

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分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。



CARPENTER TAN HOLDINGS LIMITED

譚木匠控股有限公司*

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：837)

截至二零一五年六月三十日止六個月之 中期業績公告

業績摘要

- 營業額減少4.6%至約人民幣142,838,000元(二零一四年：人民幣149,741,000元)。
- 毛利減少6.4%至約人民幣93,472,000元(二零一四年：人民幣99,890,000元)。
- 毛利率為65.4%(二零一四年：66.7%)。
- 截至二零一五年六月三十日止六個月之溢利減少5.0%至約人民幣63,240,000元(二零一四年：人民幣66,572,000元)。
- 每股基本盈利約為人民幣25.3分(二零一四年：人民幣26.6分)。
- 董事會並不建議派發截至二零一五年六月三十日止六個月的任何中期股息(二零一四年：零)。

譚木匠控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)組成之董事會(「董事會」)欣然宣佈，本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零一五年六月三十日止六個月(「本報告期間」)之未經審核綜合業績，連同截至二零一四年六月三十日止六個月之比較數字及經選擇附註如下：

綜合損益表

截至二零一五年六月三十日止六個月－未經審核

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零一五年 (未經審核) 人民幣千元	二零一四年 (未經審核) 人民幣千元
營業額	5	142,838	149,741
銷售成本		<u>(49,366)</u>	<u>(49,851)</u>
毛利		93,472	99,890
其他收益及其他收入淨額	5	17,810	16,372
銷售及分銷開支		(18,163)	(15,286)
行政開支		(10,216)	(14,071)
其他經營開支		<u>(3,551)</u>	<u>(3,888)</u>
經營溢利		79,352	83,017
融資成本	6(a)	<u>(1,620)</u>	<u>(531)</u>
除稅前溢利	6	77,732	82,486
所得稅	7	<u>(14,492)</u>	<u>(15,914)</u>
期內溢利		<u>63,240</u>	<u>66,572</u>
以下人士應佔			
本公司擁有人		<u>63,240</u>	<u>66,572</u>
每股盈利			
基本及攤薄	8	<u>人民幣 25.3 分</u>	<u>人民幣 26.6 分</u>

綜合損益及其他全面收益表

截至二零一五年六月三十日止六個月－未經審核

	截至六月三十日止六個月	
	二零一五年 (未經審核) 人民幣千元	二零一四年 (未經審核) 人民幣千元
期內溢利	63,240	66,572
期內其他全面收益(已扣除稅項)		
其後不會重新分類至損益之項目：		
重估自用之租賃土地及自用樓宇之盈餘	—	14,394
重估自用之租賃土地及自用樓宇之 盈餘產生的遞延稅項	—	(3,872)
重估自用之租賃土地及自用樓宇之盈餘 (已扣除稅項)	—	10,522
其後可重新分類至損益之項目：		
由功能貨幣換算至呈列貨幣產生的匯兌差額	2,374	(1,268)
期內全面收益總額	<u>65,614</u>	<u>75,826</u>
以下人士應佔		
本公司擁有人	<u>65,614</u>	<u>75,826</u>

綜合財務狀況表

於二零一五年六月三十日－未經審核

	附註	二零一五年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零一四年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備	9(a)	22,536	23,776
預付租賃款項	10	13,103	13,284
投資物業	9(b)	85,920	85,920
無形資產	11	—	—
衍生金融工具		—	1,144
所持有定期銀行存款		—	127,756
購買物業預付款項		33,556	33,556
		<u>155,115</u>	<u>285,436</u>
流動資產			
預付租賃款項	10	362	362
存貨		80,272	77,783
衍生金融工具		11,737	542
應收貿易賬款	12	636	2,027
其他應收賬款、按金及預付款項		20,028	23,331
結構性銀行存款		86,000	—
已抵押銀行存款	13	219,577	149,099
現金及銀行結存		311,582	258,825
		<u>730,194</u>	<u>511,969</u>
流動負債			
有抵押銀行貸款	13	209,886	134,114
應付貿易賬款	14	4,116	4,126
其他應付款項及應計費用		48,402	29,934
應付所得稅		15,398	19,071
		<u>(277,802)</u>	<u>(187,245)</u>
流動資產淨值		<u>452,392</u>	<u>324,724</u>
總資產減流動負債		607,507	610,160
非流動負債			
遞延稅項負債		26,783	30,606
遞延收入		793	812
		<u>(27,576)</u>	<u>(31,418)</u>
資產淨值		<u>579,931</u>	<u>578,742</u>
股本及儲備			
股本	16	2,200	2,200
股份溢價及儲備		577,731	576,542
總權益		<u>579,931</u>	<u>578,742</u>

未經審核中期財務報告附註

截至二零一五年六月三十日止六個月

1. 編製基準

中期財務報告乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則及香港會計師公會所頒佈之香港會計準則第34號中期財務報告之適用的披露規定而編製。

按香港會計準則第34號編製的中期財務報告時，管理層須作出判斷、估計及假設而影響會計政策的應用以及本年度截至現時為止的資產、負債、收入及支出呈報金額。因此，實際結果或會有別於該等估計。

本中期財務報告包括簡明綜合財務報表及部分附註，闡明對理解自二零一四年財務報表以來財務狀況變動和表現重要的事件及交易。簡明綜合中期財務報表及有關附註並不包括根據香港財務報告準則(亦包香港會計師公會頒佈的香港會計準則及詮釋)編製的完整財務報表所需的全部資料。

中期財務報告未經審核，但已由本公司的審核委員會進行審閱。

2. 主要會計政策

除投資物業及衍生金融工具以公平值呈列外，簡明綜合財務報表按歷史成本基準編製。

除下文所述者外，簡明綜合財務報表所用的會計政策與本集團編製截至二零一四年十二月三十一日止年度的年度財務報表所用者一致。

在本中期期間，本集團已首次採納及應用由香港會計師公會頒佈之香港財務報告準則修訂及由香港會計師公會頒佈如下：

香港財務報告準則之修訂	二零一零年至二零一二年週期的香港財務報告準則的年度改進
香港財務報告準則之修訂	二零一一年至二零一三年週期的香港財務報告準則的年度改進

於本中期期間應用上述經修訂香港財務報告準則對該等簡明綜合財務報表及／或當中所載披露資料並無重大影響。

除截至二零一四年十二月三十一日止年度的年報所披露外，本公司董事預計應用其他已頒佈但尚未生效的新訂或經修訂準則、修訂本或詮釋不會對本集團業績及財務狀況造成重大影響。

3. 分部報告

經營分部乃基於提供有關本集團各方面資料之內部報告而識別，有關資料向董事會（為最高營運決策人）呈報並經其審閱，以作資源分配及評估集團各類及各區域業務的表現。

管理層自產品的角度考慮其業務並根據木工藝品及飾品廣泛銷售所產生的收益評估其表現。本集團逾90%的營業額、業績及資產源自木工藝品及飾品製造及分銷的單一業務分部，因此並無呈列業務分部資料。

本集團業務的營業額及業績主要來自在中國進行的業務活動。於中國境外進行的業務並不重大。本集團的主要資產位於中國（「中國」）。因此，並無提供地區資料。

主要客戶

由於並無與單一外界客戶進行的交易相等於或超過本集團總收益10%，故此並無呈列按主要客戶劃分的本集團營業額及經營貢獻。

4. 經營季節因素

本集團的銷售一般受季節影響而波動，三月至四月及九月至十二月的銷售額較高，而七月的銷售額則較低。董事認為該等季節影響是由於特許經營店為五月（勞動節）、十月（國慶日）、十二月（聖誕節及新年）及一月／二月（農曆新年）等節日／假日的零售業務高峰期作準備而於節日／假日前提高採購量。

5. 營業額，其他收益及其他收入淨額

營業額指售予客戶貨品的發票淨值，扣除增值稅及銷售稅、退貨及折扣以及加盟費收入。本集團於期內的營業額，其他收益及其他收入淨額分析如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一五年 (未經審核) 人民幣千元	二零一四年 (未經審核) 人民幣千元
銷售貨品	142,708	149,521
加盟費收入	130	220
營業額	<u>142,838</u>	<u>149,741</u>
由遞延收入計入之政府補貼	18	18
並非按公平值計入損益的金融資產利息收入－銀行利息收入	7,339	5,853
中國增值稅退款	—	5,536
投資物業的租金收入	3,401	2,376
衍生金融工具公平值收益	10,593	—
投資物業公平值變動	—	2,120
收入自衍生金融工具	797	—
匯兌之淨虧損	(5,377)	—
其他	1,039	469
其他收益及其他收入淨額	<u>17,810</u>	<u>16,372</u>
	<u><u>160,468</u></u>	<u><u>166,113</u></u>

6. 除稅前溢利

除稅前溢利乃經扣除／(計入)：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一五年 (未經審核) 人民幣千元	二零一四年 (未經審核) 人民幣千元
a) 融資成本		
－銀行貸款利息	1,620	531
並非按公平值計入損益的金融負債利息開支總額	<u>1,620</u>	<u>531</u>
b) 其他項目		
預付租賃款項攤銷	181	220
存貨成本(附註(i))	49,366	49,851
折舊	1,278	1,531
貿易應收賬款及其他應收款項減值	47	30
出售物業、廠房及設備虧損	55	88
土地及樓宇經營租約租金	2,227	2,651
員工成本(包括董事酬金)	20,779	24,625
存貨撇減	<u>1,372</u>	<u>1,616</u>

附註：

- (i) 存貨成本包括員工成本、折舊及經營租約租金約人民幣12,797,000元(二零一四年：人民幣14,238,000元)該等成本已計入上文獨立披露的個別總額內。

7. 所得稅

	截至六月三十日止六個月	
	二零一五年 (未經審核) 人民幣千元	二零一四年 (未經審核) 人民幣千元
本期稅項		
中國企業所得稅(附註7(i)、(ii)及(iii))	11,395	11,684
香港利得稅(附註7(v))	—	—
股息的預扣稅		
—期內撥備	8,593	—
	<u>19,988</u>	<u>11,684</u>
過往年度超額撥備淨額		
中國企業所得稅	(1,673)	—
遞延稅項		
股息分派後轉移至即期稅項	(8,593)	—
期內撥備	4,770	4,230
	<u>4,770</u>	<u>4,230</u>
總計	<u><u>14,492</u></u>	<u><u>15,914</u></u>

附註：

- i) 根據授予位於中國西部的公司及國家鼓勵類產業的稅務優惠政策，本公司全資附屬公司重慶市萬州區自強木業有限公司(「自強木業」)及重慶譚木匠工藝品有限公司(「譚木匠」)取得重慶市萬州區國家稅務局(「萬州國稅局」)的批文，分別於二零零六年一月一日至二零一零年十二月三十一日止五個年度及二零零九年一月一日至二零一零年十二月三十一日止兩個年度享受15%的企業所得稅優惠稅率。
- ii) 於二零一二年四月六日，國稅局發出第12號公告，訂明從事已公佈的若干其他鼓勵類產業目錄所列產業的企業，可於公佈西部地區鼓勵類產業目錄前，根據財稅(2011)第58號暫時申請自二零一一年起享受15%的企業所得稅優惠稅率。倘企業其後未能符合規定，則有關優惠將撤銷。

於二零一二年五月二十九日，自強木業及譚木匠根據第12號公告取得萬州國稅局的批文，於二零一一年一月一日至二零二零年十二月三十一日享受15%的企業所得稅優惠稅率。
- iii) 中國所得稅撥備乃按本集團於中國註冊成立的附屬公司的應課稅溢利以法定所得稅率25%(二零一四年：25%)計算，惟根據稅務優惠政策，自強木業及譚木匠分別享有上述附註7(i)及(ii)所述的所得稅優惠。

- iv) 本公司於開曼群島註冊成立，獲豁免繳納開曼群島所得稅。本公司在英屬處女群島成立的附屬公司獲豁免繳納英屬處女群島所得稅。
- v) 由於有關香港附屬公司於截至二零一五年及二零一四年六月三十日止期間並無應課稅溢利，因此並無就該等期間的香港利得稅作出撥備。
- vi) 根據自二零零八年一月一日起生效的中國企業所得稅法，未在中國設立機構或營業地點或設立機構或營業地點但有關收入與在中國設立機構或營業地點並無實際關連的非居民企業，須就各種被動收入(如來自中國相關公司的股息)按10%的稅率繳納預扣所得稅。根據中國與香港訂立並於二零零七年一月一日生效的雙重徵稅安排，倘香港投資者對中國被投資實體的投資不少於25%，則預扣所得稅稅率可能下調至5%。於二零零八年二月二十二日，國稅局批准財稅(2008)第1號，從外資企業二零零七年十二月三十一日之前的保留盈利中撥付的股息分派將獲豁免繳付預扣所得稅。

本集團於二零一三年十二月三十一日前享有降低的5%稅率。於二零一四年，本集團再次申請降低稅率並須完成若干額外審閱程序(於過往年度並無要求)。因尚未確定本集團是否能夠享受降低稅率，預扣稅按10%稅率撥備(二零一四年：5%)

8. 每股基本及攤薄盈利

a) 每股基本盈利

每股基本盈利根據期內本公司擁有人應佔純利及已發行普通股加權平均數計算如下：

i) 本公司擁有人應佔溢利

	截止六月三十日止六個月	
	二零一五年	二零一四年
	(未經審核)	(未經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
計算每股基本及攤薄盈利所用盈利 (本公司擁有人應佔溢利)	63,240	66,572

ii) 普通股加權平均數

	截止六月三十日止六個月	
	二零一五年 (未經審核)	二零一四年 (未經審核)
	'000	'000
計算每股基本及攤薄盈利所用盈利的普通股加權平均數	<u>250,000</u>	<u>250,000</u>

b) 每股攤薄盈利

期內並無具攤薄效應的已發行潛在股份，因此截至二零一五年及二零一四年六月三十日止六個月的每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

9. 固定資產

a) 收購及出售

截至二零一五年六月三十日止六個月，本集團收購的物業、廠房及設備的成本合共人民幣154,000元(二零一四年：人民幣931,000元)。截至二零一五年六月三十日止六個月，出售的物業、廠房及設備的賬面總額為人民幣121,000元(二零一四年：人民幣380,000元)，導致出售虧損人民幣55,000元(二零一四年：出售虧損人民幣88,000元)。

b) 估值

截至二零一五年六月三十日，本集團的投資物業並無由獨立估值師重新估值。董事知悉物業市場條件的可能變化。董事認為本集團的投資物業的賬面金額不會與二零一四年十二月三十一日由獨立合資格專業估值師估值的公平值有重大差異。因此，於本期間沒有確認投資物業的公平值的任何變化。於本期間內，本集團概無購入或出售任何投資物業。

10. 預付租賃款項

萬州經濟技術開發區土地儲備中心於二零一一年五月十一日向譚木匠發出收地公告，收回位於重慶市萬州區一幅土地(「該土地」)的土地使用權，該土地於二零一五年六月三十日之賬面值為人民幣6,887,000元(截至二零一四年十二月三十一日止年度：人民幣6,967,000元)。本集團原計劃於該土地上建造一座生產設施，惟截至本報告日期尚未動工。

萬州經濟技術開發區管理委員會於二零一二年二月八日因城鎮規劃向譚木匠發出另一封公告，知會該公司區政府將收回該土地，而譚木匠獲得另一幅土地作為補償。本集團目前仍與有關地方部門協商收地條款，惟截至發行本報告日期協議尚未達成。管理層預計有關補償土地的公平值並不會低於該土地之賬面值。由於本集團尚未開始發展該土地，因此收地對本集團業務營運及財務狀況並無任何重大及不利影響。

11. 無形資產

	商標 人民幣千元
成本	
於二零一四年一月一日、二零一四年十二月三十一日 及二零一五年六月三十日	1,037
累計攤銷及累計減值	
於二零一四年一月一日、二零一四年十二月三十一日 及二零一五年六月三十日	<u>(1,037)</u>
賬面值	
於二零一五年六月三十日	<u>—</u>
於二零一四年十二月三十一日	<u>—</u>

12. 應收貿易賬款

於報告期間結算日按發票日期呈列的應收貿易賬款(已扣除呆賬撥備)的賬齡分析如下：

	二零一五年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零一四年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至30日	635	1,942
31至60日	1	8
61至90日	—	18
91至180日	—	20
181至365日	—	17
1年以上	—	22
應收貿易賬款(已扣除呆賬撥備)	<u>636</u>	<u>2,027</u>

客戶一般須在產品交付前結付款項。信貸度良好的客戶可獲授30日的信貸期。

13. 有抵押銀行貸款

於二零一五年六月三十日，本集團取得銀行貸款人民幣209,886,000元(於二零一四年十二月三十一日止年度：人民幣134,114,000元)。該貸款以本集團的備用信用證作質押。備用信用證由銀行存款人民幣219,577,000元支持(於二零一四年十二月三十一日止年度：人民幣149,099,000元)。

14. 應付貿易賬款

供應商一般給予30日的信貸期，於報告期間結算日按發票日期呈列的應付貿易賬款的賬齡分析如下：

	二零一五年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零一四年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至30日	2,942	2,540
31至60日	116	412
61至90日	367	173
91至180日	137	630
181至365日	345	177
1年以上	209	194
	<u>4,116</u>	<u>4,126</u>

15. 股息

- i) 董事不建議派付截至二零一五年六月三十日止六個月的中期股息(截至二零一四年六月三十日止六個月：人民幣零元)。
- ii) 於中期期間批准及支付的應付本公司擁有人過往財政年度股息：

	於六月三十日	
	二零一五年 (未經審核) 人民幣千元	二零一四年 (未經審核) 人民幣千元
於本中期期間批准及派付的截至二零一四年 十二月三十一日止財政年度末期股息每股普通股 人民幣25.77分(二零一四年：截至二零一三年 十二月三十一日止財政年度，人民幣25.17分)	<u>64,425</u>	<u>62,925</u>

16. 股本

	股份數目	金額 千港元	等同金額 人民幣千元
每股面值0.01港元的普通股			
法定：			
於二零一四年十二月三十一日及 二零一五年六月三十日	<u>10,000,000,000</u>	<u>100,000</u>	<u>87,926</u>
已發行及繳足：			
於二零一四年十二月三十一日及 二零一五年六月三十日	<u>250,000,000</u>	<u>2,500</u>	<u>2,200</u>

17. 或然負債

於二零一五年六月三十日及二零一四年十二月三十一日，本集團無任何重大或然負債。

管理層討論及分析

市場回顧

全球經濟整體仍在緩慢弱勢復蘇，聯合國預測，二零一五年全球經濟增長率約為3.1%。世界貿易組織預計，二零一五年全球貿易量將增長4.0%。聯合國貿易發展會議預計，二零一五年全球跨國投資規模將從二零一四年的1.6萬億美元擴大到1.7萬億美元。全球經濟將步入低速增長「新常態」。零售業也將進入低速增長的「新常態」。國家統計局最近更新的數據，二零一五年一至六月，社會消費品零售總額約為人民幣141,577億元，同比增長10.4%。

中國消費品市場新常態呈現四大特徵。首先，消費品市場銷售增長率將放緩，經濟減慢必然帶來居民收入增長的減慢，並伴隨商品消費增幅的降低；而居民新增消費更多地表現在服務性消費上。其次，政府不再直接刺激商品消費。未來消費品市場的增長不會再依靠外部拉動，市場內生力量將成為消費品增長的唯一動力。第三，消費品市場趨向健康化發展。多年以來，中國消費品市場上公款消費比重很高，腐敗性、奢侈性、炫富性消費氛圍濃厚，雖然拉動了消費增長，但這是畸形的、不健康的。中國政府的一系列政策將促使消費品市場回歸健康發展軌道。最後，大眾化消費品前景廣闊、潛力巨大。自二零一三年以來，高端商品和餐飲消費增速大幅下滑，市場開始向大眾化、理性化回歸。這一發展趨勢將延續下去，大眾化消費將保持熱度，成為消費品市場發展的新常態和主要「引擎」。在中國經濟增速預期值可能放緩到7%的環境下，消費品市場增幅將會隨之小幅回落，不過仍會高於GDP增速四個百分點左右，即社會消費品零售總額名義增幅不低於11%。大眾化、理性化、網絡化消費特徵將進一步凸顯，全年消費品價格漲幅穩定可控。

在集團所處的木制手工藝品行業情況，行業比較分散、良莠不齊，沒有幾個知名的品牌，特別是有競爭力的品牌。於二零一五年上半年集團因應市場情況所採取的策略及業務重點包括：(1)推出新的店鋪形象，並給予約人民幣300萬元的裝修補貼支持給加盟商，促使品牌形象的提升；(2)推出了各項優惠加盟商的政策，包括示範店支持、交通口岸店支持、包裝袋0.1元支持等；(3)積極打擊違規網銷，維護實體店的利益。

業務回顧

1. 零售店鋪

透過特許加盟計劃和自營店，集團已在中國及海外地區建立了廣泛的經銷和零售網絡。截至二零一五年六月三十日止，集團於中國內地共設有1,396間特許加盟店鋪，其它國家及地區有3間，特許及直接經營之零售店鋪數目分佈如下：

	於二零一五年 六月三十日		於二零一四年 十二月三十一日	
	特許 加盟店鋪	直接 經營店鋪	特許 加盟店鋪	直接 經營店鋪
香港	—	4	—	4
中國	1,396	—	1,449	—
其它國家及地區	3	—	3	—
總計	<u>1,399</u>	<u>4</u>	<u>1,452</u>	<u>4</u>

2. 銷售網絡

中國市場

於二零一五年新店發展思路及中國市場發展策略包括：

- (i) 繼續鞏固一、二級城市的核心商圈，提高城市主要商圈的覆蓋率。通過示範店政策的有力支持，鼓勵省會、直轄市和部分重點城市拓展核心商圈專賣店；通過對核心商圈的多間專賣店和無距離限制的要求，確保核心商圈專賣店佈局達到2個或以上；通過新形象專賣店的裝修支持政策，加快拓展速度。
- (ii) 加強與重點連鎖商業地產項目的戰略合作，大力拓展大型綜合購物中心，限制純超市系統的發展。積極跟進重點連鎖商業地產的總部，拓展優質商業項目，尋找新的增長點；積極引起有渠道資源有資金實力的加盟商，必要時可給予渠道授權；謹慎的對待大型連鎖超市系統的進駐。
- (iii) 加強對交通口岸的拓展，主要是機場和高鐵，引入優質的加盟商，提供政策扶持，提高渠道覆蓋率。
- (iv) 有選擇有計劃的對各區域排名靠前的縣級城市進行拓展，僅限核心商圈。

截至二零一五年六月三十日止，四種不同風格店面開設情況、開店總數量、主要開設區域以及市場反饋等情況如下：

(i) 高鐵一代店*

到目前為止高鐵一代店為老店風格，一月至三月期間裝修的店鋪為高鐵一代店風格，三月份以後除特殊情況外不得按照老風格裝修。經統計截止至六月三十日高鐵一代店風格裝修數量為24家。分別分佈在江蘇、浙江、北京、廣東、遼寧、河南、山西等主要城市。

(ii) 高鐵二代店*

截至二零一五年六月三十日止，高鐵二代店風格裝修數量為26家，主要分佈區域江蘇，安徽，陝西，重慶，河南，上海，北京等一線城市。該風格為二零一五年主要裝修風格，經大多加盟商和店員反饋該風格店面裝修看起來比較時尚，符合譚木匠的整體風格，能夠吸引廣大消費群，部分店面銷售額度有明顯提升，特別是重慶機場店表現突出。

(iii) JOSE 方案*

截至二零一五年六月三十日止，JOSE方案裝修數量為6家，分別北京、河北、山東、廣東等城市。該風格裝修後銷量表現還不明顯。

(iv) 米丘方案*

由於該方案店鋪比較適合在高檔商圈，暫時還沒有裝修過。

* 高鐵、JOSE、米丘均屬設計師名字。

海外市場

二零一五年六月，依據集團對於海外市場拓展的總體策略，重新修訂了海外加盟商、經銷商及代理商的招商政策，側重加大對海外加盟商、代理商和經銷商的扶持力度，開始接受海外國家及地區獨家代理申請。經過上半年香港展會的預熱，已陸續洽談準備簽約的獨家代理商國家有英國、瑞士、韓國、法國、西班牙等。

截至二零一五年六月三十日止，譚木匠海外事業的發展情況，有加盟店3家，分別分佈在新加坡2家，加拿大1家。經銷商5家，經銷商主要分佈在美國、德國、瑞士、俄羅斯等。

3. 銷售管理

於本報告期間，集團加強了督導人員的配備，實現了省會城市、直轄市和重點城市至少三個月一次的督導，其他城市至少六個月一次的督導，減少了違規事件的發生。每週對專賣店的POS上傳進行定期檢查，確保專賣店按時上傳POS數據。綜合POS銷售系統和SAP訂貨系統，進行進銷存的有效管理，每月定期採集數據並保存。

4. 電子商務

於本報告期間，集團採用自主營運經營模式發展電子商務，現有營銷網絡包括：天貓PC端旗艦店，天貓無線端旗艦店，京東PC端旗艦店，京東無線端旗艦店，京東微店，一號店旗艦店，蘇寧易購旗艦店，亞馬遜旗艦店，當當旗艦店，建設銀行善融商務旗艦店。

譚木匠品牌在線上同類產品中排名第一。線上產品銷售總數保持在300款左右，根據季節和銷售熱點不定期進行調整，木梳產品在整體產品中佔比80%以上。

針對線上消費者的購物習慣，集團運用天貓營銷工具，繼續推愛情、親情、友情的主題活動。集團形象整體提升，更新電商所有平台的主視覺標識，結合品牌的自然手工理念改進產品詳情頁，通過視覺傳達凸顯品牌與競品和其他同類產品的差異，吸引消費者，提高銷售。集團調整促銷思路，維護線上線下統一，減少銷售贈品支出，增加情感類增值服務等項目。

5. 研發及設計

集團一直注重新產品的研發和設計，圍繞在提高效率、降低勞動使用率、增強安全性和節約材料、優化工藝、降低成本開展新技術開發工作。主要在樺頭和樺槽自動加工設備開發，合木梳工藝方面也有新的突破等。截至二零一五年六月三十日，集團之創意設計中心有設計及開發人員共計17人，其中設計總監1

人，經理1人，產品專員1人，設計師8人，雕刻師2人，雕刻學徒4人。共完成新產品打樣251款，並已開展以木梳和銀質材料相結合的特色產品，拓展產品線的寬度和深度，更好的滿足市場需求，提升公司銷售業績。

培養方面，主要以設計總監每週一期的內訓，參觀國內國際知名禮品展、與外協團隊合作項目的跟進及學習等。與國內有影響力的專業雜誌、院校、設計公司合作，在重慶期間與四川美院、雲馬設計等公司深度合作，於本報告期間與南京藝術學院、飛魚設計建立了合作關係；同國際知名的設計機構建立長期合作關係，香港設計界大師李永銓、台灣兩個八月、日本知名設計師高橋善丸、德國JOSE工作室等合作。

集團的研發計劃及目標為中國優良傳統的現代解讀及研發；異材質與木材結合新產品體系的研發與設計；新結構、新工藝的開發等。

6. 產品

於本報告期內，集團梳理並優化了產品研發創新體系，在以中國優良傳統文化以及年輕化方面繼續投入的同時，堅持手工、自然的產品特色，將每一把梳子作為情感傳遞的載體，提高產品核心競爭力，用時尚設計、天然材質、精美工藝服務現代消費者。

線上產品開發情況

二零一五年上半年有3款針對線上的產品上市，同時已將原年輕體系產品重新納入譚木匠品牌產品體系，並計劃線上線下同時上市銷售。

線下產品開發情況

產品研發工作是公司今年重中之重的的工作，今年設計師團隊和外協合作團隊建立走入正軌，截至二零一五年六月三十日止六個月，譚木匠體系的產品總量為452款，其中掛盒產品111款，禮盒產品246款，鏡子24款，飾品59款，限量產品及區域產品共計12款。此外，於本報告期內，集團共計上市新品16款，其中禮盒類10款，掛盒4款，飾品類2套。

7. 市場推廣及宣傳

結合線上運營特徵，每月推出不同主題活動，如二月的情人節，三月的婦女節，四月春暖花開主題概念，五月母親節，六月兒童節，父親節以及畢業季等。

二零一五年一月至六月共舉辦社區「給媽媽梳頭」體驗推廣活動39場，校園推廣試點活動1場。各店在推廣活動期間引起廣泛關注，提升了品牌形象，讓更多的人了解譚木匠品牌，同時銷量相比平時都有所上升。

8. 品牌推廣

譚木匠是一個非常注重品牌傳播的集團，於本報告期間，品牌推廣方面的主要工作有：

- (i) 製作並投放兩部微電影《愛情篇：從青絲到白髮的諾言》、《親情篇：幸福從相伴到成全》，通過微博微信新媒體推廣，共獲得260多萬次播放及100萬次以上閱讀量，為塑造譚木匠品牌「親情、友情、愛情」的情感形象，起到很好的作用。
- (ii) 譚木匠官網於五月中旬正式改版，新版官網一改傳統官網風格，以創意設計作為品牌風格，落地場市營銷，企業文化作為品牌強有力的支撐。
- (iii) 從五月中旬開始，在官網上舉辦「設計作品有獎徵集活動」，目的是希望能徵集到富有創意的、傳統與時尚相結合的產品設計好點子，也希望給予年輕設計師們更多關注和機會。集團官網儘量為研發設計服務、儘量為一線營銷服務，以及集團內刊儘量為一線員工服務，尤其是官網的設計作品有獎徵集活動，反應非常好。

9. 生產

集團實施木材及製品技術開發，目標是通過對材料乾燥後的平衡含水率控制，逐步消除木材受自然環境在含水率變化方面的影響，減少產品變形開裂，進而降低市場退貨。目前已經在高檔材質的試驗方面取得明顯成效，將在完善設備和工藝技術方案後，逐漸推廣。

截至二零一五年六月三十日，集團的萬州廠房共聘有725位全職生產員工，共設置6個生產車間，生產木梳、角梳、木鏡、小木飾品、家居飾品等產品，並採用生漆、彩繪、漆飾，雕刻等工藝豐富產品層次。實際產量與同期對比如下圖所示：

實際產量(件)

	截至六月三十日止六個月	
	二零一五年	二零一四年
梳子類	1,818,360	1,888,825
鏡子類	343,360	507,719

10. 獎項及嘉許

於本報告期間，譚木匠所獲獎項如下：

- 二零一五年三月，榮獲萬州區總工會授予「溫馨家園」競賽活動先進單位；
- 二零一五年三月，榮獲萬州區總工會授予「創先爭優」競賽活動先進基層工會組織；
- 二零一五年三月，榮獲重慶市總工會授予開齒車間拋齒組榮獲「重慶五一巾幗獎狀」；及
- 二零一五年六月，榮獲重慶市總工會授予工人先鋒號。

社會責任

一直以來，集團在積極拓展業務的同時，亦以回報社會為己任，不遺餘力地為殘疾人士增加就業機會。截至二零一五年六月三十日止，集團為殘疾人士提供了318個就業機會，並嚴格遵守福利條件，讓殘疾人士亦能自力更生；常年免費為殘疾人士提供上下班專車接送，助殘日為員工購買助殘日紀念品。

於本報告期內，集團積極在集團內部舉辦公益活動，開展植樹活動，探訪及幫助敬老院、智障機構以及集團的在職及退休員工；組織員工參與義務獻血活動，通過這些愛心活動，集團以誠心、愛心、貼心和耐心關愛社會，獲得了福利企業的美譽。

集團亦關注員工的身心健康與成長。投入超過人民幣100,000元完成球場改建並鋪設地板膠，提升員工的運動環境。成立了籃球、乒乓球、羽毛球、攝影、舞蹈等55個協會，建立職工書屋，豐富員工工作之餘的興趣、文化生活。

財務回顧

1. 營業額

截至二零一五年六月三十日止六個月，本集團的營業額錄得約為人民幣142,838,000元，較截至二零一四年六月三十日止六個月約人民幣149,741,000元減少約人民幣6,903,000元或4.6%。減少主要是由於消費品市場放緩所致。

	截至六月三十日止六個月			
	二零一五年		二零一四年	
	(人民幣千元)	%	(人民幣千元)	%
銷售額				
— 梳子	37,764	26.5	49,704	33.2
— 鏡子	615	0.4	1,005	0.7
— 組合禮盒	103,719	72.6	93,802	62.6
— 其他飾品*	610	0.4	5,010	3.3
加盟費收入	130	0.1	220	0.2
	<u>142,838</u>	<u>100.0</u>	<u>149,741</u>	<u>100.0</u>

* 其它飾品包括頭飾、手飾及小型家居飾品

2. 銷售成本

截至二零一五年六月三十日止六個月，本集團的銷售成本約為人民幣49,366,000元，較截至二零一四年六月三十日止六個月約人民幣49,851,000元減少約人民幣485,000元或1.0%，銷售成本減少主要是對應於本報告期間營業額的減少及部份給材料成本單價增加抵消所致。

3. 毛利及毛利率

截至二零一五年六月三十日止六個月，本集團之毛利約為人民幣93,472,000元，較截至二零一四年六月三十日止六個月約人民幣99,890,000元減少約人民幣6,418,000元或6.4%。毛利率由二零一四年同期約66.7%下跌至二零一五年的65.4%。毛利率下跌主要是由於本集團的銷售組合調整，於報告期間配合市場變化推出多一些中檔價位的新產品以擴大年輕顧客層面，提升銷售所致。

4. 其他收益及其他收入淨額

其他收益及其他收入淨額主要包括中國增值稅退款、投資及投資物業之市值變更、銀行利息收入及租金收入。截至二零一五年六月三十日止六個月，其他收益及收入淨額約為人民幣17,810,000元，較截至二零一四年六月三十日止六個月年約人民幣16,372,000元增加約人民幣1,438,000元或8.8%，主要升幅來自投資市值變更及銀行利息收入上升所致。

5. 銷售及分銷開支

截至二零一五年六月三十日止六個月，本集團的銷售及分銷開支(主要包括廣告宣傳及市場開拓費、設計費、租金、運輸、工資及福利和差旅費)約達人民幣18,163,000元，較截至二零一四年六月三十日止六個月年約人民幣15,286,000元增加約人民幣2,877,000元或18.8%。該升幅主要來自於本報告期間推廣費用上升所致。

6. 行政開支

截至二零一五年六月三十日止六個月，本集團的行政開支約達人民幣10,216,000元，較截至二零一四年六月三十日止六個月年約人民幣14,071,000元減少約人民幣3,855,000元或27.4%。主要跌幅來自員工成本減少所致。

7. 經營溢利

截至二零一五年六月三十日止六個月，本集團的經營溢利約為人民幣79,352,000元，較截至二零一四年六月三十日止六個月約人民幣83,017,000元減少約人民幣3,665,000元或4.4%。經營溢利減少主要歸因於截至二零一五年六月三十日止六個月之毛利減少約人民幣6,418,000元和營運費用減少約人民幣226,000元部份給其他收益及其他收入淨額上升約人民幣1,438,000元抵消所致。

8. 融資成本

截至二零一五年六月三十日止六個月，融資成本約為人民幣1,620,000元，較截至二零一四年六月三十日止六個月約人民幣531,000元增加約人民幣1,089,000元。融資成本增加主要歸因於銀行貸款增加以致利息增加所致。

9. 除稅前溢利

截至二零一五年六月三十日止六個月，本集團的除稅前溢利約為人民幣77,732,000元，較截至二零一四年六月三十日止六個月約人民幣82,486,000元減少約人民幣4,754,000元或5.8%。除稅前溢利減少主要歸因於報告期間經營溢利減少約人民幣3,665,000元及融資成本增加約人民幣1,089,000元所致。

10. 所得稅開支

截至二零一五年六月三十日止六個月，本集團的所得稅開支約為人民幣14,492,000元，較截至二零一四年六月三十日止六個月約人民幣15,914,000元減少約人民幣1,422,000元或8.9%。此項減少主要歸因於報告期間除稅前溢利減少所致。

於報告期間實際稅率為 18.6% 與截至二零一四年六月三十日止六個月之 19.3% 接近。所得稅開支之詳情載於未經審核財務報告附註(7)。

11. 期間溢利

截至二零一五年六月三十日止六個月，溢利約為人民幣 63,240,000 元，較二零一四年同期約人民幣 66,572,000 元減少約人民幣 3,332,000 元或 5.0%。

12. 流動資金及資金來源

本集團主要以各項營運所得現金和各項長短期銀行借貸滿足營運資金的需求。於本報告期間，實際利率為固定利率貸款 1.7% 至 2.5%。考慮到本集團可動用長短期銀行借貸額和營運現金流，董事認為，本集團有足夠營運資金滿足目前及本報告日後至少十二個月的資金需求。

截至二零一五年六月三十日，本集團擁有的現金及銀行結餘為人民幣 311,582,000 元，主要來源於本集團營業收入以及本公司於二零零九年十二月所募集資金。

13. 現金流量

本集團的主要現金乃用作應付營運資金需求、償還到期債項利息及本金、本集團設施及業務增長及擴展提供資金。

經營活動所得現金淨額

本集團主要自銷售集團產品所得款項獲得營運現金流入。於報告期間，本集團經營活動所得現金淨額約為人民幣 67,850,000 元，較截至二零一四年六月三十日止六個月的經營活動所得結人民幣 54,620,000 元增加約人民幣 13,230,000 元，主要由於經營所得現金增加所致。

投資活動所用現金淨額

於報告期間，本集團投資活動所用現金淨額約為人民幣28,868,000元，較截至二零一四年六月三十日止六個月的投資活動所用約人民幣75,639,000元減少約人民幣46,771,000元，主要由於報告期間減少已質押銀行存款所致。

融資活動所得現金淨額

於報告期間，本集團融資活動所得現金淨額約為人民幣11,347,000元，較截至二零一四年六月三十日止六個月的融資活動所得約人民幣3,596,000元增加約人民幣7,751,000元。此項增加主要由於報告期間增加了新銀行借款所致。

14. 資本架構

債務

本集團於二零一五年六月三十日的全部借貸約為人民幣209,886,000元，全部會於一年內到期，於本報告期間，本集團向貸方續借銀行貸款時並無任何困難。

資產負債率

於二零一五年六月三十日，本集團資產負債率約為23.7% (二零一四年十二月三十一日：16.8%)，乃按總銀行借貸除以總資產剩以100%計算得出。資產負債率增加主要原因是由於銀行借貸增加所致。

資產押記

於二零一五年六月三十日，本集團向銀行抵押銀行存款資產約人民幣219,577,000元(二零一四年十二月三十一日：人民幣149,099,000元)。

資本支出

本集團的資本開支主要包括購買廠房及設備、租賃物業裝修及汽車。於報告期間與截至二零一四年六月三十日止六個月，本集團的資本支出分別為人民幣154,000元與人民幣931,000元。

匯率風險

本集團之主要業務均以人民幣及港元為功能及營運貨幣。本集團承受由人民幣和港元而產生的外匯風險。本集團對其他匯率變動並無重大之風險。

15. 或有負債、法律訴訟及潛在訴訟

截至二零一五年六月三十日止，本集團並無任何重大或有負債、法律訴訟或潛在訴訟。

16. 重大收購和出售

截至二零一五年六月三十日止六個月，本集團並沒有任何重大收購及出售。

17. 持續經營

根據現行財務狀況和可動用的融資，本集團在可見未來有足夠財務資源繼續經營。因此，在編製財務報告時已採用持續經營基準編製。

未來展望

於二零一五年下半年，集團對中國零售及高檔木製品市場發展及對未來長遠及短線的發展策略，在集團層面上，以開放式設計作為載體，提升品牌個性和品牌知名度；加強線下市場拓展力度，與線上營銷並進，積極開拓海外市場。在管理層面上，會加強對加盟門店的培訓、銷售指導，提升門店的銷售業績。在產品線層面上，推出適合年輕人消費的產品，吸引消費者，提高店面客流量；同時，符合目前國內「厲行節約」的消費趨勢。

線下營銷

集團會加快渠道的轉變，加快城市綜合體和交通口岸的新店進駐；重視顧客的現場體驗和售後服務。下半年中國的開店計劃是80家，主要以廣東和江浙區域為主。二零一五年下半年香港地區有兩家直營店開設，分別位於港鐵香港站及尖沙咀 The One 商場，開業時間預計為二零一五年九月及十二月。海外市場方面將與瑞士，韓

國簽訂國家代理協議，預期在二零一五年下半年韓國將會有1家旗艦店開業，瑞士會有專櫃開設。二零一五年下半年主要以東南亞市場考察及拓展為主；八月進行台灣地區考察及意向投資者溝通；九月參加印度孟買禮品展，拓展南亞市場渠道。

線上營銷

集團會持續深化產品情感思路，提升品牌文化、產品差異化在行業中的優勢，做小而美、專而精。確定並突顯品牌在行業中的標杆地位。按照線上平台的營銷節奏，抓住情感主線，以互動的形式開展營銷推廣。持續使用平台營銷工具直通車、鑽石展位和京東商務艙進行推廣。

集團會結合現有平台節點，開通並做好無線端店鋪及自有商城建設。觀察電商行業動向，搶先入駐新生潛力平台。分析競爭對手平台情況，結合集團整體發展策略進行入駐。

集團會深度挖掘每次營銷活動的痛點，引起消費者情感共鳴，提高營銷活動的認知度和參與度。自我創新新的營銷活動方式和推廣方式，並爭取更多的資源做拓展。通過提升店鋪形象，進一步提高店鋪轉化率，降低客服諮詢量，提高服務質量，進而提升品牌影響力和銷量。集團還會優化現有推廣平台的投放。

提升營運效率的措施

集團會嚴格按「拜訪七步驟」拜訪專賣店，強化過程管理。加強綜合購物中心的拜訪頻次，細化商圈調查，完善商圈規劃，加快拓展速度，並確保社區推廣和高校推廣的執行。

集團會重點加強渠道數據、資料和戰略合作的管理，協助市場人員跟進重點連鎖商業地產項目。尋找加盟推廣的優質平台，引入更多的新的加盟商。

在培訓方面，集團會通過定期的內部培訓、演練和考核，強化拜訪七步驟、盤點制度和產品維修。計劃、組織和協調各區域的集中培訓，並組織新加盟商培訓，每年2次。持續考試系統，定期考核，每年4次。在宣傳方面，集團會統籌年度促銷推廣常規計劃，思路清晰，節點明確，執行高效。組織和協調各區域重點城市的社區推廣和高校推廣。

在裝修設計方面，集團會重點推出店鋪新形象，實現裝修模塊化。對海外展會的設計、運輸和裝修的全程實施。在產品方面，會關注產品品類和品項的變化，及時提出合理建議，提升專賣店銷量。優化新品上市流程，為市場提供更多的明星產品。持續關鍵數據的存檔和管理，為銷售分析提供有力的數據支持。在售後服務方面，有專人會於24小時內解決顧客、專賣店的疑惑和投訴問題。持續「顧客滿意度調查」和「加盟商滿意度調查」，為加強專賣店服務提供依據。

研發方向

集團作為木梳專業品牌，竭力使產品「工藝品日用化，日用品工藝化」，用時尚設計、天然材質、精美工藝服務現代消費者。二零一五年下半年，梳子仍然是公司的主流產品，產品傾向更年輕化，更多開發木材與其他材質的結合，包裝也會有逐步更換。繼續補充新銳設計師，更多的為年輕化產品做準備。在新裝修的句容總部辦公樓成立江蘇小型打樣中心(手工館)，提高工作效率、縮短研發週期、提升設計師動手實踐能力，並與外協團隊繼續合作，使設計視野更寬泛。

生產協調

在產能提升及擴大生產線進展的策略上，產能提升主要通過設備技術開發，提高人工作業效率來實現，不再實行簡單擴大再生產的方式來提高產能。不採取擴大生產線的方式來提高產能，而是要通過工藝設備技術開發，優化整合生產流程。在新工藝發展思路上，將按照工廠既定的工廠存在的價值和創新措施，按照外部學習引進、內部改變創新的模式，實施新工藝技術開發，提升公司競爭能力。

人才戰略及培養計劃

集團倡導「勞動」的本質，加大團隊的素質培養和技能訓練，管理層面建立有序的梯隊，執行層面定員定崗，好的待遇留住好的技師，以請進來與走出去、自訓等方法加強人才培養工作，與大學建立合作關係，不斷引進年輕的新進人才。總之，以培養適合譚木匠的人才為基礎，我們仍然不追求好學校高學歷，而是在人生觀、價值觀是否與公司相符，是否認同並踐行「誠實、勞動、快樂」的理念，這樣進來的員工，成長性也是不會差的。

二零一五年下半年品牌推廣的工作思路

二零一五年下半年，仍將貫徹「以情動人」、「關注設計、關注創意」的品牌推廣路線。計劃舉辦第三屆「給媽媽梳頭」公益活動；「設計作品有獎徵集活動」將持續進行，下半年也會加大推廣力度；譚木匠公司與南京藝術學院已經簽訂長期合作協議，如何在高校學術群體中進行品牌推廣，也將成為我們品牌推廣的重要方向。

集團官網推出的「設計作品有獎徵集活動」，是今年集團創新一大亮點。原出發點是為在家裡的80及90後設計愛好者提供一個在家裡可以實現價值的平台，雖然才剛開始，參與的作品不夠理想，但集團設立的3個1萬元月月開獎、月月兌現、並在全年增設3個10萬元大獎的承諾，加上集團的好口碑，相信這將是一件既有社會價值、公司價值、個人價值，也很有趣味的事，一定在其中有好的創意產生，也一定會非專業人士找到實現理想的機會。

人力資源及培訓

於二零一五年六月三十日，本集團在中國內地、香港和海外地區合共聘用909名員工，於本報告期間人力總成本約為人民幣20,779,000元(二零一四年：約人民幣24,625,000元)。

除了一直致力為殘疾人士提供就業機會，本集團亦十分重視員工的自我增值。集團透過不同的主題展覽、工作坊、專題講座和員工培訓，提升員工的工作技能、營銷策略、技巧和方法、並加深對集團的歸屬感。於報告期間，集團通過為員工提供不同的在職培訓，通過當面授課、考試等多種培訓形式，訓練員工的團隊精神、職業禮儀、生產管理、會計實務等多個範疇，鞏固並真正實踐譚木匠的企業文化。

其他資料

資本承擔

於二零一五年六月三十日，本集團之資本承擔約為零(二零一四年十二月三十一日：零)。

公眾持股量

根據公開可得資料及就本公司董事所知，於報告期間至本公告日期，本公司最少25%的已發行股本由公眾股東持有。

股息

根據本公司股東於二零一五年五月二十七日通過的決議，本公司向全體股東宣派截至二零一四年十二月三十一日的經審核可分派溢利合共約港幣80,700,000元(相當於約人民幣64,425,000元)。該股息已於二零一五年六月二十六日以本公司內部現金全數支付。

董事會並無提議派發截至二零一五年六月三十日止六個月期間的中期股息(二零一四年：零)。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於報告期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

本公司首次公開發售所得款項淨額的用途

本公司於二零零九年十二月二十九日於聯交所上市發行新股所得之款項經扣除相關發行費用後，約為132,900,000港元(相當於約人民幣116,800,000元)。截至二零一五年六月三十日止，本集團已動用所得款項淨額中約人民幣45,700,000元，其中約人民幣17,000,000元已經用於提高本集團的設計及產品開發能力以及提升經營效率、約人民幣16,500,000元用於提升銷售網絡及銷售支援服務以及興建生產設備及約人民幣12,200,000元用作營運資金，而剩餘所得款項淨額已存於銀行。

因受到市場環境及集團業務策略的改變，本集團已停止高檔家居飾品店及時尚工藝品商店的業務發展計劃。董事會現正研究市場和其他可行的業務發展及商機，希望可以為股東帶來更佳的投资回報。

企業管治常規

董事會致力堅守於聯交所證券上市規則(「上市規則」)附錄十四所載的企業管治守則(「企業管治守則」)載列的企業管治原則，並採納多項措施以加強內部監控系統、董事的持續專業培訓及本公司其他常規範疇。董事會在努力保持高標準企業管治的同時，亦致力為其股東創造價值及爭取最大回報。董事會將繼續參照本地及國際標準檢討及提高企業管治常規的質量。

於本報告期間，本公司一直遵守企業管治守則內所有適用之守則條文，惟與企業管治守則內條文A.2.1有所偏離者除外。

根據企業管治守則之守則條文第A.2.1條，主席與行政總裁的角色應予以區分，不應由一人同時兼任。現時，譚傳華先生為董事局主席兼任行政總裁。董事局認為，讓譚先生同時擔任兩個職務可為本集團提供強大而貫徹之領導，並可於規劃及落實長遠業務策略時更有效益。董事局亦認為，鑒於董事局之成員包括強大而獨立的非執行董事在內，故此架構不會損害董事局及管理層於本集團業務權力及權限之平衡。董事局認為，上文描述之架構對本公司及其整體業務營運有利。

證券交易之標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載之上市公司董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）作為其本身監管董事進行證券交易之守則。每位董事經已確認彼於截至二零一五年六月三十日止六個月一直遵守標準守則。本公司亦已就有關僱員採納條款不會較標準守則寬鬆之書面指引。高級管理層因其在本公司所擔任之職務而可能擁有未公佈之內幕資料，彼等已應要求遵守標準守則及本公司有關董事進行證券交易之操守準則之有關規定。在報告期間，根據本公司所知，並無出現有關僱員違反僱員書面指引之情況。

審核委員會

本公司於二零零九年十一月十七日成立審核委員會，並已以書面列明其職權範圍（已按照企業管治守則現行條文不時予以修訂）。審核委員會的主要職責（除其他事項外）是：提供一個獨立的審查和監督財務報告，並審查本集團的內部控制的有效性以及確保外聘核數師為獨立的且審計過程中是有效的。審計委員會審查本集團所實行的會計原則及政策、審計功能，內部控制，風險管理及財務報告的有關所有事項。審核委員會亦作為董事會和外聘核數師之間溝通的渠道。

審核委員會現時由三名獨立非執行董事組成，分別為余明陽先生、黃佐安女士及周錦榮先生。周先生為審核委員會之主席，彼具備上市規則規定之認可會計專業資格。

審核委員會已與本集團管理層審閱本公司截至二零一五年六月三十日止六個月的未經審核簡明綜合中期財務資料，並同意本公司所採納的會計處理方法。

信息披露

本公司將於適當時候將截至二零一五年六月三十日止六個月之中期報告寄發至本公司股東並將於聯交所網站 (<http://www.hkexnews.hk>) 及本公司網站 (<http://www.ctans.com>) 登載。

承董事會命
譚木匠控股有限公司
主席
譚傳華

香港，二零一五年八月二十八日

於本公告日期，董事會包括三位執行董事，即譚傳華先生，耿長生先生和譚棣夫先生；兩位非執行董事，即譚操先生和劉暢先生；以及三位獨立非執行董事，即余明陽先生，黃佐安女士和周錦榮先生。

* 僅供識別