

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

TINGYI (CAYMAN ISLANDS) HOLDING CORP.

康師傅控股有限公司*

(在開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份編號：0322)

截至二零二零年六月三十日止六個月 中期業績公佈

摘要

人民幣千元	截至6月30日止6個月		變動
	2020年	2019年	
• 收益	32,934,421	30,495,309	↑ 8.00%
• 毛利率(%)	33.43%	31.93%	↑ 1.50個百分點
• 集團毛利	11,009,724	9,736,448	↑ 13.08%
• 扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(EBITDA)	5,166,659	4,154,177	↑ 24.37%
• 本期溢利	2,653,381	1,801,832	↑ 47.26%
• 本公司股東應佔溢利	2,380,431	1,503,085	↑ 58.37%
• 每股溢利(人民幣分)			
基本	42.33	26.74	↑ 15.59分
攤薄	42.28	26.72	↑ 15.56分

於2020年6月30日之現金及現金等值物為人民幣23,307,312千元，相較2019年12月31日增加人民幣5,876,925千元，淨負債與資本比率為-45.62%。

二零二零年中期業績

康師傅控股有限公司(「本公司」)之董事會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2020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2019年相對期間之比較數據。本集團2020年中期業績報告未經審核，惟已獲本公司之審核委員會(「審核委員會」)審閱。

簡明綜合收益表

截至2020年6月30日止6個月

		2020年 1至6月 (未經審核) 人民幣千元	2019年 1至6月 (未經審核) 人民幣千元
	附註		
收益	2	32,934,421	30,495,309
銷售成本		(21,924,697)	(20,758,861)
毛利		11,009,724	9,736,448
其他收益		307,200	245,532
其他淨收入		342,648	356,766
分銷成本		(6,499,889)	(6,345,585)
行政費用		(1,128,172)	(1,189,274)
其他經營費用		(277,379)	(317,740)
財務費用	4	(214,470)	(205,665)
應佔聯營及合營公司業績		125,424	270,711
除稅前溢利	4	3,665,086	2,551,193
稅項	5	(1,011,705)	(749,361)
本期溢利		<u>2,653,381</u>	<u>1,801,832</u>
期內應佔溢利			
本公司股東		2,380,431	1,503,085
少數股東權益		272,950	298,747
本期溢利		<u>2,653,381</u>	<u>1,801,832</u>
每股溢利	6	人民幣	人民幣
基本		<u>42.33分</u>	<u>26.74分</u>
攤薄		<u>42.28分</u>	<u>26.72分</u>

簡明綜合全面收益表

截至2020年6月30日止6個月

	2020年 1至6月 (未經審核) 人民幣千元	2019年 1至6月 (未經審核) 人民幣千元
本期溢利	2,653,381	1,801,832
其他全面虧損		
不會重分類至損益賬的項目：		
指定按公允價值列賬及在其他全面收益賬處理的 權益工具公允價值之變動	—	(64)
已經或其後可被重分類至損益賬的項目：		
匯兌差額	(165,860)	(6,823)
本期其他全面虧損	(165,860)	(6,887)
本期全面收益總額	<u>2,487,521</u>	<u>1,794,945</u>
應佔全面收益：		
本公司股東	2,217,252	1,491,002
少數股東權益	270,269	303,943
	<u>2,487,521</u>	<u>1,794,945</u>

簡明綜合財務狀況表
於2020年6月30日

		2020年 6月30日 (未經審核)	2019年 12月31日 (已經審核)
	附註	人民幣千元	人民幣千元
資產			
非流動資產			
投資性房地產		1,771,500	1,771,500
物業、機器及設備		22,141,695	23,013,991
使用權資產		3,832,490	4,025,124
無形資產		182,596	183,409
商譽		97,910	97,910
聯營公司權益		154,377	139,537
合營公司權益		956,048	889,065
按公允價值列賬及在損益賬處理的金融資產		1,551,984	1,153,541
指定按公允價值列賬及在其他全面收益賬處理的權益工具		117,066	115,614
遞延稅項資產		425,180	407,171
長期定期存款		1,575,000	725,000
		<u>32,805,846</u>	<u>32,521,862</u>
流動資產			
存貨		3,379,946	3,445,075
應收賬款	8	1,781,594	1,669,525
可收回稅項		—	40,349
預付款項及其他應收款項		2,489,897	2,852,469
抵押銀行存款		82,502	32,830
銀行結餘及現金		23,224,810	17,397,557
		<u>30,958,749</u>	<u>25,437,805</u>
總資產		<u><u>63,764,595</u></u>	<u><u>57,959,667</u></u>

簡明綜合財務狀況表
於2020年6月30日

		2020年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2019年 12月31日 (已經審核) 人民幣千元
	附註		
股東權益及負債			
股本及儲備			
發行股本		235,408	235,401
股份溢價		726,200	724,384
儲備		17,512,440	18,618,789
本公司股東應佔股本及儲備總額		18,474,048	19,578,574
少數股東權益		3,354,873	3,467,533
股東權益總額		21,828,921	23,046,107
非流動負債			
按公允價值列賬及在損益賬處理的金融負債		9,674	9,674
長期有息借貸		4,348,735	4,920,078
租賃負債		195,003	287,892
其他非流動負債		40,000	40,000
員工福利責任		153,174	157,066
遞延稅項負債		1,324,784	1,191,422
		6,071,370	6,606,132
流動負債			
應付賬款	9	9,439,424	7,678,035
其他應付款項及已收押金		13,094,415	10,761,450
有息借貸之即期部分		10,530,939	7,454,381
租賃負債		126,028	199,664
客戶預付款項		2,168,991	1,809,935
稅項		504,507	403,963
		35,864,304	28,307,428
總負債		41,935,674	34,913,560
股東權益及負債總額		63,764,595	57,959,667
淨流動資產(負債)		(4,905,555)	(2,869,623)

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2019年12月31日止年度之帳目一併閱覽。除採納對本集團運作有關及於2020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，編製此簡明綜合中期帳目採用之會計政策及計算方法與編製本集團截至2019年12月31日止年度之帳目所採用者一致。

香港會計準則第1號及第8號之修訂	重大性之定義
香港會計準則第39號、香港財務報告準則第7號及第9號之修訂	利率基準改革

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. 分部資料

分部業績

	截至2020年6月30日止6個月				合計 (未經審核) 人民幣千元
	方便麵 (未經審核) 人民幣千元	飲品 (未經審核) 人民幣千元	其他 (未經審核) 人民幣千元	內部沖銷 (未經審核) 人民幣千元	
收益					
由客戶合約產生之收益	14,905,255	17,603,780	383,541	—	32,892,576
收益認列之時點：					
在某一時點認列	14,905,255	17,603,780	325,095	—	32,834,130
隨時間認列	—	—	58,446	—	58,446
	14,905,255	17,603,780	383,541	—	32,892,576
由其他來源產生之收入：					
來自投資性房地產之租金收入	—	—	41,845	—	41,845
分部間之收益	5,007	12,840	800,498	(818,345)	—
分部收益	14,910,262	17,616,620	1,225,884	(818,345)	32,934,421
分部業績(已扣除財務費用)	2,321,078	1,351,220	(141,993)	9,381	3,539,686
應佔聯營公司及合營公司業績	44	131,361	(5,981)	—	125,424
未分配之淨支出	—	—	(24)	—	(24)
除稅前溢利(虧損)	2,321,122	1,482,581	(147,998)	9,381	3,665,086
稅項	(627,062)	(371,277)	(13,366)	—	(1,011,705)
本期之溢利(虧損)	1,694,060	1,111,304	(161,364)	9,381	2,653,381

2. 分部資料(續)

	截至2019年6月30日止6個月				
	方便麵	飲品	其他	內部沖銷	合計
	(未經審核) 人民幣千元	(未經審核) 人民幣千元	(未經審核) 人民幣千元	(未經審核) 人民幣千元	(未經審核) 人民幣千元
收益					
由客戶合約產生之收益	11,541,967	18,358,830	547,309	—	30,448,106
收益認列之時點：					
在某一時點認列	11,541,967	18,358,830	332,137	—	30,232,934
隨時間認列	—	—	215,172	—	215,172
	11,541,967	18,358,830	547,309	—	30,448,106
由其他來源產生之收入：					
來自投資性房地產之租金收入	—	—	47,203	—	47,203
分部間之收益	1,952	8,530	672,744	(683,226)	—
分部收益	11,543,919	18,367,360	1,267,256	(683,226)	30,495,309
分部業績(已扣除財務費用)	1,244,661	1,102,167	(67,499)	(2,219)	2,277,110
應佔聯營公司及合營公司業績	(300)	274,463	(3,452)	—	270,711
未分配之淨收入	—	—	3,372	—	3,372
除稅前溢利(虧損)	1,244,361	1,376,630	(67,579)	(2,219)	2,551,193
稅項	(369,661)	(365,649)	(14,051)	—	(749,361)
本期之溢利(虧損)	874,700	1,010,981	(81,630)	(2,219)	1,801,832

分部資料按內部慣常呈報給本公司之執行董事的財務資料編製，執行董事依據該等資料作出經營分部資源分配決定及評估其表現。本集團之執行董事就經營分部之本期溢利(虧損)，扣除稅項，應佔聯營公司及合營公司業績及未分配之淨收入(支出)前的溢利(虧損)，用作資源分配及表現評估用途。

2. 分部資料(續)

分部資產及分部負債

	截至2020年6月30日				
	方便麵	飲品	其他	內部沖銷	合計
	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)	(未經審核)
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
分部資產	24,571,260	32,185,473	4,383,008	(154,621)	60,985,120
聯營公司權益	—	154,377	—	—	154,377
合營公司權益	926	922,344	32,778	—	956,048
未分配資產					1,669,050
資產總額					<u>63,764,595</u>
分部負債	9,368,345	19,200,700	13,959,361	(745,906)	41,782,500
未分配負債					153,174
負債總額					<u>41,935,674</u>
	截至2019年12月31日				
	方便麵	飲品	其他	內部沖銷	合計
	(已經審核)	(已經審核)	(已經審核)	(已經審核)	(已經審核)
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
分部資產	22,790,688	29,095,483	4,010,878	(235,139)	55,661,910
聯營公司權益	—	139,537	—	—	139,537
合營公司權益	882	849,424	38,759	—	889,065
未分配資產					1,269,155
資產總額					<u>57,959,667</u>
分部負債	9,294,961	15,805,462	10,482,964	(826,893)	34,756,494
未分配負債					157,066
負債總額					<u>34,913,560</u>

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(包括認列於按公允價值列賬及在損益賬處理的金融資產或指定按公允價值列賬及在其他全面收益賬處理的金融資產內的投資基金及股本證券)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。

3. 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，普遍預期較高收益。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。

4. 除稅前溢利

經扣除下列項目後：

	2020年 1至6月 (未經審核) 人民幣千元	2019年 1至6月 (未經審核) 人民幣千元
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	192,756	178,791
須於五年以上悉數償還之銀行及其他貸款之利息支出	11,063	14,614
租賃負債之財務費用	10,651	12,260
	<u>214,470</u>	<u>205,665</u>
其他項目		
折舊	1,591,043	1,639,698
攤銷	3,260	3,153
物業、機器及設備之減值虧損(包括於其他經費用內)	61,603	80,834

5. 稅項

	2020年 1至6月 (未經審核) 人民幣千元	2019年 1至6月 (未經審核) 人民幣千元
本期間稅項－中國企業所得稅		
本期間	884,364	621,551
遞延稅項		
產生及轉回之暫時差異淨額	(23,965)	19,745
按本集團於中國之附屬公司可供分配利潤之預提稅	151,306	108,065
本期間稅項總額	<u>1,011,705</u>	<u>749,361</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2020年及2019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%（2019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（「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%（2019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預期在可見將來中的可供分配利潤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之淨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。

6. 每股溢利

(a) 每股基本溢利

	2020年 1至6月 (未經審核)	2019年 1至6月 (未經審核)
本公司股東期內應佔溢利(人民幣千元)	2,380,431	1,503,085
已發行普通股之加權平均股數(千股)	5,623,861	5,620,600
每股基本溢利(人民幣分)	42.33	26.74

(b) 每股攤薄溢利

	2020年 1至6月 (未經審核)	2019年 1至6月 (未經審核)
本公司股東期內應佔溢利(人民幣千元)	2,380,431	1,503,085
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	5,623,861	5,620,600
本公司購股權計劃之影響	5,996	4,705
用於計算每股攤薄溢利之普通股加權平均數	5,629,857	5,625,305
每股攤薄溢利(人民幣分)	42.28	26.72

7. 股息

董事會決議不擬派發截至2020年6月30日止6個月之股息(2019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(扣除壞賬撥備)於結算日按發票日期編製之賬齡分析列示如下：

	2020年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2019年 12月31日 (已經審核) 人民幣千元
0至90天	1,700,860	1,568,425
90天以上	80,734	101,100
	<u>1,781,594</u>	<u>1,669,525</u>

9. 應付帳款

應付帳款於結算日按發票日期編製之賬齡分析列示如下：

	2020年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2019年 12月31日 (已經審核) 人民幣千元
0至90天	8,544,254	6,789,795
90天以上	895,170	888,240
	<u>9,439,424</u>	<u>7,678,035</u>

10. 有關中期業績報告之批准

於2020年8月24日，董事會批准此2020年中期業績報告。

管理層討論與分析

宏觀及行業環境

2020年上半年，新冠疫情給全球經濟帶來巨大衝擊。但得益於政府強效的措施，中國經濟反彈趨勢明顯。第一季度GDP觸底後，第二季度GDP上漲3.2%，同時PMI維持在50以上，工業增長值增速轉正。集團所處的方便麵行業需求旺盛，同比加速增長；包裝飲料行業止跌回穩。

後疫情時代的新常態帶來大眾在生活消費、購物習慣的改變。上半年人均可支配收入及人均消費雙雙下降，消費分層趨勢愈加明顯；電商零售滲透率由26%快速上升至30%，購物渠道加速向線上轉移；人口流動性降低凸顯下沉市場重要性；加上疫情囤貨與居家飲食等趨勢，這些新的變化都為集團發展帶來機遇和挑戰。

業務概況回顧

2020年上半年，新冠疫情環境下，「鞏固、革新、發展」戰略的效果顯現，集團體現出「韌性」和「敏捷性」。規模優勢、品牌優勢、穩健運營及現金儲備有效抵禦市場波動風險，充分體現了集團的韌性。疫情期間確保防疫安全、食品安全，保障供應鏈第一時間復工復產，及時滿足消費者需求，並為醫療機構、政府等一線抗疫人員提供物資支持。體系數字化、組織扁平化及渠道扁平化，貼近消費者、貼近終端，及時掌握隨疫情發展不斷變化的需求，精準決策，把握市場機遇，展現了集團應變的敏捷性。

依靠「韌性」和「敏捷性」，2020年上半年集團盈利創歷史新高，重返榮耀。2020年上半年本集團的收益同比上升8.00%至329.34億人民幣。方便麵收益同比成長29.16%。飲品收益同比衰退4.09%。上半年毛利率同比上升1.50個百分點至33.43%。分銷成本佔收益的比率同比下降1.07個百分點至19.74%。EBITDA同比上升24.37%至51.67億人民幣；受惠於銷額成長、毛利率同比成長，本公司股東應佔溢利同比成長58.37%至23.80億人民幣；每股基本溢利上升15.59分人民幣至42.33分人民幣。

產品組合上，上半年聚焦高性價比的核心產品，以多元規格和多元口味吸引大眾消費者，滿足工薪階層對高性價比產品的強勁需求。應對長遠消費趨勢，穩步推出高價格帶符合健康理念產品，佈局未來，吸引城鎮化新世代族群及中產人群。

品牌策略上，加大線上媒體的投入，強化線上線下結合，創新與消費者的交互方式。持續提升整體品牌形象，有規劃、有節奏的推進品牌建設。通過中國航天基金會、國家體育總局冬訓中心合作等方式，提升品牌及品類形象。通過場景營銷、全媒體觸達、IP合作等方式提高品牌曝光，吸引年輕群體及年輕家庭消費者。

渠道佈局上，優先線上渠道的開拓，期間新零售事業部高速成長。同時，應對渠道碎片化趨勢，集團持續推動渠道合理化策略，追求渠道利潤的合理分配及與渠道夥伴的合作共贏。集團深入挖掘傳統渠道優勢，積極拓展多元渠道。集團已在核心城市完成直營二階覆蓋，並不斷優化終端的服務；堅持渠道下沉，重視低線城市，吸引優質經銷商、尋求與渠道夥伴的合作發展；基於長遠考慮，佈局食品服務、新零售等潛力渠道，全方位提升集團產品的終端滲透率。

集團數字化運營體系支持著疫情期間生產、銷售、物流工作的順利開展。期間共享中心建設持續推進，數據整合初見成效，亦已開展大數據、人工智能技術分析決策的試點。

集團供應鏈面對疫情期間激增的方便麵需求，迅速調整，及時滿足。期間持續推進供應鏈合理化策略，持續推動輕資產與資產活化，優化生產佈局，推動產線升級改造及智能製造。

集團持續優化組織結構，減少管理層級，貼近市場，增加前線業務人員，更快捷、更優質地服務渠道客戶及合作夥伴。

方便麵業務

2020年上半年，集團方便麵業務業績利潤雙創新高，行業龍頭優勢不斷擴大。根據尼爾森數據顯示，上半年，方便麵行業整體銷量同比成長5.6%，銷額同比成長11.5%。期內康師傅銷量市佔42.9%^①，銷額市佔45.8%^①，同比均上升，穩居市場第一位，呈強者恒強態勢。

2020年上半年本集團方便麵事業收益為149.10億人民幣，同比成長29.16%，佔集團總收益45.27%。期內因促銷力度下降、產品升級以及生產優化，使方便麵毛利率同比上升2.19個百分點至30.35%。由於收益同比上升、毛利率同比成長，令整體方便麵事業2020年上半年的本公司股東應佔溢利同比上升93.54%至16.94億人民幣。

事業第一時間重啟生產，並利用大數據，解決產銷協調、物流運輸、原物料供應等問題，來滿足激增的市場需求。疫情初期，以滿足市場需求量為第一優先，並在市場供應得到基本滿足後，補充多口味、多規格、多價格帶產品，滿足消費者的多元化需求。上半年銷額同比雙位數成長。

疫情中後期，消費者居家消費需求增長，事業通過社交媒體發佈微視頻與消費者互動，重點宣傳創意料理，吸引更多年輕及家庭消費者。此外，事業努力提升品類和品牌形象，促進銷售，推進與國家體育總局冬運中心的合作，嚴格把控食安標準，塑造產品安全、高品質的形象；推進中國航天合作項目，在疫情後將校園食安科普教育轉移至「線上」，提升品類健康形象；開展運動營銷，提升品類和品牌形象。

說明^①：尼爾森2020年一季度進行城市覆蓋率升級，銷量及銷額市佔的歷史數據已同步回溯更新

事業在所有渠道實現銷售成長。疫情期間，事業優先保障電商和現代渠道的供貨，確保產品在最短時間內到達消費者手中，電商渠道超高速成長。此外，順應渠道碎片化趨勢，事業優化各級傳統渠道的服務，並重點加強庫存健康度管理、優化配送效率，以此追求與經銷商的合作共贏。

事業以產品品質和食品安全為前提，全力提升供應鏈產能滿足巨大市場需求。同時，事業持續推進供應鏈改革，優化生產佈局，通過資產處置、資產活化、改造生產線、提升自動化率等舉措，提高供應鏈效益。

超高端麵

因應中產階級的消費升級，推出超高端麵「Express 速達麵館」兩年以來，實現銷額高速成長。「速達麵館」主打電商、便利、精品超市等現代渠道，以多種規格滿足不同消費場景。「速達麵館碗麵」主打疫情下的復工用餐場景，「速達麵館自熱麵」為外出場景設計，「速達麵館煮麵」6月推出家庭裝，滿足居家消費場景。此外，作為國家體育總局冬季運動管理中心唯一的運動方便營養膳食合作夥伴，事業為體育總局專供冰雪定製版「速達麵館」，提升品牌形象。

高價麵與高端麵

高價麵與高端麵是康師傅的核心市場。疫情爆發後，事業第一時間保障核心產品的供應，尤其是高性價比的大份量產品的供應；並在供貨逐漸穩定後，補充多口味、多規格產品，滿足消費者的多元化需求。期內實現銷額同比雙位數成長，且由於疫情導致室內消費需求增長，袋麵和大份量產品的銷售增長尤為顯著。

疫情期間，重點通過社交媒體發佈創意料理微視頻，吸引更多年輕及家庭消費者。此外，事業亦持續開展「功夫熊貓」、「和平精英」、「斗羅大陸」等IP合作。

事業於5月上市全新產品「手擀麵」，以及升級的「拌麵」和其袋麵新規格。「手擀麵」為煮麵，主打麵體筋道Q彈，滿足增長的居家消費場景，及新世代、中產階級對產品品質的追求。「拌麵」升級麵餅、醬料、包裝，碗麵創新濾水口設計更人性化，袋麵滿足居家消費場景。

中價麵／乾脆麵

順應疫情後愈發明顯的消費分層趨勢，方便麵事業以中價麵滿足低線城鎮及農村的實惠型消費需求。大份量產品「勁爽一倍半」上市後，助力搶佔中價大份量細分市場。乾脆麵「香爆脆」上市新口味「雞汁原味」，並通過「功夫熊貓」IP合作、社交媒體營銷、新口味，吸引學生群體。「香爆脆」在6月創下銷售新高。

飲品業務

2020年上半年，集團飲品業務收益因疫情影響小幅下降，但第二季度起反彈趨勢明顯。主要品類市佔同比均維持穩定，第二季度市佔同比表現優於第一季度。根據尼爾森數據顯示，上半年，飲料行業²整體銷量同比衰退7.5%，銷額同比衰退9.0%。期內康師傅即飲茶(包含奶茶)銷量市佔42.9%，繼續穩居市場首位。果汁銷量市佔15.2%，居市場第二位。包裝水銷量市佔5.2%。即飲咖啡銷量市佔12.2%，居市場第二位。根據第三方調研公司監測數據顯示，2020年上半年百事碳酸飲料整體銷量市佔32.9%，居市場第二位。

2020年上半年飲品事業整體收益為176.17億人民幣，較去年同期衰退4.09%，佔集團總收益53.49%。期內因本集團持續透過優化產品組合、產品升級，加上部分原材料價格下降等因素，飲品毛利率同比上升1.54個百分點至35.78%。由於毛利率改善、其他經營費用同比減少以及少數股東權益佔比下降，令飲品事業2020年上半年本公司股東應佔溢利同比上升18.73%至8.38億人民幣。

疫情期間，飲品業務聚焦核心品類，重點發展新零售渠道，側重線上傳播方式接觸消費者，以應對終端人群流動性受限的不利局面。同時，第一季度適度減少春季搶倉規模，保持通路庫存的健康度，確保提供給消費者最新鮮的產品。疫情緩和後，推進產品結構調整，順應疫情後消費升級及營養健康需求，上市高端新品類。多元渠道建設持續推進，除重點發展的新零售渠道外，強化核心城區的門店服務覆蓋率及服務力度，直營二階已覆蓋超百個核心城市，低階城市追求與經銷商的合作共贏。同時應對旺季需求，適度增加冰箱的資本支出。

即飲茶

即飲茶聚焦核心產品鞏固大眾消費市場。第二季度起加大品牌投資力度，增強對年輕消費者和家庭消費群體品牌號召力。「康師傅冰紅茶」持續打造年輕時尚的品牌形象，啟用全新品牌代言人吳亦凡，演繹冰力十足燃痛快的品牌主張。「茉莉系列」通過IP合作打造清香茉莉的品牌形象。「綠茶」借勢熱門IP，千禧一代人氣偶像代言，持續強化清新活力的品牌形象。順應疫情緩和後對嘗鮮和健康的需求，新上市「烏龍茶」滿足城鎮化新世代消費者。高端「無糖茶系列」強調「低溫長時慢萃無香精技術」，滿足中產階級對健康好茶的需求。持續養護「康師傅茶參廳檸檬茶」。

碳酸飲料

百事碳酸裝瓶業務持續推動口味創新，並以多規格、限量裝、減糖化滿足不同飲用場景的消費者需求。疫情期間，根據消費行為、心理及場所的轉變，靈活調整品牌推廣與營銷資源，把握消費時機，實現碳酸飲料整體銷額成長。「百事可樂」在農曆新年期間持續打造「把樂帶回家過個家「香」年」主題活動，推出「樂鼠迎新春限量罐」及節慶裝產品，深度結合春節飲用場景，掌握疫情期間「宅經濟」銷售契機，小、大規格產品銷售業績亮眼。第二季度推出新品「太汽系列桂花口味」，掀起國風熱潮，利用超強的產品力及話題性，創造銷售機會點。「百事可樂無糖」持續「勁爽無糖，敢黑帶敢」品牌溝通，上市「態度宣言2.0」新包裝，持續加強雙口味經營，其中樹莓口味實現銷量強勢增長。「美年達」啟用新晉代言人宋祖兒和黃明昊，上半年圍繞密室主題，線上獨家冠名芒果TV綜藝節目「密室大逃脫」第二季，上線密室大挑戰趣味遊戲，線下開展「果味鎖不住，一口大爆發」密室主題活動，不斷提升消費者品牌喜好度。同時深度溝通「果味大爆發」的品牌訴求，上市首款複合果味產品「美年達百香果菠蘿味」。「7喜」打造7喜特調平台「7喜樂調派」，加強佐餐場景滲透，上市FIDO DIDO 2.0新包裝，持續利用「7喜莫7托西柚味」，進行產品差異化經營。

果汁

中式果汁領導地位不斷鞏固，西式果汁銷售逐步恢復。隨著餐飲消費的逐步復甦，以多規格多口味重點拓展餐飲消費場景。「冰糖雪梨」演繹中華固有飲食文化，強化清潤每一刻品牌形象，與知名音樂人合作，展示清潤用嗓飲用場景。「傳世清飲酸梅湯」用現代工藝呈現中華經典飲品，知名主持人代言，傳達生津解渴、清爽解膩的飲用需求，實現銷售成長。西式果汁「康師傅果汁」品牌IP「果汁達人」全面升級強化品牌營銷，傳達陽光、歡樂的產品形象，推動多種規格銷售，教育消費者多場景飲用。「輕養果薈」以蜂蜜柚子口味為核心，芒果小酪等多口味拓展，合作流量影視明星，結合新媒體吸引年輕消費群體。「果繽紛」、「純果樂100%」持續消費者溝通，建立消費者品牌認知，聚焦核心渠道。

包裝水

包裝水品類聚焦平價水，拓展中價水，培育高端天然礦泉水。重點拓展居家消費對大規格的需求。平價水「康師傅包裝飲用水」世界知名女排教練郎平傳遞「選安心、選健康」的品牌形象，打造價格親民的國民品牌。中價水上市新品「喝開水」，以135度超高溫殺菌熟水，傳遞溫和·安全·甘甜的產品價值，建立品牌形象。「純水樂」持續通過線上線下的互動營銷，提升品牌知名度。高價水「涵養泉」包裝升級重新上市，強化「天然·珍稀·滋養」產品定位，滿足中產階級對天然礦泉水的需求。疫情期間4.5L天然礦泉水滿足家庭場景需求，成為中產家庭高品質日常用水，銷售超高速成長。

咖啡飲料／功能飲料／乳酸菌飲料

根據尼爾森數據顯示，即飲咖啡市佔已成長為市場第二名，與第一名差距縮小，與第三名差距不斷拉大。疫情期間重點滿足宅家咖啡需求。集團立足中高價咖啡，與國際戰略夥伴「星巴克」合作佔領高端市場，銷額佔高端市場6成。並以「貝納頌咖啡」拓展常溫中高價市場。「貝納頌咖啡」持續聚焦長三角／珠三角／北京等核心城市，品牌知名度不斷增強。

「味全常溫乳酸菌」鞏固長三角市場，順應消費者對營養、健康的追求，結合IP「LINE FRIENDS」年輕有活力的公眾形象，吸引年輕消費者，提高品牌知名度，促進銷售。新推出「小酪多多」乳酸菌味飲品，主打清爽0脂健康產品形象，聚焦解膩補水配餐場景溝通。

功能飲料「佳得樂」通過素人對「每滴汗不白流」的品牌主題進行傳播，拉近品牌與普通運動愛好者的生活距離。疫情期間上線「宅家開練」全新場景溝通，並聚焦開放式廣場、公園經營，結合箱碼活動促進銷售。線下持續專注汗點覆蓋，強化產品教育，提升品牌影響力，積極打造第一運動飲料品牌形象。

財務運作

本集團奉行現金為王之整體策略，善控資本支出並有效推動輕資產與資產活化工作，預計將帶來穩定現金淨流入。於本期內，本集團營運活動產生的現金淨流入為56.96億人民幣，投資活動產生的現金淨流出為17.20億人民幣。期內，本集團推動資產活化及出售非核心業務，向一名獨立第三方及一名關聯公司出售兩家附屬公司的部分股權及全部股權，現金流入淨額1.03億人民幣。雖然短期內有息借貸規模會有所增加，但長期來看，集團將持續透過自有資金逐步降低有息借貸規模，以此達至更加靈活、健康的財務結構目標，進一步改善運營基礎。

本集團通過對應收賬款、應付賬款、銀行結餘及現金與存貨的有效控制，繼續保持穩健的財務結構。於2020年6月30日，本集團的現金及銀行存款為233.07億人民幣，較2019年12月31日增加了58.77億人民幣，有充裕的現金持有量。於2020年6月30日，本集團有息借貸規模為148.80億人民幣，相較於2019年12月31日增加了25.05億人民幣。淨現金為84.28億人民幣，相較於2019年12月31日上升了33.72億人民幣。期末外幣與人民幣貸款的比例為82%:18%，去年年底為76%:24%。長短期貸款的比例為29%:71%，去年年底為40%:60%。

本集團於2020年6月30日的總資產及總負債分別為637.65億人民幣及419.36億人民幣，分別較2019年12月31日增加58.05億人民幣及增加70.22億人民幣；負債比例為65.77%，較2019年12月31日上升了5.53個百分點；淨負債與資本比率從2019年12月31日的-25.82%下降到本期的-45.62%。於2020年6月30日總負債含經2020年6月8日舉行的股東周年大會批准派發2019年度末期股息及特別股息共33.31億人民幣。該股息已在2020年7月15日發放。

期間美元對人民幣的匯率上升1.26%，由於期內匯率波動導致本集團本年度收益表產生已實現及未實現匯兌收益共1,988.0萬人民幣。

財務比率

	2020年 6月30日	2019年 12月31日
製成品周轉期	17.90日	16.61日
應收賬款周轉期	9.48日	9.97日
流動比率	0.86倍	0.90倍
負債比率(總負債相對於總資產)	65.77%	60.24%
淨負債與資本比率(淨借貸相對於本公司股東權益比率)	-45.62%	-25.82%

人力資源

截至2020年6月30日，本集團員工人數57,956人。2020年上半年，集團總部持續落實「小總部大事業」指導思想，不斷完善組織架構，優化員工結構，穩步推進管理層年輕化、人才多元化、人才本土化，為集團戰略目標的實現提供源源不斷的人才支持。

集團不斷加強人才梯隊的建設，借助日臻完善的體系，儲備和培育優秀各階人才。集團通過YMP(星生計劃，Young Master Program)招募優秀儲備管理人才；通過與全國36所高校、50所職業學校的校企合作，儲備優秀基層人才。

集團積極推進與國內外頂尖高校的戰略合作，以「共同育人，互惠雙贏」理念深化產學研合作，在大數據、食品安全、創新等領域深度研究，助益集團高質量發展與未來高精尖人才引進。

企業社會責任

集團秉承「永續經營，回饋社會」的理念，圍繞食品安全、抗擊疫情、節能環保、教育扶貧等領域，開展企業社會責任管理工作。集團憑藉在可持續發展領域的卓越表現入選聯合國開發計劃署發佈的《中國企業可持續發展目標實踐調研報告》。集團作為在近百家受調研企業(含在華外企)中入選報告三家代表企業之一，獲得了在更廣闊的舞台上展示中國企業可持續發展影響力的機會。未來，集團將持續採取多項行動，繼續積極貫徹落實聯合國可持續發展目標，為實現個人、家庭、社區、國家和地球的可持續發展而不懈努力，做出更多的貢獻。

集團支持國家節能環保政策，持續推動多項節能減排項目。節能方面，集團對工廠能耗，進行用電系統及控制流程優化，採用可再生能源照明，積極開展能源管理體系認證工作。在減排方面，集團製麵車間採用生物處理技術，廢氣、油煙濃度大幅下降。節水方面，集團升級中水系統提高利用率。

疫情期間，集團積極響應中央「六穩」、「六保」號召，做好防控工作，助力復工複產，保障市場供應。集團向全國26個省，299個市，837家醫療機構捐贈抗疫後勤保障物資，還為眾多來自政府、火車站、交警大隊、環衛、物業等方面的抗疫一線人員提供物資支持，獲得當地政府、機構與群眾的廣泛好評。

集團積極開展救災捐贈及社區投資活動，支持體育事業。集團在桂林陽朔洪災、浙江溫嶺槽罐車爆炸等事件中，及時為受災群眾提供後勤支持。集團在全國範圍內開展社區慰問活動，並為殘障人士提供工作機會。同時，集團熱心支持體育公益事業，支持舉辦馬拉松和網球賽等體育活動。

集團將食品安全視為為立身之本，不斷深化食品安全體系管理，以航天品質為目標，嚴格把控產品質量。康師傅「紅燒牛肉麵」及「速達麵館」隨我國新一代載人飛船試驗船共同駛入太空。集團工廠積極開展 AIB (American Institute of Baking, 美國烘烤技術研究所) 審核工作。集團期內延續「食品安全科普公益行」、「食品安全月」等食品安全教育宣傳活動。

集團始終注重回饋教育事業，除與早稻田大學聯合舉辦「康師傅圓夢獎學金計劃」資助來自國內五所頂尖高校學生赴日交流學習外；積極參與教育扶貧項目，支持斯坦福 REAP (Rural Education Action Program) 計劃之一—留守兒童線上學習，補充農村教育資源的不足。

展望

2020年下半年，全球疫情尚未明朗，宏觀環境仍存在不確定性。但隨著政府啟動「雙循環發展」，消費潛力受政策刺激將逐步釋放，預計中國經濟將穩步向好。集團方便麵事業、飲品事業亦隨著國內經濟復甦將有好的成長，尤其是飲品下半年進入傳統的銷售旺季，有望延續反彈趨勢。

隨著大眾生活消費逐步進入「後疫情時代的新常態」，消費分層、渠道向線上遷移、健康安全的消費需求等趨勢將愈發明顯。集團將積極應對消費趨勢的變化，繼續秉承「堅持聚焦大眾消費市場，穩步拓展高端市場」理念，短期內聚焦在鞏固大眾消費市場上，中長期加速推進產品創新，佈局高端及潛力市場。品牌建設方面，集團將持續品牌投資及品牌建設，以創新方式觸達消費者，通過航天合作、運動營銷及 IP 合作等，實施全媒體營銷，提升品牌形象。應對渠道碎片化、渠道下沉趨勢，集團將繼續堅持渠道合理化策略，積極發展多元渠道，特別是新零售渠道。在城市核心區域，直營二階已覆蓋基礎上，應用數據工具加強對終端的掌控及服務；在其他區域，與商業夥伴合作共贏，攜手開拓市場；同時加大對新零售投入，佈局食品服務，深化與阿里、京東、餓了麼等新零售的合作，提升集團產品的終端滲透率。

集團堅定不移的推進企業「數字化轉型」，加大對數字化基礎設施的投入。未來，將逐步構建數據閉環，優化大數據、人工智能技術，實現業務系統一體化、需求反饋更敏捷、商業決策更智能。

集團將持續推進供應鏈合理化策略，進一步推進輕資產和資產活化，推進智能製造、綠色製造，踐行節能減排的社會責任，實現經濟效益和環境效益雙增長。

集團食品服務事業部已啟動運作，積極開拓 B2B 市場。

集團與國際夥伴在原材料、營銷等領域展開多種形式的合作，海外事業部已開始運營，積極探尋海外市場機遇。

集團以長遠立足於中國食品飲料市場為目標，食品安全、經營安全一直位於首位。食以安為先，集團多年在食安領域持續投入，目前已構建完善的產品溯源體系及國內一流的技術研發中心，未來，集團將繼續緊繃食品安全這根弦，保證食品安全萬無一失。集團一貫穩健經營，未來將延續現金為王的理念，保障公司現金安全；同時，通過科學工具、系統建設等一系列措施構建公司經營安全。以滿足大眾生活所需為生意根本、服務中產階級消費需求為長遠發展目標、構建客戶服務與夥伴共贏為成功基石，集團將再創輝煌，將公司打造成綜合性食品飲料「民族品牌」。

企業管治

截至2020年6月30日止六個月期間，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及A.4.2條有所偏離除外。該等偏離之原因將於下文進一步說明。

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3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，並符合管治守則所規定的標準。

守則條文第A.4.2條

根據守則條文第A.4.2條，每名董事（包括有特定委任期者）應至少每三年輪值告退一次。根據本公司之公司組織章程細則，董事會主席在任時毋須輪值告退，於決定每年須退任之董事人數時亦不計算在內。董事會認為，董事會主席領導之持續性對本集團發展之穩定性及規劃、制定及落實長遠的策略及業務計劃至為重要。因此，董事會認為雖然上述細則之條文與守則條文第A.4.2條有所偏離，但符合本公司的最佳利益。

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。該審核委員會最近召開之會議乃審議本集團期內之業績。

風險管理及內部監控

本集團所建立的內部監控及風險管理程式的主要精神係遵循COSO架構五元素，分別是監控環境、風險評估、監控、資訊及溝通、監察評估。風險管理目標是將集團整體風險控制在可接受的水準以內，奠定集團長遠發展的良好基礎，同時能達到管理架構及權限明確化以提升營運績效達成及運作效率、保障資產安全，確保財務報告可靠性，符合國家法規要求等目標。

在董事會監督下，本集團已建立風險管理三道防線的組織架構及職責權限，審核委員會將協助董事會審查風險管理和內部監控系統的設計及運作成效。截至2020年6月30日，本集團持續推動包括財務、資訊、營運等內控自評，同時依據營運需要重新梳理核決權限並在集團內部公佈，此外，持續推展法規監控等工作。根據內控查核及稽核部門之內部審計，未發現風險管理與內部監控上出現重大缺失。故此，董事會與審核委員會認為本集團的風險管理及內部監控制度有效。

董事進行證券交易之標準守則

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」)，作為董事進行證券交易的標準。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

審核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。

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(「2008年購股權計劃」)，年期由採納日期起計10年。

鑒於2008年購股權計劃年期屆滿，本公司股東已於2018年4月26日舉行的股東特別大會上通過採納新購股權計劃(「2018年購股權計劃」)，年期由採納日期起計10年。

(a) 2008年購股權計劃

於截至2020年6月30日止六個月內，本公司概無根據2008年購股權計劃的條款授出購股權。

2008年購股權計劃的條款符合上市規則第17章的條文。有關本公司2008年購股權計劃之安排詳如下列：(圖表A)

授出日期	授出股數	行使期	行使價 (港元)
2008年3月20日	11,760,000	2013年3月21日至2018年3月20日(1)	\$9.28
2009年4月22日	26,688,000	2014年4月23日至2019年4月22日(2)	\$9.38
2010年4月1日	15,044,000	2015年4月1日至2020年3月31日(3)	\$18.57
2011年4月12日	17,702,000	2016年4月12日至2021年4月11日(4)	\$19.96
2012年4月26日	9,700,000	2017年4月26日至2022年4月25日(5)	\$20.54
2013年5月27日	11,492,000	2018年5月27日至2023年5月26日(6)	\$20.16
2014年4月17日	12,718,500	2019年4月17日至2024年4月16日(7)	\$22.38
2015年6月5日	17,054,000	2020年6月5日至2025年6月4日(8)	\$16.22
2016年7月4日	10,148,000	2021年7月4日至2026年7月3日(9)	\$7.54
2017年4月21日	11,420,000	2022年4月21日至2027年4月20日(10)	\$10.20

以下摘要載列截至2020年6月30日止六個月根據2008年購股權計劃所授出之購股權變動詳情：(圖表B)

姓名	授予日期	行使價	於2020年		購股權數目			於2020年 6月30日 之結餘	緊接 行使前 加權平均 收市價 港元	附註
			授予日期之 股份收市價 港元	1月1日 之結餘 港元	年內授出	年內已行使	年內 已註銷/ 失效			
執行董事										
曾倩	2010年4月1日	18.57	18.42	176,000	—	—	176,000	—	—	圖A(3)
	2011年4月12日	19.96	19.96	206,000	—	—	—	206,000	—	圖A(4)
	2012年4月26日	20.54	19.88	112,000	—	—	—	112,000	—	圖A(5)
	2013年5月27日	20.16	20.05	140,000	—	—	—	140,000	—	圖A(6)
	2014年4月17日	22.38	22.35	164,000	—	—	—	164,000	—	圖A(7)
	2015年6月5日	16.22	15.92	232,000	—	—	—	232,000	—	圖A(8)
魏宏名	2017年4月21日	10.20	10.20	1,000,000	—	—	—	1,000,000	—	圖A(10)
魏宏丞	2017年4月21日	10.20	10.20	1,000,000	—	—	—	1,000,000	—	圖A(10)
行政總裁										
韋俊賢	2013年5月27日	20.16	20.05	904,000	—	—	—	904,000	—	圖A(6)
	2014年4月17日	22.38	22.35	1,148,000	—	—	—	1,148,000	—	圖A(7)
	2015年6月5日	16.22	15.92	2,006,000	—	—	—	2,006,000	—	圖A(8)
	2016年7月4日	7.54	7.54	4,300,000	—	—	—	4,300,000	—	圖A(9)
	2017年4月21日	10.20	10.20	4,000,000	—	—	—	4,000,000	—	圖A(10)
主要股東										
魏應州 [#]	2010年4月1日	18.57	18.42	2,200,000	—	—	2,200,000	—	—	圖A(3)
	2011年4月12日	19.96	19.96	2,264,000	—	—	—	2,264,000	—	圖A(4)
	2012年4月26日	20.54	19.88	1,368,000	—	—	—	1,368,000	—	圖A(5)
	2013年5月27日	20.16	20.05	1,390,000	—	—	—	1,390,000	—	圖A(6)
	2014年4月17日	22.38	22.35	1,486,000	—	—	—	1,486,000	—	圖A(7)
	2015年6月5日	16.22	15.92	1,726,000	—	—	—	1,726,000	—	圖A(8)
其他僱員	2010年4月1日	18.57	18.42	6,261,000	—	—	6,261,000	—	—	圖A(3)
總計	2011年4月12日	19.96	19.96	7,822,000	—	—	—	7,822,000	—	圖A(4)
	2012年4月26日	20.54	19.88	5,186,000	—	—	120,000	5,066,000	—	圖A(5)
	2013年5月27日	20.16	20.05	5,756,000	—	—	148,000	5,608,000	—	圖A(6)
	2014年4月17日	22.38	22.35	6,657,000	—	—	190,000	6,467,000	—	圖A(7)
	2015年6月5日	16.22	15.92	10,728,000	—	—	1,158,000	9,570,000	—	圖A(8)
	2016年7月4日	7.54	7.54	4,092,000	—	200,000	120,000	3,772,000	13.84	圖A(9)
	2017年4月21日	10.20	10.20	4,770,000	—	—	200,000	4,570,000	—	圖A(10)
總計				77,094,000	—	200,000	10,573,000	66,321,000		

截至2020年6月30日止六個月期間，本集團員工於期內共行使200,000購股權，加權平均行使價為7.54港元，行使日之前的加權平均收市價為13.84港元。

[#] 魏應州為本公司的前董事會主席和前執行董事。他是兩個信託的受益人，該兩個信託分別持有Profit Surplus Holdings Limited及Profit Surplus 3 Holdings Limited 25%權益。Profit Surplus Holdings Limited間接持有頂新(開曼島)控股有限公司75.064%的權益，而Profit Surplus 3 Holdings Limited間接持有頂新(開曼島)控股有限公司17.835%的權益。頂新(開曼島)控股有限公司直接持有本公司1,882,927,866股股份。

(b) 2018年購股權計劃

2018年購股權計劃的條款符合上市規則第17章的條文。有關本公司2018年購股權計劃之安排詳如下列：(圖表C)

授出日期	授出股數	行使期	行使價 (港元)
2018年4月27日	2,478,000	2021年4月30日至2028年4月26日(1a)	\$16.18
2018年4月27日	5,626,000	2021年4月30日至2024年4月26日(1b)	\$16.18

以下摘要載列截至2020年6月30日止六個月根據2018年購股權計劃所授出之購股權變動詳情：(圖表D)

姓名	授予日期	購股權數目						於2020年 6月30日 之結餘	緊接 行使前 加權平均 收市價 港元	附註
		行使價 港元	授出日期之 股份收市價 港元	於2020年 1月1日 之結餘	年內 授出	年內 已行使	年內 已註銷/ 失效			
執行董事										
魏宏名	2018年4月27日	16.18	15.02	385,000	—	—	—	385,000	—	圖C(1a)
	2018年4月27日	16.18	15.02	98,000	—	—	—	98,000	—	圖C(1b)
魏宏丞	2018年4月27日	16.18	15.02	385,000	—	—	—	385,000	—	圖C(1a)
	2018年4月27日	16.18	15.02	98,000	—	—	—	98,000	—	圖C(1b)
行政總裁										
韋俊賢	2018年4月27日	16.18	15.02	1,708,000	—	—	—	1,708,000	—	圖C(1a)
	2018年4月27日	16.18	15.02	797,000	—	—	—	797,000	—	圖C(1b)
主要股東										
魏應州*	2018年4月27日	16.18	15.02	470,000	—	—	—	470,000	—	圖C(1b)
其他僱員										
總計	2018年4月27日	16.18	15.02	2,322,000	—	—	—	2,322,000	—	圖C(1b)
總計				6,263,000	—	—	—	6,263,000	—	

截至2020年6月30日止六個月期間，沒有在2018年購股權計劃中授予的購股權被行使。

* 魏應州為本公司的前董事會主席和前執行董事。他是兩個信託的受益人，該兩個信託分別持有Profit Surplus Holdings Limited及Profit Surplus 3 Holdings Limited 25%權益。Profit Surplus Holdings Limited間接持有頂新(開曼島)控股有限公司75.064%的權益，而Profit Surplus 3 Holdings Limited間接持有頂新(開曼島)控股有限公司17.835%的權益。頂新(開曼島)控股有限公司直接持有本公司1,882,927,866股股份。

董事局

於本公佈日，魏宏名先生、井田純一郎先生、魏宏丞先生、筱原幸治先生、高橋勇幸先生及曾倩女士為本公司之執行董事；徐信群先生、李長福先生及深田宏先生為本公司之獨立非執行董事。

承董事會命
主席
魏宏名

香港，2020年8月24日

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

* 僅供識別