

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份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

China Child Care Corporation Limited

中國兒童護理有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：1259)

截至2015年6月30日止六個月中期業績公告

截至2015年6月30日止六個月之財務摘要

收益較2014年同期下降約21.2%至約人民幣459.9百萬元。

毛利較2014年同期下降約27.9%至約人民幣200.7百萬元。毛利率較2014年同期下降約4.1個百分點至約43.6%。

期內本公司股權持有人應佔溢利較2014年同期下降約73.8%至約人民幣30.8百萬元；淨利潤率較2014年同期下降約13.3個百分點至約6.8%。

本公司股權持有人應佔每股基本盈利較2014年同期下降約74.1%至約人民幣3.0分。

中國兒童護理有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)謹此呈列本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」)截至2015年6月30日止六個月之未經審核簡明綜合業績連同2014年同期的未經審核比較數字及相關註釋如下。此簡明綜合業績未經審核，惟已由本公司審核委員會審閱。

簡明綜合收益表

截至2015年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2015年 人民幣千元 (未經審核)	2014年 人民幣千元 (未經審核)
收益	4	459,925	583,700
銷售成本		<u>(259,222)</u>	<u>(305,505)</u>
毛利		200,703	278,195
其他收入及收益	4	10,076	9,801
銷售及分銷費用		(116,448)	(149,638)
行政開支		(49,708)	(40,541)
其他營運開支		<u>(1,793)</u>	<u>(1,085)</u>
除稅前溢利	5	42,830	96,732
所得稅	6	<u>(11,497)</u>	<u>20,752</u>
期內溢利		<u><u>31,333</u></u>	<u><u>117,484</u></u>
以下人士應佔：			
本公司股權持有人		30,773	117,484
非控股權益		<u>560</u>	<u>—</u>
		<u><u>31,333</u></u>	<u><u>117,484</u></u>
本公司股權持有人應佔每股盈利	8		
基本		<u>人民幣3.0分</u>	<u>人民幣11.6分</u>
攤薄		<u>人民幣3.0分</u>	<u>人民幣11.6分</u>

股息的詳情披露於簡明綜合中期財務報表附註7。

簡明綜合全面收益表

截至2015年6月30日止六個月

	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
期內溢利	<u>31,333</u>	<u>117,484</u>
其他全面收入／(開支)：		
將於後續期間重新分類至損益之		
其他全面收入／(開支)：		
換算中國大陸以外業務之匯兌差額	<u>119</u>	<u>(940)</u>
期內其他全面收入／(開支)，除稅後淨額	<u>119</u>	<u>(940)</u>
期內全面收入總額	<u><u>31,452</u></u>	<u><u>116,544</u></u>
以下人士應佔：		
本公司股權持有人	30,892	116,544
非控股權益	<u>560</u>	<u>-</u>
	<u><u>31,452</u></u>	<u><u>116,544</u></u>

簡明綜合財務狀況表

2015年6月30日

		2015年 6月30日	2014年 12月31日
	附註	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		489,624	495,666
預付土地租金		18,513	18,730
商譽		36,122	-
無形資產		903	1,623
預付款項及按金		3,109	1,178
		<u>548,271</u>	<u>517,197</u>
非流動資產總額			
流動資產			
存貨		52,414	42,572
貿易應收款項	9	73,770	145,454
預付款項、按金及其他應收款項		50,448	10,028
應收一間關連公司款項		-	6,828
可供出售投資		3,500	2,000
已抵押存款		5,197	2,000
現金及現金等價物		963,492	966,567
		<u>1,148,821</u>	<u>1,175,449</u>
流動資產總額			

		2015年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2014年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	10	95,484	125,083
其他應付款項及應計費用		39,378	50,489
應付一間關連公司款項		-	190
應付稅項		21,888	16,840
應付股息	7	39,887	-
流動負債總額		<u>196,637</u>	<u>192,602</u>
流動資產淨值		<u>952,184</u>	<u>982,847</u>
總資產減流動負債		<u>1,500,455</u>	<u>1,500,044</u>
非流動負債			
遞延稅項負債		<u>15,100</u>	<u>14,600</u>
資產淨值		<u><u>1,485,355</u></u>	<u><u>1,485,444</u></u>
權益			
本公司股權持有人應佔權益			
已發行股本		8,386	8,386
儲備		<u>1,472,746</u>	<u>1,477,058</u>
		<u>1,481,132</u>	<u>1,485,444</u>
非控股權益		<u>4,223</u>	-
權益總值		<u><u>1,485,355</u></u>	<u><u>1,485,444</u></u>

簡明綜合中期財務報表附註

1. 公司資料

中國兒童護理有限公司於2011年1月11日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司之註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman, KY1-1111, Cayman Islands。本公司於中華人民共和國(「中國」)之主要營業地址為中國福建省漳州市藍田經濟開發區吳橋北路8號。

本公司的主要業務為投資控股。本公司的附屬公司主要從事製造及銷售個人護理產品。期內本集團主要業務性質並無重大改變。

2. 編製基準及會計政策

未經審核簡明綜合中期財務報表乃根據國際會計準則委員會頒佈之國際會計準則(「國際會計準則」)第34號中期財務報告及香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則(「上市規則」)附錄十六的披露規定而編製。

除下文所披露者外，編製中期財務報表所採用之會計政策及編製基準與截至2014年12月31日止年度之年度財務報表所採用者相同，於本期間內，本集團已首次採用以下自2015年1月1日開始之本集團財政年度生效之經修訂國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)除外。

國際會計準則第19號

界定福利計劃：僱員供款

(修訂本)

2010年至2012年週期之年度改進 多項國際財務報告準則之改進

2011年至2013年週期之年度改進 多項國際財務報告準則之改進

採用經修訂國際財務報告準則不會對本集團的業績及財務狀況有任何重大影響。

2. 編製基準及會計政策(續)

此外，於本期間內，本集團收購一家實體的80%股權，該實體於中國成立，從收購日起作為本集團的附屬公司。因此，業務合併的會計政策獲本集團採納，詳情如下。

業務合併及商譽

業務合併乃以購買法入賬。轉讓之代價乃以收購日期公平值計量，該公平值為本集團所轉讓資產於收購日期之公平值、本集團向被收購方前擁有人承擔的負債及本集團發行以換取被收購方控制權之股本權益總和。於各業務合併中，收購方按公平值或被收購方可識別資產淨值應佔比例計量於被收購方之非控股權益。收購成本於產生時列為開支。

當本集團收購業務時，須根據合約條款、收購日期之經濟環境及相關條件對所承擔金融資產及負債進行評估，以適當分類及確認，包括將嵌入式衍生工具與被收購方主合約分開。

倘業務合併按階段進行，先前持有的股權按收購日期的公允價值重新計量，然後計入損益。

收購方將轉撥的任何或然代價按收購日期的公允價值確認。歸類為資產或負債、屬金融工具並在國際會計準則第39號所界定範圍內的或然代價按公允價值計量，其公允價值變動確認為損益或確認為其他綜合收益的變動。倘或然代價不屬於國際會計準則第39號所界定範圍，則按照適當的國際財務報告準則計量。倘或然代價歸類為權益毋須重新計量，其日後結算於權益列賬。

商譽按成本進行初步計量，即已轉讓代價、非控股權益之確認金額及本集團先前所持於被收購方之股本權益公平值總額超出所收購可識別資產淨值及所承擔負債之差額。倘總代價及其他項目之總和低於所收購附屬公司資產淨值之公平值，則於評估後之差額會於損益確認為廉價購買時之收益。

2. 編製基準及會計政策(續)

業務合併及商譽(續)

初步確認後，商譽按成本減累計減值虧損計量。商譽每年就減值進行檢討，倘有事件或情況變化顯示賬面值可能出現減值跡象，則進行更為頻密之檢討。本集團會對12月31日的商譽進行年度減值測試。進行就減值測試而言，業務合併中購入之商譽由收購日期起，被分配到預期將從合併之協同效應中受益之本集團各現金產生單位(或現金產生單位組別)，不論本集團之其他資產或負債是否被分配至該等單位或單位組別。

減值按對與商譽有關之現金產生單位(現金產生單位組別)可收回金額進行之評估釐定。倘現金產生單位(現金產生單位組別)之可收回金額少於其賬面值，則確認減值虧損。就商譽確認之減值虧損不會於隨後期間撥回。

當商譽獲分配為現金產生單位(或現金產生單位組別)之一部份而出售該單位之某部份業務，則於釐定出售業務之收益或虧損時，與出售業務相關之商譽將包括在該業務之賬面值內。在此情況下出售之商譽將以出售業務和保留之現金產生單位部份相對價值為基礎作計量。

3. 經營分部資料

為達致管理目的，本集團根據其產品劃分業務單元，並擁有下列三個可呈報經營分部：

- (a) 兒童個人護理產品分部生產及買賣青蛙王子牌護膚品、沐浴洗髮、口腔護理、尿布及紙品等產品；
- (b) 成人個人護理產品分部生產及買賣青蛙王子牌口腔護理產品；及
- (c) 其他產品分部主要包括生產護膚品、沐浴洗髮產品以供其他公司貼牌及轉售。

3. 經營分部資料(續)

管理層對本集團經營分部的業績進行單獨監督，以便作出有關資源分配與績效評估的決策。分部表現乃根據可呈報分部溢利進行評估，即經調整除稅前溢利之計算。經調整除稅前溢利之計算方式與本集團除稅前溢利計算方式一致，惟來自銀行的利息收入、其他未分配收入及收益以及公司及其他未分配開支不包括在其計算當中。

分部資產不包括除廠房及機器外的物業、廠房及設備、預付土地租金、未分配預付款項、按金及其他應收款項、應收一間關連公司款項、可供出售投資、已抵押存款以及現金及現金等價物，乃因該等資產按組別管理。

分部負債不包括未分配其他應付款項及應計費用、應付一間關連公司款項、應付稅項、應付股息及遞延所得稅負債，乃因該等負債按組別管理。

3. 經營分部資料(續)

	兒童個人 護理產品 人民幣千元	成人個人 護理產品 人民幣千元	其他產品 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至2015年6月30日				
止六個月(未經審核)				
分部收益：				
銷售予外部客戶	407,571	17,510	34,844	459,925
分部業績	179,927	5,874	8,557	194,358
銀行利息收入				6,430
其他未分配收入及收益				3,646
公司及其他未分配開支				<u>(161,604)</u>
除稅前溢利				<u><u>42,830</u></u>
截至2014年6月30日				
止六個月(未經審核)				
分部收益：				
銷售予外部客戶	526,142	21,064	36,494	583,700
分部業績	245,170	6,234	6,394	257,798
銀行利息收入				5,112
其他未分配收入及收益				4,689
公司及其他未分配開支				<u>(170,867)</u>
除稅前溢利				<u><u>96,732</u></u>

3. 經營分部資料(續)

	兒童個人 護理產品 人民幣千元	成人個人 護理產品 人民幣千元	其他產品 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至2015年6月30日止				
六個月(未經審核)				
分部資產	124,535	2,995	68,926	196,456
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配資產				<u>1,500,636</u>
總資產				<u><u>1,697,092</u></u>
分部負債	71,928	3,699	19,858	95,485
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配負債				<u>116,252</u>
總負債				<u><u>211,737</u></u>
截至2014年12月31日				
止年度(經審核)				
分部資產	198,425	6,304	24,116	228,845
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配資產				<u>1,463,801</u>
總資產				<u><u>1,692,646</u></u>
分部負債	107,896	5,170	15,317	128,383
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配負債				<u>78,819</u>
總負債				<u><u>207,202</u></u>

4. 收益、其他收入及收益

收益亦即本集團營業額，指扣除退貨撥備及貿易折扣後所售貨品之發票淨值。收益、其他收入及收益之分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
<u>收益</u>		
銷售貨品	<u>459,925</u>	<u>583,700</u>
<u>其他收入及收益</u>		
銀行利息收入	6,430	5,112
可供出售投資之收益	1,413	2,648
政府補助*	1,260	1,297
外匯衍生金融工具之公平值收益淨額		
— 不符合對沖之交易	60	388
其他	<u>913</u>	<u>356</u>
	<u>10,076</u>	<u>9,801</u>
	<u>470,001</u>	<u>593,501</u>

* 概無有關此等補助而尚未完成之條件或或然事項。

5. 除稅前溢利

本集團之除稅前溢利已扣除以下各項：

	截至6月30日止六個月	
	2015年 人民幣千元 (未經審核)	2014年 人民幣千元 (未經審核)
所售存貨成本	259,222	305,505
折舊	15,447	7,683
預付土地租金攤銷	217	217
無形資產攤銷	720	720
出售物業、廠房及設備項目之虧損	249	—

6. 所得稅

期內，由於本集團並無於香港賺取任何應課稅溢利，故此並無就香港利得稅作出撥備(2014年：無)。中國大陸之應課稅溢利之稅項已根據現有相關法律、詮釋及慣例按現行稅率計算。

	截至6月30日止六個月	
	2015年 人民幣千元 (未經審核)	2014年 人民幣千元 (未經審核)
即期—中國大陸		
期內開支	10,997	18,418
以前年度過度撥備	—	(40,870)
	10,997	(22,452)
遞延	500	1,700
期內稅項開支／(抵免)總額	11,497	(20,752)

根據2014年4月中國地方權威機構頒發的高新技術企業證書，本集團於中國大陸經營之全資附屬公司及外商獨資企業青蛙王子(中國)日化有限公司(「青蛙王子(中國)」)從截至2013年12月31日止年度起三個年度享有追溯效力的15%的優惠稅率。

7. 股息

截至6月30日止六個月	
2015年	2014年
人民幣千元	人民幣千元
(未經審核)	(未經審核)

期內宣派股息：

末期股息－每股普通股5.0港仙

(2014年：5.0港仙)

<u>39,887⁽ⁱⁱ⁾</u>	<u>40,214⁽ⁱ⁾</u>
------------------------------	-----------------------------

(i) 有關截至2013年12月31日止財政年度

(ii) 有關截至2014年12月31日止財政年度

本公司董事建議不派發截至2015年6月30日止六個月的任何中期股息(2014年6月30日：無)。

8. 本公司股權持有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額乃基於本公司股權持有人應佔期內溢利人民幣30,773,000元(2014年：人民幣117,484,000元)及截至2015年6月30日止六個月已發行普通股數目1,010,491,000股(2014年：普通股加權平均數1,010,468,000股)計算。

由於本集團於期內並無已發行的潛在攤薄普通股，故就截至2015年6月30日止六個月呈列的每股基本盈利金額並無作出攤薄調整。

截至2014年6月30日止六個月的每股攤薄盈利金額乃根據本公司股權持有人應佔期內溢利人民幣117,484,000元計算。計算所用1,012,403,000股普通股之加權平均數為該期內的已發行普通股之加權平均數1,010,468,000股(如計算每股基本盈利時所用之股數)，以及假設在期內行使所有購股權時無償發行1,935,000股。

9. 貿易應收款項

	2015年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2014年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項	<u>73,770</u>	<u>145,454</u>

本集團主要以信貸形式與客戶進行交易，惟新客戶通常需要預先支付墊款除外。信貸期一般為30天至60天。

本集團致力嚴格監控其未收取的應收款項以盡量減低信貸風險。高級管理層定期檢討逾期結餘。鑑於以上所述及本集團之貿易應收款項與大量各行業客戶有關，故並無重大集中信貸風險。本集團並無就貿易應收款項結餘持有任何抵押物或實行其他信貸加強措施。貿易應收款項並無計息。

於呈報期結算日，貿易應收款項基於發票日期之賬齡分析如下：

	2015年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2014年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
30天以內	57,242	107,733
31天至60天	9,935	34,611
61天至90天	5,844	2,539
90天以上	749	571
	<u>73,770</u>	<u>145,454</u>

10. 貿易應付款項及應付票據

於呈報期結算日，貿易應付款項及應付票據基於發票日期之賬齡分析如下：

	2015年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2014年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
一個月以內	74,384	76,590
一至三個月	19,315	48,490
三個月以上	1,785	3
	<u>95,484</u>	<u>125,083</u>

貿易應付款項及應付票據不計息，一般於一至六個月內結算。於2015年6月30日，應付票據分別以本集團人民幣3,197,000元(2014年12月31日：無)之若干定期存款作抵押。

管理層討論與分析

2015年上半年，由於國內經濟增長趨緩帶來的消費增長放緩，以及消費者的消費理念、消費結構、消費方式等發生巨大的變化帶來的市場激烈競爭。因此，2015上半年的收益較2014年同期下降了約21.2%，其中核心兒童個人護理產品收益較2014年上半年下降了約18.1%。本集團亦於2015年上半年取得以下的獎項和認可：

- 2015年1月，本集團榮獲中國關心下一代工作委員會授予的「全國關心下一代生活體驗教育基地」。
- 2015年2月，本集團榮獲福建省商務廳頒發的「2014-2016年度福建省重點培育和發展的國際知名品牌」殊榮。
- 2015年3月，「青蛙王子」牌兒童護膚品、兒童洗浴及兒童牙膏牙刷均榮獲中國商業聯合會及中華全國商業信息中心聯合評選的「2014年度同類產品市場綜合佔有率第一位」。
- 2015年3月，本公司董事會主席李振輝先生榮獲第二十屆中國美容博覽會(上海CBE)組委會授予的「中國美容博覽會微商聯合會副會長」及「第二十屆中國美容博覽會品牌聯盟副主席」。
- 2015年5月，本集團榮獲福建省質量技術監督局、福建省教育廳及廈門出入境檢驗檢疫局聯合授予的「福建省中小學質量教育社會實踐基地」。

- 2015年5月，「青蛙王子」牌兒童倍潤霜、兒童倍潤保濕洗髮露及兒童倍潤沐浴乳榮獲第二十屆中國美容博覽會(上海CBE)組委會授予的2015美伊最佳兒童護理大獎的唯一「最佳孕嬰童產品獎」。

業務回顧

精準的品牌傳播

2015年上半年，本集團根據目標消費者的媒體選擇偏好，通過新媒體平台、電視媒體平台、網絡平台、中國鐵路高速列車(「**高鐵**」)媒體平台等，全方位的展開品牌行銷推廣運營。本集團延續了和湖南衛視熱播電視欄目《爸爸去哪兒》的深度合作，青蛙王子品牌成為《爸爸去哪兒》第三季官方唯一指定兒童個人護理品牌。本集團認為《爸爸去哪兒》旨在呼籲給孩子更多的陪伴和關愛，與青蛙王子的品牌理念相契合，第三次的合作也將進一步增加品牌的知名度和美譽度。本集團亦冠名贊助了往返於福州與北京之間的高鐵列車「青蛙王子」號動車組，以借助動車媒體的有效傳播力度全方面展示及提升品牌社會的關注度。

差異化的動漫行銷策略

本集團的三部系列動畫片通過網絡視頻平台持續熱播，包括優酷(www.youku.com)、土豆(www.tudou.com)、騰訊(v.qq.com)、愛奇藝(www.iqiyi.com)及樂視網(www.letv.com)。截至2015年6月30日，累計點擊率已經近6,000萬次。2015年上半年，本集團升級青蛙王子的卡通形象，將更新的卡通形象用於新產品的設計和促銷物料中；亦開發了全新青蛙王子3D卡通形象，為後續開發更生動形象的促銷品及衍生品做好準備，並已廣泛運用於本集團新工業園的裝飾中，以體現動漫體驗。賣場活動新增以青蛙王子卡通形象為主的充氣城堡，及銷售人員身著人形「青蛙王子」布偶裝與消費者互動，吸引大量的人流。2015年1月份，本集團亦與杭州漫奇妙動漫製作有限公司簽約計劃共同成立合資動漫公司，未來將合力在動漫製作、兒童教育、公益活動、戲劇、大型活動、快消品等多領域展開合作，將青蛙王子的動漫文化更加深入人心，提升集團差異化營銷的競爭優勢。

立體行銷推廣模式

2015年上半年，本集團推行線上宣傳和線下推廣雙向互動的行銷推廣模式，將「青蛙王子更適合3-12歲兒童使用」這一核心品牌定位通過主題活動傳遞給消費者，全面提升了品牌形象，比如：分別於2015年3月份和5月份以「成長新要求，關愛更有禮」為主題，在全國重點省份約200個城市的逾1,500家重點終端門店舉辦了近2,000場次的大型地面促銷活動；而2015年「六一」國際兒童節當天在全國逾75個城市同時舉行以「爸爸，六一去哪兒-六一親子樂，滋潤我成長」為主題的大型戶外品牌路演活動；亦在網路傳播平台及新媒體平台通過不斷倡導「六一半天假」，鼓勵家長們對孩子更多關愛與陪伴，延續「青蛙王子」陪伴孩子們健康成長的品牌理念。

持續推出新產品

2015年上半年，本集團為適應市場的快速變化，及滿足不同消費者的需求，在兒童護膚品及洗浴產品領域推出了3個新系列產品，包括以「滋潤、安全、天然」為核心賣點的「青蛙王子」天然滋潤產品系列；及在內容物方面創新添加的「青蛙王子」小麥胚芽產品系列和「青蛙王子」鮮萃精華產品系列。本集團亦於2015年上半年開啟微商平台模式，通過推出微商專供款「呱呱樂套盒」產品進入這一渠道，本集團認為微商不僅作為一個新興的產品銷售渠道，也有利於「青蛙王子」品牌和產品的口碑傳播。

打造口腔品類新增長

本集團為更好的發展兒童牙膏產品業務，增強兒童牙膏產品的研發能力，於2015年上半年收購了一家國內知名的專業牙膏研發企業，並與其共同研製出針對兒童白天及晚間口腔狀態的「青蛙王子」早晚分護兒童牙膏產品系列。

優秀的品質管控

產品品質及安全控制一直是本集團管理的核心。本集團所有現時生產的嬰童個人護理產品不僅符合中國國家標準，更符合歐盟對有關化妝品產品的安全及規格的要求。位於本集團新工業園的生產基地已通過美國食品和藥品管理局《化妝品－良好操作規範指南(2008)》體系認證及《ISO22716：2007(e)化妝品－良好操作規範(GMP)》認證。各主要生產工序都設有品質檢驗，原材料、半成品及成品都須經過常規檢查及抽樣檢查以保證完美的品質。本集團自有的檢測試驗室，目前正在積極籌備申請中國合格評定國家認可委員會(CNAS)的認證，該認證將代表本集團擁有國家認可的化妝品理化指標和微生物檢測的能力。2015年上半年，亦借助建設「中國兒童化妝品標準化研究基地」的契機，本集團作為中國香料香精化妝品工業協會化妝品標準化委員會的成員，積極參與對化妝品監管法規的討論及修訂，並對中國未來化妝品原料分類管理辦法以及化妝品生產許可證的改革方案提出了合理建議。

持續的研發投入

2015年上半年，本集團延續與華南理工大學的合作，共同開展一系列科研活動，以提升本集團在嬰童個人護理產品的研發及應用能力。同時，本集團積極與行業內領先的原材料供應商合作，包括但不限於巴斯夫(BASF)、索爾維(SOLVAY)、德之馨(SYMRISE)、陶氏(DOW)、道康寧(DOW CORNING)等，以研發更天然、更滋潤的產品，從而增強本集團的核心競爭力。本集團亦與國內知名的研發機構包括但不限於上海萊博生物科技有限公司及上海醫藥工業研究院等合作，從研究兒童皮膚特點入手，開發針對解決兒童皮膚問題的產品。

本公司間接全資附屬公司青蛙王子(中國)已獲得高新技術企業資格認證。本集團亦不時提交專利註冊申請(截至2015年6月30日，本集團擁有或獲得授權的各項專利22件，並有17件專利正在積極申請中)。成功獲得這些專利將進一步證明本集團在兒童化妝品的產品研發能力及保護本集團自有知識產權。

社會責任

2015年2月10日，本集團聯合中國關心下一代工作委員會公益文化中心、中華社會文化發展基金會、中國教育電視協會、中國特長生教育發展聯盟，開展青少年社會藝術教育創新發展論壇暨2015中華大家園公益項目。活動設立了「青蛙王子獎」，用以表彰少年兒童優秀表現，並支持家庭困難的兒童參加特長生教育活動。

2015年2月，本集團聯合中國牙病防治基金會及中國學生健康報，從走進小記者春節家宴活動，開辦口腔健康科普知識課，開展兒童口腔護理知識公益推廣活動。同時，本集團還為貴州龍里和陝西清澗的中國牙病防治基金會健康口腔，微笑少年公益項目現場義賣，將口腔健康科普知識帶給家長和孩子們。

2015年5月19日，本集團向中國婦女發展基金會捐獻人民幣150萬元，用以支持由全國婦聯主辦及中國婦女發展基金會聯合全國逾百家公益組織發起的「守護童年」公益專案，以及啟動首個日化行業兒童公益CSR體系，同時號召更多愛心企業加入公益愛心宣導隊伍，共同簽署了「六一半天假」愛心公約倡議書。青蛙王子兒童公益CSR體系，即青蛙王子兒童公益企業社會責任體系，旨在圍繞「關愛的力量」企業核心理念，以「一切為了孩子們的微笑」為企業CSR口號，通過協力公益機構、媒體與企業的力量共同推動兒童公益在日化領域的發展，號召更多企業參與到關愛兒童成長的責任中來，並通過開展如「您愛對了嗎？-公益大講堂」型成長心理輔導、「六一半天假-愛心公約」型福利事業建設、「安全第一課-公益夏令營」型親子教育發展等公益項目，弘揚社會關愛的力量。

2015年「六一」國際兒童節前一天，本集團在企業內部開展一系列的兒童互動體驗活動，不僅給全體員工的孩子們訂制專屬的節日禮物，而且還開展了多項青蛙王子親子互動活動。

財務回顧

本集團截至2015年6月30日止六個月的收益為約人民幣459.9百萬元，較截至2014年6月30日止六個月的營業額人民幣583.7百萬元下降約21.2%。本集團於報告期內實現核心兒童個人護理產品收益為約人民幣407.6百萬元，較去年同期下降約18.1%（截至2014年6月30日止六個月：人民幣497.7百萬元）；成人個人護理產品及其他產品包括OEM產品的收益為約人民幣52.4百萬元，較去年同期下降約9.0%（截至2014年6月30日止六個月：人民幣57.6百萬元）。本集團已於2015年1月1日終止所有的紙尿褲業務及運營，因而此後這一非核心的紙尿褲業務於報告期內無銷售額（截至2014年6月30日止六個月，人民幣28.5百萬元）。本集團收益較去年同期下降原因為：由於國內經濟增長緩慢及分銷商銷量相應下降，分銷商銷量下降主要由於部分超市銷售點關閉及消費者將消費習慣轉移電子商務，另外本集團通過增大給予經銷商的折扣，取代部分銷售和分銷開支，從而給予經銷商更多空間以促進產品銷售。

毛利及毛利率

本集團截至2015年6月30日止六個月的毛利為約人民幣200.7百萬元，較截至2014年6月30日止六個月的人民幣278.2百萬元下降約27.9%。於報告期內，毛利率較去年同期下降約4.1個百分點至約43.6%（截至2014年6月30日止六個月：47.7%）。毛利率下降主要因為本集團於2015年第二季度給予經銷商的折扣導致。但是，截至2015年6月30日止六個月本集團兒童口腔護理產品的毛利率約45.6%，較截至2014年6月30日止六個月的44.1%提升約1.5個百分點，此乃主要由於本集團牙膏產品由外包生產轉為自行生產所致。

銷售及分銷費用

銷售及分銷費用主要包括廣告費用、市場及推廣宣傳費、交通費及其他費用。截至2015年6月30日止六個月的銷售及分銷費用約為人民幣116.4百萬元，較截至2014年6月30日止六個月的人民幣149.6百萬元減少約22.2%。報告期內銷售及分銷開支佔收益的百分比為約25.3%（截至2014年6月30日止六個月：25.6%），其中廣告及推廣宣傳費佔收益的百分比由截至2014年6月30日止六個月的17.6%，下降了約1.8個百分點至截至2015年6月30日止六個月的約15.8%，減少的主要因為本集團於2015年第二季度根據市場需要通過給予經銷商的折扣，取代部分銷售和分銷費用，而由於出廠價的下降，截至2015年6月30日止六個月的運費及其他費用佔收益的百分比約為9.5%，比2014年同期增加約1.4個百分點（截至2014年6月30日止六個月：8.1%）。

行政開支

行政開支主要包括行政人員薪酬、折舊費用、其他稅費及其他費用。截至2015年6月30日止六個月本集團的行政開支為約人民幣49.7百萬元（截至2014年6月30日止六個月：人民幣40.5百萬元），增幅約為22.7%。行政開支增長主要由於本集團管理人員薪資水平上漲、折舊開支及本期購股權開支增加。截至2015年6月30日止六個月本集團的行政開支佔本集團收益約10.8%（截至2014年6月30日止六個月：6.9%）。

融資成本

截至2015年6月30日止六個月，本集團無融資成本（截至2014年6月30日止六個月：無）。

業務合併

於2015年4月30日，本集團收購一家在中國成立的第三方公司及本集團原供應商，福建愛潔麗日化有限公司（「被收購公司」）80%的股權。被收購公司的主要業務為牙膏產品製造商。該收購主要為了擴大本集團兒童護理產品下口腔護理產品生產線。收購價格為人民幣50,773,000，以現金支付。已收購可識別淨資產總額減非控制權益為人民幣14,651,000元，導致收購日期的商譽為人民幣36,122,000元。

淨利潤及淨利潤率

本公司截至2015年6月30日止六個月的股權持有人應佔溢利為約人民幣30.8百萬元，較截至2014年6月30日止六個月的人民幣117.5百萬元減少約73.8%。淨利潤率由截至2014年6月30日止六個月的20.1%減少約13.3個百分點至約6.8%。每股基本盈利為約人民幣3.0分(截至2014年6月30日止六個月：人民幣11.6分)。首先，此乃由於本集團於2014年上半年內回撥截至2013年12月31日止年度約人民幣40.9百萬元的稅項撥備，而2015年上半年並無撥回任何該等稅項撥備，其次，誠如上文所述，行政開支增加約22.7%。

資本開支

截至2015年6月30日止六個月，本集團重大資本開支為約人民幣7.8百萬元(截至2014年6月30日止六個月：人民幣34.9百萬元)，主要用於新工業園第二期廠房竣工後支付的工程尾款。

財務資源及流動性

於2015年6月30日，本集團的現金及現金等價物約為人民幣963.5百萬元(2014年12月31日：人民幣966.6百萬元)。流動比率為5.8(2014年12月31日：6.1)。本集團的流動性維持健康。本集團持有上述現金及現金等價物餘額主要用於：一、鞏固市場營銷及推廣品牌及產品；二、研發投入，包括建立新的研發實驗室及研發新產品；及三、適時尋找潛在收購及其他投資機會。

貿易應收款項周轉日數

報告期內，本集團貿易應收款項周轉日數為42.9天(截至2014年6月30日止六個月：38.7天；截至2014年12月31日止年度：33.1天)，按期／年初及期／年末貿易應收款項餘額的平均數除以期／年內總收入乘以180天(半年)／365天(全年)計算。本集團一般授予客戶30至60天的信貸期，故貿易應收款項週轉日數在正常信貸期內。期內貿易應收款項周轉日數增加，主要是由於本集團增加於若干連鎖超市直營銷售且直營銷售賬期較長。

貿易應付款項及應付票據周轉日數

報告期內，貿易應付款項及應付票據週轉日數為76.6天(截至2014年6月30日止六個月：59.5天；截至2014年12月31日止年度：46.4天)，按期／年初及期／年末貿易應付款項及應付票據餘額的平均數除以期／年內銷售成本乘以180天(半年)／365天(全年)計算。貿易應付款項及應付票據週轉日數增加的主要原因在於本集團向供應商批量採購，跟供應商的談判力有所增強，因此合同的有關支付條款有所優化。本集團一般在1至6個月內結算應付款項，並一直保持良好還款紀錄。

存貨周轉日數

報告期內，本集團存貨週轉日數為33.0天(截至2014年6月30日止六個月：45.4天；截至2014年12月31日止年度：23.3天)，按期／年初及期／年末存貨結餘的平均數除以期／年內銷售成本乘以180天(半年)／365天(全年)計算。與2014年同期相比，存貨週轉日數減少主要原因是本集團為應對銷量下降而降低庫存水平，截至2015年6月30日的存貨餘額較2014年同期下降約46.3%。

資產負債比率

於2015年6月30日，本集團的流動資產及總資產分別為約人民幣1,148.8百萬元及約人民幣1,697.1百萬元，流動負債及總負債分別為約人民幣196.6百萬元及約人民幣211.7百萬元。本集團的資產負債比率(總負債／總資產)約為12.5%(於2014年6月30日：14.9%)。

銀行借款

於2015年6月30日，本集團並無銀行借款(於2014年12月31日：無)。

資產抵押

於2015年6月30日，本集團應付票據以人民幣5.2百萬元的存款作為抵押，並為銀行向本集團若干客戶結算本集團應收客戶的貿易餘額而墊支的款項向該銀行提供擔保(於2014年12月31日：人民幣2百萬元)。

資本架構

本集團資本管理的主要目標是確保持續經營能力及保持健康的資本比率，以支持其業務並使股東利益最大化。本集團繼續著重適當的股權及債務組合，以確保高效的資本架構，從而降低資金成本。

外匯風險

於2015年6月30日，本集團並無重大匯率波動風險，並已新簽訂外匯期貨合同以管理外匯波動的風險。

或然負債

報告期內，本集團與中國大陸一家銀行訂立銀行信貸安排，為該銀行向本集團若干客戶結算應收本集團客戶的貿易餘額而墊支的款項向該銀行提供擔保。於2015年6月30日，本集團為該銀行信貸安排而向該銀行存放人民幣2,000,000元(於2014年12月31日：人民幣2,000,000元)作抵押，並就該銀行向該等客戶墊支的款項提供合共約人民幣29,620,000元(於2014年12月31日：人民幣33,375,000元)的擔保，其中於2015年6月30日已使用約人民幣7,945,000元(於2014年12月31日：人民幣17,663,000元)。

未來展望

本集團認為在中國政府進一步放寬生育政策的影響下，估計中國在未來幾年將出現嬰兒生育高峰期，對兒童個人護理產品的需求將會持續提高。但由於受到中國經濟增長步入放緩的階段，及消費者將消費習慣轉移電子商務及移動互聯網，本集團對「青蛙王子」品牌未來在兒童個人護理用品行業的表現持謹慎樂觀的態度。

由於線下零售網點客流量的減少，以及部分超市銷售點關閉的影響，經銷商於線下零售網點的運營成本逐步提升，亦導致本集團兒童個人護理用品業務的盈利能力下降。未來，本集團會進一步進行渠道細分並深耕，提升於二、三、四線城市的市場滲透率，同時不斷提升一線城市、國際型及中國跨區域連鎖超市的市場佔有率以提升銷量；同時，本集團將結合線上及線下行銷同步推廣，產生聯動效應，發展電商和微商這兩個細分市場，進行全渠道的深度覆蓋。本集團亦會加大品牌建設的投入，包含電視廣告、動畫片、電影、親子媒體營銷、雜誌廣告、展會、論壇、親子欄目、公益活動等，並將繼續使用動漫文化作為其差異化的行銷策略，向品牌注入更多的文化內涵，培養消費者的品牌認同感，全力打造全方位的品牌戰略。

展望未來，我們不僅會持續專注於兒童個人護理用品業務的健康發展，尤其是「青蛙王子」品牌主攻3至12歲兒童個人護理用品的市場，以不斷發揮「孩子更滋潤、媽媽更開心」的「青蛙王子」品牌核心價值。此外，我們亦會適當關注其他投資機會，不斷為股東創造更高的利益。

僱員及薪酬

於2015年6月30日，本集團僱用2,130名僱員(於2014年12月31日：1,125名)。員工人數上升主要因為：一、本集團於報告期內收購一家牙膏研發製造企業，於2015年6月30日該企業有161名員工；二、本集團於2015年6月30日臨時工及暑期工1,168名，較2014年12月31日的臨時工及暑期工人數419人大幅增加，主要為了配合本集團於6月至8月的OEM禮盒裝訂單生產旺季需求；三、本集團增加直營超市導購人員，及新增管理培訓生。

除基本薪金外，本集團將向表現出眾的員工提供年終花紅。本集團於中國大陸成立的成員公司亦須參與中國政府規定的社會保險供款計劃。根據相關國家及地方勞動及社會福利法律及法規，本集團於中國大陸成立的成員公司須每月為僱員支付社會保險金，包括養老保險、醫療保險、失業保險及其他相關保險。

此外，本集團已於2011年6月採納購股權計劃，以獎勵為本集團的成功作出貢獻的員工。董事相信，與市場標準及慣例相比較，本集團提供予員工的薪酬待遇具有競爭力。

本集團為了滿足公司快速發展對人才梯隊建設的迫切需求，於2013年成立了青蛙王子商學院，向其僱員提供培訓，幫助彼等掌握相關技能，2015年上半年共開設26門課程，涉及企業戰略及文化、行業介紹、專業知識等領域。

購買、贖回或出售本公司的上市證券

於截至2015年6月30日止六個月期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、贖回或出售本公司之任何上市證券。

股息

本公司董事建議不向本公司股東派發截至2015年6月30日止六個月的任何中期股息。

審核委員會

本公司審核委員會(由本公司三名獨立非執行董事組成)已審閱本公司截至2015年6月30日止六個月的未經審核簡明綜合業績，其中包括本集團所採用之會計原則及慣例，並商討財務申報事宜。

遵守董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(上市規則附錄10,「標準守則」)作為董事進行證券交易之行為守則。經本公司作出特定查詢，全體董事確認彼等於截至2015年6月30日止六個月期間完全遵守標準守則規定之準則。

企業管治

董事會認為本公司於截至2015年6月30日止六個月期間一直遵守上市規則附錄14內的企業管治守則所載的守則條文，惟守則條文第A.2.1條除外。

守則條文第A.2.1條規定，主席及行政總裁之職位應予區分，不應由同一人兼任。李振輝先生(「李先生」)目前兼任本公司主席及行政總裁職務。彼為本集團創辦人，擁有逾21年個人護理產品行業經驗。董事會認為，由李先生兼任主席及行政總裁可為本公司提供堅定一致的領導，能有效且高效規劃及實施業務決定及策略。董事會亦認為由一人兼任主席及行政總裁的現有架構不會影響董事會與本公司管理層之間的權責平衡。

刊登中期業績公告及中期報告

此中期業績公告於本公司的網站(www.princefrog.com.cn)及聯交所的網站(www.hkexnews.hk)發佈。本公司將向本公司股東寄發載有上市規則規定之所有資料的本公司截至2015年6月30日止六個月的中期報告，並於適當時候在上述網站可供查閱。

承董事會命
中國兒童護理有限公司
李振輝先生
主席

中國漳州
2015年8月26日

於本公告日期，本公司董事會包括(i)五名執行董事，分別為李振輝先生、謝金玲先生、葛曉華先生、黃新文先生及洪芳女士；及(ii)三名獨立非執行董事，分別為陳少軍先生、任煜男先生及黃偉明先生。