

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，概不就因本公告全部或任何部份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)

二零一一年末期業績公告

- 收益為人民幣16,931.9百萬元，上升34.5%
- 本集團毛利率為29.2%，下降2.9個百分點
- 未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為人民幣957.8百萬元，下降4.1%
- 本公司權益持有人應佔溢利為人民幣311.9百萬元，下降39.9%
- 建議二零一一年末期股息每股人民幣2.6分

主席報告書

二零一一年全球經濟陷入衰退，美國經濟持續疲軟，歐洲各國由於債務問題也引發歐債危機，全球信評機構紛紛調降各國主權評等及各金融機構評等，日本長期經濟不振，在三月份更因為地震引發海嘯造成巨大財務損失及人員傷亡，福島核電廠引發一連串的環境核污染問題，在不平靜的二零一一年，中國經濟在政府有為的帶領下，國內生產總值(GDP)仍有9.2%的增長，民生消費需求持續增長。

統一企業中國控股有限公司（「本公司」）連同其附屬公司（「本集團」）共同戮力，在原物料價格飛漲、產業競爭激烈的環境中，改善產品結構並聚焦經營，以不浮躁、要扎實的信念，在有效的執行力下，二零一一年本集團錄得收益人民幣16,931.9百萬元，增長34.5%，多項產品創下新的銷售紀錄里程碑，飲料突破人民幣10,000百萬元，方便麵超越人民幣5,000百萬元，期許在二零一二年能再創下佳績。

本集團的營運基礎鞏固，財務穩健，擁有核心競爭力及良好的經營管理能力，我們積極通過優化組織能力來擴充市場營銷，進一步擴大我們的市場規模，全力以赴完成本公司董事會賦予的經營目標。為了達到這個目標，除了將加速內部的組織改造、不斷改善產品組合及強化管理能力，以產品、利潤組合的持續優化，列為各事業群最重要的考核指標，更嚴控費用支出，精進本集團的經營體質，以進一步提升組織的綜合效能，以全面提升競爭力。同時，我們還加大建設生產基地及投資的力度，為市場契機做準備。現將二零一一年的工作重點摘要說明如下：

聚焦經營，簡單操作

中國幅員遼闊，要全面爭取領先必須具備階段性計劃，我們選擇建立局部優勢，以適應當地條件特色的策略佈局，首先建立優勢的市級銷售基地，形成強勢區域，拉開競爭同業的距離。再以此基地，向周邊滲透，將產品影響力輻射到鄰近的城市、鄉鎮，產品普遍分佈到四邊的鄉鎮，並且將中國人口超過一百萬之地級市，列入重點長期發展，以收資源集中之效。

二零一一年我們繼續推動方便麵事業朝向中高端市場發展的策略，自二零零八下半年起推動的產品組合調整，保留其中具有競爭力，符合發展策略的品項聚焦經營。聚焦經營之「老壇酸菜牛肉麵」已有顯著成效，成為全國第二受歡迎口味，整體方便麵營收創歷史新高，較去年同期增長67.3%。並在適當時機推出第二主打口味「滷肉麵」，期許成為方便麵的第二成長動力。調整后的方便麵，產品組合已有顛覆性的改善，二零一一年創造了人民幣165.1百萬元的獲利，改善了本集團方便麵的體質。未來本集團仍將繼續投資品牌，以期持續擴展業績，朝著預期的方向邁進。

飲料事業於二零一一年錄得人民幣10,688.6百萬元收益，較去年同期增長21.5%，雖然茶飲料受到環境及產業的影響，收益持平，但是在果汁及奶茶事業有不錯的表現，尤其奶茶呈現爆發性的增長，並且市場佔有率達到60.2%。本集團將持續聚焦經營的理念，開發消費者喜愛的口味，並且以高性价比的產品繼續優化營運體質，以創造更好的產品及更好的利潤。

積極擴充產能，增加生產基地

本集團啟動大幅擴廠計畫，目前新增基地計畫遍佈中國各地，並且在現有基地中增加新生產線，汰換老舊生產效率差之舊生產線，以提高整體生產效率，預計二零一二年至二零一三年本集團將進入產能快速增長期，引進高速新工藝生產線，解決過去產能不足之情況，以及有效改善過去運輸距離過長、配送時效不易掌控的問題。

未來展望

雖然國際經濟局勢混沌不明，但在中國政府擴大內需的政策推動下，預計中國經濟能夠保持穩定增長，並且在持續推動消弭城鄉差距的努力下，將對消費市場帶來結構性的變化。由於人均可支配收入的持續提升，對快速消費品、食品、飲料、零售業等也將帶來巨大的發展商機。

在「十二五」規劃的指引下，「四縱四橫」高鐵專線，將大大縮短時間和空間的距離，一日生活圈的範圍也將逐步擴大。「六大」經濟特區將引領經濟發展從點到線到面的全面發展。

本集團將秉持不浮躁、要紮實的態度，結合政府政策規劃方向，聚焦經營在重點市場，逐漸形成點、線、面的佈局，以消費者喜愛的產品，優良的產品結構，創造更好的營收及獲利。

目標及策略

本公司經營的目標是實現股東價值最大化，並不斷的推出消費者喜愛的商品。我們將繼續奉行以下主要原則為基礎的長期增長策略：

1. 以愛心和關懷成為全球化的標杆企業：

成為與當地社會、環境和諧相處的本土化企業，用愛心和關懷促進當地經濟的繁榮和發展。

2. 顧客滿意，永遠保持領先：

保持對當地經營環境的靈活應對能力，同時建立有效的客戶回應體系，落實「顧客至上、以客為尊」的行銷理念，將資源投注在終端消費者的需求上。

3. 重視企業核心價值的傳承與維護：

誠實苦幹、創新求變、樂觀進取、健康祥和作為處世行事的準則，必須堅強、剛正、開朗、謙卑、無我、正心、修身、敬業、樂群、對社會常懷感恩之心。

4. 經營人才當地化，經營團隊國際化：

就地選才、育才，務求人盡其才、才有所用。經營團隊上要求國際化、有國際經營之才能。

5. 以產品品質與安全為先的營運管理體系：

嚴格管控整個生產供應鏈，提供消費者高品質與安全產品，是本集團經營最優先至上的理念。

致謝

本公司得以持續發展，是有賴各方的支持和努力，本人謹代表董事會向客戶、供應商、業務夥伴及股東的鼎力支持致以衷心謝意，並特別對全體員工過去一年付出的努力及貢獻致謝。

羅智先

主席

二零一二年三月二十七日

本集團業績

統一企業中國控股有限公司（「本公司」）欣然宣佈本公司及其附屬公司（「本集團」）截至二零一一年十二月三十一日止年度之經審核綜合業績。

綜合收益表

截至二零一一年十二月三十一日止年度

	附註	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
收益	3	16,931,929	12,590,784
銷售成本	4	(11,989,317)	(8,547,727)
毛利		4,942,612	4,043,057
其他利得－淨額		69,173	55,848
其他收入		135,972	74,962
其他開支	4	(45,930)	—
銷售及市場推廣開支	4	(4,292,431)	(3,291,481)
行政開支	4	(548,153)	(324,149)
經營溢利		261,243	558,237
融資收入		126,206	59,807
融資成本		(31,144)	(4,605)
融資收入－淨額	5	95,062	55,202
應佔共同控制實體及聯營公司業績		40,086	69,026
除所得稅前溢利		396,391	682,465
所得稅開支	6	(84,451)	(163,397)
年度及本公司權益持有人應佔溢利		311,940	519,068
年度本公司權益持有人應佔溢利之每股盈利 (以每股人民幣列值)			
—基本及攤薄	7	8.67分	14.42分
股息	8	93,582	155,712

綜合全面收益表

截至二零一一年十二月三十一日止年度

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
年度溢利	311,940	519,068
其他全面收益：		
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	(20,322)	(27,279)
可供出售金融資產之公平值利得－除稅淨額	<u>15,452</u>	<u>66,380</u>
年度其他全面收益－除稅淨額	<u>(4,870)</u>	<u>39,101</u>
年度及本公司權益持有人應佔全面收益總額	<u><u>307,070</u></u>	<u><u>558,169</u></u>

綜合資產負債表

於二零一一年十二月三十一日

	附註	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
資產			
非流動資產			
土地使用權		1,272,155	255,505
物業、廠房及設備		5,579,385	3,120,990
投資物業		101,469	-
無形資產		8,054	10,705
於共同控制實體之權益		158,941	88,337
於聯營公司之權益		1,023,272	740,121
可供出售金融資產		511,207	532,828
遞延所得稅資產		156,479	130,147
其他應收款項－非即期部分		309,410	300,383
		<u>9,120,372</u>	<u>5,179,016</u>
流動資產			
存貨		1,274,163	1,139,147
應收貿易賬款	9	513,305	400,995
預付款項、按金及其他應收款項		442,894	429,492
已抵押銀行存款		17,608	4,673
現金及現金等價物		2,369,050	2,427,362
		<u>4,617,020</u>	<u>4,401,669</u>
總資產		<u><u>13,737,392</u></u>	<u><u>9,580,685</u></u>
權益			
本公司權益持有人應佔權益			
股本		34,047	34,047
股份溢價賬		2,243,980	2,243,980
其他儲備			
－擬派股息		93,582	155,712
－其他		4,439,286	4,225,798
		<u>6,810,895</u>	<u>6,659,537</u>
總權益		<u><u>6,810,895</u></u>	<u><u>6,659,537</u></u>

	附註	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
負債			
非流動負債			
遞延所得稅負債		165,181	17,251
借貸		1,511,915	—
其他應付款項—非即期部分		162,822	—
		<u>1,839,918</u>	<u>17,251</u>
流動負債			
應付貿易賬款及票據	10	1,195,779	1,019,984
其他應付款項及應計費用		2,244,265	1,655,642
借貸		1,584,217	165,639
當期所得稅負債		62,318	62,632
		<u>5,086,579</u>	<u>2,903,897</u>
總負債		<u>6,926,497</u>	<u>2,921,148</u>
權益及負債總額		<u>13,737,392</u>	<u>9,580,685</u>
流動(負債)／資產淨額		<u>(469,559)</u>	<u>1,497,772</u>
總資產減流動負債		<u>8,650,813</u>	<u>6,676,788</u>

綜合財務報表附註

1 一般資料

統一企業中國控股有限公司（「本公司」）於二零零七年七月四日根據《開曼群島公司法》在開曼群島註冊成立為獲豁免有限責任公司。本公司註冊辦事處之地址為PO Box 309GT, Ugland House, South Church Street, George Town, Grand Cayman, Cayman Islands。

本公司為投資控股性公司，本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）主要在中華人民共和國（「中國」）從事製造及銷售飲料及方便麵（「中國飲料及方便麵業務」）。

本公司已完成其全球首次公開發售，本公司股份於二零零七年十二月十七日在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市（「上市」）。

除另有說明外，本綜合財務報表以人民幣千元（「人民幣千元」）呈列。

本綜合財務報表於二零一二年三月二十七日獲董事會批准刊發。

2 重要會計政策摘要

於編製該等綜合財務報表中所應用之主要會計政策載列如下。除另有說明外，該等政策貫徹應用於所呈列之所有年度。

編製基準

本集團之綜合財務報表乃按照香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。該等綜合財務報表已按歷史成本基準編製，並就重估可供出售金融資產作出修訂。

根據香港財務報告準則編製財務報表需要使用若干關鍵會計估算。這亦需要管理層在應用本集團會計政策過程中行使其判斷。

會計政策及披露之變動

(a) 本集團已採納之新訂及經修訂準則

下列新訂準則及對準則之修訂須於二零一一年一月一日開始之財政年度首次生效：

- 香港會計準則第24號（修訂）「關聯方披露」由二零一一年一月或之後開始的年度期間起生效。該準則介紹香港會計準則第24號有關政府相關實體與政府之間的交易的所有披露規定的豁免。有關披露以披露下列事項的規定取代：
 - 政府的名稱及雙方關係的性質；
 - 任何獨立重大交易的性質及金額；及
 - 按定性或定量計算整體重大交易的範疇。

該準則亦澄清及簡化關聯方的定義。本集團已應用此新會計政策，而此政策並無對財務報表構成影響。

(b) 於二零一一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之新訂及經修訂準則

本集團對該等新訂及經修訂準則影響評估載於下文。

- 香港財務報告準則第7號(修訂)「披露—金融資產轉移」將提升匯報轉移交易的透明度,以及加深使用者對有關金融資產轉移的風險及該等風險對實體財務狀況的影響(尤其是涉及金融資產證券化)的了解。
- 香港財務報告準則第7號(修訂)「金融工具:披露—抵銷金融資產與金融負債」作出新披露規定,集中處理有關於財務狀況表抵銷的已確認金融工具及須作出總淨額結算或類似安排(不論有否抵銷)的已確認金融工具的定量資料。本集團尚未評估香港財務報告準則第7號(修訂)的全面影響,並計劃於香港財務報告準則第7號(修訂)的生效日期(即二零一三年一月一日或之後開始的會計期間)起採納香港財務報告準則第7號(修訂)。
- 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的分類、計量及確認。香港財務報告準則第9號於二零零九年十一月及二零一零年十月頒佈,取代有關金融工具分類及計量的香港會計準則第39號部分。香港財務報告準則第9號規定金融資產分為兩個計量類別:按公平值計量及按攤銷成本計量。有關方法於初步確認時釐訂,取決於實體管理金融工具的業務模式及該工具的合約現金流量特點。就金融負債而言,該準則保留大部分香港會計準則第39號的規定。主要變動為選擇以公平值計量金融負債時,因實體本身信貸風險而產生的公平值變動部分記錄於其他全面收益而非收益表,惟導致會計方法錯配者除外。本集團尚未評估香港財務報告準則第9號的全面影響,並計劃於生效日期後(即二零一五年一月一日或之後開始的會計期間)起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號的全面影響,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10號。
- 香港財務報告準則第11號透過專注於安排的權利及責任而非其法定形式,提供對共同安排的更現實反映。共同安排分為兩類:共同經營及合營企業。倘共同經營方有權享有資產且對安排有義務,以致將其於資產、負債、收益及開支的權益入賬,則屬共同經營。倘共同經營方有權享有與安排有關的淨資產,以致使用權益會計法將其權益入賬,則屬合營企業。該準則不再容許按比例將合營企業綜合計算。本集團尚未評估香港財務報告準則第11號的全面影響,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11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號的全面影響,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之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號的全面影響，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27號（二零一一年經修訂）包括有關獨立財務報表的條文，該等條文乃於新香港財務報告準則第10號納入香港會計準則第27號（二零一一年經修訂）的控制權條文後所餘下。本集團尚未評估香港會計準則第27號（二零一一年經修訂）的全面影響，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會計準則第27號（二零一一年經修訂）。
- 香港會計準則第28號（二零一一年經修訂）包括將於香港財務報告準則第11號獲頒佈後以權益會計法入賬的合營企業及聯營公司的規定。本集團尚未評估香港會計準則第28號（二零一一年經修訂）的全面影響，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會計準則第28號（二零一一年經修訂）。
- 香港會計準則第32號（修訂）澄清於財務狀況表抵銷金融工具的規定：(i)「目前有法律上可強制執行權利抵銷」的意思；及(ii)部分以總額結算的系統或會被視為與以淨額結算相等。本集團尚未評估香港會計準則第32號（修訂）的全面影響，並計劃不遲於二零一四年一月一日或之後開始的會計期間採納香港會計準則第32號（修訂）。

3 收益及分部資料

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，執行董事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。

截至二零一一年及二零一零年十二月三十一日止年度之分部資料如下：

	飲料 人民幣千元	方便麵 人民幣千元	二零一一年 其他 人民幣千元	未分配 人民幣千元	本集團 人民幣千元
分部業績					
收益	<u>10,688,584</u>	<u>5,936,314</u>	<u>307,031</u>	<u>-</u>	<u>16,931,929</u>
分部溢利／(虧損)	228,765	165,089	(21,416)	(111,195)	261,243
融資收入－淨額					95,062
應佔共同控制實體及聯營公司業績	43,429	-	-	(3,343)	40,086
除所得稅前溢利					396,391
所得稅開支					(84,451)
年度溢利					<u>311,940</u>
收益表內所列其他分部項目					
折舊及攤銷	<u>341,775</u>	<u>155,060</u>	<u>6,572</u>	<u>26,856</u>	<u>530,263</u>
分部資產及負債					
資產	6,279,697	2,518,792	171,817	3,584,873	12,555,179
於共同控制實體之權益	150,644	-	-	8,297	158,941
於聯營公司之權益	<u>817,275</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>205,997</u>	<u>1,023,272</u>
總資產					<u>13,737,392</u>
負債	2,208,944	1,209,764	30,655	3,477,134	6,926,497
總負債					<u>6,926,497</u>
資本支出	<u>2,510,908</u>	<u>694,713</u>	<u>91,764</u>	<u>864,669</u>	<u>4,162,054</u>

	飲料 人民幣千元	方便麵 人民幣千元	二零一零年 其他 人民幣千元	未分配 人民幣千元	本集團 人民幣千元
分部業績					
收益	<u>8,796,361</u>	<u>3,549,082</u>	<u>245,341</u>	<u>-</u>	<u>12,590,784</u>
分部溢利／(虧損)	637,421	(9,946)	1,678	(70,916)	558,237
融資收入－淨額					55,202
應佔共同控制實體及聯營公司業績	71,576	-	-	(2,550)	<u>69,026</u>
除所得稅前溢利					682,465
所得稅開支					<u>(163,397)</u>
年度溢利					<u>519,068</u>
收益表內所列其他分部項目					
折舊及攤銷	<u>262,891</u>	<u>89,109</u>	<u>7,680</u>	<u>12,215</u>	<u>371,895</u>
分部資產及負債					
資產	4,041,913	1,279,723	129,252	3,301,339	8,752,227
於共同控制實體之權益	78,710	-	-	9,627	88,337
於聯營公司之權益	677,145	-	-	62,976	<u>740,121</u>
總資產					<u>9,580,685</u>
負債	1,682,019	890,378	47,787	300,964	<u>2,921,148</u>
總負債					<u>2,921,148</u>
資本支出	<u>1,315,796</u>	<u>81,892</u>	<u>13,168</u>	<u>835</u>	<u>1,411,691</u>

未分配組別之資產主要由遞延所得稅資產、可供出售金融資產、已抵押銀行存款和現金及現金等價物組成。

未分配組別之負債主要由遞延所得稅負債、當期所得稅負債及借貸組成。

資本支出包括添置土地使用權、物業、廠房及設備、投資物業以及無形資產。

4 費用性質

包含於銷售成本、銷售及市場推廣開支、行政開支及其他開支之費用分析如下：

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
所用原材料、包裝材料、易耗品及購買的商品	10,501,388	7,056,622
成品存貨變動	69,346	232,135
外包生產開支	233,579	274,724
促銷及廣告費用	1,698,700	1,425,747
員工福利開支，包括董事薪酬	1,877,393	1,334,625
運輸費用	832,853	655,933
土地使用權攤銷	20,838	4,704
物業、廠房及設備折舊	503,686	363,699
投資物業折舊	1,915	-
無形資產攤銷	3,824	3,492
樓宇經營租賃	153,689	106,415
城市建設稅、物業稅及其他稅務費用	131,762	36,718
撥回物業、廠房及設備減值撥備	(17)	(65)
應收貿易賬款之減值撥備	679	1,677
撥回其他應收款項減值撥備	-	(31,247)
(撥回撥備)／存貨撇減至可變現淨值	(6,305)	8,556
核數師酬金	6,230	6,264
其他	846,271	683,358
總計	<u>16,875,831</u>	<u>12,163,357</u>

5 融資收入－淨額

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
融資收入－現金及現金等價物之利息收入	61,164	59,807
匯兌收益／(虧損)淨額	65,042	(3,625)
銀行借貸之利息開支	<u>126,206</u> <u>(31,144)</u>	<u>56,182</u> <u>(980)</u>
融資收入－淨額	<u>95,062</u>	<u>55,202</u>

6 所得稅開支

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
當期所得稅		
—有關年度溢利之當期稅項	113,644	178,978
—有關中國附屬公司分派之溢利之預扣稅	—	11,500
遞延所得稅	(29,193)	(27,081)
	<u>84,451</u>	<u>163,397</u>

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。

自二零零八年一月一日起，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的新企業所得稅法及國務院於二零零七年十二月六日批准的新企業所得稅法實施細則（「實施細則」）繳納企業所得稅。根據新企業所得稅法及實施細則，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起計五年內由優惠稅率逐步遞增至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。至於因累計虧損尚未能享有有關優惠政策的企業，優惠政策將視為於二零零八年課稅年度開始進入稅務優惠期。

根據新企業所得稅法，中國附屬公司於二零零八年一月一日以後產生的所得溢利於分派予外國投資者時須繳納預扣稅，稅率為5%。

在台灣及香港註冊成立的附屬公司須按當地現行稅率分別為25%及16.5%（二零一零年：25%及16.5%）繳納所得稅。

7 每股盈利

基本

每股基本盈利乃按年度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。

	二零一一年	二零一零年
本公司權益持有人應佔溢利 (人民幣千元)	311,940	519,068
已發行普通股加權平均數 (千股)	<u>3,599,445</u>	<u>3,599,445</u>
每股基本盈利 (每股人民幣計)	<u>8.67分</u>	<u>14.42分</u>

由於本公司並無潛在攤薄普通股，故每股攤薄盈利與每股基本盈利一致。

8 股息

於二零一一年及二零一零年，本公司已派的股息分別為人民幣155,712,000元（每股人民幣4.326分）及人民幣352,458,000元（每股人民幣9.792分）。

截至二零一一年十二月三十一日止年度之股息每股人民幣2.600分（共計為人民幣93,582,000元）將於二零一二年五月十七日舉行之股東週年大會上提呈。此等財務報表未有反映此筆應付股息。

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
建議派付末期股息每股普通股人民幣2.600分 （二零一零年：人民幣4.326分）	<u>93,582</u>	<u>155,712</u>
	<u>93,582</u>	<u>155,712</u>

9 應收貿易賬款－本集團

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
應收獨立第三方貿易賬款	517,606	403,503
減：減值撥備	<u>(9,115)</u>	<u>(9,049)</u>
應收獨立第三方貿易賬款，淨值	508,491	394,454
應收關聯方貿易賬款	<u>4,814</u>	<u>6,541</u>
應收貿易賬款，淨值	<u>513,305</u>	<u>400,995</u>

本集團通常授予客戶60天至90天之信用期（二零一零年：60天至90天）。應收貿易賬款的賬齡分析如下：

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
應收貿易賬款，總額		
－90天以內	474,468	366,956
－91至180天	44,696	39,866
－181至365天	3,120	2,313
－一年以上	<u>136</u>	<u>909</u>
	<u>522,420</u>	<u>410,044</u>

10 應付貿易賬款及票據－本集團

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
應付貿易賬款		
－獨立第三方	1,108,368	1,001,325
－關聯方	85,526	16,458
	<u>1,193,894</u>	<u>1,017,783</u>
應付票據		
－獨立第三方	1,885	2,201
	<u>1,885</u>	<u>2,201</u>
	<u>1,195,779</u>	<u>1,019,984</u>

供應商授予本集團之信用期通常為30天至45天。應付貿易賬款之賬齡分析如下：

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
應付貿易賬款		
－180天以內	1,180,331	1,009,374
－181至365天	5,473	5,092
－一年以上	8,090	3,317
	<u>1,193,894</u>	<u>1,017,783</u>

大部分應付貿易賬款及票據以人民幣計值。彼等之賬面值於結算日與其公平值相若。

11 承擔

(a) 資本承擔

本集團有關物業、廠房及設備的資本承擔如下：

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
已訂約惟未撥備	<u>254,701</u>	<u>134,276</u>

(b) 經營租賃承擔

本集團作為承租人：

本集團透過不可撤銷的租賃協議租用樓宇。在不可撤銷的經營租賃協議下本集團未來應付的最低租金總額如下：

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
不超過一年	23,499	17,067
超過一年但不超過五年	35,286	14,131
超過五年	131,108	—
	<u>189,893</u>	<u>31,198</u>

本集團作為出租人：

本集團在不可撤銷的經營租賃協議下出租投資物業、廠房及設備。該等租約有不同的條款及續租權。在不可撤銷的經營租賃協議下本集團未來應收的最低租金總額如下：

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
不超過一年	28,859	945
超過一年但不超過五年	61,872	1,890
超過五年	24,330	—
	<u>115,061</u>	<u>2,835</u>

(c) 投資承擔

於二零一一年十二月三十一日，本集團就投資之資本出資之重大承擔如下：

- (i) 根據於二零一零年十一月訂立之認購協議，完達山乳業之現有股東同意按彼等各自之股權比例認購額外股份。於二零一一年十二月三十一日，本集團已向完達山乳業額外注資約人民幣51,665,000元，相當於50%已承擔新認購股本。投資承擔餘額約人民幣51,665,000元須於二零一三年第一季前支付。
- (ii) 於二零零九年四月，本集團與其他投資方在中國成立中外合作經營公司華穗食品，以投資於中國從事食品和飲料業務的公司為成立目的。本集團已同意認購華穗食品合共39.74%之註冊資本，總認購價為人民幣245,000,000元。於二零一一年十二月三十一日及直至該等綜合財務報表獲批准之日，本集團已作出資本注資人民幣220,500,000元，餘下投資承諾為人民幣24,500,000元，有關款額已承諾不遲於二零一四年四月支付。

- (iii) 於二零一零年十二月，本集團與第三方就成立合營企業武漢紫江統一企業有限公司訂立協議，以為本集團生產PET飲料瓶的瓶坯為成立目的。根據該協議，本集團已同意認購該合營企業合共50%之註冊資本總額，總認購價為10,000,000美元（約人民幣66,227,000元）。於二零一一年十二月三十一日及直至該等綜合財務報表獲批准之日，本集團已作出資本注資人民幣49,500,000元，餘下投資承諾為人民幣16,727,000元。

管理層討論及分析

經濟環境狀況

二零一一年期間，歐元區債務危機擴散以及美國經濟衰退風險增加，全球不斷受到主要經濟體系的負面影響。然而中國經濟受益於有效的內需拉動，以及宏觀調控政策的落實，GDP總額約人民幣471,564億元，較二零一零年增長9.2%，整體經濟持續穩定增長。全年社會消費品零售總額約人民幣183,919億元，較去年度增長17.1%，城鎮消費品零售額約人民幣159,552億元，較去年度增長17.2%，鄉村消費品零售額約人民幣24,367億元，較去年度增長16.7%，城鄉消費品零售額皆為高雙位數增長的情況顯示整體消費市場需求強勁，為各行各業帶來商機，並為本集團方便麵及飲料等產品銷售增長帶來助力。

業務回顧

本集團收益於二零一零年突破人民幣一百億元，開創了新的里程碑後，二零一一年本集團持續秉持聚焦經營，優化產品結構以及穩扎穩打的策略，在新任總經理的領導下，繼續創造本集團輝煌的業績表現，利潤方面由於受到原物料價格的推升，飲料主要原物料如聚酯切片及糖價均上漲二成至三成，方便麵之原料棕櫚油亦上漲三成以上壓縮了本集團的獲利，以下為本集團主要業務進行說明。

財務業績

截至二零一一年十二月三十一日止年度（「回顧年度」），本集團錄得收益人民幣16,931.9百萬元，較去年同期之人民幣12,590.8百萬元上升34.5%。方便麵及飲品的收益分別為人民幣5,936.3百萬元及人民幣10,688.6百萬元，佔本集團總收益的比重分別達到35.1%及63.1%。毛利於回顧年度上升22.2%至人民幣4,942.6百萬元，而毛利率則由去年同期之32.1%下降2.9個百分點至29.2%。回顧年度收益雖受惠於飲品及方便麵收益比去年同期分別增長21.5%及大幅增長67.3%，但由於原材料價格大幅度的上漲，以致毛利率下降。隨著年內中國的經濟持續快速增長，本集團積極推動產品行銷方案執行，除了電視媒體外並加強各地產品推廣以擴大客戶基礎，開發市場及優化銷售渠道網絡，致使回顧年度內銷售及市場推廣開支增加至人民幣4,292.4百萬元（二零一零年：人民幣3,291.5百萬元）。回顧年度內行政開支增加69.1%至人民幣548.2百萬元（二零一零年：人民幣324.1百萬元），主要是本集團經營規模擴大，配合業務推展規劃以及迎來的二零一二年及二零一三年產能快速增長需求，增聘專業管理人才等相關支出增加所致。本公司權益持有人應佔溢利為人民幣311.9百萬元，較去年同期之人民幣519.1百萬元下跌39.9%。回顧年度內本集團銀行存款主要為人民幣，由於本集團金融資產配置得宜，以致年內融資淨收入上升至人民幣95.1百萬元（二零一零年融資淨收入：人民幣55.2百萬元）。此外，年內今麥郎飲品（北京）有限公司盈利減少，應佔共同控制實體及聯營公司業績下跌41.9%至人民幣40.1百萬元（二零一零年：人民幣69.0百萬元）。回顧年度內每股盈利為人民幣8.67分（二零一零年：人民幣14.42分）。

方便麵業務

二零一一年期間本集團方便麵事業進入高速成長期，年度收益錄得約人民幣5,936.3百萬元，較去年同期增長67.3%。全年市場佔有率根據尼爾森數據，從二零一零年的9.5%，提升至13.5%，一年之間提高了4個百分點。聚焦經營之「老壇酸菜牛肉麵」已成為全國熱銷產品，摘下所有方便麵口味第二名的地位。

二零一一年尼爾森數據顯示整體方便麵的銷售量較二零一零年衰退1.9%，而銷售額卻增長15.2%，顯示方便麵往中高價位發展的趨勢。本集團自從二零零八年下半年即啟動聚焦經營中高價位方便麵的策略，推動「老壇酸菜牛肉麵」為首要銷售產品，連續三年創下高速增長的佳績，並且帶動了方便麵酸菜品類的成長，吸引同業相繼投入，帶動整體市場的口味發生了巨大的變化。根據尼爾森數據顯示酸菜牛肉麵品類佔比由二零一零年的5.3%快速提升至10.7%，有效搶佔了其他品類的市場份額（二零一一年紅燒牛肉麵品類衰退3.0%、香辣牛肉麵品類衰退0.3%），逐漸引領了市場潮流。其中，本集團之「老壇酸菜牛肉麵」在酸菜品類的10.7%市場份額中，佔據高達7.3%，穩居行業的領導地位，相較其他暢銷口味已發展多年，估計「老壇酸菜牛肉麵」未來仍有很大的發展潛力。在聚焦策略的持續推動下，本集團方便麵成長連續三年成長，幅度遠超過整體市場的增長水平，產品結構亦不斷優化，在二零一一年原物料價格居高不下的情況下，毛利率仍然能夠提升，並且扭轉了多年來的虧損格局，創造了人民幣165.1百萬元的利潤，為未來的持續擴張奠定了良好根基。

二零一二年本集團仍將繼續聚焦「老壇酸菜牛肉麵」，通過「完美的酸爽體驗」為主導的體驗式營銷，讓消費者親自品嚐，從看、聞、嘗等各方面體會「這酸爽，不敢相信」的味道，累計已經接觸新消費者上億人，培養忠實消費者達3,500多萬人。在做大「老壇酸菜牛肉麵」的同時，本集團亦已瞄準規模更大的不辣口味的市場進行佈局，推出第二款主打口味。以倍受中國消費者喜愛的傳統川滷為原型，開發內含秘製滷醬包，以獨特濃厚滷香為消費訴求的創新性品類「滷肉麵」。推出的第一款口味為滷香牛肉麵，自二零一一年八月於華東、華中、西南地區試推上市以來，以「完美的滷香體驗」為主軸，通過試吃、體驗站、開水車等活動，讓消費者體會「這滷香，不敢相信」的味道。在試推行期間，成長趨勢穩步向上，預計二零一二年正式全國推廣上市後，將複製「老壇酸菜牛肉麵」的成功模式，為本集團方便麵事業的成長注入新的動力，開創另一個更廣大的版圖。

二零一一年通路佈建仍是以明星產品帶動通路建設為策略，資源聚焦新增客戶，經過三年的經營，南方市場已完成從一級城市到地級市，縣城及鄉鎮均設立經銷商或分銷商的通路網絡，北方市場也已完成一級城市到地級市經銷商的布建，縣、鄉級市場預計將在二零一二年全部佈建完成。

由於已具備一定的銷售規模，本集團在媒體傳播上擁有更多行銷資源，除全國重量級的衛視以及地方電視台外，亦配合中央電視台覆蓋全國市場，帶動產品銷售。「老壇酸菜牛肉麵」以「這酸爽，不敢相信」為傳播核心，繼續加強知名電視節目主持人汪涵先生為代言人的效果，用其誇張的感受來表現這樣獨特的產品所帶來的不敢相信的的美味享受，把產品的食慾感、美味感傳達給消費者。做為第二款主力產品的「滷肉麵」，也將投入大量的媒體以爭取市佔率。

雖然受國際經濟環境、供求關係、氣候變化等影響，國內方便麵主要原物料價格持續上漲，但本集團方便麵盈利能力仍大幅提高，主要得益於以下三個方面的營運積極調整：

1. 產品售價的提升，促進銷售毛利提高。桶麵和袋麵在年內分別進行了提價，轉嫁了部分成本上漲的壓力。
2. 銷售費用聚焦投入及規模效益的顯現，使資源利用更加有效益，各項固定成本的分攤下降，使邊際效益逐漸增加。
3. 產品結構持續優化，大力發展毛利較高之容器麵及高端高毛利產品，提高盈利能力。二零一一年本集團容器麵銷售額佔整體方便麵比高達近百分之五十一，遠高於毛利較低的袋麵及乾脆麵；高毛利產品「湯達人」二零一一年成長19.5%，穩步卡位高端市場。

因應未來本集團方便麵業績增長的需求，二零一二年將新增長沙生產基地，同時將汰換部分老舊生產線，更換高速生產線以擴大產能，並且透過生產基地佈局的調整和生產線的優化，將進一步提高生產效率，創造效益。

飲品業務

茶飲料

二零一一年是茶飲料市場成長遲緩的一年，根據尼爾森數據，整體飲料銷售額有10.9%增長，而茶飲料（不含奶茶）的銷售額只有0.2%的增長，相較於二零一零年，整體飲料銷售額成長10.8%，而茶飲料（不含奶茶）的銷售有16.7%的高增長，茶飲料（不含奶茶）成長明顯放緩；二零一一年，茶飲料在銷售旺季時受陰雨天數較長，以及自二零零九年以來的大規模「再來一瓶」促銷活動影響，消費者明顯的形成消費轉移的現象，取而代之的是包裝水及奶茶的高增長。另外單一無新意的促銷活動，未能迎合求新求異的消費趨勢，亦造成茶飲料的停滯成長。

二零一一年本集團茶飲料表現平平，大致與產業發展相符，市佔率維持在19.6%（尼爾森數據）。主力品牌冰紅茶藉助「功夫熊貓」在全球熱映的勢頭，推出「功夫熊貓版」產品，吸引年輕消費族群；綠茶則以影視巨星孫紅雷先生代言，傳播「統一綠茶，自然就好」的品牌主張，然而受到整體茶飲料產業大環境的影響，僅帶動營收表現持平。

本集團茶飲料事業二零一二年仍將秉持著聚焦經營的策略，集中資源聚焦發展茶飲料之二主力品牌「統一冰紅茶」及「統一綠茶」，除了調整配方及包裝：以更好的口味及符合消費族群喜愛的包裝，更將加大投入行銷資源，加強品牌建設，藉以吸引新的消費者。「統一冰紅茶」持續以「年輕無極限」為品牌傳播核心，通過口感及包裝的優化，將清涼暢爽、一口到底的產品特色傳達給消費者。並與中國最具影響力的極限運動頂級賽事中國極限賽(China X-game)合作，展開全國性的「酷玩滑板無極限」活動，擬藉由滑板運動突顯率真、年輕、彰顯自我、渴望突破極限的品牌個性，與年輕的消費者產生共鳴。「統一綠茶」「親近自然」的品牌訴求，二零一二年將以「親近自然，體驗喀納斯」為宣傳主軸，除了線上媒體投入外，也特別規劃全國重要風景點的打造，除了品牌露出的廣告效應外，也藉此加強「統一綠茶」與「親近自然」的連結度。

在通路渠道上，除了積極布建經銷商網絡外，也將大規模投入冰箱及熱飲機，二零一二年預計將完成超過21萬台冰箱，覆蓋95.0%以上的重點門店，有效佔領終端。而因應極端氣候的變化，本集團也規劃熱飲機的投入，掌握趨勢，把握商機，以提高冬季銷量。

經過二零一一年第四季度的調整及二零一二年第一季度的佈局，本集團茶飲料透過聚焦、務實的經營，預料二零一二年將是茶飲料重拾增長動力的一年。

果汁

二零一一年本集團果汁銷售額首次突破人民幣3,000百萬元，創歷史新高，較去年同期上升20.1%。業績成長原因主要源於「冰糖雪梨」新產品的成功上市和既有暢銷品牌多果汁系列的穩步成長。

據尼爾森數據顯示，中國整體果汁市場依舊以低濃度果汁為主，二零一一年低濃度果汁佔整體果汁比率高達77.0%，亦是本集團主要聚焦發展的品類。二零一一年整體果汁銷售額較去年同期成長11.2%，本集團果汁成長高於整體水平8.9個百分點，市佔率提升0.3%。

二零一一年果汁的主要原物料如：巴西橙、白砂糖、聚酯切片等的價格持續攀高，造成果汁飲料沉重的成本壓力。為了企業持續健康發展且兼顧消費者利益的前提下，本集團二零一一年三月起開始適度上調整體多果汁系列的價格，並通過精進產品的生產成本，調整產品和通路結構，以及嚴控行銷費用支出來控制營運成本。

多果汁品牌系列二零一一年回歸「多C多漂亮」的品牌主張，以主打產品「鮮橙多」帶動高毛利新產品「芒果多」的快速成長，並藉由「芒果多」的上市來活化品牌形象，給多系列注入新的元素。小包裝450ml系列於暑假結束後新生入學期間，在北京、上海、廣州等十大賽區展開「多果汁漂亮校花召集令」的校園行銷活動，有效接觸學生群體十萬餘人次，拉近產品與年輕消費者之間的距離；大包裝在春節銷售旺季來臨之際，投放「開蓋迎春」的促銷活動，搶佔節慶消費機會。二零一一年，多果汁品牌系列在經歷了嚴峻的調價考驗之後依然取得了成長，穩定了果汁事業的根基。

二零一一年新產品「冰糖雪梨」憑藉其獨特的口味以及「一口潤心田」的品牌主張，迅速獲得消費者的青睞，在競爭異常激烈的果汁市場中獨闢一片天地，業績表現強勁，於二零一一年九月份啟動與淘寶網的合作，投放期間整體曝光達2,700百萬餘次，整體點擊超過20百萬次。二零一一年三月上市以來，單一產品已成為本集團果汁產品的第二大口味，帶動了整體果汁的成長，差異性新品上市的經營成果顯著。

根據時間變遷及消費者需求的變化，多果汁品牌系列將通過「漂亮蛻變」重新詮釋品牌內涵，籍此為契機回歸到以即飲小包裝為主軸的經營策略，調整大、小包裝的結構佔比，透過優化的產品結構提升產品毛利率；未來將在即飲小包裝產品的包裝、瓶型、口味上進行更新和優化，以與時俱進的新形象，帶給消費者全新的感受。在堅持原品牌重要資產「多C多漂亮」的品牌主張下，從強調產品特性的理性訴求，從而向樹立「漂亮、自信」的品牌個性感性面轉化，建立有內涵、性格和態度的品牌個性。並通過當下流行之代言人，作為與年輕人溝通和互動的載體，藉由明星效應，短時間內吸引消費者的高度關注，加快傳播聲量和速度，以全新的形象，新穎的溝通方式，與消費者產生共鳴，從而提升品牌自身的美譽度與品牌個性的聯接度，將我們的傳播進行有效的整合，以建立持久的品牌資產和產品的永續經營。

新推出之「飲養四季」品牌系列，為適應品牌快速擴張和消費者對自然健康的訴求，本集團將持續強化「一口潤心田」的品牌主張；通過對產品風味的優化，突出更加柔和、更加順滑的飲用感受；計劃今年啟用代言人，並在二零一二年上半年以多種媒體形式，快速擴大「飲養四季」的消費人群。

二零一二年果汁事業將持續本集團聚焦經營策略，將精簡產品品項進行汰弱留強，刪除效益不佳的產品，聚焦經營俱優勢主力商品，優化產品結構。隨著多條新生產線的陸續投產，本集團擴張產能、縮短運距的策略效益將初步彰顯。

奶茶

本集團二零一一年奶茶收益較二零一零年成長181.0%，市佔率高達60.2%（尼爾森數據），持續保持市場領先地位，且遙遙領先其他品牌。

二零一一年「阿薩姆奶茶」高速成長積極帶動了整體奶茶市場的快速擴張，並在全國大多數市場成為領導品牌。二零零九年本集團透過消費者需求及市售競品分析，成功研發出順滑感、奶與茶平衡感俱佳的「阿薩姆奶茶」，上市後即受到全國各區域消費者熱烈追捧。本集團將繼續根據消費者需求，推出高品質新口味奶茶，進一步提升統一奶茶品牌力，樹立奶茶專家形象。

二零一一年奶茶事業的推展工作重點是：快速提升「統一奶茶」牌知名度。其一，「統一奶茶」聘請香港明星蔡卓妍小姐「阿sa」為品牌代言人，藉由其良好的公眾形象，吸引目標群眾的關注及喜愛；其二，加大媒體資源投入，「統一奶茶」在電視媒體投入央視、衛視及主要市場的省台，搭配上萬場次的品牌地面推廣活動，迅速提升了「統一奶茶」的品牌知名度及影響力。

二零一一年奶茶市場成長迅猛，根據尼爾森數據顯示，奶茶銷售額成長140.0%，並且在整體即飲茶比重由二零一零年之4.2%，快速提升至二零一一年的9.5%，市場地位日益突出。奶茶市場環境呈現以下幾個特點：其一，品牌高度集中，市場主要兩大品牌銷售額合計佔整體市場之91.0%。二零零九年九月上市的統一「阿薩姆奶茶」表現突出，二零一一年市佔率由二零一零年的27.2%，提升至52.7%，成為帶動奶茶品類市場成長的最主要原因；其二，市場集中度較高，廣東、上海、江蘇、四川、湖南五省佔奶茶市場63.0%，且呈現110.0%高速成長率態勢。本集團將根據市場環境發展趨勢，訂定奶茶事業發展重點。

二零一二年本集團奶茶事業重點努力方向有三：

- 1) 產品方面：持續聚焦「阿薩姆奶茶」優勢口味，借助1.5L拓展家庭飲用時機，同時搶佔節慶大包裝市場，並且培養高毛利新產品「伯爵奶茶」，將其打造為奶茶黃金右腳，加強塑造專業奶茶品牌形象。
- 2) 市場方面：針對已確立基本優勢的市場區域，如廣東、湖南等省，持續向二、三級鄉鎮市場滲透；針對競爭膠著區域，如上海、浙江，持續強化鋪貨率及優質陳列；針對三北市場的弱勢市場，先行建立標桿明星城市。
- 3) 品牌方面：持續激活新消費者仍將是推廣奶茶事業的首要執行任務，透過持續擴大電視、網絡及戶外等媒體投入，借助品牌網站強化及體驗式推廣活動，建立「統一奶茶」整合傳播策略，加速提升「統一奶茶」牌知名度及品牌影響力。

咖啡

本集團咖啡事業於二零一一年成長顯著，較二零一零年同期增長59.0%，市佔率小幅提升至19.5%（尼爾森數據）。整體即飲咖啡市場根據尼爾森數據（僅北京、上海、廣州、深圳四城市數據），二零一一年度銷售金額成長36.5%，保持快速增長。當下市場環境呈現以下特點：一、塑料瓶包材仍然是主力，二零一一年銷售額增長48.2%，在所有包材中佔比73.9%；二、偏奶口味是大宗，佔比59.1%，增長32.3%；三、上海是最大市場，佔比66.2%；四、品牌集中的趨勢，前三大品牌共佔81.6%。本集團將基於以上特點進行產品開發及佈局。

「雅哈冰咖啡」450ml包裝自上市以來持續成長，二零一一年度銷售額較去年同期增長46.0%。二零一零年底上市的小容量280ml濃郁型的「醇香拿鐵」咖啡，以強勁的產品力獲得了不俗的市場反響。上述兩款產品皆採用時下消費者偏愛的塑料包材，已成為「雅哈」咖啡的業績主力。

「醇香拿鐵」280ml上市著力於優勢的產品力：產品研發即力求做到濃郁感、咖啡與奶的平衡感的完美組合；上市後以大量試飲方式直接接觸目標消費群，帶動認知，並通過熱飲機投放，充分掌握住冬季熱飲的販售時機，創造了不錯的業績表現。二零一二年本集團咖啡事業將聚焦經營「醇香拿鐵」，集中投入行銷資源，塑造「時尚、年輕、有質感、不斷創新」的品牌形象，將其打造為「雅哈」咖啡的主打產品。

「雅哈」咖啡二零一一年提煉全新品牌訴求「雅哈一下 輕鬆一下」，針對目標消費群體的情感需求精準切入，與市場其他咖啡品牌形成差異化溝通；並延伸出精緻感的品牌廣告、推廣活動海報，與目標消費群互動，逐步建立品牌偏好。二零一一年在上海、廣州、深圳主要市場媒體投放廣告，品牌認知度與喜好度均有顯著提升。

二零一二年本集團計畫在咖啡核心市場上海、廣東先行取得突破，聚焦網絡、IPTV平台，以精準媒體投放提升品牌認知與偏好；並全面啟動精緻化體驗式推廣，深度溝通品牌主張，建立標桿區域。

包裝水

本集團包裝水事業於二零一一年進行產品結構調整，逐步淡出低價位礦物質水，聚焦經營中高價位的天然水與礦泉水。本集團認為隨著中國經濟的發展，消費者對於生活品質的要求將逐漸提升，消費水平和消費觀念的轉變，將愈來愈重視水的品質，天然好水源的概念將漸漸獲得認同，因此中高價優質包裝水的市場需求將日益提升。

二零一零年在華南、華中、華東陸續上市的統一礦泉水，利用天然好水源的概念與高質感的產品形象切入市場，在二零一一年的持續努力下，取得了不錯的成果。本集團將通過品牌與通路的累積經營，期望塑造成為中國高檔礦泉水的領導品牌之一。

二零一二年本集團將重點推廣礦泉水，並持續尋找好的水源地，建立自己的生產基地，逐步調整較高毛利產品的經營比重，建立中高檔產品的通路經營模式，為消費者提供更天然、更健康的產品。

研發

本集團的研發團隊一直以開發美味健康食品，建立行業領先技術，持續滿足消費者日益成長的需求為目標。致力於高性價比的產品開發，重視人才培養，通過對原物料特性的深入掌握，建立累積本集團專有研發技術，並與相關高校及國際知名供應商合作進行食品及飲料趨勢研究，開發儲備未來產品，以保障本集團的可持續發展。

因應市場變化和消費者的需求，除不斷向市場提供美味，安心的新產品外，針對已上市的主力產品，本集團通過原料源頭的把關，在線的品質控管，定期的市場及內部抽樣品評機制確保產品品質。並定期與消費者溝通，檢視既有產品的品質，瞭解消費者的需求變化，在保證產品品質穩定的前提下，持續對產品進行優化。

食品安全

本集團秉持「三好一公道：品質好、信用好、服務好、價格公道」的理念，向消費者提供安全、健康、美味的食品。為提升食品安全管理體系層級，本集團成立食品安全委員會與食品安全中心，致力於食品安全保障系統的布建、食品安全政策的制定，深化食品安全風險評估、預警及監控，保證食品安全；承擔本集團的品保體系管理，制定並落實品質政策，保證產品品質。

二零一一年本集團進一步完善原物料供應鏈的監管機制，重點加強供應鏈源頭食品安全管理及成品的食品安全監控。落實供應商食品安全資質審核、供應商食品安全實地評鑒、建立原物料食品安全項目監控機制，確保從供應鏈源頭就開始落實食品質量安全監控；成品除嚴格按法規執行每批檢測合格後出廠外，還對所有產品的全部食品安全項目嚴格執行每年3次的監控，以確保產品的安全；期間密切關注外部各種食品安全事件及時進行風險評估，並對類似原物料與成品予以排查，確保食品安全；積極參與相關國家標準制訂，收集並發佈食品法規及中國內、外食品安全信息，增強主管食品安全意識，協調促進食品法規與安全標準徹底執行，確保消費者權益。

本集團下屬食品安全檢測中心於二零零五年起每年通過中國合格評定國家認可委員會專家評審（CNAS認可），擁有GC（氣相色譜）、GC/MSMS（氣相色譜—多級質譜聯用儀）、HPLC（高效液相色譜）、AFS（原子螢光光度計）、ICP（電感耦合等離子體發射光譜）、ICS（離子色譜）、UPLC-MSMS（超高效液相色譜-多級質譜聯用儀）等設備，開展179項檢測項目（其中通過國家實驗室認可項目124項）。主要包括農藥殘留、獸藥殘留、防腐劑、人工色素、溴酸鹽、氟化物等食品安全檢測項目；痕量營養元素、氨基酸、油脂安定性、食品含量分析等常規檢測項目。因應強化本集團食品安全監測能力，特別配置LC/MSMS（超高效液相色譜—多級質譜聯用儀）、ICP-MS（電感耦合等離子體發射光譜-質譜聯用儀）等先進檢測設備，可自行開展農藥殘留（450種）、獸藥殘留（14種）、增塑劑（17種）、食用人工合成色素（70種）、抗生素類（60種）、金屬／重金屬元素（22種）、稀土元素（17種）等食品安全項目的檢測能力；同時結合各子公司實驗室與外部合作檢測單位資源，可涵蓋所關注食品安全項目的檢測需求，為本集團公司提供專業、權威的檢測服務，確保本集團食品安全。

截止二零一一年年末本集團下屬15間子公司已通過ISO9001: 2000國際標準管理體系認證，12間子公司飲料廠通過HACCP危害分析與關鍵控制體系、ISO22000: 2005食品安全管理體系等認證。這一系列認證與榮譽要求企業不斷改進食品安全與質量管理體系，提升食品安全保障能力，同時也顯示本集團不僅向消費者提供美味的產品，更是健康與安全的食品。

內部控制

本公司內部審計單位稽核室隸屬董事會，在董事會的授權範圍內及審核委員會的指導下，透過戰略目標分析／業務流程分析／風險評估／績效衡量及結合全面風險管理的內部控制自查機制，擬定本集團內部稽核工作計劃，期望有效控制風險／加強內控管理／提高經營效率，促進實現公司四大組織目標－戰略／經營／報告／遵循目標順利達成。

於二零一一年十二月三十一日，本公司稽核室小組成員在不斷完善部門崗位職責的前提下，遵循董事會通過的年度稽核計劃，在全面風險管理的內部控制機制下，審計範圍涵蓋財務、營運、法規遵循以及風險管理工作，且對本公司及所有下屬子公司均進行集團各層級及機能的項目審計，並考慮稽核人力成本效益配比性，除針對不同的風險層級進行不同查核規劃外，並有效運用電腦技術進行內稽活動，確保稽核品質及稽核目標如期完成。

財務分析

於二零一一年十二月三十一日，本集團之現金及現金等價物合共約人民幣2,369.1百萬元（二零一零年：約人民幣2,427.4百萬元）。流動資產約為人民幣4,617.0百萬元（二零一零年：約人民幣4,401.7百萬元），流動負債則約為人民幣5,086.6百萬元（二零一零年：約人民幣2,903.9百萬元），財務擔保合約約為人民幣110.1百萬元（二零一零年：約人民幣199.0百萬元）。流動負債淨額約為人民幣469.6百萬元（二零一零年：流動資產淨額約人民幣1,497.8百萬元），主要由於資本支出增加，用作建設新工廠及優化現有生產線。本集團截至二零一一年十二月三十一日的流動及非流動銀行借貸約人民幣3,096.1百萬元（二零一零年：約人民幣165.6百萬元）。於二零一一年及二零一零年十二月三十一日本集團的資本負債比率如下：

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
總借貸	3,096,132	165,639
減：現金及現金等價物	(2,369,050)	(2,427,362)
負債／（現金）淨額	727,082	(2,261,723)
總權益	6,810,895	6,659,537
總資本	7,537,977	4,397,814
資本負債比率	9.65%	-51.43%

財務政策

面對全球經濟形勢持續不明朗，本集團堅持以審慎理財原則的理念為基礎；競爭環境正在發生重大結構性變化，本集團不僅需要穩守核心業務、更需主動拓展國內市場推動業務增長，適度增加資本支出以優化和擴展基礎設施和產業，紮實推進；回顧年度產品結構優化取得進展，全年總收益取得理想增長。回顧年度內業績增長雖受到二零一零年國內以至環球原材料價格上漲的影響，毛利率下降，本集團整體財務狀況仍保持穩健，資本負債比率處於合理水平並錄得淨現金狀況。本集團主要透過內部營運資源及銀行借貸作為營運、業務開發資金及建設生產線。本集團之借貸均由本集團附屬公司運用，按利率計息。針對潛在貨幣風險，本集團大部分銀行存款為人民幣。

人力資源與福利

截止二零一一年十二月三十一日，本集團共有27,874名僱員。本集團秉持任人唯才的用人制度，廣開引進優秀人才之路，內部拔擢和外部聘用並舉，強化人員培訓，實現「招才+育才+留才」的全面人力培育體系，為本集團的中長期發展儲備中高級人才。

二零一二年本集團將在優化既有成果的基礎上，持續推進「核心人才儲備」，配套靈活的激勵機制，留才劣汰，完成本公司核心人才的養成，確保核心崗位的人才接續。因應人力成本的快速上升，「精兵政策」是未來人資核心戰略，提高人均生產力，充分發揮人員績效，以支持本集團高速成長需求。

羅兵咸永道會計師事務所之工作範圍

本集團核數師羅兵咸永道會計師事務所同意，有關本集團截至二零一一年十二月三十一日止年度初步業績公佈之財務數字與本集團本年度經審核綜合財務報表所載的金額相符。羅兵咸永道會計師事務所就此進行之工作並不構成按照由香港會計師公會頒佈之香港審計準則、香港審閱準則或香港核證準則進行之核證委聘，故羅兵咸永道會計師事務所並不就初步公佈發表任何核證。

審核委員會

審核委員會已與管理層審閱本集團所採納之會計原則及常規，並商討了審核、內部監控及財務報告等事宜，包括審閱截至二零一一年十二月三十一日止年度經審核財務報表。

末期股息

本公司董事會建議派付截至二零一一年十二月三十一日止財政年度的末期股息每股人民幣2.6分。

末期股息將按照中國人民銀行於本公司股東週年大會召開前五日公佈的人民幣兌換港幣平均匯率計算，以港元派付。本公司將於二零一二年六月七日（星期四）或前後，向於二零一二年五月二十五日（星期五）名列本公司股東名冊的股東派發末期股息。

遵守企業管治常規守則之守則條例

於截至二零一一年十二月三十一日止全年，本公司已遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄14所載之企業管治常規守則之所有守則條文。

購買、出售或贖回本公司上市證券

本公司及其附屬公司於年內並無購買、出售或贖回任何本公司上市證券。

暫停辦理股份過戶登記手續

為釐定股東出席股東週年大會之資格，本公司將由二零一二年五月十五日（星期二）起至二零一二年五月十七日（星期四）止（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，於此期間內本公司將不會辦理任何股份過戶。所有過戶文件連同相關股票必須最遲於二零一二年五月十四日（星期一）下午四時三十分前送交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號舖。

為釐定股東收取末期股息之資格，本公司將由二零一二年五月二十三日（星期三）起至二零一二年五月二十五日（星期五）止（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，於此期間內本公司將不會辦理任何股份過戶。所有過戶文件連同相關股票必須最遲於二零一二年五月二十二日（星期二）下午四時三十分前按上述地址送交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。

待股東在將於二零一二年五月十七日（星期四）舉行之應屆股東週年大會上批准後，本公司將於二零一二年六月七日（星期四）或前後派付末期股息。

於香港聯合交易所有限公司網站公佈年報

上列綜合財務資料並非本公司截至二零一零年或二零一一年十二月三十一日止年度之法定財務報表，但節錄自該等財務報表。本公司二零一一年年度之年報，將於適當時間，在香港聯合交易所有限公司之網站<http://www.hkexnews.hk>及本公司之網站<http://www.upch.com.cn>上登載。

承董事會命
統一企業中國控股有限公司
主席
羅智先

香港，二零一二年三月二十七日

於本公告發出之日，本公司執行董事為羅智先先生及侯榮隆先生；非執行董事為高清愿先生、林蒼生先生、林隆義先生及蘇崇銘先生；獨立非執行董事為陳聖德先生、范仁達先生、楊英武先生及路嘉星先生。