

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)

二零一六年中期業績公告

- 收益為人民幣11,713.3百萬元，下降2.4%
- 毛利率為36.9%，下降0.9個百分點
- 未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為人民幣1,807.1百萬元，上升5.3%
- 本公司權益持有人應佔溢利為人民幣775.2百萬元，上升12.9%

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2016年6月30日止6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，但已由董事會之審核委員會（「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按照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

2016年上半年中華人民共和國（「中國」）的GDP同比增長6.7%，增速持續放緩，食品與飲料行業仍未恢復增長動能，產業結構調整仍在繼續，創新升級的產品明顯受到消費者青睞，個性化商品日益受到重視，而本年初以來頻繁發生的極端氣候，使行業面臨更嚴苛的考驗以及新一波的挑戰，快速因應消費趨勢以及環境轉變，始能佔得先機。

財務業績

於回顧期內，由於國內經濟尚未復甦，以及飲料事業受到大範圍雨水天氣的影響，本集團收益錄得人民幣11,713.3百萬元，較去年同期微幅下跌2.4%，毛利下降4.6%至人民幣4,324.5百萬元，毛利率由去年同期之37.8%下降0.9個百分點至36.9%。本集團於回顧期內銷售及市場推廣開支減少至人民幣2,966.7百萬元（2015年上半年：人民幣3,241.5百萬元），主要係由於方便麵及飲料業務聚焦資源對行銷活動及通路建設精準投入。回顧期內行政開支為人民幣512.9百萬元（2015年上半年：人民幣539.8百萬元），與去年同期基本持平。回顧期內經營溢利為人民幣944.5百萬元，相較2015年上半年營業溢利錄得之人民幣840.4百萬元，經營溢利上升12.4%。

於回顧期內以權益法入賬之應佔投資溢利下降至人民幣75.9百萬元（2015年上半年：人民幣88.2百萬元），主要是今麥郎飲品股份有限公司被分類為持有待售資產，致使已確認投資收益有所下降。回顧期內本公司權益持有人應佔溢利為人民幣775.2百萬元，較去年同期之人民幣686.6百萬元上升12.9%。

業務回顧

方便麵業務

相較於2015年方便麵行業的低迷與衰退，2016年上半年整體市場開始復甦回升，銷售額較去年同期成長1.9%（尼爾森資料）。本集團2016年上半年方便麵業務收益錄得人民幣4,010.5百萬元，較去年同期成長9.8%，跑贏市場大盤，市場佔有率達20.8%，較去年同期增加2.8個百分點。

「統一老壇酸菜牛肉麵」作為酸菜品類的開拓者及領導者，穩居酸菜品類第一的地位。堅持帶給消費者極致的「正宗酸爽」體驗，繼2015年對產品進行全面升級，增加了豐富的蔬菜和肉粒之後，本年度對酸菜風味包的品質進行提升，增強製作工藝的技術壁壘，為消費者提供更好的酸爽體驗。另外，「統一老壇酸菜」致力於品牌年輕化，以吸引更多年輕的消費者，在包裝方面：保持經典形象的同時，加入流行視覺元素，使包裝更年輕時尚，品牌識別度更清晰，有效提升在酸菜品類中的獨特性；在傳播方面：因應產品升級，向年輕化推進，致力於創造品類熱度，從傳播方式和內容上，尋求自我突破及創新，上半年與代言人汪涵先生攜手，通過「火星情報局」節目，以形式新穎的花式脫口秀、新包裝展示，引發「統一老壇酸菜」的酸爽秘訣，強化了年輕消費者對「統一老壇」的品牌認同。同時藉由與「滴滴出行」的異業合作、透過網路熱門話題春運「鐵騎 讓回家有溫度」等傳播方式，提升了品牌的喜好度與忠誠度。

致力於將好湯做到極致的「湯達人」，2016年上半年仍然保持高雙位數的快速成長，秉持帶給消費者「元氣高湯，一碗見底」的完美體驗，2016年對產品進行了全面提升，以期對品質精益求精。在市場經營上：秉持「聚焦經營、簡單操作」的理念，聚焦核心城市群為主要銷售據點。傳播上以「好麵湯決定、好湯擋不住」為主線，先後開展以「如此猴急，只因好湯擋不住」、「如此好湯，再懶也擋不住」為主題，經由新媒體傳播與實體推廣深度互動，與消費者做更有趣的溝通，同時藉由網絡廣告、冠名及產品植入等方式，巧妙講述「湯達人」品牌差異化以及情感屬性的「達人精神」。

本集團積極佈局人民幣5.0元以上中、高價麵市場，以產品創新方式滿足消費者對品質、口味不斷提升的需求，本年度上半年推出了「都會小館」、「相拌一城」以及「滿漢宴」三大新品牌，透過不同品牌及售價，使佈局更完整，定位更清晰。「都會小館」網羅各地人氣麵館特色口味，提供有別於現有方便麵口味的新選擇，讓消費者隨時隨地享受各地人氣美味，青春時尚、用心精緻的品牌主張，加之覆膜扣蓋及「微造波」麵身工藝，甫上市就贏得了廣大消費者的青睞。「相拌一城」汲取城市最具代表的美食精華，以塑造最具代表性的夏季麵品牌為願景，讓熱愛地方特色美食的年輕人，在炎熱的夏季，享受到拌出來的一城美味，打破方便麵傳統夏季淡、冬季旺的消費模式。「滿漢宴」瞄準高端代餐市場，讓消費者體會到頂級中華料理「奢華如宴」的享受，一經推出即引來業界及消費者的熱議與追捧，在方便麵創新求進中再度拔得頭籌，成為高價方便麵的標竿。

2016年，中國經濟正處於新舊動能交替、經濟轉型升級的關鍵時期，伴隨著產業升級和消費升級的雙重機遇與挑戰，本集團方便麵事業將抓住機遇，在食品安全為第一優先的前提下，積極轉型，運用既有品牌穩紮穩打，替代性創新升級品牌循序推進的戰略，打造方便麵經營的新里程碑。

飲品業務

2016年上半年由於中國整體宏觀經濟仍未復甦，以及受到第二季度異常氣候－夏季氣溫偏低及雨量偏多的影響，2016年上半年飲品市場增長放緩；根據尼爾森資料顯示，其中整體飲料市場銷售額僅增長2.0%，增長幅度較去年同期持續放緩。本集團飲品業務2016年上半年收益共錄得人民幣7,448.0百萬元，較去年同期衰退8.2%。本集團各主要飲品業務表現說明如下：

茶飲料

2016年上半年本集團茶飲料收益為人民幣3,737.2百萬元，較去年同期成長13.6%。本集團積極把握消費者轉型所帶來的新機遇，2015年推出售價人民幣5.0元以上主打95後消費者的品牌「小茗同學」，上市以來廣受消費者喜愛，帶動即飲茶飲料人民幣5.0元以上市場快速發展，根據尼爾森資料顯示，2016年上半年整體茶飲料（不含奶茶）銷售額同比成長10.9%，本集團市佔率大幅提升至28.6%，較去年同期成長5.3個百分點，跑贏飲料行業和茶飲料市場大盤。

「小茗同學」直擊年輕學生族群，打造95後年輕化品牌，2016年新增市場流行的乳酸菌風味「溜溜嚙茶」，為進一步加強傳播力，6-9月攜手浙江衛視與視頻網站的領頭羊—愛奇藝，繼續冠名「我去上學啦2」，利用9大明星助陣，通過粉絲效應結合熱門話題，在飲料旺季提升品牌喜好度。「統一冰紅茶」持續紮根年輕消費者，2016年圍繞年輕人喜愛的電子競技、電跑、電影等活動的異業結合，通過有特色的傳播活動打造品牌，冠名國際遊戲聯盟(International Gaming League)，成為2016年國內最大的電競賽事之一。冠名美國時下最炫酷的「熱波電跑」，在全國10個城市熱力引爆，引發消費者互動參與。「統一綠茶」延續「親近自然」的品牌理念，在傳播力上進行全新的嘗試，特約贊助安徽衛視熱門綜藝「我們的法則」，該節目主題圍繞於大自然叢林中，與「統一綠茶」品牌相契合，深度結合品牌植入的亮點，聯合樂視網進行跨界合作專案，與年輕消費者做深度的溝通和互動，強化品牌主張。

2016年下半年本集團茶飲料將繼續堅持價值行銷策略，面對不斷變化的市場環境和消費者需求，加強品牌建設，既有產品「統一冰紅茶」、「統一綠茶」穩大盤，不斷優化行銷活動、活化品牌，穩定人民幣3.0元價格帶主流市場。人民幣5.0元以上消費升級市場聚焦「小茗同學」，同時鎖定一線城市佈局「緹拉圖」西式花果茶品類，擴大打擊面。「緹拉圖」冠名及植入網路熱播劇「我的朋友陳白露小姐」，鎖定女性上班族白領做深度溝通，逐步培養品牌實力；「小茗同學」整合校園活動、影視劇及動畫植入等系列行銷活動，拉近與消費者距離，成為消費者生活中的好同學。通路上茶飲料亦將加強推行冰凍化建設，為繼續擴大茶事業版圖而努力。

果汁

2016年上半年本集團果汁事業收益人民幣1,670.5百萬元。根據尼爾森資料顯示，本集團2016年上半年果汁市場銷售額佔有率13.4%，繼續保持果汁市場銷售額第二的位置。

「海之言」2016年延續「海掃酷熱」的品牌主張，持續建設品牌並與消費者互動，聯合中央人民廣播電臺－音樂之聲以及阿里巴巴全資媒體－優酷，推出「海濱夏令營活動」，在代言人井柏然和奧運冠軍楊威的帶領下，與消費者進行深度互動，並且透過井柏然主演的電影「盜墓筆記」以及「微微一笑很傾城」進行內容植入。「海之言」作為本集團第一支清淡型飲料，2014年度上市至今深受廣大消費者喜愛，由尼爾森資料顯示，針對消費者實際零售消費呈現增長情況與出貨節奏不匹配，為追求中長期品牌價值及利潤極大化，「海之言」2016上半年調整銷售步調，階段性進行出貨調整。

2016年上半年「統一多果汁」聚焦「鮮橙多」品牌運作，專注於橙口味，3月份「橙PLUS檸」混合果汁果粒產品隆重登場，加入果粒果汁的市場領域；5月份推出「冰沙ICE」，首創國內以塑料瓶(PET)經冰凍後變冰沙的橙汁飲料，引領果汁產業再一次創新。簽訂2016年度最火熱電視劇男主角宋仲基作為「鮮橙多」首席漂亮官，透過「漂亮PLUS」為主題的代言人發佈會，由愛奇藝進行現場直播、微信與微博即時報導製造熱搜話題等，結合京東平台進行線上直銷，創造出媒體高曝光、高銷售的佳績，成為品牌跨界行銷的成功案例。下半年將持續聚焦「鮮橙多」品牌運作，給消費者帶來不同的「漂亮」體驗，藉由「鮮橙多」「漂亮新發現，驚喜PLUS」品牌主題，聯合京東錢包，為消費者送紅包及代言人同款周邊驚喜好禮；在聚焦城市通過戶外媒體，微信、微博等受歡迎網路媒介，以及時下流行電視劇中投放廣告，精準打擊目標消費者；「冰沙ICE」以網路紅人親身示範「秒變冰沙」橙汁新喝法進行傳播，結合創意派發製造行銷話題，並透過網路影片傳播，引爆關注度。

2016年度「飲養四季」持續遵循「四季潤養、舒活之道」的核心價值，進行產品全面升級，口味強化燉工藝，包裝採用簡潔亮眼的色彩，突顯繽紛四季，激發消費者購買欲；年度品牌活動「愛的微積分」，藉由「音樂+會員機制=有感贈品」，建立會員機制，通過兌換和抽獎進行消費者互動，增加消費者對品牌的好感度。「如飲」產品繼2015年成功開創中式飲品新市場後，2016年將秉承中國熱飲調和之道，融入新的料理手法，從選材搭配透過匠心工藝，翻新中式飲品溫潤口感，塑造新中式暖飲標竿，讓傳統中式飲品展現出翻新的樣貌。2016年秋季，將推出一款主打功能性飲品市場的中式水果草本飲品，堅持用中國人自己的方式料理土生土長的果實，融入創新概念，與消費者互動溝通中式文化，持續塑造品牌「中式飲品」的形象。

為迎合健康消費趨勢，著眼長遠戰略佈局，本集團中高濃度果汁品牌「怡賞」，2016年3月份推出了利樂包裝200ml的100%瓦倫西亞橙汁，佈局100%果汁市場，甄選更適合中國消費者喜好偏甜口感的習慣，選用了進口高糖酸比的瓦倫西亞橙汁原料，滿足追求健康、好品質的中產家庭日常果汁飲用需求，上市初期聚焦在上海現代化連鎖通路及電商平台銷售，呈現穩步增長態勢，下半年將逐步推進大容量1L利樂包裝，培養家庭及餐飲通路。

隨著消費升級趨勢，更有個性化的產品將贏得市場，本集團通過新包材+新技術+新概念的融合，在6月份首次推出了「恬蜜光年」品牌，定位便攜式甜品飲料，首支上市的「楊枝甘露」口味，是港式甜品中的經典，定價19.9元/罐，著力打造有品味的治癒系甜品概念。亮麗高檔的包裝形象在6月份一經上市，即引起媒體高度關注，在上海便利商店試銷期間，銷量穩步成長，消費者口碑評價不斷累積。下半年將逐漸加大品牌傳播聲量，通過年輕人喜歡的應用軟體平台進行互動，讓治癒系便攜式甜品深入人心。

2016年度下半年，本集團果汁事業將持續聚焦「海之言」品牌建設及消費者推廣活動。本集團將進一步完善果汁戰略佈局，重點投資市場積累品牌力，鞏固果汁市場地位。

綜合飲料事業

奶茶

尼爾森資料顯示，2016年上半年整體奶茶市場規模量衰退12.8%，本集團奶茶表現優於整體市場，市場佔有率高達71.1%，穩居市場第一優勢地位。

「統一阿薩姆」致力品牌年輕化，以產品與傳播創新吸引年輕消費者。以流行的網路元素推出新包裝，持續溝通「順滑好心情」品牌核心價值；活化使用呆萌可愛的「好心情因數」，結合年度活動「一問阿薩姆，碼上好心情」，以「問答瓶」做為傳播載體，以代言人郭采潔和「周星星」配音石班瑜一問一答講段子形式為亮點，持續帶給年輕人「好心情」。傳播聚焦衛視以及網路新媒體，緊扣泛95後生活軌跡，鎖定年輕族群喜愛的衛視和節目精準投放。網路新媒體則首度與95後年輕消費者喜愛的嗶哩嗶哩彈幕網深入合作，開展「一問阿薩姆神回覆」徵集活動，與消費者深入互動，並通過百度、知乎等網路平台傳播擴大聲量。

「阿薩姆小奶茶」圍繞核心價值「簡單奶+茶，回到奶茶小時候」，與全球著名的花生漫畫深度合作，藉由「史努比」將小奶茶的純真本質表現的淋漓盡致。通過生動化陳列和呆萌贈品的使用，持續與消費者互動。「阿薩姆小奶茶」2016年上半年銷售取得佳績，下半年銷售將圍繞熱飲專案，再度發力。

水趣多

本集團2016年3月順勢推出乳酸菌風味加味水「水趣多」，專利乳酸菌「LV108」為技術壁壘，帶給消費者水+乳酸菌的跨界新體驗。簡約獨特的包裝設計和乳酸菌風味迎合了18-25歲生活中有趣份子，被稱呼新一代網紅水；藉由「冰川時代5」電影上映，增強趣味性，與「趣你的乏味」品牌主張相呼應。推廣形式以「冰川」3D繪畫、虛擬實境(Virtual Reality)、全息投影的視覺體驗，讓消費者在暢玩中加深品牌記憶點。

其他

咖啡

2016年上半年，本集團咖啡事業收益較去年同期成長了13.5%。受咖啡文化的潮流推動，咖啡產業逐漸加溫且朝著普及化邁進，飲用人群走向細分化與升級化，即飲咖啡未來發展將以輕齡化和品質化兩大趨勢發展。為抓住這一時代契機，本集團於既有「雅哈」咖啡品牌的基礎上，2015年推出定位更高端，針對咖啡愛好者的新品牌「朗朵」咖啡，更精準的滿足更高端目標群體的需求。

「雅哈」咖啡致力於品牌形象年輕化的轉型，洞察到90後、00後年輕群體對咖啡飲用日常化、輕鬆化的情景，並抓住時下年輕人熱愛交流，重視社交的生活方式，以「聊天交流」的飲用時機作為切入點，提出「對味喝、愉快聊」清晰的品牌定位，獲得年輕群體的共鳴。2016上半年持續透過與網路談話類節目「奇葩說」第三季的合作，傳遞與呈現品牌主張，「喝了才能愉快聊天的雅哈咖啡」持續變成流行語在年輕人中快速蔓延。透過社交媒體的傳播、「雅哈」「奇葩」瓶的推廣活動，成功掀起了一波波的高潮話題。2015年7月新推出的「雅哈Hey」系列，以低糖、低脂、無香精為特色，滿足部分年輕群體對咖啡原味和清爽口感的細分需求，為「雅哈」吸引了新的高價消費群。

「朗朵」咖啡定位於對咖啡更有鑒賞能力和品味的人群，以高技術、高品質、高便利為品牌核心利益點。除了採用100%初萃液和澳洲冷凍濃縮牛奶的即飲咖啡，「朗朵」品牌還推出了採用單品咖啡豆的濾掛式沖泡咖啡，希望帶給消費者更新鮮、更高品質的咖啡體驗。目前「朗朵」即飲咖啡聚焦於武漢，持續並長期進行品牌建設，以培養忠實種子消費者，再逐步開展新市場。「朗朵」濾掛式咖啡計劃於2016年下半年首發登陸電商體系，構建專業產品線，穩步積累忠誠用戶和品牌口碑。

包裝水

本集團順應消費趨勢升級，秉持聚焦飲用天然礦泉水經營戰略，持續圍繞「ALKAQUA愛誇」及「巴馬泉」兩大品牌經營。

2016年上半年，主力品牌「ALKAQUA愛誇」聘請當紅演員王凱先生作為品牌形象代言人，王凱氣質形象簡約而不簡單，與「ALKAQUA愛誇」品牌訴求「30%靠顏值，70%是內在」完美契合。以主題「ALKAQUA愛誇 70%的我」拍攝唯美水下廣告片，並加大資源投放，品牌強勢曝光，尤其是新媒體行銷，在年輕消費群體中取得良好迴響。5月起「ALKAQUA愛誇」七彩瓶一經推出，即引起消費者追捧及收藏，品牌知名度及好感度顯著提高。

2016年下半年，「ALKAQUA愛誇」品牌將持續緊貼品牌代言人王凱做傳播，充分運用代言人效益，引導目標消費者將「ALKAQUA愛誇」作為即飲包裝水首選品牌，並透過大型見面會，充分挖掘粉絲經濟，致力使「ALKAQUA愛誇」品牌成為消費者簡約時尚品味體現的首選。

財務分析

現金及借款

於2016年6月30日，本集團之總現金及銀行結餘人民幣2,184.1百萬元（2015年12月31日：人民幣2,919.3百萬元），當中96%以人民幣計值、3.4%以美元計值。於2016年6月30日，本集團並無任何受限制銀行存款（2015年12月31日：人民幣4.2百萬元）。本集團之流動資產為人民幣5,516.8百萬元（2015年12月31日：人民幣5,364.6百萬元），流動負債則為人民幣6,534.1百萬元（2015年12月31日：人民幣6,702.5百萬元）。淨流動負債為人民幣1,017.4百萬元（2015年12月31日：人民幣1,337.9百萬元）。於回顧期內，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。於2016年6月30日，本集團的總金融負債人民幣3,448百萬元（2015年12月31日：人民幣4,254.3百萬元），當中46.4%的借款償還期為1年以上。本集團的總金融負債之100%的借款幣別為人民幣。於2016年6月30日，本集團之全部金融負債，除2017年到期的人民幣1,000百萬元票據、2017年到期的人民幣500百萬元票據及2019年到期的人民幣500百萬元票據等以外（其分別按固定利率每年3.6厘、3.5厘及3.9厘計息），其餘均以浮息計息。於2016年6月30日，本集團並無任何已抵押銀行借款（2015年12月31日：無）。

融資

本集團旨在維持適當的資本結構，信貸評級機構台灣中華信用評等公司於2016年6月30日發佈評等新聞稿，並於當天確認授予本集團twAA-的長期信貸評級，對本集團長期信用評等的評等展望由「穩定」上調至「正向」。於2016年6月30日及2015年12月31日，本集團的資本負債比率如下：

	6月30日 2016 人民幣千元	12月31日 2015 人民幣千元
總借貸	3,448,000	4,254,316
減：現金及定期存款	(2,184,136)	(2,915,109)
債項淨額	1,263,864	1,339,207
總權益	12,206,758	11,602,403
總資本	13,470,622	12,941,610
資本負債比率 (附註)	9.38%	10.35%

附註：資本負債比率按債項淨額除以總權益及債項淨額之和計算。

現金流量與資本支出

截至2016年6月30日止6個月，本集團現金及現金等價物減少淨額為人民幣666.7百萬元，其中營運活動產生的淨現金流入為人民幣960.4百萬元；融資活動產生的淨現金流出為人民幣975.2百萬元；投資活動產生的淨現金流出為人民幣651.9百萬元，主要用於建立飲品業務新的生產基地及新產品的設備升級，以滿足本集團長期營運發展所需產能。於回顧期內，本集團的資本開支為人民幣640.8百萬元（截至2015年6月30日止6個月：人民幣483.5百萬元）。

經營效率分析

本集團嚴格控制及管理應收應付貿易賬款及存貨水準。應收貿易賬款，對大部分客戶以款到發貨的方式銷售產品，應收貿易賬款是對現代銷售通路（包括但不限於食品雜貨店、小攤位及百貨商店等）的信貸客戶提供賒銷所產生，賒銷期限通常是60天至90天。於回顧期內，因賒銷通路客戶增加，應收貿易賬款淨額增加人民幣191.7百萬元至人民幣720.9百萬元（2015年12月31日：人民幣529.2百萬元）。本集團存貨主要包括原材料和包裝材料、產成品以及低值易耗品，由於產成品在銷售通路上持續暢銷致使存貨周轉天數較2015年減少3天；於2016年6月30日存貨餘額較年初減少至人民幣340.5百萬元至人民幣1,027.2百萬元（2015年12月31日：人民幣1,367.7百萬元）。本集團的應付貿易賬款主要由賒購原材料產生，回顧期內應付貿易賬款增加人民幣143.3百萬元至人民幣1,372.3百萬元（2015年12月31日：人民幣1,229.0百萬元）。

	6月30日 2016	12月31日 2015
應收貿易賬款周轉天數	10	8
存貨周轉天數	29	32
應付貿易賬款周轉天數	32	30

財務管理

本集團堅持以審慎理財原則的理念為基礎，適度因應市況調節銷售及市場推廣開支、適當資本支出以優化和擴展基礎設施，以應對存在的風險變數，紮實前進。本集團的財務部門根據董事會批准及執行董事指導的政策與程序製訂財務風險管理政策，並由內部稽核部門定期審查。本集團的財務政策旨在減低利率及匯率波動對本集團整體財務狀況的影響、將本集團的財務風險減至最低。

本集團的財務部門提供財務風險（包括利率及外匯風險）及現金流的集中化管理，為本集團與其成員公司提供具成本效益的資金。回顧期內，執行會計賬務區域集中共享中心，於各區域成立區域財務中心及結算中心，提升資金使用效益及賬務處理效率。

庫務政策

本集團之理財政策是不參與高風險之投資或投機性衍生工具，亦不會將流動資金投資於具有重大相關槓桿效應或風險的金融產品上，包括對沖基金或類似的金融商品。回顧期內，在本集團的現金收支十分穩健的狀況下，並無重大銀行借貸或資本市場等籌資活動。

由於本集團大部分收入源自中國的業務，故絕大部分資產收款及付款貨幣均以人民幣計值。本集團可能因日後以其他幣值計值的資產或負債（如現金及現金等價物及借款）而承受外匯風險時，本集團適時運用外匯遠期合約進行風險的規避。

或然負債

於2016年6月30日，本集團並無重大或然負債。

重大收購及出售

於2016年5月9日，統一企業（中國）投資有限公司及上海統一寶麗時代實業有限公司（為本公司兩間間接全資附屬公司）（「賣方」）（統稱為賣方）與Consistent Returns Pte. Ltd.（「買方」）（作為買方）訂立股份轉讓協議，據此，買方有條件同意購買而賣方有條件同意出售今麥郎飲品股份有限公司（「今麥郎飲品」）合共474,362,628股股份，相當於今麥郎飲品全部已發行股本約47.83%，代價為人民幣1,291,324,340元（「今麥郎出售事項」）。

於2016年6月30日，今麥郎出售事項尚未完成。

重大投資

於2016年6月30日，本集團可供出售金融資產公平值由2015年12月31日之人民幣227.0百萬元減少1.2%至約人民幣224.3百萬元，乃由於上市證券公平值變動所致。

抵押集團資產

於2016年6月30日，本集團並無任何集團資產抵押。

未來重大投資或資本資產計劃

董事確認，於本公告日期，除製造及銷售飲料及方便麵的日常業務外，本集團現時並無計劃取得任何重大投資或資本資產。

展望

2016年中國大陸大範圍受到異常氣候的侵襲，多地出現災情，民生消費因此受到影響，飲料行業上半年收益表現普遍低於預期；然而產業升級的腳步仍繼續快速前進，本集團受惠於洞悉消費者轉型契機，所推出之創新產品得到市場廣泛好評，為本集團營運表現扎下根基，在舊有產品持續萎縮的飲料市場，憑藉新產品的提升，取得優於產業的成績。本集團將秉持創新求進的精神，以滿足消費者的需求為宗旨，繼續推動高優質產品，並聚焦市場資源的有效運用，繼續戮力開創嶄新格局。

人力資源與酬金政策

於2016年6月30日，本集團僱員總人數約為32,882人。鑑於中國未來乳飲及食品的龐大市場商機，本集團持續招募專業人才。在人才的選拔與任用上，本集團採用了更務實、高效的方法，以滿足業務及生產體系快速發展之人力需求。對新進的基層員工，本集團通過及時的人員培訓、人性關懷機制等，穩定新進人員，盡速發揮團隊績效。穩定基層員工的同時，本集團對核心人才的任用，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，為本集團高階人才需求提供保障。

於回顧期內，員工福利開支總額（包括董事酬金）為人民幣1,579.4百萬元。

本集團的酬金政策是為了依據其僱員及董事的表現、資歷、所展現的能力、市場可比資料及本集團的表現向他們作出回報。對於本集團的酬金政策，本集團與其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，新進員工試用期為兩個月。

產能策略

本集團致力聚焦經營於建立品牌價值、產品研發創新以及銷售通路佈建，堅信在長期努力打造品牌形象下，透過產品不斷創新求進以及綿密銷售通路的帶動，方能滿足消費者需求並使企業不斷成長，進而產生最大效益；為使資源聚焦運用，產生效益極大化，本集團生產製造除擁有自有產能外，長期以來並與專業飲料代工廠商合作（包括外部獨立第三方及關連企業等專業代工廠商），形成策略聯盟，使本集團在基本的產能之外，得以委外生產方式調節產能，使產能保有一定的彈性，以致本集團之資源得以充分運用在聚焦經營之項目上，發揮最大效益。

簡明綜合中期收益表

截至2016年6月30日止6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6月30日止6個月	
		2016	2015
收益	3	11,713,297	12,005,355
銷售成本		<u>(7,388,783)</u>	<u>(7,471,982)</u>
毛利		4,324,514	4,533,373
其他利得，淨額		1,860	7,091
其他收入		162,754	142,046
其他開支		(65,019)	(60,785)
銷售及市場推廣開支		(2,966,716)	(3,241,534)
行政開支		<u>(512,886)</u>	<u>(539,766)</u>
經營溢利	4	944,507	840,425
融資收入		64,642	78,151
融資成本		<u>(59,677)</u>	<u>(48,334)</u>
融資收入－淨額		4,965	29,817
以權益法入賬之應佔投資溢利		<u>75,940</u>	<u>88,193</u>
除所得稅前溢利		1,025,412	958,435
所得稅開支	5	<u>(250,173)</u>	<u>(271,805)</u>
本公司權益持有人應佔期間溢利		<u><u>775,239</u></u>	<u><u>686,630</u></u>
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	6	<u><u>17.95分</u></u>	<u><u>15.90分</u></u>

簡明綜合中期全面收益表

截至2016年6月30日止6個月

(除特別註明外，金額單位為人民幣千元)

	未經審核	
	截至6月30日止6個月	
	2016	2015
期間溢利	<u>775,239</u>	<u>686,630</u>
其他全面收益		
可重新分類至損益之項目		
可供出售金融資產之公平值 (虧損)／利得－除稅淨額	<u>(2,759)</u>	<u>4,319</u>
期間其他全面(虧損)／收益	<u>(2,759)</u>	<u>4,319</u>
本公司權益持有人應佔期間全面收益總額	<u><u>772,480</u></u>	<u><u>690,949</u></u>

簡明綜合中期資產負債表

於2016年6月30日

(除特別註明外，金額單位為人民幣千元)

	附註	未經審核 6月30日 2016	經審核 12月31日 2015
資產			
非流動資產			
土地使用權		2,248,639	2,214,488
物業、廠房及設備		11,337,940	11,454,886
投資物業		340,445	349,576
無形資產		38,226	33,885
按權益法入賬之投資		717,466	1,621,725
可供出售金融資產		224,265	227,024
遞延所得稅資產		322,060	328,137
其他應收款項－非即期部分		11,462	12,111
		<u>15,240,503</u>	<u>16,241,832</u>
流動資產			
存貨		1,027,208	1,367,717
應收貿易賬款	8	720,916	529,198
預付款項、按金及其他應收款項		604,308	548,343
現金及銀行結餘		2,184,136	2,919,329
		<u>4,536,568</u>	<u>5,364,587</u>
分類為持有待售資產		<u>980,199</u>	—
		<u>5,516,767</u>	<u>5,364,587</u>
總資產		<u><u>20,757,270</u></u>	<u><u>21,606,419</u></u>

	附註	未經審核 6月30日 2016	經審核 12月31日 2015
權益			
本公司權益持有人應佔權益			
股本		39,764	39,764
股份溢價		4,829,899	4,829,899
其他儲備		2,103,685	2,274,569
留存盈利		5,233,410	4,458,171
		<u>12,206,758</u>	<u>11,602,403</u>
總權益			
負債			
非流動負債			
遞延所得稅負債		193,054	197,350
借貸		1,600,000	2,665,000
其他應付款項－非即期部分		223,340	439,149
		<u>2,016,394</u>	<u>3,301,499</u>
流動負債			
應付貿易賬款	9	1,372,345	1,229,015
其他應付款項及應計費用		3,190,086	3,836,107
借貸		1,848,000	1,589,316
當期所得稅負債		123,687	45,941
衍生金融工具		-	2,138
		<u>6,534,118</u>	<u>6,702,517</u>
總負債		<u>8,550,512</u>	<u>10,004,016</u>
權益及負債總額		<u><u>20,757,270</u></u>	<u><u>21,606,419</u></u>

簡明綜合中期財務資料附註

截至2016年6月30日止6個月

(除特別註明外，金額單位為人民幣千元)

1 編製基準

此等截至2016年6月30日止6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2015年12月31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

除採納於截至2016年12月31日止財政年度生效的香港財務報告準則之修訂外，所應用之會計政策與本集團截至2015年12月31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。

中期期間之所得稅使用適用於預期全年盈利總額之稅率計算。

(a) 本集團已採納之新訂及經修訂準則

香港財務報告準則第5號（修訂）「持有待售的非流動資產及已終止經營業務」於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效。此修訂澄清資產（或出售組別）由「持有待售」重新分類至「持作分派」（反之亦然）的時間，這並不構成一項出售或分派計劃的變動，亦不會按有關情況入賬。這意味資產（或出售組別）無需單單因為出售方式變動，而於財務報表還原為未曾分類為「有待出售」或「持作分派」的情況。其亦解釋不再持作分派但並無分類為「持有待售」的資產（或出售組別）應採用出售計劃變動的指引。

香港財務報告準則第7號（修訂）「金融工具：披露簡明中期財務報表」於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效。此修訂澄清香港財務報告準則第7號「披露一抵銷金融資產及金融負債」之修訂規定的額外披露並無特別規定於所有中期期間作出，除非香港會計準則第34號另有規定則除外。

香港會計準則第19號（修訂）「僱員福利」於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效。此修訂澄清在釐定離職後福利責任的貼現率時，重點是負債的計值貨幣，而非產生負債的國家。評估是否存在優質企業債券的完全活躍市場是以企業債券的貨幣為基準，而非特定國家的企業債券。同樣地，倘相關貨幣的優質企業債券不存在完全活躍市場，則應使用相關貨幣的政府債券。

香港會計準則第34號（修訂）「中期財務報告」於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效。此修訂澄清在該準則中提及「於中期財務報告其他部分所披露的資料」的涵義。其亦修訂香港會計準則第34號，規定在中期財務報表中提供該資料所在位置的交叉索引。修訂具追溯性。

上述修訂及詮釋預期對本集團之經營業績、財務狀況或全面收益並無重大影響。

(b) 已於2016年生效但與本集團無關之準則及對現有準則之修訂及詮釋

		於以下 日期或之後 開始的年度 期間生效
香港會計準則第1號(修訂)	披露計劃	2016年1月1日
香港會計準則第16號(修訂)	物業、廠房及設備	2016年1月1日
香港會計準則第27號(修訂)	獨立財務報表	2016年1月1日
香港會計準則第38號(修訂)	無形資產	2016年1月1日
香港會計準則第41號(修訂)	農業	2016年1月1日
香港財務報告準則第7號(修訂)	金融工具：披露— 對服務合約應用披露規定	2016年1月1日
香港財務報告準則第11號(修訂)	合營安排	2016年1月1日
香港財務報告準則第12號(修訂)	披露於其他實體的權益	2016年1月1日
香港財務報告準則第14號	監管遞延賬戶	2016年1月1日

(c) 下列新訂準則、對準則之新詮釋及修訂及詮釋於2016年1月1日開始的財政年度已經頒佈但尚未生效，而本集團亦未有提前採納：

		於以下 日期或之後 開始的年度 期間生效
香港財務報告準則第9號	金融工具	2018年1月1日
香港財務報告準則第15號	客戶合約收益	2018年1月1日
香港財務報告準則第16號	租約	2019年1月1日
香港財務報告準則第10號(修訂)	綜合財務報表	待確定
香港會計準則第28號(修訂)	於聯營公司的投資	待確定

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分銷，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2016年6月30日止6個月之分部資料如下：

	截至2016年6月30日止6個月				本集團
	飲料	方便麵	其他	未分配	
分部業績					
收益	<u>7,447,989</u>	<u>4,010,516</u>	<u>254,792</u>	<u>-</u>	<u>11,713,297</u>
分部溢利／(虧損)	<u>942,323</u>	<u>148,661</u>	<u>8,180</u>	<u>(154,657)</u>	<u>944,507</u>
融資收入－淨額					<u>4,965</u>
以權益法入賬之 應佔投資溢利／(虧損)	<u>74,248</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>1,692</u>	<u>75,940</u>
除所得稅前溢利					<u>1,025,412</u>
所得稅開支					<u>(250,173)</u>
期間溢利					<u>775,239</u>
其他收益表項目					
折舊及攤銷	<u>522,714</u>	<u>144,993</u>	<u>23,480</u>	<u>30,848</u>	<u>722,035</u>
資本支出	<u>491,267</u>	<u>93,626</u>	<u>35,250</u>	<u>20,620</u>	<u>640,763</u>
於2016年6月30日					
	飲料	方便麵	其他	未分配	本集團
分部資產及負債					
資產	12,263,433	4,139,287	465,526	3,171,558	20,039,804
按權益法入賬之投資	<u>555,311</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>162,155</u>	<u>717,466</u>
總資產					<u>20,757,270</u>
負債	<u>2,586,375</u>	<u>1,338,988</u>	<u>202,856</u>	<u>4,422,293</u>	<u>8,550,512</u>
總負債					<u>8,550,512</u>

截至2015年6月30日止6個月之分部資料如下：

	截至2015年6月30日止6個月				本集團
	飲料	方便麵	其他	未分配	
分部業績					
收益	<u>8,109,613</u>	<u>3,652,003</u>	<u>243,739</u>	<u>–</u>	<u>12,005,355</u>
分部溢利／(虧損)	889,870	91,232	19,476	(160,153)	840,425
融資收入－淨額					29,817
以權益法入賬之 應佔投資溢利／(虧損)	<u>89,154</u>	<u>–</u>	<u>–</u>	<u>(961)</u>	<u>88,193</u>
除所得稅前溢利					958,435
所得稅開支					<u>(271,805)</u>
期間溢利					<u>686,630</u>
其他收益表項目					
折舊及攤銷	<u>509,266</u>	<u>139,513</u>	<u>23,344</u>	<u>37,158</u>	<u>709,281</u>
資本支出	<u>365,615</u>	<u>57,165</u>	<u>41,402</u>	<u>19,360</u>	<u>483,542</u>
	於2015年12月31日				
	飲料	方便麵	其他	未分配	本集團
分部資產及負債					
資產	11,801,888	4,189,231	448,205	3,545,370	19,984,694
按權益法入賬之投資	<u>1,461,263</u>	<u>–</u>	<u>–</u>	<u>160,462</u>	<u>1,621,725</u>
總資產					<u>21,606,419</u>
負債	<u>3,143,511</u>	<u>1,543,692</u>	<u>194,593</u>	<u>5,122,220</u>	<u>10,004,016</u>
總負債					<u>10,004,016</u>

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6月30日止6個月	
	2016	2015
存貨成本	6,273,166	6,454,983
促銷及廣告費用	1,054,558	1,244,394
員工福利開支，包括董事薪酬	1,579,417	1,529,909
運輸費用	492,582	531,258
折舊及攤銷	722,035	709,281
樓宇經營租賃	76,387	82,299
應收貿易賬款之減值撥備／(撥回)	2,545	(382)
撥回存貨至可變現淨值	(8,011)	(1,562)
出售物業、廠房及設備之虧損	5,397	783
政府補助 (附註)	(5,000)	(15,551)
補貼收入	(39,395)	(13,084)

附註：

政府補助收入指所收取由中國多個地方政府授出之補貼，作為本集團附屬公司對其所在地區經濟及發展作出貢獻之回報。該等政府補助屬無條件，亦無附帶日後須達成之承諾，故已於綜合收益表確認為收入。

5 所得稅開支

	截至6月30日止6個月	
	2016	2015
當期所得稅		
— 中國內地企業所得稅 (「企業所得稅」)	248,392	232,497
遞延所得稅	1,781	39,308
	<u>250,173</u>	<u>271,805</u>

(a) 中國內地企業所得稅 (「企業所得稅」)

於本年度，在中國內地成立之附屬公司須按25% (2015年：25%) 之稅率繳納企業所得稅。

根據財政部、國稅總局和海關總署發佈之財稅[2011]58號「關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知」，於西部地區成立並屬於中國政府公佈之若干鼓勵類產業目錄之公司將有權享有15%優惠稅率。本集團部分於西部開發區成立的中國附屬公司於本年度有權享有上述15%優惠稅率。

(b) 其他所得稅

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。

在台灣及香港註冊成立的附屬公司須分別按當地現行稅率17%及16.5%（2015年：17%及16.5%）繳納所得稅。

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6月30日止6個月	
	2016	2015
本公司權益持有人應佔溢利	775,239	686,630
已發行普通股加權平均數（千股）	4,319,334	4,319,334
每股基本盈利（每股人民幣計）	<u>17.95分</u>	<u>15.90分</u>

由於並無攤薄普通股，故每股攤薄盈利與每股基本盈利一致。

7 股息

與截至2015年及2014年12月31日止年度相關之股息分別約為人民幣168,000,000元及人民幣57,000,000元，已分別於2016年6月及2015年6月支付。

董事不建議派發截至2016年6月30日止6個月之中期股息（2015年：零）。

8 應收貿易賬款

	6月30日	12月31日
	2016	2015
應收貿易賬款		
— 第三方	678,342	494,288
— 關聯方	<u>53,411</u>	<u>43,483</u>
	<u>731,753</u>	<u>537,771</u>
減：減值撥備	<u>(10,837)</u>	<u>(8,573)</u>
應收貿易賬款，淨額	<u>720,916</u>	<u>529,198</u>

本集團通常授予客戶60天至90天之信用期。於2016年6月30日，應收貿易賬款的賬齡分析如下：

	6月30日 2016	12月31日 2015
應收貿易賬款，總額		
－ 90天以內	688,125	495,146
－ 91至180天	37,912	38,348
－ 181至365天	5,149	1,356
－ 一年以上	567	2,921
	<u>731,753</u>	<u>537,771</u>

9 應付貿易賬款

	6月30日 2016	12月31日 2015
應付貿易賬款		
－ 第三方	886,399	986,342
－ 關聯方	485,946	242,673
	<u>1,372,345</u>	<u>1,229,015</u>

於2016年6月30日，應付貿易賬款之賬齡分析如下：

	6月30日 2016	12月31日 2015
應付貿易賬款		
－ 180天以內	1,352,620	1,203,158
－ 181至365天	10,514	16,848
－ 一年以上	9,211	9,009
	<u>1,372,345</u>	<u>1,229,015</u>

審核委員會審閱

審核委員會成員包括范仁達先生、陳志宏先生、陳聖德先生、蘇崇銘先生及路嘉星先生，其中除了蘇崇銘先生為非執行董事外，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報告事宜。審核委員會已審閱本集團於回顧期內之未經審核中期業績，並向董事會建議採納。

企業管治守則

董事認為，本公司於回顧期內一直遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄十四所載之《企業管治守則》之全部守則條文。

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回顧期內並無購買、出售或贖回任何本公司上市證券。

遵守《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》

本公司已採納上市規則附錄十所載之標準守則，以規管董事之證券交易。經本公司作出特別查詢後，全體董事確認，彼等於回顧期內已全面遵守標準守則所載之所需準則。

購股權計劃

於回顧期內，概無購股權根據本公司按於2007年11月23日通過之書面決議案採納之購股權計劃授出、行使、註銷或失效。於2016年1月1日及2016年6月30日，概無購股權尚未行使。

公司職位變更

下列事項由2016年7月1日起生效，(i)侯榮隆先生由執行董事調任為非執行董事，並已辭任本公司總經理及本公司授權代表職務（根據上市規則第3.05條的規定）（「授權代表」）；(ii)劉新華先生已獲委任為本公司總經理；及(iii)陳國輝先生已獲委任為授權代表。

於聯交所及本公司網站登載中期報告

本公司2016年之中期報告將會於適當時間寄發予本公司股東，並在香港聯合交易所有限公司之網站及本公司之網站（www.uni-president.com.cn）上登載。

上述中期簡明綜合財務資料並不構成本公司於回顧期內之法定財務報表，但摘錄自將載入2016年中期報告之回顧期之簡明綜合財務報表。

代表董事會
統一企業中國控股有限公司
主席
羅智先

2016年8月9日

於本公告日期，董事會包括執行董事羅智先先生及陳國輝先生；非執行董事侯榮隆先生及蘇崇銘先生；及獨立非執行董事陳聖德先生、陳志宏先生、范仁達先生及路嘉星先生。