

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分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



**UNI-PRESIDENT CHINA HOLDINGS LTD.**

**統一企業中國控股有限公司**

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份編號：220)

## 二零一二年中期業績公告

- 收益為人民幣10,648.1百萬元，增加21.0%
- 本集團毛利率為34.6%，增加6.4個百分點
- 未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為人民幣967.1百萬元，增加124.6%
- 本公司權益持有人應佔溢利為人民幣504.9百萬元，增加185.9%

統一企業中國控股有限公司（「本公司」）董事會（「董事會」）欣然提呈本公司及其附屬公司（合稱「本集團」）截至二零一二年六月三十日止六個月（「回顧期」）未經審核中期簡明綜合財務資料。該中期簡明綜合財務資料未經審核，但已由本公司審核委員會及本公司獨立核數師羅兵咸永道會計師事務所根據香港會計師公會頒佈之香港審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。

### 經濟環境狀況

二零一二年上半年，環球金融市場仍受歐洲債務問題困擾。中華人民共和國（「中國」）政府因應形勢，調整經濟結構和繼續實行穩健的貨幣政策，加大政策的彈性，盡量減低經濟下調風險。中華人民共和國國家統計局於七月公佈之數字顯示，二零一二年上半年，國內生產總值(GDP)同比增長7.8%，其中，第一季度及第二季度分別增長8.1%及7.6%，顯示經濟增長有放緩的跡象。

## 財務業績

面對中國經濟增長放緩以及產業競爭日趨嚴峻，本集團核心業務收益及毛利率於回顧期內均錄得強勁增長，充份顯示本集團聚焦經營以及重視品牌價值的成果，在穩健擴張及強化執行力的營運基礎上，將進一步提升本集團之營運效益。於回顧期內，本集團錄得收益人民幣10,648.1百萬元，較去年同期之人民幣8,798.9百萬元上升21.0%。本集團之毛利於回顧期內上升48.3%至人民幣3,679.8百萬元，而毛利率則由去年同期之28.2%上升6.4個百分點至34.6%，回顧期內毛利上升及毛利率上升，主要由於本集團不斷優化產品組合，高毛利產品佔比大幅提升，以及主要品牌銷售規模持續增長，發揮了規模經濟的效應，加上回顧期內主要原材料價格較去年同期下降所致。隨中國的整體經濟在二零一二年增長放緩，加上核心業務面對產業激烈的競爭，本集團積極投入品牌推廣，並且強化通路建設以擴大客戶基礎，致使回顧期內銷售及市場推廣開支增加至人民幣2,882.5百萬元（二零一一年上半年：人民幣2,157.2百萬元）。回顧期內行政開支為人民幣353.0百萬元（二零一一年上半年：人民幣251.8百萬元），主要是城建稅及教育費附加較二零一一年上半年增加，以及新生產基地佈建、產能擴建所需支應相關費用等增加所致。回顧期內今麥郎飲品股份有限公司及武漢紫江統一企業有限公司盈利增加，以致應佔共同控制實體及聯營公司淨溢利上升至人民幣63.6百萬元（二零一一年上半年：人民幣41.7百萬元）。本公司權益持有人應佔回顧期內溢利大幅增加185.9%至人民幣504.9百萬元（二零一一年上半年：人民幣176.6百萬元）。

## 業務回顧

於回顧期內本集團收益錄得約人民幣10,648.1百萬元，較去年同期增長21.0%，其中飲料事業共錄得收益約人民幣7,113.9百萬元，較去年同期增長21.9%，方便麵事業收益約人民幣3,420.5百萬元，較去年同期增長22.4%，各主要事業之業績表現分述如下：

### 方便麵業務

根據尼爾森資料顯示，二零一二年上半年方便麵整體市場銷售額成長16.6%，銷售量增長僅4.8%，本集團方便麵事業二零一二年上半年收益錄得人民幣3,420.5百萬元，較去年同期增長22.4%，成長幅度高於整體市場，市場佔有率由二零一一年上半年的12.6%，提高至二零一二年上半年的15.1%，增長2.5個百分點，為行業內增長幅度最高者。

本集團方便麵事業表現能夠優於整體市場及主要競爭對手，主要得益於聚焦經營「老壇酸菜牛肉麵」的成果。二零一二年上半年，本集團「老壇酸菜牛肉麵」繼續保持較高速度增長，較去年同期增長31.6%，有效得帶動了整體業績增長，而且在本集團帶動下，酸菜品類繼續引領整體行業的口味變革。根據尼爾森資料，二零一二年上半年酸菜品類佔比由去年同期的10.3%，提高至15.5%，幅度高達5.2個百分點，取代香辣牛肉成為辣口味市場第一大品類、整體市場的第二大品類（同時，整體市場紅燒品類衰退3.6個百分點，香辣品類衰退1.1個百分點），其中本集團之「老壇酸菜牛肉麵」在酸菜品類的15.5%中佔據8.2%，繼續在行業中居於領導者地位。

在穩固酸菜品類第一名地位的同時，本集團積極佈局新口味「滷肉麵」，著力打造第二大主力產品，爭取滷肉品類市場。自二零一一年八月「滷肉麵」區域性試推行上市以來，即傳出佳績，二零一二年開始全國推廣，至二零一二年上半年「滷肉麵」已經躍居本集團方便麵銷售額第二大口味，在市場上眾多新產品中脫穎而出，「滷肉麵」的成功，將使本集團的方便麵業務擁有兩支具高增長潛力的主打口味，有助於加快方便麵事業收益的增長。

在銷售網絡建設方面，繼續以「明星產品帶動通路建設」為策略，資源聚焦新增客戶，目前，中國南方市場已完成覆蓋一級城市、地級市、縣城及鄉鎮經銷網絡的設立，並將進一步拓展鐵路、公路、機場、廠礦、工地、連鎖酒店等新型渠道。中國北方市場也已完成一級城市到地級市經銷商的佈建，並且藉助鄉鎮訂貨會、集市車銷等方式，大力開拓鄉鎮市場，縣、鄉級市場預計將在二零一二年年底完成佈建，本集團方便麵在中國北方市場具有潛力，將是本集團未來業績增長的主要來源。

在品牌傳播和推廣方面，由於本集團「老壇酸菜牛肉麵」的熱銷，各廠商亦紛紛推出同質口味，為了和其他廠商的酸菜產品進行區隔，本集團「老壇酸菜牛肉麵」標榜「正宗」，於各媒體傳播「傳統老壇，雙重發酵，九九八十一天」等的概念，在廣告中利用代言人知名電視節目主持人汪涵先生的表演，加深消費者的記憶點。「滷肉麵」則繼續以「完美的滷香體驗」為傳播主軸，以傳播「精選十八味滷料，老滷慢燉，香透入味」的概念，並進行「滷香盛宴，邀您共享」的試吃活動，配合「十八香滷料盒」的展示，充分展示產品的特色，搶先進入消費者的心理。

本集團方便麵事業在二零一一年創造獲利後，二零一二年上半年亦交出漂亮的成績單，獲利較去年同期大幅增長，除歸因於主要原物料價格降低，大大舒緩了方便麵事業的成本壓力，提高獲利空間，另由於生產線的優化及產能擴充，滿足了本集團方便麵事業擴張所需的生產規模，並且提高生產效率，創造效益。

## 飲品業務

### 茶飲料

二零一二年上半年茶飲料市場仍顯疲弱，根據尼爾森資料，二零一二年上半年整體茶飲料（不含奶）的銷售額增長率為0.9%，相較於其它主要飲料品類超過雙位數增長的情況，茶飲料的增長動力仍顯不足，除了季節性的因素外，市場上其它品類如奶茶、功能性飲料及其他飲料（如「冰糖雪梨」）等的崛起，一定程度上轉移了茶飲料的消費。

二零一二年上半年本集團茶飲料收益3,117.1百萬元，雖然與去年收益大致持平，但是市佔率趨勢向上，獲利大幅提升。本集團主力品牌「統一冰紅茶」與「統一綠茶」二零一二年上半年收益比去年同期增長8.8%，市場佔有率由二零一一年上半年的19.9%，提升至二零一二年上半年的21.4%。

二零一二年本集團秉持著聚焦經營的策略，集中資源發展主力品牌「統一冰紅茶」與「統一綠茶」。二零一二年上半年引入新配方與包裝，以有感優化吸引新消費者：「統一冰紅茶」以複合式酸甜加強配方的清爽口感，包裝顏色以「中國紅」突顯包裝的張揚度，優化後產品有效增加年輕族群的喜愛度。「統一綠茶」則是調整茶湯色澤，提高包裝亮度及貨架顯眼度。二零一二年四月份起「統一冰紅茶」與「統一綠茶」全面啟動品牌行銷方案，加強品牌建設：「統一冰紅茶」以「年輕無極限」為品牌傳播核心，全程贊助CX (China X-game)－中國極限賽事，展開全國性的「酷玩滑板無極限」活動，以極限滑板運動為主，潮酷音樂、街舞、塗鴉為輔，藉以突顯率真、張揚，渴望突破極限的品牌個性，引起年輕人共鳴。「統一綠茶」以「親近自然 體驗喀納斯」為宣傳主軸，於全國二十大重點城市聚焦展開，以深度傳播「親近自然」的品牌主張。在銷售網絡的建設上，除了經銷商的佈建外，也於旺季加強終端基本功的管理，如著重於終端庫存、終端排面以及終端冰凍化覆蓋主要重點門店的確實執行及管理。

二零一二年下半年本集團茶飲料將在原策略及計畫的基礎上，持續行銷資源的投入，進一步搶佔市佔率。「統一冰紅茶」持續「酷玩滑板無極限」的品牌活動，將於二零一二年十月份在首都北京鳥巢舉辦『「統一冰紅茶」極限音樂派對』，將品牌活動推向高潮，加強「年輕無極限」的品牌資產積累。「統一綠茶」「親近自然 體驗喀納斯」活動，將於第三季度結合網絡與實體展開。另外，「統一茉莉香清茶」及「統一茉莉香蜜茶」已於二零一二年六月推出市場，下半年將把握旺季，有效搶奪茉莉花茶市場。

## 果汁

本集團果汁事業於二零一二年上半年表現突出，銷售額1,947.1百萬元較去年同期增長20.8%，根據尼爾森數據顯示，二零一二年上半年果汁事業的增長速度超越整體果汁市場的10.9%，新品牌「飲養四季」旗下的「冰糖雪梨」高速擴張，帶動了整體果汁業績的增長，銷售額市佔率從二零一一年上半年的11.0%，上升到二零一二年上半年的11.9%，增加了0.9個百分點。

二零一二年上半年果汁的主要原材料成本逐步下降，以及本集團持續努力改善產品結構、充分發揮創新求進的精神，優化口味以及提升生產技術等，提高了產品的競爭力及毛利，不但推升了業績的增長，亦使果汁事業產品結構不斷優化。

以「鮮橙多」為代表的「統一多果汁」系列為本集團果汁事業的核心產品，距今已推出市場13年，作為中國果汁飲品的主要開拓者之一，面對目前果汁飲料消費群體的年輕化趨勢，積極展開轉型佈局，以年輕、時尚的偶像代言人為切入點，開展「新定位、新形象、新包裝、新代言、新體驗」等一系列「漂亮蛻變」的行動。新包裝450ml多果汁系列通過包裝及口味的優化，毛利率大幅提高，二零一二年四月份推出市場後，受到廣大消費者的熱烈歡迎，活化了「多C多漂亮」的品牌資產，品牌形象亦更趨年輕化。除電視、戶外等傳統媒體的廣告投放以外，並且鎖定微博、社交網站、網絡視頻等，最能聚集年輕人的媒介平臺，先後開展「魔瓶奇跡，漂亮新體驗」、「show出你的漂亮宣言」、「曬合照贏門票」等有獎活動，以互動體驗為手段，實現與年輕消費群體零距離的行銷，形成品牌獨有的訴求年輕與漂亮的特徵。二零一二年五月三十一日在北京舉辦的「新裝上市暨代言人簽約新聞發佈會」以及聯合中央人民廣播電台「音樂之聲」，共同成功打造「漂亮新聲」主持人挑戰賽等一系列整合行銷的活動，以創新的行銷模式與同類果汁品牌進行區隔，達到了產品差異化的目標。



二零一一年三月本集團較各大飲料廠商率先推出「冰糖雪梨」，憑藉獨特的口感和「溫潤滋養」的產品訴求，上市後立刻受到消費者的追捧，快速增長的驚人銷售量給梨汁市場打了一劑強心針。二零一二年眾多果汁廠商蜂擁而上，「冰糖雪梨」成為二零一二年飲料界的新寵！在競爭格局異常激烈的狀況下，本集團「輕養系」品牌更名為「飲養四季」，堅持中國傳統養生的消費觀念，利用旗下「冰糖雪梨」與代言人情歌天后梁靜茹的攜手合作，引發消費者對「飲養四季，一口潤心田」的品牌形象聯想，進而體現品牌個性、增加品牌的喜好度。原果汁增長較為弱勢的中國東北、西北、中原等區域，在推出「冰糖雪梨」後，二零一二年上半年業績表現尤為突出，引起消費者的廣大迴響。本集團通過聚焦經營「冰糖雪梨」，帶來了業績和利潤的雙豐收，為整體果汁事業創造了一番新天地。為進一步發揚更多符合中國特色的傳統飲料，繼「冰糖雪梨」之後，二零一二年五月本集團所研發的新品「冰糖山楂」在東北市場率先上市，迅速獲得消費者的青睞。

二零一二年下半年果汁事業依然致力於產品結構的不斷優化，延續以小包裝帶動大包裝銷售的調整策略，以聚焦小包裝的品牌建設，改變本集團果汁事業大小包裝業績佔比失衡的現象。「統一多果汁」小包裝將持續發酵代言人的影響力，延續上半年的互動行銷手段，不斷完善和豐富網絡活動，藉助代言人於上海和深圳的大型演唱會的運作，以及「漂亮新聲」總決賽，在帶給消費者全新感受的同時，完成「漂亮、自信」的品牌個性的塑造，吸納新的消費群體提升品牌資產。「統一多果汁」系列，大包裝將更換全新包裝，著重抓好中秋、國慶以及春節的節慶操作。「飲養四季」將承接上半年良好的勢頭，在全國展開五場代言人梁靜茹與歌迷的見面會，並通過代言人新專輯的發行及其中「環遊四季的愛」品牌專曲的運用，強化消費者的品牌記憶連結，聚焦重點區域投入電視媒體，與通路推廣相結合，持續擴大「冰糖雪梨」的市場規模，以及大力推動新品「冰糖山楂」在東北市場的試銷，促進整體果汁市佔率的進一步提升。

## 奶茶

本集團二零一二年上半年奶茶收益較二零一一年同期增長91.4%，根據尼爾森資料顯示，今年上半年「統一奶茶」市佔率達62.1%，持續保持市場第一地位，同時由於即飲奶茶的高速增長，二零一二年上半年即飲奶茶市場規模已佔整體即飲茶市場比重至18.4%，相較於二零一一年上半年佔比9.2%，提高了9.2個百分點。由於本集團不斷創新求進的精神，研發推出「阿薩姆奶茶」上市以來，不斷的引領即飲奶茶的擴張，帶動了整體行業規模的提升，使即飲奶茶在中國飲料市場佔據了重要的地位。

二零一二年上半年，本集團奶茶事業持續聚焦於優勢產品「阿薩姆奶茶」，以中央電視台搭配地方衛視進行廣告投放，以「暢遊城市好心情」為主題的整合行銷活動，透過網絡及微博、代言人香港知名藝人蔡卓妍小姐「阿Sa」等一系列針對目標消費群的行銷活動組合，促進了「阿薩姆奶茶」進一步的增長。隨著本集團持續開創即飲奶茶的佳績，奠定了高檔奶茶的優良形象，亦引起其他廠商對奶茶市場的重視，紛紛加強推廣活動，也吸引更多廠商加入即飲奶茶的行列，影響所及，除一方面將加劇競爭態勢，另一方面亦會進一步普及消費群體、擴大行業規模，本集團將以市場領先者的姿態把握這一契機，獲得持續發展。

二零一二年下半年，「統一奶茶」將堅持以價值型行銷模式為驅動增長的經營方針，以建設差異化的價值型品牌為首要任務，不參與價格競爭。持續聚焦「阿薩姆奶茶」，憑藉其已創造的領導優勢，針對團體聚會、餐飲等飲用時機，延伸出大包裝系列產品，透過不同的容量包裝設計，抓住適合消費者在不同場合對容量選擇的需求，進而擴大市場；在鞏固「阿薩姆奶茶」領導地位的同時，二零一二年下半年亦將「伯爵奶茶」列為第二支重點推廣口味，源自英式下午茶的風味，定位為英倫風情奶茶，豐富本集團即飲奶茶的品類，配套電視媒體專屬廣告片、英倫風情體驗式推廣活動，已於重點城市樹立起標杆市場，將計劃性推廣至更多重點城市。

## 咖啡

二零一二年上半年中國即飲咖啡市場繼續保持穩健增長趨勢，根據尼爾森統計北京、上海、廣州、深圳四大城市之市場資料顯示，二零一二年上半年即飲咖啡銷售額規模增長率為33.1%。本集團咖啡事業也在此良好形勢下快速擴張，二零一二年上半年收益增長39.9%，高於行業平均增長水平。

中國即飲咖啡市場尚處於萌芽階段，規模不大，本集團在經過多年以「雅哈」為品牌的發展下，累積了寶貴的品牌資產以及市場經驗，近兩年根據市場發展趨勢，本集團亦調整重點開發產品，「雅哈冰咖啡」「雅哈醇香拿鐵」的上市，符合消費者的偏愛：塑膠包材、濃郁以及調和牛奶的口味，所以本集團新品推出市場後，受到消費者的喜愛，尤其是「雅哈醇香拿鐵」二零一二年上半年收益較去年同期增長153.4%，取得亮眼的業績表現，同時也以其濃郁醇正的口感得到了消費者的認可。

二零一二年上半年，「雅哈」品牌繼續以「雅哈一下 輕鬆一下」為品牌訴求，透過緊扣時下年輕族群生活狀態及心理需求，推出三支關於生活態度層面的廣告系列篇，在媒體播放後，得到目標消費群眾的廣泛熱議，收穫了不俗的傳播效益。

二零一二年下半年，「雅哈咖啡」仍將聚焦經營重點產品，持續品牌建設，隨著上半年媒體聚焦投放的策略已見成效，下半年將會在鎖定目標群的基礎上擴大一定的接觸廣度，吸引更多廣泛的即飲咖啡飲用群體，為未來咖啡市場奠定穩固的基礎。

## 包裝水

二零一二年上半年包裝水事業收益增長9.4%，增長來源主要是中高價位的天然礦泉水。延續二零一一年開始進行之產品結構調整，本集團逐步淡出低價位的礦物質水市場，不參與低價競爭，聚焦重點經營中高檔價位之天然礦泉水，二零一二年上半年「統一礦物質水」銷售額佔比已經大幅下降到二成以下，中高價位：「ALKAQUA」以及「統一礦泉水」比率則上升到整體收益之八成以上，轉型成功。



「ALKAQUA」的收益二零一二年上半年較二零一一年同期達到三位數增長，大幅超越包裝水總體市場增長率22.2%（尼爾森數據），「ALKAQUA」業績增長係因為產品的獨特外觀、定價都與同類產品形成明顯的差異化，得到特定消費族群的認同。本集團包裝水事業也因產品升級成功，毛利率大幅提高至百分之三十以上，預計隨著本集團整體包裝水事業的轉型以及礦泉水生產基地的佈建，配合中國包裝水市場因消費水平提升，愈來愈重視包裝水的品質，本集團包裝水銷售規模以及效益都會進一步提升。本集團正積極爭取中國各地的優質礦泉水資源，逐漸在全國各地設立礦泉水廠，利用全國的銷售網絡，爭取在三年內成為全國中高價位礦泉水的領導品牌。

## 財務狀況

### 現金與借款

本集團營運所需資金及資本開支主要來源於內部營運產生的現金流量及主要往來銀行提供的信貸額度。於二零一二年六月三十日，本集團現金及現金等價物約為人民幣3,816.6百萬元（二零一一年十二月三十一日：約為人民幣2,369.1百萬元），因二零一二年上半年度獲利大幅提升，以致營運產生現金流入增加。

本集團於二零一二年六月三十日的總借款為人民幣4,103.6百萬元（二零一一年十二月三十一日：約為人民幣3,096.1百萬元），41.6%借款的借款償還期為1年以上，其中95.3%以上的借款幣別為美元。

### 現金流量

二零一二年上半年，本集團現金及現金等價物增加淨額約為人民幣1,447.5百萬元，其中營運活動產生的淨現金流入約為人民幣1,766.8百萬元；融資活動產生的淨現金流入約為人民幣907.6百萬元；投資活動產生的淨現金流出約為人民幣1,227.1百萬元。投資活動的淨現金流出，主要用於擴大生產規模、機器與設備。

## 資本支出

二零一二年上半年，本集團的資本開支約為人民幣1,440.0百萬元（二零一一年上半年：人民幣1,250.7百萬元）。本集團主要投入了速食麵、飲料類的生產廠房和機器設備，以滿足消費市場擴大所需產能。

	二零一二年 六月三十日 人民幣千元	二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元
總借貸	4,103,592	3,096,132
減：現金及現金等價物	<u>(3,816,596)</u>	<u>(2,369,050)</u>
負債淨額	286,996	727,082
總權益	<u>7,287,667</u>	<u>6,810,895</u>
總資本	<u><u>7,574,663</u></u>	<u><u>7,537,977</u></u>
負債比率（負債淨額／總資本）	<u><u>3.79%</u></u>	<u><u>9.65%</u></u>

## 存貨分析

存貨主要包括原材料和包裝材料、產成品以及低值易耗品。二零一二年六月三十日存貨餘額較年初減少約為人民幣318.7百萬元，主要是產成品庫存周轉加快。

## 應收貿易賬款

本集團的應收貿易賬款，對中國的大部分客戶以款到發貨的方式銷售產品，本集團的應收貿易賬款是對現代管道的信貸客戶提供賒銷所產生，賒銷期限通常是30天至60天。

## 應付貿易賬款

本集團的應付貿易賬款主要由賒購原材料產生。截至二零一二年六月三十日止六個月與截至二零一一年十二月三十一日止年度本集團的應付貿易賬款增加約為人民幣301.4百萬元，主要為本期的銷售業績有大幅度增加，因而對於原料的採購量增多。

	二零一二年 六月三十日	二零一一年 十二月三十一日
存貨周轉天數	29	37
應收貿易賬款周轉天數	10	10
應付貿易賬款周轉天數	<u><u>35</u></u>	<u><u>34</u></u>

## 財務政策

本集團在發展的同時仍不忘審慎理財的原則。為配合持續發展的中長期戰略目標並把握中國經濟持續發展的機遇，本集團投放之資本支出，主要用以佈建新廠房並擴充現有產能。本集團主要透過內部營運資源作為營運及業務開發資金，亦透過靈活審慎的理財策略，有效管理公司資產與負債，並逐步優化集團財務體質。本集團的財務政策旨在緩和利率及匯率波動對集團整體財務狀況的影響，以及把財務風險減至最低。

## 展望

展望二零一二年下半年，儘管中國經濟成長放緩，本集團對營運增長仍保持樂觀，會繼續推行以「聚焦經營、簡單操作」為理念的營運戰略；積極品牌建設，開拓更綿密的銷售網絡，並持續優化產品組合，提升營運效益；在食品安全方面，嚴格執行品質控管，確保產品符合安全標準，為提升本集團企業價值及創造股東最大利益而努力。

## 人力資源及薪酬政策

截至二零一二年六月三十日，本集團僱員總人數為31,234人。鑑於中國未來乳飲及食品的龐大市場商機，本公司正積極大規模擴張市場版圖，人才需求殷切。在人才的選拔與任用上，公司採用了更務實、高效的方法，以滿足業務及生產體系快速擴張之人力需求。對快速新進的基層員工，公司通過及時的人員培訓、人性關懷機制等，令他們熟悉工作環境及建立團隊精神。穩定基層員工的同時，公司對核心人才的任用，通過內部拔擢及外部延攬相結合的方式，公開選拔內部優秀員工，同時延攬外部優秀人才，保持團隊的活力與戰力。同時通過對核心幹部的內部進階培訓、有計劃的崗位輪調、外部在職進修等，培育公司核心崗位人才，為集團高階人才需求提供保障。

本集團與僱員訂立個別僱傭合約，當中涉及工資、國家各項津貼、社會保障福利、僱員福利、工作場所安全及衛生環境商業秘密的保密責任以及終止條件等。除了與中級及高級管理層人員之僱傭合約外，該等僱傭合約為期一年至三年，新進員工試用期為二個月。

## 本集團業績

本公司董事會欣然宣佈本集團截至二零一二年六月三十日止六個月之未經審核中期簡明綜合業績。

### 中期簡明綜合收益表

截至二零一二年六月三十日止六個月

(除特別註明外，金額單位為人民幣千元)

	附註	未經審核	
		截至六月三十日止六個月 二零一二年	二零一一年
收益	3	10,648,116	8,798,916
銷售成本		<u>(6,968,271)</u>	<u>(6,318,145)</u>
毛利		3,679,845	2,480,771
其他利得－淨額		51,974	7,875
其他收入		87,358	76,335
其他開支		(43,242)	—
銷售及市場推廣開支		(2,882,481)	(2,157,226)
行政開支		<u>(352,994)</u>	<u>(251,784)</u>
經營溢利	4	540,460	155,971
融資收入		50,997	39,381
融資成本		<u>(39,330)</u>	<u>(9,549)</u>
融資收入－淨額		11,667	29,832
應佔共同控制實體及聯營公司溢利		<u>63,619</u>	<u>41,663</u>
除所得稅前溢利		615,746	227,466
所得稅開支	5	<u>(110,892)</u>	<u>(50,889)</u>
本公司權益持有人應佔期間溢利		<u>504,854</u>	<u>176,577</u>
本公司權益持有人應佔溢利之每股盈利 (以每股人民幣元列值)			
－基本及攤薄	6	<u>14.03分</u>	<u>4.91分</u>
股息	7	<u>—</u>	<u>—</u>

## 中期簡明綜合全面收益表

截至二零一二年六月三十日止六個月

(除特別註明外，金額單位為人民幣千元)

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月 二零一二年	二零一一年
期間溢利	504,854	176,577
其他全面收益		
可供出售金融資產之公平值利得	66,977	23,278
於出售可供出售金融資產後將先前計入儲備之 公平值利得轉撥至收益表	(12,098)	(8,870)
於可供出售金融資產出現減值後將先前計入儲備之 公平值虧損轉撥至收益表－除稅淨額	10,621	—
期間其他全面收益	65,500	14,408
本公司權益持有人應佔期間全面收益總額	570,354	190,985



## 中期簡明綜合資產負債表

於二零一二年六月三十日

(除特別註明外，金額單位為人民幣千元)

	附註	未經審核 二零一二年 六月三十日	經審核 二零一一年 十二月三十一日
<b>資產</b>			
<b>非流動資產</b>			
土地使用權		1,341,898	1,272,155
物業、廠房及設備		6,346,037	5,579,385
投資物業		137,604	101,469
無形資產		6,522	8,054
於共同控制實體及聯營公司之權益		1,259,265	1,182,213
可供出售金融資產		556,103	511,207
遞延所得稅資產		189,880	156,479
其他非即期應收款項		15,892	309,410
		<u>9,853,201</u>	<u>9,120,372</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		955,418	1,274,163
應收貿易賬款	8	651,306	513,305
預付款項、按金及其他應收款項		734,581	442,894
已抵押銀行存款		26,290	17,608
現金及現金等價物		3,816,596	2,369,050
		<u>6,184,191</u>	<u>4,617,020</u>
<b>總資產</b>		<u><u>16,037,392</u></u>	<u><u>13,737,392</u></u>

		未經審核 二零一二年 六月三十日	經審核 二零一一年 十二月三十一日
<i>附註</i>			
<b>權益</b>			
本公司權益持有人應佔資本及儲備			
股本		34,047	34,047
股份溢價		2,243,980	2,243,980
其他儲備			
— 擬派股息		—	93,582
— 其他		5,009,640	4,439,286
<b>總權益</b>		<b>7,287,667</b>	<b>6,810,895</b>
<b>負債</b>			
<b>非流動負債</b>			
遞延所得稅負債		163,198	165,181
借貸		1,705,346	1,511,915
其他應付款項—非即期部分		186,703	162,822
		<b>2,055,247</b>	<b>1,839,918</b>
<b>流動負債</b>			
應付貿易賬款及票據	9	1,497,205	1,195,779
其他應付款項及應計費用		2,690,169	2,244,265
借貸		2,398,246	1,584,217
當期所得稅負債		108,858	62,318
		<b>6,694,478</b>	<b>5,086,579</b>
<b>總負債</b>		<b>8,749,725</b>	<b>6,926,497</b>
<b>權益及負債總額</b>		<b>16,037,392</b>	<b>13,737,392</b>
<b>流動負債淨額</b>		<b>(510,287)</b>	<b>(469,559)</b>
<b>總資產減流動負債</b>		<b>9,342,914</b>	<b>8,650,813</b>

## 中期簡明綜合財務資料附註

### 1 編製基準

截至二零一二年六月三十日止六個月之簡明綜合中期財務資料乃按照香港會計準則第34號「中期財務報告」編製。本簡明綜合中期財務資料應與截至二零一一年十二月三十一日止年度之年度財務報表（按照香港會計師公會（「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」）編製）一併閱讀。

### 2 會計政策

除下文所述者外，所採納之會計政策與本集團截至二零一一年十二月三十一日止年度之年度財務報表所採納者一致，該等會計政策已在年度財務報表中詳述。

- (a) 中期期間的所得稅按照預期年度總盈利適用的稅率累計。
- (b) 以下新訂準則及對準則之修訂本於二零一二年一月一日開始之財政年度已頒佈但尚未生效且未獲提前採納：
- 香港財務報告準則第9號「金融工具」針對金融資產及金融負債之分類、計量及終止確認。該準則於二零一五年一月一日方適用，惟可提前採納。本集團尚未決定於何時採納香港財務報告準則第9號。
  - 香港財務報告準則第10號「綜合財務報表」以現有原則為基礎，確定將控制權之概念作為釐定實體是否應計入母公司之綜合財務報表因素。該準則提供在難以評估之情況下可協助釐定控制權之額外指引。本集團尚未評估香港財務報告準則第10號之全面影響，並計劃不遲於二零一三年一月一日或之後開始之會計期間採納香港財務報告準則第10號。
  - 香港財務報告準則第12號「於其他實體權益之披露」包括涉及所有在其他實體（包括共同安排、聯營公司、特殊目的機構及其他資產負債表外機構）權益形式之披露規定。本集團尚未評估香港財務報告準則第12號之全面影響，並計劃不遲於二零一三年一月一日或之後開始的會計期間採納香港財務報告準則第12號。
  - 香港財務報告準則第13號「公平值計量」旨在通過提供公平值之精確定義及公平值計量之單一來源及於香港財務報告準則使用之披露規定，提升一致性及減少複雜性。該等規定不會擴大公平值會計之用途，惟提供於其用途已由香港財務報告準則內其他準則規定或准許之情況下應如何運用之指引。本集團尚未評估香港財務報告準則第13號之全面影響，並計劃不遲於二零一三年一月一日或之後開始的會計期間採納香港財務報告準則第13號。
  - 香港會計準則第19號（修訂）「僱員福利」剔除緩衝區法，按融資淨額計算融資成本。本集團尚未評估香港會計準則第19號修訂本之影響。

概無其他尚未生效之香港財務報告準則或香港（國際財務報告解釋委員會）解釋公告預期對本集團構成重大影響。

### 3 分部資料

執行董事被認定為主要營運決策人。執行董事審閱本集團之內部報告，以評估表現及分配資源。管理層根據該等報告劃分營運分部。

由於本集團90%以上之銷售及業務活動於中國進行，故執行董事僅從產品角度考慮業務。管理層從產品角度評估飲料、方便麵及其他分部之表現。

執行董事根據分部盈虧評估營運分部之表現。向執行董事提供之其他資料（下述者除外）按與財務報表一致之方式計量。

本集團大部分銷售為零售銷售，並無與單一外部客戶進行的交易的收益佔本集團收益10%或以上。

截至二零一二年六月三十日止六個月之分部資料如下：

	截至二零一二年六月三十日止六個月				
	飲料	方便麵	其他	未分配	本集團
<b>分部業績</b>					
收益	<u>7,113,892</u>	<u>3,420,482</u>	<u>113,742</u>	<u>-</u>	<u>10,648,116</u>
分部溢利／（虧損）	428,574	177,541	7,633	(73,288)	540,460
融資收入－淨額					11,667
應佔共同控制實體及聯營公司 溢利／（虧損）	64,596	-	-	(977)	63,619
除所得稅前溢利					615,746
所得稅開支					(110,892)
期間溢利					<u>504,854</u>
<b>其他收益表項目</b>					
折舊及攤銷	<u>243,911</u>	<u>92,640</u>	<u>4,503</u>	<u>21,962</u>	<u>363,016</u>
資本支出	<u>1,187,102</u>	<u>240,364</u>	<u>11,156</u>	<u>1,414</u>	<u>1,440,036</u>

	於二零一二年六月三十日				本集團
	飲料	方便麵	其他	未分配	
<b>分部資產及負債</b>					
資產	7,182,777	2,268,069	102,594	5,224,687	14,778,127
於共同控制實體及聯營公司之權益	<u>1,045,948</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>213,317</u>	<u>1,259,265</u>
<b>總資產</b>	<b><u>8,228,725</u></b>	<b><u>2,268,069</u></b>	<b><u>102,594</u></b>	<b><u>5,438,004</u></b>	<b><u>16,037,392</u></b>
<b>總負債</b>	<b><u>3,028,353</u></b>	<b><u>1,162,285</u></b>	<b><u>24,789</u></b>	<b><u>4,534,298</u></b>	<b><u>8,749,725</u></b>

截至二零一一年六月三十日止六個月之分部資料如下：

	截至二零一一年六月三十日止六個月				本集團
	飲料	方便麵	其他	未分配	
<b>分部業績</b>					
收益	<u>5,833,639</u>	<u>2,793,722</u>	<u>171,555</u>	<u>—</u>	<u>8,798,916</u>
分部溢利／(虧損)	145,224	51,800	(3,003)	(38,050)	155,971
融資收入－淨額					29,832
應佔共同控制實體及聯營公司 溢利／(虧損)	43,500	—	—	(1,837)	<u>41,663</u>
除所得稅前溢利					227,466
所得稅開支					<u>(50,889)</u>
期間溢利					<u>176,577</u>
<b>其他收益表項目</b>					
折舊及攤銷	<u>173,539</u>	<u>44,676</u>	<u>4,516</u>	<u>10,189</u>	<u>232,920</u>
<b>資本支出</b>	<b><u>1,041,928</u></b>	<b><u>176,118</u></b>	<b><u>23,460</u></b>	<b><u>9,169</u></b>	<b><u>1,250,675</u></b>



	於二零一一年十二月三十一日				本集團
	飲料	方便麵	其他	未分配	
<b>分部資產及負債</b>					
資產	6,279,697	2,518,792	171,817	3,584,873	12,555,179
於共同控制實體及聯營公司之權益	<u>967,919</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>214,294</u>	<u>1,182,213</u>
<b>總資產</b>	<b><u>7,247,616</u></b>	<b><u>2,518,792</u></b>	<b><u>171,817</u></b>	<b><u>3,799,167</u></b>	<b><u>13,737,392</u></b>
<b>總負債</b>	<b><u>2,208,944</u></b>	<b><u>1,209,764</u></b>	<b><u>30,655</u></b>	<b><u>3,477,134</u></b>	<b><u>6,926,497</u></b>

#### 4 經營溢利

於財務資料呈列為經營項目之金額分析如下。

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年	二零一一年
存貨成本	<b>6,273,137</b>	5,650,315
促銷及廣告費用	<b>1,406,610</b>	871,258
員工福利開支，包括董事薪酬	<b>1,115,327</b>	908,261
運輸費用	<b>488,518</b>	439,638
折舊及攤銷	<b>363,016</b>	232,920
樓宇經營租賃	<b>75,893</b>	70,325
減值撥備（撥回撥備）		
—物業、廠房及設備	—	10
—應收貿易賬款	<b>1,652</b>	(634)
—可供出售金融資產	<b>16,786</b>	—
存貨撇減至可變現淨值撥回	<b>(7,789)</b>	(4,852)
出售物業、廠房及設備虧損	<b>271</b>	3,135
出售可供出售金融資產收益	<b>(12,098)</b>	(9,899)
可供出售金融資產之股息收入	<b>(4,827)</b>	(5,724)
政府補助	<b>(35,706)</b>	(30,000)
補貼收入	<b>(5,263)</b>	(15,292)

#### 5 所得稅

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年	二零一一年
當期所得稅		
—中國內地企業所得稅（「企業所得稅」）	<b>149,448</b>	78,071
遞延所得稅	<b>(38,556)</b>	(27,182)
	<b><u>110,892</u></b>	<b><u>50,889</u></b>

本公司根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，因此，本公司獲豁免繳納開曼群島所得稅。

所得稅開支根據管理層對預期整個財政年度之加權平均年度所得稅稅率之最佳估計予以確認。

自二零零八年一月一日起，本公司於中國註冊成立的附屬公司須按照二零零七年三月十六日全國人大批准之中國企業所得稅法及相關規例（「新企業所得稅法」）計算及繳納企業所得稅。根據新企業所得稅法，國內及海外投資企業之所得稅率自二零零八年一月一日起統一為25%。就於新企業所得稅法公佈前成立，並獲有關稅務機關授予減免企業所得稅率之稅務優惠的企業而言，新企業所得稅率將於二零零八年一月一日新企業所得稅法生效當日起計五年內由優惠稅率逐步遞增至25%。就享有減免企業所得稅率15%之地區而言，根據相關條例之過渡守則，稅率將分別於二零零八年、二零零九年、二零一零年、二零一一年及二零一二年逐步遞增至18%、20%、22%、24%及25%。現時於指定期間內享有標準所得稅率豁免或減免之企業可繼續享有有關稅務優惠，直至有關期限屆滿為止。

## 6 每股盈利

每股基本盈利乃按期內本公司權益持有人應佔溢利除已發行普通股加權平均數計算。

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年	二零一一年
本公司權益持有人應佔溢利	504,854	176,577
已發行普通股加權平均數 (千股)	3,599,455	3,599,455
每股基本盈利 (每股人民幣計)	<u>14.03分</u>	<u>4.91分</u>

由於本公司並無攤薄普通股，故每股攤薄盈利與每股基本盈利一致。

## 7 股息

與截至二零一一年及二零一零年十二月三十一日止年度相關之股息，分別約為人民幣94,000,000元及人民幣156,000,000元，已分別於二零一二年六月及二零一一年六月支付。

董事建議不派發截至二零一二年六月三十日止六個月之中期股息（二零一一年：零）。

## 8 應收貿易賬款

	二零一二年 六月三十日	二零一一年 十二月三十一日
應收貿易賬款		
— 第三方	651,338	517,606
— 關聯方	10,653	4,814
	<u>661,991</u>	<u>522,420</u>
減：減值撥備	(10,685)	(9,115)
應收貿易賬款，淨值	<u>651,306</u>	<u>513,305</u>

本集團通常授予客戶60天至90天之信用期。於二零一二年六月三十日，應收貿易賬款的賬齡分析如下：

	二零一二年 六月三十日	二零一一年 十二月三十一日
應收貿易賬款，總額		
－90天以內	621,648	474,468
－91天至180天	35,514	44,696
－181天至365天	4,542	3,120
－一年以上	287	136
	<u>661,991</u>	<u>522,420</u>

## 9 應付貿易賬款及票據

	二零一二年 六月三十日	二零一一年 十二月三十一日
應付貿易賬款		
－第三方	1,370,929	1,108,368
－關聯方	124,614	85,526
	<u>1,495,543</u>	<u>1,193,894</u>
應付票據－第三方	1,662	1,885
	<u>1,497,205</u>	<u>1,195,779</u>

於二零一二年六月三十日，應付貿易賬款之賬齡分析如下：

	二零一二年 六月三十日	二零一一年 十二月三十一日
應付貿易賬款		
－180天以內	1,478,987	1,180,331
－181至365天	8,897	5,473
－一年以上	7,659	8,090
	<u>1,495,543</u>	<u>1,193,894</u>

## 審核委員會審閱

審核委員會成員包括范仁達先生、陳聖德先生、林隆義先生及路嘉星先生，其中除了林隆義先生為非執行董事，審核委員會其他成員均為獨立非執行董事。審核委員會已與管理層審閱本集團採納之會計原則及常規，以及討論財務申報事宜。審核委員會已審閱本集團截至二零一二年六月三十日止六個月之未經審核中期業績，並向董事會建議採納。

## 企業管治守則

本公司董事認為，本公司(i)於二零一二年一月一日至二零一二年三月三十一日期間內一直遵守上市規則附錄14所載之前《企業管治常規守則》；及(ii)於二零一二年四月一日至二零一二年六月三十日期間內一直遵守上市規則附錄14所載經修訂及已更名之《企業管治守則》之全部守則條文，除：

根據企業管治守則的守則條文第A.6.7條，獨立非執行董事及其他非執行董事應出席本公司股東大會。高清愿先生、林蒼生先生和林隆義先生為非執行董事及陳聖德先生為獨立非執行董事分別因要處理臨時業務而未能出席本公司於二零一二年五月十七日同日舉行之股東週年大會及股東特別大會。

## 購買、出售或贖回本公司上市證券

本公司及其任何附屬公司於截至二零一二年六月三十日止六個月期間亦無購回、出售或贖回任何本公司股份。

## 於香港聯合交易所有限公司網站公佈中期報告

本公司二零一二年之中期報告將會於適當時間寄發予股東，並在香港聯合交易所有限公司之網站及本公司網站<http://www.upch.com.cn>上刊登。上述二零一二年中期財務資料並不構成本公司截至二零一二年六月三十日止六個月之法定財務報表，但摘錄自將載入二零一二年中期報告之截至二零一二年六月三十日止六個月之財務報表。

承董事會命  
統一企業中國控股有限公司  
羅智先  
主席

香港，二零一二年八月二十四日

於本公告發出之日，董事會成員包括執行董事羅智先先生及侯榮隆先生；非執行董事高清愿先生、林蒼生先生、林隆義先生及蘇崇銘先生；及獨立非執行董事陳聖德先生、范仁達先生、楊英武先生及路嘉星先生。