

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)

(股份代號：220)

二零二零年中期業績公告

- 收益為人民幣11,816.5百萬元，上升3.0%
- 集團毛利率為35.8%，下降0.8個百分點
- 未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為人民幣2,182.3百萬元，上升4.4%
- 本公司權益持有人期間應佔溢利為人民幣1,065.1百萬元，上升6.8%

統一企業中國控股有限公司（「本公司」）董事（「董事」）會（「董事會」）欣然提呈本公司及其附屬公司（合稱「本集團」或「我們」）截至2020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布之香港審閱準則第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。

經濟環境分析

2020年上半年中華人民共和國（「中國」）生產總值（「GDP」）同比增長3.2%。2020年第二季度各個經濟指標回升，顯示國民經濟總體平穩運行逐步復蘇。當前境外新型冠狀病毒疫情仍尚未受控，世界經濟經貿重啟舉步維艱，國內的需求恢復目前受到一定的制約。中國政府針對疫情防控和經濟社會開展的各項工作，復工復產復商復市加快推進，下半年民生消費仍然穩中向好。

財務業績

收益及毛利

於回顧期內，本集團收益錄得人民幣11,816.5百萬元(2019年上半年：人民幣11,469.5百萬元)，較去年同期上升3.0%。本集團毛利額於回顧期內上升至人民幣4,226.1百萬元(2019年上半年：人民幣4,195.3百萬元)較去年同期增加0.7%；毛利率由去年同期之36.6%下降0.8個百分點至35.8%，主要原因為食品業務收益佔比上升，其中「老壇酸菜」、「湯達人」均等呈現兩位數成長，「開小灶」迅速擴大知名度，不同場景消費需求被拓展，發揮電商管道優勢，食品業務業績佔比大幅成長。

銷售及市場推廣開支

銷售及市場推廣開支上升至人民幣2,624.2百萬元(2019年上半年：人民幣2,531.9百萬元)，較去年同期上升3.6%，主要是本集團於回顧期內加大品牌宣傳力度，通路管道擴展、產品下沉增加通路營運費用。

行政開支

行政開支為人民幣458.1百萬元(2019年上半年：人民幣481.5百萬元)，較去年同期下降4.9%，主要是中國政府於回顧期內下調社會保險費用。

經營溢利

回顧期內經營溢利為人民幣1,389.3百萬元，相較2019年上半年經營溢利錄得之人民幣1,305.3百萬元，經營溢利上升6.4%，主要是本業獲利及合肥分廠部份土地政策性回收所致。

本公司權益持有人應佔期間溢利

回顧期內本公司權益持有人應佔溢利為人民幣1,065.1百萬元，較去年同期之人民幣997.5百萬元上升6.8%。

業務回顧

食品業務

本集團在食品上不斷研究與創新，並順應消費者生活型態的常態，物質條件迅速提升，開發自熱食品、冷鮮麵與休閒食品，以期滿足消費者能享受便利與美味的食品。本集團食品業務2020年上半年收益錄得人民幣5,206.8百萬元，較去年同期增長22.0%。

2020年上半年，方便麵行業在應對全球突發衛生狀態中，起到了很好應急作用，其安全美味讓消費者對方便麵有了新的認識，行業增長明顯。本集團在疫情中得到各級政府大力支持而有序復工，把方便麵送到消費者最需要的地方。本集團堅持價值行銷的方針指引下，持續聚焦資源投入，加強品牌建設，優化產品結構並提升品牌價值。

「統一老壇酸菜牛肉麵」2020年重點投入資源提升產品力，在已獲得的發明專利基礎上精進工藝及制程，在傳承正宗老壇酸菜經典美味的前提下升級配方，帶給消費者更加完美的酸爽體驗，同步提升品牌辨識度，配套更加積極的媒體廣告，獲得消費者積極正面的回應，進一步鞏固了品類領導地位。

「藤嬌」上半年聚焦提升滲透率，通過中國中央電視、衛視電視節目以及廣告，激發購買興趣。同時，「藤嬌」於重點市場提供試吃與無人推廣，讓更多消費者體驗「藤嬌」獨特的「觸電」口感。堅持包裝即傳播，順應消費者「在家煮麵」趨勢，推出「動手做大口吃」活動，鼓勵消費者創新吃法，「藤嬌」品牌上半年呈現快速增長趨勢。

「統一茄皇」專注於健康番茄口味的開發和創新，原料嚴選每天日照16小時的新疆陽光番茄，精製成口感鮮甜的湯底，輔以真材實料、黃金香嫩的蛋花，打造出酸甜鮮美的番茄雞蛋麵。首支產品「統一茄皇番茄雞蛋麵」於2019年3月推出並試銷成功後，穩步擴展銷售區域，電商消費者好評率名列前茅，產品口碑及收益持續發酵。「統一茄皇」2020年下半年計劃以「一口茄皇一口陽光」為行銷主軸，導入媒體傳播，進一步提升品牌知名度。

「湯達人」2020年上半年收益持續實現雙位數增長，營收成長表現強勁。「湯達人」持續受到市場肯定，收益較去年同期達增長29.7%。持續與同樣具有「專注、陽光、有元氣」特質的新生代演員劉昊然先生合作，擴大「湯達人」消費群體，加大品牌滲透，培養忠實消費者；打造以「元氣」為核心的品牌精神，「湯達人」「元氣音樂節」，結合當下局勢由線下轉為線上，多元化的藝人配置，滿足不同音樂圈層需求，強化「元氣滿滿」的品牌形象。

「滿漢大餐」始終圍繞「真的有大塊牛肉」差異點，面向忙碌而又注重生活品質的新銳白領，深耕中華麵食。2020年上半年，「滿漢大餐」一方面合作中國探月工程(CLEP)推出聯名禮盒，提升品牌高端面質感，另一方面聚焦既有势能管道做消費者新增和粘性培養，同時，注重盒馬等新零售平臺合作，打造新的增長極。不辣「台式半筋半肉牛肉麵」、酸辣「禦品老壇酸菜牛肉麵」和麻辣「川式銷魂麻辣牛肉麵」三支口味市場表現良好，產品結構趨於完善。

2020年下半年本集團將持續提升「滿漢大餐」產品力並加大推廣力度，讓消費者樂於體驗我們的產品，為消費者打造完美的消費體驗。因應消費者購買習慣、消費方式的帶來改變，本集團加大線上通路的投入。

開小灶

中華料理「開小灶」，採用東北大米，開創自熱系列現煮工藝，精湛的菜肴製作匠心，凝聚中華美食「鍋氣」。2020年上半年「開小灶」，以「好好吃飯開小灶」為品牌傳播主軸，通過免品試吃和形象店，打造以「產品體驗」為核心，以「推廣為先導」的業務模式，傳遞溫暖田園的品牌風格。讓「開小灶是中華美食，是一日三餐新選擇」根植於消費者心中。2020年1月，「開小灶」簽約肖戰先生作為品牌第一位代言人，迅速擴大了品牌知名度。同時「開小灶」積極履行社會職責，年初新型冠狀病毒疫情最嚴重的時候，「開小灶」馳援武漢，將美味可口的飯菜送到抗疫一線的白衣天使手中，同時，開小灶也一直積極與中國福利基金會「免費午餐」項目合作，給更多孩子帶來溫暖。「開小灶」2020年上半年收益較去年同期實現倍數增長，成長表現強勁。

2020年上半年注定不平凡，新型冠狀病毒席捲全球，給人民生命安全帶來嚴重威脅，影響日常生活的同時也改變了人們的生活方式和消費觀念。疫情期間，「宅經濟」的催生，帶來線上購物需求激增。同時食品行業也將適應市場需求，未來方便食品市場將向高端化，正餐化，和營養化發展。本集團將不斷完善生活麵和生活料理的佈局，在產品結構上持續優化，並嚴選推出差異化創新性產品，滿足不同消費者需求，不斷擴大本集團事業版圖。

飲品業務

本集團飲品業務2020年上半年收益錄得人民幣6,290.5百萬元，較去年同期減少7.4%，同年按季度環比正成長46.7%。2020年上半年因應新型冠狀病毒疫情影響，線上渠道發展迅速，飲品主要通過精耕美團、餓了麼、興盛優選等平台，加大資源投入，重點聚焦整箱、多包入、大包裝產品，切入家庭消費需求。本集團堅持品牌建設創造品牌價值，延續產品新鮮度管理為銷售最高指導原則，藉由產品不斷優化創新提升獲利能力為目標，各類飲品事業，2020年上半年表現分述如下：

茶飲料

2020年上半年本集團茶飲料收益人民幣2,897.3百萬元，同年按季度環比翻倍正成長。

2020年上半年受新型冠狀病毒疫情帶來的市場環境和消費行為變化，本集團積極尋找及嘗試新的機會點，強化線上電商、O2O、B2C等平臺資源投入，線下招募社區合夥人、開展社區無接觸消費等，滿足消費者居家隔離減少外出式的消費需求。

「統一綠茶」2020年上半年順應消費者健康意識提升，突顯「含有茶多酚」的理性利益點，以「親近自然，為健康加酚」為宣導主題。聯合Bili Bili網站知名UP主和人氣偶像增加活動聲量及曝光，通過點位導流，實現流量變銷量，提升品牌好感度，累積品牌資產。

「統一冰紅茶」借勢疫情下宅經濟的興起，二次元／遊戲成為主流宅文化，品牌放大電競特質，直擊二次元遊戲領域，深入與KPL「王者榮耀職業聯賽」賽事合作。結合春季賽開賽，推出了三款銷售推廣「熱血英雄瓶」瓶身展現玩家喜歡的熱門王者榮耀遊戲人物形象，展開年度行銷專案「熱血王者榮耀出擊」堅持「青春無極限，不服就去戰」的品牌精神，鎖定學生群體，深耕二次元電競文化，持續培育新生代，傳達「青春熱血不服輸」的品牌態度。

「小茗同學」品牌2020年重新出發，以全新的包裝和人物形象打造更懂年輕人的「混搭茶」。賦予其「樂觀幽默、活潑勇敢」的新人設，並圍繞契合的品牌代言人吳磊先生進行線上線下全曝光，聚焦粉絲營銷，實現粉絲經濟最大化，通過強化產品力，啟動傳播力，重振業務力三大維度實現品牌新目標。

「茶裏王」切入無糖茶市場，2020年4月邀請實力演員張若昀先生作為為品牌代言人，傳播「不添加自然回甘」的品牌理念，持續擴大品牌聲量，在主流媒介打響品牌的知名度。

「茶•瞬鮮」抓住消費者對新鮮美好生活的追求，以「為新鮮加分」為主題，傳遞品牌21天新鮮理念，持續佈局便利商店(CVS)等體系、同時嘗試線上電商平臺、擴大跟消費者的互動溝通，持續培育冷藏市場。

2020年下半年茶飲料事業將繼續滿足多場景下的消費需求，把握疫情後消費者的改變，加大線上通路資源投入，強化新零售，O2O、B2C、直播等銷售管道，持續培育冷藏品類，以滿足不同消費者訴求。

果汁

2020年上半年本集團果汁事業增強線上管道資源投入，並向消費者傳播果汁健康產品利益點，上半年收益共計人民幣793.5百萬元，同年按季度環比大幅正成長。

「統一鮮橙多」2020年透過品牌代言人王源先生，持續強化與年輕消費者互動。上半年鮮橙多攜手代言人發佈公益短片呼籲防疫措施、提醒補充維生素C展現健康議題關懷。同時上市新款包裝「維C加油瓶」，突顯關鍵時刻你需要一瓶「富含維生素C的鮮橙多」，陽光正能量的內容收穫好評。

「海之言」持續拓展新售點並持續傳播強化「大海」聯想，突顯「地中海海鹽富含鉀、鈉離子，及時補充身體流失的鹽分、水分」利益點，高效傳播「流汗補鹽，就喝海之言」核心訴求。

「統一冰糖雪梨」2020年上半年核心訴求「一口潤心扉」，持續傳播「潤」的核心價值，將公共認知轉化為品牌認知。線上多觸點投放，借力優酷首播的40集青春勵志偶像劇《冰糖燉雪梨》高流量人氣，植入產品利益點，引流線上，觸達線下，結合轉化，增加品牌好感度，新增年輕消費者。

「統一番茄汁」以茄紅素為產品利益點，持續打造「活力&健康番倍」的品質生活場景，深度精耕無接觸電商平臺，多重場景持續吸引購買，逐步培養目標消費者對茄紅素的認知及飲用習慣。

「果重奏」2020年以「果汁+果肉+維生素C」三重口感為體驗訴求，通過冷藏提供新鮮美味的產品，深度聚焦一線城市連鎖便利店及電商平臺，不斷創新消費者互動形式，持續進行消費者培養。

「元氣覺醒」100%橙汁精選進口橙汁原料，自然汲取本色健康，口味清甜不苦澀，上市以來獲得消費者好評。聚焦一線城市連鎖便利店及電商平臺，迅速觸達消費者，滿足消費者健康需求。

2020年下半年，本集團果汁事業順勢而為，針對消費趨勢及消費者需求變化，持續傳播果汁健康產品利益點，加強電商、O2O等無接觸購物平臺資源投入，積極擴大市場。本集團堅持價值行銷經營策略，聚焦產品力開發精進，向消費者提供不同濃度、不同溫層的健康美味果汁飲品，以滿足消費者訴求。

奶茶

奶茶事業收益人民幣2,371.3百萬元，較去年同期成長1.3%，繼續穩居市場領導地位。隨著新型冠狀病毒疫情防控進入新常態，消費者更傾向選擇熟悉和信賴的品牌，追求品牌的性價比。「統一阿薩姆奶茶」在通路上不斷精進新鮮度管理，致力於帶給消費者更好的產品體驗，滿足消費者新型冠狀病毒疫情後不斷發展變化的需求。

2020年上半年「統一阿薩姆奶茶」較去年同期增長3%。「統一阿薩姆奶茶」品牌順應消費者新常態，積極洞察消費者新需求，執行場景拓展與價值傳遞並進，在傳播上突顯品牌主張「順滑好心情」中應景的「順」字，多平臺矩陣行銷，保持品牌活力。3月份通過「春風治癒大地，我治癒你」的主題曝光，傳達有溫度的品牌關懷，大幅提升品牌好感度。在洞察新的消費習慣方面，打造「特調好心情」多飲用場景，通過官方微博／抖音KOL／代言人PR活動聯動，發佈DIY教學視頻，增加阿薩姆奶茶使用場景及使用量，引發大量消費者積極參與。同步合作O2O平臺檔期活動，並在接近購買點環節傳達相關交流，最終達到傳播變現，促進實銷之目標。

「統一奶茶」品牌因應形勢聚焦家庭飲用場景，重點打造多包入產品，同時輔以禮品裝切入家庭消費，培養奶茶家庭消費習慣；在傳播上與時尚IP合作推出「統一奶茶x同道大叔」星座運勢包，與目標群體進行持續互動。

「阿薩姆小奶茶」品牌2020年上半年聚焦網路行銷，通過自媒體雙微、網紅直播帶貨等創意的方式推廣，並聯動創造差異化行銷模式，吸引消費者關注與購買。同時繼續聚焦重點城市、聚焦熱飲市場，打造冬季暖心熱飲的品牌印象。

水趣多

「水趣多」品牌2020年著力優化產品力，追求口味更好喝、產品更健康，以此提升品牌在消費者體驗中的關鍵記憶點。同時2020年延續「趣你的乏味」品牌核心主張，用口感和創意讓消費者喝水更有趣。

其他

咖啡

「雅哈」咖啡2020年上半年持續聚焦「雅哈冰咖啡」，局部市場優勢得到鞏固加強。與此同時，因應新型冠狀病毒疫情對生活方式的影響，積極佈局線上到家業務，滿足消費者居家飲用需求，擴大消費邊界。「左岸咖啡館」擴展至廣州優質便利商店(CVS)體系販售，入駐天貓統一官方旗艦店，配送範圍覆蓋華東區域。

2020年，「雅哈冰咖啡」擬定新的語言釘「暢享無限活力」，突出冰爽順滑的口味特色，傳達帶來滿滿活力的利益訴求，以期與Z世代為主的核心理目標人群產生共鳴。

包裝水

2020上半年受新型冠狀病毒疫情影響下，堅持通路價格穩定，持續聚焦中高價位天然礦泉水品牌「ALKAQUA愛誇」經營。2020年上半年，順應消費者健康與高品質飲用水要求，傳播品牌主張「2倍偏矽酸，好水喝愛誇」，突顯產品「偏矽酸」含量達到礦泉水國家標準界限指標的2倍的利益點，普及水知識，傳遞健康飲水理念，號召消費者健康飲水。

2020年上半年藉著聚焦「2倍偏矽酸，好水喝愛誇」整合傳播，五大重點城市，投入戶外、樓宇智慧屏等硬廣。線上通過社交媒體話題，天貓、抖音等平臺直播，線下主題陳列等方式深入溝通品牌資產。

財務分析

現金及借款

於2020年6月30日，本集團之總現金及銀行結餘人民幣6,103.8百萬元（2019年12月31日：人民幣6,483.5百萬元），當中99.8%以人民幣計值、0.2%以美元計值。於2020年6月30日，本集團受限制銀行存款人民幣0.5百萬元。本集團之流動資產為人民幣6,473.7百萬元（2019年12月31日：人民幣7,017.9百萬元），流動負債則為人民幣8,180.1百萬元（2019年12月31日：人民幣7,641.1百萬元）。淨流動負債為人民幣1,706.4百萬元（2019年12月31日：人民幣623.2百萬元）。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2020年6月30日，本集團的總金融負債人民幣2,502.7百萬元（2019年12月31日：人民幣1,207.1百萬元）。本集團的總金融負債之99.6%的借款幣別為人民幣。於2020年6月30日，本集團之全部金融負債，均以浮息計息。於2020年6月30日，本集團並無任何已抵押銀行借款（2019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2020年6月30日發布評等報告，對本集團長期信用評等維持「twAA」，評等展望為「穩定」。隨後，中華信評已應本集團要求於2020年6月30日撤銷評等，本集團的評等展望在撤銷時為「穩定」。於2020年6月30日及2019年12月31日，本集團的資本負債比率如下：

	2020年 6月30日 人民幣千元	2019年 12月31日 人民幣千元
總借貸	2,502,667	1,207,108
減：現金及銀行結餘（附註1）	<u>(6,103,819)</u>	<u>(6,483,500)</u>
現金淨額	(3,601,152)	(5,276,392)
總權益	<u>13,327,085</u>	<u>13,632,930</u>
總資本	<u>9,725,933</u>	<u>8,356,538</u>
資本負債比率（附註2）	<u>(37.03%)</u>	<u>(63.14%)</u>

附註1：2020年上半年，現金及銀行結餘下降主要因為本集團購買商業銀行發行的金融產品。於2020年6月30日，本集團持有按公平值計入損益之金融資產為人民幣503.8百萬元（2019年12月31日：無），以及其他按攤銷成本計量的金融資產人民幣1,020.0百萬元（2019年12月31日：無）。

附註2：資本負債比率按現金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2020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761.1百萬元，其中營運活動產生的淨現金流入為人民幣1,097.2百萬元；融資活動產生的淨現金流出為人民幣97.5百萬元；投資活動產生的淨現金流出為人民幣1,760.8百萬元。於回顧期內，本集團的資本開支為人民幣155.8百萬元（2019年上半年：人民幣129.3百萬元）。

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，因電商通路、現代化通路銷售佔比上升致使應收貿易賬款淨額增加人民幣83.4百萬元至人民幣652.5百萬元（2019年12月31日：人民幣569.1百萬元）。本集團存貨主要包括原材料和包裝材料以及產成品，受通路庫存更嚴格管理影響存貨周轉天數較2019年減少6天；於2020年6月30日存貨餘額較年初減少人民幣546.4百萬元至人民幣1,192.6百萬元（2019年12月31日：人民幣1,739.0百萬元）。本集團的應付貿易賬款主要由賒購原材料、產成品產生，回顧期內應付貿易賬款減少人民幣109.6百萬元至人民幣1,613.8百萬元（2019年12月31日：人民幣1,723.4百萬元）。

	2020年 6月30日	2019年 12月31日
應收貿易賬款周轉天數	9	9
存貨周轉天數	35	41
應付貿易賬款周轉天數	<u>40</u>	<u>42</u>

附註：

應收貿易賬款周轉天數，乃根據回顧期間或年度開始及結束時的平均應收貿易賬款結餘除以收入乘以回顧期間或年度的天數得出。

存貨周轉天數是根據回顧期或年內年初和年末的存貨餘額平均數除以銷售成本乘以回顧期或年內的天數得出的。

應付貿易賬款周轉天數，乃根據於回顧期間或年度開始及結束時的應付貿易賬款平均餘額除以銷售成本乘以回顧期間或年度的天數計算得出。

財務管理

本集團堅持以審慎理財原則的理念為基礎，適度因應市況調節產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式製訂財務風險管理政策，並由內部稽核部門和內部審核部門定期審查。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，本集團透過持續使用自動化對賬系統，大幅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。本集團若因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，將適時運用外匯遠期合約進行風險的規避。

或然負債

於2020年6月30日，本集團並無重大或然負債。

重大收購及出售

於截至2020年6月30日止6個月，本集團並無任何重大收購或出售附屬公司、聯屬公司及合營企業。

重大投資

於2020年6月30日，本集團未持有任何佔本集團總資產的5%或以上任何重大投資。

抵押集團資產

於2020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，於本報告日期，除製造及銷售飲料及食品的日常業務外，本集團現時並無計劃取得任何重大投資或資本資產。

展望

預期中國經濟增速於2020年將維持在穩定區間內，中國食品飲料行業仍將逐漸恢復平穩增長。此外，受疫情影響而改變的消費模式，「宅經濟」加速了線上渠道的發展。於線上，本集團將致力推進統一e商城的售點覆蓋，發展到家業務，追求到家業務覆蓋的廣度，帶動提升消費便利性。於線下，通過疫情嚴控期以無接觸的社區服務站，開展社區無接觸消費，在疫情平穩期期間以終端店為核心的無人化推廣，保持與消費者接觸與互動，以五感的全方位體驗增強消費者對產品的接受度。

本集團將秉持價值營銷，建立品牌價值，以成為「品格」、「品牌」、「品味」的三品企業為宗旨，持續穩定進步前行。

人力資源與酬金政策

於2020年6月30日，本集團僱員總人數為28,873人。本集團酬金政策依據個別僱員及董事的表現、所展現之能力、投入程度、市場可比資料及本集團的表現作出回報而制訂。本集團透過內部及外部完善的培訓以及人文關懷等機制，提高員工業務技能及管理水平。為確保可吸納及挽留優秀員工，本集團定期檢討薪酬待遇，並按個人及本集團表現向合資格僱員發放酌情績效獎金。

於回顧期內，員工福利開支總額（包括董事酬金）為人民幣1,585.5百萬元。本集團並無僱員認購股權計劃。

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。

回顧期後事項

於回顧期後並無發生對本集團簡明綜合中期財務資料造成重大影響之事項。

簡明綜合中期損益表

截至2020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	
		2020年	2019年
收益	4	11,816,519	11,469,537
銷售成本		(7,590,406)	(7,274,211)
毛利		4,226,113	4,195,326
其他利得／(虧損)，淨值		63,039	11,500
其他收入		258,686	170,917
其他開支		(76,231)	(58,991)
銷售及市場推廣開支		(2,624,248)	(2,531,939)
行政開支		(458,086)	(481,517)
經營溢利	5	1,389,273	1,305,296
融資收入		107,423	97,256
融資成本		(25,300)	(27,698)
融資收入－淨額		82,123	69,558
以權益法入賬之應佔投資溢利		23,147	17,159
除所得稅前溢利		1,494,543	1,392,013
所得稅開支	6	(429,434)	(394,539)
本公司權益持有人應佔期間溢利		1,065,109	997,474
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	24.66分	23.09分

簡明綜合中期全面收益表

截至2020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	
	2020年	2019年
期間溢利	<u>1,065,109</u>	<u>997,474</u>
其他全面(虧損)/收益		
不可重新分類至損益之項目		
按公平值計入其他全面收益之金融資產之公平值(虧損)/利得 — 除稅淨額	<u>(1,953)</u>	<u>27</u>
期間其他全面(虧損)/收益，除稅淨額	<u>(1,953)</u>	<u>27</u>
期間本公司權益持有人應佔之全面收益總額	<u><u>1,063,156</u></u>	<u><u>997,501</u></u>

簡明綜合中期資產負債表

於2020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 2020年 6月30日	經審核 2019年 12月31日
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		8,379,490	8,902,118
使用權資產		1,792,360	1,832,541
投資物業		303,883	313,609
無形資產		11,588	14,713
以權益法入賬之投資		803,265	780,118
按公平值計入其他全面收益之金融資產		4,072	6,027
遞延所得稅資產		371,996	344,188
其他應收款項－非即期部分		20,074	15,816
長期定期存款		3,850,000	2,530,000
		<u>15,536,728</u>	<u>14,739,130</u>
流動資產			
存貨		1,192,588	1,738,962
應收貿易賬款及票據	9	652,454	569,064
預付款項、按金及其他應收款項		836,834	710,983
當期可收回所得稅稅款		14,235	45,403
按公平值計入損益之金融資產		503,810	–
其他按攤銷成本計量的金融資產		1,020,000	–
現金及銀行結餘		2,253,819	3,953,500
		<u>6,473,740</u>	<u>7,017,912</u>
總資產		<u><u>22,010,468</u></u>	<u><u>21,757,042</u></u>

		未經審核 2020年 6月30日	經審核 2019年 12月31日
	附註		
權益			
本公司權益持有人應佔權益			
股本		39,764	39,764
股份溢價賬		4,829,899	4,829,899
其他儲備		2,765,636	2,767,524
保留盈利		5,691,786	5,995,743
		<u>13,327,085</u>	<u>13,632,930</u>
總權益			
負債			
非流動負債			
遞延所得稅負債		241,378	228,788
租賃負債－非即期部分		19,462	21,865
其他應付款項－非即期部分		242,424	232,357
		<u>503,264</u>	<u>483,010</u>
流動負債			
應付貿易賬款	10	1,613,781	1,723,416
其他應付款項及應計費用		3,125,939	2,546,002
合約負債		731,735	2,104,004
借貸		2,456,397	1,162,867
租賃負債		26,808	22,376
當期所得稅負債		225,459	82,437
		<u>8,180,119</u>	<u>7,641,102</u>
總負債			
		<u>8,683,383</u>	<u>8,124,112</u>
權益及負債總額			
		<u>22,010,468</u>	<u>21,757,042</u>

簡明綜合中期財務資料附註

截至2020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 一般資料

統一企業中國控股有限公司（「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。本公司註冊辦事處之地址為P.O. Box 309, Uglan House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。

本公司為投資控股公司，而其附屬公司（與本公司統稱「本集團」）主要在中華人民共和國（「中國」）從事製造及銷售食品及飲料業務（「中國食品及飲料業務」）。

本公司股份自2007年12月17日起在香港聯合交易所有限公司主板上市。

除另有說明外，本簡明綜合中期財務資料以人民幣（「人民幣」）千元呈列，並於2020年8月7日獲董事會批准刊發。

本簡明綜合中期財務資料已予審閱，惟未經審核。

2 編製基準

截至2020年6月30日止6個月之本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2019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。

2.1 持續經營基準

本集團透過銀行融資來滿足其日常營運資金需求。董事經作出查詢後合理預計，本集團於可預見未來將擁有充足資源以持續拓展業務。因此，本集團乃繼續採用持續經營基準編製其簡明綜合中期財務資料。

3 會計政策

除下文所述外，所應用之會計政策與截至2019年12月31日止年度之年度財務報表所採納者一致，該等會計政策已在該等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

若干新訂或經修訂準則適用於本報告期間。本集團概無由於採納該等準則而須更改其會計政策並作出追溯調整。

		於下列日期 或之後起的 年度期間生效
香港會計準則第1號及 香港會計準則第8號修訂	重大的定義	2020年1月1日
香港財務報告準則第3號修訂 經修訂概念框架	業務的定義 經修訂財務報告概念框架	2020年1月1日 2020年1月1日
香港財務報告準則第9號、 香港會計準則第39號及 香港財務報告準則第7號修訂	利率基準改革	2020年1月1日
香港財務報告準則第16號修訂	新型冠狀病毒相關租金寬免	2020年6月1日

(b) 下列為已頒佈但於2020年1月1日開始的財政年度尚未生效，且本集團亦未有提前採納的新訂準則、新詮釋以及對準則及詮釋的修訂：

		於下列日期 或之後起的 年度期間生效
香港會計準則第1號修訂	負債分類為流動或非流動	2022年1月1日
香港會計準則第16號修訂	物業、廠房及設備：作擬定用途前的所得款項	2022年1月1日
香港會計準則第37號修訂	虧損合約—履行合約的成本	2022年1月1日
香港財務報告準則第3號修訂	引用概念框架	2022年1月1日
香港財務報告準則第17號	保險合約	2023年1月1日
香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號修訂	投資者與其聯營公司或合營公司間之 資產出售或貢獻	待釐定
香港財務報告準則2018年 至2020年之年度改進		2022年1月1日

本集團現正在評估新訂準則、新詮釋以及對準則及詮釋的修訂的全面影響。

4 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、食品及其他分部之表現。

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。

非流動資產添置包括土地使用權、物業、廠房及設備、使用權資產、投資物業、無形資產及以權益法入賬之投資。

截至2020年6月30日止6個月之分部資料如下：

	截至2020年6月30日止6個月				本集團
	飲料	食品	其他	未分配	
分部業績					
收益	<u>6,290,549</u>	<u>5,206,837</u>	<u>319,133</u>	<u>-</u>	<u>11,816,519</u>
分部溢利／（虧損）	<u>1,073,182</u>	<u>448,093</u>	<u>(16,884)</u>	<u>(115,118)</u>	<u>1,389,273</u>
融資收入－淨額	-	-	-	82,123	82,123
以權益法入賬之應佔 投資溢利／（虧損）	<u>23,345</u>	-	-	<u>(198)</u>	<u>23,147</u>
除所得稅前溢利					1,494,543
所得稅開支					<u>(429,434)</u>
期間溢利					<u>1,065,109</u>
其他損益表項目					
折舊及攤銷	<u>477,860</u>	<u>130,633</u>	<u>22,436</u>	<u>31,783</u>	<u>662,712</u>
添置非流動資產	<u>1,714</u>	<u>88,456</u>	<u>5,959</u>	<u>59,631</u>	<u>155,760</u>

於2020年6月30日

	飲料	食品	其他	未分配	本集團
分部資產及負債					
資產	8,452,206	3,517,733	957,563	8,279,703	21,207,205
以權益法入賬之投資	598,878	–	–	204,385	803,263
總資產					<u>22,010,468</u>
負債	3,040,500	2,569,446	319,249	2,754,188	8,683,383
總負債					<u>8,683,383</u>

截至2019年6月30日止6個月之分部資料如下：

	截至2019年6月30日止6個月				本集團
	飲料	食品	其他	未分配	
分部業績					
收益	<u>6,795,387</u>	<u>4,267,998</u>	<u>406,152</u>	<u>–</u>	<u>11,469,537</u>
分部溢利／(虧損)	1,051,459	343,781	35,155	(125,099)	1,305,296
融資收入－淨額	–	–	–	69,558	69,558
以權益法入賬之應佔投資溢利	17,566	–	–	(407)	17,159
除所得稅前溢利					1,392,013
所得稅開支					<u>(394,539)</u>
期間溢利					<u>997,474</u>
其他損益表項目					
折舊及攤銷	<u>487,639</u>	<u>129,396</u>	<u>22,148</u>	<u>31,417</u>	<u>670,600</u>
添置非流動資產	<u>4,256</u>	<u>53,876</u>	<u>4,202</u>	<u>67,012</u>	<u>129,346</u>

於2019年12月31日

	飲料	食品	其他	未分配	本集團
分部資產及負債					
資產	8,354,300	3,421,359	934,238	8,267,027	20,976,924
以權益法入賬之投資	575,533	—	—	204,585	780,118
總資產					21,757,042
負債	3,612,398	2,857,772	259,295	1,394,647	8,124,112
總負債					8,124,112

5 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	
	2020年	2019年
存貨成本	6,098,081	6,092,834
促銷及廣告費用	906,726	736,166
員工福利開支，包括董事薪酬	1,585,524	1,614,849
運輸費用	432,509	425,761
折舊及攤銷	662,712	670,600
樓宇經營租賃	21,111	49,861
應收貿易賬款之減值撥備／(撥回)	2,631	(1,179)
撥回存貨撥備至可變現淨值	(10,849)	(3,654)
出售物業、廠房及設備之利得	(23,240)	(334)
出售使用權資產之利得	(48,273)	(5,498)
政府補助(附註)	(102,697)	(55,169)

附註：

政府補助收入指自中國多個地方政府收取的補貼，作為本集團附屬公司對其所在地區經濟及發展所作貢獻的回報。該等政府補助屬無條件，亦無附帶須於日後達成的承諾，故已於簡明綜合中期損益表確認為收入。

6 所得稅開支

	截至6月30日止6個月	
	2020年	2019年
即期所得稅		
— 中國內地企業所得稅（「企業所得稅」）	444,652	361,353
遞延所得稅	(15,218)	33,186
	<u>429,434</u>	<u>394,539</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%（2019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按當地現行稅率分別為17%及16.5%（2019年：17%及16.5%）繳納所得稅。

7 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以已發行普通股加權平均數計算。

	截至6月30日止6個月	
	2020年	2019年
本公司權益持有人應佔溢利	1,065,109	997,474
已發行普通股加權平均數（千股）	<u>4,319,334</u>	<u>4,319,334</u>
每股基本盈利（每股人民幣計）	<u>24.66分</u>	<u>23.09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。

8 股息

與截至2019年及2018年12月31日止年度相關之股息分別約為人民幣1,369百萬元及人民幣1,047百萬元，已分別於2020年6月及2019年6月支付。

董事不建議派發截至2020年6月30日止6個月之中期股息（2019年：零）。

9 應收貿易賬款及票據

	2020年 6月30日	2019年 12月31日
應收貿易賬款		
— 第三方	652,145	570,075
— 關聯方	11,009	10,505
	<u>663,154</u>	<u>580,580</u>
減：減值撥備	(15,935)	(13,304)
應收貿易賬款，淨額	<u>647,219</u>	<u>567,276</u>
應收票據		
— 來自第三方	5,235	1,788
應收貿易賬款及票據	<u>652,454</u>	<u>569,064</u>

本集團通常授予客戶60天至90天之信用期。於2020年6月30日，應收貿易賬款的賬齡分析如下：

	2020年 6月30日	2019年 12月31日
應收貿易賬款，總額		
— 90天以內	620,729	541,169
— 91至180天	39,446	36,124
— 181至365天	1,660	2,189
— 一年以上	1,319	1,098
	<u>663,154</u>	<u>580,580</u>

由於信用期較短及大部分的應收貿易賬款於一年內到期結算，於結算日，該等結餘的賬面值與其公平值相若。

10 應付貿易賬款

	2020年 6月30日	2019年 12月31日
應付貿易賬款		
— 第三方	1,066,300	1,303,927
— 關聯方	<u>547,481</u>	<u>419,489</u>
	<u>1,613,781</u>	<u>1,723,416</u>

供應商授予本集團之信用期通常為30天至90天。於2020年6月30日，應付貿易賬款的賬齡分析如下：

	2020年 6月30日	2019年 12月31日
應付貿易賬款		
— 180天以內	1,545,133	1,672,477
— 181至365天	40,269	13,864
— 一年以上	<u>28,379</u>	<u>37,075</u>
	<u>1,613,781</u>	<u>1,723,416</u>

因於短期內到期，於結算日，應付貿易賬款的賬面值與其公平值相若。

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，並建議董事會採納。

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《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「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規定準則。

於聯交所及本公司網站登載中期報告

本公司2020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，但乃摘錄自將載入2020年中期報告之回顧期內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

2020年8月7日

於本公告日期，董事會包括執行董事羅智先先生及劉新華先生；非執行董事陳國輝先生及蘇崇銘先生；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。