



TINGYI (CAYMAN ISLANDS) HOLDING CORP.

頂益（開曼島）控股有限公司

(在開曼群島註冊成立之有限公司)

截至二零零一年三月三十一日止三個月之第一季業績公佈

此公告乃本公司根據上市協議第二段作出，以便股東評估本公司及其附屬公司（「本集團」）的財務狀況。董事會決定公佈本集團截至二零零一年三月三十一日止第一季之未經審核的業績摘要，提供予股東及潛在投資者關於本集團最新的發展情況、營運成果及財務狀況。董事會亦同時申明本集團於現階段並未決定是否定期公佈季度業績。

根據未經審核之管理會計報表編製之財務摘要

- 股東應佔溢利為13,311千美元，較去年同期上升35.40%；
- 本集團毛利率為32.63%，去年同期為30.45%；
- 每股溢利為0.23美仙；
- 營業額達210,810千美元，較去年同期上升17.51%；
- 方便麵、糕餅及飲品的營業額分別為156,110千美元、19,722千美元及30,897千美元，與去年同期相比各產品的成長率分別為9.97%、-0.14%及118.55%。

第一季業績

Tingyi (Cayman Islands) Holding Corp. 頂益（開曼島）控股有限公司（「本公司」）董事會欣然宣佈本公司及其附屬公司（「本集團」）截至二零零一年三月三十一日止三個月根據二零零零年報所採納之會計政策及計算方法的基準而編製之未經審核綜合業績如下：

綜合收益表

	截至三月三十一日止三個月	
	二零零一年 千美元	二零零零年 千美元
營業額 (附註1)	210,810	179,391
銷貨成本	(142,031)	(124,761)
毛利	68,779	54,630
其他收入	2,878	3,561
銷售費用	(34,488)	(25,251)
行政費用	(10,267)	(10,062)
其他經營費用	(4,079)	(4,134)
經營溢利	22,823	18,744
財務費用	(6,012)	(6,153)
應佔聯營公司盈利 / (虧損)	109	(56)
除稅前溢利	16,920	12,535
稅項 (附註2)	(2,645)	(2,036)

	截至三月三十一日止三個月	
	二零零一年 千美元	二零零零年 千美元
附稅後溢利	14,275	10,499
少數股東權益	(964)	(668)
股東應佔溢利	13,311	9,831
每股溢利 (附註3)	0.23美仙	0.17美仙

附註：

1. 營業額

	截至三月三十一日止三個月			
	二零零一年		二零零零年	
	千美元	%	千美元	%
方便麵	156,110	74	141,959	79
糕餅	19,722	9	19,749	11
飲品	30,897	15	14,138	8
其他	4,081	2	3,545	2
合計	210,810	100	179,391	100

2. 稅項

開曼群島並不對本集團之收入徵收任何稅項。

由於本集團之溢利無須繳付香港利得稅，因此並無作出香港利得稅準備。

於中華人民共和國（「中國」）設立之附屬公司須受適用於中國外資企業之稅例規限，由首個獲利年度起計兩年內獲全面豁免稅率為百分之十五之中國外資企業所得稅，其後三年則可獲減免百分之五十稅項。

因為有關金額並不重大，故此，並未計提稅項而計算之溢利與列入賬目之溢利兩者之間因時差而產生之遞延稅項。

3. 每股溢利

每股基本溢利乃根據股東應佔溢利13,311千美元（二零零零年：9,831千美元）及已發行之加權平均股數5,588,705,360股（二零零零年：5,596,174,649股）計算。由於行使可換股債券所附之換股權分別增加截至二零零一年三月三十一日止三個月及截至二零零零年三月三十一日止三個月之每股基本溢利，故此並無呈列每股攤薄溢利之數字。

業務回顧與展望

方便麵業務

本集團核心業務方便麵的銷售額較去年同期上升9.97%，延續通路精耕的穩固基礎與正確的產品策略，是市場成功的主因。桶麵與高價料珍多的促銷策略，配合中國春節的旺季需求，都有很明顯的上升；此外，低價麵的好滋味與超級福滿多的定價適中，也獲得消費者的青睞，都有很好的表現。

期內方便麵之毛利率為31.96%，較二零零零年同期上升1.62個百分點，主要因為銷售管理及成本控制得宜。

糕餅業務

糕餅業務與去年同期比較衰退0.14%，由於去年第四季推出甜咸夾酥餅乾，增加餅乾的選擇性，使得餅乾銷售額有較明顯的成長，米餅則受限於價格競爭，銷售量雖下降有限，但營業額的下降較大。然而，在外銷市場的拓展上則有明顯的發展，第一季較去年同期成長兩倍。糕餅在三月份推出牛奶口味米餅與「妙芙」蛋糕，目前銷售良好，相信對未來的業績會有所助益。

期內糕餅之毛利率為35.08%，較二零零零年同期下降2.43個百分點。

飲品業務

延續去年扎下的通路精耕實力與茶飲料風潮，配合「綠茶票選代言人」活動及「猜冰力巨星」活動，自年初起就以靈活多樣的活動全面展開與消費者的溝通，提早引導消費者對茶飲料產品的需求，營業業績再創新高，除了天然飲料綠茶、烏龍茶、清涼飲料等高毛利膠瓶裝系列產品，持續熱賣外，也帶動其他包裝產品如利樂包與罐裝產品的銷售、營業額較去年同期大幅增長118.55%。茶系列產品的發展，已使康師傅確立了中國茶飲料專家第一品牌的市場地位。

期內飲品之毛利率為35.85%，較二零零零年同期上升14.63個百分點，主要是調整產品結構，高毛利的膠瓶裝飲品比重上升所致。

展望

隨著中國經濟復甦，消費者收入持續提高及消費觀念的更新，國內方便食品市場之發展空間將進一步成長，本集團仍延續既有的經營方向而努力，說明如下：

1. 引進策略聯盟伙伴，強化飲品、糕餅的事業經營；
2. 全力發展物流事業與電子商務系統；
3. 積極擴大市場佔有率與品牌經營；
4. 生產技術的深化；
5. 建構財務安全的經營體系；
6. 組織扁平、精英精兵；建立勤、廉、能的企業文化；及
7. 建立符合ISO的品保體系。

財務資料公佈

本公司包括證券上市規則附錄16第45段(1)至45段(3)所需的所有資料的截至二零零一年三月三十一日止三個月之業績公告將於此公告刊登後二十一天內，於香港聯合交易所有限公司之網頁 <http://www.hkex.com.hk> 上刊登。

承董事會命
主席
魏應州

中國天津，二零零一年四月二十五日

網址：www.tingyi.com