

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2018年12月31日止之 年度全年業績公告

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
	2018	2017	
主要業績			
營業額	3,011.2	2,254.7	33.6%
毛利	1,193.8	922.2	29.5%
經營溢利	-132.3	-335.0	-60.5%
息稅折舊攤銷前利潤	20.9	-156.4	-113.4%
本公司股權持有人應佔溢利	52.3	-179.8	-129.1%
經營現金流量淨額(附註1)	264.1	-254.9	-203.6%
每股基本盈利(人民幣分)(附註2)	1.1	-3.8	-128.9%
每股淨資產(人民幣元)(附註3)	1.2	1.2	—
每股建議特別股息(人民幣分)(附註4)	1.0	—	100%
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. 年末淨資產除以年末普通股股數。
4. 當年建議特別股息除以年末普通股股數。

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2018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2017年的比較數字。本集團按國際財務報告準則編製之截至2018年12月31日止年度之財務資料載列如下：

合併損益表

截至2018年12月31日止年度

	附註	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
持續經營			
收入	4	3,011,200	2,254,716
銷售成本		(1,817,421)	(1,332,513)
毛利		1,193,779	922,203
其他收入及收益	4	91,572	70,167
銷售及經銷開支		(1,140,433)	(893,156)
行政開支		(208,637)	(271,224)
金融資產減值損失		1,249	(17,437)
其他開支		(69,841)	(145,537)
持續經營虧損		(132,311)	(334,984)
財務收入		113,577	123,728
財務成本		(16,099)	(18,109)
淨財務收入		97,478	105,619
持續經營除稅前虧損	5	(34,833)	(229,365)
所得稅抵減	6	87,108	49,554
持續經營年度溢利／(虧損)		52,275	(179,811)
歸屬於：			
母公司股權持有人		52,275	(179,811)
		人民幣分	人民幣分
母公司普通股擁有人應佔每股盈利／(虧損)			
基本和攤薄	8	1.1	(3.8)

合併全面收益表

截至2018年12月31日止年度

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
年度溢利／(虧損)	<u>52,275</u>	<u>(179,811)</u>
其他全面收益／(損失)		
可於以後期間重新分類至損益之其他全面收益／(損失)：		
海外經營外幣報表折算差額	<u>7,351</u>	<u>(33,250)</u>
可於以後期間重新分類至損益之淨其他全面收益(損失)	<u>7,351</u>	<u>(33,250)</u>
年度稅後其他全面收益／(損失)	<u>7,351</u>	<u>(33,250)</u>
年度全面收益／(損失)總額	<u>59,626</u>	<u>(213,061)</u>
歸屬於：		
母公司股權持有人	<u>59,626</u>	<u>(213,061)</u>

合併財務狀況表

2018年12月31日

	附註	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,510,604	1,602,976
在建工程		85,677	64,383
投資物業		73,785	59,333
土地使用權		86,420	88,793
無形資產		327,972	316,750
商譽		991,236	991,236
遞延稅項資產		371,036	277,793
長期銀行存款		100,000	—
預付款項、其他應收款項及其他資產		8,882	3,462
非流動資產總額		<u>3,555,612</u>	<u>3,404,726</u>
流動資產			
存貨	9	757,376	786,324
貿易應收款及票據	10	162,968	144,336
預付款項、其他應收款項及其他資產		237,012	191,189
其他流動金融資產		683,616	724,748
保證金存款	11	315,315	243,621
現金及銀行結餘	11	2,010,318	1,748,395
分類為持有待售的處置組資產		4,166,605	3,838,613
		—	187,237
流動資產總額		<u>4,166,605</u>	<u>4,025,850</u>

合併財務狀況表(續)

2018年12月31日

	附註	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
流動負債			
貿易應付款	12	349,935	338,440
其他應付款及應計費用	13	1,376,401	1,037,658
計息銀行借款	14	415,128	529,696
應付所得稅		<u>8,569</u>	<u>12,192</u>
流動負債總額		<u>2,150,033</u>	<u>1,917,986</u>
流動資產淨值		<u>2,016,572</u>	<u>2,107,864</u>
資產總值減流動負債		<u>5,572,184</u>	<u>5,512,590</u>
非流動負債			
遞延收益		4,362	2,245
遞延稅項負債		<u>9,997</u>	<u>19,418</u>
非流動負債總額		<u>14,359</u>	<u>21,663</u>
資產淨額		<u>5,557,825</u>	<u>5,490,927</u>
權益			
母公司擁有人應佔權益			
股本		399,352	399,352
儲備		<u>5,158,473</u>	<u>5,091,575</u>
權益總額		<u>5,557,825</u>	<u>5,490,927</u>

合併財務報表附註

2018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。除其他流動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。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2018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；及
- (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。

國際財務報告準則第2號修訂本	股份支付的分類與計量
國際財務報告準則第4號修訂本	採用國際財務報告準則第4號保險合約及國際財務報告準則第9號金融工具
國際財務報告準則第9號	金融工具
國際財務報告準則第15號	與客戶簽訂合同的收入
國際財務報告準則第15號修訂本	澄清國際財務報告準則第15號與客戶簽訂合同的收入
國際會計準則第40號修訂本	投資性房地產轉讓
國際財務報告詮釋委員會詮釋第22號	外幣交易及其預收款項
國際財務報告準則2014年至2016年週期之年度改進	國際財務報告準則第1號及國際會計準則第28號的修訂本

除國際財務報告準則第4號修訂本，國際財務報告準則2014年至2016年週期之年度改進(與編製本集團財務報表無關)，新訂及經修訂國際財務報告準則的性質及影響如下：

(a) 國際財務報告準則第2號的修訂：「股份支付交易的分類及計量」

國際財務報告準則第2號的修訂涉及三個主要領域：歸屬條件對計量以現金結算的股份支付交易的影響；對與股份支付有關且有特定金額的扣稅義務具有淨值結算特徵的股份支付交易的分類；和對股份支付交易的條款和條件的修改將股份支付交易的分類從現金結算變為權益結算時對其的會計處理。該等修訂澄清，在計量以權益結算的股份支付時，用於計算歸屬條件的方法亦適用於以現金結算的以股份為基礎的付款。該等修訂引入例外情況，以便在特定條件被滿足的情況下，對有特定金額的扣稅義務具有淨值結算特徵的股份支付交易被完全分類為以權益結算的股份支付交易。此外，該等修訂澄清，倘現金結算的股份支付交易的條款及條件被修改，使其成為以權益結算的股份支付交易，則該交易自修改之日起作為權益結算入賬。

由於本集團無任何以現金結算的股份支付交易，亦無任何扣稅義務具有淨值結算特徵的股份支付交易，該等修訂對本集團的財務狀況或業績並無任何影響。

(b) 國際財務報告準則第9號：「金融工具」

於2018年1月1日或之後開始的年度期間，國際財務報告準則第9號金融工具在對金融工具賬務處理的三個方面：分類和計量，減值和套期會計均取代了國際會計準則第39號金融工具：確認及計量。

本集團於2014年7月1日提前採用了國際財務報告準則第9號(2013)，本集團於2018年1月1日採用國際財務報告準則第9號(2014)。因此，比較資料並未重述，並繼續根據國際財務報告準則第9號(2013)報告。

分類和計量

以下資料載列採納國際財務報告準則第9號對財務狀況表的影響，包括以國際財務報告準則第9號的預期信貸虧損(「ECLs」)取代國際會計準則第39號所產生的信貸虧損計算的影響。

根據國際會計準則第39號的賬面值與2018年1月1日根據國際財務報告準則第9號報告的結餘進行對賬如下：

	附註	國際會計準則 第39號下計量			國際財務報告準則 第9號下計量		
		類別	金額 人民幣千元	重分類 人民幣千元	預期 信貸虧損 人民幣千元	金額 人民幣千元	類別
金融資產							
貿易應收款及票據	(i)	L&R ¹	144,336	—	—	144,336	AC ²
包括於預付款項、 其他應收款項及 其他資產的金融資產		L&R ¹	69,065	—	—	69,065	AC ²
其他流動金融資產		FVPL ³	724,748	—	—	724,748	FVPL ³
受限制的銀行存款		L&R ¹	243,621	—	—	243,621	AC ²
現金及銀行結存		L&R ¹	1,748,395	—	—	1,748,395	AC ²
			<u>2,930,165</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>2,930,165</u>	
資產總額			<u>7,430,576</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>7,430,576</u>	
金融負債							
貿易應付款		AC ²	338,440	—	—	338,440	AC ²
包括於其他應付款及 應計費用的金融負債		AC ²	554,986	—	—	554,986	AC ²
計息銀行借款		AC ²	529,696	—	—	529,696	AC ²
			<u>1,423,122</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>1,423,122</u>	
負債總額			<u>1,939,649</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>1,939,649</u>	

¹ L&R: 貸款及應收款項

² AC: 以攤銷成本計量的金融資產或金融負債

³ FVPL: 以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產

附註：

- (i) 「國際會計準則第39號下計量一金額」列下的貿易應收款及票據的總賬面值是採用國際財務報告準則第15號的調整後但預期信用損失計量前的金額。

減值

以下表格載列國際會計準則第39號下的總期初減值撥備和國際財務報告準則第9號下預期信用損失撥備的對賬結果。

	國際會計準則 第39號下 減值撥備 於2017年 12月31日 人民幣千元	重新計量 人民幣千元	國際財務報告 準則第9號下 預期信用 損失撥備 於2018年 1月1日 人民幣千元
貿易應收款及票據	9,119	—	9,119
包括於預付款項，其他應收款項和 其他資產的金融資產	4,192	—	4,192
	<u>13,311</u>	<u>—</u>	<u>13,311</u>

對儲備和保留盈利的影響

轉至應用國際會計準則第9號對期初儲備和保留盈利並無影響。

(c) 國際財務報告準則第15號及其修訂本：「與客戶簽訂合同的收入及其澄清」

國際財務報告準則第15號及其修訂本取代國際會計準則第11號建築合約，國際會計準則第18號收入及相關詮釋，並除少數例外情況外適用於與客戶訂立合約產生的所有收入。國際財務報告準則第15號建立一個新的五步模型，以計算與客戶合約產生的收入。根據國際財務報告準則第15號，收益確認的金額反映實體預期向客戶轉讓貨品或服務而有權換取的代價。國際財務報告準則第15號為衡量和確認收入提供了更加結構化的方法。準則亦引入了廣泛的定性和定量披露要求，包括總收入的拆分，履約義務信息，各期間合同資產和負債餘額變化以及關鍵判斷和估計。

本集團採用修訂追溯法採納國際財務報告準則第15號，並選擇就於2018年1月1日前尚未完成的合同應用新準則。

首次採納國際財務報告準則第15號的累積影響作為調整於2018年1月1日的保留盈利期初結餘中確認。因此，比較資料並未重述，並繼續根據國際會計準則第11號，國際會計準則第18號及相關詮釋報告。

採納國際財務報告準則第15號對於2018年1月1日的財務報表各列的影響金額載列如下。

	附註	增加／(減少) 人民幣千元
負債		
其他應付款項及應計費用：	(ii)	
— 客戶預付款	(ii)	(289,320)
— 合同負債	(ii)	<u>289,320</u>
總負債		<u><u>—</u></u>

採納國際財務報告準則第15號對於2018年12月31日的財務報表各列的影響金額載列如下。採納國際財務報告準則第15號對本集團的財務業績、期初儲備和本集團的經營活動、投資活動和融資活動現金流量無影響。第一列金額表示採納國際財務報告準則第15號後的金額，第二列金額表示如未採納國際財務報告準則第15號的金額。

於2018年12月31日的合併財務狀況表：

	附註	金額基於		增加／ (減少) 人民幣千元
		採納國際財務 報告準則 第15號後 人民幣千元	採納國際財務 報告準則前 人民幣千元	
存貨	(i)	757,376	758,872	(1,496)
預付款項、其他應收款項及 其他資產				
— 應收退貨成本	(i)	<u>1,496</u>	<u>—</u>	<u>1,496</u>
資產總額		<u><u>7,722,217</u></u>	<u><u>7,722,217</u></u>	<u><u>—</u></u>
其他應付款及應計費用				
— 合同負債	(ii)	249,686	—	249,686
— 客戶預付款	(ii)	—	249,686	(249,686)
— 預計負債—應付退貨款	(i)	2,291	—	2,291
— 退貨權負債	(i)	<u>—</u>	<u>2,291</u>	<u>(2,291)</u>
負債總額		<u><u>2,164,392</u></u>	<u><u>2,164,392</u></u>	<u><u>—</u></u>
資產淨額		<u><u>5,557,825</u></u>	<u><u>5,557,825</u></u>	<u><u>—</u></u>
權益總額		<u><u>5,557,825</u></u>	<u><u>5,557,825</u></u>	<u><u>—</u></u>

截至2018年1月1日的調整性質和2018年12月31日財務狀況表以及截至2018年12月31日止年度損益表的重大變動原因如下：

(i) 出售具有可變對價的乳製品和營養品

一些乳製品和營養品銷售合同為客戶提供了退貨權和銷售折扣。於採納國際財務報告準則第15號前，本集團採用淨值法確認收入，以已收或應收對價的公允價值確認收入，不包含因為預計退貨而計提的退貨準備。如果收入無法可靠計量，則本集團將收入確認推遲到不確定性得到解決之前。根據國際財務報告準則第15號，如果客戶被授予退貨權，則交易價格可變。

退貨權

對於為客戶提供在指定期限內退貨的權利的合約，本集團先前根據平均歷史回報率估計預期回報。於採納國際財務報告準則第15號前，與預期回報相關的收入金額已遞延並確認為退貨權負債，併計入財務狀況表的其他應付款項及應計費用，並對銷售成本作出相應調整。預期退回的貨物的初始賬面金額計入存貨。

於採納國際財務報告準則第15號後，本集團在預付款項、其他應收款項及其他資產中確認應收退貨成本，並按貨物的售前賬面金額減去所有回收貨物的預期成本(包括退回貨物的任何潛在減值)計量。此外，預計負債—應付退貨款根據本集團使用預期價值法計算出的退回到客戶的金額確認。因此，本集團於2018年12月31日將其他應付款項及應計費用中的退貨權負債人民幣2,291,000元重新分類為預計負債—應付退貨款，將存貨人民幣1,496,000元重新分類為預付款項、其他應收款項及其他資產中的應收退貨成本。

(ii) 收到客戶的預付款的對價

於採納國際財務報告準則第15號前，本集團在其他應付款項及應計費用中確認收到的客戶預付款的對價。根據國際財務報告準則第15號，該金額被分類為其他應付款項及應計費用中的合同負債。

因此，採納國際財務報告準則第15號後，於2018年1月1日，本集團就其於2018年1月1日收到的客戶預付款人民幣289,320,000元從其他應付款項及應計費用重新分類至合同負債。

於2018年12月31日，根據國際財務報告準則第15號，銷售乳製品及營養品而收到的客戶預付款人民幣249,686,000元被從其他應付款項及應計費用重新分類至合同負債。

(d) 國際會計準則第40號的修訂：「投資物業的轉移」

該等修訂闡釋了公司何時應將物業(包括在建物業或在開發物業)轉入或轉出投資物業。該等修訂規定，當財產符合或不再符合投資財產的定義且有使用變更的證據時，發生使用變更。僅改變管理層使用財產的意圖並不能提供使用變更的證據。該等修訂對本集團財務狀況或業績並無任何影響。

(e) 國際財務報告詮釋委員會詮釋第22號：「外幣交易及其預收款項」

國際財務報告詮釋委員會詮釋第22號就實施國際會計準則第21號時如何針對企業收到或支付外幣預付款並確認非貨幣資產或負債的情形確定交易日期提供指引。該解釋闡明，為確認在初始確認相關資產，費用或收入(或其中一部分)時使用的匯率，其交易日期為初始確認非貨幣資產的日期(如預付款)或因支付或收到預付對價而產生的非貨幣負債(如遞延收入)的日期。如果預先有多筆支付或收款，則公司必須確定每筆付款或預收對價的交易日期。該等解釋對本集團財務狀況或業績並無任何影響。

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年底新西蘭雅士利乳業有限公司(「新西蘭乳業」)的運營，本集團經歷了數次集團重組，包括採購、生產及銷售功能。

自2018年上半年，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) 生產及銷售奶粉產品—該分部包括在中國及海外開發、製造及銷售奶粉產品。
- (b) 生產及銷售沖調產品—該分部包括開發、製造及銷售豆奶粉、米粉及麥片產品。
- (c) 其他業務主要包括銷售盈餘原材料及生產、出售基粉及受託加工服務。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。可比較數字已經過追溯調整。

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2018年12月31日止年度			合計 人民幣千元
	奶粉產品 人民幣千元	沖調產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	
分部收入：				
銷售予外部客戶	2,442,281	145,033	423,886	3,011,200
分部間銷售	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>138,458</u>	<u>138,458</u>
	<u>2,442,281</u>	<u>145,033</u>	<u>562,344</u>	<u>3,149,658</u>
對賬：				
抵銷分部間銷售	—	—	(138,458)	<u>(138,458)</u>
持續經營收入				<u>3,011,200</u>
分部業績	33,907	(37,724)	57,163	53,346
對賬：				
財務收入				113,577
財務成本				(16,099)
其他收入及收益				91,572
集團和其他未分配的支出				<u>(277,229)</u>
除稅前虧損				<u>(34,833)</u>
其他分部資料				
折舊及攤銷	80,055	6,324	61,476	147,855
未分配款項				<u>5,348</u>
折舊及攤銷總額				<u>153,203</u>

	截至2017年12月31日止年度			合計 人民幣千元
	奶粉產品 人民幣千元	沖調產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	
分部收入：				
銷售予外部客戶	1,867,329	144,911	242,476	2,254,716
分部間銷售	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>9,360</u>	<u>9,360</u>
	<u>1,867,329</u>	<u>144,911</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	92,677	(14,326)	(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
集團和其他未分配的支出				<u>(475,245)</u>
除稅前虧損				<u>(229,365)</u>
其他分部資料				
折舊及攤銷	109,602	7,916	38,799	156,317
未分配款項				<u>22,279</u>
折舊及攤銷總額				<u>178,596</u>

4. 收入、其他收入及收益

收入分析如下：

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
依據與客戶訂立合同收入		
銷售商品	2,929,984	2,254,716
受託代加工服務	<u>81,216</u>	<u>—</u>
	<u>3,011,200</u>	<u>2,254,716</u>

依據與客戶訂立合同收入

(i) 收入信息明細

	截至2018年12月31日止年度			合計 人民幣千元
	奶粉產品 人民幣千元	沖調產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	
產品服務類別				
銷售商品	2,442,281	145,033	342,670	2,929,984
受託代加工服務	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>81,216</u>	<u>81,216</u>
依據與客戶訂立合同總收入	<u>2,442,281</u>	<u>145,033</u>	<u>423,886</u>	<u>3,011,200</u>
地區市場				
中國大陸	2,377,228	145,033	66,652	2,588,913
海外	<u>65,053</u>	<u>—</u>	<u>357,234</u>	<u>422,287</u>
依據與客戶訂立合同總收入	<u>2,442,281</u>	<u>145,033</u>	<u>423,886</u>	<u>3,011,200</u>
收入確認時點				
於時點交接貨物	2,442,281	145,033	342,670	2,929,984
於時點完成服務	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>81,216</u>	<u>81,216</u>
依據與客戶訂立合同總收入	<u>2,442,281</u>	<u>145,033</u>	<u>423,886</u>	<u>3,011,200</u>

以下列出的是本集團依據與客戶訂立合同收入分部間信息明細：

	截至2018年12月31日止年度			合計 人民幣千元
	奶粉產品 人民幣千元	沖調產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	
分部				
銷售予外部客戶	2,442,281	145,033	423,886	3,011,200
分部間銷售	—	—	138,458	138,458
	<u>2,442,281</u>	<u>145,033</u>	<u>562,344</u>	<u>3,149,658</u>
對賬：				
抵銷分部間銷售	—	—	(138,458)	(138,458)
依據與客戶訂立合同總收入				<u>3,011,200</u>

下表顯示本報告期內確認的、被包括在期初合同負債中及以前期間滿足的履約義務的收入金額：

2018
人民幣千元

期初合同負債中在報告期內確認的收入：

銷售商品 289,320

(ii) 履約義務

本集團的履約義務如下：

銷售乳製品和營養品

銷售乳製品和營養產品的收入在資產控制權轉移給客戶的時間點確認，通常是在交付乳製品和營養品時。

受託代加工服務

受託代加工服務的收入在乳製品和營養產品交付時確認。

其他收入及收益的分析如下：

	附註	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
其他收入及收益			
出售持有待售資產組的收益淨額	(a)	51,962	—
政府補助			
— 對已產生支出的補償		21,052	1,698
— 對購買資產的補償		1,084	1,084
— 退稅		142	400
租金收入		7,733	9,423
推廣服務收入		—	17,000
受託代加工收入		—	33,267
其他		9,599	7,295
		91,572	70,167

附註：

- (a) 本年處置施恩(中國)嬰幼兒營養品有限公司「施恩(中國)」工廠廠房、設備及土地使用權，收到補償款人民幣252,822,000元，處置資產成本及發生費用共計人民幣200,860,000元，形成所得稅前處置收益人民幣51,962,000元。

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：

	附註	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
貨品銷售成本		1,756,628	1,332,513
受託加工成本		60,793	—
物業、廠房及設備折舊		136,107	164,445
投資物業折舊		3,937	2,447
土地使用權攤銷		2,373	2,394
其他非流動資產攤銷		2,419	4,275
無形資產攤銷		8,367	5,035
折舊及攤銷總額		<u>153,203</u>	<u>178,596</u>
房屋的經營租賃最低租金		29,660	27,125
核數師酬金		2,983	2,726
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		473,897	418,121
離職補償		20,889	42,876
退休金計劃供款(定額供款計劃)		29,522	33,677
股權結算股份支付開支		7,272	2,374
		<u>531,580</u>	<u>497,048</u>
利息收入		(77,677)	(105,813)
其他投資收益		<u>(35,900)</u>	<u>(17,915)</u>
財務收入總額		<u>(113,577)</u>	<u>(123,728)</u>
貿易應收賬款減值	10	(1,566)	7,495

6. 所得稅

中國大陸所得稅已按年內在中國產生的估計應課稅溢利按25%(2017年:25%)的稅率計算。其他地區應課稅溢利的稅項乃按本集團經營所在國家(或司法權區)的現行稅率計算。

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
即期所得稅	15,908	13,694
本年內確認以往年度的即期稅項調整	—	1,382
遞延所得稅	<u>(103,016)</u>	<u>(64,630)</u>
本年度持續經營稅項支出	<u>(87,108)</u>	<u>(49,554)</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：

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
除稅前虧損	<u>(34,833)</u>	<u>(229,365)</u>
按中國法定稅率25%(2017年:25%)(i)	(8,708)	(57,341)
本年內確認以往年度的即期稅項調整	—	1,382
不可扣稅開支的影響	970	3,349
不同稅率的影響(i)	(6,706)	(14,169)
未確認稅項虧損	3,270	54,033
動用以往未確認虧損	(62,292)	(22,849)
不徵稅收入的影響	<u>(13,642)</u>	<u>(13,959)</u>
本年度按實際稅率計算的稅項支出	<u>(87,108)</u>	<u>(49,554)</u>

- (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2018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%(2017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%(2017年:28%)的所得稅稅率。

7. 股息

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
建議特別一每普通股人民幣1分(2017年：無)	<u>47,456</u>	<u>—</u>

本年建議派發的特別股息，惟須待股東於應屆股東周年大會上批准作實(2017年：無)。

8. 母公司普通權益持有人應佔的每股盈利／(虧損)

每股基本盈利／(虧損)乃根據年內母公司普通權益持有人應佔盈利／(虧損)除以年內已發行普通股的加權平均數4,745,560,296股(2017年：4,745,560,296股)計算，該股數已經調整以反映本年度的配股情況。

本公司無潛在攤薄股本。

計算每股基本和攤薄盈利／(虧損)金額基於如下：

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
盈利／(虧損)：		
用於計算每股基本和攤薄盈利／(虧損)的母公司普通權益持有人應佔溢利／(虧損)	<u>52,275</u>	<u>(179,811)</u>

股份數目

2018 千股	2017 千股
------------	------------

股份：

計算每股基本和攤薄盈利／(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

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
原材料	226,568	208,142
成品	250,560	398,607
半成品	255,585	161,501
包裝材料	23,450	16,985
低價消耗品	<u>1,213</u>	<u>1,089</u>
合計	<u>757,376</u>	<u>786,324</u>

截止2018年12月31日，新西蘭乳業的全部資產包括價值人民幣193,567,000元的存貨處於一般保證協議下，以獲取數額約為人民幣33,920,000元的銀行貸款(2017年：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

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
貿易應收款及票據	170,521	153,455
減值	<u>(7,553)</u>	<u>(9,119)</u>
	<u>162,968</u>	<u>144,336</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。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：

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
三個月以內	162,441	126,288
三至六個月	354	4,606
六個月至一年	69	12,470
一年至兩年	88	972
兩年以上	<u>16</u>	<u>—</u>
	<u>162,968</u>	<u>144,336</u>

截止2018年12月31日，新西蘭乳業的全部資產包括價值人民幣108,469,000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33,920,000元的銀行貸款(2017年：新西蘭乳業的全部資產包括價值人民幣101,608,000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)。

貿易應收款及票據減值撥備的變動如下：

	附註	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
於1月1日		9,119	747
減值損失淨額	5	(1,566)	7,495
轉自持有待售		—	877
於12月31日		<u>7,553</u>	<u>9,119</u>

國際財務報告準則第9號下截至2018年12月31日止年度減值如下：

每個報告日期都會用撥備矩陣進行減值分析，以計量預期信用損失。撥備率基於具有類似損失模式的各個客戶群的分組(如按客戶類型)的賬齡確定。該計算反映了概率加權結果，貨幣時間價值以及報告日期可獲得的關於過去事件，當前狀況和未來經濟狀況預測的合理且可支援的資訊。

本集團貿易應收款使用撥備矩陣的信貸風險的信息載列如下：

於2018年12月31日	賬齡			總計
	一年以內	一年至兩年	兩年以上	
預期信用損失率	1%	98%	99%	
總賬面價值(人民幣千元)	164,835	4,092	1,594	170,521
預期信用損失(人民幣千元)	1,971	4,004	1,578	7,553

國際會計準則第39號下截至2017年12月31日止年度減值如下：

基於國際會計準則第39號，截止2017年12月31日並未個別或整體被視為已減值之貿易應收款之賬齡分析如下：

	2017 人民幣千元
並未逾期或減值	129,600
逾期少於三個月	<u>7,096</u>
	<u>136,696</u>

既未逾期亦無減值之應收款項乃與大量不同類別的客戶有關，彼等在近期並無拖欠款項之記錄。

到期未付但並無減值之應收款項乃與一些獨立客戶有關，該等客戶在本集團內有良好的交易記錄。根據過往經驗，董事認為基於國際會計準則第39號無需就該等結餘計提減值撥備，皆因信貸質量並無重大的變化而結餘被認為依然可以全數收回。

11. 現金及銀行結餘及保證金存款

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
現金及現金等價物	1,313,826	668,962
受限制的銀行存款	315,315	243,621
原到期日為三個月以上的定期存款	<u>796,492</u>	<u>1,079,433</u>
	<u>2,425,633</u>	<u>1,992,016</u>
減：銀行融資之短期保證金存款	315,315	243,621
減：長期銀行存款	<u>100,000</u>	<u>—</u>
現金及銀行結存	<u><u>2,010,318</u></u>	<u><u>1,748,395</u></u>
	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
以下列貨幣列值的現金及銀行結餘：		
— 人民幣	2,280,401	1,919,656
— 美元	133,196	57,925
— 港幣	3,981	14,182
— 歐元	5	247
— 紐幣	<u>8,050</u>	<u>6</u>
	<u><u>2,425,633</u></u>	<u><u>1,992,016</u></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2018年12月31日，短期定期存款的實際年利率約為1.1%至5.9%（2017年12月31日：1.1%至8.5%），並將於一年內到期。長期定期存款的實際存款利率為4.18%（2017年12月31日：無）。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2018年12月31日，除了一些銀行貸款是通過定期存款人民幣308,453,000元（2017年：人民幣234,731,000元）進行質押，尚有人民幣6,862,000元存款（2017年：人民幣8,890,000元）和人民幣20,000,000元長期銀行存款（2017年12月31日：無）被作為開具信用證的保證金。

12. 貿易應付款

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：

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
三個月以內	99,861	116,634
三個月至六個月	117,664	122,870
六個月以上	<u>132,410</u>	<u>98,936</u>
	<u>349,935</u>	<u>338,440</u>

列入貿易應付款的應付關聯方的款項如下：

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
最終控股股東的子公司	57,370	23,205
最終控股公司的主要股東的子公司	18,179	18,695
對本集團有重大影響的投資方的子公司	<u>—</u>	<u>127</u>
	<u>75,549</u>	<u>42,027</u>

貿易應付款，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

	附註	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
預提費用		729,017	429,849
合同負債	(a)	249,686	—
應計薪金		205,608	158,160
收取客戶的保證金		74,056	67,280
應付工程款		44,467	30,849
其他應付稅項		14,539	28,089
應付離職補償		13,563	7,103
應付利息		5,274	194
客戶預付款	(a)	—	289,320
其他		<u>40,191</u>	<u>26,814</u>
		<u>1,376,401</u>	<u>1,037,658</u>

列入其他應付款項和應計費用的應付關聯方的款項如下：

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
對本集團有重大影響的投資方及其子公司	17,784	4,639
最終控股公司的主要股東的子公司	<u>20</u>	<u>40</u>
	<u>17,804</u>	<u>4,679</u>

附註：

(a) 截至於2018年12月31日和2018年1月1日的合同負債詳情如下：

	於2018年 12月31日 人民幣千元	於2018年 1月1日 人民幣千元
銷售商品	<u>249,686</u>	<u>289,320</u>
合同負債總額	<u>249,686</u>	<u>289,320</u>

14. 計息銀行借款

	於2018年12月31日			於2017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						
銀行貸款—有抵押	0.30 to 4.05	2019	415,128	0.80 to 3.30	2018	329,696
銀行貸款—無抵押	—	—	<u>—</u>	1.47	2018	<u>200,000</u>
			<u>415,128</u>			<u>529,696</u>

	2018 人民幣千元	2017 人民幣千元
銀行貸款		
—以人民幣計值	223,270	249,421
—以美元計值	44,131	33,799
—以港幣計值	134,935	128,729
—以歐元計值	—	52,197
—以紐幣計值	12,792	53,498
—以澳元計值	<u>—</u>	<u>12,052</u>
	<u>415,128</u>	<u>529,696</u>

管理層討論與分析

行業回顧

全球第二大母嬰童產品消費國中國奶業致力邁向世界級行列

中國作為全球第二大的母嬰童產品消費國，肩負保障嬰幼兒健康成長的使命。中國政府主管部門，堅持從源頭消除食品安全風險，監控中國乳製品質量，提升消費者對國產嬰幼兒奶粉產品的信心。

在國家政府主管部門的嚴格監管、行業的共同努力下，國產乳製品的質量安全工作在年內取得理想成果。2018年1月至11月，國家市場監管總局(本級)共抽驗乳製品9次、1,365批，雅士利集團旗下所有生產企業產品在抽檢中100%合格。至今，國內主流嬰幼兒配方乳粉生產企業的生產設施等硬件條件，已得到大幅提升，基本達至世界一流標準。

奶粉新政首年落地註冊制度「汰弱留強」

2018年是中國《嬰幼兒配方乳粉產品配方註冊管理辦法》(「**配方註冊制**」)落地的首年，截至2018年12月31日，新一批配方註冊名單公佈後，總計共有1,195個配方獲批，涉及155家奶粉企業。配方註冊制的實施對奶粉行業而言，除了是「品質淘汰戰」，也是「市場爭霸戰」，企業爭先申請註冊配方奶粉，以搶先爭奪市場紅利。

目前，中國市場在穩中有進的經濟力以及人口增長前提下，進一步提升奶粉市場紅利的潛力。國家統計局發佈的2018年全年經濟發展數據顯示，中國國內生產總值首次突破人民幣90萬億元，同比增長6.6%，經濟增速在世界五大經濟體中居首位，而進出口總額亦首次突破人民幣30萬億元，貨物貿易規模再創歷史新高，保持世界第一地位。在人口發展方面，

2018年全年出生人口達1,523萬人，出生率為10.94‰，與去年輕微下調1.49‰，但全國人均可支配收入實際增長6.5%，全國貧困人口減少1,000萬以上，全國企業及個人減負總規模超過人民幣1.3萬億元，象徵全國人民消費力獲得提升。

乳企聚焦高端奶粉業務 加快銷售渠道建設

由於配方註冊制限制每個企業的可註冊配方數量，而不同系列產品之間亦存在著差異化要求，本土及外資奶粉傾向聚焦發展包括有機奶粉以及羊奶粉的高端業務，尤其是超高端奶粉領域，該些業務的市場佔比不斷提升，可見奶粉業正向高端化發展。AC尼爾森數據顯示，2018年1月至6月，有機奶粉銷售額為人民幣23.82億元，同比增長率為55.6%。除此之外，奶粉新政大幅提高行業門檻，同時也縮減奶粉間的品質差異，晉身「註冊奶粉」企業爭相加快銷售渠道建設，提升品牌滲透力以及市場競爭力。AC尼爾森調研顯示，母嬰店在全國有超過10萬家，門店數量上整體增速放緩，但母嬰店銷量以及店面面積也呈增長趨勢，亦是首選的銷售渠道。

業務回顧

本集團一直致力成為值得消費者信賴的營養健康全方案的首選品牌。本集團擁有控股股東蒙牛集團以及第二大股東Danone Asia Baby Nutrition Pte. Ltd.（「達能亞洲」）的豐厚資源支持，大幅提升業務的發展潛力。本集團的業務模式結合了進口優質乳品原材料、世界級奶源地、世界級科學研究及自主研發配方、先進生產系統、嚴苛品控及質量管理體系等幾大因素，集全球優質資源，追求乳業至臻品質，為廣大消費者提供具有信心保證的產品。

產品介紹

本集團堅信「母乳是寶寶最好的食物」，不斷創新開發接近母乳營養的嬰幼兒配方奶粉產品，滿足嬰幼兒在不同生長階段日常喂哺的健康營養需求。本集團所有產品均使用優質原料，以國際級高標準的產品自居，致力成為中國媽媽和寶寶營養健康全方案的首選品牌。

本集團為滿足消費者多元化的需求，不斷豐富品牌矩陣，完善產品結構，致力成為中國媽媽和寶寶營養健康全方案的首選品牌。本集團旗下有雅士利、多美滋、瑞哺恩、朵拉小羊和Arla五大品牌，針對全方位的產品戰略定位，科學高效地管理各產品線，實現了中端、高端和超高端等層級市場的全面覆蓋。目前本集團已有16個系列48個配方嬰幼兒配方奶粉註冊獲批(連同Arla寶貝與我)。

- 雅士利品牌側重基礎營養，其中新西蘭原罐進口的雅士利菁珀嬰幼兒奶粉定位中高端市場，擁有專利INFAT™動態活力系統，五項專利全面呵護寶寶成長；雅士利菁躍及雅士利親兒適定位中端，雅士利親兒碩則定位更親民。原雅士利新配方完成配方升級，強化益生菌及乳鐵蛋白。
- 瑞哺恩，中國寶寶的有機媽媽，堅持大自然母親孕育的有機科學之道，將阿爾卑斯的有機純淨帶給中國寶寶，讓寶寶更健康，享受有機成長的新高度。瑞哺恩的親悠系列及有機系列已完成包裝及配方升級，並著力強化有機市場的滲透，取得顯著增長。
- 多美滋源自歐洲，致力中國寶寶的抵抗力研究，為滿足嬰幼兒的營養需求提供專業解決方案。其中致粹系列具有歐洲雙重專利和OPO結構脂，有利於消化吸收，從而提高寶寶抵抗力。鉑優加系列含專利配方益生元組合，營養大滿罐，親和好吸收。多美滋羊奶系列小分子蛋白，更易吸收，並特含全羊乳蛋白和OPO，打造多美滋國產高端羊奶，呵護百分百，讓愛不過敏。多美滋初穎系列定位更親民，為寶寶科學定制全方位營養，特別添加珍稀乳鐵蛋白和OPO結構脂，為寶寶的成長保駕護航。

- Arla寶貝與我有機奶粉丹麥原裝原罐進口，作為全球最大的有機乳品商，130年來堅持自然歷練的好營養。Arla寶貝與我有機奶粉獲得3大有機認證，不含激素、化肥、農藥，鮮奶一次性成粉，北歐萬畝自家牧場，供應鏈全程掌控。質臻有機配方，含高DHA，全乳糖，黃金比例益生元)，定位超高端市場。丹麥皇室御用，Arla更懂有機。
- 雅士利於去年十一月推出的朵拉小羊，來自澳洲，定位超高端羊奶市場，100%原裝原罐進口，100%純羊乳蛋白，溫和細膩更易吸收，呵護寶寶敏感體質。科學配方特含DHA全乳糖，營養更均衡。
- 雅士利的產品亦包括多種成人奶粉如蒙牛品牌成人奶粉、優怡品牌成人奶粉、悠瑞品牌中老年奶粉，以及未來星兒童成長奶粉和多個系列沖調產品包括正味品牌麥片和雅士利嬰幼兒營養米粉等。

品牌策略

「匯你所想，為你所愛」新形象面世

本集團在2018年完成品牌全面升級，以「匯你所想，為你所愛」的品牌主張，在2018年4月20日正式推出嶄新LOGO和形象，通過連串的品牌建設工作，彰顯品牌在國際市場及行業的領導力、活力和實力，配合多元渠道進行深入推廣互動，提振渠道和消費者信心。

入選CCTV「匠心品牌」強勢曝光貼近消費者

本集團光榮入選中國央視(「CCTV」)「匠心品牌」，與CCTV合作，精準投放資源在CCTV-1、CCTV-2、CCTV-13等電視頻道黃金時段以及衛視頻道爭取亮相，並與《最愛故鄉味》、《超級小達人》及定制化節目《媽咪妳最美》合作，拉近與消費者距離。

成為2018年FIFA世界杯官方奶粉 足球巨星梅西坐鎮代言

本集團除了成為CCTV「匠心品牌」，更將品牌活力注入世界杯盛事，成為2018 FIFA世界杯官方奶粉，成為全球首個贊助世界頂級賽事的嬰幼兒奶粉品牌，擦亮全球消費者眼球。

本集團精準鎖定目標組群活躍的社交媒體、母嬰垂直媒體、信息流等平台，針對性傳播推廣產品賣點，提升品牌口碑及滲透度，挖掘潛在消費者；借助各品牌官微借助熱點話題並結合節日大事件，實現高頻次互動；同時，通過戶外廣告如公交車身廣告、地鐵、高鐵站及樓宇廣告，多層次、深度觸及消費群體，開發潛力消費者，提升現有品牌忠誠度。

產品研發

創造差異化產品優勢是本集團的重點戰略，2018年，本集團專業龐大的研發團隊因應國內及全球市場需求，在國內奶粉配方註冊工作、海外工廠產品合作項目以及營養產品科研技術上均取得駐足進展。

嬰幼兒配方奶粉再獲認可

截至2018年年底，本集團及其合作夥伴Arla共有16個系列48個獲批註冊的嬰幼兒配方奶粉。

提升研發技術水平 開展母乳營養成分研究

2018年，本集團加大了對基礎研發項目的投入，開展奶粉檢測方法的研究和專利申請，彌補國家標準檢測方法的空缺，提高檢測準確度，大大提高行業內研發檢測的競爭力。

十三五項目關於母乳營養成分的研究已經開展配方設計、工廠試產、以及動物實驗的各項進行，建立了母乳營養成分數據庫。此外，基於全國8個城市母乳成分的研究，正在積極進行《優化蛋白質和氨基酸在嬰配食品中的設計和開發》的課題研究。

銷售渠道

本集團秉持「嬰配聚焦母嬰渠道、營養品聚焦KA商超、新渠道新產品全面發展」的渠道策略，調整事業部架構，上半年明確劃分嬰配事業部，增加獨立的產品單元，形成以產品線為管理基礎的組織架構，通過考核機制，發揮一線團隊的市場開拓能力以及創造力，推進

本集團的市場業務均衡發展。同時，本集團借助CCTV「匠心品牌」以及2018 FIFA世界杯兩大IP資源，展開一連串營銷互動活動，通過創新推廣方式招募更多新的消費者，於旺季大節日進一步提升業績以及渠道信心。

母嬰渠道輔以商超、電商渠道深入滲透縣、鎮級及三四線城市

嬰幼兒配方奶粉方面，本集團堅持深耕母嬰渠道下沉，將銷售網點擴展滲透至縣級、鄉鎮級，並有效獲取三四線城市的鋪貨紅利，提升整體網點覆蓋率及利潤水平。

在商超渠道，通過組建專責團隊，做精做細渠道及產品發展工作，包括鞏固及開拓「優怡」、「悠瑞」等成人奶粉以及「未來星」等兒童奶粉的市場規模。

羊奶細分市場為本集團重點佈局之地，「朵拉小羊」、「多美滋」等羊奶粉新品在快速有效的分銷戰略下，甫推出市面即搶佔一定的市場份額，形成品牌與價格互補的產品梯隊組合。本集團亦積極實現配方升級，以多款奶粉聯合打造中國奶粉陣營，有效利用已經通過的16個系列配方，產品搭配高、中、低組合，全面開發市場。

質量管理

2018年為雅士利的「質量年」，以質量口號「質量，我保證；Quality, I Promise」作為質量文化的核心，從管理層到一線員工全員參與質量建設改進活動，提升市場競爭力。2018年，本集團所有產品出廠合格率100%，外部抽檢合格率100%，配方註冊系列產品的風險監測結果均符合國家要求，證明了本集團質量系統運作穩定，能完全保證生產出符合消費者預期的產品，也加強了消費者對本集團及產品的信心。

深化質量管理知識

本集團著力培訓及教育員工質量相關的知識，完善提升各工廠質量管理水平。2018年，本集團質量管理中心和各工廠質量部全年組織開展了一系列從外部專家到中心層面，到各工廠的各層級質量培訓活動共計147場次，內容涵蓋了法規，質量體系，微生物基礎知識，良好操作規範，清潔衛生，實驗室管理，生產工藝等方面，並特別針對嬰幼兒配方乳粉行業的GMP規範，提供相關的培訓資料供參考跟從，持續宣貫提高工廠員工的質量意識。

強化內部質量運作架構

本集團完善質量管理中心運作架構，從中心層面給予各工廠相關技術指導及支持，規範各工廠的具體質量操作。質量管理中心亦參加「食品安全國家標準跟蹤評價協作組」，對標準的修訂提出相關建議，從法規制定早期進行風險識別及控制。

全數通過食品生產安全認證 推動內部交叉審核提升質量水平

2018年，本集團轄下工廠，均全數通過總計52次外部審核，審核內容包括生產許可、GMP、HACCP、FSSC22000及有機認證等範圍。本集團位於上海、潮州、和林及山西的工廠，亦順利通過國家的嬰幼兒配方乳粉食品安全生產規範體系檢查，以及嬰幼兒配方乳粉配方註冊現場核查。位於新西蘭的工廠，則延續註冊CNCA，為消費者打下國際級食品安全質量的強心針。本集團亦著力推動內部交叉審核常規化，以外部及集團內部的標準為基礎，不斷提升自身工廠的質量管理水平。

供應鏈

本集團積極推動賦能項目的開展，在供應鏈文化、人才梯隊、精益生產、卓越供應鏈運營、關鍵項目、產銷協調、「鏈」通上下游管理，提升供應鏈的靈敏度以及效能。

銷售業務及代工需求提升 MRP模式實現降本增效成果

本集團年內銷售業務強勁增長，提升本集團2018年的產能利用率。此外，本集團通過「產銷協調」的MRP模式，完善計劃的管理系統，對生產物料進行精準管理，大幅度降低本集團的存貨資產，加強需求把控，實現降本增效，提升本集團的整體盈利能力。

啟動資源戰略 做好新品管理

本集團亦加強供應鏈的資源體系，投資新工廠並通過生產許可的審核，爭取更多創新配方的產品，並設立專門的新品管理崗位，梳理及強化本集團的新品管理流程，做好資源儲備部署。

蓄力數字化、智慧供應鏈 貫通上下游供應鏈

本集團完成一系列管理流程的改善優化工程，包括改善供應鏈中指標層次的設計、開展目視化指標管理項目，為下一步數字化供應鏈轉型、智慧供應鏈轉型打下基礎。

另外，本集團著力改善奶源供應鏈體系，尤其是關鍵乳原料、羊乳原料的戰略性供應，在部分市場緊缺的關鍵原料上，通過本集團的國際資源整合優勢，使得雅士利在乳鐵蛋白的產品市場上搶佔先機；在客戶服務上，通過物流的網絡優化以及客服服務滿意度的管理提升，使得供應鏈的響應性得到了大幅提升。

管理系統

2018年，本集團業務在新營銷模式轉型及供應鏈整合的業務戰略下，對組織架構、業務流程進行重整，本集團的IT管理系統也作出相應配合，開始數字化轉型之路，進一步提升營運效益，得到更好的成本控制。

本集團在2018年打造新的渠道管理平台，改善門店導購管理及活動管理、會員管理、拉新、複購等一體化功能，實現一鍵溯源、分銷過程全透明，有效地解決產品管理安全。

經銷商則可通過平台進行銷售、客戶關係維護、門店管理、庫存管理、推廣等一系列經營管理活動。同時，平台亦充當銷售管理員的角色，利用銷售數據了解消費行為、重塑價格體系，進行渠道考核管理。

新客平台掌握消費者信息 進行個性化傳銷

本集團亦利用系統建設新客平台，通過不同迎新活動作個性化宣傳，同時利用線上線下每個渠道的獨立二維碼，配合不同溝通策略及渠道進行推廣。

公有雲、新OA平台上線 享受大數據、物聯網協同效能

為了提升營運效益以及靈活性，本集團採用公有雲應用管理系統，享受公有雲帶來的技術迭代快、彈性高之優勢，並逐步取得物聯網、大數據、區塊鏈、人工智能等數據技術及網絡協同能力。

本集團亦建立專屬門戶「新OA平台一期」，讓業務流程更為自動化，並且逐步配合本集團的簡政放權授權，規範本集團的公司業務流程，實現業務流程的集成和自動化，提高協作效率。

本集團亦配合事業部重整轉型，以及國家稅改等大環境因素，進行了內部管理系統的升級，滿足各事業部分拆運營的需要。

財務回顧

收入

截至2018年12月31日止年度，本集團之收入達人民幣3,011.2百萬元(2017年：人民幣2,254.7百萬元)，較去年上升33.6%。

按品牌類別劃分	2018 人民幣百萬元	2017 人民幣百萬元	變動比例
奶粉產品	2,442.3	1,867.3	30.8%
沖調食品	145.0	144.9	0.1%
其他	423.9	242.5	74.8%
總計	<u>3,011.2</u>	<u>2,254.7</u>	<u>33.6%</u>

截至2018年12月31日，配方奶粉產品實現銷售收入人民幣2,442.3百萬元(2017年：人民幣1,867.3百萬元)，較去年上升30.8%，其中，高端奶粉系列實現銷售收入人民幣846.5百萬元，佔比34.7%(2017年：人民幣382.1百萬元，佔比20.5%)。沖調食品實現銷售收入人民幣145.0百萬元(2017年：人民幣144.9百萬元)，與去年基本持平；其他產品實現銷售收入人民幣423.9百萬元(2017年：人民幣242.5百萬元)，相比去年上升74.8%，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)調整渠道戰略，嬰幼兒奶粉重點深耕母嬰渠道，成人粉和營養品聚焦KA渠道；以及(二)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，本年度集團升級形象，重塑了產品品牌，入選了CCTV匠心品牌，線上線下投入加大，從而促進了銷量的增長。

毛利

截至2018年12月31日止年度，本集團錄得毛利為人民幣1,193.8百萬元(2017年：人民幣922.2百萬元)，較去年上升29.5%。毛利率為39.6%，毛利率下降1.3%，下降的主要原因在於本年主要原材料單價上升。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2018年12月31日止年度，本集團產生銷售及經銷開支為人民幣1,140.4百萬元(2017年：人民幣893.2百萬元)，較去年上升了27.7%。

本集團銷售及經銷開支佔收入比例下降至37.9%(2017年：39.6%)，較去年下降了1.7%；下降的主要原因為銷售收入上升同時加強銷售及經銷開支的使用效率。

行政開支

截至2018年12月31日止年度，行政開支為人民幣208.6百萬元(2017年：人民幣271.2百萬元)，較去年下降了23.1%，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組織架構優化所致。

淨財務收入

截至2018年12月31日止年度，財務收入淨額為人民幣97.5百萬元(2017年：人民幣105.6百萬元)。財務收入淨額下降7.7%，主要由於歸還借款導致可用於投資的流動資金減少。

所得稅抵減

截至2018年12月31日止年度，本集團的所得稅抵減為人民幣87.1百萬元(2017年所得稅抵減：人民幣49.6百萬元)，實際所得稅率為250.3%(2017年：21.6%)。所得稅抵減上升的原因主要是本集團本年預提費用大幅提升相關遞延所得稅資產也大幅增加。

存貨

於2018年12月31日，本集團存貨餘額為人民幣757.4百萬元(2017年12月31日：人民幣786.3百萬元)，存貨減少主要是本年銷售狀況良好，存貨積壓數量下降。

其他流動金融資產

於2018年12月31日，其他流動金融資產包含穩健型理財產品人民幣683.6百萬元，預期年化收益率為4.1%至4.5%（2017年12月31日：2.0%至5.1%）。

貿易應收款及票據

於2018年12月31日，本集團貿易應收款及應收票據金額為人民幣163.0百萬元（2017年12月31日：人民幣144.3百萬元）。於2018年，貿易應收款周轉天數為20天（2017年：23天），周轉天數較2017年減少3天，資金回收速度加快。

或然負債

於2018年12月31日，本集團並無重大或然負債（2017年12月31日：無）。

資本承擔

於2018年12月31日，本集團資本承擔額為人民幣5.4百萬元（2017年：人民幣23.1百萬元）。主要為車間改造項目及購置奶粉生產設備。

貿易應收款及票據呆賬撥備

於2018年12月31日，本集團貿易應收款及票據的呆賬撥備為人民幣7.6百萬元（2017年：人民幣9.1百萬元）。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。本集團每個報告日期都會用撥備矩陣進行減值分析，以計量預期信用損失，撥備率基於具有類似報失模式的各個客戶羣的分組（如按客戶類型）的賬齡確定。

存貨減值撥備和報廢虧損

於2018年12月31日，本集團的存貨減值撥備餘額為人民幣55.5百萬元（2017年：人民幣27.4百萬元），主要是由於受配方註冊政策影響的部分存貨庫齡較長，需按照政策計提相應的減值撥備；此外，本集團2018年亦錄得存貨報廢虧損人民幣2.6百萬元（2017年：人民幣50.4百萬元）主要是由於2017年集團銷售渠道轉型，對部分不再議入賣場經營的產品給予處置。

已抵押資產

於2018年12月31日，本集團已抵押資產合共約人民幣1,948.7百萬元（2017年12月31日：1,848.4百萬元）。

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52.3百萬元，較去年上升129.1%。主要由於本年銷售狀況大幅改善，集團整體扭虧為盈。

流動資金及資本資源

於2018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流動金融資產合計人民幣3,109.2百萬元(2017年12月31日：人民幣2,716.7百萬元)，上升14.4%。上升的原因主要是應收賬款周轉天數縮短，回款較快並銷售額大幅上升所致。

經營活動

截至2018年12月31日止年度，本集團的經營活動現金淨流入人民幣264.1百萬元(2017年：淨流出人民幣254.9百萬元)。經營淨現金由流出轉為流入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2018年12月31日止年度，投資活動產生的現金淨流入為人民幣508.1百萬元(2017年：人民幣287.3百萬元)，主要是本年出售施恩工廠物業、廠房和設備的收入以及到期收回理財投資所導致。

融資活動

截至2018年12月31日止年度，融資活動所產生現金淨流出為人民幣283.2百萬元(2017年：淨流入人民幣50.4百萬元)，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2018年12月31日，本集團借款為人民幣415.1百萬元(2017年12月31日：人民幣529.7百萬元)。人民幣借款年利率0.3%-4.05%；美元借款利率LIBOR+0.7%到LIBOR+1%和3.73%；港幣借款利率HIBOR+0.7%；紐幣借款利率BKBM+1%。以上貸款需按要求到期償還。於2018年12月31日，本集團資產負債比率為5.4%(2017年12月31日：7.1%)，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2018年12月31日所得款項淨額用途如下：

項目	於2017年底 可動用 人民幣千元	截至2018年 12月31日止 年度動用 人民幣千元	於2018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	46,353	46,353	—
提高本集團的研發能力	<u>196</u>	<u>196</u>	<u>—</u>
總計	<u><u>46,549</u></u>	<u><u>46,549</u></u>	<u><u>—</u></u>

人力資源

於2018年12月31日，本集團共有2,920名(2017年12月31日：2,313名)全職僱員。僱員本年總成本約為人民幣541.8百萬元(2017年：人民幣507.0百萬元)。

本集團2018年發佈了「誠信、擔當、創業精神」的新價值觀，配合業務新架構以及發展需要，強化員工組織能力。

1. 強化員工內部凝聚力 提升創新、高效工作力

為了實現員工更高效合作及提升團隊凝聚力，本集團推出一系列工作坊及文化活動，並通過不同類型的活動進行信息教育，包括雅士利期刊、企業文化高管微講堂、企業文化Logo設計大賽等。雅士利團隊在新價值觀的指導下，更獲得美國商務會2018組織發展實踐金獎。

2. 打造母嬰行業專家團隊

本集團在2018年全方位提升員工在業務知識、業務能力以及業務思維的技能，通過重點Mini MBA 5個月學習項目，讓關鍵管理層系統學習營銷管理課程，共同探討解決業

務難題的多種可能性，從而提升業務經營能力，打造符合雅士利文化的業務管理團隊，並從中挑選並培養適合公司業務發展人員。

3. 獎勵制度激勵員工 推動惠民政策提升士氣

本集團在提升員工的知識以及技能的同時，也提供激勵計劃提升員工的活力及動力。本集團亦配合國家政策，推動和落實各種惠民政策，為員工開展推廣和宣導，並協助員工辦理及使用各種服務。

社會責任

本集團在致力提供全方位營養方案的同時，也密切關顧社會，分享自身的資源以及愛心予有需要的群體。

2018年5月，本集團向貴州省威寧縣人民政府捐贈中小學生高鈣奶粉，關注貧困山區兒童的健康成長。

6月，本集團積極參與安徽省紅十字基金會舉辦的「同圓中國夢守護安全行」安全防護書包捐贈活動，現場認購安全防護書包，並捐贈給貧困縣和農村留守中小學生，保護少年兒童的生命健康，守護少年兒童上學路上的安全，提高少年兒童的安全素質和自助互救能力。

7月，本集團向廣東省茂名信宜市慈善會捐贈現金，幫助貧困落後的地區改善生活設施。

12月，本集團發起了主題為「情暖母親，為愛堅強」的一項關愛重疾母親的公益行動，協助潮安區126戶的「堅強母親」度過困難，體驗人間溫暖。

2018年12月底，本集團贊助馬鞍山市第45屆迎新年環湖長跑活動，為廣大參賽者提供了完善的服務保障，助力新年環湖長跑活動的順利舉辦。

公共關係及危機處理

本集團堅持公開、互通、多贏性原則，積極與政府相關職能部門、行業協會、消費者、媒體進行有效溝通，達到多方共贏的效果。本集團建立雙向互動溝通，定期披露企業發展方

向，並不時進行檢視，在消費者、政府等關係維護工作多管齊下，維護企業利益以及公眾利益，提升本集團的企業形象。

今年，本集團修訂完善了企業危機管理制度，通過宣貫培訓嚴格落實。新制度能更有效地構建各部門暢通的溝通渠道，提高各部門協同工作效率，在本集團公共事務管理部協調下，各個部門共同合作，及時、有效地處理各種消費者的訴求，協助配合政府部門的諮詢以及回應媒體關注的問題。本集團高度重視市場，服務和配合市場銷售，為銷售提供堅實後台。

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，本集團還設有網站(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

中國奶業致力邁向世界級行列

由國務院發佈的《關於推進奶業振興保障乳品質量安全的意見》、由農業農村部等九個部門聯合發佈的《關於進一步促進奶業振興的若干意見》，明確訂立對國產奶業發展的目標任務，就奶業產品的生產作業、質量、監督檢查工作等訂立明確的規範，包括：100頭以上規模養殖比重超過65%，奶源自給率保持在70%以上；到2025年，奶業實現全面振興，基本實現現代化，整體進入世界先進行列；力爭三年內顯著提升國產嬰幼兒配方乳粉的品質、競爭力及美譽度，提高市場佔有率。

加強食品生產安全監督 抽查工作更為嚴謹

中國政府旗下食品生產安全監督管理部門，將在2019年完成有關嬰幼兒配方食品、乳製品類產品以及特殊醫學用途配方食品的生產許可審查細則修訂，並就食品標識、監督檢查以及飛行檢查管理辦法進行修訂；同時，也會進行研究，落實企業責任、提升乳製品質量、加強肉製品、嬰幼兒輔助食品等的監督檢查，以及聯合協會、中介、高校、媒體等進行相關基礎問題研究。

另一方面，特殊食品安全監督管理部門亦計劃在2019年加強嬰幼兒配方奶粉的監管，並嚴格展開產品配方註冊，通過科學化及安全性審查，加大嬰幼兒配方奶粉註冊的現場核查以及抽驗檢查力度，確保申請註冊之材料與現場抽查的一致性。同時，會充分調動社會第三方專業方，參與特殊食品的安全社會共治，就特殊食品註冊、檢驗機構進行評級及管理，並推動機構主動備案，配合政府依法監管工作。

關注國民營養健康水平 提升老年食品營養價值

中國的嬰幼兒食品在獲得突破性的發展的同時，長者食品健康質量標準也備受關注。中國首個老年食品國家標準《食品安全國家標準老年食品通則》的發佈，象徵中國國家部門將大力發展長者群的營養食品，也為老年食品市場開啟龐大的發展機遇。展望2019年，老年人群營養食品有望得到進一步的發展。

行業趨勢

三四線城市成兵家必爭之地

隨著2018年嬰幼兒配方奶粉註冊制的落實，促使國內奶粉市場企業間的激烈之爭，同時由於原有在三四線城市及鄉鎮具備局部競爭優勢的小品牌退出市場，留下了三四線城市的市場空白，給具備一定規模和品牌力的企業騰出競爭空間。

主打全國性高端業務戰略 大規模企業佔上風

從企業層面看，受到出生人口不足帶來的業績增長壓力，乳企紛紛選擇走高端路線，爭取更高毛利及促進產品結構優化升級。與此同時，受配方註冊制影響，部分原區域性行業企業也逐步進行全國性的佈局招商、組建銷售網絡，具有一定規模的企業已在2018年基本完成了市場渠道建設。而未獲通過配方註冊制的產品，則大規模的低價、甩貨，在局部市場不利於大品牌產品的價格和渠道穩定。

母嬰渠道商超化、數字化趨勢明顯 渠道下沉搶佔市場份額

從渠道方面看，母嬰渠道仍然是嬰幼兒配方奶粉的主戰場，「跨境」和「新零售」將成為母嬰渠道的新熱點。大中型連鎖母嬰商超化、數字化的趨勢開始顯現，更多的母嬰店開始聯合，尋求更好的經營方式。渠道的競爭態勢從經銷網絡的資源爭奪轉向對終端門店的精細化經營。外資品牌持續貫徹渠道下沉策略，深耕三四線城市市場；國產品牌則通過各種擴張手段，積極爭奪零售終端、貨架、導購等資源。隨著中國各行業的數字化轉型的深化，大數據、雲計算、人工智能在母嬰行業也將為新零售業態提供新的發展機會。

差異化新品成新消費趨勢 有機奶粉、羊奶粉為增長熱點

消費者分佈由原來的中等價位高度集中向高端、價優分流，消費層級更加清晰且差距減少，同時隨著城鎮化水平的提高，地域的消費差距也在逐漸減少。因此，推動差異化的新品類發展將更貼合整體的消費趨勢，純羊奶粉、有機奶粉將會成為新的增長熱點。

公司策略

品牌策略

定位「國際品質好奶粉」強化品牌權威性拉近與終端消費者之距離

2019年，本集團將進一步深化品牌塑造，圍繞「國際品質好奶粉」的品牌定位，持續投入品牌建設及賦能品牌，實現資源共享。

本集團再次攜手CCTV，成為「CCTV國家品牌計劃領跑品牌」，通過CCTV黃金資源及核心重點城市主流媒體，進一步提升品牌影響力。除了空中高頻次的傳播以外，還將通過參加權威獎項、「CBME孕嬰童展」及「中國國際進口博覽會」等權威展會，舉辦重點營銷推廣活動、POSM和促銷活動，並通過母嬰垂直媒體、信息流廣告等精準定向目標人群，挖掘潛在用戶，強化品牌權威背書，助力一線銷售。

同時，本集團將繼續開展《最美媽媽》路演活動，提升終端消費者對品牌的好感度，增強對新消費者的號召力，並將參展《北京京正孕嬰童展》，為各子品牌拓展華北市場提供支持；另外，本集團將邀請消費者對奶源地及工廠進行溯源，親眼見證品質實力，突出本集團全球奶源的國際優勢。

產品研發

本集團將計劃於2019年完成上一年所遞交的所有嬰幼兒配方產品的配方註冊工作，並對已上市的嬰幼兒配方產品進行配方升級。

此外，特殊醫學用途配方食品的產品開發領域也將從嬰幼兒人群逐漸擴展到針對成人的特殊消費群體。2019年，本集團將加大針對兒童、青少年、成人、中老年等不同人群的年齡需求設計特有配方。新配方將考慮到功能性配料的應用，以增加成人奶粉的消費熱點。

對於米粉產品和燕麥片產品，於2019年會推出更多的新口味以及相關有機產品，並對包裝形式和產品規格推出更多選擇，吸引更多的消費人群，提升產品的消費層次。

銷售渠道

本集團將事業部基礎上加大對旗下各品牌產品和銷售區域的銷售渠道深耕建設，圍繞產品、渠道、營銷以及管理層面的工作。

持續品類聚焦穩固牛奶粉產品強化羊奶粉、有機奶粉品牌

本集團將持續以致力於穩固牛奶粉產品、擴大有機產品份額，同時開發新的羊奶粉市場。在落實產品線佈局的同時，繼續優化產品配方，並貼合市場需求不斷提供更優質產品和具差異化產品，包括強勢鑄造「瑞哺恩」有機品牌、「朵拉小羊」網紅產品、「多美滋」羊奶和「多美滋初穎」羊奶組合等重點產品線，提升產品綜合競爭力。

深化網點滲透度 推動精細化管理

本集團在2018年取得渠道深耕工作帶來的紅利效應，因此未來將繼續深化網點滲透度，至縣、鄉鎮、村，並在商超渠道提升單店產出，深化合作，在滿足盈虧平衡的同時，建立與大系統的廠商合作關係，並逐步建立標桿門店體系。

連鎖母嬰及KA商場渠道方面，本集團將擬定策略性拓展計劃，增加優勢品牌在連鎖母嬰的市場份額，同時使成人奶粉產品重返商超渠道的重要位置。在客戶精細化管理方面，加強客戶分級管理，發展戰略合作客戶，提升核心客戶潛能和忠誠度。

創新營銷開拓消費群

本集團將持續增強與渠道的黏性，通過創新及具針對性的營銷推廣方式，開發潛在消費市場。同時，本集團會整合渠道資源，增強創意投放的整體性，根據目標人群的需求點、關注點，開展系列推廣活動，組織更具市場影響力的整合營銷活動等。除此以外，本集團還會持續探索並實施更多具有潮流熱度的營銷方式，如抖音網紅等。

優化銷營數據管理 完善銷售團隊架構提升服務水平

本集團會以事業部制為基礎，持續提升業務團隊的經營管理水平。適時設立區域營銷管理中心，完善團隊在組織架構、人才梯隊、流程管控的各項制度。繼續實施及優化渠道的信息化管理，掌控渠道的進銷存數據，為消費者提供精準到位的產品服務。進一步推進大數據的分析和應用，改善前端消費者的服務體驗、提升營銷精準度；同時改善產品供應、物流配送的效率，提升本集團對客戶、消費者的整體服務水平。

加大電商及新零售模式 開拓更多利潤增長點

為了緊貼中國消費市場的發展趨勢，更好的緊握電商及新零售模式帶來新機遇，本集團進一步加大對電商數據分析和應用的投入，利用消費者大數據分析，挖掘機會，穩固價格，增強引流，提升服務。

供應鏈

面對複雜的外圍環境以及行業間的激烈競爭，本集團將繼續強化及突顯自身優勢，通過增強供應鏈的可靠性及靈活度，來為市場提供更優質的產品，以更快速的節奏滿足市場的需求。

強調創業精神 儲備專業人才

本集團將繼續培養創業精神，驅動雅士利產品創新、管理創新，引入更多行業頂尖的供應鏈管理培訓，培養專才，全面提升雅士利供應鏈的競爭力。同時，本集團亦會謹守高安全、高質量的宗旨，堅持履行「事故零容忍」的社會責任，全面提升生產現場控制，確保產品零缺陷，生產零事故。

加快數字化、自動化轉型 提高生產力

通過雅士利的智慧供應鏈，本集團可以更加準確把握市場需求變化，精準管理供應鏈端到端的協調，最大限度地提升供應鏈敏捷性，實現柔性生產。

堅持多元化的產品服務 深入「鏈」通上下游

在堅持主營產品的擴大銷售以及新品研發創新的基礎上，本集團將進一步擴大全脂奶粉、脫脂奶粉的加工產業，堅持多元產品戰略，優化產品組合，提升產品盈利能力，並會加強與關鍵供應商的戰略合作，保持關鍵原料的既得優勢，另一方面會深度延伸客戶服務，加強對終端消費者的需求挖掘，提高客戶服務體驗，同時持續進行網絡優化，以適應市場分銷業態、零售業態變化帶來的客戶服務要求及成本衝擊。

人力資源

2019年，雅士利國際人力資源工作會從5方面著力：深耕文化、塑造品牌；優化組織形式；助力拉升業務；績效管理；及提升人力效能。

深耕文化、塑造品牌：企業文化是打造組織行動力的一個前提，在2019年人力將會依托企業文化工作坊等活動載體，並通過辦公室的環境佈置從視覺上進行企業文化深入熏陶，以推動企業文化落地；通過權威機構的認證打造良好僱主品牌，提升凝聚力。

優化組織形式：在組織形式方面，進一步提升事業部組織架構；打造敏捷型組織和跨界平台；在組織人員儲備上招聘及培養年輕高潛力人才，快速響應業務需求。

助力拉升業務：開發雅士利領導力模型，招聘雅士利特質人才，並建立人才供應鏈及職業發展通道，依托企業大學及營銷重點培訓項目，提供人員快速發展的機制及平台。

績效管理：為進一步激發員工鬥志和潛力，對績效管理機制不斷創新。大力推廣非物質激勵體系，關注組織精神需求，激發員工內驅力。

提升人力效能：人力工作「服務前移」，以行動支持銷售。更深入一線了解員工的需求並及時提供支持和幫助。

購股權計劃

本公司已於2010年10月8日採納首次公開發售前購股權計劃(「首次公開發售前購股權計劃」)，並已於2010年10月8日採納一項購股權計劃(「購股權計劃」)。購股權計劃的詳情如下：

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，相當於本公司於本報告日期已發行股份約7.38%。本公司不得向任何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予授出的購股權而已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。購股權計劃參與人士在要約日期後28天或之前接納授出購股權時須向本公司繳付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，蒙牛國際向本公司的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)期權要約的綜合收購要約及回應文件。

於2013年8月13日(即期權要約的最後截止日期)，有關52,088,266份期權的期權要約已被接納。於期權要約獲接納後，相關期權連同其附帶的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2018年1月1日至2018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2018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2018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2018年12月31日止年度派發末期股息(2017年：零)。

特別股息

董事會建議就截至2018年12月31日止年度向於2019年6月18日名列股東名冊的股東派付特別股息每股股份人民幣1分(2017年：零)，惟須獲股東於2019年6月6日舉行的應屆股東周年大會上批准方可作實，特別股息將於2019年6月28日向於2019年6月18日名列本公司股東名冊的股東派付。建議派發之特別股息將以現金支付。

股東周年大會

本公司股東周年大會將於2019年6月6日(星期四)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

(i) 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2019年5月31日(星期五)至2019年6月6日(星期四)(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2019年6月6日(星期四)舉行的應屆股東周年大會並於會上表決的資格，所有已填妥及簽署的過戶表格連同相關股票必須於2019年5月30日(星期四)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至1716號室以作登記。

(ii) 釐定有權享有建議特別股息的股東身份

本公司將於2019年6月14日(星期五)至2019年6月18日(星期二)(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。為符合收取建議特別股息的資格，所有已填妥及簽署之過戶文件連同相關股票必須於2019年6月13日(星期四)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至1716室以作登記。

待股東於2019年6月6日舉行的應屆股東周年大會上批准後，建議派發之特別股息將於2019年6月28日向於2019年6月18日名列本公司股東名冊的股東派付。

進行證券交易的標準守則

董事會已採納證券上市規則(「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守則。

本公司經向全體董事作出特定查詢後，各董事已確認，於截至2018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

董事會致力保持高水準的企業管治。

董事會相信，高水準的企業管治乃為本公司提供框架以保障股東權益、提升企業價值、制訂其業務策略及政策以及提高透明度以問責性所必需。

董事會認為本公司已於截至2018年12月31日止年度整段期間已採納上市規則附錄14所載企業管治守則(「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2018年12月31日止年度的財務報表。

安永會計事務所的工作範圍

本集團截至2018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務公布發表任何保證。

刊發全年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)及本公司(www.yashili.hk)網站。本公司截至2018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
行政總裁及執行董事
張平(Chopin Zhang)

香港，2019年3月27日

於本公告日期，本公司董事會成員包括：非執行董事盧敏放先生(主席)、秦鵬先生及張平先生；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。