	(142)	2,938
存貨撥備／(撥回)	6,569	7,905	(1,211)	14,062	27,325
折舊及攤銷	239,914	128,840	5,001	25,872	399,627
未分配數額					16,210
					<u>415,837</u>
資本開支	368,828	224,337	2,057	3,147	598,369
未分配數額					5,235
					<u>603,604*</u>

* 資本開支包括添置物業、廠房及設備、其他無形資產及預付土地金。

截至2010年12月31日止年度

	飲料 千港元	酒類 千港元	廚房食品 千港元	休閒食品 千港元	合計 千港元
分部收益：					
銷售予外界客戶	7,920,983	3,114,386	8,344,341	576,274	19,955,984
其他收益	165,096	46,169	10,831	6,375	228,471
	<u>8,086,079</u>	<u>3,160,555</u>	<u>8,355,172</u>	<u>582,649</u>	<u>20,184,455</u>
分部業績	523,725	365,313	33,587	(79,472)	843,153
<i>對賬：</i>					
利息收入					25,209
股息收入及未分配收益					48,948
融資成本					(45,425)
應佔聯營公司溢利					64,038
公司及其他未分配開支					(54,875)
					<u>881,048</u>
分部資產	5,437,688	4,492,200	2,178,630	487,305	12,595,823
<i>對賬：</i>					
撤銷分部間應收款項					(4,977,394)
於聯營公司之投資					545,201
公司及其他未分配資產					6,811,340
					<u>14,974,970</u>
總資產					<u>14,974,970</u>
分部負債	4,001,412	2,633,069	2,425,076	377,964	9,437,521
<i>對賬：</i>					
撤銷分部間應付款項					(4,977,394)
公司及其他未分配負債					2,965,433
					<u>7,425,560</u>
總負債					<u>7,425,560</u>
其他分部資料：					
於收入報表確認減值					
虧損／(撥回)	122	1,520	(1,262)	1,557	1,937
存貨撥備	17,084	5,982	—	10,135	33,201
折舊及攤銷	198,882	105,998	5,291	22,191	332,362
未分配數額					13,835
					<u>346,197</u>
資本開支	447,123	307,950	3,846	18,923	777,842
未分配數額					20,060
					<u>797,902*</u>

* 資本開支包括添置物業、廠房及設備、其他無形資產及預付土地金。

地域資料

外部客戶之收益

超過90%之本集團收入源於中國大陸的客戶，以及除金融工具及遞延稅項資產外，本集團超過90%的非流動資產均位於中國大陸。

主要客戶資料

在本年度，來自於單一外部客戶之收入不超過集團之全年總收入的10%（2010年：無）。

4. 收入、其他收入及收益

收入（本集團之營業額）乃指於本年度扣除退貨及貿易折扣後的已售出貨品發票淨值。

本集團之其他收入及收益分析如下：

	2011年 千港元	2010年 千港元
其他收入		
租金收入總額	7,104	2,047
銀行利息收入	24,442	17,983
持有至到期投資之利息收入	5,955	7,226
可供出售投資之股息收入	36,926	43,963
按公平值列入損益之權益投資之股息收入	343	210
政府補助*	62,240	37,733
補償收入	28,823	35,529
出售副產品及廢料項目	10,194	10,856
其他	57,887	55,025
	<u>233,914</u>	<u>210,572</u>
收益		
衍生工具之變現收益－不獲確認為對沖之交易	—	85,690
匯兌差額，淨額	—	896
按公平值列入損益之權益投資之公平值收益	—	4,775
投資物業之公平值收益	4,610	3,858
	<u>4,610</u>	<u>95,219</u>
	<u>238,524</u>	<u>305,791</u>

* 本集團已取得多項政府補助，用作投資本公司附屬公司經營所在之中國內地若干省份。有關補助並無任何尚未符合之條件或其他或有事項。

5. 融資成本

本集團融資成本分析如下：

	2011年 千港元	2010年 千港元
利息：		
五年內全數償還之銀行貸款	20,844	24,159
同系附屬公司及附屬公司之非控股股東之貸款	756	2,551
其他	15,443	18,715
	<u>37,043</u>	<u>45,425</u>

6. 除稅前溢利

本集團之除稅前溢利乃扣除／(計入)下列各項：

	2011年 千港元	2010年 千港元
售出存貨成本	21,340,488	14,848,530
存貨撥備	27,325	33,201
生物資產處置損失	14,073	—
生物資產公平值收益	(33,510)	(7,092)
銷售成本	<u>21,348,376</u>	<u>14,874,639</u>
核數師薪酬	2,744	4,130
折舊	397,672	333,792
其他無形資產攤銷	10,585	6,472
確認預付土地金	7,580	5,933
有關土地及樓宇的經營租賃的最低租金款項	119,262	112,032
僱員福利開支(包括董事薪酬)：		
工資及薪金	1,155,288	894,091
以股本結算的購股權開支	10,357	3,677
退休計劃供款*	116,037	93,696
	<u>1,281,682</u>	<u>991,464</u>
其他開支包括以下各項：		
出售物業、廠房及設備項目之虧損	7,272	4,440
可供出售投資之減值	322	—
按公平值列入損益之權益投資之公平值虧損	4,183	—
應收賬款減值	2,372	1,634
其他應收款項減值	244	303
處置可供出售投資之虧損	—	453
滙兌差額，淨額	5,292	(896)

* 於2011年12月31日，本集團概無已沒收供款以抵銷其於未來年度對退休計劃的供款(2010年：無)。

7. 所得稅

香港利得稅撥備已按於本年度於香港產生的估計應課稅溢利以16.5% (2010年：16.5%)的稅率作出。其他地區之應課稅溢利之稅項乃根據本集團經營之司法權區之現行稅率計算。

	2011年 千港元	2010年 千港元
本集團：		
即期－香港		
於本年度扣除	335	1,267
即期－中國大陸		
於本年度扣除	339,701	256,147
過往年度不足撥備	1,702	3,166
即期－其他地區		
於本年度扣除	753	—
遞延	(1,680)	(254)
年度總稅款	<u>340,811</u>	<u>260,326</u>

聯營公司應佔稅項達致18,881,000港元(2010年：16,328,000港元)，乃計入綜合收入報表中「應佔聯營公司溢利」。

自2009年，財政部及國家稅務總局頒佈了關於集團重組的一系列條例及規則(統稱為「集團重組稅務規則」)，自2008年1月1日起具追溯效力。截至2008年12月31日止年度，本集團進行了若干集團間的重組活動(「重組」)。倘「集團重組稅務規則」所載的基準獲採納，本集團可能面臨相關稅務風險。經審慎考慮主要因素(包括「集團重組稅務規則」的相關法律詮釋及意見以及現行稅務實務)後，本公司認為，重組不大可能引致本集團的相關稅務風險(倘有)。因此，概無就此於該財務資料中作出撥備。

8. 股息

	2011年 千港元	2010年 千港元
中期－每股普通股4.07港仙(2010年：2.30港仙)	113,673	64,227
建議末期－每股普通股4.25港仙(2010年：3.21港仙)	118,698	89,638
	<u>232,371</u>	<u>153,865</u>

9. 母公司普通股權益持有人應佔每股盈利

截至2011年12月31日止年度之每股基本盈利數額乃按母公司普通股權益持有人應佔本年度溢利645,609,000港元(2010年: 427,567,000港元), 以及本年度已發行加權平均普通股2,792,666,792股(2010年: 2,792,434,710股)計算。

本年度每股攤薄盈利數額乃按母公司普通股權益持有人應佔本年度溢利計算。計算所用的加權平均普通股乃本年度已發行普通股股份的數目, 亦用於每股基本盈利的計算, 及假設所有潛在攤薄普通股被視作行使或轉換為普通股而以零代價發行之普通股加權平均數。

每股基本及攤薄盈利的計算如下:

	2011年 千港元	2010年 千港元
盈利		
用於計算每股基本盈利的母公司普通股權益持有人應佔溢利	<u>645,609</u>	<u>427,567</u>
	股份數目	
	2011年	2010年
股份		
用於每股基本盈利計算的本年度已發行普通股加權平均數	2,792,666,792	2,792,434,710
攤銷影響—普通股加權平均數:		
購股權	<u>2,129,258</u>	<u>2,599,733</u>
	<u>2,794,796,050</u>	<u>2,795,034,443</u>

10. 應收賬款及票據

除新客戶外，本集團與客戶之貿易條款乃主要按信貸訂立，一般規定新客戶預先付款。信貸期一般介乎30日至90日。每名客戶都設有信貸額上限。本集團尋求維持嚴格控制其未償還應收賬款及設有信貸控制部，務求將信貸風險減至最低。本集團並無就其應收賬款及票據結餘持有任何抵押品或其他信用增級。高級管理層定期審核逾期結餘。鑒於上述，以及本集團涉及大量不同客戶之應收賬款，故信貸風險之集中程度並不嚴重。應收賬款及票據為不計息。

於申報期間期末之本集團應收賬款及票據賬齡按發票日期並扣除減值分析如下：

	2011年 千港元	2010年 千港元
三個月內	1,336,664	1,216,256
三個月至十二個月內	597,316	396,730
一年至兩年內	7,735	2,898
超過兩年	2,892	175
	<u>1,944,607</u>	<u>1,616,059</u>

11. 應付賬款及票據

於申報期間期末之本集團應付賬款及票據賬齡按發票日期分析如下：

	2011年 千港元	2010年 千港元
三個月內	1,288,808	825,497
三個月至十二個月內	263,213	161,753
一年至兩年內	5,972	11,879
超過兩年	715	735
	<u>1,558,708</u>	<u>999,864</u>

應付賬款及票據為不計息，一般的付款期分別為一至三個月及一至六個月。

12. 業務合併

於2011年2月，本公司全資附屬公司Top Glory Wines & Spirits Europe SAS自獨立第三方Philippe Raoux SAS收購Société Du Château de Viaud SAS(「Château de Viaud SAS」)100%股權(「收購事項」)，現金代價為8,253,000歐元(相當於約85,714,000港元)。收購事項為本集團之策略，以將其葡萄園及生產基地分散於不同地區。

Château de Viaud SAS 於收購日期之可識別資產及負債之公平值概要如下：

	收購時 確認之公平值 千港元
物業、廠房及設備	61,389
生物資產	14,426
存貨	16,098
應收賬款	102
預付款項、按金及其他應收款項	213
現金及銀行結餘	800
應付賬款及票據	(522)
其他應付款項及應計負債	(407)
計息銀行貸款	(45)
遞延稅項負債	(13,823)
	<hr/>
按公平值確認之可識別資產淨總值	78,231
收購時產生之商譽	7,483
	<hr/>
現金方式支付	85,714
	<hr/> <hr/>

就收購事項產生之現金流分析如下：

	千港元
已付現金代價	(85,714)
所購入現金及銀行結餘	800
	<hr/>
就收購事項所產生之現金及 現金等值項目流出淨額	(84,914)
	<hr/> <hr/>

收購事項後，截至2011年12月31日止年度Château de Viaud SAS本年度向本集團的營業額貢獻7,137,000港元及向本集團的綜合溢利貢獻溢利174,000港元。

管理層討論及分析

2011年，本公司新任管理團隊聚焦於「變中求進，協力共贏」的工作主題，確認了未來發展的「內涵」和「外延」兩大增長方向，確定了「贏在利潤、贏在產品、贏在品牌、贏在網絡、贏在系統」的「五贏」經營思路及評價目標，確定了未來進入品類的具體衡量依據。我們亦確認了未來持續通過「產品創新」、「品牌建設」、「營銷網絡」、「供應鏈管理」四大核心競爭力的不斷夯實，管理系統、組織系統、人才系統三大基石的不斷鞏固完善，推動業務的健康發展。

年內管理團隊主要工作內容包括：

(一) 組織結構調整：

變革，是中國食品2011年最大的特徵。

2011年年內，根據發展規劃，本公司制定了組織變革的詳細推進計劃，組織各功能組制定整合路徑和時間表，通過經理人會議、戰略經銷商會議、變革宣講、組織結構設置和關鍵人才選拔、制度和流程建立，細化職能分工、明確部門職責，牽扯到隊伍的梳理、調整。

截至2011年底，本公司已完成自上而下的組織結構調整和整合，除了飲料事業部因為授權區域限制繼續作為獨立的事業部運營外，本公司取消了酒類事業部、廚房食品事業部和休閒食品事業部，建立了以十六個職能部門為支持並覆蓋全國的九大營銷區域平臺和統一管理的供應鏈管理結構設置，實現「職能分工專業化，業務經營區域化」、以「產品類型」為劃分依據的事業部模式變革為按照「快消品業務」運作環節劃分的矩陣式的管控模式。

自2012年1月1日，除了飲料事業部外，本公司的業務在全新的組織結構、管理架構、資訊系統上開始正式運營，各品類在統一的營銷平臺上共同運作，意味著整體變革的圓滿完成。

這種轉變，使我們能在人員、資源、管理整合的大營銷模式下運作。從發展願景看，中國食品未來發展的堅實基礎不僅僅是擁有幾個行業領先地位的產品，更重要的是擁有一個能夠運作多品類、多品牌產品的高效營銷平臺。

(二) 變革過程中實現業績預算指標：

與變革同樣重要並且同步推進的，是業務的發展。

我們欣然宣布令人鼓舞的2011年全年業績。對比2010年全年業績：

- 我們的收入增長，達到280.11億港元，上升40.4%。
- 我們的毛利增長，達到66.62億港元，上升31.1%。
- 我們的經營利潤*增長，達到11.12億港元，上升41.1%。
- 我們的EBITDA^增長，達到15.96億港元，上升32.0%。
- 我們的淨利#增長，達到6.46億港元，上升51.0%。
- 我們的每股基本盈利增長，達到23.12港仙，上升7.81港仙。

* 本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)之經營利潤指分部業績之總和減公司及其他未分配支出。

^ EBITDA指融資成本、所得稅支出、折舊、其他無形資產攤銷、確認預付土地金及應佔聯營公司溢利前的利潤。

淨利指母公司擁有人應佔溢利。

從整體而言，我們的2011年業績對比2010年業績實現了良好增長，盈利水平有明顯的改善。除了休閒食品品類外，我們的2011年整體業績達到了預算指標，各品類對比各自主要競爭對手有滿意的表現。

- **廚房食品品類**：小包裝油品類無論是市場份額還是盈利水平比2010年都有明顯的改善；
- **飲料品類**：銷量、收入在飲料業務獲授權銷售區域內增長強勁，領導品類的市場份額繼續擴大相對主要競爭對手的領先優勢，在原材料成本上漲壓力下，利潤率相對穩定；

- **酒品類**：新的營銷渠道模式持續優化、產品結構調整中，銷量下跌已在明顯收窄。整體隨著產品結構調整、聚焦高端「長城桑干酒莊」系列產品、通過新品中高端產品「長城天賦葡園」上市，2011年平均單價大幅提高，利潤率有一定改善；
- **休閒食品品類**：沒有達到年初預期，跟原材料成本上漲、規模小有關。

(三) 為未來外延發展準備考慮新品類領域：

為未來外延發展準備，本公司確定了以行業規模大、品類高速發展、利潤率高、集中度低且業務模式相近為收購目標的5個判斷原則。我們希望遵循這5個原則選擇我們進入的領域。年內，繼去年成功收購位於智利的葡萄園及酒廠後，本集團成功收購位於法國波爾多產區的法國雷沃堡酒莊。我們仍積極尋求美國、澳大利亞、西班牙等產區的潛在收購機會，向中國市場輸入具價格競爭力的優質葡萄酒。另外，內部研發的調味品的醬油醋品類的正式上市在籌備中。

年內管理團隊的主要工作及表現以「五贏」的衡量指標分析如下：

一、贏在產品

(1) 2011年銷售收入分析

- **飲料品類**：2011年內，銷售收入約105.17億港元，同比2010年增長約32.8%。銷量約達5.7035億標箱，同比2010年增長17.3%。銷售收入及銷量強勁增長，主要歸因於渠道與市場開發策略的有效執行。同時，通過優化價格管理及改善產品結構，產品單箱銷售收入同比提高。
- **酒品類**：2010年酒類業務積極推進營銷模式再改造的戰略性轉型工作，合理調整渠道及品牌營銷戰略，持續通過高端及中高端戰略明星產品打造，調整產品結構。2011年內，新營銷渠道模式持續優化中，全年銷量約為1.3229億瓶（以每瓶750ml計算，每噸約為1,330瓶），同比2010年銷量仍下跌2.1%，主要反映2010年基數為舊營銷渠道模式下較多低端產品的銷量佔比結果，對比2011年中期銷量下跌9.1%，下跌比率在進一步收窄中。受益於新上市的中高端產品長城天賦葡園系

列產品，首年上市銷售收入佔比約10%；主推的高端產品「長城桑干」酒莊酒的銷售收入同比2010年增長約72%；高端產品君頂酒莊酒持續進行酒莊推廣以及市場開發建設，銷售收入同比2010年增長近96%。所以，酒品類整體平均單價同比大幅提高，銷售收入約36.93億港元，同比2010年增長18.6%。

- **廚房食品品類**：2011年內銷售收入約為131.41億港元，較2010年增長57.5%。銷量約為103.5萬噸，較2010年增長28.9%，主要反映加強渠道滲透及建設、產品力提升，市場份額明顯提高。
- **休閒食品品類**：2011年內銷售收入6.59億港元，較2010年增長14.4%，銷量約為9,070噸，較2010年增長19.1%，主要反映新品上市、加強渠道滲透及建設的成效。

(2) 制定新品研發流程工作

本公司於年內制定了統一、規範的新品研發、上市及評估管理流程，明確關鍵點，由本公司研發創新委員會審批；並重點推廣新品流程的應用，完成酒業禮盒新品工作坊，產生新產品概念；開始逐步實施新品上市前，進行消費者驗證。

(3) 2011年上市的重點新品及表現

- **飲料品類**：新產品「美汁源滑粒蜜桃」，拓寬了美汁源「果粒家族」系列的產品線，增加了美汁源「果粒家族」系列銷量，成為銷售收入增長點。
- **酒品類**：為紀念建黨90周年，開發新品「長城桑干酒莊建黨90周年限量版紀念酒」，通過新品的上市宣傳來進一步鞏固「中國葡萄酒的代表和驕傲」的品牌定位。為滿足高端酒禮品市場需求，成功開發新品「長城桑干酒莊雙支裝、四支裝

禮盒產品」。中高端產品則打造新推出「長城天賦葡園」系列產品，以「全球甄選、共享天賦」為核心訴求，品牌定位於「精選世界天賦產區、孕育長城天賦美酒」，通過9場招商推介會將「長城天賦葡園」系列迅速重點推廣。

- **廚房食品品類**：我們重點發展「福臨門黃金產地玉米油」，強化玉米油在消費者心目中的健康功效，使「福臨門」玉米油形象得到全面提升，我們的目標是將「福臨門」玉米油打造成品類第一品牌。此外，我們通過倡導「關愛大腦，呵護老幼」之產品理念，打造強勢明星產品「福臨門藻油DHA穀物多調和油」。我們亦推出了「福臨門零添加系列醬油」，合乎「福臨門」品牌「質量安全、營養健康、關愛幸福」的核心價值。
- **休閒食品品類**：我們結合產品開發差異化策略，研發了黑榛子漿夾心充氣巧克力碗裝系列，香橙味凝膠糖果巧克力，以及草莓味夾心凝膠糖果等新口味產品。

整體而言，2011年推出的上市新品(新品定義：從上市之日起，二年以內被稱之為新品)表現不俗，貢獻銷售收入的16.3%，較2010年增加了5.3個百分點。

(4) 產品線優化工作

- **飲料品類**：我們對汽水和果汁的部分產品容量進行改良，更加迎合消費者對包裝容量的選擇傾向。
- **酒品類**：我們基本完成對現有產品結構梳理，並針對不同市場及售價逐漸形成清晰的產品組合。「長城」葡萄酒完善了高中低端產品線優化，淘汰了銷售業績不佳的產品，明確並鞏固「長城」葡萄酒的高端品牌形象。
- **廚房食品品類**：「福臨門」食用油方面隨著消費者健康意識進一步提升，消費升級加快，我們運用差異化的產品策略，通過「安達露西」橄欖油、「亞油酸型」一級大豆油的上市，推動高附加值產品快速突破發展，依托中糧集團的上游產業鏈優勢，力推「福臨門黃金產地玉米油」、「福臨門藻油DHA穀物多調和油」兩大主力產品持續擴張發展。

- 休閒食品品類方面，我們對部分產品的口味、包裝、成本、概念等進行了精進，提升了檔次感。

二、贏在品牌

(1) 市場表現分析

- **飲料品類**：根據AC Nielsen於2011年底的市場調查數據，可口可樂系列汽水及「美汁源」系列果汁品牌在飲料業務獲授權銷售區域內銷量增長強勁，令其相關的市場銷量份額分別提升0.6和1.2個百分點，繼續領先分別的競爭對手，繼續排名第一位。汽水的整體市場表現領先於競品。「美汁源」果汁市場表現優異，銷售量份額和鋪貨率均高於競爭對手。
- **酒品類**：新營銷渠道模式已經在全年運行及持續優化過程中，故銷量同比2010年仍下跌，根據AC Nielsen於2011年底的市場調查數據，「長城」品牌市場銷售額份額錄得1.2個百分點之輕微跌幅，但仍然與主要競爭對手保持一定距離，繼續排名第一。儘管加權鋪貨率指標有微弱下降，但滲透率穩定，品牌健康度仍領先於競爭對手。
- **廚房食品品類**：根據AC Nielsen於2011年底的市場調查數據，「福臨門」品牌小包裝油市場銷售額份額提升1.3個百分點，穩居第二並縮小與第一品牌的差距。其它各項市場指標包括鋪貨率，品牌健康度，滲透率均有所提升。
- **休閒食品品類**：主要競爭品牌加大投入，根據AC Nielsen於2011年底的市場調查數據，「金帝」品牌市場銷售額份額下滑1.2個百分點，位居第3位。我們利用重要節日開展終端促銷推廣活動與品牌溝通，提升滲透率。

(2) 明確品牌定位、梳理品牌戰略

- **飲料品類**：我們繼續鞏固汽水優勢，強化可口可樂「爽動」、雪碧「透心涼心飛揚」、以及美汁源果汁「人人愛果粒」品牌核心內涵的溝通。
- **酒品類**：我們完成了長城品牌戰略梳理，明確長城品牌「葡萄酒行家」的定位。持續打造「長城桑干酒莊」作為高端酒、「長城天賦葡園」作為中高端酒的品牌形象。規劃大產區酒、佐餐酒新產品線，加快現有產品線優化。籌備長城全球酒莊群品牌上市，推動長城國際化品牌戰略實施。
- **廚房食品品類**：我們明確以小包裝玉米油為突破品類，快速建立品類優勢，同步提升品牌形象。我們明確了福臨門「廚房食品專家」的定位，清晰梳理了跨品類發展方向，並藉著福臨門品牌提供「品質安全，幸福臨門」來進行新的推廣。
- **休閒食品品類**：我們繼續實行「金帝」、「美滋滋」雙品牌戰略。對金帝品牌旗下各系列產品進行了重新梳理，明晰及調整各系列產品定位及視覺表現。美滋滋品牌，堅持溝通「美味」、「快樂」的品牌定位，並貫穿於系列產品品牌溝通與推廣活動中。

(3) 線上媒體溝通

- **飲料品類**：我們採取媒體整合投入，強調電視、網絡、戶外的配合投放。資源主要集中在投入可口可樂、雪碧、美汁源果汁等核心品牌。另外在部分重點市場針對芬達和果奶增強媒體投入。
- **酒品類**：我們借助全國影響力大、公信力強，行業權威性高的中央級媒體持續投放，如央視、航機、新聞、財經類雜誌等，奠定品牌高端形象。並在中高端產品「長城天賦葡園」品牌的2011年傳播中注重並增加了對新媒體及互動營銷的應用，如微博、辦公樓LED顯示屏幕、名人證言等。

- **廚房食品品類**：我們進行DHA頭腦篇電視及戶外媒體廣告投放，配合福臨門黃金產地玉米油上市，以「黃金風暴」為主題的玉米油全國鋪市活動通過電視、戶外、廣播、平面等多媒體多緯度與消費者進行深度溝通。2011年11月底，我們結合「福臨門成為航天專用食用油」進行廣告宣傳。
- **休閒食品品類**：我們整合金帝／美滋滋官網，開展「快樂有禮美滋滋」消費者促銷及網絡傳播。通過淘寶商城旗艦店及團購網，開展網絡營銷與促銷。

(4) 事件營銷及消費者公關

- **飲料品類**：我們舉辦了2011年深圳國際大學生運動會·火炬手、大學生記者及場館運營團隊選拔活動，「雪碧搜尋中國創意灌籃王」主題的雪碧NBA灌籃大賽，「中糧可口可樂杯攝影大賽」等，在提升品牌與消費者間的溝通力的同時，也提升了品牌的影響力、樹立了企業公民的良好公眾形象。
- **酒品類**：我們策劃了國際釀酒大師米歇爾羅蘭簽約新聞發布會，贊助了博鰲論壇，舉辦了法國雷沃堡酒莊收購新聞發布會等，覆蓋外電、國內通訊社、央級及地方核心、發布深度訪談及新聞稿至全國平面媒體等，強化長城品牌國際化形象。
- **廚房食品品類**：「福臨門」作為唯一糧油品牌入選 Millward Brown 發布的「最具價值中國品牌50強」，並聯合教育部舉辦「福臨門杯全國烹飪（中聯）技能大賽」，開展全國性的惠民工程提供食用油給低保家庭。
- **休閒食品品類**：2011年情人節期間，「金帝」與《瑞麗》、《旅伴》等12家雜誌合作，開展《濃情巧克力》主題傳播。

(5) 消費者促銷、體驗

- **飲料品類**：我們以雪碧「在家休閒」為主題領導所有品牌的中秋國慶雙節促銷。我們通過「揭金蓋，贏一夏」促銷推廣活動來推動汽水，果汁和果奶銷量，「美汁源」系列果汁品牌同時參與促銷推廣，將消費者對品牌的喜好和忠誠轉化為購買。
- **酒品類**：我們策劃並實施長城天賦葡園系列上市推廣活動：發現天賦之旅，完成全國重點城市KA賣場的新品品鑒、買贈、互動推廣活動，統一將「全球甄選，共享天賦」的核心訴求傳達到我們的核心消費群。我們舉辦了長城桑干品鑒會，與消費領袖、核心消費群進行深度溝通。我們通過中秋國慶雙節促銷，實現了全品類的第一次全國性消費者促銷。
- **廚房食品品類**：我們通過春節「HAPPY兔YOU，幸福臨門」、中秋國慶雙節「品質安全，幸福臨門」主題活動，在全國執行消費者促銷活動。我們通過「福臨門」玉米油「源自世界黃金玉米帶」上市主題活動，使「福臨門」玉米油形象得到全面提升。
- **休閒食品品類**：我們全年貫穿「至濃至醇，至愛金帝」的傳播主題，以重要節假日主題推廣作為促進銷售與品牌溝通的主要活動方式，包括七夕、情人節以重在表達愛意，中秋、聖誕、春節則以渲染親情為主題。充氣巧克力、夾心果汁軟糖新產品則通過全國重點城市和門店供消費者品嚐為主題。

三、贏在網絡

(1) 區域整合平臺建設工作

本公司於2011年內通過區域潛力模型測算並結合公司的實際業務特點，統一了全國9個大區的劃分，包括京津冀大區、東北大區、華北大區、華東大區、上海大區、華南大區、華中大區、西北大區、西南大區，我們完成了總部和區域標準組織結構和重要崗位設計，所有區域的核心管理團隊組建完畢。我們明確了全國城市群和客戶組的劃

分，按照客戶屬性和渠道屬性，將公司客戶和渠道進行統一規劃設置，建立統一的客服中心，根據整合計劃逐步調整實現組織的平穩過渡。

於2011年7月，本公司圓滿召開了中國食品第一次戰略經銷商大會，宣傳和溝通公司的發展思路，鼓舞客戶信心。中國食品80餘家戰略性經銷商客戶，110位本公司經理人共同出席了會議，聽取了本公司新管理團隊的發展設想，同時本公司新管理團隊對客戶提出的反饋意見逐一回答和開誠布公的討論。此次會議，清晰和統一了本公司和客戶的發展思路，達到有效溝通、鼓舞客戶、建立共同願景等預期目標。

(2) 渠道協同平臺建設工作

飲料品類方面，本著可見度、可控度和盈利度的原則，依據不同的市場，採用對應適合的銷售模式組合。在鄉鎮市場選擇具有業務實力的合作夥伴，擴大產品在鄉鎮級市場售點的覆蓋。在城市市場建立重點客戶戰略合作聯盟，旨在與區域大客戶建立長期、穩定、戰略的業務關係，建立開放的數據平臺、共同的分析機制及制定聯合生意計劃。

另外，本公司於2011年內還強化渠道協同平臺建設工作包括以下方面：

- 建立對外統一溝通、結算、服務的團購平臺，完成團購渠道規劃並通過具體案例對平臺的流程進行檢驗，在統一團購平臺上運作完成多個項目，其中包括大唐微電子公司、上海多樂士、上海賽諾菲等多項跨品類綜合性團購項目；
- 推進餐飲渠道的協同及制定現飲即食渠道規劃，進行經驗分享及研討。2011年下半年開始在北京建立餐飲渠道「前臺+後廚」模式的樣本店，具體選擇「俏江南」某些門店做餐飲渠道「形象店」試點，並形成前臺+後廚的多品類統一合作樣本案例；

- 協同各品類，在北京各大賣場包括沃爾瑪、北京華聯綜合超市等大型超市公司開展重要節假日聯合促銷活動，推動原來在7-11系統北京地區未進店的銷售。通過公司整體協同，與中石油昆仑好客便利店簽訂了全國性戰略合作框架，統一制定了多品類的生意發展目標，將陸續推動落實各省區的業務合作。
- 目前中國食品已經形成了總部、大區、省區、城市群等4層級統一的銷售組織架構，同時在縱向上建立了特渠、現飲即食、商業KA等多個渠道的垂直管理模式，保證和渠道管理和客戶管理的專業性與區域平臺協同性的統一。

四、贏在系統

(1) 供應鏈系統

本公司高度重視食品安全，通過一系列內、外預防措施，務求嚴格執行外部以及內部各項的質量標準，提高產品質量監控部門工作的質量要求，加強生產程序監控和檢驗，致力建立完備的安全體系。於2011年內發生「塑化劑」風波後，本公司迅速成立了應急團隊，對所有產品配方和工藝流程展開全面核查，自有產品和包材樣品送第三方檢測機構檢驗，並接受官方組織的抽查與檢測，所有樣品均未檢出塑化劑。同時，本公司也加強食品安全風險管理，對供貨商的產品配方與工藝流程進行檢查。結果，所有產品、添加劑及包材供貨商的送檢報告均全部通過國家質檢部門檢驗。

本公司於2011年內，簽訂了統一的外部審核公司，對中國食品的工廠進行質量管理體系審核認證合同，而我們的工廠全部通過了外部以及內部各項審核檢查。我們編製了產業鏈風險控制大綱和可追溯體系大綱，各工廠按要求建立食品防護計劃，已經發布中國食品統一的「質量管理體系健康度標準」和OEM認證標準。本公司下屬各工廠的各類污染物和排放濃度符合國家標準，其中包括萬元產值能耗下降4%，COD排放總

量下降18%。能耗指標、效率指標、技術指標好於內部承諾和要求。按照內部對新、改、擴建項目管理有關規定，我們已執行各類項目的運營管理工作，包括石家莊新裝瓶廠及其它裝瓶廠新增3條生產線擴容、桑干酒莊擴建工程、寧夏酒廠等等。

在提升原材料質量和產品安全方面，酒品類方面致力於持續提升自有和合作基地葡萄供應量佔比。目前，自有和合作基地葡萄供應量佔比已達到約63%。

在產能建設方面，飲料品類在甘肅廠新增PET生產線一條，正計劃在湖南、山東、河北等地增加新生產線，將有助於擴大我們的銷售地區覆蓋及提升我們的運營效率。截至2011年底，我們汽水的年罐裝產能約為6億標箱，較2010年底小幅增長。本公司酒品類位於寧夏、新疆的生產基地正在建設中。寧夏工廠完全投產後產成品生產能力約為2萬噸；新疆發酵中心完全投產後年發酵能力約為3萬噸原酒，將有助於拓展銷售覆蓋面並提升運營效率。

鑒於市場對我們食用油需求量持續增加，我們持續加強與母公司中糧集團上游工廠的協同，充分發揮其新增工廠產能，明確生產油種、品項等資源能力，並與所覆蓋的區域銷售進行匹配，優化供貨線路，挖掘產能潛力，更好的提升及保障供貨能力；我們亦充分利用第三方加工廠，改善物流布局，提高了市場響應速度並提升客戶訂單滿足率。

(2) 組織與人才系統

本公司於2011年內，在人才規劃方面，我們對未來五年人才需求、人才發展的措施和重點項目等進行了規劃，形成了《中國食品2011-2015年人才規劃報告》。

人才招聘方面，採用多種招聘渠道，重點引進研發、市場營銷、信息技術、供應鏈等方面的人才，彌補員工流動產生的崗位空缺。在組織結構調整過程中，省級銷售經理層級人員的離職率低於公司平均離職率。

人才選拔方面，在組織結構調整過程中，我們先建立了清晰的標準和流程，包括對人員在快速消費品行業的經驗、從事多品類管理的經驗、教育經歷、帶領大規模團隊的經歷、過往工作業績等進行嚴格審查，在此基礎上對候選人才領導能力進行360°綜合

評估，對工作行為風格進行獨立測評，通過匯總形成候選人才的基本情況並進行兩輪集體面試，在此基礎上進行集中討論，結合崗位具體情況綜合考慮、確定人選。

人才培養方面，組織變革之後我們組織跨品類的產品知識培訓，提高一線業務管理者對所有產品、品牌、營銷模式的認識、理解和熟悉；在變革推進前後，完成一線主管和中級管理人員領導力發展培訓並結合本公司發展戰略籌備成立「中國食品商學院」。

激勵保留方面，我們針對核心管理團隊，授出第二批股份期權作進一步激勵。配合新的組織結構，本公司專門針對不同的品類的營銷團隊制定了營銷激勵計劃等。

企業文化方面，本公司著力傳播「變中求進 協力共贏」的核心理念，推動變革順利開展，有計劃地推進組織變革宣講和溝通。

系統建設方面，我們持續優化績效管理，建立電子化績效考核信息系統等。

(3) 資訊系統

本公司持續完善「企業資源計劃系統」（「ERP系統」），「客戶關係管理系統」（「CRM系統」），實施「企業流程系統」（「BPM系統」），利用內外網平臺，建立整合的管控平臺，統一審批流程、加強費用預算核銷等業務管理，支持組織結構調整。

另外，本公司啟動「經銷商管理系統」（「DMS系統」）項目，獲取經銷商庫存、下線售點庫存和零售價格信息，掌控經銷價值鏈和終端售價，推動經銷商管理的數字化和精細化管理，加強對經銷商通路庫存的瞭解。截至2011年底，除了飲料品類外，我們已在300家以上其他品類的經銷商安裝DMS系統，目標是在2012年上半年完成全國500個核心經銷商安裝DMS系統，預計核心經銷商合計貢獻本公司的大部份銷售收入，建立一個相對完整的實時數據回饋DMS系統。

飲料品類方面，主要工作在持續擴大「移動客戶管理系統」(「MCM系統」)的覆蓋，通過MCM系統的推廣，改善業務代表的客戶拜訪效率，規範業務代表對客戶的服務，提高服務質量；同時，開始「E3S電子簽收及付款平臺項目」的調研，計劃通過移動技術和網上代扣平臺，將對客戶的送貨、簽收及付款一氣呵成，提高收款效率及降低運營風險。

(4) 內控系統

為了支持組織結構調整、區域整合工作，我們對審計監察部的整體結構進行了調整，在已有的內部控制審計部和紀檢監察部的基礎上，設立IT審計部和銷售大區審計部。一方面強化對核心SAP系統的應用監控，另一方面強化對各銷售大區的日常管理和監控。

在風險管理方面，針對風險評估中的若干高風險項目：食品安全風險、權限風險和成本費用控制風險進行了進一步分析和完善風險管理，明確了相關風險的具體控制措施、控制記錄和責任人。

我們編製了《中國食品授權審批權限表》，以進一步規範和加強中國食品內部管理，明確內部各級組織的權利和責任，從而有效控制企業成本費用，保障各項經營活動高效、有序地進行。

在若干資訊系統的實施過程中，審計監察部對所有涉及改變的流程進行了審核與確認，以確保流程符合內部控制的要求。

另外，於2011年內，我們持續嚴厲打擊各種侵權行為，強化知識產權保護，規範合同管理，妥善解決訴訟糾紛，持續完善合規制度，落實專項審計等工作，降低法律風險。

五、贏在利潤

飲料品類在盈利能力分析方面，由於原材料成本上漲壓力下，通過優化價格管理及改善產品結構，部分覆蓋了主要原材料成本上漲壓力。我們持續採用靈活的採購策略、加強成本及費用預算管理及提高費用的使用效率等措施，消除了部分原材料成本上漲壓力。分部業績約為5.31億港元，同比去年增長1.3%。

酒品類在盈利能力分析方面，通過持續推進高端產品長城桑干酒莊酒的銷售，並成功將中高端產品長城天賦葡園系列產品鋪市，引領酒類業務銷售結構持續提升，毛利率上升約4.9個百分點。分部業績出現恢復性增長約為6.33億港元，同比去年增73.4%。

廚房食品品類在盈利能力分析方面，針對國家保供穩價的政策要求，本公司積極響應，落實保障供應同時爭取國家保障供應資源。本公司積極優化產品結構，加強渠道滲透及建設，監控渠道庫存，平衡整體經營方向，實現了銷量及利潤均大幅增長。營運杠杆效益下，分部業績亦出現大幅增長，約為1.62億港元，同比去年增長376.5%。

休閒食品品類在盈利能力分析方面，分部業績虧損約為0.95億港元，同比去年增加20.2%。如前述，休閒食品品類沒有達到年初預期，跟原材料成本上漲、規模小有關。雖然如此，但我們相信此休閒食品仍有令人滿意的回報的前景，且個別品類的競爭對手尚有好表現。自2012年開始管控模式調整後，我們有信心追趕競爭對手的表現。

本公司於2011年內，資金頭寸管理方面，建立資金計劃機制，加強整體資金預測能力，持續提升資金集中管理的廣度和深度，通過資金池進行資金調劑，節約財務費用。融資模式方面，除了通過資金池調劑外，我們持續利用港元貸款為國內業務提供資金以減低有效融資成本，持續推進經銷商融資模式。

稅務籌劃方面，本公司完成降低所得稅合理化有效稅率的可行性分析，實施更有效之稅務籌劃，所得稅有效稅率下降至29.8% (2010年有效稅率為31.9%)。

總述

於2011年內，我們不僅順利地完成了組織變革，同時亦實現了良好的業績增長。歷經2011年的變革，2012年需要新團隊的迅速融合、通路管道的迅速融合、系統資源的迅速融合。形成聚力之勢，馳騁於市場，讓我們業務成長繼續保持較高增速，讓本公司價值得到進一步提升。

財務回顧

本集團截至2011年12月31日止年度分部業績的補充資料連比較數字載列如下：

	截至12月31日止年度	
	2011	2010
	%	%
按業務類別劃分之銷量增長：		
— 飲料(標箱)	17.3	14.4
— 酒類(瓶)	-2.1	-18.4
— 廚房食品(噸)	28.9	25.6
— 休閒食品(噸)	19.1	8.0
按業務類別劃分之收入增長：		
— 飲料	32.8	11.6
— 酒類	18.6	-2.6
— 廚房食品	57.5	38.9
— 休閒食品	14.4	10.9
分部業績對收入比率：		
— 飲料	5.1	6.6
— 酒類	17.1	11.7
— 廚房食品	1.2	0.4
— 休閒食品	-14.4	-13.8
有效稅率(附註1)	29.8	31.9

附註：

1. 本集團有效稅率乃按稅項除以經調整除稅前溢利(不包括分佔聯營公司溢利貢獻)計算。

收入

於本年內，本集團之總收入較去年增加約40.4%，原因綜合如下：

- 廚房食品分部之銷量及銷售收入出現爆發性增長，乃由於加強渠道滲透及建設、產品力提升，市場份額明顯提高；
- 飲料分部之銷量之增長勢頭強勁，主要由於渠道與市場開發策略的有效執行。同時，通過優化價格管理及改善產品結構，產品單箱銷售收入同比提高；
- 酒類分部積極優化其產品組合，主要為核心產品類如「長城桑干」酒莊系列、「君頂酒莊」系列及「長城天賦葡園」系列採用新銷售及分銷模式下收入錄得增長，並蓋過了整體銷量小幅下跌之影響，因去年銷量部份反映了舊銷售及分銷模式下之經營成果；及
- 休閒食品分部之銷售數字有所改善，乃由於反映新品上市、加強渠道滲透及建設的成效。

毛利率

年內整體毛利率由25.5%下降至23.8%，主要由於毛利率較低的廚房食品分部在本年收入中權重上升所致。

酒類分部，通過持續推進高端產品長城桑干酒莊酒的銷售，並成功將中高端產品長城天賦葡園系列產品鋪市，引領酒類業務銷售收入隨毛利率提升，毛利率上升約4.9個百分點。

廚房食品分部，針對國家對小包裝油保供穩價的政策要求，本公司積極響應並預先提高存貨水平，落實保障供應同時爭取國家保障供應資源及本公司積極優化產品結構。

飲料分部，通過優化價格管理及改善產品結構，部分覆蓋了主要原材料成本上漲壓力。我們持續採用靈活的採購策略、加強成本及費用預算管理及提高費用的使用效率等措施。

故此，廚房食品分部及飲料分部毛利率僅僅輕微下降。

但小規模之休閒食品分部毛利率下降是由於其受主要原材料及包裝材料成本價格上升壓力所致。

銷售及分銷成本

整體銷售及分銷成本增長26.5%，低於收入增長幅度。整體銷售及分銷成本對收入之比率有所下跌，主要是由於各業務分部規模之營運杠杆效益及緊縮銷售及分銷成本所致並尚有持續改善空間。

行政開支

整體行政開支增長25.6%，低於收入增長幅度。儘管管理職能整體擴大、中國及海外新附屬公司之前期營運開支及購股權費用增加致使行政開支增加，行政開支對收入之比率卻有所下跌，主要是由於各業務分部規模之營運杠杆效益所致。

融資成本

整體融資成本下跌18.5%，主要由於持續提升資金集中管理的廣度和深度，通過資金池進行資金調劑，節約財務費用。

應佔聯營公司溢利

應佔聯營公司溢利輕微上升2.2%主要由於其受主要原材料及包裝材料成本價格上升壓力所致。

所得稅支出

本公司完成降低所得稅合理化有效稅率的可行性分析，實施稅務籌劃方案，年內所得稅有效稅率下降至29.8%下跌2.1個百分點乃由於稅務籌劃改進所致。

由於不確定若干附屬公司長期虧損之減免稅項性質，總部及若干業務單位公司開支為非減免稅項性質及中國及海外新附屬公司之前期營運開支等因素的綜合影響，有效稅率仍然高於中國法定稅率，但根據集團稅務籌劃有可預見改善空間。

流動資金及財務資源

本公司之庫務部門制定財務風險管理程序，並由本公司高級管理層定期審閱。該庫務部門集中管理包括利率及匯率風險在內之財務風險、重新分配本集團之財務資源盈餘及為本集團爭取有成本效益之資金，並抓緊提高收益之機遇。庫務部門定期及密切監察其整體現金及債務狀況、積極檢討其融資成本及到期情況以方便於適當情況下再融資。

於2011年12月31日，本集團之無抵押現金及現金等值項目合共約為17.90億港元(2010年12月31日：約17.41億港元)，本集團之流動資產淨值約為18.30億港元(2010年12月31日：約15.25億港元)。

於本年內，由於準備在中國農曆新年銷售旺季帶來的經營資金的改變，經營活動產生之淨現金流入約為6.66億港元(2010年：約1.25億港元)而融資成本、所得稅支出、折舊、其他無形資產攤銷、確認預付土地金及應佔聯營公司溢利前的利潤則約為15.96億港元(2010年：約12.09億港元)。

經考慮正常情況下之經營活動現金流、無抵押現金及銀行存款及現時可供本集團使用之銀行及其他借貸及銀行授信，管理層相信，本集團有充足財務資源清還債務，為其日常業務營運、資本開支及未來業務發展項目提供資金。

持有至到期投資指預期贖回日期為未來兩年期內或三年期內之公司債券(購入時計算)。本公司並無抵押擔保證券、抵押債務承擔或類似資產類別之風險。

本集團之貨幣資產、負債及交易主要以人民幣、港元及美元計值。管理層認為，本集團所承受之匯率下行風險不大。

為了就原材料價格大幅上漲及利率波動所產生之風險並對現金流量作出對沖，本公司審慎規劃於適當情況下利用衍生工具(主要為期貨合約及利率掉期)，以達致財務風險管理目的。本公司絕對禁止為投機目的而參與衍生工具交易及將流動資金投資於具重大相關杠杆作用或衍生工具風險之財務產品。

資本結構

於本年度，本公司之已發行股份總數因本集團若干僱員行使其於2007年獲授的購股權而增加432,000股股份。於2011年12月31日，本公司之已發行股份總數為2,792,891,756股股份。

於2011年12月31日，本集團之借貸包括若干計息銀行貸款約為17.61億港元(2010年12月31日：約14.87億港元)及其他貸款約為5,600萬港元(2010年12月31日：約2,900萬港元)。

銀行貸款按介乎0.61厘至4.63厘之年利率計息(2010年12月31日：介乎0.72厘至5.31厘)。其他貸款按6.1厘之年利率計息(2010年12月31日：4.59厘)。

於2011年12月31日，母公司擁有人應佔淨資產約為66.70億港元(2010年12月31日：約59.47億港元)，本集團淨借貸(無抵押現金及現金等值項目減計息銀行借貸及其他借貸)約為2,700萬港元(2010年12月31日：淨現金約2.25億港元)及淨債務比率約0.4%(淨借貸比母公司擁有人應佔淨資產比率)(2010年12月31日：為淨現金，故不適用)。

或然負債及資產抵押

於2011年12月31日，本集團並無任何重大或然負債。

於2011年12月31日，本集團若干銀行貸款乃以本集團賬面淨值總額約1.18億港元(2010年12月31日：約1.68億港元)之若干物業和定期存款作抵押。

僱員和薪酬政策

於2011年12月31日，本集團於中國內地及香港共僱用約17,546名僱員(2010年12月31日：16,027名)。本集團根據僱員之崗位、表現、經驗及現時市場慣例釐定僱員薪酬，並提供管理及專業培訓予僱員。本集團透過豁免強制性公積金職業退休計劃或強制性公積金計劃為在香港的僱員提供退休福利，並提供人壽保險及醫療保險；及為中國內地僱員提供中國法律要求的基本社會保險及住房公積金。此等福利計劃之詳情載於2011年年報內。

本公司的購股權計劃(「購股權計劃」)於2006年11月21日獲採納，為期十年，旨在依據僱員個別表現獎勵本集團合資格僱員(包括本公司執行董事及非執行董事)。

於2011年1月1日，本公司尚未行使之購股權總數為16,344,500份。年內，本公司根據購股權計劃之條款授出30,880,000份購股權，惟合共855,400份購股權已註銷及合共412,600份購股權已失效。此外，本公司因一名前董事及一名前僱員行使購股權而配發合共432,000股股份。因此，於2011年12月31日，本公司尚未行使之購股權總數有45,524,500份。

末期股息

董事會建議宣派截至2011年12月31日之末期股息每股4.25港仙(2010年：3.21港仙)。中期股息每股4.07港仙已於2011年10月21日(星期五)派發(2010年：2.30港仙)。待股東於2012年6月1日(星期五)舉行之股東周年大會上批准後，年內之合計現金股息將為每股8.32港仙(2010年：5.51港仙)。建議之末期股息將於2012年6月29日(星期五)，向於2012年6月18日(星期一) (「登記日」)名列本公司股東名冊內之本公司股東支付。

根據全部於2008年1月1日起執行的中華人民共和國國家稅務總局發出日期為2009年4月22日之《關於境外註冊中資控股企業依據實際管理機構標準認定為居民企業有關問題的通知》、《中華人民共和國企業所得稅法》(「《企業所得稅法》」)及《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，本公司是境外註冊並且(其中包括)由一家中資企業控股的公司，很可能被認定為中國居民企業。如是者，本公司可能需要向除依法在中國境內成立，或者依照外國(或地區)法律成立但實際管理機構在中國境內的企業(該等企業在《企業所得稅法》中所定義為居民企業)之外的企業股東派發末期股息時代扣10%的企業所得稅。代扣代繳企業所得稅是本公司的義務。

對於在登記日名列本公司股東名冊的所有以非個人名義登記的股東(包括香港中央結算(代理人)有限公司，企業代理人或受託人如證券公司及銀行、其他組織或團體等皆被視為企業股東)，本公司將於扣除10%的企業所得稅後派發末期股息；對於在登記日名列本公司股東名冊的所有自然人股東，本公司將不就應付的末期股息代扣代繳所得稅。

如任何名列本公司股東名冊上的企業股東認為其為居民企業而不希望本公司代扣代繳上述10%的企業所得稅，請不遲於2012年6月14日(星期四)下午四時正向本公司在香港的股份過戶登記分處卓佳廣進有限公司(地址為香港皇后大道東28號金鐘滙中心26樓)呈交其主管稅務機關所出具以證明本公司毋須就其所享有之股息代扣代繳企業所得稅之文件。

如任何人需更改股東身份，請向代理人或信託機構查詢相關手續。本公司將嚴格根據相關法律及有關政府部門的要求並依照於登記日載於本公司股東名冊的資料代扣代繳非居民企業股東的企業所得稅。

假若本公司不被認定為中國居民企業，因而不需代扣企業所得稅，而該等稅款依然是在本公司的保管之中，在法律允許的情況下，本公司將促使該等根據以上安排代扣的稅款退還給相關企業股東。本公司將適時就該等事項發出公告。

暫停辦理過戶登記手續

為釐定股東出席即將舉行的股東周年大會並於會上投票之資格，本公司將於2012年5月31日(星期四)至2012年6月1日(星期五)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續。為符合資格出席即將舉行的股東周年大會並於會上投票，所有辦理登記的股份過戶文件連同有關股票最遲須於2012年5月30日(星期三)下午四時正前送達本公司在香港的股份過戶登記分處卓佳廣進有限公司，地址為香港皇后大道東28號金鐘滙中心26樓。

為釐定股東獲派建議之末期股息之權利，本公司將於2012年6月15日(星期五)至2012年6月18日(星期一)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續。除淨日為2012年6月13日(星期三)。為符合資格獲派建議之末期股息，所有辦理登記的股份過戶文件連同有關股票最遲須於2012年6月14日(星期四)下午四時正前送達本公司在香港的股份過戶登記分處卓佳廣進有限公司，地址為香港皇后大道東28號金鐘滙中心26樓。

企業管治常規守則

董事會認為於整個年度內，本公司一直遵守《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄十四所載《企業管治常規守則》之原則及守則條文，惟董事會主席因處理其他事務未能出席2011年6月8日舉行的股東周年大會。有關企業管治工作詳情將載於2011年年報的企業管治報告內。

董事及有關僱員進行證券交易

本公司已採納上市規則附錄十所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「標準守則」）作為董事進行證券交易之操守守則。經本公司作出具體查詢後，所有董事確認彼等於整個年度內一直遵守標準守則所載列之規定標準。

本公司亦已就有關僱員進行本公司證券交易採納一套根據標準守則而編製的有關僱員進行證券交易守則（「僱員交易守則」）。可能擁有有關本集團未公開發佈的股價敏感資料的有關僱員必須就進行本公司證券交易遵守僱員交易守則。僱員交易守則之條款不遜於標準守則所載列之規定標準。年內，概無從任何該等僱員收到違規報告。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

年內，本公司及其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

刊登全年業績及年報

本業績公告於香港聯合交易所有限公司披露易網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.chinafoodsltd.com)上刊登。2011年年報將於適當時候在上述網站上刊登，並寄發予本公司股東。

股份買賣停牌及復牌

應本公司的要求，本公司的股份已於2012年3月30日下午一時起暫停在香港聯合交易所有限公司買賣，待刊發本公告。本公司已申請本公司股份在2012年4月2日(星期一)上午九時起在香港聯合交易所有限公司復牌交易。

承董事會命
中國食品有限公司
董事總經理
樂秀菊

香港，2012年3月30日

於本公告日期，本公司的執行董事為遲京濤先生、樂秀菊女士、寧高寧先生、麥志榮先生及張振濤先生；非執行董事為柳丁女士、馬建平先生及吳文婷女士；以及獨立非執行董事為祈立德先生 (Mr. Stephen Edward Clark)、李鴻鈞先生及袁天凡先生。