



经济及社会理事会

Distr.
LIMITEDE/ICEF/1997/AB/L.9
14 March 1997
CHINESE
ORIGINAL: ENGLISH

联合国儿童基金会
执行局
1997年年会
1997年6月2日至6日
临时议程* 项目10(b)

供参考

贺卡及有关业务

截至1996年4月30日终了年度财务报告和帐目

摘 要

本报告载有1996年4月30日终了年度儿童基金会贺卡及有关业务(贺卡业务)的结果。

报表一分别记录并列出货卡业务两项创收活动的帐目。

销售儿童基金会贺卡及其他产品业务收入净额为7 660万美元,占收入毛额的46%,比1994年增加1 260万美元(19.6%)。1995年售出1.58亿张贺卡,同1994年一样。不过收入毛额增加了1 290万美元(8.4%),1994年为1.536亿美元,1995年为1.665亿美元。

私营部门筹款活动的业务收入净额为9 320万美元,比1994年增加1 420万美元(18%)。由于私营部门筹款活动业务收入净额的增加,扣除市场发展方案的其他费用220万美元,集资发展方案的费用700万美元,展品费用20万美元以及中欧和东欧各国全国委员会发展方案的费用130万美元,1995年贺卡业务总收入净额达到创纪录的1.591亿美元,比1994年增加2 460万美元,增加了18.3%。

经过不利的汇率调整(320万美元)并经过前几年的调整(460万美元)之后,1995年贺卡业务总收入净额为1.513亿美元,比1994年增加730万美元(5.0%)。此外,私营部门筹款活动筹集的1.036亿美元(1994年为1.18亿美元)由合作伙伴指定拨给补充资金资助的项目。

附件一载有1991至1995年五年期间销售贺卡及其他产品的国别业绩报告,以及对1995年的详细分析。附件二逐国分析了私营部门筹款活动净收入的情况。

* E/ICEF/1997/13.

目 录

	<u>段 次</u>	<u>页 次</u>
前言		3
1996年4月30日终了年度财务报告	1 - 49	4
A. 结果概览	1 - 5	4
B. 1996年4月30日终了年度财务报表	6	4
报表一. 1996年4月30日终了年度收入支出表		5
报表二. 1996年4月30日的资产、负债和盈余表		6
报表三. 与核定预算比较的1996年4月30日终了 年度实际结果表		7
C. 财务报表的说明	7 - 49	9

附 件

一、销售贺卡及其他产品的国别执行情况报告	22
表1. 1995年与1994年相比较、按地区和主要市场分列的 贺卡销售量和所有产品的总收益	33
表2. 国别执行情况报告,1991至1995年	38
二、私营部门筹款的净收益--1995年与1994年相比较	42

前 言

我欣喜地报告,1995年贺卡及有关业务(贺卡业务)为儿童基金会一般资源提供创纪录的净收入1.513亿美元,贺卡销售量达1.58亿张卡。

这一成功要归功于全世界几十万人的工作。我们感谢儿童基金会各全国委员会和其他合作团体,它们的工作人员和志愿人员销售了儿童基金会贺卡和其他产品;感谢免费提供作品供设计贺卡之用的成百上千的艺术家、博物馆和艺术品收藏家。我们还要感谢千百万购买儿童基金会贺卡及其他产品的个人和一年中为儿童基金会这一事业贡献时间和金钱的个人。同样重要的是,由于儿童基金会各全国委员会和儿童基金会外地办事处成功地开展了筹款活动、由于全世界几百万人提供了个人捐款作为回应,上述成就才有可能实现。

执行主任

卡罗尔·贝拉米(签名)

1996年4月30日终了年度财务报告

A. 结果概览

1. 贺卡业务活动为儿童基金会一般资源提供总收入净额 1.513 亿美元。与1994年的1.44亿美元相比,增加了730万美元(5.0%)。为儿童基金会一般资源收入提供的1.513亿美元款额的构成是: 销售儿童基金会贺卡和其他产品的业务收入净额7 660万美元;私营部门筹款活动业务收入净额9 320万美元;及其他费用和调整数。其他费用和调整数包括市场发展方案的支出(220万美元)、集资发展方案的支出(700万美元)、中欧和东欧各国全国委员会发展方案的支出(130万美元)、展品(20万美元)、不利汇率调整数(320万美元)和以往各年调整数(460万美元)。

2. 1995年共销售贺卡1.58亿张,同1994年一样。虽然销售量不变收入总额则由1994年的1.536亿美元增加到1995年的1.665亿美元。

3. 1995年销售贺卡及其他产品的业务收入净额为7 660万美元(占收入总额的46%),比1994年增加1 260万美元(19.6%)。

4. 1995年与一般资源有关的私营部门筹款活动的业务收入净额为9 320万美元,增加了1 420万美元(18%)。此外,私营部门筹款活动筹集的1.036亿美元(1994年为1.18亿美元)由合作伙伴指定拨给补充资金资助的项目。

5. 财务报表的说明(见下文第7至49段)和附件一表2列出的出售儿童基金会贺卡及其他产品的国别业绩五年概览(1991—1995年)提供了更详细的说明。

B. 1996年4月30日终了年度财务报表

6. 下列三份财务报表均附有财务报表的说明,包括应视为财务报告组成部分的重要会计政策摘要(第8-16段)。按照执行局要求(E/ICEF/1995/9/Rev.1,第1995/20号决定,在1997年贺卡业务工作计划和概算(见E/ICEF/1997/AB/L.8,表1)中按创收活动列出的1996年4月30日终了年度的收入和支出报表。

报表一
1996年4月30日终了年度收入支出表
(千美元)

	说明	1995年度 1995年5月1日- 1996年4月30日		1994年度a 1994年5月1日- 1995年4月30日		变动 增/(减)	
			%		%		%
收入总额—贺卡业务产品	3	166 467	100.0	153 618	100.0	12 849	8.4
减:留款/佣金和外地办事处 直接费用	4	42 073	25.3	38 922	25.3	3 151	8.1
收入净额		124 394	74.7	114 696	74.7	9 698	8.5
减:交付货物成本	5	32 655	19.6	34 424	22.4	(1 769)	(5.1)
减:业务费用	6	91 739	55.1	80 272	52.3	11 467	14.3
坏帐备付款	7	22 966	13.8	22 609	14.7	357	1.6
		547	0.3	1 344	0.9	(797)	(59.3)
加:其他收入	8	68 226	41.0	56 319	36.7	11 907	21.1
		8 321	5.0	7 675	5.0	646	8.4
业务收入净额—贺卡业务产品	9	76 547	46.0	63.994	41.7	12 553	19.6
业务收入净额—私营部门筹款a	10	93 173		78 933		14 240	18.0
减:其他费用							
市场发展方案	11	2 199		2 326		(127)	(5.5)
集资发展方案	12	6 978		4 847		2 131	44.0
展品	13	158		57		101	177.2
中欧和东欧各国全国委员会 发展方案	14	1 278		1 152		126	10.9
业务收入净额—共计	15	159 107		134 545		24 562	18.3
减:汇率调整数	16	3 233		(10 138)		13 371	131.9
以往各年度调整数	17	4 562		641		3 921	611.7
收入净额—共计	18	151 312		144 042		7 270	5.0

出售贺卡数(百万)	158	158	0	0.0
-----------	-----	-----	---	-----

所附说明是本报表的构成部分,应与本报表一起阅读。

* 不包括拨给补充资金的1.036亿美元,1994年此数为1.18亿美元(见第30段)。参见儿童基金会财务报告。

财务司长, 埃伦·亚费
(签名)

执行主任, 卡罗尔·贝拉米
(签名)

报表二

1996年4月30日的资产、负债和盈余表

(千美元)

说明	截至		增/(减)	
	1996年4月30日	1995年4月30日		
资产				
现金	19	1 718	1 004	714
应收帐款	20	210 175	194 651	15 524
减: 汇率波动和坏帐备付款		<u>21 375</u>	<u>20 461</u>	<u>914</u>
应收帐款净额	21	188 800	174 190	14 610
存货	22	21 853	21 097	756
预付费用	23	253	283	(30)
资本资产、减累计折旧	24	<u>1 950</u>	<u>1 300</u>	<u>650</u>
资产共计		214 574	197 874	16 700
负债		=====	=====	=====
应付帐款	25	8 270	8 571	(301)
办事处间往来帐户	26	<u>54 992</u>	<u>45 261</u>	<u>9 731</u>
负债共计		63 262	53 832	9 430
资金盈余	27	<u>151 312</u>	<u>144 042</u>	<u>7 270</u>
负债及资金盈余共计		214 574	197 874	16 700
		=====	=====	=====

财务司长, 埃伦·亚费

(签名)

执行主任, 卡罗尔·贝拉米

(签名)

报表三
与核定预算比较的1996年4月30日终了年度实际结果表
(百万美元)

	实际	核定预算 ^a	变动增(减)	
			\$	%
<u>收入</u>				
收入总额--贺卡业务产品	166.5	160.0	6.5	4.1
减：全国委员会留款和外地办事处付的佣金	37.3	35.4	1.9	5.4
收入净额	129.2	124.6	4.6	3.7
加：其它收入	8.3	8.5	(0.2)	(2.4)
收入净额共计--贺卡业务产品	137.5	133.1	4.4	3.3
收入净额--私营部门筹款	100.7	110.0	(9.3)	(8.5)
收入共计	238.2	243.1	(4.9)	(2.0)
<u>支出</u>				
主任办公室	0.9	0.9	0.0	0.0
产品线和销售	46.8	49.5	(2.7)	(5.5)
市场发展方案	2.2	5.0	(2.8)	(56.0)
私营部门筹款	7.6	9.5	(1.9)	(20.0)
集资发展方案	7.0	8.0	(1.0)	(12.5)
营业和财务	12.5	14.7	(2.2)	(15.0)

表三(续)

	实际	核定预算 ^a	变动增(减)	
			\$	%
展品	0.2	0.1	0.1	100.0
办公室迁移费 ^b	-	1.8	(1.8)	(100.0)
儿童基金会行政费用中贺卡业务份额	0.2	0.2	-	-
中欧和东欧各国全国委员会发展方案	1.3	1.6	(0.3)	(18.8)
支出共计	78.7	91.3	(12.6)	(13.8)
调整前收入净额共计	159.5	151.8	7.7	5.1
<u>调整</u>				
呆帐备付款	0.5	-	0.5	-
汇率调整数	3.2	-	3.2	-
以往各年调整数	4.5	-	4.5	-
调整后收入净额共计一般资源	151.3	151.8	(0.5)	(0.3)
加: 补充资金-私营部门筹款	103.6	102.0	1.6	1.6
收益净额共计- 一般资源和补充资金	254.9	253.8	1.1	0.4

^a 按照执行局第1995/20号决定第2段, 这些数额反映高预测预算。

^b 按照贺卡业务会计政策(见说明2, 第14段), 日内瓦办公室迁移费为80万美元已当作资本。

C. 财务报表的说明

说明1. 目标和活动

7. 贺卡业务协同儿童基金会全国委员会、外地办事处和其他机构为儿童筹款,从而使人们认识到儿童基金会的活动并让他们有机会参与儿童基金会的活动。

说明2. 重要会计政策概述

8. 帐目是按照《联合国儿童基金会财务条例和细则》和《联合国儿童基金会财务条例和细则贺卡业务特别补编》保持的。

9. 贺卡业务的会计期间(财政年度)是5月1日至4月30日。贺卡业务的帐目于12月31日并入儿童基金会帐目。统一的年终结帐程序实际上是将贺卡业务帐目并入儿童基金会财务报表。

10. 记帐单位为美元。其他货币的美元等值根据交易日联合国业务汇率确定。

11. 向各全国委员会和其他合作者的交货以每次交货日按联合国汇率折合美元的当地货币记帐。合作者以当地货币报告的贺卡业务总收益按交货所用汇率计算所产生的平均汇率以美元记帐。实际现金收入接收到汇率时实行的联合国汇率以美元记帐。

12. 为会计目的,以美元以外的其他货币计算的资产和负债都定期根据现行联合国汇率确定价值。由于该汇率波动而造成的任何价差都记为收入或损失,列入收支报表中重新定值资产和负债(汇率调整)项下。对4月30日应收的非美元未清帐款可以设立10%的备付款,以弥补汇率浮动。此外,对被认为收回有问题的应收帐款还可设立备付款。这些备付款作为应收帐款的扣除额列在资产和负债表中。

13. 原料、在制产品、供下次推销活动用的制成品和在运品等的存货都根据标准成本确定价值。贺卡业务的政策是减记第一个销售活动年年底未售出的贺卡和注明日期的产品以及第二个销售活动年年底的所有产品。减记和转入下年度的产品按

其增加成本定值。本销售活动年生产但与未来的活动年有关的所有宣传和促销材料按标准成本列出并包括在存货中。

14. 成本在10万美元或10万美元以上的资本资产要当作资本并按估计使用期折旧。

15. 负债按公认的会计标准计入贺卡业务帐目,并一贯遵循适当的结帐程序。

16. 从私营部门筹资活动中得到的收入和有关开支分别记入贺卡业务帐目。

报表一

说明3. 总收益--贺卡业务产品

17. 本表表明该年间销售的所有贺卡业务产品的总销售值。与1994年实际销售额比较,按主要产品类型分列的销售情况如下:

	(百万美元)			
	1995 年	1994 年	变动	
			\$	%
贺卡	139.8	126.0	13.8	11.0
日历	7.1	4.2	2.9	69.0
文具	5.6	8.2	(2.6)	31.7
教育材料	6.8	8.2	(1.4)	(17.1)
其他产品	7.2	7.0	0.2	2.9
共计	166.5	153.6	12.9	8.4
	=====	=====	=====	=====

18. 总收益达1.665亿美元,比1994年增加1 290万美元(8.4%)。总收益增加是由于售价提高、外汇兑换率的可利影响和产品混合比例。

19. 与1994年比较,1995年按销售渠道分列的总收益情况如下:

	(百万美元)		变动	
	1995年	1994年	\$	%
各全国委员会和其他销售合作者	146.8	133.7	13.1	9.8
儿童基金会外地办事处	19.7	19.9	(0.2)	(1.0)
共计	166.5	153.6	12.9	8.4
	=====	=====	=====	=====

20. 附件一载有按国家对贺卡和其他产品的销售和绩效情况更详细的分析。

说明4. 留款/佣金和儿童基金会外地办事处直接费用

21. 本项目包括各国全国委员会和其他合作者保留的款额、支付给承销人的佣金和儿童基金会外地办事处直接销售支出。其金额达4 210万美元,比1994年实际数额增加320万美元(8.1%)。细目如下:

	(百万美元)		变动	
	1995年	1994年	\$	%
留款/佣金	37.3	34.7	2.6	7.5
外地办事处支出	4.8	4.2	0.6	14.3
共计	42.1	38.9	3.2	8.1
	=====	=====	=====	=====

说明5. 交付的货物的总费用

22. 交付的货物的费用包括促销材料、运费、关税和税款,其金额达3 270万美元,比1994年实际数额减少170万美元(5.1%)。交付的货物的费用减少210万美元(8.4%),运费、关税和税款则稍增10万美元(2.9%)。交付的货物的费用全面减少的原因是对给合作者的订货管制有所加强和销售预测有所改善。为支持各国全国委员会和其他销售合作者的扩大和发展,1995年的促销材料费用比1994年增加30万美元(5.1%)。详情如下:

	(百万美元)			
	<u>1995年</u>	<u>1994年</u>	<u>变动</u>	
			<u>\$</u>	<u>%</u>
交付的货物的费用	22.9	25.0	(2.1)	(8.4)
运费、关税、税款	3.6	3.5	0.1	2.9
促销材料	<u>6.2</u>	<u>5.9</u>	<u>0.3</u>	<u>5.1</u>
共计	32.7	34.4	(1.7)	(5.1)
	====	====	=====	=====

说明6. 业务费用

23. 业务费用包括产品线和销售组、营业和财务组及主任办公室的业务费用总额。1995年,虽然营业和财务组以及主任办公室业务费用减少或不变,产品线和销售组费用则增加。此项费用共达2 300万美元,比1994年的实际费用增长40万美元(1.8%)。业务费用占总收益的13.8%,比1994年的14.7%减少0.9%。应指出的是,虽然营业和财务组以及主任办公室都支助贺卡业务的产品销售和私营部门筹款活动,这些工作组的业务费用全部记在产品销售帐上。下文概述业务费用的细目:

	(百万美元)			
	1995年	1994年	变动	
			\$	%
产品线和销售	7.9	7.1	0.8	11.3
营业和财务	14.0	14.4	(0.4)	(2.8)
主任办公室	<u>1.1</u>	<u>1.1</u>	<u>0.0</u>	<u>0.0</u>
共计	23.0	22.6	0.4	1.8
	====	====	===	====

说明7. 坏帐备付款

24. 50万美元坏帐备付款由可能会无法收回的应收帐款组成。比1994年减少80万美元(59.3%)。被认为无法收回的应收帐款在坏帐备付款项下注销。尽管如此,贺卡业务仍继续努力,收回这些帐款。

说明8. 其他收入

25. 其他收入包括以下内容:

(a) 许可产品带来的收入,这包括特别方案的专利权使用费、日本电报电话公司的日本压花电报方案带来的收入及销售各国全国委员会产品和其他物品带来的收入。

(b) 捐款,即通过贺卡业务宣传册/订货产生的捐款。

(c) 杂项收入,包括银行利息、采购的折扣、出售陈旧设备及杂项收益。

26. 1995年的其他收入为830万美元,比1994年增长60万美元(8.4%)。下表比较1995年与1994年的情况。

	(百万美元)		变动	
	1995年	1994年	\$	%
许可产品	5.8	5.1	0.7	13.7
捐款	2.1	1.8	0.3	16.7
杂项收入	0.4	0.8	(0.4)	(50.0)
共计	8.3	7.7	0.6	8.4
	=====	=====	=====	=====

说明9. 净业务收入--贺卡业务产品

27. 在1995年的活动中,产品线和销售的净业务收入为7 660万美元。比1994年实际收入多1 260万美元(19.6%),1995年的净业务收入占总收益的百分比为46%。比1994年的41.7%增加4.3%、

说明10. 净业务收入--私营部门筹款

28. 1995年私营部门筹款活动为儿童基金会带来的净收益总额为1.007亿美元这一数额比1994年增长1 640万美元(19.5%)。这一增长是通过各国全国委员会和儿童基金会办事处执行的新的和扩大的私营部门筹款活动而实现的。关于各国全国委员会和儿童基金会外地办事处的净收益的详细分析,见附件二。

29. 如下表所示,1995年同一般资源有关的私营部门筹款活动的净业收入达9 320万美元,比1994年高出1 420万美元(18%)。这是扣除各国全国委员会的留款、私营部门筹款组业务费用(包括外地办事处费用)、研究与开发方面的费用后的净收入。

30. 除了同一般资源相关的私营部门筹款活动的净业务收入外,为儿童基金会补充资金资助的各项目指定拨款1.036亿美元。这一数额在本财务报告报表一中以脚注表示,并列为儿童基金会财务报告中的收入。

31. 1995年为制定新方法并试验筹款活动,在研究与开发方面支出110万美元。

这一金额比1994年的支出少40万美元(27.7%)。

净业务收入 - 私营部门筹款
(千美元)

	1995年	1994年	变动 增/(减) \$	变动 增/(减) %
<u>净收益</u>	100 711	84 292	16 419	19.5
<u>业务费用</u>				
国际专业人员	1 768	1 692	76	4.5
一般事务人员	1 026	957	69	7.2
短期人员	50	48	2	4.4
旅行、会议和联络	211	318	(107)	(33.7)
支助服务和材料	308	347	(39)	(11.3)
租金、设备、供应品和 运费	445	432	13	3.0
外地办事处费用 ^{**}	2 598	0	2 598	100.0
业务费用共计	6 406	3 794	2 612	68.8
研究与开发	1 132	1 565	(433)	(27.7)
净业务收入	93 173	78 933	14 240	18.0

^{**} 外地办事处费用预算首次编制于1995年。1994年外地办事处私营部门筹款活动通过筹款发展方案和研究与开发筹措经费,因此没有比较数字。

说明11. 市场发展方案

32. 1994年,执行局核准建立市场发展方案(E/ICEF/1994/13/Rev.1,1994/A/9号决定),目标为试验和评价产品线和销售领域内新的增加收入倡议,对1995年,执行

局核定了400万美元。通过这一方案,有关的全国委员会提出请求提供资金的申请,在每次请求提供资金时,都需提交有关项目的全面介绍并附上短期的销售和财务计划。每次申请一经核可,全国委员会将提供至少与贺卡业务处所提供的同等数额的资金,并设一单独帐户以便在计划期间直接监测该方案。在1995年期间,有15个全国委员会通过市场发展方案提出资金申请,总共得到220万美元。(关于市场发展的详细报告,见贺卡业务处1997年度工作计划和概算(E/ICEF/1997/AB/L.8)。)

说明12. 筹款发展方案

33. 为使贺卡业务能够完成其在私营部门筹款活动中的任务,执行局批准筹款发展方案,再执行多五年,为1995年拨款700美元。本方案的目的是增强各全国委员会和儿童基金会外地办事处的能力,在私营部门筹款活动中建立更广泛的支持基础(见(E/ICEF/1991/AB/L.6和E/ICEF/1991/15,第1991/35号决定)。1995年贺卡业务从筹款发展方案中为其合作者提供了700万美元。筹款发展方案是促使1995年私营部门筹款净收益空前提高的一项重要因素。(有关筹款发展方案的详细报告,见1997年度贺卡业务工作计划和概算(E/ICEF/1997/AB.L.8)。

说明13. 展品

34. 这项目包括生产展品和维持儿童基金会观光中心的费用。1995年,这些费用达20万美元,比1994年增加10万美元。

说明14. 中欧和东欧各国全国委员会发展方案

35. 1992年,执行局核准了中欧和东欧各国全国委员会发展方案(E/ICEF/1992/AB/L.6和E/ICEF/1992/14,第1992/40号决定)。最初允许该地区各国全国委员会除保留25%总收益外,保留总收益其余的75%。该75%部分打算用来交付提高认识、一般宣传、传播信息、扩大销售网和建立捐款人团体的支出。按照执行局核准的公式,从1995年开始,各国全国委员会将缴纳20%给儿童基金会,1996年加到40%,1997年到

60%，1998年和以后缴纳75%的总收入。1995年，实际支出为130万美元，比1994年多10万美元。这应直接归因于本区域产品销售收入总额较高。

说明15. 净业务收入总额

36. 贺卡业务产品销售和私营部门筹款活动产生的净业务收入总额为 1.591亿美元，比1994年增加2 460万美元(18.3%)。这是扣除非业务费用，特别是汇率调整数和前几年的调整数前的贺卡业务净业务收入。

说明16. 汇率调整数

37. 这是扣除应收未收非美元帐款10%汇率波动备付款和用1996年4月30日联合国业务汇率重估资产和负债的影响之后的汇率调整数净额。1995年的汇率调整数为损失320万美元，同1994年增益1 010万美元相比，共损失1 340万美元。

说明17. 前几年的调整数

38. 根据现行贺卡业务会计政策，有关前几年收支的非经常调整记为前几年的调整数。1995年，这一调整为增益460万美元。

说明18. 净收入总额

39. 扣除非业务费用，1995年产品销售和私营部门筹款活动产生的净收入总额创了记录，为1.153亿美元，比1994年实际数字增加7 300万美元(5.0%)。

报表二

说明19. 现金

40. 现金(1 700万美元)包括贺卡业务银行帐户余额和总部及外地办事处的小额现金。

说明20. 应收帐款

41. 应收帐款包括各国全国委员会和其他销售合作者在产品销售、私营部门筹款活动及专利权使用费和杂项应收帐款方面应交的收入。截至1996年4月30日,应收帐款总额为2.102亿美元,比1995年4月30日止余额增加1 550万美元。增长的原因是产品销售和私营部门筹款活动的收入较高。与各国全国委员会达成的协议规定,应分别在财政年度终了后六个月内支付余额。

说明21. 应收帐款净额

42. 根据贺卡业务会计政策(见上文第12段),可能会设立备付款,用来弥补被认为收回有问题的应收帐款,以及弥补汇率波动对以非美元货币持有的应收帐款的影响。1995年,汇率波动和估计无法收现的帐款的备付款总额达2 140万美元。扣除这笔备付款后,应收帐款净额达1.888亿美元。截至1996年12月31日的应收帐款净额为970万美元。

说明22. 存货

43. 存货用标准成本(原料、在制产品、制成品和在运品)来表示,1996年4月30日,其总额达2 190万美元,比截至1995年4月30日余额增加80万美元,出现增长主要是因为1996年度产品增加和提早交货。1996年4月30日的总存货构成如下:

	(百万美元)	
	<u>1996年4月30日</u>	<u>1995年4月30日</u>
原料	3.7	3.4
在制产品	1.6	2.0
制成品	11.4	11.2
在运品	<u>5.2</u>	<u>4.5</u>
共计	21.9	21.1
	====	====

说明23. 预付费

44. 此项费用指的是向供应商支付的1996年及今后年度生产贺卡业务产品和促销材料的款项。1996年4月30日时,预付费达30万美元,同截至1995年4月30日的余额一样。

说明24. 资本资产

45. 资本资产是以成本累积折旧来表示(见下文提供的截至1996年4月30日的资本资产摘要)。根据贺卡业务的会计政策,成本为10万美元或10万美元以上的资本资产要当作资本并根据其估计使用期折旧。资本资产比1995年4月30日的余额净增70万美元,这主要是因为采购生产设备(20万美元)、与贺卡业务日内瓦办事处迁移到新地点有关的租赁改善的费用(80万美元)、折旧抵减额(30万美元)。

	(百万美元)	
	<u>1996年4月30日</u>	<u>1995年4月30日</u>
生产机械	0.8	0.6
办公室设备和租赁改善	<u>2.6</u>	<u>1.8</u>
小计	3.4	2.4
累积折旧	<u>(1.4)</u>	<u>(1.1)</u>
共计	<u>2.0</u>	<u>1.3</u>
	====	====

说明25. 应付帐款

46. 1996年4月30日的应付帐款总额达830万美元,比截至1995年4月30日的余额减少30美元。应付帐款总额包括欠供应商和各国全国委员会的债款。

说明26. 儿童基金会办事处间往来帐户

47. 此项帐户表示贺卡与其它儿童基金会办事处之间交易净结果。余额包括作为周转资金给贺卡业务的预支垫款。每个财政年度贺卡业务收入也通过这一帐户转给儿童基金会。

说明27. 盈余额

48. 盈余额是每年转给儿童基金会一般资源收入的贺卡业务收入。在1996年4月30日,盈余额为1.513亿美元。

报表三

说明28. 与预算比较1995年实际结果

49. 与核定预算比较1995年贺卡业务执行情况如下:

- (a) 贺卡和其它产品销售的总收益为650万美元,比预算多4.1%;
- (b) 各国全国委员会的留款和各外地办事处付的佣金比预算多190万美元(5.4%);
- (c) 贺卡业务产品销售的净收益为460万美元,比预算多3.7%;
- (d) 其它收入为20万美元,比预算少2.4%;
- (e) 有关产品销售的净收益总额为440万美元,比预算多3.3%;
- (f) 私营部门筹款活动导致的净收益为930万美元,比预算少8.5%;
- (g) 收入总额为490万美元,比预算少2%;
- (h) 主任办公室支出符合预算;
- (i) 有关产品线和销售的支出为270万美元,比预算少5.5%;
- (j) 市场发展方案开支为280万美元,比预算少56%;
- (k) 有关私营部门筹款活动的开支为190万美元,比预算少20%;

(l) 筹款发展方案支出为100万美元,少于预算的800万美元;

(m) 与营业和财务有关的支出为220万美元,比预算少15%;

(n) 有关展览的费用比预算多10万美元;

(o) 根据贺卡业务会计政策,办公室迁移费(80万美元)当作资本,而非视为本期开支。因此,对于编入预算的180万美元,无比较数字;

(p) 行政费用的贺卡业务份额符合预算;

(q) 中欧和东欧各国全国委员会发展方案开支比预算多30万美元(18.8%);

(r) 开支总额为1 260万美元,比预算的9 130万美元少13.8%;

(s) 调整前净收入总额比预算的1.518亿美元多770万美元(5.1%);

(t) 调整后净收入总额为 1.513 亿美元,比预算的 1.518亿美元少50万美元(0.3 %);

(u) 指定拨给补充资金资助的各方案的私营部门筹款活动收益比预算多160万美元(1.6%);

(v) 最后,一般资源和补充资金的净收入总额为2.549亿美元,比预算多110万美元(0.4%)。

附件一

销售贺卡及其他产品的国别执行情况报告

1. 自1987年以来,为响应儿童基金会执行局的要求,每年编制一份展示评价各合作者关于贺卡和其他产品销售执行情况的报告,报告如下:

(a) 下列表1显示1995年与1994年相比较,按销售地区和主要销售国家编列的关于所有产品的总收益和售出的贺卡数目。该表表明按人均执行情况表示的、表明1995与1994年相比较每1 000人的总收益和售出贺卡数的每个主要市场的等级;

(b) 下列表2表明了1991-1995年期的国别执行情况。

2. 为了测定国别执行情况,贺卡业务经与有关合作者,儿童基金会各国全国委员会、外地办事处和承销人讨论确定了8个指示数字。这些指示数字反映了贺卡销售合作关系的共同责任领域,其中包括预测、订购、销售、定价和促销材料费用,从而产生了“向儿童基金会缴款”这一关键指示数字。

1991-1995年执行情况概述

3. 表2反映了按国别编列的五年期执行情况。该情况可以按国别、按区域和按全球进行概述。全球执行情况表现出下列趋势:

(a) 执行情况指示数字1. 贺卡销售量(以百万张计)。全球销售量从1991年的1.515亿张增至1995年的1.584亿张;

(b) 执行情况指示数字2. 总收益(以百万美元计)。总收益从1991年的1.333亿美元持续增至1995年的1.664亿美元,增长24.8%;

(c) 执行情况指示数字3. 其他收入(以百万美元计),来自如许可产品或合作者生产的产品这类特别方案。其他收入从1991年的530万美元增至1995年的800万美元,增长50.9%;

(d) 执行情况指示数字4. 佣金/外地办事处费用(各国全国委员会和其他合作

者保留的款额、向承销人支付的佣金和外地办事处的直接费用占总收益的百分比)。1995年的佣金/外地办事处费用为25%。自1991年以来,贺卡业务合作者每年共计实现25%的佣金/外地办事处费用;

(e) 执行情况指示数字5. 定价是作为贺卡业务每年为“A式”(标准型)卡确定的基价百分比表示的。星号(*)表示价格水平达到或超过贺卡业务基价的国家。从1991至1995年定价一直在不断调整,在欧洲、北美洲和太平洋地区的大多数国家、基价都在上涨;

(f) 执行情况指示数字6. 分配超过销售(超过标准的百分比)表示百分比超过为承销合作关系确定的分配比率(标准=0)。由于预测、定货、分配方面有所改善,过量分配(分配超过销售)从1991年的11%降至1995年的10%;

(g) 执行情况指示数字7. 促销材料费用(占总收益的百分比)系贺卡业务向其合作者免费提供的促销材料的印制直接费用。与1991年相比,1995年促销材料的开支占总收益比例从3%稍增至4%;

(h) 执行情况指示数字8. 向儿童基金会缴款(占总收益的百分比)表示销售收入加上其他收入、减去佣金、外地办事处费用、交货费用和促销材料费用得出的结果。交货费用受到合作者预测和订货准确性以及贺卡业务采购、生产和实物分配的效率的影响。1995年向儿童基金会的总缴款保持在1991年的水平,仍为60%,主要原因是销售量增长缓慢和美元升值。

1995年全球评估

4. 这8个执行情况指示数字不仅可作为测定各个国家执行情况的手段,而且提供在全球评估贺卡业务与各国全国委员会和其他合作者的合作执行情况的手段。

5. 1995年国别分析中总共列入了42个国家(按区域列出的主要市场)和4个国家集团,8个执行情况指示数字表明了以下表示的结果。(为方便起见,下列段落中提到的国家包括4个国家集团)。

销售量(执行情况指示数字1)

6. 该指示数字除了提供一种测定可能收入的量度外,也是测定儿童基金会在世界市场上的“可见度”或存在的唯一指示数字。因此,它作为一个质量和数量指示数字都很有价值。

7. 1995年,16个国家表明销售量增加了,16个国家表明销售量减少了,14个国家保持1994年销售量水平。总的说来,贺卡售量从1994年的1.579亿张稍增至1995年的1.584亿张。

总收益(执行情况指示数字2)

8. 尽管美元坚挺,1994年和1995年间,儿童基金会贺卡业务产品在28个国家的销售总收益增加了,5个国家维持大约与1994年同样水平的收益,12个国家显示出减少。总的说来,总收益从1994年的1.536亿美元增至1995年的1.664亿美元(增长8.3%)。

其他收入(执行情况指示数字3)

9. 从许可产品、专利权使用费得到的收入和从全国委员会的产品得到的收入,在3个国家增加了,5个国家减少了,其余国家保持了原水平。

佣金/外地办事处费用(执行情况指示数字4)

10. 总的说来,1995年,各国全国委员会保留的款额、外地的费用和支付给合作者的佣金的百分比保持在25%。总共有31个国家处于或低于25%的水平,15个国家高于25%。

定价(执行情况指示数字5)

11. 1995年,19个国家处于或高于基价,25个国家仍低于基价。

12. 在通货膨胀率高的国家,定期价格调整的制度有助于抵销通货膨胀的负作用。

分配/销售比率(执行情况指示数字6)

13. “分配的贺卡”超过“售出的贺卡”的比率从1994年的17%剧减至1995年的10%。这是因为合作者和贺卡业务一起加强预测、定货、分配工作。19个国家达到或维持了一个标准的有利比率,12个国家减少了比率,15个国家增加或维持不利比率。

促销材料费用(执行情况指示数字7)

14. 总的说来,1995年的促销材料费用从1994年占总产值的3%增至4%。1995年,15个国家的费用增加了,11个国家减少了,20个国家大致保持原样。

向儿童基金会的缴款(执行情况指示数字8)

15. 1995年的总缴款(占总收益的60%)增加(1994年占57%)。

16. 27个国家向儿童基金会的缴款增加了。17个国家的缴款减少了,2个国家的缴款保持未变。在按地区进行的分析中,可以看到,除拉丁美洲、非洲、中东区域之外,其它区域在分配方面有所增长,从占总收益的2%增至6%。

1996-1997年区域评估

第一区 - 北美洲

17. 本区域继续保持总收益向上的趋势,主要得助于定价政策。总收益的这种增加,加上分配与销售比率大为改善(从59%到32%)、宣传材料费保持在总收益的7%、其它收入保持在40万美元,使得向儿童基金会的缴款从1994年的44%增加到1995年的50%。尽管由于儿童基金会加拿大委员会保留款项的增加,保留率从25%增加到

26%，向儿童基金会的缴款还是增加了。

18. 在美国，1995年贺卡销售和总收益继续增加。这种改善主要由于由市场发展方案资助的直接邮寄方案很成功。总收益的增加，加上分配与销售比率大为下降（从76%到36%），导致向儿童基金会的缴款有可观的增加，从1991年的35%增加到1995年的51%。

19. 在加拿大，儿童基金会加拿大委员会的业绩已经受到该国经济复苏缓慢和消费者使用贺卡程度下降的负面影响。这些因素导致了贺卡销售量减少（从1994年的490万张到1995年的450万张）和总收益的减少（从1994年的420万美元到1995年的400万美元）。不过由于分配与销售比率的改善（从28%到23%），它向儿童基金会的缴款则从46%增加到50%。

第二区 - 拉丁美洲

20. 本区域在贺卡销售量（从1991年的990万张增加到1995年的1 160万张）和总收益（从1991年的690万美元增加到1995年的1 080万美元）方面均出现增长趋势。不过，这种有利的趋势受到佣金百分比增加和外地办事处费用提高（从1991年的32%到1995年的41%）的不利影响，导致本区域向儿童基金会的缴款从1991年的47%减少到1995年的40%。

21. 在阿根廷，总收益和贺卡销售量继续增加，分别从1991年的50万美元增加到1995年的70万美元，以及从1991年的70万张增加到1995年的90万张。不过，不利的分配占销售比率和佣金、外地办事处费用的增加（从1991年的25%到1995年的62%），导致向儿童基金会的缴款从1991年的54%减少到1995年的只有13%。

22. 巴西保持其在该区域贺卡销售量最高的地位，1995年销售量为510万张和总收益为490万美元。不过，由于所有部门的零售缓慢下来，贺卡销售量从1994年的560万张减少到1995年的510万张，总收益从1994年的510万美元减少到1995年的490万美元。这种不利的减少，加上其它收入降低（20万美元），佣金、外地办事处费用、促销材料增加，使得向儿童基金会的缴款从1994年的64%大幅度减少到1995年的51%。

23. 在哥伦比亚,贺卡销售量和总收益分别从1991年的120万张增加到1995年的160万张,从1991年的70万美元增加到1995年的130万美元。此外,分配与销售比率保持在标准的水平,佣金和外地办事处费用从1991年的36%减少到1995年的33%。所有这些有利的因素使得向儿童基金会的缴款从1991年的35%大幅度增加到1995年的47%。

24. 在墨西哥,虽然1995年分配与销售比率有所改善,但是,并不足以扭转向儿童基金会的缴款继续减少的趋势,缴款进一步从1994年的23%减少到1995年的5%。这种缴款减少可能由于佣金增加和外地办事处费用提高(从1994年的41%提高到1995年的67%),以及由于总收益的减少(从1994年的90万美元减少到1995年的70美元)。

第三区 - 亚洲

25. 1991年至1995年期间,关于向儿童基金会的缴款占总收益的百分比,本区域是6个区域中最高的(1991年为91%,1995年为96%)。本区域在下列方面出现了增长趋势:贺卡销售量(从1991年的880万张到1995年的1 040万张),总收益(从1991年的630万美元增加到1995年的1 220万美元,几乎增加了一倍),其它收入(从1991年的220万美元增加到1995年的420万美元)。此外,本区域减少了佣金和外地办事处费用(占总收益的百分比),从1991年的30%到1995年的24%。

26. 在香港,贺卡销售量和总收益分别稍为减少(从1994年的90万张到1995年的70万张,1994年的60万美元到1995年的50万美元)。尽管总收益下降,但是,向儿童基金会的缴款则从1994年占总收益的63%增加到1995年的68%。

27. 在印度尼西亚,贺卡销售量从1994年的80万张增加到1995年的90万张,总收益从1994年的40万美元增加到1995年的50万美元。总收益的增加,加上佣金和外地办事处费用的减少(34%到25%),使得向儿童基金会的缴款从1994年的40%增加到1995年的56%。

28. 日本仍然是本区域贺卡销售量和总收益方面最高的销售者,分别从1991年的610万张增加到1995年的640万张,从1991年的750万美元增加到1995年的880万美

元。增加的原因是明信片和非卡产品销售量提高。总收益的增加,其它收入的增加(从1994年的300万美元到1995年的390万美元),加上有利的分配与销售比率,使得日本增加向儿童基金会的缴款,从占总收益的104%到109%,成为所有合作者中最高的。

29. 菲律宾在下列方面继续出现上升趋势:贺卡销售量(从1994年的60万张到1995年的70万张),总收益(从1994年的40万美元到1995年的50万美元)。不过,佣金的增加和外地办事处费用的增加(从1994年的17%到1995年28%)使得向儿童基金会的缴款从1994年的64%减少到1995年57%。

30. 在大韩民国,总收益从1994年的60万美元增加到1995年的70万美元,贺卡销售量同1994年一样(60万张)。不过,尽管总收益增加,向儿童基金会的缴款从1994年的82%减少到1995年的73%,原因是促销材料费用提高(从1994年总收益的4%到1995年7%)和分配与销售比率恶化。

第四区-太平洋、印度和巴基斯坦

31. 本区域的贺卡销售量有所增加(从1994年的900万张到1995年的950万张)和总收益有所增加(从1994年的370万美元到1995年的390万美元)。总收益的增加以及佣金和外地办事处费用从1994年的35%减少到1995年34%,稍微帮助改善了本区域向儿童基金会的缴款,从1994年的25%到1995年的27%。

32. 在澳大利亚,贺卡销售量和总收益分别从1994年的190万张减少到1995年的170万张,从1994年的160万美元到1995年的140万美元。总收益的下降和分配与销售比率的急剧增加,使得向儿童基金会的缴款减少了,从1994年的48%到1995年41%。

33. 由于混合产品发生变化和印度采用指标销售办法,贺卡销售量和总收益大为增加,销售量从1994年的610万张到1995年的690万张,总收益从1994年的150万美元增加到1995年的200万美元。总收益的增加、有利的混合产品、佣金和外地办事处费用的减少使得向儿童基金会的缴款大为改善,从1994年占总收益的零增加到1995年的19%。

34. 由于分配与销售比率提高,保留率下降(从23%到22%),儿童基金会新西兰委

员会向儿童基金会的缴款从1994年占总收益的32%增加到1995年的50%，尽管贺卡销售量和总收益有所减少，分别从1994年的30万张减少到1995年的20万张和从1994年的30万美元减少到1995年20万美元。

第五区-欧洲

35. 本区域1995年促销活动又取得成功，贺卡销售量(50万张)、总收益(1 190万美元)、其它收入(20万美元)均有所增加。宣传费和促销材料费保持稳定。各国全国委员会保留的佣金数量仍然低于或处于25%。此外，分配与销售比率从1994年的17%增加到1995年的11%。因此，本区域向儿童基金会的缴款从1994年的58%增加到1995年的60%。

36. 奥地利1995年的贺卡销售量比1994年稍微减少了大约10万张，总收益却比1994年增加了30万美元，从170万美元增加到1995年的200万美元。这项增加，加上促销材料减少(从1994年占总收益的10%到1995年的5%)，使奥地利增加了向儿童基金会的缴款，从1994年的47%增加到1995年的53%。

37. 比利时的贺卡销售量有所下降(从1994年的230万张减少到1995年的210万张)，总收益则从1994年的270万美元增加到1995年的290万美元。不过，由于不利的分配与销售比率和促销材料费用增加，总收益的增加没有变成向儿童基金会的缴款的增加，缴款从1994年总收益的61%减少到1995年的59%。

38. 1995年，丹麦的贺卡销售量维持在1994年的180万张。不过，部分由于有利的汇率，总收益从1994年的220万美元增加到1995年的240万美元。这种增加，加上分配与销售比率改善和促销材料占总收益的百分比降低(从1994年的6%到1995年的4%)，帮助稍微增加向儿童基金会的缴款，从1994年的56%到1995年的57%。

39. 芬兰自从1991年以来面临了严重的经济衰退，从1995年开始缓慢地复苏。贺卡销售量同1994年一样，总收益则从1994年的260万美元增加到280万美元(主要由于有利的汇率)。总收益的增加，加上分配与销售比率改善(从38%到28%)和促销材料费用减少(从1994年占总收益的7%到1995年的4%)，帮助增加向儿童基金会的缴款，从

1994年的53%增加到1995年的55%。

40. 1995年,由于促销活动高峰期间适逢全国罢工,法国的贺卡销售量急剧减少130万张(从1994年的1 670万张减少到1995年的1 540万张)。不过,由于有利的定价和汇率,总收益从1994年的2 120万美元增加到1995年的2 190万美元。总收益的增加帮助提高向儿童基金会的缴款,从1994年的60%增加到1995年的62%。

41. 尽管1995年经济停滞,德国的贺卡销售量有所增加(从1994年的1 890万张增加到1995年的1 910万张),总收益也有所增加(从1994年的2 470万美元增加到1995年的2 890万美元)。贺卡销售量上升的原因是公司部门提出新的销售倡议。由于总收益的增加和分配与销售比率的改善(从1994年的19%减到1995年9%),德国向儿童基金会的缴款稍有增加,从1994年的61%增加到1995年的62%。

42. 1995年,希腊的总收益从1994年的280万美元增加到310万美元,贺卡销售量则保持在1994年的310万张。总收益的增加和分配与销售比率的下降使希腊向儿童基金会的缴款略有提高(从1994年的53%增加到1995年的54%)。

43. 虽然1995年爱尔兰的贺卡销售量减少10万张,但是,总收益和向儿童基金会的缴款则保持不变,分别为40万美元(连续第五年)和55%(过去两年)。尽管促销材料费用提高,但是,分配与销售比率的改善抵销了这种后果。

44. 1995年,意大利的总收益比1994年减少了80万美元,贺卡销售量则保持在同样的1 210万张。尽管总收益减少,但是,向儿童基金会的缴款则急剧增加,从1994年总收益的59%增加到73%。这是由于保留率降低(从1994年的24%到1995年的17%)、其它收入增加60万美元、分配与销售比率有所改善。

45. 卢森堡的贺卡销售量继续达到世界上最高水平(人均1.5张)。1995年贺卡销售量同1994年一样,总收益则增加了10万美元,部分由于良好的定价政策和有利的汇率。总收益的增加和分配与销售比率的改善使得向儿童基金会的缴款达到占总收益的60%。

46. 1995年,荷兰扭转了贺卡销售量下降的趋势,同时增加了总收益,从1994年的780万美元增加到1995年的880万美元。不过,尽管总收益增加,向儿童基金会的缴

款则稍微减少了1%。这部分由于其它收入下降(从1994年的50万美元减到1995年的30万美元)。

47. 挪威的总收益从1994年的180万美元增加到1995年的210万美元。总收益的增加,加上分配与销售比率的改善(从1994年的14%到1995年的10%),促销材料费用的减少(从1994年的5%到1995年的4%),使得挪威增加向儿童基金会的缴款,从1994年的53%增加到1995年的55%。

48. 1995年,由于失去了一个主要零售网,波兰的贺卡销售量从1994年的160万张减少到1995年的130万张,总收益则同1994年的70万美元一样。通过改进的产品选择,分配与销售比率达到标准。分配与销售比率的改善,加上促销材料费用的下降(从1994年占总收益的11%到1995年的6%),使得向儿童基金会的缴款增加44%。

49. 在葡萄牙,由于打开新的销售渠道,采用积极的定价政策,贺卡销售量和总收益稳定增加,分别从1994年的250万张增加到1995年的340万张,从1991年的140万美元增加到1995年的230万美元。此外,分配与销售比率达到标准,促销材料费用有所下降(为总收益的2.0%)。由于这些积极的结果,葡萄牙向儿童基金会的缴款从1994年的61%增加到1995年的65%。

50. 斯洛文尼亚的贺卡销售量继续达到世界第二(几乎每人1张)。1995年贺卡销售量和总收益分别稍微减少10万张和10万美元,斯洛文尼亚向儿童基金会的缴款比1994年增加了2%。增加的原因是价格上升和混合产品改善。

51. 西班牙首次成为世界上贺卡销售是最多的国家,达到1 990万张。1995年,销售量比1994年增加了230万张,总收益增加到1 360万美元,比1994年多310万美元。销售获得成功的原因是市场发展方案支助扩大销售渠道。杰出的分配与销售比率0%是值得注意的,这反映该委员会积极的存货使用政策。不过,向儿童基金会的缴款从61%下降到60%。

52. 在瑞典,1995年经济增长缓慢、失业率高、竞争增加,贺卡销售量比1994年减少了40万张,总收益比1994年下降了10万美元。由于总收益减少,瑞典向儿童基金会的缴款下降了3.0%。

53. 1995年瑞士的总收益比1994年增加了90万美元,销售量则比1994年稍微减少了30万美元。分配与销售比率的下降帮助增加了向儿童基金会的缴款,从1994年的65%到1995年的67%。

54. 1995年,土耳其的贺卡销售量增加10万张,达到310万张,总收益则比1994年稍微减少10万美元,达到160万美元。1995年期间,货币贬值45%使得缴款急剧下降,从1994年的48%减到1995年的39%。

55. 对联合王国来说,由于市场发展方案支持了多项销售发展倡议,1995年又是成功的一年。同1994年比较,贺卡销售量增加20万张,达到270万张,总收益增加了30万美元,达到240万美元。总收益的增加帮助稍微增加向儿童基金会的缴款,从1994年的34%增加到1995年的35%。

附件一

销售贺卡及其他产品的国别执行情况报告

表 1

1995年与1994年相比较,按地区和主要市场分列的贺卡销售量 and 所有产品的总收益

	1995						1994						增/(减)		人口 (百万)
	售出 贺卡 (千张)	总收 益(千 美元)	占合 计 收益的 百分比	每千人 总 收益	每千人 售出 贺卡	售出 贺卡 (千张)	总收 益(千 美元)	占合 计 收益的 百分比	每千人 总 收益	每千人 售出 贺卡	1995年比 94年增 减 售贺卡数	1995年比 94年增 减 总收益			
北美洲-第一区															
加拿大	4 537	4 029	2.4	147.60	166	4 941	4 159	2.7	152.36	181	(404)	(130)		27.3	
美利坚合众国	9 168	10 485	6.3	42.16	37	9 050	10 194	6.6	40.99	36	118	291		248.7	
小计-北美洲	13 705	14 514	8.7	-	-	13 991	14 353	9.3	-	-	(286)	161			
拉丁美洲-第二区															
阿根廷	904	1 005	0.6	30.81	28	1 070	925	0.6	28.36	33	(166)	80		32.6	
巴西	5 107	4 887	2.9	33.28	35	5 563	5 128	3.3	34.93	38	(456)	(241)		146.8	
智利	207	156	0.1	11.69	16	143	119	0.1	8.91	11	64	37		13.3	
哥伦比亚	1 592	1 320	0.8	47.42	57	1 295	977	0.6	35.10	47	297	343		27.8	
厄瓜多尔	497	386	0.2	40.01	52	521	411	0.3	42.60	54	(24)	(25)		9.6	

附件二(续)
表 1(续)

	1995					1994					增/(减)		人口 (百万)
	售出 贺卡 (千张)	总收 益(千 美元)	占合计 收益的 百分比	每千人 总收 益	每千人 售出 贺卡	售出 贺卡 (千张)	总收 益(千 美元)	占合计 收益的 百分比	每千人 总收 益	每千人 售出 贺卡	1995年比 94年增减 售贺卡数	1995年比 94年增减 总收益	
墨西哥	665	725	0.4	8.92	8	614	868	0.6	10.68	8	51	(143)	81.2
秘鲁	834	709	0.4	32.16	38	666	551	0.4	24.99	30	168	158	22.0
乌拉圭	376	368	0.2	124.52	127	432	332	0.2	112.34	146	(56)	36	3.0
委内瑞拉	196	202	0.1	11.16	11	152	125	0.1	6.90	8	44	77	18.1
其他	1 217	1 062	0.6	-	-	1 163	1 078	0.7	-	-	54	(16)	
小计-拉丁美洲	11 595	10 820	6.5	-	-	11 619	10 514	6.8	-	-	(24)	306	
亚洲-第三区													
香港	703	496	0.3	89.82	127	878	569	0.4	103.04	159	(175)	(73)	5.5
印度尼西亚	860	482	0.3	2.69	5	766	417	0.3	2.32	4	94	65	179.4
日本	6 391	8 824	5.3	71.39	52	6 123	7 495	4.9	60.63	50	268	1 329	123.6
菲律宾	700	452	0.3	7.46	12	562	365	0.2	6.03	9	138	87	60.6
大韩民国	557	684	0.4	15.76	13	615	648	0.4	14.93	14	(58)	36	43.4

附件二(续)

表 1(续)

	1995					1994					增/(减)		人口 (百万)
	售出 贺卡 (千张)	总收 益(千 美元)	占合计 收益的 百分比	每千人 总收 益	每千人 售出 贺卡	售出 贺卡 (千张)	总收 益(千 美元)	占合计 收益的 百分比	每千人 总收 益	每千人 售出 贺卡	1995年比 94年增减 售贺卡数	1995年比 94年增减 总收益	
泰国	365	281	0.2	5.15	7	406	286	0.2	5.24	7	(41)	(5)	54.5
其他	836	957	0.6	-	-	1 201	1 095	0.7	-	-	(365)	(138)	
小计-亚洲	10 412	12 176	7.3	-	-	10 551	10 875	7.1	-	-	(139)	1 301	
太平洋、印度和巴基斯坦-第四区													
澳大利亚	1 684	1 429	0.9	84.80	100	1 856	1 585	1.0	94.06	110	(172)	(156)	16.9
印度	6 867	1 957	1.2	2.31	8	6 064	1 548	1.0	1.83	7	803	409	846.3
新西兰	208	227	0.1	66.09	61	330	306	0.2	89.08	96	(122)	(79)	3.4
巴基斯坦	749	274	0.2	3.25	9	680	233	0.2	2.77	8	59	41	84.3
其他	28	17	0.0	-	-	40	25	0.0	-	-	(12)	(8)	
小计-太平洋、印度和巴基斯坦	9 536	3 904	2.3	-	-	8 980	3 697	2.4	-	-	556	207	

附件一(续)

表 1(续)

	1995					1994					增/(减)		人口 (百万)	
	售出 贺卡 (千张)	总收 益(千 美元)	占合计 收益的 百分比	每千人 总收 益	每千人 售出 贺卡	售出 贺卡 (千张)	总收 益(千 美元)	占合计 收益的 百分比	每千人 总收 益	每千人 售出 贺卡	1995年比 94年增 减 售贺卡 数	1995年比 94年增 减 总收益		
欧洲-第五区														
奥地利	1 447	2 033	1.2	260.78	186	1 506	1 684	1.1	216.01	193	(59)	349	7.8	
比利时	2 112	2 920	1.8	292.62	212	2 311	2 696	1.8	270.18	232	(199)	224	10.0	
捷克共和国	387	186	0.1	18.05	38	356	137	0.1	13.30	35	31	49	10.3	
丹麦	1 754	2 352	1.4	457.01	341	1 826	2 155	1.4	418.73	355	(72)	197	5.1	
芬兰	1 751	2 813	1.7	562.77	350	1 774	2 561	1.7	512.36	355	(23)	252	5.0	
法国	15 445	21 873	13.1	386.21	273	16 735	21 165	13.8	373.71	295	(1 290)	708	56.6	
德国	19 130	28 929	17.4	371.92	246	18 910	24 749	16.1	318.18	243	220	4 180	77.8	
希腊	3 138	3 055	1.8	297.76	306	3 108	2 834	1.8	276.22	303	30	221	10.3	
爱尔兰	446	435	0.3	123.38	126	471	426	0.3	120.83	134	(25)	9	3.5	
意大利	12 084	10 542	6.3	178.36	204	12 079	11 290	7.3	191.02	204	5	(748)	59.1	
卢森堡	566	912	0.5	2 371.09	1 472	564	760	0.5	1975.90	1 466	2	152	0.4	
荷兰	6 889	8 765	5.3	671.13	527	6 828	7 757	5.0	593.95	523	61	1 008	13.1	
挪威	1 789	2 075	1.2	488.52	421	1 816	1 836	1.2	432.25	428	(27)	239	4.2	

附件二(续)
 表 1(续)

	1995					1994					增/(减)		人口 (百万)
	售出 贺卡 (千张)	总收 益(千 美元)	占合计 收益的 百分比	每千人 总 收益	每千人 售出 贺卡	售出 贺卡 (千张)	总收 益(千 美元)	占合计 收益的 百分比	每千人 总 收益	每千人 售出 贺卡	1995年比 94年增减 贺卡数	1995年比 94年增减 总收益	
波兰	1 299	725	0.4	19.14	34	1 603	676	0.4	17.85	42	(304)	49	37.9
葡萄牙	3 360	2 342	1.4	237.46	341	3 097	1 726	1.1	175.01	314	263	616	9.9
斯洛文尼亚	1 788	1 135	0.7	577.32	909	1 941	1 187	0.8	603.77	987	(153)	(52)	2.0
西班牙	19 934	13 567	8.2	344.04	506	17 647	10 510	6.8	266.52	448	2 287	3 057	39.4
瑞典	1 891	1 972	1.2	229.64	220	2 251	2 050	1.3	238.72	262	(360)	(78)	8.6
瑞士	3 636	8 109	4.9	1 179.72	529	3 856	7 235	4.7	1052.56	561	(220)	874	6.9
土耳其	3 102	1 593	1.0	28.21	55	3 003	1 710	1.1	30.28	53	99	(117)	56.5
联合王国	2 651	2 444	1.5	43.37	47	2 462	2 078	1.4	36.88	44	189	366	56.4
其他	3 933	2 148	1.3	-	-	3 866	1 774	1.2	-	-	67	374	
小计-欧洲	108 532	120 925	72.6	-	-	108 010	108 996	71.0	-	-	522	11 929	
非洲和 中东-第六区	4 648	4 126	2.5	-	-	4 759	5 184	3.4	-	-	(111)	(1 058)	
共计	158 428	166 465	100.0	-	-	157 910	153 619	100.0	-	-	518	12 846	

附件二(续)
表 2国别执行情况报告,1991至1995年
执行情况指示数字1-8(PI 1 - PI 8)

	执行情况指示数字 1 授予销售量 (百万张)				执行情况指示数字 2 总收益 (百万美元)				执行情况指示数字 3 其他收入 (百万美元)				执行情况指示数字 4 佣金/外流办事费用 (占总收益的百分比)								
	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	
北美洲--第一区																					
加拿大	5.6	5.4	5.2	4.9	4.5	5.2	4.9	4.5	4.2	4.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	26	26	26	26	27	
美国暨合众国	9.5	9.1	8.7	9.1	9.2	8.1	8.4	8.6	10.2	10.5	0.0	0.5	0.2	0.3	0.3	28	38	27	25	25	
小计--北美洲	15.1	14.5	13.9	14.0	13.7	13.3	13.3	13.1	14.4	14.5	0.1	0.6	0.3	0.4	0.4	27	32	27	25	26	
拉丁美洲--第二区																					
阿根廷	0.7	0.6	0.7	1.1	0.9	0.5	0.5	0.6	0.9	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25	29	31	34	62	
巴西	4.7	4.2	5.2	5.6	5.1	3.0	3.5	3.0	5.1	4.9	0.3	0.6	0.9	0.5	0.3	32	34	34	30	38	
智利	0.3	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	43	56	75	38	92	
哥伦比亚	1.2	1.3	1.3	1.3	1.6	0.7	0.8	0.9	1.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	36	40	38	34	33	
厄瓜多尔	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30	32	30	20	42	
墨西哥	0.7	0.5	0.5	0.6	0.7	0.9	1.0	0.9	0.9	0.7	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	46	46	39	41	67	
秘鲁	0.4	0.5	0.6	0.6	0.8	0.3	0.4	0.4	0.6	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	23	27	18	25	52	
乌拉圭	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.2	0.3	0.3	0.3	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25	25	25	26	26	
委内瑞拉	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.1	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	29	51	34	29	51	
拉丁美洲的余额	0.9	1.0	1.1	1.2	1.2	0.7	0.8	0.9	1.1	1.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	21	18	20	16	17	
小计--拉丁美洲	9.9	9.3	10.6	11.6	11.6	6.9	7.8	7.7	10.5	10.8	0.3	0.7	1.0	0.5	0.3	32	34	32	30	41	
亚洲--第三区																					
香港	0.6	0.8	0.8	0.9	0.7	0.4	0.5	0.5	0.6	0.5	0.6	0.1	0.1	0.1	0.1	25	25	25	25	25	
印度尼西亚	0.5	0.7	0.8	0.8	0.9	0.3	0.3	0.4	0.4	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40	26	24	34	25	
日本	5.9	6.2	6.5	6.1	6.4	4.5	5.4	6.6	7.5	8.8	1.6	1.8	2.5	3.0	3.9	25	25	25	25	25	
菲律宾	0.4	0.4	0.5	0.6	0.7	0.2	0.3	0.3	0.4	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	24	26	26	17	28	
大韩民国	0.3	0.6	0.4	0.6	0.6	0.2	0.4	0.4	0.6	0.7	0.0	0.1	0.2	0.2	0.2	03	57	25	25	25	
泰国	0.2	0.3	0.3	0.4	0.4	0.1	0.2	0.2	0.3	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	64	42	28	16	40	
亚洲的余额	0.9	1.0	1.1	1.2	0.8	0.6	0.8	0.9	1.1	1.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	31	24	19	15	12	
小计--亚洲	8.8	10.0	10.5	10.6	10.4	6.3	7.9	9.4	10.9	12.2	2.2	2.1	2.8	3.3	4.2	30	27	24	24	24	
太平洋、印度和巴基斯坦--第四区																					
澳大利亚	2.1	2.0	1.7	1.9	1.7	1.7	1.6	1.4	1.6	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20	24	25	27	28	
印度	6.3	4.7	5.6	6.1	6.9	1.4	1.3	1.4	1.5	2.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	22	33	52	44	37	
新西兰	0.4	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.2	0.3	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	22	22	22	23	22	
巴基斯坦	0.5	0.6	0.7	0.7	0.7	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	47	35	31	46	61	
小计--太平洋、印度和巴基斯坦	9.3	7.6	8.2	9.0	9.5	3.6	3.4	3.2	3.7	3.9	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	22	32	37	35	34	

2 执行情况指示数字的说明见本附件的第2和3段。

附件二(续)
表 2(续)

	执行情况指示数字 1 贺卡销售量 (百万张)				执行情况指示数字 2 总收益 (百万美元)				执行情况指示数字 3 其他收入 (百万美元)				执行情况指示数字 4 佣金/外地办事处费用 (占总收益的百分比)								
	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	
欧洲--第五区																					
奥地利	1.8	1.6	1.7	1.5	1.4	1.8	1.9	1.9	1.7	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25	25	25	25	25	
比利时	2.3	2.5	2.3	2.3	2.1	2.6	3.0	2.6	2.7	2.9	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	25	25	25	25	25	
捷克共和国	-	-	0.3	0.4	0.4	-	-	0.1	0.1	0.2	-	-	0.0	0.0	0.0	-	-	21	21	20	
丹麦	2.0	2.0	1.9	1.8	1.8	2.0	2.4	2.0	2.2	2.4	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	25	25	25	25	25	
芬兰	2.0	2.0	1.8	1.8	1.8	3.0	2.7	2.1	2.6	2.8	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	25	25	25	25	25	
法国	15.4	16.6	16.3	16.7	15.4	16.1	21.5	19.6	21.2	21.9	0.3	0.5	0.3	0.4	0.4	25	25	25	25	25	
德国	17.0	17.9	18.4	18.9	19.1	19.2	24.1	24.1	24.7	28.9	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	24	24	24	24	24	
希腊	3.3	4.0	3.3	3.1	3.1	2.4	3.3	2.2	2.8	3.1	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	25	25	25	25	25	
爱尔兰	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25	25	25	25	25	
意大利	10.2	10.3	11.5	12.1	12.1	13.8	13.6	10.5	11.3	10.5	0.9	0.3	0.6	0.6	1.2	21	22	15	24	17	
卢森堡	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.8	0.7	0.8	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25	25	25	25	25	
荷兰	7.2	7.2	7.1	6.8	6.9	7.2	8.0	7.7	7.8	8.8	0.4	0.4	0.4	0.5	0.3	25	25	25	25	25	
挪威	2.1	1.9	1.9	1.8	1.8	1.9	2.1	1.7	1.8	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	21	21	24	24	24	
波兰	1.8	0.9	1.7	1.6	1.3	0.3	0.2	0.6	0.7	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25	25	25	25	25	
葡萄牙	2.6	2.6	2.7	3.1	3.4	1.4	1.8	1.7	1.7	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25	25	25	25	25	
斯洛文尼亚	-	-	1.5	1.9	1.8	-	-	0.8	1.2	1.1	-	-	0.0	0.0	0.0	-	-	25	25	25	
西班牙	16.0	15.8	16.2	17.6	19.9	9.0	11.0	8.5	10.5	13.6	0.1	0.8	0.3	0.3	0.1	25	25	25	25	25	
瑞典	2.8	2.3	2.3	2.3	1.9	2.7	2.9	2.0	2.1	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25	25	25	25	25	
瑞士	4.6	4.3	4.0	3.9	3.6	7.4	7.8	6.8	7.2	8.1	0.3	0.5	0.6	0.6	0.7	25	25	25	25	25	
土耳其	4.2	4.2	4.2	3.0	3.1	1.8	1.7	1.6	1.7	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25	25	25	25	25	
联合王国	2.6	2.3	2.1	2.5	2.7	2.1	2.2	1.7	2.1	2.4	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	21	21	21	21	21	
其他	5.1	4.4	3.3	3.8	3.9	2.2	2.2	1.3	1.8	2.1	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	26	24	24	24	24	
小计--欧洲	104.0	103.9	105.6	108.0	108.5	97.9	113.6	100.6	109.0	120.9	2.7	3.3	2.7	2.9	3.1	24	24	23	24	23	
非洲和中东--第六区	4.4	4.8	4.9	4.7	4.6	5.3	5.0	4.1	5.2	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16	15	21	18	21	
共计	151.5	150.1	153.7	157.9	158.4	133.3	151.0	138.1	153.6	166.4	5.3	6.7	6.8	7.2	8.0	25	25	25	25	25	

附件一(续)
 表 2(续)

	执行情况指示数字 5 定价的百分比				执行情况指示数字 6 分配超过销售 (超过基数的百分比)				执行情况指示数字 7 促销材料 (占总收益的百分比)				执行情况指示数字 8 向儿童基金会缴款 (占总收益的百分比)								
	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	
北美洲--第一区																					
加拿大	94	.	97	90	92	14	1	22	28	23	6	6	8	6	7	50	55	48	46	50	
美国暨合众国	57	38	79	76	36	9	10	10	8	7	35	41	41	44	51	
小计--北美洲	-	-	-	-	-	42	24	58	59	32	8	8	9	7	7	41	46	44	44	50	
拉丁美洲--第二区																					
阿根廷	71	73	88	84	88	0	21	36	0	20	2	3	2	2	3	54	39	15	34	13	
巴西	71	53	.	.	99	9	23	10	0	0	2	2	3	1	2	49	58	66	64	51	
智利	64	67	67	64	65	17	98	0	0	0	3	3	4	6	3	26	(8)	(13)	29	(20)	
哥伦比亚	71	67	74	77	79	0	0	18	15	0	3	3	2	2	2	35	31	35	31	47	
厄瓜多尔	71	73	83	71	79	0	8	0	40	0	1	1	1	1	2	50	40	46	54	32	
墨西哥	79	.	.	.	78	0	38	70	18	0	1	1	1	3	3	36	31	34	23	5	
秘鲁	64	67	82	82	89	0	7	0	0	0	1	1	1	1	1	58	49	63	53	21	
乌拉圭	71	73	73	92	.	5	5	0	0	0	3	3	1	1	1	45	42	50	48	40	
委内瑞拉	71	73	83	71	.	0	1	14	89	15	1	1	5	6	2	55	20	29	29	26	
拉丁美洲的余额	-	-	-	-	-	2	0	18	12	0	2	2	2	2	1	54	58	45	45	56	
小计--拉丁美洲	-	-	-	-	-	1	15	14	0	0	2	2	2	2	2	47	47	49	51	40	
亚洲--第三区																					
香港	79	73	79	78	78	0	5	0	2	23	5	4	5	4	7	215	76	82	63	68	
印度尼西亚	71	67	64	61	62	0	0	2	5	18	8	6	4	3	3	34	46	53	40	56	
日本	0	0	0	0	0	2	1	1	1	1	100	94	104	104	109	
菲律宾	68	67	73	79	84	0	0	0	0	0	2	2	2	2	2	61	56	51	64	57	
大韩民国	86	80	.	.	.	13	0	36	7	24	5	4	5	4	7	(29)	52	92	82	60	
泰国	68	67	69	70	70	0	0	0	0	46	3	2	2	2	2	18	35	46	70	43	
亚洲的余额	-	-	-	-	-	4	0	18	13	36	5	3	3	3	3	47	55	60	65	69	
小计--亚洲	-	-	-	-	-	0	0	0	0	4	3	2	2	2	2	91	82	93	92	96	
太平洋、印度和巴基斯坦--第四区																					
澳大利亚	94	.	90	97	97	11	15	0	0	27	5	5	6	5	5	51	44	45	48	41	
印度	50	33	30	28	32	37	0	0	14	18	1	1	1	2	3	19	29	4	0	19	
新西兰	94	13	25	30	23	8	8	8	10	4	7	49	41	21	32	50	
巴基斯坦	54	53	41	39	41	0	0	51	0	0	4	4	5	4	4	22	31	28	21	4	
小计--太平洋、印度和巴基斯坦	-	-	-	-	-	26	0	2	7	16	4	4	4	4	4	37	38	24	25	27	

附件一(续)
 表 2(续)

	执行情况指示数字 5 定价的百分比					执行情况指示数字 6 分配超过销售 (超过基数的百分比)					执行情况指示数字 7 促销材料 (占总收益的百分比)					执行情况指示数字 8 向儿童基金会捐款 (占总收益的百分比)				
	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995	1991	1992	1993	1994	1995
欧洲--第五区																				
奥地利	13	21	19	27	71	10	10	9	10	5	53	51	53	47	53
比利时	42	12	21	12	21	5	8	8	3	4	57	58	54	61	59
捷克共和国	.	.	.	33	40	-	-	1	21	38	-	-	13	27	11	-	-	20	3	22
丹麦	6	6	7	22	12	3	4	4	6	4	60	61	57	56	57
芬兰	48	20	32	38	28	6	6	7	7	4	59	57	55	53	55
法国	26	24	23	22	33	3	2	3	3	3	63	64	60	60	62
德国	19	11	12	19	9	1	2	3	2	2	62	63	62	61	62
希腊	0	0	10	18	0	3	2	3	3	3	63	60	56	53	54
爱尔兰	78	82	75	79	85	1	15	14	11	0	3	7	6	5	6	59	52	53	55	55
意大利	93	99	93	91	97	0	8	12	25	10	2	3	4	4	5	66	60	70	59	73
卢森堡	0	0	1	2	2	3	5	4	3	3	62	60	62	60	60
荷兰	19	11	21	35	27	4	5	4	6	6	64	62	62	56	55
挪威	14	12	7	14	10	2	3	3	5	4	48	58	56	53	55
波兰	9	15	23	29	37	0	(80)	0	25	0	9	11	5	11	6	38	38	23	(1)	43
葡萄牙	67	79	71	60	73	23	0	0	19	0	1	2	2	4	2	66	69	68	61	65
斯洛文尼亚	-	-	0	0	0	-	-	0	0	1	-	-	71	66	68
西班牙	1	0	0	0	0	3	2	3	2	2	59	67	60	61	60
瑞典	23	30	31	30	34	2	3	3	4	4	60	52	61	50	47
瑞士	11	24	29	31	18	4	6	6	7	7	67	65	68	65	67
土耳其	49	44	44	33	44	0	4		5	0	2	4	5	4	3	61	54	49	48	39
联合王国	90	96	81	77	82	13	29	28	19	19	5	11	14	9	11	41	33	29	34	35
其他	6	0	5	32	4	1	2	2	4	5	40	51	41	22	41
小计--欧洲	-	-	-	-	-	11	9	11	17	11	3	3	4	4	4	61	62	60	58	60
非洲和中东--第六区	0	0	0	0	0	2	2	3	3	3	67	54	52	55	47
共计	-	-	-	-	-	11	7	12	17	10	3	4	4	3	4	60	60	59	57	60

附件二

私营部门筹款的净收益--1995年与1994年相比较

(美元)

	1995			1994			变动 增(减)		
	一般资源	补充资金	共计	一般资源	补充资金	共计	一般资源	补充资金	共计
<u>各国全国委员会</u>									
澳大利亚		583 306	583 306		975 036	975 036	0	(391 730)	(391 730)
奥地利	1 114 565	846 692	1 961 257	1 114 565	513 814	513 814	1 114 565	332 877	1 447 442
比利时	2 775 147	793 225	3 568 372	4 452 454		4 452 454	(1 677 307)	793 225	(884 082)
塞浦路斯	16 341		16 341	24 793		24 793	(8 452)	0	(8 452)
丹麦	145 672	70 748	216 420	275 414		275 414	(129 741)	70 748	(58 994)
芬兰		1 473 509	1 473 509	309 568	1 627 806	1 937 373	(309 568)	(154 297)	(463 864)
法国	13 099 905	2 054 267	15 154 172	15 061 920	2 266 802	17 328 723	(1 962 015)	(212 535)	(2 174 550)
德国	17 789 471	20 507 240	38 296 711	20 034 086	20 078 794	40 112 880	(2 244 615)	428 446	(1 816 169)
希腊	910 862	172 450	1 083 312	884 998	345 566	1 230 565	25 863	(173 116)	(147 253)
香港	2 696 277	1 393 749	4 090 026	1 824 076	1 846 962	3 671 038	872 201	(453 213)	418 988
匈牙利		10 274	10 274			0	0	10 274	10 274
爱尔兰	246 141		246 141	128 195	243 195	371 390	117 946	(243 195)	(125 249)
以色列			0	24 953		24 953	(24 953)	0	(24 953)
意大利	8 773 606	4 277 106	13 050 712	10 425 343	3 565 159	13 990 503	(1 651 738)	711 947	(939 791)
日本	23 748 467	9 334 577	33 083 045	20 837 943	10 087 140	30 925 083	2 910 524	(752 563)	2 157 962
卢森堡	200 581	485 643	686 224	274 079	24 221	298 300	(73 498)	461 421	387 923
荷兰	17 135 731	13 521 681	30 657 412	1 472 866	40 164 330	41 637 196	15 662 865	(26 642 649)	(10 979 784)
新西兰	76 987	45 182	122 169	11 475	124 165	135 640	65 512	(78 982)	(13 471)
挪威	41 535	25 009	66 544	9 571	766	10 337	31 964	24 243	56 207
波兰	45 294		45 294				45 294	0	45 294
葡萄牙	793 974	6 981	800 954	124 718	104 953	229 671	669 255	(97 972)	571 283
大韩民国	2 394 385	610 713	3 005 099	2 357 849	585 630	2 943 479	36 536	25 083	61 620
罗马尼亚	9 534		9 534				9 534	0	9 534
斯洛文尼亚		9 231	9 231				0	9 231	9 231
斯洛伐克	751		751		4 521	4 521	751	(4 521)	(3 770)
西班牙	3 127 637	13 562 523	16 690 160		933 000	933 000	3 127 637	12 629 523	15 757 160
瑞典	362 857	644 884	1 007 742	87 156	774 590	861 746	275 701	(129 705)	145 996
瑞士	4 887 242	3 911 053	8 798 295	5 379 002	4 875 816	10 254 818	(491 760)	(964 763)	(1 456 523)
土耳其	12 163	38 679	50 842	10 218	5 878	16 096	1 946	32 801	34 747
联合王国		9 719 605	9 719 605		6 953 032	6 953 032	0	2 766 573	2 766 573
美国		8 402 110a	8 402 110		11 277 375a	11 277 375	0	(2 875 265)	(2 875 265)
	100 405 126	92 500 438	192 905 564	84 010 677	107 378 551	191 389 228	16 394 448	(14 878 113)	1 516 336

附件二(续)

	1995			1994			变动 增(减)		
	一般资源	补充资金	共计	一般资源	补充资金	共计	一般资源	补充资金	共计
<u>外地办事处</u>									
阿根廷		1 672 782	1 672 782		1 512 024	1 512 024	0	160 758	160 758
巴西		9 308 462	9 308 462	44 017	8 915 347	8 959 364	(44 017)	393 115	349 098
布基纳法索			0	2 256		2 256	(2 256)	0	(2 256)
喀麦隆	6 312		6 312				6 312	0	6 312
哥伦比亚			0	359		359	(359)	0	(359)
厄瓜多尔		9 583	9 583	19 854	78 378	98 232	(19 854)	(68 795)	(88 648)
几内亚			0	512		512	(512)	0	(512)
马来西亚	2 893		2 893			0	2 893	0	2 893
马达加斯加		5 098	5 098		11 220	11 220	0	(6 122)	(6 122)
墨西哥	253 676		253 676	186 659		186 659	67 017	0	67 017
尼日尔	3 487		3 487				3 487	0	3 487
秘鲁		116 432	116 432		10 359	10 359	0	106 073	106 073
新加坡	37 187	853	38 040	4 677	31 728	36 405	32 510	(30 875)	1 635
泰国			0	6 403	26 092	32 495	(6 403)	(26 092)	(32 495)
委内瑞拉	2 108	3 380	5 488	20 310	15 877	36 187	(18 202)	(12 497)	(30 700)
	305 662	11 116 589	11 422 251	285 047	10 601 024	10 886 072	20 615	515 564	536 179

净收益总额 100 710 788 103 617 027^a 204 327 815^a 84 295 724 117 979 575^a 202 275 300^a 16 415 063 (14 362 548) 2 052 515

a 不包括1995年2 490万美元和1994年1 850万美元的实物赠品。