



中粮
COFCO

自然之源 重塑你我

中国食品（00506.HK） 二零一四年中期业绩公布

2014年8月26日

免责声明



- 本演示材料由中国食品有限公司制作，用于帮助讨论2014年中期业绩。其全部或部分内容均不可以直接或间接地分发、复制或再分发，或传递给其他任何人。参与本次演示活动，你即同意接受上述约束。任何不遵守将可能违反有关法律或规定。
- 本演示材料的内容不构成任何有关证券的买卖要约，也不成为任何合约或承诺的依赖基础。
- 本演示材料可能包括前瞻性称述。潜在投资者需谨记实际结果可能与下述前瞻性陈述有显著区别。
- 本演示材料内容没有经过独立第三方的验证。不能保证以及依赖内容的公正、准确、完整和正确。本演示材料内容应该在当时环境来理解，没有也不会在演示结束后再更新内容来反映重大的发展变化。本公司和相关董事、管理层、雇员、代理人 and 顾问在任何时候都无须为本演示材料内容负责，因此也无须为由于使用本演示材料内容造成的任何损失负责。



1. 公司简介及战略定位

2. 2014年中期业绩回顾

3. 2014年下半年展望

2014 Interim Report 中期報告

GREATWALL
长城葡萄酒

16
1666

Coca-Cola

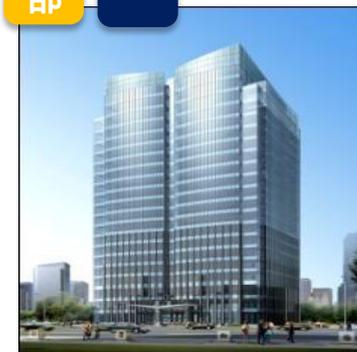
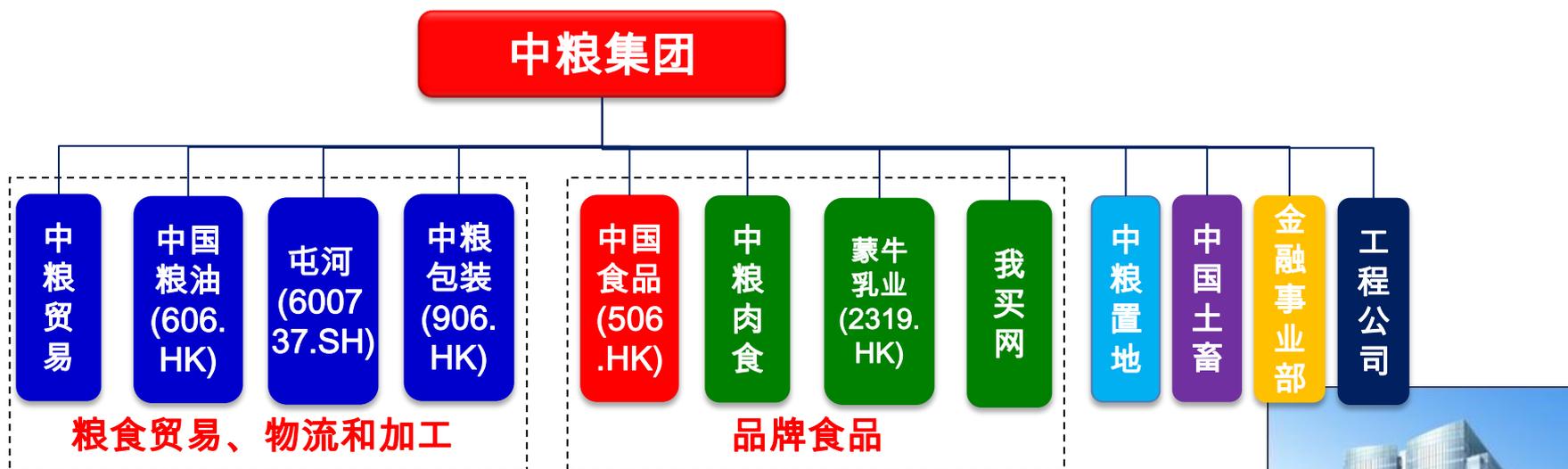
Le conté

- 中国食品有限公司（以下简称 [公司] 或 [中国食品] ）是在香港联合交易所主板上上市的品牌食品消费品公司（股票代码：HK0506）。公司已发行股本总数27.972亿股，市值约达85.04亿港元。（以2014年8月25日股价3.04港元计算）
- 中国食品经营的主要业务包括酒类、饮料、厨房食品、休闲食品等，除饮料业务在获授权区域经营外，公司销售区域覆盖全国。在全国21个省市自治区拥有自建工厂及战略OEM工厂，在智利和法国拥有葡萄酒生产基地。现有员工总数约1.8万人。（截至2014年6月30日）
- 中国食品现时的产品组合包括众多知名品牌，例如「长城」葡萄酒、「孔乙己」「黄中皇」黄酒、「福临门」食用油、调味品等厨房系列食品、「金帝」巧克力、「美滋滋」糖果及花生等。作为可口可乐公司在中国的战略合作伙伴，中国食品亦在获授权区域装瓶和销售可口可乐碳酸及销售非碳酸饮料，并位居可口可乐全球十大装瓶集团行列。

中粮集团简介

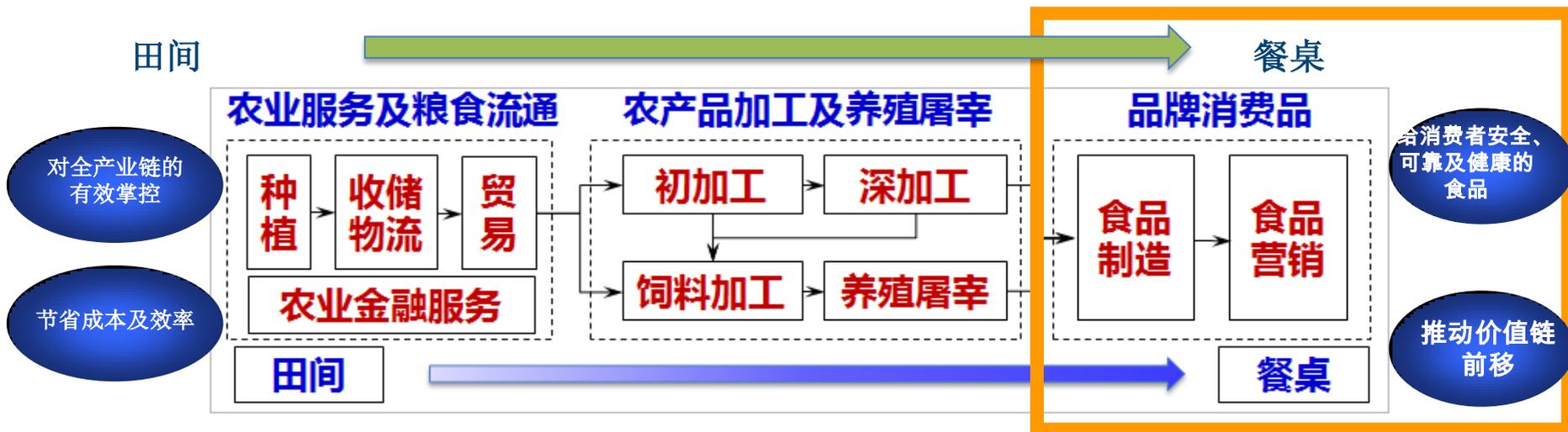


- 中粮集团作为中国食品的母公司，持有中国食品74.1%股份。(截至2014年6月30日)
- 中粮集团有限公司 (COFCO) 成立于1949年，是中国领先的农产品、食品领域多元化产品和服务供应商。
- 凭借其良好的经营业绩，中粮集团持续名列《财富》杂志“全球500强”，居中国食品工业百强之首。



中国食品战略定位

- 中粮集团有限公司致力于打造“从田间到餐桌”的全产业链，以客户和消费者需求为导向，涵盖从农产品原料到终端消费品的多个环节，通过对全产业链的系统管理和关键环节的有效掌控，以及各产业链之间的有机协同，形成整体核心竞争力，奉献安全、营养、健康的食品，实现全面协调可持续发展。
- 中国食品以集团“全产业链”战略为指引，承担起做大集团“终端出口”、推动价值链前移的重任，致力成为拥有市场领导地位的综合性食品企业。





1. 公司简介及战略定位



2. 2014年中期业绩回顾

3. 2014年下半年展望

2014 Interim Report 中期報告



2014年中期业绩要览



	2014年上半年	2013年上半年	变动
销售收入	137.67亿港元	139.21亿港元	-1.1%
EBITDA	4.46亿港元	2.94亿港元	51.7%
经营利润(亏损) [△]	0.71亿港元	-900万港元	不适用
税前利润	1.54亿港元	0.39亿港元	301%
母公司拥有人净亏	-1.35亿港元	-3.04亿港元	亏损减少55.6%
每股亏损	-4.83港仙	-10.88港仙	6.05港仙
股东权益回报率	-2.2%	-4.5%	2.3ppt
资本性支出	2.32亿港元	3.56亿港元	-1.24亿港元

△经营利润为分部业绩合计减公司及其他未分配支出

资产、负债和权益



	2014年6月30日	2013年12月31日	变动
总资产	174.01亿港元	209.74亿港元	-17%
总负债	92.64亿港元	127.75亿港元	-27%
少数股东权益	21.94亿港元	20.52亿港元	7%
母公司拥有人权益	59.44亿港元	61.46亿港元	-3%
总负债 / 总资产	53.2%	60.9%	-7.7ppt
净有息负债 / 母公司拥有人权益	33.4%	27.3%	6.1ppt
已发行在外股数 (亿股)	27.972亿股	27.972亿股	0股

分品类的销售收入



港元	2014年上半年	2013年上半年	变动
饮料	68.97亿	59.95亿	15.0%
酒类	10.84亿	11.31亿	-4.2%
厨房食品	53.76亿	64.11亿	-16.1%
休闲食品	2.17亿	2.52亿	-13.7%

分品类利润率

	分品类业绩利润率		
	2014年上半年	2013年上半年	百分点增减
饮料	5.7%	5.4%	0.3ppt
酒类	-5.2%	-7.6%	2.4ppt
厨房食品	-1.1%	-2.0%	0.9ppt
休闲食品	-34.0%	-28.0%	-6.0ppt

饮料业务：

2014年中期业绩

- 新的促销模式及调整包装结构 → 销量增长13%
- 原材料价格下行 → 毛利率上升1.7个百分点
- 消费者沟通的市场投入加大 → 整体费用率同期则上升

新品上市



怡泉+C



水动乐



葡萄酒业务：

2014年中期业绩

- 销量同比增长11.7%
- 产品结构转差，高端产品销量下降以及积极消化售点老库存进行搭赠促销 → 收入同比下降4.2%
- 毛利率同比下降11.6个百分点

新品上市

桑干印象

三公消费转向个人消费



悦享 悦颜

迎合家庭消费、女性消费



悦爽

辣餐干白、海鲜干白



厨房食品业务：

2014年中期业绩

- 包装油整体销量较去年下降8.7% ，福临门品牌小包装食用油销量只下降3.6%
- 受油价下行影响销售收入较去年同期下降16.1%
- 原材料成本下降使毛利率同比上升3.4个百分点

新品上市



福临门非转基因植物甾醇玉米油



休闲食品业务：

2014年中期业绩

- 销量及收入同下跌13.7%，主要是竞争对手纷纷加大营销投入
- 帮助经销商消化库存，产量下降导致单吨成本上升，通路折扣政策的影响，毛利率较去年下降11.4个百分点

新品上市



包装精进 - 真爱榛子浆夹心巧克力



果仁巧克力蛋



1. 公司简介及战略定位

2. 2014年中期业绩回顾



3. 2014年下半年展望



2014 Interim Report 中期報告

GREATWALL
长城葡萄酒

16

Coca-Cola

Le conté

2014年下半年展望



饮料业务

- 竞品以竞争性价格推出加大装售对收入造成压力
- 原材料价格上涨使毛利率受压



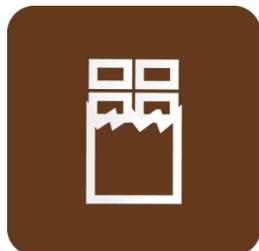
葡萄酒业务

- 以终端出货为导向
- 加强与消费者直接沟通
- 预计2014年全年销售收入及业绩较2013年全年有所改善



厨房食品业务

- 下半年主要原材料油脂行情将承压下行
- 小包装食用油终端价格将继续下探
- 下半年的收入及业绩受压



休闲食品业务

- 扭转下滑的销售趋势
- 海外合作研发生产新品
- 实施渠道下沉

自然重塑你我
中粮成就梦想

谢谢！

