

香港交 及 算所有限公司及香港聯合交 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 並 確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因 賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Yashili International Holdings Ltd

雅士利國際 股有 公司

(於開 群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：01230)

**截至2016年12月31日止之
年度業績公告**

財務摘要

截至12月31日止年度

2016

動比例

(特別列明外，所有金額以人民幣百萬元列示)

主要業績

業額	2,203.3		
毛利	1,037.3		
溢利	-444.0		
息稅折舊攤銷前利潤	-274.3		
本公司股權持有人應佔溢利	-320.2		
現 流 淨額(附註)	-	淨	注

19 1 Tf21.14292.2857.0299

率

主 Tj/
1

雅士利國際控股有限公司(「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(「本集團」)截至 2016 年 12 月 31 日止年 按國際財務報告準則 (「國際財務報告準則」) 製之合併業績連同 2015 年的比較數字。本集團按國際財務報告準則 製之截至 2016 年 12 月 31 日止年 之財務資料 如下：

合併損益表

截至 2016 年 12 月 31 日止年

	附註	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
收入		2,203,315	1,911,411
銷售成本		(1,166,015)	(1,044,411)
毛利		1,037,300	867,000
其他收入及 銷售及銷開 行開 其他開		227,396 (1,170,950) (389,555) (148,230)	1,177,111 (1,044,411) (1,044,411) (1,044,411)
經營虧損		(444,039)	(1,044,411)
財務收入		130,238	1,177,111
財務成本		(18,825)	(1,044,411)
淨財務收入		111,413	1,177,111
稅前溢利/(虧損)		(332,626)	(1,044,411)
所 稅抵減/(開)		12,408	(1,044,411)
年度溢利/(虧損)		(320,218)	(1,044,411)
歸屬於： 母公司股權持有人		(320,218)	(1,044,411)
		人民幣分	人民幣分
母公司普 股擁有人應佔每股盈利/(虧損) 基本和攤薄		(6.7)	(10.44)

合併全面收益表

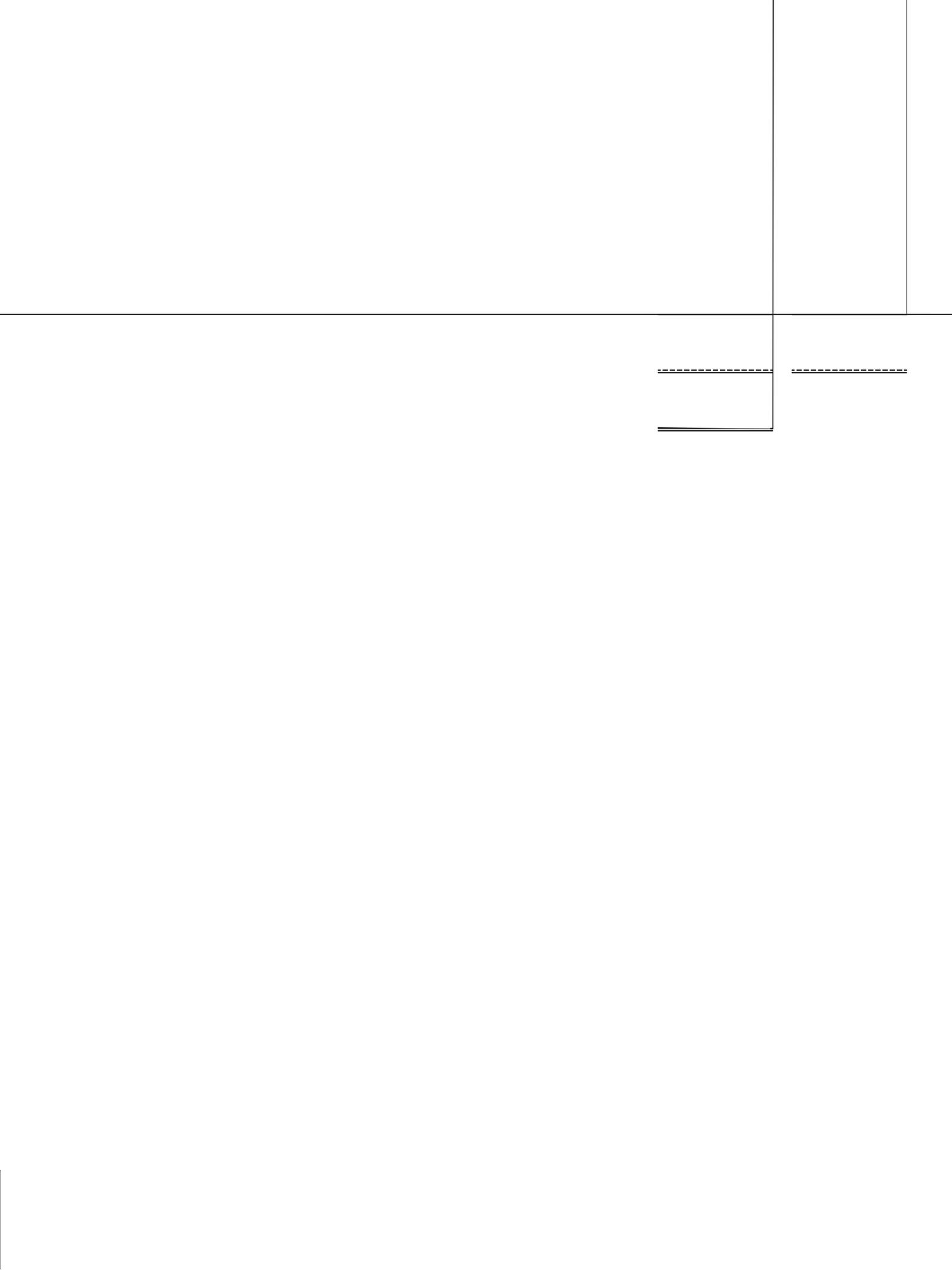
截至 2016 年 12 月 31 日止年

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
年度溢利／(虧損)	<u>(320,218)</u>	<u>11,443</u>
其他全面收益		
可於以 期間 分類至損益之其他全面 益：		
海外 外幣報表折算差額	<u>76,667</u>	<u>1,443</u>
	<u>76,667</u>	<u>1,443</u>
現 流 期：		
年內 期工具有 部分公允 動	—	1,443
至被 期項目賬面 的 額	—	1,443
所 稅 響	—	1,443
提前 止損失 至損益表確認	<u>—</u>	<u>1,443</u>
	<u>—</u>	<u>1,443</u>
可於以 期間 分類至損益之淨其他全面 益	<u>76,667</u>	<u>1,443</u>
年度全面收益／(損失)總額	<u>(243,551)</u>	<u>12,886</u>
歸屬於：		
母公司股權持有人	<u>(243,551)</u>	<u>12,886</u>

合併財務狀況表

(1、年、月)

	附註	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
非流動資產			
物業、房及設		1,788,658	1,111,411
在建工程		38,812	1,111
投資物業		67,486	1,111
土地用權		93,734	1,111
資產		297,801	1,111
商		991,236	1,111
稅項資產		202,950	1,111
長期銀行存款		379,927	1,111
預付款項、及其他應款項		5,496	1,111
非流動資產總額		3,866,100	1,111,411
流動資產			
存貨		619,876	1,111
貿易應收款及票據		161,391	1,111
預付款項、及其他應款項		191,230	1,111
其他融資產		476,994	1,111
存款		803,123	1,111
現及銀行餘		1,642,818	1,111
分類為持有售的處置資產		3,895,432	1,111,411
		204,459	1,111,411
流動資產總額		4,099,891	1,111,411
流動負債			
貿易應付款		237,621	1,111
其他應付款及應計費用		862,233	1,111
計息銀行貸款		1,143,091	1,111
應付所稅		5,602	1,111
與分類為持有售資產直接相關的負		2,248,547	1,111,411
		4,988	1,111,411
流動負債總額		2,253,535	1,111,411
流動資產淨值		1,846,356	1,111,411
資產總值減流動負債		5,712,456	1,111,411



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 (其中包 全部國際會計報告準、國際會計準 及其詮)的定以及香港公司法的 露 求 製。除衍生 融工具和其他 融資產以公允 計 外，該等財務報表已根據歷史成本慣例 製。持有 售處置資產 按 其賬面 與公允 減去處置費用的淨額孰 示。此外，該等合併財務報表以人民幣(「人民幣」)呈 ，除另有指 外，所有 均調整至最接 的千 數。

合併基準

合併財務報表包 本公司及其子公司於截至、年、月、 止年 的財務報表。

子公司 指由本公司直接或間接控 的實體(包 構化實體)。當本集團因參與被投資 業的活動而承擔或有權獲 可 回報，且有能 通 對被投資 業行 權 響所 回報的 額(即本集團有對被投資 業相關活動 加 響的現 權利)， 為本集團能 控 該被投資 業。

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

、 與被投資 業其他投票權持有 之間的協 ；

、 因其他協 而擁有的權利；及

、 本集團的投票權和潛在投票權。

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 訂國際財務報告準 。

國際財務報告準 第 號、第 號 訂本及 國際會計準 第 號 訂本(版)	投資主體合並豁免
國際財務報告準 第 號 訂本	購於合 業務之權益的會計
國際財務報告準 第 號	監管 賬目
國際會計準 第 號	露主動性
國際會計準 第 號、第 號 訂本	可接 折舊及攤銷 法之分類
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)	獨立財務報表的權益法
年至 年 期之年	若 國際財務報告準 的 訂

除了以下已 被 的關於國際財務報告準 第 號 訂 對財務報告的的 響，其他因採用 準
正案而產生的差異對於財務報告 顯著 響。

國際財務報告準 第 號 訂本小 的 了財務報告的 露， 些 正案清 的展示了：

- ， / 在國際財務報告準 第 號中關於 性的 求；
- ， / 在資產負 表和損益表中的某些特定項目有可能會被 分類，
- ， / 報告主體在確定報告附註的順 會擁有 的靈活性；及
- ， / 採用權益法計 的聯 與合 業獲 的其他 合 益份額 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 分類至 入或損失。

此外， 正案 確了在 露資產負 表和損益表 採用額外的小計 的 定。 正案對於本集團財務
報告沒有顯著 響。

3. 經營分 資料

自 1994 年 購內蒙古歐世蒙牛乳製品有限責任公司(「歐世蒙牛」)、1995 年 購 美滋嬰 兒食品有限 公司(「 美滋中國」)，以及 1996 年 蘭乳業的 ，本集團 歷了數次集團 ，包 購銷 能

分部間銷售及 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			
	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	合計 人民幣千元
分 收入：				
銷售予外部客	1,462,414	668,150	72,751	2,203,315
分部間銷售	<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：				
抵銷分部間銷售	(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：				
財務 入				130,238
財務成本				(18,825)
其他 入及 益				227,396
未分 的其他 出				<u>(561,427)</u>
除稅前虧損				<u>(332,626)</u>
其他分 資料				
折舊及攤銷	130,442	36,136	—	166,578
未分 款項				<u>3,135</u>
折舊及攤銷總額				<u>169,713</u>

截至 2014 年 1 月 1 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	1,451,771	4,477,111	1,111,111	7,039,993
分部間銷售	4,477,111	1,111,111	—	5,588,222
	<u>1,451,771</u>	<u>4,477,111</u>	<u>1,111,111</u>	<u>7,039,993</u>
對賬：				
抵銷分部間銷售	1,111,111	1,111,111	—	2,222,222
總 入				<u>4,817,771</u>
分 業績	1,111,111	4,477,111	1,111,111	6,700,000
對賬：				
財務 入				1,111,111
財務成本				(1,111,111)
其他 入及 益				1,111,111
未分 的其他 出				(1,111,111)
除稅前溢利				<u>4,817,771</u>
其他分 資料				
折舊及攤銷	1,111,111	1,111,111	—	2,222,222
未分 款項				<u>2,222,222</u>
折舊及攤銷總額				<u>2,222,222</u>

4. 收入、其他收入及收益

本集團主 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)

本集團的稅前(虧損)／利潤乃除／(增加)下各項計算所：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
貨品銷售成本	1,166,015	1,142,411
物業、房屋及設備折舊	159,375	142,417
投資物業折舊	2,457	2,424
土地使用權攤銷	2,031	1,111
其他非流動資產攤銷	3,078	3,111
— 資產攤銷	<u>2,772</u>	<u>4,757</u>
折舊及攤銷總額	<u>169,713</u>	<u>154,626</u>
房屋的租賃最租	6,444	11,111
核數	3,190	1,111
員福利費(不包括董事及主 行人員薪金)：		
工資、薪金及津貼	447,331	447,331
離補	74,132	1,111
計款(定額款計)	<u>38,644</u>	<u>4,757</u>
	<u>560,107</u>	<u>560,107</u>
利息入	(103,522)	(111,111)
其他投資的益	<u>(26,716)</u>	<u>(111,111)</u>
財務入總額	<u>(130,238)</u>	<u>(222,222)</u>
貿應賬款減	<u>296</u>	<u>1,111</u>

部分的該等成本和費用已包含在上列的「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 稅	9,722	17,411
本年內確認以 年 的即期稅項調整	13,194	17,411
所 稅	<u>(35,324)</u>	<u>17,411</u>
本年 稅項 出／(抵減)	<u>(12,408)</u>	<u>17,411</u>

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

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
除稅前(虧損)／溢利	<u>(332,626)</u>	<u>17,411</u>
按中國法定稅率 (年)	(83,157)	17,411
本年內確認以 年 的即期稅項調整	13,194	17,411
不可 稅開 的 響	10,703	17,411
不同稅率的 響	(40,800)	17,411
未確認稅項虧損	158,485	17,411
動用以 未確認稅項虧損	(50,254)	17,411
不 稅 入的 響	<u>(20,579)</u>	<u>17,411</u>
本年 按實際稅率計算的稅項 出／(抵減)	<u>(12,408)</u>	<u>17,411</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 稅法》(「稅法」)，本集團中國附屬公司自 年 月 起的法定所 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 惠稅率。

根據開 群島及英屬處 群島(「英屬處 群島」)的 定及法 ，本集團 須在開 群島及英屬處 群島繳 任何所 稅。

本集團 年香港利 稅撥 以本年 的 計應課稅溢利，按 (年)的稅率計提。

根據 蘭國家的 定及法 ，本集團在 蘭的所 稅稅率 (年)。

9. 存貨

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
原材	201,218	1,141,141
成品	211,591	1,170,141
半成品	180,259	1,170,141
包裝材	25,915	1,170,141
消 品	893	1,170,141
	<u>619,876</u>	<u>1,170,141</u>
合計	<u><u>619,876</u></u>	<u><u>1,170,141</u></u>

10. 貿易應收款及票據

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
貿 應 款及票據	162,138	1,170,141
減	<u>(747)</u>	<u>1,170,141</u>
	<u>161,391</u>	<u>1,170,141</u>
	<u><u>161,391</u></u>	<u><u>1,170,141</u></u>

就貿易應收款而言，本集團已訂有貸策：型超 場提介 至 的固定 貸；以 核的 與本集團交 年且具有良 交 錄的 銷商提介 至 的臨 貸。本集團推 某系 產品， 用良 的 銷商可獲 特 貸。所有 貸均屬 抵 貸。銷售予其他 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 期的賬齡分 如下：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
三 月以內	117,057	1,170,141
三至 月	38,521	1,170,141
月以上	<u>5,813</u>	<u>1,170,141</u>
	<u>161,391</u>	<u>1,170,141</u>
	<u><u>161,391</u></u>	<u><u>1,170,141</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	1,441,254
受限 的銀行存款	803,123	1,441,254
原 期 為三 月以上的定期存款	<u>1,441,254</u>	<u>1,441,254</u>
	<u>2,825,868</u>	<u>2,883,762</u>
減：銀行融資之短期 存款	803,123	1,441,254
減：長期銀行存款	<u>379,927</u>	<u>1,441,254</u>
現 及銀行 存	<u>1,642,818</u>	<u>1,001,254</u>
	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
以下 貨幣 的現 及銀行 餘：		
— 人民幣	2,473,884	1,441,254
— 其他貨幣	<u>351,984</u>	<u>1,441,254</u>
	<u>2,825,868</u>	<u>2,883,762</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匯、售匯及付匯管理規定，本集團獲 獲 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 場利率計息。於 年 月 ，短期定期存款的實際年利率 為 至 (年 月 至)，並將於一年內 期。長期定期存款的實際存款利率 為 至 (年 月 至)。銀行 餘及已抵 存款於 期 記錄且 良 的銀行儲存。

除了一些銀行貸款 通 定期存款人民幣 元(年：人民幣 元) 行擔 ，尚有人民幣 元存款(年：人民幣 元)被 為開具 用的 。

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分列如下：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
三個月以內	222,504	1,111,111
三個月至六個月	12,356	111,111
六個月以上	<u>2,761</u>	<u>111,111</u>
	<u><u>237,621</u></u>	<u><u>1,333,333</u></u>

貿易應付賬款，包括應付關聯公司的賬款，為不計息且一般於一至三個月內結算。

13. 其他應付款及應計費用

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
審計預付款	135,383	111,111
應計薪金	129,581	111,111
應付離職補償	53,595	111,111
應付利息	239	111,111
其他應付稅項	15,783	111,111
其他款項	—	111,111
收取審計費用的	66,513	111,111
審計誠計	—	111,111
預提費用	363,052	111,111
其他	<u>98,087</u>	<u>111,111</u>
	<u><u>862,233</u></u>	<u><u>1,333,333</u></u>

14. 計息銀行借款

於2016年12月31日	於2015年12月31日
實際利率(%) 到期時間 人民幣千元	實際利率(%) 到期時間 人民幣千元
_____	_____
_____	_____
_____	_____

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
銀行貸款		
— 以人民幣計	400,000	—
— 以美元計	673,767	1,111,111
— 以港幣計	<u>69,324</u>	<u>—</u>
	<u><u>1,143,091</u></u>	<u><u>1,111,111</u></u>

於2015年1月1日，一些總額為人民幣1,111,111元(2014年12月31日：人民幣1,111,111元)的銀行貸款以人民幣1,111,111元(2014年12月31日：人民幣1,111,111元)的定期存款行抵。

於2015年1月1日，總額為人民幣1,111,111元的銀行貸款由雅士利國際集團有限公司擔保，總額為人民幣1,111,111元的銀行貸款由山雅士利乳業有限公司擔保。

管理層討論與分析

行業回顧

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

面對錯綜複雜的國際形勢和不加掩飾的經濟下行壓力，中國經濟保持了總體平穩、穩中有進、穩中有為的發展，實現了「十三五」的良開局。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82,065億元，按可比價格計算，比上年增長2.3%，經濟增長符合中國的目標預期，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32,181元，比上年名義增長5.4%，除價格因素實際增長3.9%。全國居民人均消費支出人民幣24,133元，名義增長4.7%，除價格因素，實際增長3.1%。

2020年10月1日，《嬰兒乳粉產品註冊管理辦法》（「註冊」）國家食品藥品監督管理總局局務會審通過，自2020年10月1日起執行。註冊對企業申請的數量出限，每企業原上不超過10種產品，並且對產品註冊，對標籤、與相關的聲稱內容一併審，為確保嬰兒乳粉標籤、真實準確、科學規範，免企業濫用標籤、宣傳、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100個品牌中，10個以上將會被清。人口政策方面，人口利在全面二孩政策開的首年尚未有，2020年的過渡，有於2020年體現，積極國內嬰兒粉行業需求，企業及市場發展機。

2020年國內嬰兒粉市場模相比去年基本持平，跌升。母嬰渠持增，渠銷售齊升，為市場佔比最渠，市場份額超一半；聯繼續響消費的消費行為和購買習慣，電商渠增有所，海淘、海外代購及跨電商的發展先

，上半年蓬 發展，下半年受國家 策調控 響， 入盤整和 範期；商超渠 繼 續萎縮，並有加 下 趨 ，導致 賴於該渠 的國產品牌承受 競爭壓 而加 深化 渠 革。

業務回顧

2020年，蒙牛集團以全面股權 購 實現了與本集團 略合 ，成為本集團控股股 份。2021年，本集團、中國蒙牛國際有限公司(「蒙牛國際」)與 能 洲 (「能 洲」)簽署股份認購協 並於2021年 月完成交 ， 能 洲正 成為本集 團第 股。2021年 月，本集團完成對蒙牛集團 下歐世蒙牛的全資 購，正 成為 蒙牛集團 下唯一 粉業務平台。2021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 消費 賴的 養產品，包 嬰 兒 成長的雅士利、瑞 恩、 美滋、 恩等品牌產品系 ，以及 足成人 養需 的 怡、 正 等 品牌產品系。本集團的業務模 合了 口 質乳品原材 、 口 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 素，為 消費 提 具有 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 質 口原 料，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 對不同消費水平分布的目標客 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 主 致 於 系的兒科 決 案；雅士利「超 α 一 裝」、 「裝安貝 」定 於基礎 養；蒙牛「瑞 恩」 為本集團 興品牌，主 成為專業的 嬰 兒有機 粉。「 恩」「 裝」「 裝」主 對中端消費群；雅士利「能 」、「 美 滋」主 對中 端消費群。

嬰兒特殊粉

隨著中國加速的現代化、工業化建設的發展，生活、飲食的變化，中國嬰兒面臨日益增加的營養需求。本集團為嬰兒養專專家，除了滿足嬰兒營養需求外，美滋有專業系列產品，滿足特殊嬰兒的特殊營養需求。目前本集團美滋有以下三系專業產品：

- 一 奶粉系產品：目前包括預產產品、治療產品。產品通過部分水工藝，有預產高風險嬰兒的風險；治療產品，通過深水工藝，有治療嬰兒食物蛋白。
- 一 消化系產品：目前包括乳產品，可以有免乳不受引起的腹瀉惡性。
- 一 體兒系產品：目前包括出生體兒產品，是出生體兒趕生長的需求。

養食品

本集團亦生產銷售各種養食品，包括：眾型全家養粉—蒙牛品牌成人粉、怡品牌成人粉；中年高端能性粉—品牌中年粉；兒童的養粉—未兒童成長粉；美的沖調產品—正品牌麥片；嬰兒食—雅士利品牌嬰兒養米粉等。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

2018年，本集團以穩固雅士利品牌、瑞恩品牌、培系為策略，完成差異化的業務模和品牌布局，持續擴大本集團的品牌播聲和品牌形象，全面實現品牌的升與。

2018年，雅士利蘭原裝原罐口產品在國內模上，本集團一月在全國點場舉品推薦會，集中火宣，引爆點。本集團同集中電、媒體、平面媒體等資源，產品宣，品上。上面，本集團全國首檔非物質化動員節目—《中國》，聯合「長江衛」（南、北合、河南、安、江公省地面頻群聯盟）磅出擊。此外，本集團攜藝

、搜狐、芒果，播出該節目，台立體平台合空前。雅士利蘭
工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。雅士利獨家
蘭獨音樂會，並為「，」舉行兒童善義賣款活動，提升了品牌知和美

、年瑞恩高成長的一年，以「淨有機」的品牌主行播，提升
品牌知和口碑，同上和下合推，、年超額成任務，增長率。在
推面，瑞恩計開展、場活動，有提升消費體驗及客動，瑞恩年主題活
動—「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務，為瑞恩有機
年內推定了基礎；在播面，瑞恩分利用上資源，與百深合，深
據獲取準目標人群，超千萬，獲眾媽媽認可，同於各垂直母嬰媒體
獲秀口碑，如媽媽、媽等，瑞恩有機粉先獲了法國、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
牌利及渠推，年內成任務，為公司貢獻利潤。

對略高端產品「寶貝與」，本集團通品渠上會及務渠上會，化
品牌，並簽具有國際響藝術家漫士，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，藉蘭質源和蘭高標準工，本集團研發中開發了的品牌系
嬰兒粉，豐富和化了本集團的產品，為場開和競爭提有的產品
持。研發中同對現有怡系調製乳粉、兒童未產品、蒙牛和學生粉

產品 行了 養升 ，並升 產品包裝 ， 足目前消費 對產品 養的 求， 同 求在包裝 上引領 代。本集團 下歐世蒙牛繼續 展有機產品 ，除現有國 產有機嬰 兒 粉「瑞 恩」外，原裝 口的有機嬰 兒 粉開發也 入了實質的 準 階段，將 推 場。

對目前國家實 的 註冊 ，本集團研發中 與品牌 管理中 、銷售管理中 同 產品布局， 化產品 養 構， 集團公司長期 略型產品，並按 註冊 求準 研製 報告， 相關 機構提交材 ， 爭成為全國第一 獲 嬰 兒 產品註冊號的 業之一。本集團在 註冊資 準 程中嚴格按 管理法執行操 ，標籤 求 只為消費 用 擇產品的一 ，不 導消費 ，不涉及疾 病預 、治療、 示或 示益 、增加抵 、 腸 第 動 利

1、年下半年，本集團 建的「母嬰直」項目部，開 空白單體母嬰和小型連鎖，由本公司直接 貨，合 人享受高額提成。通 母嬰直 業機 ，在推動 型的同 ，激 活團隊潛能。項目部 也為母嬰 的設立及 行機 積 了 驗。

年內，本集團 上銷售 模穩步增長。本集團 分高端嬰兒粉、基礎嬰兒粉、成人粉與沖 調類三條產品 ，根據 上不同的流 及 購特 化 ，高端嬰兒粉 化全國性電 商平台的 略合 ，加 品牌 上 ；基礎嬰兒粉加 自 鋪 ， 化 流 ；成人粉與沖調類主 貓超 和 自 ，利用電商 合平台 流 實現 突 破。

1、年 恩業務併入歐世蒙牛 ， 銷售、 場、生產、物流、人 資源、財務等 面全 面化，成本下 、質 提高、 貨及 、貨齡 善、有 控 成本，銷售 服原工 產、 銷商 等困 ，止 穩，實現 虧為盈。

管理 化 面，梳理 銷相關 流程、 定權責矩 ，實現嚴格管理與高 管理。建立 有的巡 體系，對 場費用巡 檢核，提高費用 用 率； 處竄貨砸 場 秩 。 會員管理系 ，並與 外 通， 採購、生產、入 、出 、 、動銷，一直 消費 積分 換、 動， 全流程 息化管理，實現全面預算管理、 費用 準投 、業務高 、 銷存管理、 竄管理、消費 實 動等 合 能。會 員管理系 實現了母嬰直 門 的訂單及 算 能。

為全面激活團隊，1、年四季 ， 織 構 原有的品牌事業部 為以 和品類 為主的 構，其中母嬰 承 了品牌升 和 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 場資源、發展 業務以 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原材成品的質量管理嚴格按以下原則進行：（一）嚴格對供應商進行，同時每年定期對供應商進行評和考核，及淘汰不能繼續足本集團要求的供應商，確了本集團產品最源頭管理的理實；（二）年已開對各供應商的審核流程進行一，確供應商審核的完整和全面；（三）採購國內外質的原材，並嚴格按嚴於國家標準的企業內控標準的要求對原材進行檢控，確原材符合求；（四）年對各種原材行標準一，增加了一部分衛生指標和污物指標的要求；（五）採用全面合理的營養安全並採用國際先生產設備行生產；（六）嚴格的過程質量管理，確每一道工序符合標準參數求；（七）嚴格的產品出廠檢，產品檢合格能發貨，確了所有出的產品符合相關求；（八）持續秀人行高生產和質量管理，同時對內部的生產和質量管理人員行持續的專業知識的培學習，不最的知識。

本集團以雅士利中實驗室為核，協同各子公司實驗室嚴格執行產品出廠自檢。中實驗室於年獲國家認可，現已有參數，項檢法在乳製品及飲領域中被認可，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面投入巨。各實驗室每年會不定期購買各種先檢分設備包超高速液相質聯用、氣相質聯用、高速液相色、原子、氣相色等。每粉行項指標的檢驗，層層，確安全，嚴格按國際標準指導產品的生產，確產品質。

年，本集團各工廠順利通過包、等管理體系的監督審核或評審，該等良管理體系為本集團生產秀品質的產品提了實。

年，和工廠、上海工廠、潮州工廠持續對基礎設備行升。

2019年，在國家嚴格的各類風險監管過程中，雅士利、蒙牛、美滋、恩品牌產品全部檢驗合格，增加了消費對本集團產品的信心。

資源整合

產能方面，本集團按照註冊工廠不超過三系的要求，將部分系產品轉往荷蘭工廠生產，並積極尋求海外代加工工廠，以技術性產品生產，提高利潤來源。同時，應根據註冊中對差異的要求，將產品合理分配各工廠，並有策略性、有針對性地申請。本集團在應鏈管理中根據項目安全，開展相應工廠，確保項目順利。

工廠方面，在應鏈管理中根據生產布局，合理運用、調撥本集團內部資源，避免資源浪費和損失，在臺灣及上海工廠基礎上，制定了一致的衡量標準，並定期跟蹤，以橫、縱比較各工廠狀況並改善。通過通用化，提高安全、質量等體系的完善，降低生產成本、提高生產效率。

採購整合方面，本集團通過進一步集中採購，以期降低應鏈整體採購成本。在整合需求上，統一價格，集中集團採購需求；在採購和流程上，統一了集團投標，建立了供應商績效考核指標體系，為供應商選擇和管理打下了實基礎；在採購策略上，分為蒙牛集團集採，雅士利集團集採，各公司自採三種，同時簡化海外採購的流程，構建了合同結構和標準合同模型，而統一了採購合同的管理和執行；在供應商採計上，將各公司採購集中採購，並制定了提升和採計，以統一應和策略。此外，採購組織結構按品類專業採購，分為原材和口成品採購，包材採購，市場採購，固定資產品件與合採購。採購組織各司其職，專業分工，以提高採購專業能力，效率和服務水平。

計及物流方面，根據業務需求及結構設置，優化計及物流的組織結構，完善工廠流程和通機，而提高效率和服務水平的目的。引入供應商評體系，一物流評體系，整合與一各物流中標準操作流程、業冊與質標準，實現集團各物流中的標準化管理與執行，提升各工廠的協同響應。計方面：計管理部

構的整合，了與銷售業務整合匹配的計組織構，完善了與各組織相匹配的業務流程、人員、通平台的搭建；計部業務整合，實現了銷售預、生產跟蹤、客服訂單銜接整系的順，業務最的持了銷售業務整合的需求，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；物流部業務整合，實現了數據言的一衡，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型和應鏈整合的業務略，而全面的、系略實現的撐基礎。在蒙牛集團總部、的指導持下，雅士利製了三年期的息化建設路圖，通一、分步實，完整導入蒙牛集團標準業務息系。

雅士利於、年月啟動了系實項目，以建設集團業務的核息系平台。項目由包括雅士利管理層、業務流程負責人、關鍵用、蒙牛集團和雅士利、及實合在內的、人項目執行並將、年月設定為系上的目標期限。項目將為集團實包括銷售與分銷、生產計與執行、物管理、質管理、財務和管理會計等集成一體化的能模合，通一各業務單元管理數據標準、操流程和管理策，最實現集團產、銷和財務業務的完整一體化高。

項目上，雅士利將繼續於續年內實系以成完整的業務撐息系，包括銷費用管理系、商務能系、銷售執行系、質溯系（期）、消費服務中系等。

財務回顧

收入

截至2016年6月30日止半年，本集團之收入為人民幣1,723.4百萬元(2015年：人民幣1,711.1百萬元)，較去年下半年增加1.3%。

按產品類分	2016		變動比例
	人民幣百萬元	人民幣百萬元	
嬰兒粉產品	1,462.4	1,441.1	-1.5%
養食品	668.2	701.1	-4.7%
其他	72.7	68.9	5.5%
總計	<u>2,203.3</u>	<u>2,211.1</u>	<u>-0.4%</u>

截至2016年6月30日，嬰兒粉產品實售收入為人民幣1,462.4百萬元(2015年：人民幣1,441.1百萬元)，較上年減少1.5%，而養食品實現收入為人民幣668.2百萬元(2015年：人民幣701.1百萬元)，較上年減少4.7%，其他產品實現收入為人民幣72.7百萬元(2015年：人民幣68.9百萬元)，較上年增加5.5%，主要由於蘭銷售基粉未能產生。

本集團收入下降主要由於：(一)現代和傳統渠道的加萎縮減少了本集團原本在該渠道的競爭力；(二)本集團今年持續應對母嬰及電商渠道的銷售模式轉型，新銷售策略的執行和效果需要時間以及成本費用的投入；(三)本集團今年加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銷售管理團隊，團隊正加速融合，並採取積極行動，包括銷售內部管理優化、銷售模式化、渠道型深入、產品不；同時本集團平台管理、應鏈的整合也取得進展，整合產生的效益預計將在2016年逐步體現。

毛利

截至 2020 年 12 月 31 日止年度，本集團錄得毛利為人民幣 1,100.0 百萬元 (2019 年：人民幣 1,200.0 百萬元)，去年下降了 8.3%。毛利率為 28.1%，毛利率下降了 0.5 個百分點。下降原因在於 2020 年增加本品搭贈。

銷售及經銷開支

截至 2020 年 12 月 31 日止年度，本集團產生銷售及經銷開支為人民幣 1,100.0 百萬元 (2019 年：人民幣 1,100.0 百萬元)，去年下降了 10.0%。

本集團銷售及經銷開支佔收入比例增加至 28.1% (2019 年：27.6%)，去年上升了 0.5 個百分點；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 2020 年 12 月 31 日止年度，行政開支為人民幣 100.0 百萬元 (2019 年：人民幣 100.0 百萬元)，去年上升了 10.0%，主要由蘭、山之工廠 2020 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 2020 年 12 月 31 日止年度，財務收入淨額為人民幣 100.0 百萬元 (2019 年：人民幣 100.0 百萬元)。財務收入淨額下降了 10.0%，主由於 2020 年 12 月購美滋中國以及 2020 年整體利息率下降。

所得稅開支／(抵減)

截至 2020 年 12 月 31 日止年度，本集團的所得稅抵減為人民幣 100.0 百萬元 (2019 年：為所得稅開支人民幣 100.0 百萬元)，實際所得稅率為 0.0% (2019 年：0.0%)。所得稅費用下降的原因主因本集團本期為稅前虧損。

存貨

於 2020 年 12 月 31 日，本集團存貨餘額為人民幣 100.0 百萬元 (2019 年 12 月 31 日：人民幣 100.0 百萬元)，減少主因原粉價格下降以及本集團策略性調減原材料庫存。

其他金融資產

於 2019 年 12 月 31 日，其他金融資產包括穩型本理財產品人民幣 1,000 百萬元，預期年化收益率為 3.5% 至 4.5% (2018 年 12 月 31 日：3.5% 至 4.5%)。

貿易應收款及票據

於 2019 年 12 月 31 日，本集團貿易應收款及應收票據總額為人民幣 1,000 百萬元 (2018 年 12 月 31 日：人民幣 1,000 百萬元)，餘額增加主要因為直營商超門店增加，相應給予的信用限額增加。於 2019 年，貿易應收款總額為 1,000 百萬元 (2018 年：1,000 百萬元)，2019 年增加 1,000 百萬元，原因在於 12 月併入的美滋中國 1,000 百萬元而 2018 年本期集團 1,000 百萬元。

或然負債

於 2019 年 12 月 31 日，本集團並無或然負債 (2018 年 12 月 31 日：無)。

資本擔

於 2019 年 12 月 31 日，本集團未資本承擔總額為人民幣 1,000 百萬元 (2018 年 12 月 31 日：人民幣 1,000 百萬元)，主要為嬰幼兒註冊整項项目及奶粉生產設備。

呆賬撥備

於 2019 年 12 月 31 日，本集團的呆賬撥備為人民幣 1,000 百萬元 (2018 年：人民幣 1,000 百萬元)。該等撥備與付款的客戶有關的減應收款而作出的撥備。本集團並無就該等金額持有任何抵押品或其他貸增。本集團定期審閱應收款的賬齡，並考慮根據若因計提撥備，例如債務人否出現財務困難、債務人申請破產或履行財務義務的概率，以及付款的可能性。

存貨減值撥備和報廢虧損

於 2019 年 12 月 31 日，本集團的存貨減值撥備餘額為人民幣 1,000 百萬元 (2018 年：1,000 百萬元)。此外，本集團亦錄得存貨報廢虧損人民幣 1,000 百萬元 (2018 年：人民幣 1,000 百萬元)。主要由於報廢受損的存貨以及處置不用的包裝物。

已抵 資產

於 2019 年 12 月 31 日，本集團已抵 之銀行存款合 計 人民幣 1,234.5 百萬元 (2018 年 12 月 31 日：人民幣 1,123.4 百萬元)；以獲 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利為人民幣 123.4 百萬元， 去年下 112.3 百萬元。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 2019 年 12 月 31 日，本集團的流動資 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 2,345.6 百萬元 (2018 年 12 月 31 日：人民幣 2,234.5 百萬元)，下 123.4 百萬元。下 的原因主 由於 2019 年 付 美滋中國 購款項。

經營活動

截至 2019 年 12 月 31 日止年 度，本集團的 經營活動現 淨流入人民幣 123.4 百萬元 (2018 年： 人民幣 112.3 百萬元)。 現 淨流入減少主 由於本期 入 下 。

資活動

截至 2019 年 12 月 31 日止年 度，投資活動所用現 淨流出為人民幣 123.4 百萬元 (2018 年：人 民幣 112.3 百萬元)，投資活動現 流出減少主 由於投資銀行存款 期 回。

融資活動

截至 2019 年 12 月 31 日止年 度，融資活動所產生現 流入淨額為人民幣 123.4 百萬元 (2018 年： 人民幣 112.3 百萬元)，主 由於 2019 年 能 洲發行及分 認購股份取 得 人民幣 123.4 百 萬元以及 計息銀行貸款 出 人民幣 123.4 百萬元。

貸款及借款

於 2019 年 12 月 31 日，本集團貸款及 款為人民幣 1,234.5 百萬元 (2018 年 12 月 31 日：人民幣 1,123.4 百萬元)； 合 款的年化利率為 5.0%，其中包 美元及港幣 款的年化利率分 為 4.5% 及 4.0%，人民幣 款利率為 5.5% 以及貼息人民幣 款利率 4.5%。

(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 的首次公開發售所 款項淨額 為人民幣 百萬元。本公司

=====

組織協同和發展模式，2017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平台進行了組織及人員梳理，逐步完成平台能力的整合。

人力资源管理方面，為整合的人員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撐；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企業願景、使命和核心理念。人力资源管理中開展了一系列文化建設活動，對企業文化進行宣導。包括每季的高管工作坊、全員的「企業文化工作坊」、跨部門協同的培訓以及圍繞「誠信」、「團隊」、「激情」、「開拓」四項企業文化活動等。通過這些活動，有效提升了員工的歸屬感，成為了文化建設的契機。

人力资源基礎建設方面，人力资源管理中對雅士利、歐世蒙牛和美滋中國的人力资源管理進行了進一步整合，已基本完成勞動合同管理、人員外包管理、薪酬體系、福利等項合一，並在招聘和培訓等項進行了有效協同及資源共享。此外，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

2017年，本集團在社會公益活動中積極參與，將「螢火蟲行動」的影響力進一步擴大。

4月份母親節，本集團於廣州舉行了「母親節」活動，在廣州婦孺兒童療養院、廣州兒童醫院、廣州婦嬰醫院、省婦孺醫院四家醫院滿足媽媽的送車需求，免費接送她們回家。當活動持續了3小時，共接了117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，雅士利為蘭獨會的贊商，贈了演會門票，為「」提善義賣款。另外每月「」的受家贈不少於罐雅士利「超α一裝」粉，持些有先性臟病患兒家的粉需求。

月份，雅士利「小水生專項基」為孩子口。同月，雅士利了自「小水」求，據裏的孩子極需口，雅士利能為他提。一衷於公益事業的雅士利立馬行動，先調了，粉(罐)前，基會的眉之急。

月份，雅士利蘭乳業有限公司(「蘭乳業」)開業一年榮獲「善」。月份，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。中國駐蘭總領館務領事玉會、中國駐蘭總領館領事宇、國家黨員楊博士、國家黨員以及行動黨黨魁等餘嘉賓場持。

此外，本集團與息報啟動「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贈粉，他渡關，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，鎮地區超貧困家的嬰兒，為當地的貧困家的嬰兒成長提有。

發中國乳業，在發展國產乳業的同不回饋社會，雅士利積極投身公益事業，不。

公共係及危機處理

本集團持積極有的宣，公開地外界相關資並與各宣部門、機構持良地通關，及並發布公司最資，積極參與各項公益事業和善活動。

本集團內部定了一完整的危機管理系及應對機，並通本集團危機處理中，及、準確地處理消費的投及媒體關注的問題；同，本集團高場反可能問題，提前為消費提良服務，預危機事件的發生。本集團設立中，高關注行業動及事件，對情行監控，對行業事件及出反應。通與公眾及媒體有通，公布息，消除負面響，樹立在行業中良地。

資者係

本集團認為，與股、投資及潛在投資行有通，乃提升投資關及投資瞭本集團業務表現及策略的。本集團通現場接、電會、非交路演及參加商投資峰會等種渠和與投資行通和交流。

為有通，本集團設有站，// // .s，有關本集團財務資、業管治及其他數據的最情況，以公眾閱。

未來展望

政策影響

註冊已於、年、月正行，其落地將對行業產生深響。註冊求每業原上不趨系、種產品，此策並非單求業減少數，而推動業增加研發投入，加硬件軟件管理，加管理，引導乳製品業加專注品牌及產品質，消費看清楚，買白，真正獲實惠。註冊的落地實將提高嬰兒乳粉行業入門檻，、品牌形象將有善，品牌與行業集中一步提升，場競爭加趨於良性，全國布局的模化業有中受益，成為場份額有的競爭，而小業、小品牌加出局。、年將成為嬰兒粉行業點。

於、年、月，跨電商售口策出台；、年、月、月起，國對跨電商售口有關監管求予一年的渡期，即在、年、月之前，不執行化品、嬰兒粉、療器械、特殊食品(包食、特殊學用食品等)的首次口

可條件、註冊或立案要求；2019年11月，商務部發將上渡期一步長至2020年。長期看，對跨電商行業的一步範，將會推整行業加、有的發展。

2019年中國全面實施全面二孩政策的第二年，2019年內生兒數1,141萬，不足以人口字。官方數據顯示，2019年生兒數同比增加，為嬰兒粉市場需求穩定鋪了條件。全面二孩政策將漸發應，生活壓的三四城及鎮地區有一定出生人口，提當地粉需求，繼而推動在該類地區商超享有競爭的本土粉品牌的銷售。

行業趨勢

中國嬰兒粉市場呈加整合趨勢，國產品牌與國外品牌存，上與下渠融合，產品高端化與格回並行，整嬰兒粉行業處於革、型的關鍵期。

2019年，隨著註冊的深入實施，審發將提高行業集中，不具資質的品牌將被淘汰出局，行業呈淨化趨勢。未能通過註冊的品牌上半年將出現清甩貨，渠商將會加審地擇合品牌。整體上提前全球全國基地布局、品牌略、渠策略的品牌將曇

公司策略

品牌策略

2021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、美滋定於差異化競爭，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；為股、為略品牌，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互動，並通過品牌推廣，善用用戶體驗、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，線上播和線下推貼媽媽，品牌費用準投入，以高投入換取高的產出，實現品牌成長和業務盈利目標。同時，本集團將繼續發展蘭乳業基地，進一步國際化品牌形象；繼續通過中國、城市母乳養成分研究項目，以公益活動的方式，本集團一直致力於中國母乳研究，並履行本集團的社會責任以及對消費者的關懷，全面提升品牌美譽。

產品研發

本集團研發管理中的重點任務是嬰兒產品的註冊，即將科學、安全、營養的嬰兒乳粉的研製過程上報國家食藥局，積極配合專家的審核，爭取成為全國第一家獲得嬰兒產品註冊號的企業。此外，研發管理中繼續持產品管理，發展集團產品，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。

通過註冊的正實，也將加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，研製羊奶產品，進入羊奶市場，發展集團產品，為利潤增長提供機會。

2019年研發管理中將投入基礎營養研究，申請國家資金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，為嬰幼兒提供營養更加科學合理的產品。

銷售渠道

2019年，本集團將因應奶粉、乳品的行業格局，利用前期建立的全球供應鏈和品牌形象，整合最佳的業務結構，在渠道布局方面實行一系列整合策略。

母嬰品牌承接品牌升級和渠道型的戰略目標，以學術品牌和戰略品牌覆蓋母嬰連鎖，實現成長和持續增長。學術品牌相互之間不交叉，以擴大集團整體市場份額；戰略品牌和學術品牌允許交叉，以實現補、圍。

商超著重長期積聚的「下渠道、下品類、下價格」問題，逐步出貢獻為負的連鎖體系，留有利潤貢獻的，開展單體母嬰門店和流通門店，以減少渠道費用。毛利產品出商超，毛利高的蒙牛成人粉入商超，並以特級及特級合提；流通渠道增加成人粉和沖調類鋪貨，執行學區飲和季前訂貨會。而升級的產品以及引入的營養品將能撬賣場與增加的渠道費用和銷售費用，在競爭中重回主導地位。

高端母嬰立足於美滋、回外資四品牌之一，成為品牌字號上的第一。一目標首先建立在對現有產品不進行渠道下沉（一市場下沉三四），同時渠道管控能力增加，引入系統平台、費用標準投、費用利用率提高、竄控管理，將國產奶粉秀的渠道能力植美滋和，與之為外資品牌第一的品牌合起，成競爭。

電商以原有電商為基礎，發展社群銷售、整合內部市場資源、發展業務以取客等。在電商業務已成蓬勃發展的基礎上，基於聯的型業務模式，為本集團未來型業務模式定基礎。

恩項目部採用品牌商、經銷商、銷售團隊合辦業的模式，本集團... 品牌，經
工交母嬰連鎖類經銷商，相以產品利潤和品牌參股分激，能推動經
商地品。

應鏈

2021年，本集團應鏈管理中除繼續穩安全、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，為。

在本面，將以化管理為核，嚴格控預算出的同，深可成本的
項目。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，化並提升率果。原採
採購面，目標為一的格；宗物利用蒙牛集採，監控場機會行格鎖
定或囤貨，以免格波動對成本的響；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。包材採購面，...的主包材將行
集團內部對標，格一，集中需求行採，本增；沖調項目將實現由自製代
工，應，非略產品管理的雜程。場採購面，將格，服務，質
三面梳理應商，實現...雅士利集採，減少應商數...以上，以利用集採模
應，調動應商積極性，成本，提高服務，減...管理成本；固定資產採購及合
採購面，點建立並推動合類泛採購的工流程，為各需求部門提專業的應商
尋源，採，及合同服務；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化和享，採購及...成本。

在儲物流面，將根據銷售集中區域，取合的...中，提高整體...率，
成本。化物流服務模及現有承商構，提高對業務持的能和...率。儲
面注控...存。在計...面，通...產銷協同及銷售預...面的化，定合理的產

品安全■ 存及原材 安全■ 存，確 存貨 處於穩定平衡的狀態， ■ 存成本。通 與採購部 同推 項目，將本公司■ 存 化為 應商■ 存，而 原材、包裝材 的■ 存水平， ■ 存成本，加 存貨 ，提升資 利用率。

人 資源

人 資源管理中 將 面 撥本集團在 的一年 穩銷售、提升 率。

一、 型， 人員。本集團將積極推動四 銷 構的落地，推動已整合 織的持續良 行，致 在 下為本集團 置合 的人 ，在關鍵崗 及 點 加 人 資源的投入，並通 富有特色的激 業務並 革。同 ，對 生 加 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 業 型 程中有 足的人 。

、 化流程，增加 率。 織 構上，本集團已 步完成 銷、 應鏈和 能 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 ，加 權，提升業務決策 。

三、提升能 ， 業務。本集團將利用舉 略 會等 機加 略的宣導，提升 略 ， 上下同 ， 年，人 資源管理中 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， 而有 業務的發展。

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

購股權計劃

本公司已於 2011 年 1 月 採 購股權計 (「首次公開發售前購股權計」) 及於 2011 年 1 月 採 購股權計 (「購股權計」)。購股權計之詳情如下：

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 等的 貢獻、 引及 留或以其他 維持與該等對本集團的表現、增長或成 而言屬 及/或其貢獻屬有利或將會有利的合資格參與 的持續關 。

因行 根據購股權計 及本集團任何其他計 將予 出的所有購股權而可能發行的最高股份數目，合 不 超 於 2011 年 1 月 (「上 期」) 已發行股份的 10%，即 10,000,000 股股份，相當於於本報告 期本公司已發行股份的 10%。本公司概不 任何一 購股權計 參與人士 出購股權，致 在任何截至最 出當 止 12 月期間行 已 出及將 出的購股權而發行及將予發行的股份總數超 本公司不 已發行股本的 10%。

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 超 出 期起計 3 年。於購股權可獲行 前並 最短持有購股權的期限。購股權計 參與人在 期 或之前接 出購股權須 本公司繳付 1.00 港元。購股權的行 由董事會全權 情 定，惟不 於下 三 中的最高：

1. 股份面 ；

2. 於 期在聯交所每 報 表所 的股份 ；及

3. 接 期前 業 於聯交所每 報 表所 的股份平均 。

購股權計 將由上 期起計 3 年期間內有 及生，於該期間，將不會 一步 出或 提呈購股權。

於 2011 年 1 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前購股權計 及購股權計 項下 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 2011 年 1 月 有關(其中包 括)期權 之 合 購 及回應 件。

於 2017 年 12 月 31 日（即期權之最後截止日期），有關 2017 年 12 月 31 日份期權之期權已被接納。於期權獲接納後，相關期權連同其附屬之所有權利已被註銷及放棄，而所有未行期權亦自動失效。

自 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日，本公司並未發行期權，亦概無任何由本公司發出的未行期權。於 2017 年 12 月 31 日，本公司概無任何未行期權。

股票 鈎協議

除上「購股權計劃」一節所披露外，本集團於本年概無訂

暫停辦理股份 登記 續

為 定有權出 應屆股 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 續，期間將不會 行任何本公司股份 登記。為符合出 將於 年 月 (期) 舉行之應屆股 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 須於 年 月 (期四) 下午 分前 本公司的香港股份 登記分處香港中 登記有限公司，地址為香港灣 皇 號合和中 樓 號舖以 登記。

行證券交易的標準守則

董事會已採 上 附錄 所 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 之間責性。董事會知悉，良 業管治 及程 對本集團及其股 有利。

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 (「上 ）」附錄 所 業管治守 (「業管治守 ）」的 原 ，惟若 本公司董事因須處理其他業務未能出 本公司於 年 月 舉行的股 年 會。

本公司致 提升 合其業務 及發展的 業管治 ，並不 檢 該等 ，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 2019 年 12 月 31 日止年內之財務報表。本公司的核數師安永會計事務所將會獲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 2019 年 12 月 31 日止年之初步業績公告所載之財務數字，已由本集團之核數師安永會計事務所審核，該等數字乃本集團之年合財務表草擬本所載之數字。安永會計事務所就此行的工作，並不構成根據香港會計公會頒布的香港審計準則、香港審閱業務準則或香港核數業務準則而行的核數服務，因此安永會計事務所概不就初步業務公布發表任何意見。

刊發業績公告及年度報告

本年業績公告發於聯交所，(www.hkexnews.hk) (及本公司，(www.ytd.com.hk) 網站。本公司截至 2019 年 12 月 31 日止年的年報報告(含有上述所有資料)將於適當時候寄發予本公司股東及登於上述網站。

承董事會
雅士利國際有限公司
主席
盧敏放

香港，2020 年 1 月 1 日

於本公告日期，董事會成員包括：非執行董事盧敏放先生(主席)、李鵬先生、李平先生及黃軍先生；執行董事李平先生、李鵬先生及華先生；以及獨立非執行董事莫衛先生、程守先生及李港衛先生。