

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依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



雅士 國際控股有限公司(「本公司」或「雅士利」)董事會(「董事會」) 此宣布本公司及其附屬公司(「本 團」)截至 年 月 止年 按國際財 報告準 (「國際財務報告準則」) 製之合 業績連同 年的比較 數字。本集團按國際財 報告準 製之截至 年 月 止年 之財 資 載 如下：

## 合併損益表

截至 年 月 止年

	附註	2016 人民幣千元	人民幣千元
收入		2,203,315	
銷售成本		(1,166,015)	
毛利		1,037,300	
其他 入及 益		227,396	
銷售及 銷開		(1,170,950)	
行 開		(389,555)	
其他開		(148,230)	
經營虧損		(444,039)	
財 入		130,238	
財 成本		(18,825)	
淨財 入		111,413	
稅前溢利／(虧損)		(332,626)	
所得稅抵減／(開 )		12,408	
年度溢利／(虧損)		(320,218)	
歸屬於：			
母公司股權持有人		(320,218)	
		人民幣分	人民幣
母公司普 股擁有人應佔每股盈利／(虧損)			
基本和攤薄		(6.7)	

# 合併全面收益表

截至 2016 年 12 月 31 日止年

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
年度溢利／(虧損)	<u>(320,218)</u>	<u>1,111</u>
其他全面收益		
可於以後期間轉至損益之其他全面收益：		
海外業務外幣報表折算差額	<u>76,667</u>	<u>1,111</u>
	<u>76,667</u>	<u>1,111</u>
現金套期：		
年內套期工具有部分公允價值變動轉至被套期項目賬面的金額	—	1,111
所得稅影響	—	1,111
提早損失轉至損益表確認	—	1,111
	—	1,111
可於以後期間轉至損益之淨其他全面收益	<u>76,667</u>	<u>1,111</u>
年度全面收益／(損失)總額	<u>(243,551)</u>	<u>1,111</u>
歸屬於：		
母公司股權持有人	<u>(243,551)</u>	<u>1,111</u>

# 合併財務狀況表

2016年12月31日

	附註	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、房及設備		1,788,658	1,788,658
在建工程		38,812	38,812
投資物業		67,486	67,486
土地使用權		93,734	93,734
有形資產		297,801	297,801
商標		991,236	991,236
稅項資產		202,950	202,950
長期銀行存款		379,927	379,927
預付款項、及其他應收款項		5,496	—
<b>非流動資產總額</b>		<b>3,866,100</b>	<b>3,866,100</b>
<b>流動資產</b>			
存貨		619,876	619,876
貿易應收款及票據		161,391	161,391
預付款項、及其他應收款項		191,230	191,230
其他融資產		476,994	476,994
保單存款		803,123	803,123
現金及銀行結餘		1,642,818	1,642,818
<b>流動資產總額</b>		<b>3,895,432</b>	<b>3,895,432</b>
類為持有待售的處置資產		204,459	204,459
<b>流動資產總額</b>		<b>4,099,891</b>	<b>4,099,891</b>
<b>流動負債</b>			
貿易應付款		237,621	237,621
其他應付款及應計費用		862,233	862,233
計息銀行貸款		1,143,091	1,143,091
應付所得稅		5,602	5,602
<b>流動負債總額</b>		<b>2,248,547</b>	<b>2,248,547</b>
與類為持有待售資產直接相關的負債		4,988	4,988
<b>流動負債總額</b>		<b>2,253,535</b>	<b>2,253,535</b>
<b>流動資產淨值</b>		<b>1,846,356</b>	<b>1,846,356</b>
<b>資產總值減流動負債</b>		<b>5,712,456</b>	<b>5,712,456</b>

合併財務狀況表（續）

年 月

	2016年 人民幣千元	年 人民幣千元
非流動負債		
益	3,329	
稅項負債	<u>7,513</u>	
非流動負債總額	<u><u>10,842</u></u>	
資產淨額	<u><u>5,701,614</u></u>	
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	399,352	
儲備	<u>5,302,262</u>	
權益總額	<u><u>5,701,614</u></u>	

# 合併財務報表 註

年 月

## 1 呈列基準

該等財務報表乃根據由國際財務報告準則（其中包括全部國際會計報告準則、國際會計準則及其詮釋）的規定以及香港公司法的披露要求製。除衍生金融工具和其他融資產以公允價值計外，該等財務報表已根據歷史成本慣例製。持有待售處置資產按其賬面價值與公允價值減去處置費用的淨額孰低顯示。此外，該等合併財務報表以人民幣（「人民幣」）呈列，除另有指明外，所有數額均調整至最接近的千位。

### 合併基準

合併財務報表包括本公司及其子公司於截至 年 月 止年度的財務報表。

子公司指由本公司直接或間接控制的實體（包括結構化實體）。當本集團因參與被投資企業的活動而承擔或有權獲得可變回報，且有能力對被投資企業行使權力影響所得回報的金額（即本集團有對被投資企業相關活動影響的現行權力），為本集團能夠控制該被投資企業。

當本公司直接或間接擁有被投資企業半數或半數以下的表決權，本集團會考慮以下相關事實，確定其是否對被投資企業擁有控制：

與被投資企業其他投票權持有者之間的協議；

因其他協議而擁有的權力；及

本集團的投票權和潛在投票權。 司 報表以人民幣 該符塵摠 整來

## 2 會計政策及披露事項的變動

本集團已於本年首次應用以下訂及訂國際財報告準。

國際財報告準第號、第號訂本及 國際會計準第/號訂本(。版本)	投資主體合並豁免
國際財報告準第號訂本	購於合業之權益的會計
國際財報告準第號	監管賬目
國際會計準第號	■ 露主性
國際會計準第號、第/號訂本	可接折舊及攤銷法之類
國際會計準第號訂本	業：國際會計準第號及生產性植物
國際會計準第號訂本(。年版本)	獨立財報表的權益法
。年至。年期之年	若國際財報告準的訂

除了以下已被的關於國際財報告準第號訂後對財報告的的影響，其他因採用準  
正案而產生的差異對於財報告顯著影響。

國際財報告準第號訂本小的了財報告的■露，些正案清的展示了：

- ，在國際財報告準第號中關於性的求；
- ，在資產負債表和損益表中的某些特定項目有可能會被類、
- ，報告主體在確定報告附註的順會擁有的靈活性；及
- ，從採用權益法計的聯與合業獲得的其他合益份額必須以總單獨示，並且其中每一項合益需標該其他合益否會在未，被類至入或損失。

此外，正案確了在■露資產負債表和損益表採用額外的小計的規定。正案對於本集團財報告沒有顯著影響。

### 3. 經營分 資料

自從 年 購內蒙古歐世蒙牛乳製品有限責任公司(「歐世蒙牛」)、 年 購 美滋嬰 兒食品有限公司(「美滋中國」)，以及 年 蘭乳業的 ，本集團 歷了次集團 ，包 購銷 能。

於 年下半年，本集團根據產品和服 對 部 行 類，共有下 三 可報告 部：

， 生產及銷售嬰 兒 粉產品 — 該 部包 在中華人民共和國(「中國」)及海外開發、製 及銷 售嬰 兒 粉產品。

， 生產及銷售 養品 — 該 部包 在中國及海外開發、製 及銷售成人及青少年 粉、豆 粉、米 粉及麥片產品。

， 其他業 主 包 生產及銷售主 本集團內部 用的包裝 ，銷售盈餘原 及出售基粉。該 等業 的業績載於「其他」一欄。

可報告 部的 為了優化業 單元的管理。可比較 字已 溯調整。

為 於在 部之間評 部表現及 資源，高 行 管理團隊會根據「可呈報 部溢 」的計 (即「 入減去銷售成本和銷售及 銷開 」)，評 部的表現。本集團不會 其他 入及 益、財 成本 淨額、部份銷售及 銷開 以外的開 至 部中，原因 高 行 管理人員並不會 用上述資 資源至 部或評 其表現。由於本集團不會定期 高 行 管理人員匯報 部資產及負 ，因 此，此等財 報表內並 呈 可呈報 部資產及負 的資 。

部間銷售及轉 參考以當 第三 銷售所採用的售 行交 。

	截至2016年12月31日止年度			合計 人民幣千元
	嬰幼兒配方 奶粉產品 人民幣千元	營養品 人民幣千元	其他 人民幣千元	
分 收入：				
銷售予外部客	1,462,414	668,150	72,751	2,203,315
部間銷售	<u>20,436</u>	<u>25,274</u>	<u>—</u>	<u>45,710</u>
	<u>1,482,850</u>	<u>693,424</u>	<u>72,751</u>	<u>2,249,025</u>
對賬：				
抵銷 部間銷售	(20,436)	(25,274)	—	<u>(45,710)</u>
總 入				<u>2,203,315</u>
分 業績	(164,950)	71,531	(16,589)	(110,008)
對賬：				
財 入				130,238
財 成本				(18,825)
其他 入及 益				227,396
未 的其他 出				<u>(561,427)</u>
除稅 虧損				<u>(332,626)</u>
其他分 資料				
折舊及攤銷	130,442	36,136	—	166,578
未 款項				<u>3,135</u>
折舊及攤銷總額				<u>169,713</u>

截至 2017 年 12 月 31 日止年

	嬰 兒 粉產品 人民幣千元	養品 人民幣千元	其他 人民幣千元	合計 人民幣千元
分 收入：				
銷售予外部客 部間銷售	1,234,567	876,543	12,345	2,123,456
	<u>1,234,567</u>	<u>876,543</u>	<u>12,345</u>	<u>2,123,456</u>
對賬：				
抵銷 部間銷售	(123,456)	(123,456)	—	(246,912)
總 入				<u>1,876,544</u>
分 業績	1,234,567	876,543	12,345	2,123,456
對賬：				
財 入				1,234,567
財 成本				(123,456)
其他 入及 益				12,345
未 的 其他 出				(12,345)
除稅 溢				<u>1,191,111</u>
其他分 資料				
折舊及攤銷	12,345	12,345	—	24,690
未 款項				<u>24,690</u>
折舊及攤銷總額				<u>24,690</u>

#### 4. 收入、其他收入及收益

本集團主 從事乳製品及 養品生產及銷售。 業 入，即 客 應的貨品的銷售 。 入不包 銷售稅，並 除任何銷售折 。

本集團的客 基礎 元化，於年內，並 任何單一客 的交 所 ， 的 入佔本集團總 業額的 或 以上。

## 5. 稅前溢利／(虧損)

本集團的稅 (虧損)／ 潤乃 除／(增 )下 各項後計算所得：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
貨品銷售成本	1,166,015	1,147,111
物業、 房及設 折舊,	159,375	159,375
投資物業折舊	2,457	2,457
土地 用權攤銷	2,031	2,031
其他非流 資產攤銷	3,078	3,078
形資產攤銷	<u>2,772</u>	<u>2,772</u>
折舊及攤銷總額	<u>169,713</u>	<u>169,713</u>
房屋的 租賃最 租	6,444	6,444
核 核	3,190	3,190
員福 費, (不包 董事及主 行 人員薪 ):		
工資、薪 及津貼	447,331	447,331
離 補	74,132	74,132
計 款(定額 款計 )	<u>38,644</u>	<u>38,644</u>
	<u>560,107</u>	<u>560,107</u>
息 入	(103,522)	(103,522)
其他投資的 益	<u>(26,716)</u>	<u>(26,716)</u>
財 入總額	<u>(130,238)</u>	<u>(130,238)</u>
貿 應 賬款減	<u>296</u>	<u>296</u>

, 部 的該等成本和費用已包 在上述 露的「貨品銷售成本」中。

## 6. 所得稅開支／(抵減)

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
即期所得稅	9,722	13,194
本年內確認以往年 的即期稅項調整	13,194	(35,324)
所得稅	<u>(35,324)</u>	<u>(22,130)</u>
本年 稅項 出／(抵減)	<u>(12,408)</u>	<u>(12,408)</u>

在年 內，就除稅 (虧損)／溢 按中國法定所得稅稅率計算的所得稅(抵減)／開 ，與按 本集團實際所得稅稅率計算的所得稅(抵減)／開 ，對賬如下：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
除稅 (虧損)／溢	<u>(332,626)</u>	<u>(332,626)</u>
按中國法定稅率 ( 年： )	(83,157)	(83,157)
本年內確認以往年 的即期稅項調整	13,194	13,194
不可 稅開 的影響	10,703	10,703
不同稅率的影響	(40,800)	(40,800)
未確認稅項虧損	158,485	158,485
用以往未確認稅項虧損	(50,254)	(50,254)
不徵稅 入的影響	<u>(20,579)</u>	<u>(20,579)</u>
本年 按實際稅率計算的稅項 出／(抵減)	<u>(12,408)</u>	<u>(12,408)</u>

根據第十屆全國人民代表大會於 年 月 通過的《中華人民共和國 業所得稅法》(「稅法」)，本集團中國附屬公司自 年 月 起的法定所得稅稅率為 。根據《關於深入實 部開發 略有關稅 策問題的通知》，歐世蒙牛享有 的優惠稅率。

根據開 群島及英屬處 群島(「英屬處 群島」)的規定及法見，本集團 須在開 群島及英屬處 群島繳 任何所得稅。

本集團 年香港 得稅撥 以本年 的計應課稅溢 ，按 ( 年： )的稅率計提。

根據 蘭國家的規定及法見，本集團在 蘭的所得稅稅率 ( 年： )。

## 7. 股息

本年 的股息載 如下：

	2016 人民幣千元	人民幣千元
股息：		
本年宣派及 付		
— 普通股股息，	<u>35,477</u>	<u>        </u>
擬派：		
— 末期股息：	<u>        </u>	<u>        </u>
	<u>        </u>	<u>        </u>
	<u>        </u>	<u>        </u>

## 9. 存貨

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
原	201,218	1,211,100
成品	211,591	1,211,100
半成品	180,259	1,211,100
包裝	25,915	1,211,100
消耗品	893	1,211,100
	<u>619,876</u>	<u>1,211,100</u>
合計	<u><u>619,876</u></u>	<u><u>1,211,100</u></u>

## 10. 貿易應收款及票據

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
貿易應收款及票據	162,138	1,211,100
減	<u>(747)</u>	<u>1,211,100</u>
	<u>161,391</u>	<u>1,211,100</u>
	<u><u>161,391</u></u>	<u><u>1,211,100</u></u>

就貿易應收款而言，本集團已訂有貸策：大型超市場提供一至三個月期的固定貸；以次核的形式與本集團交易一年且具有良好交錄的銷商提供一至三個月期的臨貸。本集團推廣某系產品，用良的銷商可獲得特貸。所有貸均屬抵貸。銷售予其他客會求全預付款。本集團定期審閱貿易應款的賬齡，以監察貸風險。

於報告期末，除撥的應賬款及應票據按發票期的賬齡如下：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
三月以內	117,057	1,211,100
三至六月	38,521	1,211,100
六個月以上	<u>5,813</u>	<u>1,211,100</u>
	<u>161,391</u>	<u>1,211,100</u>
	<u><u>161,391</u></u>	<u><u>1,211,100</u></u>

## 11. 現金及銀行結餘及保證金存款

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
現 及現 等 物	581,491	1,000,000
受限 的銀行存款	803,123	1,000,000
原 期 為三 月以上的定期存款	<u>1,441,254</u>	<u>1,000,000</u>
	<u>2,825,868</u>	<u>3,000,000</u>
減：銀行融資之短期 存款	803,123	1,000,000
減：長期銀行存款	<u>379,927</u>	<u>1,000,000</u>
現 及銀行結存	<u>1,642,818</u>	<u>1,000,000</u>
	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
以下 貨幣 的現 及銀行結餘：		
— 人民幣	2,473,884	1,000,000
— 其他貨幣	<u>351,984</u>	<u>1,000,000</u>
	<u>2,825,868</u>	<u>3,000,000</u>

人民幣並非可自由換為其他貨幣。而，根據中國大陸的外匯管理條例及結匯、售匯及付匯管理規定，本集團獲得授權行外匯業務的銀行，將人民幣匯為其他貨幣。

銀行現按通行市場利率計息。於 2016 年 1 月 1 日，短期定期存款的實際年率為 3.0% 至 4.0% (2015 年 1 月 1 日：3.0% 至 4.0%)，並將於一年內到期。長期定期存款的實際存款利率為 3.0% 至 4.0% (2015 年 1 月 1 日：3.0% 至 4.0%)。銀行結餘及已抵押存款於近期記錄且為良好的銀行儲存。

除了一些銀行貸款及定期存款人民幣 1,441,254 元 (2015 年：人民幣 1,000,000 元) 行擔保，尚有人民幣 351,984 元存款 (2015 年：人民幣 1,000,000 元) 被為開具用的保。

## 12. 貿易應付賬款

於報告期，本集團根據發票期的貿易應付賬款的賬齡如下：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
三月以內	222,504	182,100
三月至六月	12,356	11,100
六月以上	<u>2,761</u>	<u>1,100</u>
	<u><u>237,621</u></u>	<u><u>194,300</u></u>

貿易應付賬款，包括應付關聯方的賬款，為不計息且一般於一至三月內結算。

## 13. 其他應付款及應計費用

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
客戶預付款	135,383	112,100
應計薪金	129,581	112,100
應付離職補償	53,595	11,100
應付利息	239	—
其他應付稅項	15,783	11,100
其他款項	—	11,100
提取客戶的保證金	66,513	11,100
客戶忠誠計劃	—	11,100
預提費用	363,052	11,100
其他	<u>98,087</u>	<u>11,100</u>
	<u><u>862,233</u></u>	<u><u>362,300</u></u>

## 14. 計息銀行借款

於2016年12月31日		於 年 月	
實際利率(%)	到期時間	實際利率	期間
	人民幣千元		人民幣千元

_____	_____
<u>_____</u>	<u>_____</u>

2016  
人民幣千元      人民幣千元

銀行貸款

— 以人民幣計	400,000	—
— 以美元計	673,767	—
— 以港幣計	<u>69,324</u>	<u>—</u>
	<u><b>1,143,091</b></u>	<u><b>—</b></u>

於 2016 年 12 月 31 日，一些總額為人民幣 1,143,091 元(2016 年 12 月 31 日：人民幣 1,143,091 元)的銀行貸款以人民幣 69,324 元(2016 年 12 月 31 日：人民幣 69,324 元)的定期存款 行抵 。

於 2016 年 12 月 31 日，總額為人民幣 400,000 元的銀行貸款由雅士 國際集團有限公司擔保，總額為人民幣 673,767 元的銀行貸款由山 雅士 乳業有限公司擔保 。

## 管理層討論與分析

### 行業回顧

2020年，全球經濟「黑鵝」事件頻出，經濟風險上升。國際政治震蕩，經濟全球化受極大挑戰，經濟形勢不確定性增加。

面對錯綜複雜的國際形勢和不景氣的經濟下行壓力，中國經濟保持了總體平穩、穩中有進、穩中向好的發展態勢，實現了「十三五」的良好開局。根據中國國家統計局公布的初步核算數據顯示，全年國內生產總值人民幣82,075億元，按可比價格計算，比上年增長2.3%，經濟增長符合中國政府設定的目標預期，且極大地領先於世界水平。全年全國居民人均可支配收入人民幣20,331元，比上年名義增長4.7%，扣除價格因素實際增長1.9%。全國居民人均消費支出人民幣14,708元，名義增長4.1%，扣除價格因素，實際增長1.9%。

2020年10月1日，《嬰兒乳粉產品註冊管理辦法》（「註冊辦法」）國家食品藥品監督管理總局局會審通過，自2020年10月1日起施行。註冊辦法對企業申請的嬰兒乳粉產品出限，每企業原上不得超過10種產品，並且對產品註冊，對標籤、說明書與產品相關的聲稱內容一併審覈，為確保嬰兒乳粉標籤、說明書真實準確、科學規範，免企業濫用標籤、說明書宣傳、引導消費。2020年10月1日現有產品和現有品牌的註冊期限，國內100家嬰兒乳粉生產企業近100個品牌中，10%以上將會被清退。人口政策方面，人口政策在全面二孩政策開的首年尚未有明顯效果，2020年的過渡，有助於2021年體現，積極國內嬰兒乳粉行業需求，企業及市場發展機遇。

2020年國內嬰兒乳粉市場規模相比去年基本持平，微幅上升。母嬰消費保持較強增長，銷售額齊升，為市場佔比最高，市場份額超過一半。互聯繼續影響消費者的消費行為和購買習慣，電商增長有所放緩，海淘、海外代購及跨國電商的發展先

揚後，上半年蓬 發展，下半年受國家 策調控影響， 入盤整和見範期；商超 繼續萎縮，並有 下 趨，導致， 賴於該 的國產品牌承受較 競爭壓 而 深化 革。

## 業務回顧

年，蒙牛集團以全面股權 購形式實現了與本集團 略合，成為本集團控股股。年，本集團、中國蒙牛國際有限公司(「蒙牛國際」)與 (「能 洲」)簽署股份認購協 並於 年 月完成交， 能 洲正式成為本集團第十 股。年 月，本集團完成對蒙牛集團 下歐世蒙牛的全資 購，正式成為蒙牛集團 下唯一 粉業 平台。年 月，本集團完成對 能集團 下 美滋中國的全資 購， 步完成品牌整合及國內產能 布局。

本集團致 於開發 得消費 賴的 養產品，包 嬰 兒 成長的雅士、瑞恩、 美滋、 恩等品牌產品系，以及 足成人 養需 的優怡、 正 等品牌產品系。本集團的業 模式結合了 口優質乳品原、 口優質原裝嬰 兒 粉產品、自主研發、先 的生產系 及 悉本地消費 場的專業 銷團隊等 因，為 消費 提 具有 心保 的產品。

## 分類產品介紹

### 嬰 兒 粉

本集團開發的嬰 兒 粉產品主 足嬰 兒 喂 的 養需求，可 母乳 為嬰 兒的主 養 源。本集團所有品牌嬰 兒 粉產品均主 用優質 口原，尋求開發 養 合最理想的 粉，以 合嬰 兒成長及發 的不同階段需。本集團已設立 對不同消費水平 布的目標客 的嬰 兒 粉產品。本集團與 合 的原罐原裝 口有機「寶貝與」，源自 麥，定 超高端 場；美滋「致粹」、 「確盈養」 升後主 致 於 系 的兒科 決 案；雅士「超  $\alpha$  一 裝」、「 裝安貝」定 於基礎 養；蒙牛「瑞 恩」 為本集團 興品牌，主 打 成為專業的嬰 兒有機 粉。 恩「 裝」、「 裝」主 對中端消費群；雅士「能」、「 美滋」主 對中 端消費群。

## 嬰兒特殊粉

隨著中國的現代化、工業化建設的發展，環境、生活方式、飲食的變化，中國嬰兒面臨日益增多的挑戰。本集團為嬰兒養育專家，除了滿足嬰兒養育需求外，美滋還有專業系列產品，滿足特殊嬰兒的特殊養育需求。目前本集團美滋有以下三系專業產品：

一、**免疫系**產品：目前包**括**預**防**產品、**和**治療產品。產品**通**過**深**水**工**藝，有**預**防**高**風險嬰兒的**風**險；**和**治療產品，**通**過**深**水**工**藝，有**治**療嬰兒食物蛋白**敏**感。

一、**消化系**產品：目前包**括**乳**化**產品，**和**可以**有**免乳**不**受引起的腹瀉**惡**性**循**環。

一、**體兒系**產品：目前包**括**出生體**兒**產品，**和**足**月**出生體**兒**趕**上**生長的需求。

## 養食品

本集團亦生產銷售**種**養食品，包**括**：**眾**型全家**養**粉—蒙牛品牌成人**粉**、優怡品牌成人**粉**；中**年**高端**能**性**粉**—**瑞**恩品牌中**年**粉；兒**童**的**養**粉—未**成**兒童成長**粉**；**美**的沖調產品—正**品**牌麥片；嬰**兒**食—雅士**品**牌嬰**兒**養米粉等。形成了專為具有特殊需**求**的消費**者**而設的不同**養**合產品以及**合**一般人士的產品**合**。

## 品牌策略

2016年，本集團以穩固雅士**品**牌、強**化**瑞恩品牌、快**速**培**植**系為策略，完成差異化的業**務**模式和品牌布局，持續擴**大**本集團的品牌**播**聲**和**品牌影**響**，全面實現品牌的升**級**與**塑**造。

2017年，雅士**品**牌，**蘭**原裝原罐**口**產品在國內**規**模上**線**後，本集團**一**月在全國**各**場舉**辦**品推**薦**會，集中火**力**宣**傳**，引爆**一**點。本集團同**時**集中電**視**、**新**聞、**平**面媒體等**各**類資源，**全**面宣**傳**，**推**出**新**品上**市**。上**述**方面，本集團**推**出全國首檔**保**健非物質**化**成**員**節目—《**彩**中國》》，聯合「長江**衛**」(南**京**、北**京**、河**南**、**安**徽、江**蘇**、公共**省**地面頻**道**聯盟) **聯**手**磅**出擊。此外，本集團攜**手**藝

、搜狐、芒果，播出該節目，台立體平台合空。雅士，蘭  
上原裝原罐生產的海外版粉也在，年，月登陸，蘭場，駐，蘭三，主流超  
系，實現在國內外場同步上，引起了國內外媒體的高關注。雅士獨家  
、蘭獨音樂會，並為「ca」舉行兒童善義賣款活，提升了品牌知和美

年瑞恩高成長的一年，以「淨有機保」的品牌主張行播，提升  
品牌知和口碑，同上和下結合推，年超額成任，增長率。在  
推面，瑞恩共計開展場活，有提升消費體驗及客，瑞恩年主題活  
一「瑞恩有機嬰」自，年，月開起，城，射，縣城鎮，  
每場消費去專業的嬰知和對有機及瑞恩有機產品的服，為瑞恩有機  
年內推定了基礎；在播面，瑞恩用上資源，與百深合，深挖  
據獲取準目標人群，起千萬，獲得眾媽媽認可，同於各垂直母嬰媒體  
獲優秀口碑，如媽媽、媽等，瑞恩有機粉先後獲得了法國，年世界之  
，國獎、中國乳業協會「月月檢質獎」、「口碑王媽媽最任有機  
粉獎」等獎。此外，歐世、美系產品為歐世蒙牛的術型產品，蒙牛母品  
牌及推，年內成任，為公司貢獻潤。

對略高端產品「寶貝與」，本集團通品上會及上會，強化  
品牌，並簽具有國際影響藝術家漫士，為品牌代言人病毒頻和  
平面片，在點城集中行投，消費體驗，自麥「寶貝與」的極致  
淨。

## 產品研發

年，藉，蘭優質源和，蘭高標準工，本集團研發中心開發了的品系  
嬰兒粉，豐富和強化了本集團的產品，為場開和競爭提強有的產品  
持。研發中心同對現有優怡系調製乳粉、兒童未，產品、蒙牛和學生粉

產品進行了營養升級，並升級了產品包裝形式，以滿足目前消費者對產品營養的需求，同時在包裝形式上引領行業。本集團旗下歐世蒙牛繼續發展有機產品，除現有國產有機嬰兒奶粉「瑞恩」外，原裝进口的有機嬰兒奶粉開發也进入了實質的標準階段，將加快推廣市場。

對目前國家實施的註冊標準，本集團研發中心與品牌管理中心、銷售管理中心共同探索產品布局，優化產品營養結構，發展集團公司長期戰略型產品，並按照註冊標準研製報告，向相關機構提交申請，爭成為全國第一家獲得嬰兒產品註冊號的企業之一。本集團在註冊標準過程中嚴格按照管理辦法執行操作，標籤要求只為消費用途，選擇產品的一項標準，不導消費，不涉及疾病預防、治療、指示或示益、增抵、保腸等第載第

2019年下半年，本集團新建的「母嬰直銷」項目部，開闢空白單體母嬰和小型連鎖，由本公司直接出貨，合資人享受高額提成。通過母嬰直銷業務機制的推行，在推動業務轉型的同时，激活團隊潛能。項目部轉行也為母嬰直銷的設立及執行機積累了經驗。

年內，本集團線上銷售規模穩步增長。本集團推出高端嬰兒粉、基礎嬰兒粉、成人粉與沖調類三條產品線，根據市場不同的流轉及購買特徵進行產品細化，高端嬰兒粉強化全國性電商平台的戰略合作，加強品牌線上推廣；基礎嬰兒粉加強自營鋪位，優化流轉效率；成人粉與沖調類主要通過貓超和自營，用電商合平台流轉優實現快速突破。

2019年恩業進入歐世蒙牛後，從銷售、市場、生產、物流、人資、財等全面優化，成本下降、質提高、貨及、貨齡善、有控成本，銷售服務原工廠、銷商等困難，止虧穩，實現虧為盈。

管理優化方面，梳理銷相關流程、定權責矩，實現嚴格管理與高管理。建立強有的巡視體系，對市場費用巡視檢核，提高費用利用率；嚴處竄貨，嚴整市場秩序。打會員管理系統，並與、外打通，從採購、生產、入、出、、銷，一直消費積換，全流程信息化管理，實現全面預算管理、費用準投、業高轉、銷存管理、竄管理、消費實等合能。會員管理系統實現了母嬰直銷門的訂單及結算能。

為全面激活團隊，2019年四季，組織構從原有的品牌事業部轉為以和品類為主的構，其中母嬰承載了品牌升和轉型的略目標；商超著「下、下品類、下格」問題；高端母嬰立足於美滋回外資四品牌之、成為品牌字上的皇；以原有電商為基礎，展社群銷、整合內部市場資源、發展業以取客等；建由品牌商、商、銷售團隊合業的恩項目部。

## 質量管理

質量是企業的生命之源，質量是企業佔領市場的唯一出路。本集團一直致力於建立起一套從供應商質量管理至消費服務的整條鏈的全面質量管理系統。

本集團堅持每種產品從原材到成品的質量管理嚴格按照以下原則進行：（一）嚴格對供應商進行篩選，同時每年定期對供應商進行評定和考核，及淘汰不再繼續滿足本集團要求的供應商，確保了本集團產品最源頭管理的理念實施；（二）每年已開辦對各供應商的審核流程進行，一，確保供應商審核的完整和全面；（二）採購國內外優質的原材，並嚴格按照嚴於國家標準的企業內控標準的要求對原材進行檢控，確保原材符合要求；（三）每年對各種原材進行標準化，增加了一部衛生指標和污染物指標的要求；（三）採用全面合理的營養安全並採用國際先進生產設備進行生產；（四）嚴格的過程質量管理，確保每一道工序符合標準參數要求；（五）嚴格的產品出廠檢驗，產品檢驗合格後才能發貨，確保了所有出廠的產品符合相關要求；（六）持續優秀人才進行高生產和質量管理，同時對內部的生產和質量管理人員進行持續的專業知識的培訓學習，不斷掌握最新的知識。

本集團以雅士中心實驗室為核心，協同各子公司實驗室嚴格執行產品出廠自檢。中心實驗室於2015年獲得CNAS國家認可，現已有10項參數，10項檢驗方法在乳製品及飲品領域中被認可，涵蓋包三營養成分指標、衛生、物質和衛生指標等。本集團在質量管理硬件方面投入巨大。各實驗室每年會不定期購買各種先進設備包括超高效液相質譜聯用、氣相質譜聯用、高效液相色譜、原子吸收、氣相色譜等。每種粉類進行多項指標的檢驗，層層把關，確保安全，嚴格按照國際標準指導產品的生產，確保產品質量。

2015年，本集團各工廠順利通過ISO9001、ISO14001、HACCP、GMP等管理體系的監督審核或評審，該等良好管理體系為本集團生產優秀品質的產品提供了保障。

2015年，和興工廠、上海工廠、潮州工廠持續對基礎設施進行升級。

年，在國家嚴格的各類風險監 程中，雅士、蒙牛、美滋、恩品牌產品全部檢 結果 合格， 強了消費 用本集團產品的 心。

## 資源整合

產能 面，本集團按 註冊 一 工 不 三 系的 求，將部 系 產品轉 蘭工 生產，並積極尋 海外代 工工 ，以轉 術性產品生產， 潤 源。同 ，應 註冊 中對 差異的 求，將 合理 各工 ，並有策略性、有 對性地申 。本集團 應鏈管理中心根據項目 安排，開展相應工 ， 項目 。

工 面， 應鏈管理中心根據生產排布，合理 用、調撥本集團內部資源， 免資源浪費和損失，在囊 了和 工 及上海工 基礎上， 定了 一的衡 標準，並定期跟蹤，以橫、縱 比較各工 狀況並 善。通 通有 ， 安全、質 等體系的完善， 成本、提高 率。

採購整合 面， 本集團優 ， 步轉 集中採購，以期 ， 應鏈整體採購成本。在整合需求上， 一原 規，集中集團採購需求 ；在採購 和流程上， 一了集團 投標 ，建立了 應商績 考核指標體系，為 應商 擇和管理 下了 實基礎；在採購 略上， 為 蒙牛集團集採，雅士 集團集採，各公司自採三 ，同 顧優化海外採購的流程，構建了合同 構和標準合同模 ，從而 一了採購合同的管理和 ；在 應商採 計 上，將各公司採購 集中採購轉 ，並 定了提升和 計 ，以 一 應 和策略。此外，採購 織 構按品類 專業採購轉 ， 為原 和 口成品採購，包 採購， 場 合採購，固定資產 品 件與 合採購。採購 織各司其 ，專業 工，以提高採購專業 能， 率和服 水平。

計 及物流 面，根據業 需求及 構設置，優化計 及物流的 織 構， 善工 流程和 通機 ，從而 快 反應、提高 率和服 水平的目的。引入 應商評 體系， 一物流 評 體系，整合與 一各物流中心標準操 流程、 業 冊與質 標準，實現集團各物流中心的標準化管理與 ，提升各 的協同 應。計 面：計 管理部

構的整合，了與銷售業整合匹配的計組織結構，完善了與各組織匹配的業流程、人員、通平台的搭建；計部業整合，實現了從銷售預、生產跟蹤、客服訂單銜接整系的順，從業最的持了銷售業整合的需求，產品鏈條清穩。物流面，通原有各公司物流構的整合，確定了公司一的物流織；物流部業、整合，實現了據言的一衡，從費核算、一標準、指標的一標準、儲費用衡、一標準等，實現了在同一平台下衡各自的業績。

## 管理系統

本集團管理層定了銷模式轉型和應鏈整合的業略，而全面的系，略實現的撐基礎。在蒙牛集團總部、的指導持下，雅士製了三年期的息化建設路圖，通、一見、步實，完整導入蒙牛集團標準業息系、環。

雅士於、年月啟了、系、實項目，以建設集團業的核心息系、平台。項目由包雅士管理層、業流程負責人、關鍵用、蒙牛集團和雅士、及實合、在內的近、人項目執行並將、年月設定為系上的目標期限。項目將為集團實包、銷售與銷、生產計與執行、物管理、質管理、財和管理會計等集成一體化的、能模、合，通、一各業單元管理、據標準、操、流程和管理策，最實現集團產、銷和財業的完整一體化高。

項目上後，雅士將繼續於後續年內實系、以形成完整的業撐息系、環，包銷費用管理系、商能系、銷售執行系、質溯系（十期）、消費服中心系、等。

## 財務回顧

### 收入

截至二〇一六年六月三十日止年，本集團之收入為人民幣二,203.3百萬元(二〇一五年：人民幣二,203.3百萬元)，較去年下降百分之零。

按產品類	2016		比例
	人民幣百萬元	人民幣百萬元	
嬰兒粉產品	1,462.4	66.3	66.4%
養食品	668.2	177.1	79.3%
其他	72.7	169.9	76.8%
總計	<u>2,203.3</u>	<u>353.3</u>	16.0%

截至二〇一六年六月三十日，嬰兒粉產品實售收入為人民幣六十六點三百萬元(二〇一五年：人民幣六十六點三百萬元)，較上年減少百分之零，而養食品實現收入為人民幣一百七十七點一(二〇一五年：人民幣一百七十七點一)百萬元，較上年減少百分之零，其他產品實現收入為人民幣一百六十九點九百萬元(二〇一五年：人民幣一百六十九點九百萬元)，較上年增加百分之零，主要由於荷蘭銷售基粉未能產生。

本集團收入下降主要由於：(一)現代和中國的萎縮弱了本集團原本在該市場的競爭優勢；(二)本集團今年持續應對母嬰及電商的銷售模式轉型，行銷策略的執行和效果需時間以及成本費用的投入；(三)本集團今年行銷以應對激烈的市場競爭；及(四)本集團正在積極整合產品以應對嬰兒粉註冊法案的影響，而整合會在一定程度上影響部分產品的銷售成績。

本集團上半年已引進經驗豐富的行銷管理團隊，團隊正在融合，並採取積極行動，包括行銷內部管理強化、銷售模式優化、轉型深入、產品不；同時本集團後台管理、應鏈的整合也取得進展，整合產生的效益預計將在後年逐步體現。

## 毛利

截至二〇二〇年九月三十日止年度，本集團錄得毛利為人民幣九、〇〇〇百萬元(二〇一九年：人民幣八、〇〇〇百萬元)，較去年下降了百分之十。毛利率為百分之三十五，毛利率下降了百分之五。下降原因在於今年本品搭贈。

## 銷售及經銷開支

截至二〇二〇年九月三十日止年度，本集團產生銷售及經銷開支為人民幣一、〇〇〇百萬元(二〇一九年：人民幣一、〇〇〇百萬元)，較去年下降了百分之十。

本集團銷售及經銷開支佔收入比例增至百分之十(二〇一九年：百分之九)，較去年上升了百分之一；上升的主要原因為銷售收入下降，人工成本、市場費用等相對固定費用未能同比下降。

## 行政開支

截至二〇二〇年九月三十日止年度，行政開支為人民幣一、〇〇〇百萬元(二〇一九年：人民幣一、〇〇〇百萬元)，較去年上升了百分之十，主由蘭、山、之工廠今年產能利用率不足而產生的費用在管理費用核算及公司裁員賠款所致。

## 淨財務收入

截至二〇二〇年九月三十日止年度，財務收入淨額為人民幣一、〇〇〇百萬元(二〇一九年：人民幣一、〇〇〇百萬元)。財務收入淨額下降了百分之十，主由於今年九月購美滋中國以及今年整體息率下降。

## 所得稅開支／(抵減)

截至二〇二〇年九月三十日止年度，本集團的所得稅抵減為人民幣一、〇〇〇百萬元(二〇一九年：為所得稅開支人民幣一、〇〇〇百萬元)，實際所得稅率為百分之零(二〇一九年：百分之十)。所得稅費用下降的原因主本集團本期為稅虧損。

## 存貨

於二〇二〇年九月三十日，本集團存貨餘額為人民幣一、〇〇〇百萬元(二〇一九年九月三十日：人民幣一、〇〇〇百萬元)，減少主因為原粉價格下降以及本集團策略性調減原粉存貨。

## 其他金融資產

於 年 月 ，其他 融資產包 穩 型 本理財產品人民幣 百萬元，預期年化 益率為 至 ( 年 月 ； 至 )。

## 貿易應收款及票據

於 年 月 ，本集團貿 應 款及應 票據 額為人民幣 百萬元( 年 月 ；人民幣 百萬元)，餘額增 主 因為直 商超門 增 ，相應 予的 限額增 。於 年，貿 應 款 轉 為 ( 年 ； )， 轉 較 年增 / ，原因在於 月 入的 美滋中國 轉 較高而 高本期集團 轉 。

## 然負債

於 年 月 ，本集團並 或 負 ( 年 月 ； )。

## 資本 擔

於 年 月 ，本集團未 資本承擔總額為人民幣 百萬元( 年 月 ；人民幣 百萬元)，主 為嬰 註冊整 項目及 粉生產設 。

## 呆賬撥備

於 年 月 ，本集團的 賬撥 為人民幣 百萬元( 年 ；人民幣 百萬元)。該 等撥 與 付款的客 有關的減 應 款而 出的撥 。本集團並 就該等 額持有 任何抵 品或其他 貸增 。本集團定期審閱應 款的賬齡，並考慮根據若 因 計提撥 ，例如 人 否出現 財 困 、 人申 破產或 行財 的概率，以及 付款的可能性。

## 存貨減值撥備和報廢虧損

於 年 月 ，本集團的存貨減 撥 餘額為人民幣 百萬元( 年 ； )。此外，本集團亦錄得存貨報 虧損人民幣 百萬元( 年 ；人民幣 百萬元)。主 由於 報 受損的存貨以及處置不 用的包裝物 。

## 已抵 資產

於 年 月 ，本集團已抵 之銀行存款合共 人民幣 / 百萬元( 年 月 ；人民幣 百萬元)；以獲得若 款及開具 用 。

## 本公司股權 有人應佔溢利

本公司股權持有人應佔溢 為人民幣 - 百萬元，較去年下 。主 由於銷售入下 、銷售及 銷成本佔比上升。

## 流動資金及資本資源

於 年 月 ，本集團的流 資 包 現 及現 等 物，一年內 除限 的受限銀行存款、長期定期銀行存款及投資存款合計人民幣 百萬元( 年 月 ；人民幣 百萬元)，下 。下 的原因主 今年 付 美滋中國 購款項。

## 經營活動

截至 年 月 止年 ，本集團的 活 現 淨流入人民幣 - 百萬元( 年 ；人民幣 / 百萬元)。 現 淨流入減少主 由於本期 入 下 。

## 資活動

截至 年 月 止年 ，投資活 所用現 淨流出為人民幣 百萬元( 年 ；人民幣 百萬元)，投資活 現 流出減少主 由於投資銀行存款 期 回。

## 融資活動

截至 年 月 止年 ，融資活 所產生現 流入淨額為人民幣 百萬元( 年 ；人民幣 百萬元)，主 年 能 洲發行及 認購股份取得人民幣 百萬元以及 計息銀行貸款 出人民幣 百萬元。

## 貸款及借款

於 年 月 ，本集團貸款及 款為人民幣 百萬元( 年 月 ；人民幣 百萬元)； 合 款的年化 率為 ，其中包 美元及港幣 款的年化 率 為 及 ，人民幣 款 率為 以及貼息人民幣 款 率 。

( 年 月 : )，以上貸款需按 求 期 。於 年 月 ，本集團資產負債比率為 % ( 年 月 : )，資產負債比率為年末計息銀行貸款總額除以年末資產總額。

### 首次公開 股所得款項淨額用

本公司於 除有關開 後的首次公開發售所得款項淨額 為人民幣 百萬元。本公司

_____	_____	_____
=====	=====	=====

組織協同和發揮規模效應，2019年年中，公司整合了雅士利、歐世蒙牛和美滋中國三家公司的生產、採購、計劃、物流和質量等能力，實現了供應鏈全鏈條管理。年末，本集團對三家公司的能力後臺進行了組織及人員梳理，進一步完成後台能力的整合。

人力资源管理方面，為保證整合後的人員穩定及本集團未來組織的發展，本公司積極推出一系列人員與組織發展項目，如通過人員盤點找出集團高潛人員，並建立了關鍵崗繼任計劃，為本公司未來業務的開展提供了人才儲備的支持；通過積極開展校園招聘為銷售團隊注入新鮮的血液，同時，也開展了母嬰特約、導購培訓等一系列上下培訓，為集團特約銷售團隊組織能力提升奠定了良好基礎。

文化建設方面，本公司在年初制定了公司的業務願景、使命和核心价值观。人力资源管理中心開展了一系列文化建設活動，對公司業務化進行宣導。包括每季的高管工作坊、全員的「業務化工坊」、跨部門協作的培訓以及圍繞「誠信」、「責任」、「激情」、「開拓」四大主題所策劃的業務化活動等。通過這些活動，有效凝聚了人心，形成了公司的文化核心。

人力资源基礎建設方面，人力资源管理中心對雅士利、歐世蒙牛和美滋中國的人力资源管理進行了進一步整合，已基本完成合同管理、人員外包管理、薪酬體系、福利等項目的統一，並在招聘和培訓等項目前進行了有效協同及資源共享。此外，公司的人力资源信息化系統建設也在進行中。完善和統一的人力资源管理在一定程度上實現了內部的公平，有效促進了本公司的整合和融合。

## 社會責任

2019年，本集團在社會公益活動中再接再厲，將「螢火蟲行」的文化核心傳播。

五月份母親節，本集團於廣州舉行了「致敬母親節」活動，在廣州婦孺兒童療養中心、廣州兒童醫院、廣州婦嬰保健院、省婦保院四家醫院滿足媽媽的回家需求，免費接送其回家。當晚活動共持續了1小時，共接送了1000車次的媽媽回家，為超過1000名媽媽送去最溫馨的節日問候。

月份，雅士 為 蘭獨 會的贊 商，捐贈了演 會門票 張，為「 』 提 善義賣，款。另外 每月「 』的受 家 捐贈不少於 罐雅士「超 α一 裝」粉，持 些有先 性心臟病患兒家 的 粉需求。

月份，雅士 「小水 生專項基 』為孩子 口 。同月，雅士 了，自「小水 』求 ，據 裏的孩子極需口 ， 雅士 能夠 為他 提 。一 衷於公益 事業的雅士 立馬行 ，先後調 了 粉(、罐) 往， 基 會的 眉之急。

月份，雅士 ， 蘭乳業有限公司(「 蘭乳業」)開業一 年榮獲「 善 」。月 ， 蘭乳業在 蘭最 中 站 主、善 織 和《 》雜 協 的「 』善 宴上喜獲「年 善 』榮 稱號。中國駐 蘭總領館 領事 玉會、中國駐 蘭總領館 領事張宇、國家黨 員楊 博士、國家黨 員 以及行 黨黨魁 等 餘 嘉賓 場 持。

此外，本集團與 息報 啟「第一 關注困 兒童」項目，關注棄嬰、缺母乳群體兒 童，擬在發現並確認其情況後捐贈 粉， 他 關， 予最 及 的關 。

本集團聯同中國 十字基 會將 超 萬元的 餘 嬰 兒 粉在山 泗 水、 等地 貧困家 免費發 ，基本 蓋當地國家 準 貧對象， 鎮地區 貧困家 的嬰 兒，為當地的貧困家 的嬰 兒 成長提 有 。

發揚中國乳業 ，在 發展國產乳業的同 不忘回饋社會，雅士 積極投身公益事 業，不忘 心。

## 公共 係及危機處理

本集團 持積極有 的宣 式，公開 地 外界 相關資 並與各宣 部門、機構 保持良 地 通關 ，及 並發布公司最 資 ，積極參與各項公益事業和 善活 。

本集團內部定了一套完整的危機管理系統及應對機制，並通過本集團危機處理中心，及時、準確地處理消費者的投訴及媒體關注的問題；同時，本集團高度重視市場反饋可能問題，提升為消費者提供良好服務，預防危機事件的發生。本集團設立投訴中心，高度關注行業投訴及投訴事件，對投訴情況進行監控，對行業事件及時作出反應。通過與公眾及媒體有良好溝通，公布投訴信息，消除負面影響，樹立在行業中良好口碑。

## 投資者關係

本集團認為，與股東、投資者及潛在投資者進行良好溝通，乃提升投資者關係及投資瞭解本集團業務表現及策略的關鍵。本集團通過現場接待、電話會談、非交際路演及參展商投資峰會等各種形式與投資者進行溝通和交流。

為提高透明度，本集團設有網站，載有關於本集團財務、業務管治及其他數據的最新情況，以供公眾閱覽。

## 未來展望

### 政策影響

註冊已於2021年1月正式施行，其落地將對行業產生深遠影響。註冊要求每類產品原上不得超過一種產品，此策並非單求行業減少，而推行業增加研發投入，加強硬件軟件管理，加強品質管理，引導乳製品行業專注品牌及產品品質，讓消費者看得清楚，買得明白，真正獲得實惠。註冊的落地實施將提高嬰兒乳粉行業入門檻，品質、品牌形象將有較好改善，品牌與行業集中度進一步提升，市場競爭環境趨於良性，全國布局的規模化企業有從中受益，成為市場份額有競爭力的競爭者，而小企業、小品牌將出局。2021年將成為嬰兒乳粉行業轉折點。

於2021年1月1日起，跨電商售口策出台；2021年1月1日起，中國對跨電商售口有關監管要求予一年的過渡期，即在2021年1月1日之前，不執行化妝品、嬰兒粉、醫療器械、特殊食品(包括保健食品、特殊學用食品等)的首次口

可條件、註冊或立案要求；2020年1月，商標部發令將上述過渡期進一步延長至2021年。長期來看，對跨電商行業的進一步規範，將會推動行業健康、有序的發展。

2020年中國全面實施全面二孩政策的第二年，2019年內生兒總量約1600萬，出生率下降不足以彌補人口赤字。官方數據顯示，2019年生兒總量同比增長0.5%，為嬰兒奶粉市場需求穩定提供了條件。全面二孩政策將逐漸發揮效應，生活壓力較大的三四線城市及鎮地區有一定出生人口，提高當地奶粉需求，進而推動在該類地區商超享有競爭優勢的本土奶粉品牌的銷售。

## 行業趨勢

中國嬰兒奶粉市場呈現整合趨勢，國產品牌與國外品牌共存，線上與線下融合，產品高端化與價格回調並行，整個嬰兒奶粉行業處於改革、轉型的關鍵期。

2020年，隨著註冊的深入實施，審發將提高行業集中度，不具備資質的品牌將被淘汰出局，行業呈快速淨化趨勢。未能通過註冊的品牌上半年將出現清庫貨，廠商將會審慎地擇合規品牌。整體上提高全球全國基地布局、品牌略見、策略略見的品牌將見

## 公司策略

### 品牌策略

2020年，本集團品牌策略再次升級。雅士利品牌專注於基礎營養；瑞恩和、小羊致、美滋致力於差異化競爭，瑞恩專注有機、小羊定義為專業羊奶粉；美滋定於專業，致力於研究兒科決策；a2為股乳品牌，突出皇室御用概念。通過一年間，本集團將完成差異化的業務模式和品牌布局。本集團將主動通過媒體和線下品牌推廣和服務，實現與目標消費群體的深度連接，並加強的推廣，善用體驗、提升用戶忠誠度。

2021年本集團整體品牌策略將以瑞恩模式為藍本，線上播和線下推貼近媽媽，品牌費用準投入，以較低的投入，獲得高的產出，實現品牌成長和業務盈餘目標。同時，能、及、蘭乳業基地，進一步強化國際化品牌形象；繼續通過中國、城母乳養成研究項目，以公益活動的形式表本集團一直致力於中國母乳研究，並本集團的社會責任以及對消費者的關注，全面提升品牌美譽。

### 產品研發

本集團研發管理中心的點任嬰兒產品的註冊，即將科學、安全、營養的嬰兒乳粉的研製工程上報國家食藥局，積極配合專家的審核，爭取成為全國第一獲得嬰兒產品註冊號的企業。此外，研發管理中心繼續堅持產品理念，展集團產品，用國外優質的有機原乳開發原裝口版的有機嬰兒奶粉，以及有機孕產婦奶粉和有機全脂奶粉，為消費者提供高品質的產品。

註冊的正式實施，也將國內羊奶粉市場洗牌，騰出一定空間為新入的品牌和已存在的品牌提供機會。本集團將抓住此機會，研製羊乳產品，進入羊乳市場，展集團產品，為利潤增長提供機會。

年研發管理中心將投入基礎營養研究，申請國家資助的十三項奶粉關鍵技術課題的資助，開展嬰幼兒營養基礎研究，為後嬰幼兒提供營養科學合理的產品。

## 銷售

年，本集團將因應奶粉的行業格局，用期中的全球應鏈和品牌優勢，結合最佳的業務結構，在布局方面實行一系列合策略。

母嬰，承載品牌升級和轉型的略目標，以術品牌和略品牌蓋母嬰連鎖，實現快速成長和持續增長。術品牌相互之間不得交叉，以擴集團整體市場份額；略品牌和術品牌允許交叉，以實現補、圍打。

商超，著長期積的「下、下品類、下格」問題，步出貢獻為負的連鎖系，保留有潤貢獻的，展單體母嬰門和流通門，以費用。毛產品出商超，毛較高的蒙牛成人粉入商超，並以特及特合提；流通強成人粉和沖調類鋪貨，執行學區、飲和季訂貨會。而升級後的產品以及引入的養品將能夠撐賣場與增的費用和銷費用，在競爭中回主導地位。

高端母嬰，立足於美滋、回外資四品牌之、成為品牌字上的皇。一目標首先建立在對現有產品不行下沉（從一十場下沉三四），同管控能強，引入系平台、費用準投、費用用率提高、竄控管理，將國產粉優秀的能植美滋和，與之為外資品牌較強的品牌結合起，形成競爭優勢。

以原有電商為基礎，展社群銷、整合內部場資源、發展業以、取客等。在電商業已形成蓬發展的基礎上，探基於聯的型業模式，為本集團未、型業模式定基礎。

恩項目部採用品牌商、代理商、銷售團隊合業的模式，本集團品牌，工\_交母嬰連鎖類商，相以產品潤和品牌參股激，必能推商地品。

## 應鏈

年，本集團應鏈管理中心除繼續穩安全、升質外，將特注成本、深化標準及流程整合一，以及提高率。項目標相相成運為。

在本面，將以化管理為核心，嚴格控預算出的同，深挖可成本項目。從成本管控、項目管理善、等面減少出、控成本。

在採購面，將繼續深化集採，一步提高集中採購比例，採購成本。在上和採實基礎上，完善提升採購管理和流程，優化並提升率果。原採購面，目標為一的見格；宗物用蒙牛集採優，監控場機會行格鎖定或囤貨，以免格波對成本的影響；對點物，行應商梳理和略應商的評，生產商直採，以建立長期應商關。包採購面，的主包將行集團內部對標，見格一，集中需求行採，本增；沖調項目將實現由自製轉代工，保應，非略產品管理的雜程。場採購面，將從格，服，質三面梳理應商，實現雅士集採，減少應商，以上，以用集採見模應，調應商積極性，成本，提高服，減管理成本；固定資產採購及合採購面，點建立並推合類泛採購的工\_流程，為各需求部門提專業的應商尋源，採，及合同服；通消滅採購品種，對標一，應商整合，減少應商，實現集體內應商資源優化和共享，採購及成本。

在儲物流面，將根據銷售集中區域，取合的運中心，提高整體率，成本。優化物流服模式及現有承商結構，提高對業持的能和率。儲面注控存。在計面，通產銷協同及銷售預面的強化，定合理的產

品安全 存及原 安全 存，確保 存貨 轉 處於穩定平衡的狀態， 存成本。通 與採購部共同推 項目，將本公司 存轉化為 應商 存，從而 原、包裝 的 存水平， 存成本， 快存貨 轉，提升資 用率。

## 人 資源

人 資源管理中心將從 面 撥本集團在 的一年 穩銷售、提升 率。

一、 轉型， 人員。本集團將積極推 四 銷 構的落地，推 已整合 織的持續良 行，致 在 形 下為本集團 置合 的人 ，在關鍵崗 及 點 人 資源的投入，並通 富有特色的激 ， 業 並 革。同 ，對 生 快培養、落地導 ，並 步完善高潛人 的發展與培養計 ， 建設學習型 織，確保 業轉型 程中有 足的人 保 。

二、 優化流程，增 率。從 織 構上，本集團已 步完成 銷、 應鏈和 能後台的整合， 年將在 的 構基礎上 行內外部對標，梳理人員 置， 成本， 而高 的團隊。同 ，在 的 構基礎上梳理和完善 的權責矩 ， 權，提升業 決策 。

三、 提升能 ， 業 。本集團將 用舉 略共 會等 機 強 略的宣導，提升 略共 ， 上下同 ， 。 年，人 資源管理中心將 培 與發展的 點 在高潛人 的培養、 銷團隊能 提升和 員工的培 上，從而 有 業 的發展。

四、 強化 化， 人心。 年的 化建設將 於「激情」和「開 」 的 ，通 年 規和季 富有特色的員工活 ， 對 業 化核心 的推 ，並持續推 員工 通交流，不 強化雅士 集團的 化特徵，通 化， 人心， 富有激情的高管與執行團隊。同 建立並完善與貫徹 化相關的 ， 一 化和認知，形成有激情、團隊協 有擔當的 業 化。

## 購股權計劃

本公司已於 年 月 採 購股權計 (「首次公開發售 購股權計 」)及於 年 月 採 購股權計 (「購股權計 」)。購股權計 之 情如下：

本公司已採 購股權計 ，其目的為激 合資格參與 其對本集團的未 貢獻 致最 及／或獎 彼等 往的貢獻、 引及 留或以其他 式 持與該等對本集團的表現、增長或成 而言屬 及／或其貢獻屬有 或將會有 的合資格參與 的持續關 。

因行 根據購股權計 及本集團任何其他計 將予授出的所有購股權而可能發行的最高股份 目，合共不得 於 年 月 (「上 期」)已發行股份的 ，即 股股份，相當於於本報告 期本公司已發行股份的 。

本公司概不得 任何一 購股權計 參與人士授出購股權，致 在任何截至最近授出當 止 月期間行 已授出及將授出的購股權而發行及將予發行的股份總 本公司不 已發行股本的 。

購股權可根據購股權計 的條款於董事會 定的期間內任何 間予以行 ，惟不得 授出 期起計 年。於購股權可獲行 並 最短持有購股權的期限。購股權計 參與人在 期後 或之 接 授出購股權須 本公司繳付 港元。購股權的行 由董事會全權 情 定，惟不得 於下 三 中的最高 ：

a 股份面 ；

於 期在聯交所每 報 表所 的股份 ；及

接 期 業 於聯交所每 報 表所 的股份平均 。

購股權計 將由上 期起計 年期間內有 及生 ，於該期間後，將不會 一步授出或提呈購股權。

於 年 月 ，蒙牛國際 本公司之期權持有人提出自願性全面 購 (「期權 」)，以註銷首次公開發售 購股權計 及購股權計 項下授出的未行 期權。 一步 情 參閱本公司、蒙牛乳業及蒙牛國際 期為 年 月 有關(其中包 )期權 之 合 購 及回應 件。

於 年 月 (即期權 之最後截止 期), 有關 份期權之期權 已被接  
。於期權 獲接 後, 相關期權連同其附 之所有權 已被註銷及 棄, 而所有未行  
期權亦自 失 。

自 年 月 至 年 月, 本公司並 授出期權, 亦概 任何由本公司授出的未  
行 期權。於 年 月, 本公司概 授出任何未行 期權。

## 股票 鈎協議

除上 「購股權計 一節所 露 外, 本集團於本年 概 訂

## 暫停辦理股份登記

為定有權出席應屆股東年會並於會上表決的股身份，本公司將於 年 月 (期)至 年 月 (期)(包首尾) 理股份登記，期間將不會行任何本公司股份登記。為符合出席將於 年 月 (期)舉行之應屆股東年會並於會上表決的資格，所有已 及簽署之 表格連同相關股票必須於 年 月 (期四)下午 本公司的香港股份登記處香港 登記有限公司，地址為香港灣皇 號合和中心 樓 號舖以 登記。

## 行證券交易的標準守則

董事會已採上 見 附錄 所載之上 發行人董事 行 交 的標準守 (「標準守」) 為本集團有關董事 行 交 的行為標準。全體董事確認於截至 年 月 止年 整段期間皆有 守標準守 。

本公司亦已為可能擁有本公司尚未公 的內 消息的 員訂行 交 的面指引 (「 員 面指引」)，其條款並不比標準守 寬鬆。本公司並未發現任何 員不 守 員 面指引的事件。

## 企業管治常規

本集團致 確 業管治 致高水平，尤其著 建 盡 的董事會和完善的內部監控，以提高 及對股 之問責性。董事會知悉，良 業管治 見及程 對本集團及其股 有 。

董事會認為本公司已於截至 年 月 止年 整段期間採 香港聯合交 所有限公司 (「聯交所」) 上 見 (「上 見」) 附錄 所載 業管治守 (「 業管治守」) 載 的原 ，惟若 本公司董事因須處理其他業 未能出 本公司於 年 月 舉行的股 年 會。

本公司致 提升 合其業 及發展的 業管治 見，並不 檢 該等 見，以確 其符合法定及專業標準，並 貼最 發展。

## 審核委員會

本公司審核委員會與本公司管理層以及外部核數師審閱本公司採用的會計原則與慣例，並審核、風險管理、內部監控、舉報政策及系統以及財務報告事宜，其中包括審閱本集團截至\_\_\_\_年\_\_月\_\_止年內之財務報表。本公司的核數師安永會計師事務所將會委任並符合資格於本公司應屆股東年會上膺以獲委任。一項委任安永會計師事務所為本公司核數師的決議案將於本公司應屆股東年會上提呈。

## 安永會計事務所的工作範圍

本集團截至\_\_\_\_年\_\_月\_\_止年之初步業績公告所載之財務數字，已得本集團之核數師安永會計師事務所同意，該等數字乃本集團之年合財務表草擬本所載之數字。安永會計師事務所就此行的工作，並不構成根據香港會計師公會頒布的香港審計準則、香港審閱業準則或香港核數業準則而行的核數服務。此安永會計師事務所概不就初步業績公布發表任何保證。

## 刊發業績公告及年度報告

本年業績公告發於聯交所，[www.hkex.com.hk](http://www.hkex.com.hk)，及本公司，[www.yes.com.hk](http://www.yes.com.hk)，網站。本公司截至\_\_\_\_年\_\_月\_\_止年的年報報告(載有上述規定的所有資料)將於當即寄發予本公司股東及登載於上述網站。

承董事會  
雅士利國際有限公司  
主席  
盧敏放

香港，\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

於本公告日期，董事會成員包括：非執行董事盧先生(主席)、鵬先生、張平先生及黃軍先生；執行董事張平先生、華先生；以及獨立非執行董事莫衛先生、程守先生及港衛先生。