



雅士利 2017 年全年銷售損益雙改善

* * * * *

創新研發母乳配方 進軍羊奶市場
差異化品牌佈局 渠道轉型收效顯著

業績摘要 (經審核)

(人民幣百萬元)	至 12 月 31 日止年度		同比 變化
	2017 年	2016 年	
收入	2,254.7	2,203.3	2.3%
毛利	922.2	1,037.3	-11.1%
淨利潤率	-8.0%	-14.5%	6.5ppt
公司擁有人應佔利潤	-179.8	-320.2	43.8%
每股基本盈利 (人民幣分)	-3.8	-6.7	43.3%

(2018年3月28日,香港訊) 中國領先嬰幼兒配方奶粉及營養食品生產商之一的雅士利國際控股有限公司(「雅士利」或「集團」; 股份代號: 1230.HK)公佈其截至2017年12月31日止經審核之全年業績。

2017年為集團關鍵的一年,為雅士利的品牌形象、渠道轉型以及產品創新三方面奠下堅實基礎。品牌形象方面,雅士利成功通過「史上最嚴奶粉新政」— 嬰幼兒奶粉配方註冊法案,成為首批獲註冊嬰幼兒配方乳粉產品的乳企,也是首批名單中獲批配方數量最多的企業,充分印證雅士利的高質量及優厚企業實力,率先搶佔新政下「奶粉淘汰戰」留下逾人民幣百億的市場空白。

渠道轉型方面,雅士利進一步提高母嬰渠道佔比和電商業務成長;同時為配合奶粉新政實施以及消費者消費行為升級,各業務部門逐步推進差異化業務模式及品牌佈局,形成緊密品牌矩陣,產品覆蓋全市場網路,為未來嬰配市場高端化、品牌化激烈競爭打下良好基礎。

為配合奶粉新政實施,雅士利集團正在積極進行產品、渠道等方面的調整,加大對精細化運營的投入,致力於公司內生增長能力的提升,同時探索線上線下一體化運營及資源整合,實現前端後台的無縫銜接。

截至2017年12月31日，雅士利在銷售額、淨利潤上均實現雙增長。集團2017年全年收入較去年同期上升2.3%約人民幣2,254.7百萬元，毛利率為40.9%，下降6.18%。此外，銷售費用率從2016年的53.1%下降至2017年的39.6%，較去年同期下降了13.5%；行政費用率從2016年的17.7%下降至2017年的12%，較去年同期下降了5.7%，集團淨利潤率同比提升6.5個百分點。集團整體運營效率環比得到提升。公司擁有人應佔虧損為約人民幣179.8百萬元，同比上升43.8%。每股基本虧損為人民幣3.8分。

雅士利總裁張平先生表示：「2017年是實施全面二孩政策的第二年，對奶粉行業的人口紅利開始釋放，加上中國經濟穩中向好，有助嬰幼兒配方奶粉行業回暖升溫，2018年初剛剛實施的嬰幼兒配方奶粉新政，有利國內奶粉行業整合，為雅士利帶來全新的商機，繼續強化營銷內部管理、優化銷售模式、深入渠道轉型、產品不斷聚焦；集團後台管理、供應鏈的整合也取得新進展，整合產生的效益已逐步體現。」

奶粉新政成就差異化品牌佈局 「雅士利」新形象領航出發

2017年，集團繼續推進差異化業務模式及全面品牌佈局，突顯市場競爭優勢。雅士利嬰幼兒配方奶粉產品方面，年內銷售收入錄得約人民幣2,254.7百萬元，其中高端嬰幼兒奶粉銷售佔比從2016年的11.1%提升至2017年的25.0%。為滿足不同消費者的需求，雅士利旗下的每一款產品在研發伊始，就針對性的形成了各自獨特的產品定位。從特定的寶寶營養需求出發，讓媽媽們可以按需求選擇。

雅士利目前已有13個系列、39個配方獲註冊，產品更以**雅士利**系列的全新形象率先出發，打造更具營養價值的升級配方。**瑞哺恩**，率先通過「奶粉新政」的洗禮，旗下產品已完成包裝及配方升級；擁有歐洲雙重專利的**多美滋**繼續專注中國寶寶抵抗力研究，而擁有137年歷史的**Arla 寶貝與我有機**產品，則以超高端丹麥原裝進口奶粉出發，堅持牧草、研發、運輸銷售全自家把關，真正做到每一滴奶源的有機健康。

除了專注嬰幼兒成長，雅士利還提供滿足成人營養需要的**優怡**、**煥輕**及**正味**品牌的奶粉和沖調類產品。

雅士利不斷完善品質監控，符合行業法規要求及標準，在國家各類嚴格抽檢中，雅士利旗下所有產品抽檢合格率高為100%，進一步鞏固消費者對集團及產品的信心。

創新研發母乳嬰兒配方奶粉 拓展牛羊奶粉市場

雅士利於年內積極開展產品研發工作，取得突破性成果。在奶粉新政下，雅士利完成配方註冊工作，其中，為適應消費升級需求，雅士利先後推出具前膽性及極富競爭價值的高端羊奶粉**朵拉小羊**和**多美滋**羊奶粉，獲市場及行業一致好評。

~ 續 ~

同時，集團為建立中國母乳營養成份庫，提升產品及品牌競爭力，於中國八大城市開展中國母乳成分隊列研究，以回應嬰兒在發育期間對母乳的營養需求。在國家十三五項目中，雅士利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制」的課題承擔單位。

母嬰及電商渠道深度滲透 重整內部營銷系統收效

2017年，集團基於以渠道和品類切割的CBU架構，迅速提高母嬰渠道佔比和電商業務成長，母嬰渠道佔比同比錄得高雙位數增長。

集團以「母嬰CBU」承載了品牌升級和渠道轉型的戰略目標，通過銷售激勵機制，加速網絡拓展速度，令其收入佔比於2017年較去年大幅提升。「商超CBU」著力改變「下沉渠道、下沉品類、下沉價格帶」問題，撤離虧損網點，增加母嬰比重。

雅士利以滿足客戶需求為導向、降低供應鏈總成本為目標，在年內推動供應鏈及營銷模式大革新，將供應、物流至銷售的全流程重新梳理、規劃，優化全國物流配送服務網絡，覆蓋5,000條線路，打造可全程追溯的生產及營銷系統，以及更具競爭力的供應鏈。

張平先生總結：「隨著奶粉新政在2018年全面實施，很多在中國市場上的嬰幼兒奶粉品牌預計將被淘汰，為雅士利帶來一定機遇，我們會在營銷、品牌費用上精準規劃，以較低投入帶來更高產出，並豐富旗下四大品牌 – 雅士利、瑞哺恩、多美滋及Arla寶貝與我的產品線，以產品差異搶佔不同目標市場。另一方面，除了繼續深化母乳研究，集團亦會針對成人營養和兒童產品等方向進行乳粉開發，在銷售管理方面，加強「會員系統」、「DMS系統」以及其它信息系統的快速升級，強化未來新型業務模式。

~ 完 ~

有關雅士利國際控股有限公司

雅士利國際控股有限公司為中國領先的嬰幼兒配方奶粉生產商之一，專注生產及銷售嬰幼兒配方奶粉產品及營養食品，主要品牌包括雅士利、瑞哺恩、多美滋、Arla及施恩等。集團亦出售多種營養食品，包括蒙牛品牌成人奶粉、針對成人及青年需要的優怡品牌奶粉；煥輕品牌中老年奶粉；正味品牌麥片；雅士利品牌嬰幼兒營養米粉等。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。若希望得知更多集團的資訊，請瀏覽網頁 www.yashili.com。

新聞垂詢：

縱橫財經公關顧問(中國)有限公司

張麗雲 (Anita Cheung)	電話：+852 2864 4827
黃美玲 (Jover Wong)	電話：+852 2864 4845
李凱琳 (Karen Li)	電話：+852 2864 4837
黃安琪 (Gloria Huang)	電話：+852 2864 4839
鄧楚媛 (Jacqueline Tang)	電話：+852 2864 4846
成玉昆 (Phil Cheng)	電話：+852 2864 4874
劉倩華 (Chloe Lau)	電話：+852 2864 4962

電郵：sprg-yashili@sprg.com.hk