

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



**Yashili International Holdings Ltd**

**雅士利國際控股有限公司**

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：01230)

**截至2017年12月31日止之  
年度業績公告**

**財務摘要**

(除特別列明外，所有金額以人民幣(「人民幣」)百萬元列示)

	截至12月31日止年度		變動比例
	2017	2016	
<b>主要業績</b>			
營業額	<b>2,254.7</b>	2,203.3	2.3%
毛利	<b>922.2</b>	1,037.3	-11.1%
經營溢利	<b>-335.0</b>	-444.0	-24.5%
息稅折舊攤銷前利潤	<b>-156.4</b>	-274.3	-43.0%
本公司股權持有人應佔溢利	<b>-179.8</b>	-320.2	-43.8%
經營現金流量淨額(附註1)	<b>-254.9</b>	-477.2	-46.6%
每股基本盈利(人民幣分)(附註2)	<b>-3.8</b>	-6.7	-43.3%
每股淨資產(人民幣元)(附註3)	<b>1.2</b>	1.2	—
建議末期股息	—	—	—
股息分派比率	—	—	—

附註：

1. 年內經營活動產生之現金流入減年內經營活動產生之現金流出。
2. 年內本公司股權持有人應佔溢利除以年內已發行普通股之加權平均數。
3. 年末淨資產除以年內已發行普通股之加權平均數。

雅士利國際控股有限公司(「本公司」或「雅士利」)董事會(「董事會」)謹此宣布本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2017年12月31日止年度按國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製之合併業績連同2016年的比較數字。本集團按國際財務報告準則編製之截至2017年12月31日止年度之財務資料載列如下：

## 合併損益表

截至2017年12月31日止年度

	附註	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
收入	4	2,254,716	2,203,315
銷售成本	5	<u>(1,332,513)</u>	<u>(1,166,015)</u>
毛利		922,203	1,037,300
其他收入及收益		70,167	227,396
銷售及經銷開支		(893,156)	(1,170,950)
行政開支		(271,224)	(389,555)
其他開支		<u>(162,974)</u>	<u>(148,230)</u>
經營虧損		<u>(334,984)</u>	<u>(444,039)</u>
財務收入	5	123,728	130,238
財務成本		<u>(18,109)</u>	<u>(18,825)</u>
淨財務收入		<u>105,619</u>	<u>111,413</u>
除稅前虧損		(229,365)	(332,626)
所得稅抵減	6	<u>49,554</u>	<u>12,408</u>
年度虧損		<u>(179,811)</u>	<u>(320,218)</u>
歸屬於：			
母公司股權持有人		<u>(179,811)</u>	<u>(320,218)</u>
		人民幣分	人民幣分
母公司普通股擁有人應佔每股虧損 基本和攤薄		<u>(3.8)</u>	<u>(6.7)</u>

## 合併全面收益表

截至2017年12月31日止年度

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
年度虧損	<u>(179,811)</u>	<u>(320,218)</u>
其他全面(損失)／收益		
可於以後期間重新分類至損益之其他全面(損失)／收益：		
海外經營外幣報表折算差額	<u>(33,250)</u>	<u>76,667</u>
可於以後期間重新分類至損益之淨其他全面(損失)／收益：	<u>(33,250)</u>	<u>76,667</u>
年度全面損失總額	<u>(213,061)</u>	<u>(243,551)</u>
歸屬於：		
母公司股權持有人	<u>(213,061)</u>	<u>(243,551)</u>

合併財務狀況表  
2017年12月31日

	附註	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		1,602,976	1,788,658
在建工程		64,383	38,812
投資物業		59,333	67,486
土地使用權		88,793	93,734
無形資產		316,750	297,801
商譽		991,236	991,236
遞延稅項資產		277,793	202,950
長期銀行存款		—	379,927
預付款項、押金及其他應收款項		3,462	5,496
非流動資產總額		<u>3,404,726</u>	<u>3,866,100</u>
<b>流動資產</b>			
存貨	9	786,324	619,876
貿易應收款及票據	10	144,336	161,391
預付款項、押金及其他應收款項		191,189	191,230
其他金融資產		724,748	476,994
保證金存款	11	243,621	803,123
現金及銀行結餘	11	1,748,395	1,642,818
分類為持有待售的處置組資產		<u>3,838,613</u>	<u>3,895,432</u>
		<u>187,237</u>	<u>204,459</u>
流動資產總額		<u>4,025,850</u>	<u>4,099,891</u>
<b>流動負債</b>			
貿易應付款	12	338,440	237,621
其他應付款及應計費用	13	1,037,658	862,233
計息銀行借款	14	529,696	1,143,091
應付所得稅		12,192	5,602
與分類為持有待售資產直接相關的負債		<u>1,917,986</u>	<u>2,248,547</u>
		<u>—</u>	<u>4,988</u>
流動負債總額		<u>1,917,986</u>	<u>2,253,535</u>
流動資產淨值		<u>2,107,864</u>	<u>1,846,356</u>
資產總值減流動負債		<u>5,512,590</u>	<u>5,712,456</u>

# 合併財務狀況表（續）

2017年12月31日

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
<b>非流動負債</b>		
遞延收益	2,245	3,329
遞延稅項負債	<u>19,418</u>	<u>7,513</u>
 非流動負債總額	 <u>21,663</u>	 <u>10,842</u>
 <b>資產淨額</b>	 <b><u>5,490,927</u></b>	 <b><u>5,701,614</u></b>
 <b>權益</b>		
母公司擁有人應佔權益		
股本	399,352	399,352
儲備	<u>5,091,575</u>	<u>5,302,262</u>
 權益總額	 <b><u>5,490,927</u></b>	 <b><u>5,701,614</u></b>

# 合併財務報表附註

2017年12月31日

## 1. 呈列基準

該等財務報表乃根據由國際會計準則理事會發佈的國際財務報告準則(「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)的披露規定以及香港公司法編製。除其他金融資產以公允價值計量外，該等財務報表已根據歷史成本慣例編製。持有待售處置資產組按照其賬面價值與公允價值減去處置費用的淨額孰低列示。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，所有數值均調整至最接近的千位數。

### 合併基準

合併財務報表包括本公司及其子公司(統稱為「本集團」)於截至2017年12月31日止年度的財務報表。

子公司是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，且有能力通過對被投資企業行使權力影響所得到回報的金額(即本集團有對被投資企業相關活動施加影響的現時權利)，視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來確定其是否對被投資企業擁有控制：

- (a) 與被投資企業其他投票權持有者之間的協議；
- (b) 因其他協議而擁有的權利；
- (c) 本集團的投票權和潛在投票權。

子公司的財務報表乃使用一致的會計政策，並按與本公司相同的報告期間編製。子公司的業績由收購日期(即本集團取得控制權之日)起合併於賬目內，並將繼續合併直至該控制終止之日。

損益和其他全面收益的各組成部分都在集團母公司的所有者和非控股權益之間進行分配，即使這樣會導致非控股權益產生赤字。所有集團內成員之間發生的資產、負債、權益、收入、開支及現金流相關的交易都在合併層面予以抵銷。

如果事實和情況表明以上所描述的三項控制條件中的一項或多項發生了改變，集團將會對是否控制以下子公司進行重評估。在不失去對子公司控制權情況下的所有者權益的改變被核算為權益性交易。

倘本集團失去對一間子公司的控制權，則其撤銷確認(i)該子公司的資產(包括商譽)及負債、(ii)任何非控股權益的賬面值及(iii)於權益內記錄的累計折算差額；及確認(i)所收代價的公允價值、(ii)所保留任何

投資的公允價值及(iii) 損益賬中任何因此產生的盈餘或虧損。先前於其他全面收益內確認的本集團應佔部份重新分類為損益或保留利潤，在集團直接處置相關資產和負債的情況下也應作相同的考慮。

## 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新訂及經修訂國際財務報告準則。

國際會計準則第7號

國際會計準則第12號

國際財務報告準則第12號

包含在2014年至2016年週期之年度改進中

披露動議

未實現虧損產生的遞延所得稅資產之確認  
在其他主體中權益的披露：國際財務報告  
準則第12號的披露範圍要求

修訂的性質及影響如下：

### 國際會計準則第7號之修訂：「現金流量表之披露動議」

該等修訂要求企業披露其融資活動引起的負債的變動，無論該等變動是由現金流還是非現金流活動（譬如匯兌損益）引起的。於初步實行該等修訂時，企業無需提供前期比較信息。

本集團在2017年12月31日止年度合併財務報告中按照修訂要求披露了相關信息。

### 國際會計準則第12號之修訂：「所得稅：未實現虧損之遞延所得稅資產之確認」

該等修訂釐清，當對可抵扣暫時性予以抵扣時，企業需考慮稅法是否限制該等應納稅所得的來源。此外，該等修訂對於企業如何確定未來應納稅所得額提供了指引，並闡釋了應納稅所得額可能包含某些資產其高於賬面價值的部分。

該等修訂需追隨應用。但初步應用該等修訂時，最早可比期間期初權益的變動可能確認在期初留存收益（或權益的其他合適科目），而沒有在期初留存收益和其他權益科目間進行分配。企業若實行該等簡化方法需進行相關披露。

本集團追溯應用了該等修訂。但因本集團無該等修訂範圍內的可抵扣暫時性差異或相關資產，該等修訂的應用對本集團的財務狀況及其表現沒有影響。

### 2014–2016週期的年度改進國際財務報告準則第12號「披露其他實體中的權益之修訂：釐清國際財務報告準則第12號披露要求中的披露範圍」

該等修訂釐清了國際財務報告準則第12號應用於除B10–B16段中包含的項目，企業被劃分為（或包含在處置組中被劃分為）持有待售的子公司、聯營或合營企業（或聯營或合營企業中一定比例的權益）。

本集團追溯應用了該等修訂。本集團的全資子公司施恩(中國)嬰幼兒營養品有限公司(「施恩(中國)」)的特定資產在2017年12月31日被劃分為持有待售資產。

### 3. 經營分部資料

自從2015年收購內蒙古歐世蒙牛乳製品有限責任公司(「歐世蒙牛」)、2016年收購多美滋嬰幼兒食品有限公司(「多美滋中國」)，以及2015年底雅士利新西蘭乳業有限公司(「新西蘭乳業」)的運營，本集團經歷了數次集團重組，包括購銷職能。

自2016年下半年，本集團根據產品和服務對經營分部進行重新分類，共有下列三個可報告經營分部：

- (a) 生產及銷售嬰幼兒配方奶粉產品 — 該分部包括在中國及海外開發、製造及銷售嬰幼兒配方奶粉產品。
- (b) 生產及銷售營養品 — 該分部包括在中國及海外開發、製造及銷售成人及青少年奶粉、豆奶粉、米粉及麥片產品。
- (c) 其他業務主要包括生產及銷售主要供本集團內部使用的包裝材料，銷售盈餘原材料及出售第三方基粉。該等業務的業績載於「其他」一欄。

可報告經營分部的改變是為了優化業務單元的管理。

為便於在分部之間評估分部表現及分配資源，高級行政管理團隊會根據「可呈報分部溢利」的計量(即「收入減去銷售成本和可分攤的銷售及經銷開支」)來評估經營分部的表現。本集團不會把其他收入及收益、財務成本淨額、部份銷售及經銷開支以外的開支分配至分部中，原因是高級行政管理人員並不會使用上述資料分配資源至經營分部或評估其表現。由於本集團不會定期向高級行政管理人員匯報分部資產及負債，因此，此等財務報表內並無呈列可呈報分部資產及負債的資料。

分部間銷售及轉讓是參考以當時市價向第三者銷售所採用的售價進行交易。

	截至2017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
分部收入：				
銷售予外部客戶	1,530,707	481,533	242,476	2,254,716
分部間銷售	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>9,360</u>	<u>9,360</u>
	<u>1,530,707</u>	<u>481,533</u>	<u>251,836</u>	<u>2,264,076</u>
對賬：				
抵銷分部間銷售	—	—	(9,360)	<u>(9,360)</u>
總收入				<u>2,254,716</u>
分部業績	98,994	(20,643)	(8,257)	70,094
對賬：				
財務收入				123,728
財務成本				(18,109)
其他收入及收益				70,167
未分配的其他支出				<u>(475,245)</u>
除稅前虧損				<u>(229,365)</u>
其他分部資料				
折舊及攤銷	86,838	30,680	38,799	156,317
未分配款項				<u>22,279</u>
折舊及攤銷總額				<u>178,596</u>

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
<b>分部收入：</b>				
銷售予外部客戶	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>
<b>對賬：</b>				
抵銷分部間銷售	(20,436)	(25,274)	—	<u>(45,710)</u>
總收入				<u>2,203,315</u>
<b>分部業績</b>	(164,950)	71,531	(16,589)	(110,008)
<b>對賬：</b>				
財務收入				130,238
財務成本				(18,825)
其他收入及收益				227,396
未分配的其他支出				<u>(561,427)</u>
除稅前溢利				<u>(332,626)</u>
<b>其他分部資料</b>				
折舊及攤銷	130,442	36,136	—	166,578
未分配款項				<u>3,135</u>
折舊及攤銷總額				<u>169,713</u>

#### 4. 收入、其他收入及收益

本集團主要從事乳製品及營養品生產及銷售。營業收入，即向客戶供應的貨品的銷售價值。收入不包括銷售稅，並經扣除任何銷售折扣。

本集團的客戶基礎多元化，於年內，並無任何單一客戶的交易所帶來的收入佔本集團總營業額的10%或以上。

## 5. 除稅前虧損

本集團的稅前虧損乃經扣除／(增加)下列各項後計算所得：

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
貨品銷售成本	1,332,513	1,166,015
物業、廠房及設備折舊*	164,445	159,375
投資物業折舊	2,447	2,457
土地使用權攤銷	2,394	2,031
其他非流動資產攤銷	4,275	3,078
無形資產攤銷	<u>5,035</u>	<u>2,772</u>
折舊及攤銷總額	<u>178,596</u>	<u>169,713</u>
房屋的經營租賃最低租金	27,125	6,444
核數師酬金	2,726	3,190
僱員福利費* (不包括董事及主要行政人員薪酬)：		
工資、薪金及津貼	418,121	447,331
離職補償	42,876	74,132
退休金計劃供款(定額供款計劃)	33,677	38,644
股權結算股份支付開支	<u>2,374</u>	<u>—</u>
	<u>497,048</u>	<u>560,107</u>
利息收入	(105,813)	(103,522)
其他投資收益	<u>(17,915)</u>	<u>(26,716)</u>
財務收入總額	<u>(123,728)</u>	<u>(130,238)</u>
貿易應收賬款減值	<u>7,495</u>	<u>296</u>

\* 部分的該等成本和費用已包含在上述披露的「貨品銷售成本」中。

## 6. 所得稅開支／(抵減)

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
即期所得稅	13,694	9,722
本年內確認以往年度的即期稅項調整	1,382	13,194
遞延所得稅	<u>(64,630)</u>	<u>(35,324)</u>
本年度稅項支出	<u><u>(49,554)</u></u>	<u><u>(12,408)</u></u>

在年度內，就除稅前虧損按中國法定所得稅稅率計算的所得稅抵減，與按照本集團實際所得稅稅率計算的所得稅抵減，對賬如下：

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
除稅前虧損	<u><u>(229,365)</u></u>	<u><u>(332,626)</u></u>
按中國法定稅率25% (2016年：25%) (i)	(57,341)	(83,157)
本年內確認以往年度的即期稅項調整	1,382	13,194
不可扣稅開支的影響	3,349	10,703
不同稅率的影響(i)	(14,169)	(40,800)
未確認稅項虧損	54,033	158,485
動用以往未確認虧損	(22,849)	(50,254)
不徵稅收入的影響	<u>(13,959)</u>	<u>(20,579)</u>
本年度按實際稅率計算的稅項支出	<u><u>(49,554)</u></u>	<u><u>(12,408)</u></u>

附註：

- (i) 根據第十屆全國人民代表大會於2007年3月16日通過的《中華人民共和國企業所得稅法》(「新稅法」)，本集團中國附屬公司自2008年1月1日起的法定所得稅稅率為25%。根據《關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知》，歐世蒙牛享有15%的優惠稅率。

根據開曼群島及英屬處女群島(「英屬處女群島」)的規定及法規，本集團無須在開曼群島及英屬處女群島繳納任何所得稅。

本集團2017年香港利得稅撥備是以本年度的估計應課稅溢利，按照16.5%(2016年：16.5%)的稅率計提。

根據新西蘭國家的規定及法規，新西蘭乳業在新西蘭採納法定28%(2016年：28%)的所得稅稅率。

## 7. 股息

本年度的股息載列如下：

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
股息：		
本年宣派及支付		
— 普通股股息(i)	<u>—</u>	<u>35,477</u>
擬派：		
— 末期股息：無(2016年：無)	<u>—</u>	<u>—</u>

附註：

- (i) 於2017年，未向本公司股東宣派及派付股息(於2016年：本公司股東週年大會上批准宣派上一財政年度末期股息每股普通股人民幣0.75分)。

## 8. 本公司普通權益持有人應佔的每股盈利／(虧損)

每股基本虧損乃根據年內母公司普通權益持有人應佔虧損除以年內已發行普通股的加權平均數計算。

本公司無潛在攤薄股本。

計算每股基本和攤薄虧損金額基於如下：

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
虧損：		
用於計算每股基本和攤薄虧損的母公司 普通權益持有人應佔虧損	<u>(179,811)</u>	<u>(320,218)</u>
	股份數目	
	2017	2016
	千股	千股
股份：		
計算每股基本和攤薄虧損所用的普通股加權平均數	<u>4,745,560</u>	<u>4,745,560</u>

## 9. 存貨

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
原材料	208,142	201,218
成品	398,607	211,591
半成品	161,501	180,259
包裝材料	16,985	25,915
低價消耗品	<u>1,089</u>	<u>893</u>
合計	<u><u>786,324</u></u>	<u><u>619,876</u></u>

截至2017年12月31日，新西蘭乳業的全部資產包括價值人民幣152,961,000元的存貨處於一般保證協議下，以獲取數額約為人民幣66,883,000元的銀行貸款。

## 10. 貿易應收款及票據

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
貿易應收款及票據	153,455	162,138
減值	<u>(9,119)</u>	<u>(747)</u>
	<u><u>144,336</u></u>	<u><u>161,391</u></u>

本集團通常給予客戶特定信貸額度和信貸期限，並可在特定情況下調整。鑒於上文所述及本集團的貿易應收款及票據與大量不同類別的客戶有關，故並無重大信貸集中風險。貿易應收款及票據並無附帶利息。

於報告期末，經扣除撥備的應收賬款及應收票據按發票日期的賬齡分析如下：

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
三個月以內	126,288	117,057
三至六個月	4,606	38,521
六個月以上	<u>13,442</u>	<u>5,813</u>
	<u><u>144,336</u></u>	<u><u>161,391</u></u>

截至2017年12月31日，新西蘭乳業的全部資產包括價值人民幣101,608,000元的貿易應收款處於一般保證協議下，以獲取數額約為人民幣66,883,000元的銀行貸款。

## 11. 現金及銀行結餘及保證金存款

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
現金及現金等價物	668,962	581,491
受限制的銀行存款	243,621	803,123
原到期日為三個月以上的定期存款	<u>1,079,433</u>	<u>1,441,254</u>
	<u><b>1,992,016</b></u>	<u><b>2,825,868</b></u>
減：銀行融資之短期保證金存款	243,621	803,123
減：長期銀行存款	<u>—</u>	<u>379,927</u>
現金及銀行結存	<u><b>1,748,395</b></u>	<u><b>1,642,818</b></u>
	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
以下列貨幣列值的現金及銀行結餘：		
— 人民幣	1,919,656	2,473,884
— 美元	57,925	307,206
— 港幣	14,182	2,008
— 歐元	247	34,686
— 紐幣	<u>6</u>	<u>8,083</u>
	<u><b>1,992,016</b></u>	<u><b>2,825,868</b></u>

人民幣並非可自由兌換為其他貨幣。然而，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，本集團獲准透過獲授權進行外匯業務的銀行，將人民幣匯兌為其他貨幣。

銀行現金按通行市場利率計息。於2017年12月31日，短期定期存款的實際年利率約為1.1%至8.5%（2016年12月31日：1.5%至8.5%）。銀行結餘及已抵押存款於近期無違約記錄且信譽良好的銀行儲存。

於2017年12月31日，除了一些銀行貸款是通過定期存款人民幣234,731,000元（2016年：人民幣798,905,000元）進行抵押，尚有人民幣8,890,000元存款（2016年：人民幣4,218,000元）被作為開具信用證的保證金。

## 12. 貿易應付賬款

於報告日期，本集團根據發票日期的貿易應付款的賬齡分析如下：

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
三個月以內	116,634	222,504
三個月至六個月	122,870	12,356
六個月以上	<u>98,936</u>	<u>2,761</u>
	<u><u>338,440</u></u>	<u><u>237,621</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個月內結算。

## 13. 其他應付款及應計費用

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
客戶預付款	289,320	135,383
應計薪金	158,160	129,581
應付離職補償	7,103	53,595
應付利息	194	239
其他應付稅項	28,089	15,783
收取客戶的保證金	67,280	66,513
預提費用	429,849	363,052
應付工程款	30,849	61,068
客戶忠誠計劃	—	—
其他	<u>26,814</u>	<u>37,019</u>
	<u><u>1,037,658</u></u>	<u><u>862,233</u></u>

## 14. 計息銀行借款

	於2017年12月31日			於2016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
即期						
短期銀行貸款：						
— 質押借款	0.80 to 3.30	2018	262,813	1.50 to 1.54	2017	743,091
— 擔保借款	—	—	—	1.47 to 3.92	2017	300,000
— 抵押借款及擔保借款	2.41 to 2.76	2018	66,883	—	—	—
— 信用借款	1.47	2018	<u>200,000</u>	3.92	2017	<u>100,000</u>
			<u><u>529,696</u></u>			<u><u>1,143,091</u></u>

	2017 人民幣千元	2016 人民幣千元
銀行貸款		
— 以人民幣計值	249,421	400,000
— 以美元計值	33,799	673,767
— 以港幣計值	128,729	69,324
— 以歐元計值	52,197	—
— 以紐幣計值	53,498	—
— 以澳元計值	12,052	—
	<u>529,696</u>	<u>1,143,091</u>

- (a) 於2017年12月31日，一些總數額約為人民幣213,392,000元(2016年12月31日：人民幣743,091,000元)的銀行貸款以人民幣234,731,000元(2016年12月31日：人民幣798,905,000元)的定期存款進行質押。
- (b) 於2017年12月31日，一項數額約為人民幣49,421,000元(2016年12月31日：無)的信用證銀行貸款以一項人民幣49,052,000元(2016年12月31日：無)的商業銀行財富投資產品進行質押。
- (c) 於2017年12月31日，數額約為人民幣66,883,000元(2016年12月31日：無)的銀行貸款由雅士利國際集團有限公司進行擔保，同時新西蘭乳業截至2017年12月31日價值約為紐幣305,333,000元(約等於人民幣1,414,516,000元)的全部資產處於一般保證協議下，以獲取該借款。

## 15. 報告期後事項

於2017年12月22日，施恩(中國)、廣州開發區土地開發儲備交易中心及其代理訂立一項徵收補償協議，據此廣州開發區土地開發儲備交易中心將自施恩(中國)徵收物業，補償金額為人民幣253百萬元。該交易已於2018年1月完成。

## 管理層討論與分析

### 行業回顧

2017年，中國經濟運行保持在合理區間，宏觀指標穩中向好，超出預期。中國國家統計局2018年1月18日公佈，2017年中國國內生產總值(「GDP」)總量為人民幣827,122億元，首次跨過人民幣80萬億元大關，同比增長6.9%，增速較2016年提高0.2個百分點，是自2010年以來經濟增長首次加速。

從人口看，2017年人口總量平穩增長，全年出生人口1,723萬人，人口出生率為12.43%，比2016年12.95%下降0.52%，仍高於2015年的12.07%。從居民收入看，居民收入增長加快，2017年全年全國居民人均可支配收入人民幣25,974元，比上年名義增長9.0%；扣除價格因素實際增長7.3%，比上年加快1.0個百分點。全年全國居民人均消費支出人民幣18,322元，比上年名義增長7.1%，扣除價格因素實際增長5.4%。

中國經濟面正平穩向好發展的同時，國內的嬰幼兒配方乳粉市場也蘊釀「品質大革命」。號稱「史上最嚴奶粉新政」的《國家嬰幼兒配方乳粉產品配方註冊制》於2018年1月1日實施，嚴格從生產源頭把關，加強對中外奶粉企業生產的監管，並規定每個企業原則上不得超過3個配方系列、9種產品註冊配方，引發嬰幼兒配方乳粉行業「汰弱留強」的大洗牌。

截至2017年12月29日，國家食品藥品監督管理總局共受理嬰幼兒配方乳粉產品配方申請1,330個，952個獲准註冊，涉及企業130家。首次獲批的配方包括來自雅士利、貝因美、美贊臣等企業旗下的嬰幼兒配方乳粉。嚴厲新政的實施，推動國內奶粉行業良性競爭，為恢復消費者信心奠定了基礎。未通過配方註冊的眾多高價進口小品牌將被大規模清貨退市，從而留出過百億的市場空白，為大型乳品企業提供了集中資源搶佔市場的好時機。隨著准入門檻的提升，以及嚴苛的生產規範、渠道的重塑，整個行業的競爭環境也在發生改變，注重生產管理、產品創新，打通多個與消費者溝通的渠道，關注品牌建設等成為乳企爭奪市場的關鍵。

2017年，全面二孩政策踏入實施的第二年，對奶粉行業的人口紅利已開始有所釋放，有效應對了一孩出生數量下降幅度大的影響。年內嬰幼兒配方奶粉整體市場規模成長加速，量價齊升。根據AC尼爾森數據，截止2017年12月，嬰幼兒配方奶粉整體市場容量(金額)逾千億元，同期增長12%，母嬰、電商均增長強勁；消費升級態勢明顯，行業表現為超高端產品銷量同比增長87%，高端產品銷量同比增長23%，而低端產品銷量出現9%的下跌。

## 業務回顧

2013年，蒙牛集團以全面股權要約收購形式實現了與本集團戰略合作，成為本集團控股股東。2014年，本集團、中國蒙牛國際有限公司(「蒙牛國際」)與Danone Asia Baby Nutrition Pte. Ltd.(「達能亞洲」)簽署股份認購協議並於2015年2月完成交割，達能亞洲正式成為本集團第二大股東。2015年12月，本集團完成對蒙牛集團旗下歐世蒙牛的全資收購。2016年5月，本集團完成對達能集團旗下多美滋中國的全資收購，初步完成品牌整合及國內產能新布局。

本集團致力於開發值得消費者信賴的營養產品，包括促進嬰幼兒健康成長的雅士利、瑞哺恩、多美滋、Arla、施恩等品牌產品系列，以及滿足成人營養需要的優怡、煥輕、正味等品牌產品系列。本集團的業務模式結合了進口優質乳品原材料、進口優質原裝嬰幼兒配方奶粉產品、自主研發配方、先進的生產系統及熟悉本地消費市場的專業營銷團隊等幾大因素，為廣大消費者提供具有信心保證的產品。

## 分類產品介紹

### 嬰幼兒配方奶粉

本集團開發的嬰幼兒配方奶粉產品主要滿足嬰幼兒日常餵哺的健康營養需求，可輔助母乳作為嬰幼兒的主要營養來源。本集團所有品牌嬰幼兒配方奶粉產品均主要使用進口優質原料，尋求開發營養組合最理想的配方奶粉，以契合嬰幼兒成長及發育的不同階段需要。

作為嚴苛的奶粉新政下，成為首批通過註冊申請的企業，雅士利產品以全新形象率先出發。雅士利「超級 $\alpha$ -金裝」嬰幼兒奶粉定位中高端，新政後更名為「菁珀」嬰幼兒奶粉，新西蘭原罐進口，匯聚全球資源，INFAT™動態活力系統，6倍提升寶寶自身益生菌群生長，釋放內在腸道活力，腸道營養好吸收，讓寶寶全面活力滿格。「 $\alpha$ -金裝嬰幼兒奶粉」定位中端，新政後更名為「菁躍」嬰幼兒奶粉，新西蘭原罐進口，當地乳業精英嚴苛精製，添加益生元組合，呵護腸道環境，讓寶寶充滿活力，盡興成長，更含1+1營養組合包，補充體格智力發展關鍵營養素，為寶寶提供全方位營養。

雅士利「超級金裝」嬰幼兒配方奶粉，新政後更名為雅士利「親兒適」，定位於中端消費者，由本集團研發團隊根據嬰幼兒生長特點和營養需求精心調配而成，為寶寶提供所需營養，親適好吸收，媽媽少擔憂。雅士利「金裝」嬰幼兒配方奶粉，新政後更名為雅士利「親兒碩」，定位於中低端消費者，提供均衡營養，促進成長優表現。雅士利「新配方」嬰幼兒配方奶粉定位中低端，含益生元組合、DNA和核苷酸，幫助維持腸道健康，促進智力發展及激發免疫細胞活性，新政後更名為「雅士利」系列，配方升級，添加益生菌及乳鐵蛋白，打造寶寶好體質，成長更出色。

蒙牛「瑞哺恩」作為集團戰略品牌，亦率先通過首批配方產品註冊制審核，其「親悠」系列及有機系列順利完成包裝及配方升級，成為奶粉新政時代最佳選擇。蒙牛「白金佳智」配方註冊後正式改名為「蒙牛」，延用優質配方，針對中端消費者，全面營養給寶寶全面的呵護。

「朵拉小羊」作為雅士利首支高端進口羊奶粉，在2017年11月榮耀上市，12月成功拿到配方註冊號，是本集團戰略性品牌，拓展企業高端產品線，補充高端羊奶粉市場缺口，澳大利亞原罐原裝進口，100%純羊乳蛋白，溫和細膩易吸收。

「多美滋」，源於歐洲，25年初心不變，專注於中國寶寶抵抗力研究，擁有歐洲雙重專利（專利配比益生元，專利DHA微膠囊包埋技術），還擁有OPO和Omega3不飽和脂肪酸。專注中國寶寶抵抗力。

「Arla寶貝與我有機」，作為超高端丹麥原裝進口奶粉，秉持著對「皇室御用品牌」榮譽的認真負責，在137年的歷程中，堅持從牧草、研發，到運輸銷售，全程自家把控，真正做到每一滴奶源的有機健康。

### 嬰幼兒特殊配方奶粉

隨著中國加速的現代化、工業化建設的發展，環境、生活方式、飲食的變化，使中國嬰幼兒面臨日益增加的健康挑戰。本集團作為嬰幼兒營養專家，除了滿足嬰幼兒營養需求外，旗下多美滋更有專業配方系列產品，滿足特殊嬰幼兒的特殊營養需求。目前本集團多美滋旗下有三大系列專業配方產品：

- 過敏系列產品：目前包括過敏預防產品(HA)和過敏治療產品(PEPTI)。HA產品通過部分水解工藝，有效預防過敏高風險嬰兒的過敏風險；PEPTI產品，通過深度水解工藝，有效治療嬰兒食物蛋白過敏。
- 消化系列產品：目前包括無乳糖配方產品(LF)，可以有效避免乳糖不耐受引起的腹瀉惡性循環。
- 低體重兒系列產品：目前包括低出生體重兒配方產品(LBW)，滿足低出生體重兒追趕式生長的需求。

### 營養食品

本集團亦生產銷售多種營養食品，包括：大眾型全家營養奶粉—「蒙牛」品牌成人奶粉、「優怡」品牌成人奶粉；中老年高端功能性奶粉—「煥輕」品牌中老年奶粉；兒童配方的營養奶粉—「未來星」兒童成長奶粉；健康美味的沖調產品—「正味」品牌麥片；嬰幼兒輔食—「雅士利」品牌嬰幼兒營養米粉等。形成了專為具有特殊需要的消費者而設的不同營養組合產品以及適合一般人士的產品組合。

「蒙牛」品牌成人奶粉，針對有日常營養補充需求的中老年人、學生、女士等消費者，100%優質奶源，採用北歐技術，產品科學配方，層層監管，讓中國消費者享用國際品質的奶粉。

「優怡」品牌成人奶粉，上市17載，為中老年、學生、女士等消費者研製，含鈣、維生素A、D、E、膳食纖維等有益成分，國際標準生產，品質值得信賴。

「煥輕」品牌中老年奶粉，為有骨骼與心血管健康需求的中老年人特別研製，適合中老年人體質。

「未來星」兒童成長奶粉，含有58種膳食組合：28種果蔬粉、益生菌+益生元、DHA；適合吃得少、吃得挑、吃得慢的寶寶使用。

「正味」品牌麥片，致力於為消費者提供優質的營養組合。麥片自然純正，補充每日膳食纖維攝入，適合全家人日常飲用。

「雅士利」嬰幼兒營養奶米粉，根據寶寶成長發育特點，精選大米為主要原料，為中國寶寶研製，採用高速生產線、封閉式設備及精細包裝工藝，確保產品質量穩定、安全。

## 品牌策略

2017年是本集團極為關鍵一年，本集團各業務部門逐步推進2016年年底至2017年年初訂立的差異化業務模式及品牌佈局：「雅士利」和「多美滋」等產品提供基礎營養牛奶粉，「朵拉小羊」和「多美滋」羊奶粉開拓羊奶粉市場，「Arla」和「瑞哺恩」全面滲透有機市場，中高端「雅士利」和「多美滋」、高端「瑞哺恩」和「朵拉小羊」、超高端有「Arla寶貝與我」全面覆蓋，如此配合使本集團形成緊密品牌矩陣，產品覆蓋全市場網絡，為未來嬰配市場高端化、品牌化激烈競爭打下良好基礎。

為配合整體新政註冊，2017年本集團完成了極其繁重的產品工程及配方註冊資料籌備，目前已有13個系列39個配方通過配方註冊，是首批公布的名單中獲得註冊配方數量最多的企

業，向行業及消費者全方位展示專業化實力。為滿足消費升級需求，本集團先後推出前瞻性極具競爭價值的超高端羊奶粉「朵拉小羊」和「多美滋」羊奶粉，其商品化價值取得行業及公司內外部一致好評。

本集團品牌費用精準投放，深挖大數據獲取精準目標人群，側重數字營銷與消費者加強溝通，重視口碑宣傳，配合線下活動深入貼近媽媽，以較低的投入帶來更高的產出，實現品牌成長和企業盈利雙重目標。

「雅士利」一如既往通過公益幫扶助力中國寶寶健康成長，重點參與「小水滴新生專項基金」，持續捐贈奶粉給孩子們，讓每一個寶寶都能綻開笑顏。同時在線下為寶寶量身打造「活力約賽親子NBA」活動，以美國國家籃球協會(NBA)為噱頭，有效增強消費體驗及新客拉動，大大提升參與度。上述品牌活動提升整體集團品牌形象及公信力，增強品牌軟性競爭力。

「蒙牛瑞哺恩」攜手河南都市頻道舉行「關愛背奶媽媽公益活動」溫情打造「瑞哺恩有機母嬰室」，用實際行動支持背奶媽媽點。在重點區域通過愛奇藝、朋友圈、寶寶樹、媽媽網等進行廣告曝光和軟性互動，為「瑞哺恩」帶來超過3億廣告曝光。持續優化百度SEM搜索和SEO口碑，曝光量超過1,000萬，高性價比為品牌曝光賦能。線下活動全國開花，開展一系列巡迴路演及育嬰大講堂，獲得眾多媽媽認可，助力品牌形象提升及銷售提升。

「多美滋」和「Arla」全國媽媽班競賽火熱開展，保持著場場爆滿節奏，不僅為消費者帶來育兒建議，也讓消費者對「多美滋」和「Arla」產品及品牌有了更深認識，增強消費者對本集團信賴度。「Arla」傾情打造逗趣育兒網綜節目「奇萌說」及「快閃咖啡店」，育兒高招及親子互動層出不窮，吸引媽媽熱情參與，極大曝光品牌聲量，快速提升品牌知名度和美譽度。

## 產品研發

2017年本集團研發中心圍繞以下項目開展工作：

### 1. 嬰配產品配方註冊：

研發中心於奶粉新政下主導並統籌開展了配方註冊工作，完成本集團各工廠數十個嬰幼兒配方奶粉的產品配方註冊材料撰寫、提交。至2017年底，共11個系列33個配方獲得批准，在國內處於領航位置，極大提高集團在奶粉行業的競爭力和影響力，其中獲批的羊奶粉兩個系列，「朵拉小羊」及「多美滋」羊奶粉，豐富了本集團旗下產品線。

### 2. 母乳研究項目：

為建立中國母乳營養成分數據庫，提高產品技術競爭力和品牌力，研發中心在中國8個城市縱向採集母乳2,000餘份，開展中國母乳成分隊列研究。已完成對母乳中的宏量營養素蛋白質、脂肪和乳糖含量及18種氨基酸和39種脂肪酸進行了檢測，共獲得9,174個宏量營養素、58,104個氨基酸、96,840個脂肪酸測試數據，分析母乳隨哺乳期變化趨勢及南北方差異，並以此為依據準備開發一款低蛋白、母乳化氨基酸嬰兒配方奶粉，適合中國寶寶的生長發育和營養需求，完成一項母乳研究專利申報。

### 3. 十三五項目：

本集團在與各大乳企申報國家十三五科技項目中的激烈競爭中脫穎而出，成功獲批國家重點食品專項科技項目，並成為「新一代嬰幼兒乳製品和乳基特殊醫學用途食品的創製」的課題承擔單位。該課題將基於中國母乳研究設計開發添加功能性的牛／羊乳基嬰幼兒配方乳粉，課題為集團引資國家撥款用於產品研發，並與國內母乳研究、乳品加工研究的科研機構和高校建立廣泛聯繫，提高企業科研能力。

## 銷售渠道

2017年，本集團通過深度推動渠道轉型和創新業務，進一步提高母嬰渠道佔比和電商業務成長。為此，組織架構從原有獨立子公司轉變為以渠道和品類切割的CBU架構，其中「母嬰CBU」承載了品牌升級和渠道轉型的戰略目標；「商超CBU」著力改變「下沉渠道、下沉品類、下沉價格帶」問題；「高端母嬰CBU」致力於使多美滋重回外資四大品牌之列、Arla成為品牌金字塔上的皇冠；「創新CBU」則以原有電商為基礎，拓展社群營銷、整合內部市場資源等。

2017年，本集團組建的「母嬰CBU」通過合夥提成激勵機制，釋放團隊潛能，加速開拓母嬰連鎖，母嬰渠道佔比及全年業績同比獲得大幅成長。「高端母嬰CBU」則通過大力度控制商超渠道費用(低效無效導購、合同費用等)及強化母嬰連鎖拓展，穩定了銷量。「商超CBU」則通過推動母嬰門店直供完成局部轉型，KA止血減虧效果顯著。「創新CBU」電商銷售方面，銷售額、淨利潤均達成預算，線上業務布局已全面展開；創新業務方面，員工歡樂購業務遺留問題處理完畢並實現盈利，新媒體、社群業務為互聯網領域的新能力建設做出了良好開局。

營銷內部管理方面，重新梳理了營銷制度流程、權責矩陣，建立強有力的巡查體系，對市場費用巡查檢核，提高費用使用效率；查處竄貨砸價，維護市場秩序。協同財務做好SAP企業資源計劃(ERP)系統優化，打造會員管理系統，並與外勤助手打通，從採購、生產、入庫、出庫、進店、銷售，一直到消費者積分兌換、互動，達到全流程信息化管理，實現全面預算管理、費用精準投放、業務高效運轉、進銷存管理、防竄管理、消費者實時互動等綜合功能。會員管理系統還實現了母嬰直營門店的訂單、結算及費用核銷功能。組建市場BP制定品牌策略、支持各CBU進行品牌推廣服務和消費者促銷活動，整體上形成了完善高效的營銷管理體系。

## 質量管理

質量是企業的生命之源，是企業佔領市場的唯一出路。本集團持續致力於建立起一套從供應商質量管理至消費者服務的整條價值鏈的全面質量管理系統。

本集團從源頭開始嚴格對供應商進行篩選管理，參照國際領先的供應商質量管理經驗，2017年陸續生效了直接物料供應商質量批准流程和直接物料供應商質量管理程序，嚴格供應商准入，並定期對供貨商進行評價和考核，確保供應商質量系統的穩定可靠運行。同時根據新發布生效的原料和包裝材料國家標準及新的風險監控要求，更新了相關原輔料標準，並根據原輔料風險等級制定了相應的進貨檢驗計劃，對每批到貨原輔料進行嚴格的進貨查驗，確保採購物料的高質量。

為提高員工質量意識，質量中心年中邀請了達能資深質量專家，對各工廠生產主要負責人進行了質量和食品安全方面的相關培訓，並製作了12個相關的質量培訓教材，不定期滾動在工廠層面宣傳，將質量知識融入員工的日常工作中，在各生產基地建立起良好的質量文化氛圍。為規範集團操作，質量中心2017年發布了變更管理、雅士利質量標準、集團質量事故報告與調查流程等程序，在執行層面統一，規範相關具體操作，提升內部運行效率及改進效果。

實驗室檢測方面，各工廠實驗室根據測試需求購買了先進檢測分析設備，包括電感耦合等離子質譜儀、超高效液相質譜聯用儀、氣相質譜聯用儀、高效液相色譜儀、原子吸收儀光譜儀、氣相色譜儀等。2017年國內4家工廠都已完成相關資源配備及國家標準測試方法的開發，全面開展了成品全分析測試。同時實驗室不斷提升檢測能力，積極尋求與外部權威實驗室開展對標工作，2017年上海工廠、潮州及和林工廠實驗室的外部能力比對均大於95%，達到設定目標，顯示出集團各實驗室強大的檢測能力。

為確保全面符合嬰幼兒配方乳粉生產許可的各項要求，各工廠質量部門組織相關部門對生產許可要求進行了認真學習並開展了仔細的內部自查，根據偏差及風險評估結果持續對差距進行改進。同時各工廠根據年度審核計劃及相關法規要求順利完成包括ISO9001、

HACCP、FSSC22000、誠信、CNAS等管理體系的監督審核或複評審及生產許可的獲證審核共計38次，證明了集團的質量系統運行良好，能為生產優質產品提供堅實保障。在配方許可獲證後，各工廠質量部積極協調監管部門，完成配方註冊前的審核等各項準備工作，與相關部門通力合作確保了新的配方註冊產品順利上市。質量中心於2017年開始針對國家風險監控計劃及市場關注熱點，建立了本集團的產品風險監控計劃，風險監控包括嬰幼兒配方乳粉，調製乳粉及奶米粉等品類共計74批次產品，監控結果表明集團的產品整體質量情況良好。

應用系統方面，上海工廠已順利完成蒙牛實驗室信息管理系統(「LIMS」)系統的切換，本集團各工廠也開始使用蒙牛SAP ERP系統，通過系統質量模塊確保質量相關工作的有效運行及產品追溯的有效性。為改善質量追溯系統，潮州工廠2017年完成了GBT產品質量追溯項目的設備升級改造。

2017年，本集團工廠所有的產品內部全分析檢測結果均符合相關國家標準，在外部的國家嚴格抽檢中，雅士利、蒙牛、多美滋、施恩品牌產品抽檢結果均100%合格，加強了消費者對本集團及產品的信心。

## 供應鏈

2017年，本集團供應鏈中心大力推動革新，取得顯著成效：梳理並明確了供應鏈管理框架——從接受客戶需求開始直至滿足客戶需求為止、端到端供應鏈管理，覆蓋策略、計劃、採購、製造、物流，合計五大專業職能、四大基礎工作；規劃並優化全國物流配送服務網絡，覆蓋全國近5,000條線路；制定並明確整個團隊目標和策略：以滿足客戶需求為導向，以降低供應鏈總成本為目標，通過團隊合作、專業分工、持續改善，打造新雅士利有競爭力的供應鏈系統；設計並發布了整個中心的標準構架，新增持續改善和工程項目職能，並標準化所有工廠架構和部門構架，唯才是用，外部招聘結合內部提拔；梳理並標準化績效指標57項，為下一步績效驅動做好基礎；持續推動和改善供應鏈績效，訂單滿足率穩定並保持在高標準，供應鏈總成本進一步下降，整體庫存大幅縮短；實現零重大質量、安全、環保事件發生。

## 管理系統

本集團管理層制定了營銷模式轉型和供應鏈整合的業務戰略，並且在國家「互聯網+」及大數據的戰略下，提出了數字化轉型的IT戰略。在蒙牛集團總部IT的指導支持下，本集團編製了三年期的信息化建設線，從全程追溯的數字化生產、數字化研發，到數字化營銷、數字化服務的流程，建立橫向集成、縱向集成、端到端數字化的全新營銷體系，ERP升級換代正加速完成，企業正在重新構建基於雲計算、大數據的全新運營模式。

### 1. ERP升級優化加速完成：

在2017年成功實施了包括財務會計、成本會計、銷售與分銷、採購、供應鏈、質量、生產等模塊的SAP ERP系統，通過統一各業務單元管理數據標準、操作流程和管理政策，最終實現集團產、供、銷和財務業務的完整一體化高效運做，其中優化了102主要流程，開發改進26個關鍵點，集成經銷商自主下單、自動對賬等功能，極大的提高了本集團的運營效率，加快了回款周期。

### 2. 數字化研發及數字化生產：

雅士利注重研發的數字化，實施了LIMS系統，實現數字化產品管理，質量控制。把所有主要測試儀器跟LIMS系統連接，把測試儀器數據自動傳輸到LIMS系統，代替了傳統的鍵盤輸入測試結果和質量控制結果，從而大大提高工作的效率和減少錯誤率，縮短樣品在實驗室中的生命周期，並投入大量資金實施從投料管理系統到產品追蹤追溯系統，實現了端到端的全程鏈條數字化管理和數字化監控，並且統一了本集團的追蹤追溯及批次管理。

### 3. 數字化營銷：

計劃從2018年開始，逐步建立會員管理系統，統一呼叫中心，並建立以大數據為基礎的DMP平台，實現活動掃碼、門店掃碼拉新客、消費者的行為畫像，並在此基礎上做更精準的營銷和分析，通過搭建數據倉庫，實現會員、積分、活動、門店、導購、渠道等多維度的建模和分析。

#### 4. 數字化服務：

本集團已經統一了呼叫中心平台，將結合會員體系的消費者精準畫像，實行精準溝通，精準貼心服務。

5. 2018年，本集團計劃實施新門戶辦公自動(「OA」)系統，貼心服務內部員工，大大簡化內部流程及信息傳遞，有效增強員工的榮譽感和歸屬感。

### 財務回顧

#### 收入

截至2017年12月31日止年度，本集團之收入達人民幣2,254.7百萬元(2016年：人民幣2,203.3百萬元)，較去年同期上升2.3%。

按品牌類別劃分	2017 人民幣百萬元	2016 人民幣百萬元	變動比例
嬰幼兒配方奶粉產品	1,530.7	1,462.4	4.7%
營養食品	481.5	668.2	-27.9%
其他	242.5	72.7	233.6%
總計	<u>2,254.7</u>	<u>2,203.3</u>	<u>2.3%</u>

截至2017年12月31日，嬰幼兒配方奶粉產品實現銷售收入人民幣1,530.7百萬元(2016年同期：人民幣1,462.4百萬元)，較去年上升4.7%，其中，高端奶粉系列實現銷售收入人民幣382.1百萬元，佔比25.0%(2016年同期：人民幣161.9百萬元，11.1%)。營養品實現銷售收入人民幣481.5百萬元(2016年：人民幣668.2百萬元)，較去年同期下降27.9%，主要是營養品撤出部分傳統渠道的經營；其他產品實現銷售收入人民幣242.5百萬元(2016年：人民幣72.7百萬元)，相比去年同期上升233.6%，主要是子公司新西蘭乳業銷售基粉給達能產生。

本集團銷售收入上升主要是由於：(一)因應母嬰渠道成長迅猛，減低對傳統渠道的依賴度，成立專職母嬰團隊以符合市場趨勢。(二)本集團持續調整產品策略，逐步淘汰產值及毛利低的品項。此外，本集團正在積極整合產品線應對嬰幼兒奶粉配方註冊法案帶來的影響，而整合會在一定程度上部分抵銷產品的銷售增長。

## 毛利

截至2017年12月31日止年度，本集團錄得毛利為人民幣922.2百萬元(2016年：人民幣1,037.3百萬元)，較去年同期下降11.1%。毛利率為40.9%，毛利率下降6.18%，下降的主要原因在於本年原材料單價上升及基粉轉由新西蘭乳業進行生產，成本較高。此外，部分退市產品及撤出傳統渠道的產品做低價處理，拉低了毛利率。

## 銷售及經銷開支

截至2017年12月31日止年度，本集團產生銷售及經銷開支為人民幣893.2百萬元(2016年：人民幣1,171.0百萬元)，較去年下降了23.7%。

本集團銷售及經銷開支佔收入比例下降至39.6%(2016年：53.1%)，較去年同期下降了13.5%；下降的主要原因是撤出費用較高的傳統渠道以及優化銷售費用的使用效率。

## 行政開支

截至2017年12月31日止年度，行政開支為人民幣271.2百萬元(2016年：人民幣389.6百萬元)，較去年下降了30.4%，主要是由於本年新西蘭乳業產能利用率上升，停工損失減少，後台運營效率提升及公司裁員賠償金減少所致。

## 淨財務收入

截至2017年12月31日止年度，財務收入淨額為人民幣105.6百萬元(2016年：人民幣111.4百萬元)。財務收入淨額下降5.2%，主要由於16年支付收購多美滋對價後資金減少所致。

## 所得稅抵減

截至2017年12月31日止年度，本集團的所得稅抵減為人民幣49.6百萬元(2016年所得稅抵減：人民幣12.4百萬元)，實際所得稅率為-21.6%(2016年：-3.7%)。所得稅抵減上升的原因主要是本集團本期為稅務虧損。

## 存貨

於2017年12月31日，本集團存貨餘額為人民幣786.3百萬元(2016年12月31日：619.9百萬元)，存貨增加主要是產成品增加187.0百萬元，2017年底本集團有部分產品尚在配方註冊的審批過程中，為使2018年該部分產品取得配方註冊許可前的銷售得以延續，本集團在2017年底對該部分產品進行備貨。

### **其他金融資產**

於2017年12月31日，其他金融資產包含穩健型保本理財產品人民幣724.7百萬元，預期年化收益率為2.0%至5.1%（2016年12月31日：3.1%至4.0%）。

### **貿易應收款及票據**

於2017年12月31日，本集團貿易應收款及應收票據金額為人民幣144.3百萬元（2016年12月31日：人民幣161.4百萬元）。於2017年，貿易應收款周轉天數為23天（2016年：27天），周轉天數較2016年同期減少4天，資金回收速度加快。

### **或然負債**

於2017年12月31日，本集團並無重大或然負債（2016年12月31日：無）。

### **資本承擔**

於2017年12月31日，本集團資本承擔額為人民幣23.1百萬元（2016年：人民幣36.3百萬元）。主要為車間改造項目及購置奶粉生產設備。

### **呆賬撥備**

於2017年12月31日，本集團的呆賬撥備為人民幣9.1百萬元（2016年：人民幣0.7百萬元）。該等撥備是與拖欠付款的客戶有關的減值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信貸增級。本集團定期審閱應收款的賬齡，並考慮根據若干因素計提撥備，例如債務人是否出現重大財務困難、債務人申請破產或進行財務重組的概率，以及拖欠付款的可能性。

### **存貨減值撥備和報廢虧損**

於2017年12月31日，本集團的存貨減值撥備餘額為人民幣27.4百萬元（2016年：31.4百萬元）。此外，本集團亦錄得存貨報廢虧損人民幣50.4百萬元（2016年：人民幣56.1百萬元）；主要是由於集團銷售渠道轉型，對部分不再議入賣場經營的產品給予處置。

## 已抵押資產

於2017年12月31日，本集團已抵押資產合共約人民幣1,848.4百萬元(2016年12月31日：人民幣803.1百萬元)；以獲得若干借款及開具信用證。

## 本公司股權持有人應佔溢利

本集團股權持有人應佔溢利為人民幣-179.8百萬元，較去年上升43.8%。主要由於本年銷售及經銷開支、行政開支下降。

## 流動資金及資本資源

於2017年12月31日，本集團的流動資金包括現金及現金等價物，一年內解除限制的受限銀行存款、長期銀行存款及其他金融資產合計人民幣2,716.7百萬元(2016年12月31日：人民幣3,302.9百萬元)，下降17.7%。下降的原因主要是歸還短期借款所致。

## 經營活動

截至2017年12月31日止年度，本集團的經營活動現金淨流出人民幣254.9百萬元(2016年：人民幣477.2百萬元)。經營淨現金流出減少主要由於本年收入增加，同時集團加強產品貨款的回收力度。

## 投資活動

截至2017年12月31日止年度，投資活動產生的現金淨流入為人民幣287.3百萬元(2016年：人民幣-366.9百萬元)，主要是本年到期收回理財投資所導致。

## 融資活動

截至2017年12月31日止年度，融資活動所產生現金淨流入為人民幣50.4百萬元，(2016年：人民幣94.6百萬元)，主要是本年銀行借款減少，相應作為抵押的銀行存款減少所致。

## 借款

於2017年12月31日，本集團借款為人民幣529.7百萬元(2016年12月31日：人民幣1,143.1百萬元)。人民幣借款年利率1.47%到3.3%；美元借款年利率為LIBOR+0.8%到LIBOR+0.85%；港幣借款年利率為HIBOR+0.7%；歐元借款年利率為EURIBOR+0.8%；澳元借款

年利率為BBSW+0.8%；紐幣借款年利率為BKBM+0.85%。以上貸款需按要求到期償還。於2017年12月31日，本集團資產負債比率為7.1%（2016年12月31日：14.3%），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。

### 首次公開招股所得款項淨額用途

本公司於扣除有關開支後的首次公開發售所得款項淨額約為人民幣1,965.8百萬元。本公司已按照2010年10月30日的招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節所披露的方式運用這些款項淨額。因此，截至2017年12月31日所得款項淨額用途如下：

項目	於2016年底 可動用 人民幣千元	截至2017年 12月31日 止年度動用 人民幣千元	於2017年 12月31日 未動用 人民幣千元
用於擴大嬰幼兒配方奶粉及 營養食品之產能	150,271	103,918	46,353
提高本集團的研發能力	<u>14,356</u>	<u>14,160</u>	<u>196</u>
總計	<u><u>164,627</u></u>	<u><u>118,078</u></u>	<u><u>46,549</u></u>

### 人力資源

2017年，本集團人力資源中心積極開展各項支持工作，助力集團穩步轉型、聚勢重整、亮劍重生：

#### 1. 完成組織穩步轉型：

協助四大事業部完成組織全面轉型，幫助業務策略穩步落地，包括事業部組織架構設定、人崗匹配、薪酬體系及提成方案建立；圍繞公司戰略，為事業部提供人力資源管理全方位解決方案，助力事業部更好地迎戰2018奶粉行業新機遇。

## 2. 加大員工激勵力度：

推出全員健康體檢方案，提升基層員工壽險保障；制定2017年集團整體激勵方案，細化各項獎項和獎金測算；推出關鍵人才長期激勵方案；完善績效管理流程，規範績效考核，推出2018年績效管理辦法；為實現2018年集團目標做出更有力和合理的激勵及管理指引，加大員工保障，提升工作滿意度和歸屬感。

## 3. 助力業績提升的人才培養：

根據各業務團隊需求，設計以終為始的專屬課程，提升銷售團隊士氣和專業技能；對雅士利商學院重新規劃，制定銷售各層級人員的培訓體系，打造專業銷售團隊，讓人才發展成體系；根據公司實際情況梳理和完善人才盤點規劃，做好人才預測、為本集團發掘、準備、保留優秀人才。

## 4. 關注員工感受和需要：

開設高管直通車，關注基層聲音，重視一線員工需要，提升公司運作效能；實行月度市場巡訪，為一線提供服務及時解決人力問題，宣揚公司政策；推出「榜樣的力量」和「讓工作閃耀」點贊活動，傳播和宣揚優秀的工作行為，傳遞公司正能量；啟動各部門團建及組織員工開展中秋節、端午節、聖誕節等各種節日企業文化活動，讓員工感受開心集體，愉快工作。

## 社會責任

2017年，本集團在社會公益活動中再接再厲，將愛心擴大傳播。

3月份，本集團向中國華僑公益基金會捐贈了價值約人民幣41.9萬元的奶粉，送到全國各地需要愛心關注的貧困人群手中，借此活動，為困境中的兒童照亮前行之路；向廣東省紅十字會捐贈了價值約人民幣5.6萬元的奶粉，通過廣東省紅十字會及河源市紅十字會發放給河

源當地困難家庭的孩子，此次捐贈的小孩多為父母外出務工、由爺爺奶奶或者其他親戚照看的留守兒童。希望通過此次捐贈，不僅給這些小孩帶去口糧，還能帶去家的溫暖，讓他們感受到社會的關懷。

4月份，盲妻為保住腹中胎兒，堅持放棄治療，卻讓家庭陷入兩難。新生命到來的短暫喜悅後，一貧如洗的家庭面臨新困境：母親接受化療無法母乳餵養，可家裏連奶粉錢都出不起。本公司得知該消息後，通過紅十字會向這位失明母親捐贈了奶粉，希望能幫助這個苦難的家庭，幫助他們渡過難關。

7月份，本集團向重慶、四川眉山市洪雅縣、四川甘孜瀘定縣、四川阿壩馬爾康縣、江蘇徐州等山區貧困家庭捐贈了奶粉。希望這些孩子將來能提高身體素質，擁有更強健體魄和充沛活力，無憂無慮、健康快樂成長。

8月份，四川九寨溝地震中，本集團緊急啟動應急機制，第一時間迅速聯繫中國紅十字會成都備災救災中心進行捐贈，捐贈現金及物資達人民幣50萬元。

11月份，為積極響應國家脫貧攻堅計劃號召，為貧困山區小學的孩子們和貧困家庭嬰幼兒送去愛心，讓山區孩子和嬰幼兒們能夠健康快樂成長，本集團向貴州台江縣貧困家庭的100名0至3歲嬰幼兒捐贈雅士利嬰幼兒配方奶粉一年。

## 公共關係及危機處理

本集團保持積極有效的宣傳方式，公開透明地向外界傳達相關信息並與各宣傳部門、機構保持良好地溝通關係，及時更新並發布公司最新信息，積極參與各項公益事業和慈善活動。

本集團內部制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映可能問題，提前為消費者提供良好服務，預防危機事件的發生。本集團設立新聞中心，高度關注

行業動向及新聞事件，對輿情進行監控，對行業事件及時做出反應。通過與公眾及媒體有效溝通，公布信息，消除負面影響，樹立在行業中良好地位。

## 投資者關係

本集團認為，與股東、投資者及潛在投資者進行有效溝通，乃提升投資者關係及讓投資者瞭解本集團業務表現及策略的要素。本集團通過現場接待、電話會議、非交易路演及參加券商投資峰會等多種渠道和方式與投資者進行溝通和交流。

為促進有效溝通，本集團設有網站([www.yashili.hk](http://www.yashili.hk))，刊載有關本集團財務資料、企業管治常規及其他數據的最新情況，以供公眾查閱。

## 未來展望

### 政策影響

成功通過「史上最嚴奶粉新政」考核的嬰幼兒奶粉配方註冊名單於2017年陸續公布，也為配方註冊制為國內乳業帶來了新政策、新紅利、新挑戰。新政的落地淘汰了市場上約70%的奶粉品牌，此舉不僅是振興中國奶粉企業的需要，也是增加公眾對國產奶粉信心的需要。2018年，對於專注品牌品質的乳企來說，配方註冊是一次發展良機，奶粉新政對於品牌而言將迎來擴張的東風。

「全面二孩」政策實施以來我國出生人口總量明顯增加，據國家統計局網站消息，2017年我國出生人口高達1,723萬，是自2000年以來歷史第二高位，其中二孩出生人數較2016年明顯增加至883萬人，二孩佔全部出生人口的比重達到51.2%，比2016年提高了5個百分點，明顯高於「十二五」時期平均水平，可見「全面二孩」政策效果持續顯現。

其中，生活壓力較輕的三四線城市及鄉鎮地區有望釋放一定出生人口，提振當地奶粉需求，繼而推動在該類地區商超渠道享有競爭優勢的本土奶粉品牌的銷售。

2017年9月20日，總理李克強先生主持召開國務院常務會議，會議要求興建跨境電商綜合試驗區，將跨境電商零售進口監管過渡期政策再延長一年至2018年底，並加快完善相關制度。

跨境新政延長，可能有以下三方面考慮：(1)跨境電商零售進口增加了國內市場的有效供給，推動了供給側結構性改革，促進了國內消費升級；(2)縮小了進口消費品境內外價差，吸引了境外消費回流，滿足了消費者多元化需求；(3)目前跨境電商零售進口規模較小，保持政策環境的連續穩定有利於總結行業特點、發展趨勢，完善相關制度。

新政再次延長，2018年對於進口電商來說，是一個重大的利好。將刺激全球購全球買消費，並推動消費升級。

### **行業趨勢**

從國家層面看，2018年中國經濟發展將保持穩中向好趨勢，人均可支配收入增長，消費者信心指數穩步上升；配方註冊制成功實施，二孩政策繼續有效應對一孩出生數量下降幅度大對人口出生率的影響，將共同推動中國嬰幼兒配方奶粉市場持續回暖。

從企業層面看，(1)以品牌驅動的企業，在實現了渠道轉型和品牌升級基礎上，渠道專供型產品將迅速向主品牌集中，在母嬰和商超渠道均將取得重大突破；(2)以供應鏈優勢佔得先機的企業，將利用多基地或新建工廠取得更多配方註冊；(3)小型企業則將繼續鞏固其三個品牌，並借勢擴大市場份額。隨著配方註冊制的持續推進，市場淨化目標實現，行業洗牌完成，未來將有更多國內外品牌通過配方註冊。因此，預計2018年的市場競爭不會減弱，對渠道和消費者的爭奪可能更加激烈。

從渠道層面看，母嬰渠道佔比進一步擴大，超過五成；商超渠道的跌幅不斷收窄。國際品牌繼續強化品牌優勢，並利用品牌優勢在渠道下沉方面有所作為。國產品牌將借助扎實的渠道功底，加上符合國情的渠道推廣服務，逐步提升品牌形象並增強客戶黏性，渠道往一二線市場發展；電商渠道仍然以國際品牌為主導，但是由於線上線下缺乏價格管控，市場秩序混亂，逐漸導致其品牌受損、渠道受傷；國產品牌在解決用戶體驗、品牌推廣服務方

面，正在探索線上線下有機結合的模式。2018年渠道策略仍需進一步加強母嬰渠道的鋪貨投入，推出有潛力有競爭力的超高端功能性產品，突顯企業專業化實力，搶佔市場制高點。

從消費者層面看，1990年後出生的媽媽引領市場，消費層次升級，行業高端化產品增長趨勢持續，超高端增長尤為明顯；消費需求升級，功能性產品(有機、羊奶)帶動高端化增長趨勢。

2018年，預計整體市場容量仍有可觀增長。機遇與挑戰並存。

## 公司策略

### 品牌策略

經過配方註冊制洗禮的市場，需要有競爭力差異化的產品去填充市場空白，為2018年市場搶位奪得先機。2018年，本集團品牌策略再次升級：「雅士利」、「蒙牛」、「多美滋」、「Arla」四大品牌各自佈局超高、高、中高端市場，豐富產品線，突出產品差異搶佔市場。基於消費升級，重點聚焦羊奶粉市場：「朵拉小羊」、「多美滋」羊奶粉等差異化配方，全面上市推廣，快速搶佔市場。通過2-3年時間，本集團力爭完成差異化業務模式和品牌佈局。

2018年，本集團整體品牌策略聚焦精準營銷，品牌費用精準投放，以較低投入帶來更高產出，實現品牌成長和企業盈利雙重目標。主要通過新媒體和線下品牌推廣和服務，實現與目標消費群體的互動，並借助強大的渠道推力，改善用戶體驗、提升用戶忠誠度；加大對本集團母品牌投入，依托「達能」、「Arla」及新西蘭乳業基地，進一步強化國際化品牌形象，以母品牌帶動子品牌；同時持續關注公益，展現本集團社會責任感以及對消費者關愛，全面提升品牌美譽度。

2018年，也是世界杯年。借助「蒙牛」資源，「雅士利」、「多美滋」和「瑞哺恩」成為世界杯第一嬰幼兒奶粉品牌。上半年，本集團將借助世界杯勢頭，開展「世界，有我一席」為主題的360度營銷推廣項目。下半年，針對「雅士利」、「多美滋」、「蒙牛」、「Arla」四大品牌戰略產

品，集中資源，線上線下同步配合，線上聚焦數字媒體推廣和視頻短片，切合消費者媒體習慣，發力手機端，同步培養電商平台，加大曝光，快速提升品牌聲量，提升品牌知名度。線下在核心及重要且有潛力市場，投入當地主要媒體，如車身廣告、醫院外燈箱等，同時結合開展路演及消費者活動，同步店內終端陳列、POS和促銷，深入接觸溝通消費者，強化品牌形象，借助口碑宣傳擴大品牌影響力，打造本集團專業化形象。

## 產品研發

2018年，本集團研發中心將繼續中國多城市母乳研究，並依據已完成的母乳研究成果和依托國家「十三五」重點食品專項科技項目「新一代嬰幼兒乳製品和乳基特殊醫學用途食品的創製」課題，研究開發添加不同功能組分的適合中國嬰幼兒生長發育和營養需求的配方乳粉。

嬰幼兒產品配方註冊工作仍是本集團的重點工作，研發中心將繼續著力拓展本集團產品線，為企業增長創造新機會。研發中心還會針對中老年骨骼健康、消化吸收、低升糖指數、嬰幼兒產品等方向的調製乳粉進行開發；沖調產品側重於腸道健康的固體飲料、米粉、麥片新產品開發。升級現有產品增強賣點，開發新品類的完善產品梯隊建設是產品開發的主要方向。

## 銷售渠道

2018年，本集團將利用2017年已打造的全球供應鏈、多基地和多品牌優勢，結合新的「品類事業部業務架構」，實施多品牌多層次市場全覆蓋及渠道下沉策略；進一步強化渠道覆蓋和下沉，各「品類事業部」，對於經銷商佈局做到「一縣一戶」，門店覆蓋率達到「一鎮一店」，通過水平拓展實現目標銷售增長，同時確定重點省、重點城市、重點門店，實現重點突破；著力提升門店動銷率，做到面鋪開、點打透，力爭通過垂直拉升實現銷量增長；新客開發方面，繼續堅持「沒有新客就沒有未來」的理念，推廣活動既重場次，更重效果，建立

科學的促銷、推廣活動效果評價體系；著力推行放權提效，全面激活團隊；進一步完善審計監察體系和市場巡查制度，在授權的同時確保必要監督，以提高費用使用效率；繼續加大機制創新力度，項目合夥制由「母嬰CBU」推廣到所有業務單元。

2018年，本集團將對「會員系統」快速升級，新客、門店全部納入系統；對「DMS系統」快速升級，保證經銷商掃碼率。整體上通過完善信息系統建設和實施，助力渠道拓展、新客開發及動銷率提升。

電商方面，本集團將在業績高速成長基礎上，繼續探索創新業務，拓展社群營銷，發展公眾號運營，持續探索基於互聯網的新型業務模式，為打造本集團未來新型業務模式奠定基礎。

### 供應鏈

2018年，供應鏈中心將本著「從嚴治軍、協同作戰」的整體工作思路推動持續改善，具體從六大賦能模塊逐步展開：

1. 文化、團隊、人才：將統一的企業及供應鏈管理文化導入所有工廠，制定團隊建設、配套激勵措施，培養人才發展梯隊；
2. 從精細化管理到精益控制：細節決定成敗、全面從嚴治廠，確保SOP/GMP，及所有QESA標準完全符合，並引入第三方審核；
3. 卓越供應鏈：建立KPI看板，進行可最佳實踐對比，驅動OE項目，推動持續改善；
4. 銷售運營改善：提高預測準確性、控制需求均衡度、提高客服水準、加速庫存周轉；
5. 新項目、新產品：確保新項目順利投產，並配合好關鍵新品上市；
6. 「鏈」通上下游：制定本集團統一採購戰略，培養長期合作夥伴關係，倡導供應商綜合節約；開展客戶滿意度調查，提高從下單至收貨的客戶直接體驗。

最後供應鏈將上下齊心，一起努力，讓2018年成為有史以來最好的一年！

## 人力資源

2018年，人力資源中心全體成員將秉持「以客為尊，專業服務」的理念，繼續堅持以業務為導向為全體員工提供專業、細緻、貼心的人力資源服務和支持。

### 1. 持續進行組織發展與建設：

堅持「簡政放權」，協助事業部持續轉型，統一工作指引，優化組織效益；協助事業部梳理、簡化流程提升營運效率；挖掘組織核心能力為打造高效專業團隊，發揮人力最佳效能，實現精兵簡政，降低成本。

### 2. 人才與文化建設：

加強高素質人才、關鍵崗位人才培養，建立完善的領導梯隊；完善及落實雅士利商學院，持續加強高潛人才培養、營銷團隊能力提升及新員工培訓，根據高潛人才能力地圖實施針對性培養，加強人才梯隊建設；實施針對性的專業培訓，特別是通過一系列營銷類培訓，提升營銷團隊能力，加強一線業務人員的銷售推廣能力，建設營銷內訓師隊伍；遵循7/2/1學習理念，結合多種學習方式：在崗學習、輔導學習、推出線上線下學習等；打造學習型組織。

### 3. 強化文化，凝聚人心：

實施季度及年度有特色的員工活動，持續加強企業文化核心價值觀的宣貫和滲透，多形式及多渠道與員工溝通交流，打造認可、感恩、合作的組織氛圍；組織「聚勢重整，亮劍重生」的年會，鼓舞員工士氣；舉辦世界杯主題各種活動，如足球俱樂部、「唱」想足球主題活動等；開啟2018員工運動會，把激情、健康、活力帶給每一位員工；加強各團隊的文化融合，以文化凝聚人心。

## 購股權計劃

本公司已於2010年10月8日採納購股權計劃(「首次公開發售前購股權計劃」)及於2010年10月8日採納購股權計劃(「購股權計劃」)。購股權計劃之詳情如下：

本公司已採納購股權計劃，其目的為激勵合資格參與者，令其對本集團的未來貢獻達致最佳及／或獎勵彼等過往的貢獻、吸引及挽留或以其他方式維持與該等對本集團的表現、增長或成功而言屬重要及／或其貢獻屬有利或將會有利的合資格參與者的持續關係。

因行使根據購股權計劃及本集團任何其他計劃將予授出的所有購股權而可能發行的最高股份數目，合共不得超過於2010年11月1日(「上市日期」)已發行股份的10%，即350,000,000股股份，相當於於本報告日期本公司已發行股份的約7.38%。本公司概不得向任何一名購股權計劃參與人士授出購股權，致使在任何截至最近授出當日止12個月期間行使已授出及將授出的購股權而發行及將予發行的股份總數超過本公司不時已發行股本的1%。

購股權可根據購股權計劃的條款於董事會釐定的期間內任何時間予以行使，惟不得超過授出日期起計10年。於購股權可獲行使前並無最短持有購股權的期限。購股權計劃參與人在要約日期後28天或之前接納授出購股權須向本公司繳付1.00港元。購股權的行使價由董事會全權酌情釐定，惟不得低於下列三者中的最高者：

- (a) 股份面值；
- (b) 於要約日期在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)每日報價表所列的股份收市價；及
- (c) 緊接要約日期前五個營業日於聯交所每日報價表所列的股份平均收市價。

購股權計劃將由上市日期起計10年期間內有效及生效，於該期間後，將不會進一步授出或提呈購股權。

於2013年7月23日，蒙牛國際向本公司之期權持有人提出自願性全面收購要約(「期權要約」)，以註銷首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃項下授出的未行使期權。進一步詳情請參閱本公司、蒙牛乳業及蒙牛國際日期為2013年7月23日有關(其中包括)期權要約之綜合收購要約及回應文件。

於2013年8月13日(即期權要約之最後截止日期)，有關52,088,266份期權之期權要約已被接納。於期權要約獲接納後，相關期權連同其附帶之所有權利已被註銷及放棄，而所有未行使期權亦自動失效。

自2017年1月1日至2017年12月31日，本公司並無授出期權，亦概無任何由本公司授出的未行使期權。於2017年12月31日，本公司概無授出任何未行使期權。

## **股票掛鈎協議**

除上文「購股權計劃」一節所披露者外，本集團於本年度概無訂立或存在股票掛鈎協議。

## **董事購買股份或債券的安排**

除上文「購股權計劃」一段所披露者外，本公司概無於年內任何時間向任何董事或彼等各自的配偶或未成年的子女授出權利，以供藉收購本公司的股份或債券的方式獲取利益，而彼等亦無行使任何該等權利；或本公司、其控股公司或其任何子公司概無訂立任何安排，致使董事可藉收購本公司或任何其他法人團體的股份或債務證券(包括債券)的方式獲取利益。

## **購買、出售或贖回本公司上市證券**

除上文所披露者外，本公司或其任何子公司於截至2017年12月31日止年度概無購買、出售或贖回任何本公司上市證券。

## **末期股息**

董事會不建議就截至2017年12月31日止年度派發末期股息(2016年：零)。

## **股東周年大會**

本公司股東周年大會將於2018年6月1日(星期五)舉行。該股東周年大會的通告將於適當時候刊發並寄發予本公司股東。

## 暫停辦理股份過戶登記手續

為釐定有權出席應屆股東周年大會並於會上表決的股東身份，本公司將於2018年5月28日(星期一)至2018年6月1日(星期五)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會進行任何本公司股份過戶登記。為符合出席將於2018年6月1日(星期五)舉行之應屆股東周年會並於會上表決的資格，所有已填妥及簽署之過戶表格連同相關股票必須於2018年5月25日(星期五)下午4時30分前送達本公司的香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖以作登記。

## 進行證券交易的標準守則

董事會已採納聯交所證券上市規則(「上市規則」)附錄10所載之上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)作為本集團有關董事進行證券交易的行為標準。全體董事確認於截至2017年12月31日止年度整段期間皆有遵守標準守則。

本公司亦已為可能擁有本公司尚未公佈的內幕消息的僱員制訂進行證券交易的書面指引(「僱員書面指引」)，其條款並不比標準守則寬鬆。本公司並未發現任何僱員不遵守僱員書面指引的事件。

## 企業管治常規

本集團致力確保企業管治達致高水平，尤其著重組建勤勉盡職的董事會和完善的內部監控，以提高透明度及對股東之間責性。董事會知悉，良好企業管治常規及程序對本集團及其股東有利。

董事會認為本公司已於截至2017年12月31日止年度整段期間採納聯交所上市規則附錄14所載企業管治守則載列的原則。

本公司致力提升適合其業務運作及發展的企業管治常規，並不時檢討該等常規，以確保其符合法定及專業標準，並緊貼最新發展。

## 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納的會計原則與慣例，並討論審核、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2017年12月31日止年度之財務報表。

## 安永會計事務所的工作範圍

本集團截至2017年12月31日止年度之初步業績公布所列之財務數字，已得到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度綜合財務表草擬本所列之數字。安永會計師事務所就此進行的工作，並不構成根據香港會計師公會頒布的香港審計準則、香港審閱業務準則或香港核證業務準則而進行的核證服務，故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

本年度業績公告刊發於聯交所([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))及本公司([www.yashili.hk](http://www.yashili.hk))網站。本公司截至2017年12月31日止年度的年度報告(載有上市規則規定的所有數據)將於適當時候寄發予本公司股東及登載於上述網站。

承董事會命  
雅士利國際控股有限公司  
主席  
盧敏放

香港，2018年3月26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)、秦鵬先生、張平先生及林碧寶女士；執行董事張平(Chopin Zhang)先生；以及獨立非執行董事莫衛斌先生、程守太先生及李港衛先生。