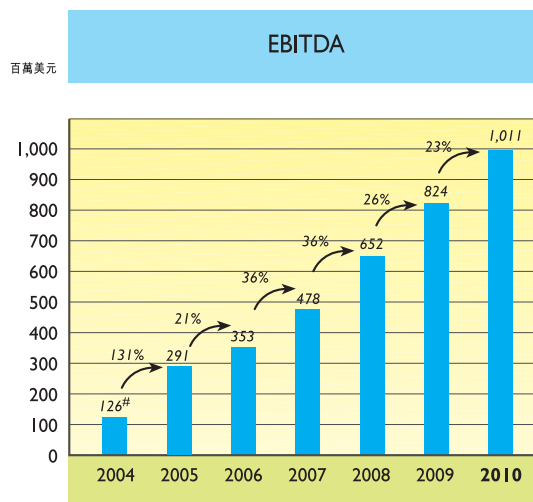
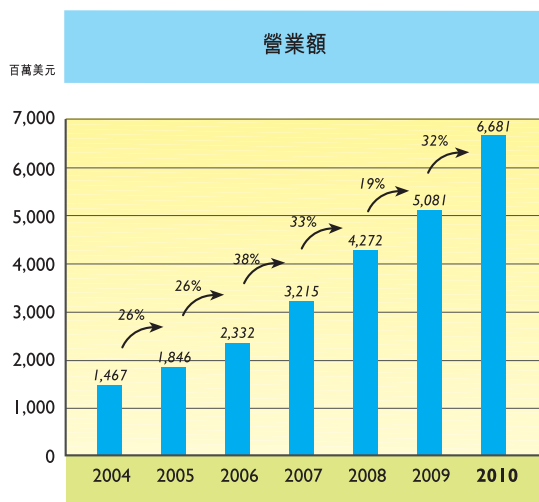


香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公佈之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

## 營業額及EBITDA 連續六年達雙位數字增長



# 不含出讓附屬公司部份權益之特殊收益



### 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)

(香港股份代號：0322)

(台灣存託憑證代號：910322)

**截至 2010 年 12 月 31 日止年度  
業績公佈**

千美元	2010年	2009年	變動
• 營業額	6,681,482	5,081,113	↑ 31.50%
• 集團毛利率(%)	28.43	34.63	↓ 6.2個百分點
• 本年度溢利	612,574	500,495	↑ 22.39%
• 本公司股東應佔溢利	476,787	383,207	↑ 24.42%
• 每股溢利(美仙)			
基本	8.53	6.86	↑ 1.67美仙
攤薄	8.50	6.85	↑ 1.65美仙
• 經營活動所得現金淨額	1,257,911	1,000,885	↑ 25.68%
• 每股普通股末期股息(美仙)	4.27	3.43	↑ 0.84美仙

2010年，中國經濟運行態勢總體良好，實現國內生產總值(GDP)39.8萬億元，同比增長10.3%，消費平穩較快增長、固定資產投資結構繼續改善、對外貿易快速恢復，農業及工業生產增長較快，居民收入穩定增加，但物價上漲壓力較大，年內居民消費價格指數(CPI)同比上漲3.3%。

在此經濟環境下，本集團發揮靈活的市場策略，善用綿密的銷售網絡，持續與消費者進行溝通，使整體營業額再創新高，與去年同期相比營業額上升31.50%至66.81億美元，同時提升生產效率，不斷精進成本管理，妥善管控廣宣費用及運輸成本，令本集團在原材料及各項成本高漲的情況下繼續保持利潤的高增長，年內EBITDA上升22.81%至10.11億美元，股東應佔溢利上升24.42%至4.77億美元，每股盈利達8.53美仙，增加1.67美仙；成功實現連續六年營業額及EBITDA雙位數字增長，圓滿達成年初制定的目標！

基於本集團2010年的整體優越表現，在評估整體營運、資本投資、營運資金及現金流量後，本人建議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2011年6月10日舉行之股東大會上，建議派付末期股息每股4.27美仙(較2009年期末每股股息3.43美仙增加0.84美仙)予2011年6月10日名列本公司股東名冊上之本公司股東，(即於2011年6月2日或以前買進本公司股票及於2011年6月7日下午四時三十分之前辦理股票過戶登記手續之股東)，末期派息總額為238,556千美元，較2009年度之期末總派息額191,627千美元上升24.49%。

在中國龐大而紛繁的食品市場，康師傅無論是在方便麵、飲品亦或糕餅領域，均處於領先地位。迄今為止，康師傅可以說是最深入中國市場渠道的品牌，只要有商業消費的地方，都可以看到「康師傅」三個字。合理的產品結構，通過多年「通路精耕」建立的綿密的銷售網絡以及不斷精進的生產成本控制均成為康師傅持續成長的因素。據ACNielsen 2010年12月報告指出，於中國市場本集團的方便麵、

即飲茶飲料和瓶裝水銷售額和銷售量的市場佔有率分別為55.8%、51.9%、20.8%和41.6%、54.1%、24.1%，穩居市場第一位；稀釋果汁及夾心餅乾銷售額和銷售量之市場佔有率分別為17.5 %、22.7%和19.7%、23.7%，居同類產品市場的第二位。

2010年，「康師傅」連續第三年獲得福布斯亞洲50強稱號，同時連續八年登上台灣十大國際品牌前五名，康師傅品牌價值經評定達10.66億美元。此外，康師傅控股還上榜2010年度第5屆亞洲品牌500強，榮獲人民網頒發的2010最佳網絡聲譽企業獎和2010年《數字商業時代》評選的10年公益創新獎。這些榮譽的獲得是對「康師傅」品牌的肯定，同時更激勵了我們不斷完善的信心，今後康師傅將持續發展品牌，朝向世界級品牌的領域繼續邁進。

康師傅一直視消費者食品安全為己任，在食品安全技術上投入鉅資，保證整個產品生產流程的安全性。根據「從農田到餐桌」的全程質量控制理念，康師傅提倡食品安全從源頭抓起，因此，在食品安全管理上，康師傅非常注重前端管理體系設計，以構建集團品質安全管理的良性循環為目標。

此外，2010年起，為與企業新發展階段相契合，康師傅更在原有的原料安全管控體系基礎之上，著重在技術支持、規格規範、資源優化、合作評鑒、風險預警等五大方面進一步加強原料安全管理，形成切實有效、合理可行的原料安全防線，為食品安全保障工作築起一道堅實的無隙屏障。在食品安全生產方面始終堅持專業與專注的企業行動為康師傅贏得了業界，和消費者的一致讚譽。2010年康師傅在第八屆中國食品安全年會上榮獲「食品安全十強」等五項大獎，同時榮獲中國保護消費者基金會頒發的「全國食品質量消費者放心品牌」稱號。

作為國內食品行業翹楚，康師傅不僅向消費者奉獻優質安全的美味食品，向投資人貢獻投資價值，更著力社會公益，善盡企業社會責任。秉持「回饋社會、永續經營」的精神，公司公益善行涉及體育、基礎教育、醫療、助殘、賑災、扶貧、兩岸文化交流等公益事業的各個方面，如在年中成功協辦了「新新人類－新世界2010NTSO兩岸青少年管弦樂團音樂會」。未來我們更將透過「頂新(康師傅)文教基金會」，持續推動兩岸經濟文化及公益事業的交流。2010年，在以「走向全面社會責任管理」為主題的「中國企業社會責任年會」上，康師傅榮獲「2010社會責任優秀企業」稱號。

隨著中國經濟的發展，收入分配結構的變化以及城鎮化進程的加快將提高中低收入人群食品消費水平，國內食品飲料市場充滿了機遇，國際知名食品公司紛紛加大在中國的投資，同業競爭越來越激烈。結合康師傅長遠發展規劃，本集團將繼續恪守產品聚焦戰略，憑藉現有商業模式之優勢，強化銷售網絡，積極提升康師傅產品在各級市場的佔有率，同時加大設備與生產線的投資力度，通過生產基地整合、品質成本精進以提升生產效率，於2011年度本集團之資本投資金額約為9.34億美元。此外，我們也將致力於新產品、新技術的開發，不斷豐富產品品項，深度挖掘食品飲料行業潛在商機，滿足消費者多樣化需求的同時樹立更大的競爭優勢，鞏固康師傅在食品和飲料行業的領導地位，把康師傅打造成為全球最大的中式方便食品和飲品生產商，實現股東收益最大化。

最後，本人謹藉此機會，對本公司全體股東，業務夥伴及金融機構一直以來對本集團的鼎力支持，並對管理團隊和全體同仁為集團業務發展所付出的努力和貢獻，致以衷心的感謝。

董事長及行政總裁

魏應州

中國天津

2011年3月21日

## 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2010年12月31日止年度之經審核業績如下：

## 綜合收益表

	附註	2010年 千美元	2009年 千美元
營業額與收益	4	<b>6,681,482</b>	5,081,113
銷售成本		<b>(4,782,037)</b>	(3,321,764)
毛利		<b>1,899,445</b>	1,759,349
其他淨收入	6	<b>183,373</b>	79,913
分銷成本		<b>(1,121,477)</b>	(1,032,759)
行政費用		<b>(125,953)</b>	(96,651)
其他經營費用		<b>(92,081)</b>	(81,650)
財務費用		<b>(6,511)</b>	(12,644)
應佔聯營公司業績		<b>9,978</b>	9,550
除稅前溢利	7	<b>746,774</b>	625,108
稅項	8	<b>(134,200)</b>	(124,613)
本年度溢利		<b>612,574</b>	500,495
年內應佔溢利			
本公司股東		<b>476,787</b>	383,207
少數權益股東		<b>135,787</b>	117,288
本年度溢利		<b>612,574</b>	500,495
每股溢利			
基本	10	<b>8.53美仙</b>	6.86美仙
攤薄	10	<b>8.50美仙</b>	6.85美仙

綜合全面收益表
---------

	2010年 千美元	2009年 千美元
本年度溢利	612,574	500,495
其他全面收益：		
直接在股東權益內認列之淨收益		
滙兌差額	77,369	1,731
可出售投資：投資重估儲備之淨變動	11,109	—
	<u>88,478</u>	<u>1,731</u>
稅後其他全面收益	88,478	1,731
	<u>88,478</u>	<u>1,731</u>
稅後本年度全面收益	701,052	502,226
	<u>701,052</u>	<u>502,226</u>
應佔全面收益：		
本公司股東	545,221	384,941
少數權益股東	155,831	117,285
	<u>155,831</u>	<u>117,285</u>
	<u>701,052</u>	<u>502,226</u>

綜合財務狀況表
---------

	附註	2010年 千美元	2009年 千美元
<b>資產</b>			
<b>非流動資產</b>			
物業、機器及設備		<b>2,922,936</b>	2,216,638
無形資產		—	6,955
聯營公司權益		—	61,892
土地租約溢價		<b>117,799</b>	88,803
可供出售金融資產		<b>112,659</b>	3,408
遞延稅項資產		<b>50,451</b>	5,379
		<u><b>3,203,845</b></u>	<u>2,383,075</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		<b>771</b>	4,026
存貨		<b>309,801</b>	212,923
應收賬款	11	<b>127,730</b>	115,591
預付款項及其他應收款項		<b>280,704</b>	171,889
抵押銀行存款		<b>12,024</b>	9,358
銀行結餘及現金		<b>881,316</b>	510,831
		<u><b>1,612,346</b></u>	<u>1,024,618</u>
分類為持作出售資產		<u><b>75,221</b></u>	—
<b>資產合計</b>		<u><b>4,891,412</b></u>	<u>3,407,693</u>

	附註	2010年 千美元	2009年 千美元
<b>股東權益及負債</b>			
<b>股本及儲備</b>			
發行股本		27,934	27,934
儲備		1,793,324	1,434,710
本公司股東應佔權益		1,821,258	1,462,644
少數股東權益		547,929	446,420
股東權益總額		2,369,187	1,909,064
<b>非流動負債</b>			
長期有息借貸		177,259	116,983
其他非流動應付款項		791	1,531
員工福利責任		12,097	11,377
遞延稅項負債		104,165	60,779
		294,312	190,670
<b>流動負債</b>			
應付賬款	12	1,083,913	622,197
其他應付款項		572,249	406,210
有息借貸之即期部份		456,876	218,087
客戶預付款項		86,940	42,497
稅項		25,315	18,968
		2,225,293	1,307,959
分類為持作出售資產之相關負債		2,620	—
負債合計		2,522,225	1,498,629
股東權益及負債		4,891,412	3,407,693
淨流動負債		(612,947)	(283,341)
總資產減流動負債		2,666,119	2,099,734



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香港公司條例之披露規定而編製。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。

除本業績公佈附註3所載，於年內生效的新訂/經修訂之香港財務報告準則外，本集團賬目採用之會計政策與2009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12月31日之賬目。編製子公司財務報表的呈報年度與本公司相同，會計政策亦貫徹一致。

本集團內部各公司之間進行交易所致的所有結餘、交易、收支及損益均全數抵銷。附屬公司的業績自本集團取得控制權之日期起合併，並繼續合併附屬公司直至控制權終止日期。

少數股東權益於綜合財務狀況表之權益內呈列，與本公司股東應佔權益分開呈列。

### 3. 採納新增／經修訂之香港財務報告準則

香港會計師公會已頒佈兩項新香港財務報告準則、香港財務報告準則之多項修訂及新詮釋，並首次於本集團及本公司此會計期間生效。當中，下列發展與本集團財務報表有關：

香港財務報告準則第3號（修訂）業務合併／香港財務報告準則之改進（2009年）－香港財務報告準則第3號（修訂）

修訂之準則介紹了數個主要轉變，包括：

- 除了股本及債務發行之成本外，與購買相關之成本在發生時即確認為費用；
- 現時存在於被購買方之權益會以公允價值重新計量，並在損益賬中確認得益或損失，直至擁有權權益隨後轉變；
- 被購買方之少數權益股東會以公允價值計量或以其享有被購買方可識別資產及負債的份額進行計量；
- 或有對價按其在購買日的公允價值確認；

- 一 商譽之計量，是以購買方於收購日所佔被購買方權益之公允價值及少數權益股東金額之總和，超過於收購日所收購之可識別資產及負債之淨額而得出。

香港財務報告準則之改進(2009年)所包括之修改，澄清了於業務合併時所獲得無形資產之公允價值計量及准予將每一擁有相似可使用經濟年限之無形資產歸類為單一資產。

根據香港財務報告準則第3號(2008修訂)之過渡性條文，新會計政策會以未來適用法應用於現時及將來之業務合併。有關此修訂準則可應用之前所收購而衍生之資產及負債帳面值並沒有作出調整。

因本集團年內並無進行任何收購活動，故採納香港財務報告準則第3號(2008修訂)及其他香港財務報告準則隨後發生之更改對本集團本年或以往的財務賬目並無影響。

#### 香港會計準則第27號(修訂)綜合及獨立財務報表

有關修訂準則規定把附屬公司之擁有權權益變動，但仍保留有關附屬公司之控制權，計入為權益交易。當集團失去附屬公司之控制權，有關之修訂準則也規定把保留在前附屬公司之權益按公允價值重新計量，並在損益賬中確認得益或損失。透過相應修訂了之香港會計準則28：聯營投資，此原則也可伸延至出售聯營公司。新會計政策已載於賬目附註。一致於香港財務報告準則第3號及香港會計準則第27號之過渡性條文，這些新會計政策會以未來適用法應用於現時及將來之交易，因此以前時期之交易不會重新編列。

此會計政策之變動影響本年度視作出售聯營公司之收益的確認。本年度確認於其他淨收入中的視作出售聯營公司之收益金額68,653,000美元乃聯營公司權益的賬面值與其公允值之差。如按集團以往會計政策處理，聯營公司權益的賬面值將按香港會計準則第39金融工具：確認及計量，被視為可供出售金融資產的成本值入賬；其後其公允值的變動將確認為綜合全面收益表中。此會計政策之變動因此令本年度溢利增加68,653,000美元及投資重估價儲備減少68,653,000美元；另每股基本溢利及每股攤簿溢利均增加1.22美仙。將來，當該投資出售時，本年度溢利所增加之金額將與將來出售該投資利益之減少所沖抵。

#### 香港會計準則第17號(修訂)

香港會計準則17(修訂)，「租賃」，刪除了有關具體指導土地租賃的分類。因此，香港會計準則17(修訂)下土地租賃可以分為融資租賃也可以分為經營租賃。

本集團已重新評估租賃土地的分類。在本集團之判斷下，土地之分類取決於資產擁有權之絕大部分風險及回報是否已轉移，從而使本集團在經濟上之位置與購買者相類似。本集團認為土地租賃繼續分類為經營租賃及確認為土地租約溢價是適當的。採用此準則之修訂對財務賬目並無影響。

#### 香港詮釋第5號財務報表之列報－借款人對包含隨時要求償還條文之定期貸款之分類

有關詮釋認為，如果定期貸款(即貸款需要在指定日子償還或於一段時期分期償還，通常超過一年)包含可隨時要求償還之條文(即條文無條件給予貸款人權利在沒有通知或少於12個月通知之情況下要求隨時還款)，借款人需將有關之貸款於財務狀況表分類為流動負債。同樣地，有關定期貸款之償還金額需要根據香港財務準則第7號：金融工具－披露分類到合約到期分析之最早時間欄內。由於本集團之定期貸款並沒有包含可隨時要求償還之條文，採用此詮釋對財務賬目並無影響。

#### 香港財務報告準則第5號(修訂本)「持作買賣之非流動資產及已終止經營業務」

有關修訂就被列為持作買賣之非流動資產(或出售組別)或已終止經營業務所需要作出之披露進行闡明。只有列於香港財務報告準則第5號內的被列為持作買賣之非流動資產(或出售組別)或已終止經營業務需要披露，修訂指出其他香港財務報告準則的披露規定並不適用於被列為持作買賣之非流動資產(或出售組別)或已終止經營業務，除非彼等香港財務報告準則就該等資產(或出售組別)有具體之披露規定。

#### 香港財務報告準則第8號(修訂本)「營運分部」

有關修訂闡明各報告分部之總資產及負債總額之資料披露，僅於定期向最高營運決策者提供有關金額時，方須披露有關資料。

## 4. 營業額與收益

本集團之營業額與收益指向客戶售貨之發票值，扣除退貨、折扣及增值稅。

## 5. 分部資料

執行董事已確立為主要營運決策者。經營分部已被確立，而分部資料已按內部慣常呈報給本公司之執行董事之財務資料製作，依據該等資料作出經營分部資源分配決定及評估其表現。基於本集團超過90%以上之集團銷售是在內地進行，故本公司之執行董事主要以產品觀點評定本集團之業務。可報告之經營分部確立為方便麵、飲品、糕餅及其他業務。

執行董事以未有分配應佔聯營公司業績及終止以權益法認列投資之收益的經營分部本年度之溢利作出經營分部資源分配決定及評估其表現。

分部資產包括除可供出售金融資產、按公允價值列賬及在損益賬處理的金融資產、遞延稅項資產、按公允價值列賬及在損益賬處理的金融資產及分類為持作出售資產外的所有有形資產、無形資產及流動資產。分部負債包括除員工福利責任及遞延稅項負債及分類為持作出售資產之相關負債外的應付賬款、其他應付款、有息銀行貸款及客戶預付款項。

分部之間的銷售是以成本加邊際利潤作定價。可呈報分部之會計政策與本集團於「主要會計政策」所述本集團的會計政策一致。

## 5. 分部資料(續)

2010

	方便麵 千美元	飲品 千美元	糕餅 千美元	其他 千美元	內部沖銷 千美元	綜合 千美元
<b>營業與收益</b>						
外來客戶收益	2,931,555	3,531,911	161,383	56,633	—	6,681,482
分部間之收益	78	1,855	45	87,217	(89,195)	—
分部營業額與收益	<u>2,931,633</u>	<u>3,533,766</u>	<u>161,428</u>	<u>143,850</u>	<u>(89,195)</u>	<u>6,681,482</u>
<b>分部業績</b>						
(扣除財務費用後)	372,698	325,672	3,179	(30,098)	(3,308)	668,143
應佔聯營公司業績	—	—	—	—	—	9,978
終止以權益法認列 投資之收益	—	—	—	—	—	68,653
除稅前溢利	372,698	325,672	3,179	(30,098)	(3,308)	746,774
稅項	(66,711)	(62,543)	(1,800)	(3,146)	—	(134,200)
本年度之溢利	<u>305,987</u>	<u>263,129</u>	<u>1,379</u>	<u>(33,244)</u>	<u>(3,308)</u>	<u>612,574</u>
<b>資產</b>						
分部資產	1,969,050	2,554,156	136,484	634,322	(641,702)	4,652,310
未分配資產						239,102
資產總值						<u>4,891,412</u>
<b>負債</b>						
分部負債	746,089	1,511,496	54,680	405,788	(314,710)	2,403,343
未分配負債						118,882
負債總額						<u>2,522,225</u>
<b>其他資料</b>						
年內資本開支	<u>213,713</u>	<u>732,666</u>	<u>5,002</u>	<u>8,331</u>	<u>5,921</u>	<u>965,633</u>

## 5. 分部資料(續)

2009

	方便麵 千美元	飲品 千美元	糕餅 千美元	其他 千美元	內部沖銷 千美元	綜合 千美元
<b>營業與收益</b>						
外來客戶收益	2,307,513	2,541,962	155,232	76,406	—	5,081,113
分部間之收益	160	2,829	1,352	81,563	(85,904)	—
分部營業額與收益	<u>2,307,673</u>	<u>2,544,791</u>	<u>156,584</u>	<u>157,969</u>	<u>(85,904)</u>	<u>5,081,113</u>
<b>分部業績</b>						
(扣除財務費用後)	325,521	276,173	8,695	5,932	(763)	615,558
應佔聯營公司業績	—	—	—	—	—	9,550
除稅前溢利	325,521	276,173	8,695	5,932	(763)	625,108
稅項	(72,066)	(47,426)	(2,100)	(3,021)	—	(124,613)
本年度之溢利	<u>253,455</u>	<u>228,747</u>	<u>6,595</u>	<u>2,911</u>	<u>(763)</u>	<u>500,495</u>
<b>資產</b>						
分部資產	1,436,047	1,743,479	119,682	1,068,872	(1,027,658)	3,340,422
聯營公司資產						61,892
未分配資產						5,379
資產總值						<u>3,407,693</u>
<b>負債</b>						
分部負債	510,404	868,598	39,456	417,087	(483,195)	1,352,350
未分配負債						146,279
負債總額						<u>1,498,629</u>
<b>其他資料</b>						
年內資本開支	<u>126,982</u>	<u>363,443</u>	<u>196</u>	<u>16,493</u>	<u>—</u>	<u>507,114</u>

## 6. 其他淨收入

	2010年 千美元	2009年 千美元
滙兌收益淨額	7,792	—
利息收入	21,479	15,579
投資收入	1,701	5,296
出售廢品之收益	19,770	13,640
政府補助	38,958	33,395
視作出售聯營公司之收益	68,653	—
其他	25,020	12,003
	<u>183,373</u>	<u>79,913</u>

## 7. 除稅前溢利

除稅前溢利扣除(加入)以下項目：

	2010年 千美元	2009年 千美元
<b>財務費用</b>		
須於五年內悉數償還之銀行貸款之利息支出	8,077	14,915
減：利息支出資本化列入物業、機器及設備	(1,566)	(2,271)
	<u>6,511</u>	<u>12,644</u>
<b>其他項目</b>		
折舊	275,054	196,569
攤銷：		
土地租約溢價	2,544	2,048
無形資產(已包括於其他經營費用)	1,989	2,778
減值虧損(已包括於其他經營費用)：		
無形資產	4,966	—
物業、機器及設備	35,520	25,778
	<u>275,054</u>	<u>196,569</u>

## 8. 稅項

	2010年 千美元	2009年 千美元
<b>本年度稅項－中國企業所得稅</b>		
本年度	<b>135,188</b>	103,252
比前年度少計撥備	<b>698</b>	430
	<b>135,886</b>	103,682
<b>遞延稅項</b>		
產生及轉回之暫時差異淨額	<b>(31,236)</b>	4,696
按本集團於中國之附屬公司可供分配利潤之預提稅	<b>29,550</b>	16,235
	<b>134,200</b>	124,613

開曼群島並不對本公司及本集團之收入徵收任何稅項。

由於本集團於2010年及2009年內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。

從事製造及銷售各類方便麵、飲品及糕餅產品的中國附屬公司均須受到適用於中國外商投資企業的稅法所規限。本集團大部份附屬公司設立於國家級經濟技術開發區，於2007年12月31日以前按15%的優惠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。

根據國務院關於實施企業所得稅過渡優惠政策的通知(國發2007 39號)，自2008年1月1日起，原享受低稅率優惠政策的企業，在新稅法施行後五年內逐步過渡到法定稅率。其中：享受企業所得稅15%稅率的企業，2008年按18%稅率執行，2009年按20%稅率執行，2010年按22%稅率執行，2011年按24%稅率執行，2012年及以後按25%稅率執行。西部大開發企業所得稅優惠政策繼續執行至到期。

該等不能以中國優惠稅率繳納企業所得稅於中國的附屬公司，其中國企業所得稅法定稅率為25% (2009年：25%)。

根據財政部、國家稅務總局與海關總署聯合頒佈的一項關於西部大開發的稅收減免通知(財稅2001 第202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70%以上的，在2001年至2010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% (2009年：15%)。

## 9. 股息

本年度應得之股息：

	2010年 千美元	2009年 千美元
結算日後擬派之末期股息每股普通股4.27美仙 (2009年：每股普通股3.43美仙)	<u>238,556</u>	<u>191,627</u>

於2011年3月21日的會議，董事建議派發末期股息每股普通股4.27美仙。此建議末期股息於財務狀況表中不視為應付股息，但被視為分配截至2011年12月31日止年度之保留盈餘。

## 10. 每股溢利

### (a) 每股基本溢利

	2010年	2009年
本公司股東年內應佔溢利(千美元)	<u>476,787</u>	<u>383,207</u>
已發行普通股之加權平均股數(千股)	<u>5,586,793</u>	<u>5,586,793</u>
每股基本溢利(美仙)	<u>8.53</u>	<u>6.86</u>

### (b) 每股攤薄溢利

	2010年	2009年
本公司股東年內應佔溢利(千美元)	<u>476,787</u>	<u>383,207</u>
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(千股)	<u>5,586,793</u>	<u>5,586,793</u>
本公司購股權計劃之影響	<u>20,402</u>	<u>10,202</u>
用於計算每股攤薄溢利之普通股加權平均數	<u>5,607,195</u>	<u>5,596,995</u>
每股攤薄溢利(美仙)	<u>8.50</u>	<u>6.85</u>



### 11. 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主要為30至90天。有關應收賬款（扣除壞賬及呆賬減值虧損），按發票日期於結算日之賬齡分析列示如下：

	2010年 千美元	2009年 千美元
0-90天	<b>121,849</b>	105,985
90天以上	<b>5,881</b>	9,606
	<b><u>127,730</u></b>	<b><u>115,591</u></b>

### 12. 應付賬款

應付賬款於結算日，按發票日期之賬齡分析列示如下：

	2010年 千美元	2009年 千美元
0-90天	<b>1,066,760</b>	586,944
90天以上	<b>17,153</b>	35,253
	<b><u>1,083,913</u></b>	<b><u>622,197</u></b>

### 13. 資本承擔

	2010年 千美元	2009年 千美元
已訂約但未撥備	<b><u>260,662</u></b>	<b><u>168,497</u></b>

## 業務回顧

本集團於2010年總營業額較去年同期上升31.50%至6,681,482千美元。方便麵、飲品及糕餅的營業額分別較去年同期上升27.04%、38.94%及3.96%。來自方便麵及飲料銷售的升幅帶動第四季度的營業額較去年同期上升31.58%至1,372,045千美元。年內本集團通過優化組織效能，調整產品結構和擴大經濟規模及善控各項費用，紓緩部分生產成本上漲的負面影響，然而由於主要原材料如麵粉、棕櫚油、糖及PET粒子等價格持續上升，對行業造成相當大的成本壓力，使得業界毛利率普遍大幅降低。2010年本集團整體毛利率較去年降低6.2個百分點至28.43%，毛利額則同比上升7.96%。

本集團在味全2010年6月的股東會之前派有四席董事，對味全的營運具有重大之影響力而視同為聯營公司，並以權益法認列。於2010年味全股東會後，本集團已沒有在味全董事局委派董事但擁有兩席監事，此乃集團之長期意向。於本集團停止對味全行使重大影響後，根據香港會計準則第28號之規定，純粹擁有17.16%之持股量，而未有其他途徑行使重大影響力，並未符合聯營公司的定義，應停止以權益法認列聯營公司權益，並變更為一般投資性質，本集團不繼續使用權益法認列於味全的投資，而根據香港會計準則第39號金融工具：確認及計量列賬。本集團於味全的權益以2010年6月味全收市價之公允衡量為98,143千美元，並被重分類為可供出售的金融資產及不繼續以權益法認列投資之所得利益為68,653千美元。

年內，於鞏固康師傅在中國市場的強勢品牌領導地位及強化銷售通路的同時，亦善控廣告宣傳費用及運輸費用，致分銷成本佔總營業額的比例由2009年的20.33%下降3.55個百分點至本年度的16.78%。本年度為提升生產效率，對老舊設備進行了逐步的汰換計劃，因此較去年增加提列減值準備9,742千美元，是其他經營費用較2009年同比增加10,431千美元至92,081千美元的主要因素；財務費用相較去年下降48.51%至6,511千美元，主要是貸款結構調整、融資成本降低所致；年內本集團財務持續穩健的操作策略，維持充裕現金流量。2010年扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(EBITDA)為1,011,393千美元，本公司股東應佔溢利為476,787千美元，與去年同期相比，分別同比上升22.81%及24.42%；同時，2010年每股盈利達8.53美仙。

## 方便麵業務

2010年國內總體經濟繼續發展，第四季GDP增速同比增長9.8%，CPI達到4.6%，物流配送因極端天氣影響，導致運費上漲，同時麵粉、棕油等各項原物料價格持續上升，對利潤產生壓力，令方便麵業務於年內的毛利率同比下降2.62個百分點至28.83%。康師傅不因環境艱困而退步，把握旺季銷售，並同時調整生產佈局，積極擴人均、調結構、創效益，達成單季銷額成長35.56%，容器麵、高價袋麵市佔率接近70%。2010年方便麵業務的銷售額為2,931,555千美元，較去年同期上升27.04%，佔本集團總營業額的43.88%，期內本集團高毛利的容器面及高價袋麵的銷售額分別達到38.01%及22.56%的成長；本公司股東應佔溢利較去年同期上升20.32%至304,555千美元。

康師傅方便麵以紅燒牛肉、香辣牛肉、香菇燉雞、鮮蝦魚板、酸菜牛肉五支經典口味廣受中國各地消費者歡迎，並牢牢佔據了方便麵美味標杆的王者地位，其中，香辣牛肉麵以「香的魅力、辣的活力」為年度溝通主題，吸引活力熱情的年輕族群，締造出新的橙色傳奇，再創成長高峰。酸菜系列加入了在9月上市的酸菜仔雞新口味，並在2010年持續推廣，蠶食競品市場份額，提高其品牌知名度及消費者滲透率；為繼續活絡品牌、滿足各地消費者的口味需求，2010年上市的12個新口味於上半年繼續強化終端消費者推廣：東北燉、打鹵享宴、江南美食、本幫燒、陳泡風雲等都得益於新口味的推廣，年度銷售走勢理想，新口味也為當地消費者所接受與肯定。對於明星品牌的經營，食麵八方持續「乾麵美味之旅」的溝通，通過盒麵和袋麵的推廣，穩固乾拌麵市場第一品牌的地位；同時推出新品SOUP NOODLE粉絲，以「清爽的美味」針對都市粉領一族做訴求。中平價麵市場方面，勁爽拉麵、好滋味、超級福滿多則全力搶佔城市中下階層的市場，通過完整的產品佈局，不斷帶動業務的提升。平價麵以福滿多為母品牌經營，持續產品力精進

和品牌溝通。超級福滿多桶麵以區域天王口味推廣為主，傳播「美味新動力」的品牌主張，提升銷售貢獻保持高成長的良好勢頭；一元平價麵產品也不斷精進提升獲利。乾脆麵則以專用線為品質依託，持續產品力升級。

根據ACNielsen 2010年12月的零研數據顯示，「康師傅」方便麵銷售量與銷售額的市場佔有率分別為41.6%及55.8%，其中容器麵銷售額的佔有率為69.7%，高價袋麵銷售額的佔有率是70.0%，已穩居市場領先地位十餘年。

在生產方面，透過高速化、自動化、省人化、省力化的新型第二代工廠、第二代車間的建設，以及深入推動TPM、ISO9000、ISO14000、WMS、EMS等體系，對生產資源進行不斷的優質化、系統化、標準化。各項費用節約、成本精進的專案已取得階段性的成果，使單箱成本在諸多外界不利因素的情況下保持穩定。同時，持續引入新技術，進一步改善品質、降低成本、大力推動內部物流的改善，提高出貨效率，並規劃新的物流運作模式，在油價不利的狀況下，維持運費穩定。生產量持續20%以上的快速成長，對產能的發揮和有效規劃，確保了整體業績的達成。

在產品有味、品牌有聲、服務有質的策略下，康師傅依靠提升產品品質、優化產品組合、建設高效益工廠、推動一功能一專案等生產經營優化活動，合理績效考核等手段，強化管理機能，有效地應對環境挑戰，掌握先機，使得成本與品質進一步穩定，確保在方便麵市場的核心領導地位，讓消費者對品質安心、貼心。

據《2011年中國宏觀經濟報告》預測，2011年GDP增速為9.5%，CPI增速為4.3%，物價前半年高、後半年低，第一季總體經濟與產業形勢仍存在較大波動；加上冬季雨雪災害致使農產品及運輸價格上漲，生產成本將提高。綜合評估生產運輸成本環境後，集團將適當調整方便麵部分產品價格，以維持利潤成長。新年度康師傅

將持續發展新口味、新規格產品，激活消費者消費力，並對於行業可持續發展進行更多投入，推進中國方便麵協會的籌辦成立，帶動行業的健康發展。

## 飲品業務

儘管2010年國內外經濟環境複雜，但中國仍保持了「平穩較快發展」的經濟態勢，反映出國內經濟自2010年率先回暖後開始進入穩定的增長期。在此大環境下，食品飲料行業繼承發揚了去年良好的抗風險能力，在這一年間仍保持著雙位數的快速發展速度。不少新品牌進入市場，飲料市場細分更加明確，經過幾十年的發展，飲料企業規模不斷擴大，中國飲料市場銷售量已排名世界第二。然而，原物料PET粒子、食糖及能源價格的持續高企，推動了生產及運輸成本的提高，加上勞動力成本上升，使2010年飲料行業面臨較大的成本壓力，嚴重壓縮獲利空間。

2010年本集團仍以即飲茶、包裝水和果汁為主要產品。在競爭激烈的環境下，透過加強成本管控、提升生產技術、高效能的管理、精準的營銷策略及優化產品組合等方式，2010年飲品業務的營業額佔本集團總營業額約52.86%，同比成長38.94%達3,531,911千美元，繼續保持快速成長的勢頭，並創造了5個10億元人民幣以上的品牌。年內膠粒及糖價大幅上升導致毛利率同比下降8.39百分點至28.48%，毛利額上升7.34%；透過提高生產效能及善控推廣費用，令飲品業務的本公司股東應佔溢利較去年同期上升12.78%至128,581千美元。

即飲茶，綜觀2010年飲料市場，康師傅茶飲料已經佔據了中國即飲茶市場的半壁江山，成為飲料市場的絕對主角，並且向「霸主」方向大步邁進。茶飲料在2010年的優異表現，讓飲料企業看到了未來飲料發展的方向，各大中外企業、跨界企業紛紛進駐其中，在此形勢下，康師傅並未放慢腳步，康師傅即飲茶，更是以54.1%的銷售量市場佔有率，穩居市場領導地位，穩座茶王寶座，這主要源於康師傅對茶飲料研發和生產的專注，亦使康師傅冰茶系列、綠茶系列和茉莉系列邁入10億元的品牌行列。

包裝水，行業競爭的激烈化，使品牌越來越集中，眾企業以規模化經營參與市場競爭。康師傅不斷擴大企業的生產規模，在全國做有效布建，以能更快速就近滿足市場的需求，以規模經濟，抓住市場瞬間的需求機會，將更加健康、安全、實惠、便利的產品帶給消費者。在由中國飲料工業協會主辦的「中國包裝飲用水行業2010年度評選活動」中，康師傅天然水以促進中國包裝飲用水行業的持續、健康、穩步發展，引導行業提高包裝設計和廣告製作水平，分享優秀的設計和創意理念等出色表現，榮獲「優秀包裝設計」獎及「優秀電視廣告」獎。

果汁，由於消費者掌握的健康知識和產品常識越來越成熟，消費觀念、健康觀念、消費行為也越加理性。為了給消費者提供更多更好喝更健康的果汁，康師傅一直致力於新產品的研發，努力豐富產品種類，每年均推出受消費者喜愛的新產品，滿足了諸多消費者的個性化需求。2010年度推出的酸棗汁、每日C紅芭樂、康果汁菠蘿汁均受到了消費者的熱烈擁戴，使康師傅果汁的市場佔有率不斷前進。康師傅新品類(傳世新飲)增長迅猛，明日之星耀然新生。「喝出新味來」的酸棗汁一經推出，就受到消費者的喜愛，不僅進一步完善了「傳世新飲」品類的產品線，更將鞏固其在市場的領先優勢，在競爭激烈的果汁市場獨辟一片天地。

2010年主要飲料廠家都推出的再來一瓶活動，已成為飲料行業最為流行的促銷方式。在此同時，消費者對於再來一瓶的認知與喜好度持續提升，而康師傅於其中保持絕對主導地位，在市場上獲得非常好的效果。康師傅通過連續兩年再來一瓶的密集攻擊，以及新產品持續有效的跟進，加深了品牌與消費者的溝通。對消費者的海量回饋，使康師傅大品牌好品質的形象深入人心。

據ACNielsen 2010年12月最新零研數據顯示，康師傅即飲茶銷售量市場佔有率為54.1%，居市場首位。康師傅包裝水在規模化的生產下，越戰越勇，以24.1%的銷售量市佔率，繼續領跑包裝水市場。「鮮の每日C」與「康師傅」的果汁雙品牌策略漸入佳境，借豐富的產品線，不斷推出新品，為康師傅帶來廣闊的市場，以19.7%的銷售量市佔率，居稀釋果汁市場第二位。



2010年12月14日中國飲料工業協會對外發佈了第一部《2010中國飲料行業可持續發展報告》，提出為了使中國飲料行業持續快速發展，主要企業應將社會責任理念逐漸融入行業的使命中，形成具有飲料行業特色的社會責任價值觀，使可持續發展成為行業發展的內在要求和動力。康師傅深明推行行業可持續發展的重要性，因此在能源管理，以及保護環境節水、節能、降耗、減排上，都在尋找著自己的突破點。此外，康師傅採用世界最先進的生產線，從生產的每一個環節確保食品的安全，並於年內投入3億美元用於生產設備的維修及更新換代上，而在飲料瓶重量方面，康師傅堅持使用較輕的包裝瓶，減少塑料的使用量，努力推進節能減排。在「2010年中國飲料工業協會年會」上，康師傅有4家公司榮獲了由中國飲料工業協會授予的「2010中國飲料行業節水優秀企業」稱號，有一家公司榮獲了「2010中國飲料行業節能優秀企業」稱號。榮譽的獲得，對企業而言意味著更重的責任，康師傅將在節約水資源，可持續包裝，環保節能等方面積極努力，並繼續加強企業節能降耗減排等方面的可持續發展水平。

## 糕餅業務

2010年糕餅事業群銷售額達到161,383千美元，較去年成長3.96%，佔本集團總營業額約2.42%。同期糕餅事業群的毛利率較去年減少3.82百分點至36.86%；公司股東應佔溢利達到1,966千美元，同比減少5,068千美元；原物料價格、人工成本的上漲是導致毛利衰退的主要原因，同時，廣告、促銷投資計劃亦未達預期效益。

根據ACNielsen 2010年12月的調查結果，康師傅夾心餅乾的市場銷售額佔有率為22.7%，居市場第二位；蛋酥卷類的市場銷售額佔有率為28.5%，居市場第一位。糕餅事業群未來將持續發展夾心餅乾及蛋糕類的新產品，以擴大核心品類夾心餅乾、蛋糕及蛋酥卷的成長，並利用各種策略合作模式，擴大經營品類及核心技術投資，持續提升設備、產制效率，採取精準式行銷策略，合理管控行銷費用。

## 財務分析

本集團在2010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2010年12月31日，本集團的庫存現金及銀行存款為893,340千美元，較2009年同期相比，增加了373,151千美元，仍保持著充足的現金持有量。本集團截止2010年12月31日的總資產及總負債分別為4,891,412千美元及2,522,225千美元，分別較2009年同期增加1,483,719千美元及1,023,596千美元；負債比例為51.56%，較2009年同期上升了7.58個百分點。

截止2010年12月31日，本集團銀行貸款規模為634,135千美元，相較於2009年同期，增加了299,065千美元，貸款的主要用途為生產設備的資本性開支與營運資金的需求。本集團進一步調整貸款結構，令外幣與人民幣貸款的佔比由去年同期的87%：13%變為98%：2%，有效的控制了融資成本。長短期的比例為28%：72%，去年同期為35%：65%。由於本集團的交易大部分以人民幣為主，而期內人民幣對美元的匯率升值了3.26%，對本集團造成2010年度匯兌收益共85,161千美元，分別包括收益表內的7,792千美元及外幣換算儲備內的77,369千美元。

財務比率	截至12月31日止	
	2010年	2009年
淨溢利率(本公司股東應佔溢利)	7.14%	7.54%
製成品周轉期	8.62日	10.22日
應收賬款周轉期	6.65日	8.82日
負債與資本比率(淨借貸相對於股東權益)	-0.14倍	-0.13倍
負債比率(總負債相對於總資產)	51.56%	43.98%



康師傅秉承著為消費者提供優質、健康、安全的美味食品這一理念，在2010年持續強化集團品質監控體系、優化食品生產安全預警，使食品安全從源頭到末端都能夠得到保障。

年內，本集團加強對原料、配套設施等供應環節的管控以及對供貨商的評鑒、溯源管理，從食品生產的源頭開始質量安全監督；同時，各生產工廠借助推行5S、TPM等制度，在生產環節中保證了產品的安全與高衛生標準；並且，通過對經銷商的品質輔導、假冒品的打擊與產品的追溯演練，使得食品安全在產品末端得以實現。

截至2010年末，本集團方便事業群共有5家工廠得到了日本的TPM大賞，6家工廠實施通過了ISO9001:2000國際標準管理體系認證、ISO22000:2005國際標準管理體系認證。飲品事業群旗下已有15個飲品綜合廠取得ISO9000:2000國際質量體系、HACCP危害分析與重要管制點體系、ISO22000:2005食品安全管理體系等相關質量／食品安全的國際認證。

同時，本集團中央研究所下設食品安全研究部和檢驗分析部，支持集團的食品安全保障工作和產品開發基礎研究工作。食安部對外參與行業及國家食品相關法規標準的制定，收集食品安全管控最新研究進展及食品安全預警信息，並於去年在衛生部參與了關於《方便麵食品安全國家標準》修訂草案的專家評審委員會討論；對內協調促進相關法規標準的落實貫徹，評估新技術在集團內的應用性及食品安全風險。檢驗分析部於2011年2月取得中國合格評定國家認可委員會頒發的CNAS證書，100多項食品安全相關檢測項目報告具備很高的權威性，不僅在國內各實驗室間相互承認，還在世界上46個國家的61個機構得到認可。

這一系列的認證及獎賞都足以證明康師傅不僅擁有高超的生產技術，更具備穩定優質的產品質量。

## 生產規模

2010年康師傅為實現生產的高速化、自動化和省人化，不斷擴大生產規模、更新生產設備，從生產效能上支持集團在國內食品行業的翹楚地位，截止至2010年12月，康師傅共有81家生產工廠以及457條生產線投入生產。

方便事業群於2009年在天津地區建立的新生產基地前三期已陸續投產，最後一期將於2011年完工，同時於2010年內在南京、成都等地持續擴充新的廠房及設備；此外，飲品群在南京、吳江等地相繼展開選址設廠作業，繼續擴大生產基地；糕餅群則通過新增多台自動蛋捲設備，提高蛋捲生產的自動化。

## 人力資源

於2010年12月31日，本集團員工人數為64,436人（2009年50,023人）。

一直以來，康師傅都致力於落實創造人力價值，累積長期競爭力的人力資源發展方針，完善選、育、用、留各項人才發展政策，為本集團的持續發展儲備優秀人才。

同時，我們不斷完善儲備人力的招募與培育機制，協調各功能做好儲備人力的甄選與培育，為集團未來發展規劃儲備中堅力量；通過積極主辦各式各樣的培訓課程，不斷提高員工的業務素質；為定制更具競爭力的集團薪資、晉升等制度，進行薪資結構調整專案；為健全更具公平、公正的集團考核制度，進行績效文化專案；落實頂新國際集團康師傅早稻田獎學金，善盡社會責任，提升企業形象。

充分重視人才的培育，發展與儲備，將人才作為企業發展的基石，是康師傅得以快速成長的核心競爭力之一。

### 遵守企業管治常規守則

於截至2010年12月31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1996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2010年12月31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

2011年是十二五開局之年，從中長期來看，未來中國經濟仍將動力十足，中國經濟結構向消費主導型轉變亦是大勢所趨，中國快速消費品市場仍有巨大的發展潛力。同時收入及分配結構的變化以及城鎮化進程的加快，將提高中低收入人群食品消費水平，工業化食品消費比重將進一步提高，方便食品、休閒食品及飲料消費數量將繼續保持較快增長。但氣候異常增加了原材料供應的不明朗，由此帶來價格持續上漲，同時基於未來勞動力成本提升對農產品和非食品價格的推動，且成本推動型通脹為螺旋式的上升過程，食品行業將面臨著更為嚴峻的成本壓力。

於鞏固本集團在中國市場強勢領先地位的基礎上，康師傅將通過明確集團中長期發展目標以及不斷激發全體同仁的工作熱情，延續集團長遠且可持續的高增長。在新的一年，於方便麵事業，本集團將在繼續保持高價麵市場的領導地位的基礎上，加強創新產品的上市推廣，擴大市場佔有率，同時在中價麵市場將通過精準經營合理佈局，有節奏有重點地提高市場佔有率。於飲品事業，面對市場激烈競爭，集團積極調整產品品項以適應市場需求，並不斷開發優勢產品的競爭能力，強化通路布建，以擴大銷售與市場佔有率，同時通過推出更多新產品以繼續增強

康師傅在軟飲料市場的競爭優勢。於糕餅事業，集團將持續推進傳統美食現代化，強化產品研發及行銷，同時也將適時尋求策略聯盟，引進生產技術及經驗，以促進糕餅事業群的發展。

對於食品行業來說，2011年食品製造原材料價格均可能繼續走高，面對通脹壓力，本集團將通過持續優化營業體系，完善供應鏈管理，持續精進生產技術，合理調控單位成本，維持穩定的毛利率。同時為迎接中國食品消費升級的挑戰，集團將以品類、口味為導向，加強產品研發與創新，創造出更多滿足消費者需要的健康食品，以帶動和擴大銷售。隨著中國經濟結構向消費主導型轉變以及中國消費品市場整體良好的增長趨勢，對於2011年我們信心百倍。於2011年首兩個月，本集團的營業額維持強勁增長，相較去年同期成長超逾40%。在集團優秀經營團隊和全體員工的共同努力下，繼續強化「康師傅」品牌的認知度和美譽度，不斷擴大品牌影響力，進一步強化各項產品在中國市場的領導地位，推動未來持續而穩固的增長，以更好的業績回報股東。

踏入2011年方便麵所需的原料價格持續上升，加劇蠶食本集團方便麵的毛利率至低於臨界線；於均衡提升並豐潤產品的內容及維持合理的毛利，本集團擬於4月1日上調約佔本集團方便麵銷售量30%的容器麵系列的大部份產品價格，每單位之零售價上調人民幣0.5元，加幅約14%。藉此以兼顧提升方便麵品質與本集團的健康發展。

#### 購入、出售或贖回股份

本年度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。

#### 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：

授出日期	授出股數	行使期	行使價 (港元)	魏應州獲授股數
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

## 股東週年大會

本公司應屆股東週年大會（「股東週年大會」）擬於2011年6月10日舉行。股東週年大會通告將於適當時候於本公司的網站刊載及寄發予本公司股東。

## 擬派末期股息及暫停辦理股份過戶登記手續

董事會建議就截至2010年12月31日止年度派付本公司末期股息，每股普通股4.27美仙。派息建議待股東於股東週年大會通過，末期股息將於2011年7月13日前後派付予於2011年6月10日名列本公司股東名冊的股東。本公司的股份過戶登記處將於2011年6月8日起至2011年6月10日期間（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記。為確定有權出席股東週年大會及在會上投票及合資格獲派付上述建議末期股息之股東身份，所有過戶文件連同有關之股票須於2011年6月7日下午四時三十分前送呈本公司香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室。

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、李長福及太田道彥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，2011年3月21日

網址：[www.masterkong.com.cn](http://www.masterkong.com.cn)

[www.irasia.com/listco/hk/tingyi](http://www.irasia.com/listco/hk/tingyi)

\* 僅供識別