

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)

截至二零一五年六月三十日止六個月 中期業績公佈

摘要

千美元	截至6月30日止3個月			截至6月30日止6個月		
	2015年	2014年	變動	2015年	2014年	變動
• 營業額	2,549,223	2,722,649	↓ 6.37%	4,870,402	5,504,418	↓ 11.52%
• 毛利率(%)	34.02%	31.78%	↑ 2.24 個百分點	32.89%	31.07%	↑ 1.82 個百分點
• 集團毛利	867,179	865,393	↑ 0.21%	1,602,049	1,710,493	↓ 6.34%
• 扣除利息、稅項、 折舊及攤銷前盈利 (EBITDA)	349,914	339,228	↑ 3.15%	679,638	703,414	↓ 3.38%
• 本期溢利	139,515	164,129	↓ 15.00%	273,292	336,999	↓ 18.90%
• 本公司股東應佔溢利	90,645	103,547	↓ 12.46%	197,659	231,906	↓ 14.77%
• 每股溢利(美仙)						
基本	1.62	1.85	↓ 0.23 美仙	3.53	4.14	↓ 0.61 美仙
攤薄	1.62	1.84	↓ 0.22 美仙	3.52	4.13	↓ 0.61 美仙

於2015年6月30日之現金及現金等值物為1,315,889千美元，相較2014年12月31日增加132,786千美元，淨負債與資本比率為0.40倍。

二零一五年中期業績

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2015年6月30日止6個月未經審核之簡明綜合中期業績報告連同2014年相對期間之較數據。本集團2015年中期業績報告未經審核，惟已獲本公司之審核委員會審閱。

簡明綜合收益表

截至2015年6月30日止3個月及6個月

		2015年 4至6月 (未經審核) 千美元	2015年 1至6月 (未經審核) 千美元	2014年 4至6月 (未經審核) 千美元	2014年 1至6月 (未經審核) 千美元
營業額	2	2,549,223	4,870,402	2,722,649	5,504,418
銷售成本		(1,682,044)	(3,268,353)	(1,857,256)	(3,793,925)
毛利		867,179	1,602,049	865,393	1,710,493
其他收益及其他淨收入		70,877	95,926	76,865	109,774
分銷成本		(533,140)	(964,075)	(591,573)	(1,105,475)
行政費用		(91,765)	(174,125)	(86,670)	(168,770)
其他經營費用		(94,254)	(131,957)	(42,011)	(69,685)
財務費用	5	(15,882)	(30,890)	(10,039)	(20,900)
應佔聯營及合營公司業績		6,132	9,829	7,929	9,472
除稅前溢利	5	209,147	406,757	219,894	464,909
稅項	6	(69,632)	(133,465)	(55,765)	(127,910)
本期溢利		<u>139,515</u>	<u>273,292</u>	<u>164,129</u>	<u>336,999</u>
期內應佔溢利					
本公司股東		90,645	197,659	103,547	231,906
少數權益股東		48,870	75,633	60,582	105,093
本期溢利		<u>139,515</u>	<u>273,292</u>	<u>164,129</u>	<u>336,999</u>
每股溢利	7				
基本		<u>1.62美仙</u>	<u>3.53美仙</u>	<u>1.85美仙</u>	<u>4.14美仙</u>
攤薄		<u>1.62美仙</u>	<u>3.52美仙</u>	<u>1.84美仙</u>	<u>4.13美仙</u>

簡明綜合全面收益表

截至2015年6月30日止3個月及6個月

	2015年 4至6月 (未經審核) 千美元	2015年 1至6月 (未經審核) 千美元	2014年 4至6月 (未經審核) 千美元	2014年 1至6月 (未經審核) 千美元
本期溢利	139,515	273,292	164,129	336,999
其他全面(虧損)收益				
其後可被重分類至損益賬中的項目：				
滙兌差額	(3,809)	(5,607)	12,159	(104,649)
可供出售金融資產公允值之變動	5,559	6,260	—	—
於期內出售可供出售金融資產之 重分類調整	(5,736)	(5,736)	—	—
本期其他全面(虧損)收益	(3,986)	(5,083)	12,159	(104,649)
本期全面收益總額	<u>135,529</u>	<u>268,209</u>	<u>176,288</u>	<u>232,350</u>
應佔全面收益				
本公司股東	88,803	195,559	113,084	155,335
少數權益股東	46,726	72,650	63,204	77,015
	<u>135,529</u>	<u>268,209</u>	<u>176,288</u>	<u>232,350</u>

簡明綜合財務狀況表

於2015年6月30日

		2015年 6月30日 (未經審核)	2014年 12月31日 (已經審核)
	附註	千美元	千美元
資產			
非流動資產			
物業、機器及設備		5,837,941	5,859,905
土地租約溢價		741,528	737,387
無形資產		26,928	27,305
聯營公司權益		34,621	31,973
合營公司權益		81,348	74,153
可供出售金融資產		92,503	79,052
遞延稅項資產		52,502	53,009
		<u>6,867,371</u>	<u>6,862,784</u>
流動資產			
按公允價值列賬及在損益賬處理的金融資產		2,800	2,352
存貨		435,911	386,958
應收賬款	9	295,411	238,239
預付款項及其他應收款項		516,359	532,621
抵押銀行存款		20,992	12,203
銀行結餘及現金		1,294,897	1,170,900
		<u>2,566,370</u>	<u>2,343,273</u>
總資產		<u><u>9,433,741</u></u>	<u><u>9,206,057</u></u>

		2015年 6月30日 (未經審核) 千美元	2014年 12月31日 (已經審核) 千美元
	附註		
股東權益及負債			
股本及儲備			
發行股本		28,019	28,019
股份溢價		65,686	65,421
儲備		2,941,920	2,940,117
本公司股東應佔股本及儲備總額		<u>3,035,625</u>	<u>3,033,557</u>
少數股東權益		<u>1,095,018</u>	<u>1,062,107</u>
股東權益總額		<u>4,130,643</u>	<u>4,095,664</u>
非流動負債			
長期有息借貸		1,239,214	1,246,720
員工福利責任		29,860	28,702
遞延稅項負債		216,119	198,487
		<u>1,485,193</u>	<u>1,473,909</u>
流動負債			
應付賬款	10	1,174,324	896,131
其他應付款項及已收押金		1,242,454	1,233,472
有息借貸之即期部分		1,288,489	1,382,034
客戶預付款項		55,477	100,522
稅項		57,161	24,325
		<u>3,817,905</u>	<u>3,636,484</u>
總負債		<u>5,303,098</u>	<u>5,110,393</u>
股東權益及負債		<u>9,433,741</u>	<u>9,206,057</u>
淨流動負債		<u>(1,251,535)</u>	<u>(1,293,211)</u>
總資產減流動負債		<u>5,615,836</u>	<u>5,569,573</u>

簡明綜合股東權益變動表

2015年6月30日止6個月

	本公司股東權益					
	發行股本	股份溢價	儲備	股本及儲備	少數	股東
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	股東權益	權益總額
千美元	千美元	千美元	千美元	(未經審核)	(未經審核)	
	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元
於2014年1月1日	27,982	53,431	2,798,879	2,880,292	1,046,095	3,926,387
本期溢利	—	—	231,906	231,906	105,093	336,999
其他全面虧損						
匯兌差額	—	—	(76,571)	(76,571)	(28,078)	(104,649)
其他全面虧損總額	—	—	(76,571)	(76,571)	(28,078)	(104,649)
本期全面收益總額	—	—	155,335	155,335	77,015	232,350
與本公司股東之交易						
投資與分配						
權益結算股份支付之款項	—	—	7,206	7,206	—	7,206
根據購股權計劃發行之股份	17	5,504	(1,331)	4,190	—	4,190
已批准及派發2013年末期股息	—	—	(204,324)	(204,324)	(38,504)	(242,828)
與本公司股東之交易總額	17	5,504	(198,449)	(192,928)	(38,504)	(231,432)
於2014年6月30日	27,999	58,935	2,755,765	2,842,699	1,084,606	3,927,305

本公司股東權益

	發行股本 (未經審核) 千美元	股份溢價 (未經審核) 千美元	儲備 (未經審核) 千美元	股本及儲備 (未經審核) 千美元	少數 股東權益 (未經審核) 千美元	股東 權益總額 (未經審核) 千美元
於2015年1月1日	28,019	65,421	2,940,117	3,033,557	1,062,107	4,095,664
本期溢利	—	—	197,659	197,659	75,633	273,292
其他全面虧損						
匯兌差額	—	—	(2,624)	(2,624)	(2,983)	(5,607)
可供出售金融資產 公允值之變動	—	—	6,260	6,260	—	6,260
於期內出售可供出售金融資產 之重分類調整	—	—	(5,736)	(5,736)	—	(5,736)
其他全面虧損總額	—	—	(2,100)	(2,100)	(2,983)	(5,083)
本期全面收益總額	—	—	195,559	195,559	72,650	268,209
與本公司股東之交易						
<i>投資與分配</i>						
權益結算股份支付之款項	—	—	6,436	6,436	—	6,436
根據購股權計劃發行之股份	2	698	(127)	573	—	573
已批准及派發2014年末期股息	—	—	(200,067)	(200,067)	(39,739)	(239,806)
股本回購	(2)	(433)	2	(433)	—	(433)
與本公司股東之交易總額	—	265	(193,756)	(193,491)	(39,739)	(233,230)
於2015年6月30日	28,019	65,686	2,941,920	3,035,625	1,095,018	4,130,643

簡明綜合現金流量表

截至2015年6月30日止6個月

	2015年 1至6月 (未經審核) 千美元	2014年 1至6月 (未經審核) 千美元
經營活動		
經營活動所得現金	938,250	1,159,210
已繳中國企業所得稅	(82,283)	(110,132)
已繳利息	(30,242)	(20,278)
經營活動所得現金淨額	825,725	1,028,800
投資活動		
利息收入	24,878	35,766
購入可供出售金融資產	(23,602)	(29,058)
購入物業、機器及設備	(299,278)	(603,312)
已付土地租約溢價	(55,812)	(32,201)
出售一間附屬公司所得現金淨額	—	19,823
其他	3,162	14,172
投資活動動用現金淨額	(350,652)	(594,810)
融資活動		
股息發放—本公司股東權益	(200,067)	(204,324)
股息發放—少數股東權益	(39,739)	(38,504)
新增銀行貸款	509,635	541,052
償還銀行貸款	(640,696)	(380,101)
其他	30,140	4,190
融資活動動用現金淨額	(340,727)	(77,687)
現金及現金等值物之增加	134,346	356,303
於1月1日之現金及現金等值物	1,183,103	1,249,890
匯率變動之影響	(1,560)	(29,202)
於6月30日之現金及現金等值物	<u>1,315,889</u>	<u>1,576,991</u>
現金及現金等值物結餘分析：		
銀行結餘及現金	1,294,897	1,553,051
抵押銀行存款	20,992	23,940
	<u>1,315,889</u>	<u>1,576,991</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布之香港會計準則第34號(「中期財務報告」)編製，此簡明帳目須與截至2014年12月31日止年度之帳目一並閱覽。除採納對本集團運作有關及於2015年1月1日開始生效之本集團年度財務報表之新訂及經修訂香港財務報告準則及註釋外，編製此簡明中期帳目採用之會計政策及計算方法與編製本集團截至2014年12月31日止年度之帳目所採用者一致。

香港會計準則第19號之修訂本(2011) 界定福利計劃一員工供款
 香港財務報告準則 2010年至2012年週期之年度改進
 香港財務報告準則 2011年至2013年週期之年度改進

採納該等經修訂之香港財務報告準則及註釋並無導致本集團之會計政策以及就本期及以往期間匯報之金額出現重大變動。

2. 營業額

本集團之營業額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

分部業績

	截至2015年6月30日止6個月					
	方便麵	飲品	方便食品	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
營業額						
外來客戶收益	1,792,100	2,961,883	66,798	49,621	—	4,870,402
分部間之收益	37	226	88	63,371	(63,722)	—
分部營業額	<u>1,792,137</u>	<u>2,962,109</u>	<u>66,886</u>	<u>112,992</u>	<u>(63,722)</u>	<u>4,870,402</u>
分部業績(已扣除財務費用)	219,749	188,809	(6,749)	(4,299)	579	398,089
應佔聯營公司及 合營公司業績	—	14,035	(4,206)	—	—	9,829
未分配之淨支出	—	—	—	(1,161)	—	(1,161)
除稅前溢利(虧損)	<u>219,749</u>	<u>202,844</u>	<u>(10,955)</u>	<u>(5,460)</u>	<u>579</u>	<u>406,757</u>
稅項	(66,538)	(65,791)	—	(1,136)	—	(133,465)
本期之溢利(虧損)	<u>153,211</u>	<u>137,053</u>	<u>(10,955)</u>	<u>(6,596)</u>	<u>579</u>	<u>273,292</u>

3. 分部資料(續)

分部業績(續)

	截至2014年6月30日止6個月					
	方便麵	飲品	方便食品	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
營業額						
外來客戶收益	2,033,801	3,332,107	89,615	48,895	—	5,504,418
分部間之收益	25	381	57	44,302	(44,765)	—
分部營業額	<u>2,033,826</u>	<u>3,332,488</u>	<u>89,672</u>	<u>93,197</u>	<u>(44,765)</u>	<u>5,504,418</u>
分部業績(已扣除財務費用)	220,860	251,593	(5,698)	(8,365)	(841)	457,549
應佔聯營公司及 合營公司業績	—	14,911	(5,439)	—	—	9,472
未分配之淨支出	—	—	—	(2,112)	—	(2,112)
除稅前溢利(虧損)	220,860	266,504	(11,137)	(10,477)	(841)	464,909
稅項	(59,630)	(69,494)	485	729	—	(127,910)
本期之溢利(虧損)	<u>161,230</u>	<u>197,010</u>	<u>(10,652)</u>	<u>(9,748)</u>	<u>(841)</u>	<u>336,999</u>

分部資料按內部慣常呈報給本公司之營運決策者之財務資料編製，營運決策者並依據該等資料作出經營分部資源分配決定及評估表現。本集團之執行董事就經營分部之扣除稅項，應佔聯營公司及合營公司業績及未分配之淨支出前的溢利(虧損)，用作資源分配及表現評估用途。

分部資產

	截至2015年6月30日					
	方便麵	飲品	方便食品	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	3,322,323	5,293,230	140,589	1,295,463	(829,136)	9,222,469
聯營公司權益	—	34,224	397	—	—	34,621
合營公司權益	—	68,803	12,545	—	—	81,348
未分配資產						95,303
資產總額						<u>9,433,741</u>
分部負債	768,053	3,326,978	49,154	1,899,173	(770,120)	5,273,238
未分配負債						29,860
負債總額						<u>5,303,098</u>

3. 分部資料(續)

分部資產(續)

	截至2014年12月31日					
	方便麵	飲品	方便食品	其他	內部沖銷	綜合
	(已經審核)	(已經審核)	(已經審核)	(已經審核)	(已經審核)	(已經審核)
	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元
分部資產	3,446,274	5,227,348	160,291	1,340,036	(1,155,422)	9,018,527
聯營公司權益	—	30,646	1,327	—	—	31,973
合營公司權益	—	58,346	15,807	—	—	74,153
未分配資產						81,404
資產總額						9,206,057
分部負債	1,041,013	3,311,438	62,817	1,766,568	(1,100,145)	5,081,691
未分配負債						28,702
負債總額						5,110,393

分部資產包括除聯營公司權益、合營公司權益及未分配資產外的所有資產。分部負債包括除員工福利責任之相關負債外的所有負債。

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，普遍預期較高營業額。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

經扣除下列項目後：

	2015年 4至6月 (未經審核) 千美元	2015年 1至6月 (未經審核) 千美元	2014年 4至6月 (未經審核) 千美元	2014年 1至6月 (未經審核) 千美元
財務費用				
須於五年內悉數償還之銀行及 其他貸款之利息支出	15,882	30,890	10,039	20,900
其他項目				
折舊	131,066	258,005	125,671	249,288
攤銷	6,873	8,864	2,058	4,083

6. 稅項

	2015年 4至6月 (未經審核) 千美元	2015年 1至6月 (未經審核) 千美元	2014年 4至6月 (未經審核) 千美元	2014年 1至6月 (未經審核) 千美元
本期間稅項－中國企業所得稅				
本期間	59,698	115,151	44,488	109,008
遞延稅項				
產生及轉回之暫時差異淨額	2,619	4,695	3,694	1,461
按本集團於中國之附屬公司 可供分配利潤之預提稅	7,315	13,619	7,583	17,441
本期間稅項總額	<u>69,632</u>	<u>133,465</u>	<u>55,765</u>	<u>127,910</u>

開曼群島並不對本公司及本集團之收入徵收任何稅項。

由於本集團之公司於截止2015年及2014年6月30日止6個月內錄得稅項虧損或並無任何香港利得稅應課稅利潤，因此並未為香港利得稅計提撥備。

於中國的附屬公司，其中國企業所得稅法定稅率為25%（2014年：25%）。

根據財政部、海關總署與國家稅務總局聯合發佈的《關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知》（財稅[2011]58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2011年至2020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%（2014年：15%）。

根據企業所得稅法，外國投資者從位於中國的外商投資企業所獲得的股息須按照10%的稅率徵收預提稅。該規定於2008年1月1日起生效，適用於2007年12月31日後始累計可供分配利潤。倘中國政府與該外國投資者所處國家或地區政府存在稅收安排，可適用較低稅率。本集團適用稅率為10%。本集團根據各中國附屬公司於2007年後賺取並預期在可見將來中的可供分配利潤的50%而計提相關的遞延稅項負債。若將本集團各中國附屬公司所剩餘50%於2007年後賺取之利潤並預期在可見將來中將不作分配之利潤部分作為分配，此舉須受額外徵稅。由本公司之中國附屬公司所持有之聯營公司和合營公司則不需提列預提稅項。

7. 每股溢利

(a) 每股基本溢利

	2015年 4至6月 (未經審核)	2015年 1至6月 (未經審核)	2014年 4至6月 (未經審核)	2014年 1至6月 (未經審核)
本公司股東期內應佔溢利(千美元)	90,645	197,659	103,547	231,906
已發行普通股之加權平均股數(千股)	5,604,059	5,604,034	5,597,817	5,597,133
每股基本溢利(美仙)	1.62	3.53	1.85	4.14

(b) 每股攤薄溢利

	2015年 4至6月 (未經審核)	2015年 1至6月 (未經審核)	2014年 4至6月 (未經審核)	2014年 1至6月 (未經審核)
本公司股東期內應佔溢利(千美元)	90,645	197,659	103,547	231,906
普通股加權平均數(攤薄)(千股)				
已發行普通股之加權平均股數	5,604,059	5,604,034	5,597,817	5,597,133
本公司購股權計劃之影響	8,137	8,906	18,815	18,420
用於計算每股攤薄溢利之 普通股加權平均數	5,612,196	5,612,940	5,616,632	5,615,553
每股攤薄溢利(美仙)	1.62	3.52	1.84	4.13

8. 股息

董事會決議不擬派發截至2015年6月30日止6個月之股息(2014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)於結算日按發票日期編製之賬齡分析列示如下：

	2015年 6月30日 (未經審核) 千美元	2014年 12月31日 (已經審核) 千美元
0至90天	284,156	216,763
90天以上	11,255	21,476
	295,411	238,239

10. 應付賬款

應付賬款於結算日按發票日期編製之賬齡分析列示如下：

	2015年 6月30日 (未經審核) 千美元	2014年 12月31日 (已經審核) 千美元
0至90天	1,144,217	863,205
90天以上	30,107	32,926
	<u>1,174,324</u>	<u>896,131</u>

11. 有關中期業績報告之批准

於2015年8月24日，董事會批准此2015年中期業績報告。

管理層討論與分析

2015年上半年中國經濟處於穩緩的新常態，GDP同比成長7.0%為6年來的較低水平，中國食品飲料行業回歸到滿足大眾消費者安心、實惠等基本的需求層面，消費意願仍趨於保守，主要品類產品成長趨緩。但隨著富裕的中產階級崛起，中國消費兩極化的態勢將更趨明顯。市場一方面因應消費大眾的需求而出現了多元化、流行化、實惠化的產品，另一方面針對富裕中產階級所推出的個性化、高檔化、健康化商品也拉抬了一定的消費需求。同時，大宗原物料採購價格的下降亦給予行業提升獲利的機會。總體而言，我們對下半年食品飲料行業的經營前景仍抱持審慎樂觀的態度。

本集團為中國方便麵與飲料的領導企業，以提供廣泛消費者多元齊全，安心美味的產品與服務為經營原則。策略上藉由強大的業務執行團隊與價值鏈體系全面的e化，進一步穩固金牛產品的市場地位，並透過產品的延伸與升級，來滿足消費者更多元，更高端的需求。此外，在佈局集團未來的成長發展部分，除了積極引入國際聯盟夥伴的創新產品，品牌與品質的管理技術與通路經營的資源外，也透過人才與組織的世代交替，讓事業未來的發展更具持續性。

2015年上半年本集團的營業額同比下跌11.52%至4,870,402千美元，方便麵及飲品的營業額分別同比下跌11.88%及11.11%，但集團整體和各事業營業額第二季度的同比衰退幅度已較第一季同比衰退幅度有所減緩。期內受惠部份主要原材料價格下跌，優化產品組合及精進生產作業，令毛利率得以改善，上半年集團毛利率同比上升1.82個百分點至32.89%，第二季度集團毛利率同比上升2.24個百分點至34.02%，環比上升2.36個百分點。於消費趨於保守的情況下，本集團戮力善控營運成本，期內分銷成本佔營業額的比率為19.79%，同比減少0.29個百分點；本集團於2015年上半年之EBITDA同比下跌3.38%至679,638千美元，主要是因為整合費用同比上升所致，但EBITDA率同比上升1.18個百分點至13.95%；股東應佔溢利同比下跌14.77%至197,659千美元，淨利潤率為4.06%，同比下跌0.15個百分點，每股溢利下降0.61美仙至3.53美仙。

方便麵事業

2015年上半年方便麵行業整體呈現量消價漲的格局，第二季度整體市場銷量同比衰退5.3%。但是本集團產品透過滿足大眾消費者多元，美味，健康的各個層面的需求，市佔連續十多年來穩居市場絕對領先地位，根據尼爾森數據顯示，2015年第二季度康師傅方便麵銷售量市佔為46.0%，銷售額市佔更高達55.2%。

2015年上半年本集團方便麵營業額為1,792,137千美元，同比下跌11.88%，佔集團營業額36.8%；得益於產品升級策略成功，加上期內棕櫚油價格仍徘徊於低位，其他原物料價格大致保持穩定，令方便麵毛利率同比上升3.01個百分點至30.3%；期內雖善控各項營運費用，但營收衰退令方便麵事業股東應佔溢利同比下降4.97%至153,211千美元，股東應佔溢利率則同比上升0.62個百分點至8.55%；第二季度股東應佔溢利為59,023千美元，同比上升1.47%，股東應佔溢利率同比上升0.87個百分點至7.45%。

考慮到方便麵的消費族群來自社會各個階層，本集團也將致力於以下策略來滿足消費者的需求：

1. 落實食品安全管理系統，提供給消費者安心的產品與服務。
2. 繼續擴大在市場主流產品上的優勢，並穩步帶動產業標準的升級。
3. 強化品牌的活力，並用心提供各階層消費者方便，美味，實惠的完美消費體驗。
4. 積極鼓勵創新，不斷推動產品、口味與包裝的創新，通路與區域發展的創新，品牌建設、管理經營與生產技術的創新，來滿足消費者與企業成長的需求。

高價麵

本集團在高價麵市場維持絕對的領導地位，策略上致力將深受消費者喜愛的主力產品持續升級，引領產業良性發展，本集團不斷透過口味和規格的延伸來滿足消費者多元化需求，取得進一步的成長，例如自主力產品「紅燒系列」延伸出的新口味紅燒排骨一推出即大受好評。此外為滿足消費者在不同時機的食用需求，更用心豐富乾拌麵、超大桶、大食代、迷你(MINI)杯等多種包裝規格的推廣，持續完善規格結構的齊全度；同時在大環境成長壓力的氛圍下，康師傅主張【堅持夢想，一路挺你】，結合畢業季的活動推廣，提升年輕族群對品牌的認同感。並借力CUBA(中國大學籃球聯賽)為籃球夢想加油，賽事推廣及主題創意線下活動展開，大大吸引了學生消費族群，進一步讓康師傅的品牌更加年輕化。

「辣系列」借力使力打造「愛情公寓番外篇」，視頻觀看量超過2億次，掀起網絡食辣新潮流話題，也連同帶動本集團方便麵在電商平台的銷售成長達181%。「酸菜系列」透過工藝的精進，以及【不止酸爽，康師傅老壇更爽】的品牌促銷活動，於酸菜口味的市佔率同比持續上升。在打鹵麵，油潑辣子酸湯麵，脆海帶香鍋牛肉麵，小雞燉蘑菇麵，鮮脆雪筍炒肉絲麵，香菇燉雞麵，鮮蝦魚板麵等七大品牌部分，除了打造「舒食及均衡」的新飲食概念，迎合消費者對豐富口味、營養健康的需求，符合社會價值和潮流，更透過「食命必達2」活動，以「好吃、好玩」為切入點，受到廣大消費者的歡迎。本集團也視新飲食系列熱銷情況，在華東，上海，北京推出「骨湯濃，味正醇」的豚骨麵，在華南推出「豐富料及濃郁口感」的什錦麵，提供給消費者更豐富的選擇。

此外，著眼於富裕中產階級對於高檔化、健康化產品日益增加的需求，本集團亦持續耕耘與開創目前規模仍小的利基型方便麵市場，並通過三大創新產品來搶攻市佔，包括因應健康訴求推出蒸熟麵的「愛鮮大餐」、標榜湯頭濃醇又不添加味精的「湯大師」、以及「珍」材質料的「珍料多」高杯麵。尤其是愛鮮大餐，於推出後在所屬商圈的銷售就SKU而言單點賣力表現十分良好可望持續拓寬康師傅新品類市場版圖，進一步鞏固康師傅在主流產品的市場地位。

中價麵／乾脆麵

根據尼爾森數據顯示，本集團中價麵產品第二季度銷售量市佔為41.4%，穩定保持市場領先地位，展望下半年，為了滿足對方便麵有實惠需求的眾多消費者，除了將根據大宗原物料價格的變化，適度地回饋予消費者外，同時更將進行產品升級持續引領創新，如乾脆麵推出「脆旋風加青豆」的升級產品，帶給消費者更豐富多元的產品選擇。

方便食品事業

受中國經濟增速放緩及傳統餅乾市場持續低迷影響，行業內各廠家經營環境仍面臨較大挑戰。根據尼爾森數據顯示，以銷售額為基準，2015年康師傅蛋酥卷第二季度市佔率為19.5%，居市場第一；夾心餅乾市佔率為13.1%，居市場第二。整體方便食品事業2015年上半年銷售額為66,886千美元，同比衰退25.41%，佔集團總營業額1.37%。期內，雖嚴控銷管費用，但受核心糕餅業務銷量下滑，以及認列方便食品新事業投資損失，致方便食品事業2015年上半年整體仍錄得10,955千美元之虧損，但第二季度整體虧損金額已較去年同期縮減。為因應上述經營環境，本集團將聚焦在以下的策略：

1. 聚焦夾心餅乾、妙芙蛋糕、蛋酥卷等主力產品，藉由產品高端化、包裝規格多樣化等種種升級與創新，進一步提升市場份額及綜合毛利。
2. 通過供應鏈佈局的優化，以及自動化、省人化的系統引入，提高生產效率與降低成本，加強競爭力。

康師傅3+2夾心餅乾除了蘇打夾心產品精進外，也順應通路發展的潮流，與主流電商平台深度合作，舉辦「3 2 1開趴啦！」主題活動，利用微信口碑宣傳和電商入口廣告，提升品牌人氣並吸引購買，同時針對電商和便利店上市3+2分享包和陳列盒新規格產品，滿足消費者少量多樣多頻次的消費需求；康師傅妙芙配合「康師傅迷你小吃樂園」之主題於6月推出8枚入陳列盒，利用方便攜帶的單枚獨立包擴大消費者購買時機及陳列銷售，下半年更將積極籌備蛋糕新品以滿足消費者日益提升的消費需求。而康師傅蛋酥卷則將推出高端禮盒及新品，滿足對消費者送禮及高端化的消費需求。方便食品新事業部分，將著重在產業經驗的累積與學習，待確立可持續的成功商業模式後再行穩步擴張，並通過優化供應鏈精進產品組合，整合內外部資源，以達到提升效益的目標。

飲料事業

據尼爾森數據顯示，2015年第二季度中國飲料行業銷售量的增長相對減緩，同比下降2.8%，較2014年第二季度同比上升3.4%有明顯衰退。本集團在健康銷售，利潤優先的經營方針下積極調整銷售節奏，有效管理費用。2015年上半年飲品事業整體營業額為2,962,109千美元，佔集團總營業額60.82%，較去年同期下跌11.11%，主要是由於去年同期來自即飲茶及包裝水的高銷售基數及當前相對保守的消費氣氛；第二季度銷售額為1,701,856千美元，較第一季度上升35.04%。期內得益於主要原材料PET膠粒價格下跌，生產流程精進，令毛利率同比上升1.29個百分點至34.74%，第二季度毛利率同比上升1.74百分點至36.38%，環比上升3.86百分點；面對嚴峻的市場環境，我們一方面善控分銷費用，同時為布建將來更有效率的營運，於期內持續進行架構整合，因而發生一次性的整合費用，影響利潤的成長，2015年上半年飲品事業股東應佔溢利為62,163千美元，同比下跌33.22%，但第二季度同比衰退幅度已較第一季度同比衰退幅度改善。

考慮到消費需求的結構性改變，飲料事業將更加堅定強化品類齊全度，擴大經營規模的營運方針，並透過以下策略來滿足消費者與股東的期待；

1. 聚焦對即飲茶，包裝水，碳酸飲料等主力產品的經營，持續擴大市佔優勢。
2. 藉由康師傅飲品事業與百事飲品事業的合作，共享客戶、冰箱與供應鏈，快速提升終端對顧客的服務能力。
3. 積極引入國際聯盟夥伴的創新飲料品類，以及品牌與通路經營的資源。如與上海迪士尼、NBA的合作，有效塑造年輕的品牌形象。
4. 通過健康銷售模式，合理調節通路庫存，快速反應消費者需求的變化，達到優化終端產品貨齡的目的。

即飲茶

2015年第二季度本集團即飲茶(包含奶茶)銷售量市佔達56.4%，同比成長2.2個百分點，穩居市場首位。「冰茶系列」藉由口味及規格的延伸以鞏固市場地位，除了持續在北方區域推廣原已大受好評的勁涼薄荷味外，也在全國推出大受好評的青蘋果味。而規格上也由原先的PET包裝，延伸至利樂包裝及罐裝，滿足消費者多元化飲用時機的需求。此外，因為冰紅茶與佐餐的口味合適性，渠道發展部分也加速與高成長的餐飲渠道合作。此外，品牌溝通上透過啟用韓流天團EXO，以「冰力十足夠痛快」等品牌主題活動，強化年輕人的共鳴感。「綠茶系列」以「綠色」及「健康」元素強化「親近自然」的品牌主張。透過「綠動健康走」活動吸引大量崇尚樂活的消費族群。而「茉莉系列」持續深耕影視營銷，借勢《何以笙簫默》與樂視展開浪漫電影季，將品牌的「浪漫」精髓植入年輕人的流行文化，深獲消費者好評。「立頓英式果茶」則打造全新英倫風品牌，透過時尚瓶身設計，呈現年輕人心中經典時尚，底蘊創新的新英倫態度，廣受白領消費者的喜愛。

對於喜歡無糖好茶的消費族群，本集團也透過本味茶莊的產品升級，力求讓消費者體驗「本味生活，健康佐餐」的好茶好生活感覺；2015年上半年銷量同比成長85.2%，未來也會透過便利店與電商通路持續進行推廣以滿足消費者對高端即飲茶的飲用需求。

包裝水

本集團包裝水於第二季度銷售量市佔為 17.7%，居市場第二。透過全面落實供應鏈系統食品安全認證，包含 ISO 22000，NSF 認證及 IBWA 入會，讓品質優越、國際標準肯定的優水形象深入消費者心裡。強化「優水」的品質管理與水質安全，並結合公益活動成為消費者心中優質品牌形象。品牌上也聯手騰訊打造康師傅的 NBA 娛樂設計和微信平台，有效接觸消費者，提高產品知名度。渠道上持續開發特通渠道，減緩天氣對於業績達成之影響，提升生產線稼動率，另外針對高成長的外埠區域提高包裝水滲透率。

天然礦泉方面，訴求源自天然真正健康的形象已深入人心，本集團也持續推動「天天健康，家庭常備」整箱有獎的活動，積極搶攻電商，超市等生活渠道，可望在健康意識抬頭的一線城市有好的成果。

碳酸飲料

根據 Canadean 數據顯示，在可樂型碳酸飲料市場，「百事可樂」穩居市場領導地位，2015 年第二季度銷量市佔為 47.7%。「美年達」則佔果味型碳酸市場 34.6% 份額，亦為第一品牌。透過「百事挑贊由你來戰」、美年達「混出 FUN 開心範」活動，增強互動和體驗，除了提高消費者的參與度，也反應到良好的銷售成長上。

果汁

康師傅旗下果汁品牌及百事純果樂品牌第二季度銷量市佔共為 20.4%，居市場第二。「輕養果薈系列」傳達「輕養每一刻」的品牌主張，以新包裝新瓶型傳達品牌時尚養生概念，擴大消費者品牌互動，累積輕養生的品牌資產。通過海晶檸檬上市，亦為品牌打開新局勢。除注意室內飲用時機溝通，強化游泳館、百貨商場、便利店等通路推廣外，同時以試飲／派樣結合遊戲互動溝通目標消費群，使之成為時下年輕人喜愛的品牌之一。

中式果汁冰糖系列通過佟大為夫婦所演繹的 TVC 傳達品牌「清潤每一刻」年度主張，並著重溝通產品功效；康師傅果汁和筷子兄弟合作重磅推出新歌《小水果》，講述品牌核心價值「好喝的水果」，利用明星效應帶動品牌知名度，造就娛樂營銷新範例。「純果樂」則透過全線包裝升級，活化品牌形象，並上市鮮果粒「檸檬味」新口味，其健康概念也受到消費者的青睞，市場地位得以進一步鞏固。

維生素飲料

回顧近幾年，功能性飲料品類保有30%的年平均增長率，其中維生素飲料表現最為出色。本集團在第二季度也借力國際夥伴資源，在百事飲品推出「維動力」三個口味全面覆蓋各種渠道，大受消費者歡迎，並啟用韓國國民男神李敏鎬代言品牌，使其知名度飆升。康師傅飲品則推出另一款保有天然葉黃素的健康補水維生素飲料新品「水漾」，水蜜桃和檸檬兩種口味，一上市即受到消費者歡迎，後勢可期。

乳飲／乳酸菌飲料／咖啡

本集團在乳飲、乳酸菌飲料與咖啡品類部分，除強勢推廣經典奶茶核桃口味，與學生族群溝通，搶佔校園通路之外，並將借助乳飲在秋冬季節的消費曲線，以平衡集團在淡旺季的產能利用。此外，因應快速成長的乳酸菌飲料市場，本集團也順勢推出常溫乳酸菌飲料，以滿足消費者健康的飲食需求。在咖啡部分，過去5年國內即飲咖啡複合增長率高達30%，本集團借力與國際著名咖啡品牌星巴克的合作，運用自身強大的生產及銷售優勢，將更大範圍地鋪貨以穩步爭奪即飲咖啡市場份額。預計於2016年在中國上市瓶裝飲品，之後將逐步推出更多創新即飲咖啡產品，以滿足消費者對咖啡快速上升的需求。

財務運作

團在2015年上半年通過對應收、應付帳款、現金與存貨的有效控制，繼續保持穩健的財務結構。於2015年6月30日，本集團的庫存現金及銀行存款為1,315,889千美元，較2014年12月31日，增加了132,786千美元，仍保持著充足的現金持有量。本集團截止2015年6月30日的總資產及總負債分別為9,433,741千美元及5,303,098千美元，分別較2014年12月31日增加227,684千美元及192,705千美元；負債比例為56.21%，較2014年12月31日上升了0.7個百分點。

截止2015年6月30日，本集團有息借貸規模為2,527,703千美元，相較於2014年12月31日，減少了101,051千美元，貸款主要用於集團上海運籌中心之物業及生產設備的資本性開支與營運資金的需求。期內外幣與人民幣貸款的比例為93%:7%，去年年底為82%:18%。長短期貸款的比例為49%:51%，去年年底為47%:53%。

本公司於2015年8月6日發行本金總額為人民幣1,000,000,000元之票據（「票據」），該票據發行價為票據本金額的99.656%。該票據自2015年8月6日起按年息率4.375%計息，並於每年的8月6日支付一次。該票據將在2018年8月6日到期。該票據為本公司的無抵押債務。本次發行境外人民幣債券的主要目的在於置換部分銀行貸款，負債比例維持不變，並利用本集團良好的信用評級，提高直接金融比重，穩定資金來源。

期內人民幣對美元的匯率貶值了0.13%，以及歐元兌美元匯率變動，導致本集團2015年1-6月產生財務損失共29,122千美元，分別包含收益表內的23,515千美元及其他全面虧損內的5,607千美元。

2014年內，本集團為百事飲料業務的整合方案向員工提出自願優退計劃（「該計劃」），在該計劃中本集團提供方案予受影響的員工，受影響員工可以決定是否接受以離職換取方案中的福利。於2015年6月30日止6個月期間，30,000千美元的合同終止補償金已確認為費用。於2015年6月30日止，預估2015至2016年間預期可能再發生合同終止補償之或有負債總額約為44,000千美元（2014年12月31日：70,000千美元）。

另於2015年6月30日止6個月期間，本集團非附屬之百事飲料業務的合營公司和聯營公司（「合營公司和聯營公司」）亦按其營運所需執行相類似該計劃的補償計劃（「補償計劃」）。於2015年6月30日止6個月期間，本集團已承擔該補償計劃並確認11,000千美元為費用。於2015年6月30日止，本集團估計因該補償計劃可能產生但未承諾的負債約為30,000千美元。

財務比率

	2015年 6月30日	2014年 12月31日
製成品周轉期	11.83日	11.73日
應收賬款周轉期	9.92日	8.89日
流動比率	0.67倍	0.64倍
負債比率(總負債相對於總資產)	56.21%	55.51%
淨負債與資本比率(淨借貸相對於本公司股東權益比率)	0.40倍	0.48倍

人力資源

截止2015年6月30日，本集團員工人數為73,556人(2015年3月31日：76,390)。康師傅始終將培育一流人才作為集團的使命之一，與多家國內、國際知名學術機構合作，培養具國際觀的高階管理人才。

持繼完善中高階幹部的發展培育機制，深化接班人梯隊建設，落實人才招聘、選拔、培育、發展計劃。為中階管理潛力人才灌能，打造具備前瞻性與科學發展觀中階管理團隊。建立校企關係，提升僱主品牌，吸引重點高校的菁英人才，奠定企業發展的未來。

優化人力資源管理模式，充分發揮人力資源專家與業務夥伴角色，精進作業流程，增強人力資源管理效率與效能，人才與系統並重。

企業社會責任

2015年元月，「加你加年味」新春主題活動在上海啟動。由康師傅飲品攜手中國新銳導演，由當紅明星聯袂主演的系列賀歲篇《加你加年味》舉行首映，該片通過對傳統年文化的現在再演繹，來喚醒當下年輕人對年味的記憶和對傳統年俗的關注。早在2014年末，康師傅飲品就已與中國兒童少年基金會、搜狐網聯手發起留守兒童關愛活動，覆蓋中國多個省市自治區，為中國6千萬留守兒童帶去溫暖。首映禮中，康師傅飲品除了為「2015個留守兒童」實現多項新年願望、送留守兒童與父母新春團聚外，更號召康師傅三萬員工為留守兒童親筆書寫溫暖年味賀卡，讓春節充盈滿滿的年味和感動！

2015年4月，康師傅優悅與中國婦女發展基金會的「母親水窖」達成戰略合作關係，開啟「點點滴滴，優水悅人心」慈善活動，呼籲廣大消費者和企業貢獻點點滴滴的公益力量，集小善、聚大愛，為缺水地區同胞送去生命的源泉。該項目將採用多平台、線上線下聯動的方式，向消費者募集14億水滴。在線下，通過全國數十個城市的健康跑為載體；在線上，通過手機QQ甩水滴、咕咚APP、滴滴打車等多個平台開展相關活動，廣大參與者可以通過跑步里程兌換、以及線上平台的消費者互動等方式，捐出代表關愛的水滴。這些水滴將全部轉化為善款，捐助給「母親水窖」公益項目，預計首批善款將達到600萬元。

為了彌補公眾食品安全知識科普上的短板，今年5月，以安全新「食」代為主題的中國首個食品安全「視覺化」科普活動「康師傅食品安全科普創新大賽·全視覺大賽」在全國高校率先啟動。該活動是國家「2015全國食品安全宣傳周」的重要活動之一，由國務院食安辦指導，中國經濟網、中國食品科技協會、中國食品安全30人論壇共同主辦，康師傅獨家支持。大賽以「安全新「食」代」為主題，利用「視覺化」創新、創意為核心的獨特宣傳方式，徵集食品安全宣傳作品，引導和鼓勵高校學生和社會公眾廣泛參與到食品安全科普推廣活動中。6月23日，大賽的高校巡講首發儀式在北京工商大學率先發起，之後將在天津、廣州、上海等多個城市的10所高校舉辦校園巡講，30所高校進行巡展。自發佈徵集令以來，前期已徵集數百幅示範、參賽作品，後續中國食品安全30人論壇專家還將共同走進高校，結合參賽作品，與學生群體共同透視食品安全問題，並將食品安全科普作品帶到社區和中小學，增強青少年群體的食品安全意识、提高公眾對於食品安全的認知度。

今年7月11日，受颱風「燦鴻」的外圍影響，浙江省紹興市上虞區下管鎮區街道被洪水圍困，積水最深處有近2米，整個鎮被淹。康師傅「愛心加油站」即刻出發，火速前往上虞，配合紅十字會做好救災後勤工作，在下管村交通局臨時安置點提供康師傅方便麵，同時送上康師傅人的愛心與祝願。

對於812天津港爆炸事故，同在濱海開發區的本集團全體員工感同身受，積極配合政府投入搶險救災工作，第一時間向災區送去了大量物資，包括飲用水、餅乾、方便麵等，後續也保障救災物資供給。事故面前，本集團與國人一起為罹難同胞祈禱，為濱海新區祈福，願盡最大努力與大家一起將事故損失降至最低。

獎項與榮譽

- 1、 **消費者鍾愛國產快消品品牌，康師傅依然位居榜首。** 凱度消費者指數近日發佈了2015年度中國消費者選擇最多的快速消費品品牌排行榜報告，過去一年，中國有90.2%的城市家庭購買了8.8次的康師傅品牌，使得康師傅繼續位列榜首，這也是康師傅第三年蟬聯中國品牌足跡榜的榜首。
- 2、 **康師傅(方便麵、茶飲料)連續五年奪冠C-BPI行業第一品牌。** 2015年C-BPI指數研究項目共計調查了74個快速消費品細分行業，食品行業包括17個細分行業，其中連續五年奪冠的品牌有8個，分別為德芙、喜之郎、樂事、奧利奧、康師傅(方便麵)、金龍魚、太太樂、海天(醬油)；飲品行業包括14個細分行業，其中連續五年奪冠的品牌有5個，分別為匯源、美汁源、康師傅(茶飲料)、雀巢、蒙牛(酸奶)。
- 3、 **康師傅榮獲2014年度「食安杯」最受歡迎十佳食品安全企業。** 本次評選活動由中國食品安全網和食安商城聯合主辦，共收到2500餘家企業的報名申請，網絡總投票94,998人次，共有10家食品企業獲此殊榮。

展望

展望2015年下半年，中國經濟結構性調整將會持續進行，快消品行業仍將面臨巨大的挑戰，本集團作為行業內領先企業，將持續優化組織管理，集中優勢資源提升產品競爭力，持續推動各項創新，力求為消費者提供多元、安心、美味的食品。

在創新部分，因應消費趨勢的快速改變，本集團在下半年除將持續進行方便麵主力產品的升級、引領產業良性發展外，也會延續上半年在利基型方便市場的耕耘，以及飲品事業在推動健康高端產品如本味茶莊、常溫乳酸菌、維生素飲料「水漾」以及「維動力」等新品的努力，積極強化產品、口味與包裝上的創新，此外也會聚焦在流程創新，管理創新，以及技術創新，在研發團隊方面將精進創新研究功能，就新產品前沿概念的開發加以強化；營業系統上則

推動手持終端化業務管理的創新，讓3萬多業務代表使用手持業務管理系統，每天即時掌握超過10萬多個銷售終端狀況；有效提升業務代表的工作效率，及對通路庫存與競品訊息的透明度，讓集團可以快速掌握到消費者需求的變化，以及地理區域的商機。

關於食品安全，本集團一直以「零容忍」的態度實施品質與食品安全管控，除了嚴格要求各工廠落實ISO食品安全認證外，更斥資5億人民幣設立「創新研發與食品安全中心」，建立3000人食品安全與品質管控團隊，即時監控全國供應系統1500項檢測指標，以遠高過國際行業標準來對消費者與股東負責。康師傅全體員工將一如既往的重視食品安全，切實履行企業的社會責任。

企業管治

截至2015年6月30日止期內，本公司已遵守香港聯合交易所有限公司上市規則（「上市規則」）附錄十四所載之「企業管治守則」（「管治守則」）。惟關於守則條文第A.4.1條有所偏離除外，該偏離之原因將於下文進一步說明。

守則條文第A.2.1條

根據守則條文第A.2.1條，主席與行政總裁的角色應予區分，不應由一人同時兼任。本集團已於2015年1月1日將董事局主席所兼任的執行長職位，指派予原任本集團食品事業執行長的韋俊賢先生接任，隨著韋俊賢先生接任行政總裁，本公司完全遵守管治守則條文的A.2.1條。

守則條文第A.4.1條

根據守則條文第A.4.1條，非執行董事應以指定任期聘任並須接受重選。由於目前本公司之非執行董事及獨立非執行董事並無指定任期，故本公司偏離此條文。然而，根據本公司之公司組織章程細則，所有董事至少每三年須輪席退任一次。於每屆股東周年大會上，當時三分之一之在任董事（倘人數並非三之倍數，則最接近但不少於三分之一之人數）須輪值卸任並膺選連任。因此，董事會認為此方面已採取足夠措施確保本公司之企業管治常規可充分保障股東之權益，並符合守則所規定的標準。

本公司將參考企業管治的最新發展定期檢討及提升其企業管治常規。

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財務長監督，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先生、徐信群先生及深田宏先生三位獨立非執行董事，李長福先生為該委員會主席。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

目前薪酬及提名委員會成員包括徐信群先生、李長福先生及深田宏先生三位獨立非執行董事，徐信群先生為該委員會主席。委員會之成立旨在審批本集團董事及高階僱員之薪酬福利組合，包括薪金、花紅計劃及其他長期獎勵計劃。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到業務目標、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數據供內部使用或發表，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、出售或贖回股份

期內本公司購回220,000股本公司股份，代價約為433千美元，除此以外，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。所有購回股份已被註銷，故不會再發行或轉售。

於結算期後，本公司購回228,000股本公司股份，代價約為423千美元。

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：(圖表A)

授出日期	授出股數	行使期	行使價 (港元)	獲授股數	
				魏應州	韋俊賢
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	
2010年4月1日	15,044,000	2015年4月1日至2020年3月31日	\$18.57	2,200,000	
2011年4月12日	17,702,000	2016年4月12日至2021年4月11日	\$19.96	2,264,000	
2012年4月26日	9,700,000	2017年4月26日至2022年4月25日	\$20.54	1,368,000	
2013年5月27日	11,492,000	2018年5月27日至2023年5月26日	\$20.16	1,390,000	904,000
2014年4月17日	12,718,500	2019年4月17日至2024年4月16日	\$22.38	1,486,000	1,148,000
2015年6月5日	17,054,000	2020年6月5日至2025年6月4日	\$16.22	1,726,000	2,006,000

截至2015年6月30日止六個月期間，本集團員工共行使350,000股，加權平均行使價為9.38港元，行使日之前的加權平均收市價為17.49港元。

董事局

於本公佈日，魏應州、井田純一郎、吳崇儀、長野輝雄、魏宏名及筱原幸治為本公司之執行董事，徐信群、李長福及深田宏為本公司之獨立非執行董事。

承董事會命
主席
魏應州

中國上海，2015年8月24日

網址：<http://www.masterkong.com.cn>

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

* 僅供識別