



雅士利 2019 年上半年毛利持續上升

* * * * *

實現世界品質製造 聚焦高成長、高利潤率品類

業績摘要 (未經審核)：

(人民幣百萬元)	2018 年 上半年	2019 年 上半年	同比 變化	按半年 變化
收入	1,504.1	1,747.4	16.2%	15.9%
毛利	652.9	769.0	17.8%	42.2%
淨利潤率	2.7%	2.0%	-0.7ppt	1.2ppt
公司擁有人應佔利潤	41.3 ⁽¹⁾	34.3	-17.0%	212.3%
每股基本盈利(人民幣分)	0.9	0.7	-22.2%	250.0%

附註：(1) 2018年上半年本公司股權持有人應佔利潤含一次性非經營性淨收益人民幣39.0百萬元。

(2019年8月29日，香港訊) 中國領先嬰幼兒配方奶粉及營養食品生產企業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2019年6月30日止未經審核之中期業績。

2019年上半年，集團的嬰幼兒奶粉產品重點深耕母嬰渠道，成人奶粉和營養品聚焦KA渠道，全面發力，在逐步淘汰產值及毛利低的品項的同時，全面升級品牌形象，促進銷量增長。集團的業務策略卓見成效，銷售額持續上升，收入較去年同期上升16.2%至人民幣1,747.4百萬元。集團銳意加大高毛利的高端產品銷售業務比重，故毛利較去年同期上升17.8%至人民幣769.0百萬元。此外，銷售及經銷開支費率從2018年同期的38.1%下降至2019年上半年的35.2%，下降了2.9個百分點；公司擁有人應佔利潤為約人民幣34.3百萬元，較去年下半年年增加212.3%。每股基本盈利為人民幣0.7分。

雅士利總裁張平先生表示：「隨著中國奶粉市場向高端化發展，及面對來自進口品牌的加劇競爭，中國政府相繼發佈一系列的政策，提高對嬰幼兒配方奶粉的品質要求，並鼓勵奶粉企業進行兼併重組，淘汰落後產能，對「走出去」建立奶源基地和加工廠的企業，提供稅務優惠。2019年下半年，中國政府將持續深化嬰幼兒配方奶粉的質量監督。雅士利作為行業龍頭企業，持續佈局全球世界級奶源資源，堅持對高品質的追求，聚焦高成長、高利潤率的品類，以創新的品牌策略及全渠道營銷策略，數字化的管理模式，抓緊行業升級帶來的發展契機。」

強化品牌形象 強勁代言明星陣容

2019年上半年，集團同期簽約兩位著名影視明星姚晨及黃景瑜，分別出任雅士利全球品牌大使，及朵拉小羊全球品牌代言人，突出品牌形象。集團持續強化CCTV背書，增加CCTV

廣告投入，投放頻道包括 CCTV-1，CCTV-13，CCTV-8，CCCTV-14 等新聞、電視劇和少兒頻道，全面覆蓋經銷商和媽媽消費人群，強化其國家品牌形象。

除了傳統品牌推廣外，集團引入創新的體驗營銷，啟動「三洲五國溯源之旅」整合營銷活動，以及冠名愛奇藝全網第一旅遊 IP 節目《慢遊全世界》，向大眾展示集團四大海外奶源地和生產基地。同時，集團通過與廣州地標建築廣州塔的合作，吸引來自全國乃至世界各地的觀眾和遊客的關注。雅士利各品牌亦強勢入駐抖音等熱門社交平台，通過定位鮮明的賬號人設運營、好玩有趣的抖音挑戰賽等，讓集團各品牌與消費者更貼近。

實施「3年質量年」 創造差異化高質量產品優勢

2019 年年初，集團明確了「3 年質量年」方案，不斷深化完善質量活動，產品維持高質量水平。集團不斷創新開發接近母乳營養的嬰幼兒配方奶粉產品，創造差異化產品優勢是集團的重點戰略。2019 年上半年，集團在奶粉配方註冊工作、營養產品科研技術等方面均取得駐足進展，集團戰略夥伴 Arla 又有 2 個配方獲批。

下半年，集團將實施多維的差異化佈局，持續優化產品配方，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，開發更多新的產品，並對包裝形式和產品規格推出更多選擇，以豐富的產品組合覆蓋高、中、低端市場。集團將持續致力於穩固牛奶粉產品、提升有機奶粉產品的綜合競爭力，及於羊奶細分市場採取高效的分銷戰略，形成品牌與價格互補的產品梯隊組合。

集團致力於產品質量追溯體系建設，旗下所有品牌的嬰幼兒配方產品均已實現「一罐一碼」。2019 年，集團成為嬰幼兒配方奶粉質量安全追溯體系建設試點企業之一，將集團內部的產品追溯信息逐步升級至國家工業和信息化部（「工信部」）平台，最終將實現在國家工信部平台供消費者查詢產品、企業等關鍵信息，足證本集團對產品質量的信心。

鞏固母嬰渠道核心市場 拓展商超KA及電商渠道

嬰幼兒配方奶粉方面，集團在三四線乃至縣鎮級市場，通過加強鋪貨，改善客戶利潤，重點提升二三線城市的渠道產出，持續鞏固母嬰渠道核心市場，持續拓展大中型連鎖母嬰和 KA 商場渠道方面。

成人粉方面，拓展商超的 KA 渠道，並在鞏固及開拓「優怡」、「悠瑞」等成人奶粉的基礎上，開發符合新消費需求的成人奶粉以及創新的沖調產品。

集團結合與阿里巴巴集團的緊密合作，充分調動天貓新零售、阿里媽媽數字媒體投放平台等電子商務資源，得到廣泛的銷售。

精細化、數字化管理實現世界品質製造

集團加強在線過程質量控制的精細化管理，加大在供應鏈數字化項目上的投入，啟動雅士利中台建設，並開始引入世界級供應鏈營運管理體系。同時，集團強化了需求模型的管理，深入銷售一線市場，主動把握需求，充分調整存貨結構，提高訂單響應速度。集團亦加強經銷商和門店的數字化進程，利用智能終端賦能門店和導購，並通過會員和積分加強與消費者之間的聯繫。

集團將持續對內部管理進行優化，結合與阿里雲智能的項目合作，繼續實施及優化渠道的信息化管理，掌控渠道和消費者運營數據，為消費者提供精準到位的產品服務。同時，集團將推進大數據的分析和應用，改善前端消費者的服務體驗。

~ 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企業之一，專注生產及銷售奶粉產品及沖調食品，主要嬰幼兒配方奶粉品牌包括雅士利、瑞哺恩、多美滋、Arla 及朵拉小羊等。集團亦出售多種成人奶粉，包括蒙牛品牌成人奶粉、優怡品牌成人奶粉、悠瑞系列中老年奶粉；及包括正味品牌麥片和雅士利嬰幼兒營養米粉等沖調產品。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

黃美玲 (Jover Wong)	電話：+852 2864 4845
陳可欣 (Kate Chan)	電話：+852 2114 4949
莊家敏 (Christina Chong)	電話：+852 2864 4899
李皓民 (Colman Li)	電話：+852 2864 4846
電郵： sprg-yashili@sprg.com.hk	