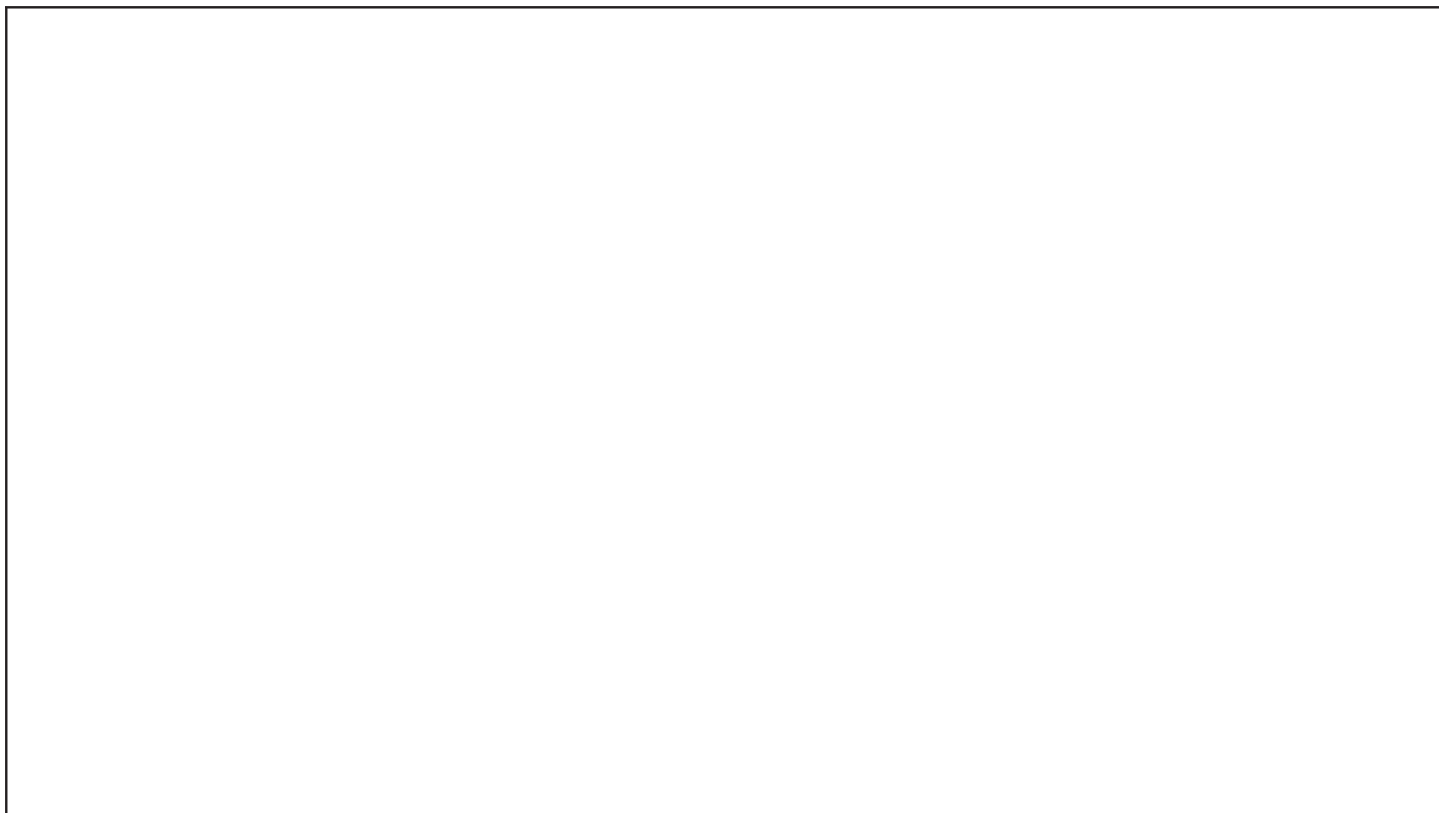


香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何意見，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容產生或因依賴該等內容引致的任何損失承擔任何責任。



雅 國際控 有限公司(「本公司」或「雅士利」)董事會(「董事會」)謹此宣 本公司及其附屬公司(「本 團」)截至, , 月, 止 按國際財 告準 (「國際財務報告準則」)製之合 業績 同, 的比 字。本集團按國際財 告準 製之截至, , 月, 止 之財 資 如下：

合併損益表

截至, , 月, 止

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

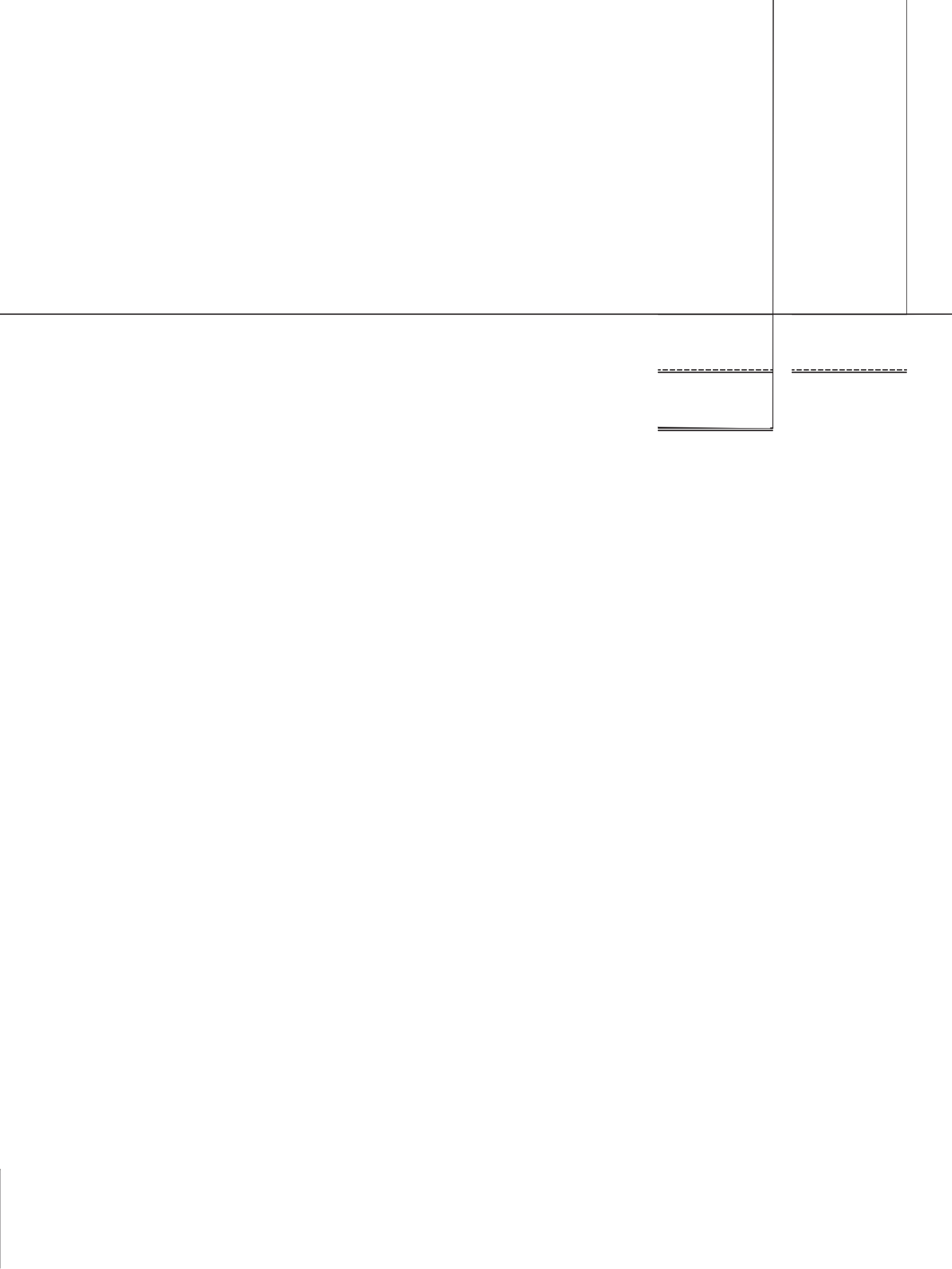
合併全面收益表
截至2016年12月31日止

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
年度溢利／(虧損)	<u>(320,218)</u>	<u>1,147,411</u>
其他全面收益		
可於以 期間 類至損益之其他全面 益：		
海外 外 表折算差額	<u>76,667</u>	<u>1,147,411</u>
	<u>76,667</u>	<u>1,147,411</u>
現 流 期：		
內 期工具有 公允、變	—	1,147,411
至被 期項目賬面、的 額	—	1,147,411
所 稅 響	—	1,147,411
提 止損失 至損益表確認	<u>—</u>	<u>1,147,411</u>
	<u>—</u>	<u>1,147,411</u>
可於以 期間 類至損益之淨其他全面 益	<u>76,667</u>	<u>1,147,411</u>
年度全面收益／(損失)總額	<u>(243,551)</u>	<u>1,147,411</u>
歸屬於：		
母公司 權持有人	<u>(243,551)</u>	<u>1,147,411</u>

合併財務狀況表

2016年12月31日

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



合併財務報表 註

2019年12月31日

1 呈列基準

該等財務報表乃根據由國際財務報告準則（其中包括全國際會計報告準則、國際會計準則及其詮釋）的規定以及香港公司法的披露要求製。除衍生金融工具和其他融資產以公允價值計外，該等財務報表已根據歷史成本慣例製。直接假處置資產按其賬面價值與公允價值減去處置費用的淨額孰低表示。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，所有金額均調整至最接近的千位。

合併基準

合併財務報表包括本公司及其子公司於截至2019年12月31日止的財務報表。

子公司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業務的活動承擔或有權獲得可變回報，且有能力對被投資業務行權影響所回報的額（即本集團有對被投資業務相關活動的現行權），為本集團控制該被投資業務。

當本公司直接或間接擁有被投資業務半數或半數以下的表決權，本集團會考慮以下相關事實確定其是否對被投資業務擁有控制：

與被投資業務其他投票權持有者之間的協議；

因其他協議擁有的權；及

本集團的投票權和潛在投票權。 司 推

表以人

均 撥整不目發
該符由總
體於

2 會計政策及披露事項的變動

本集團已於本 首次應用以下 訂及 訂國際財 告準 。

國際財 告準 第 號、第 號 訂本及 國際會計準 第 號 訂本(版本)	投資主體合並豁免
國際財 告準 第 號 訂本	購於合 業 之權益的會計
國際財 告準 第 號	監管 賬目
國際會計準 第 號	露主 性
國際會計準 第 號、第 號 訂本	可接 折舊及攤銷 法之 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(版本)	獨立財 表的權益法
至 期之	若 國際財 告準 的 訂

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

國際財 告準 第 號 訂本小 的 了財 告的 露， 些 正案清 的展示了：

在國際財 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 會被 類、

告主體在確定 告附註的順 會擁有 的靈活性；及

採用權益法計 的 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 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
告沒有顯著 響。

3. 經營分 資料

自 2017年1月1日起，本集團收購了內蒙古歐世蒙牛乳製品有限責任公司(「歐世蒙牛」)、美滋嬰 兒食品有限 公司(「美滋中國」)，以及 荷蘭乳業的 業務，本集團 歷了 次集團 收購，包 括 購銷

間銷售及參以當，第三銷售所採用的售，行交。

	截至2016年12月31日止年度			合計 人民幣千元
	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	
分 收入：				
銷售予外 審	1,462,414	668,150	72,751	2,203,315
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 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 入				130,238
財 成本				(18,825)
其他 入及 益				227,396
未 的其他 出				<u>(561,427)</u>
除稅 虧損				<u>(332,626)</u>
其他分 資料				
折舊及攤銷	130,442	36,136	—	166,578
未 款項				<u>3,135</u>
折舊及攤銷總額				<u>169,713</u>

截至2017年12月31日止

	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 審 間銷售	1,111,111	1,111,111	1,111,111	3,333,333
對賬：				
抵銷 間銷售	(111,111)	(111,111)	(111,111)	(333,333)
總 入	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
分 業績	1,111,111	1,111,111	1,111,111	3,333,333
對賬：				
財 入				1,111,111
財 成本				(1,111,111)
其他 入及 益				1,111,111
未 的其他 出				(1,111,111)
除稅 溢				1,111,111
其他分 資料				
折舊及攤銷	111,111	111,111	111,111	333,333
未 款項				1,111,111
折舊及攤銷總額	111,111	111,111	111,111	333,333

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 審 應的貨品的銷售。 入不包 銷售稅，並 除任何銷售折 。

本集團的 審 基礎 元化，於 內，並 任何單一 審 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 (虧損)／ 潤乃 除／()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	1,200,517
物業、 房及設 折舊	159,375	152,111
投資物業折舊	2,457	2,572
土地 用權攤銷	2,031	1,411
其他非流 資產攤銷	3,078	2,572
— 資產攤銷	<u>2,772</u>	<u>2,572</u>
折舊及攤銷總額	<u>169,713</u>	<u>159,267</u>
房屋的 租賃最 租	6,444	6,444
核	3,190	3,190
員福 費 (不包 董事及主 行 人員薪)：		
工資、薪 及津貼	447,331	447,331
離 補	74,132	74,132
計 款(定額 款計)	<u>38,644</u>	<u>38,644</u>
	<u>560,107</u>	<u>560,107</u>
息 入	(103,522)	(103,522)
其他投資的 益	<u>(26,716)</u>	<u>(26,716)</u>
財 入總額	<u>(130,238)</u>	<u>(130,238)</u>
貿 應 賬款減	<u>296</u>	<u>296</u>

的該等成本和費用已包 在上 露的「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	12,408
本 內確認以 的即期稅項調整	13,194	13,194
所 稅	<u>(35,324)</u>	<u>(10,596)</u>
本 稅項 出／(抵減)	<u>(12,408)</u>	<u>(12,408)</u>

在 內，就除稅 (虧損)／溢 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 (虧損)／溢	<u>(332,626)</u>	<u>(332,626)</u>
按中國法定稅率 ()	(83,157)	(83,157)
本 內確認以 的即期稅項調整	13,194	13,194
不可 稅開 的 響	10,703	10,703
不同稅率的 響	(40,800)	(40,800)
未確認稅項虧損	158,485	158,485
用以 未確認稅項虧損	(50,254)	(50,254)
不 稅 入的 響	<u>(20,579)</u>	<u>(20,579)</u>
本 按實際稅率計算的稅項 出／(抵減)	<u>(12,408)</u>	<u>(12,408)</u>

根據第十屆全國人民代表 會於 年 月 日的《中華人民 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 開發 略有關稅 策問題的 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 香港 稅撥 以本 的 計應課稅溢 ，按 ()的稅率計提。

根據 蘭國家的 定及法 ，本集團在 蘭的所 稅稅率 ()。

7. 股息

本 的 息 如下：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
息：		
本 宣派及 付		
— 息	<u>35,477</u>	<u>2,422</u>
擬派：		
— 末期 息： 7.	<u> </u>	<u> </u>
	<u> </u>	<u> </u>
	<u> </u>	<u> </u>

9. 存貨

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
原材	201,218	181,400
成品	211,591	191,400
半成品	180,259	175,000
包裝材	25,915	17,000
在途消費品	893	1,500
	<u>619,876</u>	<u>566,300</u>
合計	<u>619,876</u>	<u>566,300</u>

10. 貿易應收款及票據

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
貿易應收款及票據	162,138	175,000
減	<u>(747)</u>	<u>(1,000)</u>
	<u>161,391</u>	<u>174,000</u>

就貿易應收款言，本集團已訂有貸策：型超提介至的固定貸；以次核的與本集團交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。銷售予其他審會求全預付款。本集團定期審閱貿易應款的賬齡，以監察貸風險。

於告期末，除撥的應賬款及應票據按發票期的賬齡如下：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
三月以內	117,057	120,000
三至月	38,521	45,000
、月以上	<u>5,813</u>	<u>9,000</u>
	<u>161,391</u>	<u>174,000</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
現金及現金等物	581,491	1,111,417
受限的銀行存款	803,123	1,111,417
原期為三月以上的定期存款	<u>1,441,254</u>	<u>1,111,417</u>
	<u>2,825,868</u>	<u>3,334,251</u>
減：銀行融資之短期保證存款	803,123	1,111,417
減：長期銀行存款	<u>379,927</u>	<u>1,111,417</u>
現金及銀行結存	<u><u>1,642,818</u></u>	<u><u>1,111,417</u></u>
	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
以下貨物、的現金及銀行結餘：		
— 人民幣	2,473,884	3,334,251
— 其他貨幣	<u>351,984</u>	<u>1,111,417</u>
	<u><u>2,825,868</u></u>	<u><u>4,445,668</u></u>

人民幣並非可自由換為其他貨幣。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，本集團獲得權行外匯業務的銀行，將人民幣匯為其他貨幣。

銀行現金按行利率計息。於2015年12月31日，短期定期存款的實際利率為-1.5%至-3.5%（2015年12月31日：-1.5%至-3.5%），並將於一年內到期。長期定期存款的實際存款利率為-1.5%至-3.5%（2015年12月31日：-1.5%至-3.5%）。銀行結餘及已抵押存款於期末記錄且譽良的銀行儲存。

除了一些銀行貸款定期存款人民幣1,441,254元（2015年12月31日：人民幣1,111,417元）行擔保，尚有人民幣351,984元存款（2015年12月31日：人民幣1,111,417元）被為開具用證的保證。

12. 貿易應付賬款

於告 期，本集團根據發票 期的貿 應付賬款的賬齡 如下：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
三 月以內	222,504	1,141,100
三 月至 月	12,356	1,141,100
、 月以上	2,761	1,141,100
	<u>237,621</u>	<u>3,423,300</u>
	<u>237,621</u>	<u>3,423,300</u>

貿 應付賬款，包 應付關 的賬款，為不計息且一般於一至三 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 預付款	135,383	1,141,100
應計薪	129,581	1,141,100
應付離 補	53,595	1,141,100
應付 息	239	1,141,100
其他應付稅項	15,783	1,141,100
其他 款	—	1,141,100
取 審 的 保 證	66,513	1,141,100
審 誠計	—	1,141,100
預提費用	363,052	1,141,100
其他	98,087	1,141,100
	<u>98,087</u>	<u>3,423,300</u>
	<u>862,233</u>	<u>3,423,300</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 率 期 間 人民幣千元成

_____	_____
=====	=====

2016
人民幣千元 人民幣千元

銀行貸款

— 以人民幣計	400,000	—
— 以美元計	673,767	—
— 以港幣計	<u>69,324</u>	<u>—</u>
	<u>1,143,091</u>	<u>—</u>

於2016年12月31日，一些總額為人民幣1,143,091千元(2015年12月31日：人民幣1,143,091千元)的銀行貸款以人民幣69,324千元(2015年12月31日：人民幣69,324千元)的定期存款行抵。

於2016年12月31日，總額為人民幣400,000千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673,767千元的銀行貸款由山雅乳業有限公司擔保。

管理層討論與分析

行業回顧

2020年，全球經濟「黑鵝」事件頻出，經濟風險高企。國際政治震蕩，經濟全球化受挫極大，經濟不確定性增加。

面對錯綜複雜的國際形勢和不斷下行的經濟下行壓力，中國經濟保持了總體穩、穩中有進、穩中有為的發展態勢，實現了「十三五」的良好開局。根據中國國家統計局公佈的初步核算數據顯示，全年國內生產總值（GDP）為89,001億元，按可比價格計算，比上年增長2.3%，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為人民幣32,189元，比上年增長2.1%，扣除價格因素，實際增長0.7%。全國居民人均消費支出為人民幣24,135元，比上年增長1.8%，扣除價格因素，實際增長0.5%。

2020年12月1日，《嬰兒乳粉產品註冊管理法》（「註冊」）國家食品藥品監督管理總局局會議審議通過，自2021年1月1日起施行。註冊對業申的生產、銷售、出限，每業原上不超過10個系、種產品，並且對產品註冊，對標籤、與相關的稱內容一審，為確保嬰兒乳粉標籤、內容真實準確、科學規範，免業標籤、內容虛假、宣、導消費。2021年1月1日現有產品和現有品牌的註冊期限，國內百家嬰兒乳粉生產業100個品牌中，10%以上將會被清。人口策方面，人口在全面策開的首尚未有，一的渡，有於體現，積極國內嬰兒粉行業需求，業及發展機。

國內嬰兒粉模相比去基本持，跌升。母嬰持，銷售齊升，為佔比最，份額超一半；繼續響消費的消費行為和購買習慣，電商有所，海淘、海外代購及跨電商的發展先

，上半 蓬 發展，下半 受國家 策調控 響， 入盤整和 範期；商超 繼 續萎縮，並有 下 趨 ，導致 賴於該 的國產品牌承受 競爭 深化 革。

業務回顧

，蒙牛集團以全面 權 購 實現了與本集團 略合 ，成為本集團控 。 ，本集團、中國蒙牛國際有限公司(「蒙牛國際」)與 n nc . , r n e-(「 洲」)簽署 份認購協議並於 月完成交 ， 洲正 成為本集團第 。 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 台。 月，本集團完成對 集團 下 美滋中國的全資 購， 步完成品牌整合及國內產 局。

本集團致 於開發 消費 賴的 養產品，包 嬰 兒 成長的雅 、瑞 恩、 美滋、 r 、 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 模 結合了 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 的專業 銷團隊等 因 ，為 消費 提 具有 證的產品。

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 ，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 的目標客 的嬰 兒 粉產品 。本集團與 r 合 的原罐原裝 口有機「寶貝與 」，源自 麥，定 超高端 ；美滋「致粹」、 「 確盈養」 升 主 致 於 系的兒科 決 案；雅 「超 α— 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 「 」、「 r 「美 滋」主 對中 端消費群。

嬰兒特殊粉

隨著中國的現代化、工業化設的發展，、生活、飲食的變化，中國嬰兒面臨益的。本集團為嬰兒養專家，除了足嬰兒養需求外，下美滋有專業系產品，足特殊嬰兒的特殊養需求。目本集團美滋下有三系專業產品：

- 一系產品：目包預產品和治療產品。產品水工藝，有預高風險嬰兒的風險；產品，深水工藝，有治療嬰兒食物蛋白。
- 一消化系產品：目包乳產品，可以有免乳不受引起的腹瀉惡性。
- 一體兒系產品：目包出生體兒產品，足出生體兒趕生長的需求。

養食品

本集團亦生產銷售種養食品，包：眾型全家養粉—蒙牛品牌成人粉、怡品牌成人粉；中端性粉—品牌中粉；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—雅品牌嬰兒養米粉等。成了專為具有特殊需的消費設的不同養合產品以及合一般人的產品合。

品牌策略

，本集團以穩固雅品牌、瑞恩品牌、培系為策略，完成差異化的業模和品牌局，持續擴本集團的品牌播和品牌響，全面實現品牌的升與。

，雅蘭原裝原罐口產品在國內模上，本集團一月在全國點舉品推薦會，集中火宣，引爆點。本集團同集中電、媒體、面媒體等資源，產品宣，品上。上面，本集團全國首橋非物質化員節目—《中國》，合「長江衛」(南、北合、河南、安、江公省地面頻群盟)磅出擊。此外，本集團攜藝

、搜狐、芒果，播出該節目，台立體台合空。雅蘭
工原裝原罐生產的海外版粉也在月登陸蘭，駐蘭三主流超
系，實現在國內外同步上，引起了國內外媒體的高關注。雅獨家
蘭獨音樂會，並為「er」舉行兒童善義賣款活，提升了品牌知和美
譽。

瑞恩高成長的一，以「淨有機」的品牌主行播，提升
品牌知和口碑，同上和下結合推，超額成任，長率。在
推面，瑞恩計開展活，有提升消費體驗及客，瑞恩主題活
一「瑞恩有機嬰」自月開走城，射縣城鎮，
每消費去專業的嬰知和對有機及瑞恩有機產品的服，為瑞恩有機
內推定了基礎；在播面，瑞恩用上資源，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世界之
/、rr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
牌及推，內成任，為公司貢獻潤。

對略高端產品「寶貝與」，本集團品上會及上會，化
品牌，並簽具有國際響藝術家漫，為品牌代言人病毒頻和
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

，藉蘭質源和蘭高標準工，本集團研發中開發了的品系
嬰兒粉，豐富和化了本集團的產品，為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 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 。

對目 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 局， 化產品 養結構， 集團公司長期 略型產品，並按 註冊 求準 研製 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 、 抵 腸

下半年，本集團的「母嬰直」項目，開空白單體母嬰和小型鎖，由本公司直接貨，合人享受高額提成。母嬰直業機，在推型的同，激活團隊潛。項目也為母嬰，I的設立及行機積了驗。

內，本集團上銷售模穩步長。本集團高端嬰兒粉、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台的略合，品牌上；基礎嬰兒粉自鋪，化流；成人粉與沖調類主貓超和自，用電商合台流實現突破。

恩業入歐世蒙牛，銷售、生產、物流、人資源、財等面全面化，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。立有的巡體系，對費用巡檢核，提高費用用率；處竄貨砸，秩。會員管理系，並與、外，採購、生產、入、出、銷，一直消費積換、，全流程息化管理，實現全面預算管理、費用準投、業高、銷存管理、竄管理、消費實等合。會員管理系實現了母嬰直門的訂單及結算。

為全面激活團隊，四季，織構原有的品牌事業變為以和品類為主的，I構，其中母嬰，I承了品牌升和型的略目標；商超，I著變「下、下品類、下格」問題；高端母嬰，I立足於美滋回外資四品牌之、r成為品牌字上的皇；，I以原有電商為基礎，展社群銷、整合內資源、發展業以取客等；由品牌商、商、銷售團隊合業的恩項目。

質量管理

質 業的生 之源，質 業佔領 的唯一出路。本集團一直致 於 立起一 應商質 管理至消費 服 的整條 、 鏈的全面質 管理系 。

本集團 持每 產品 原 成品的質 管理 嚴格按 以下原 行：(一)嚴格對 應商 行 ，同 每 定期對 應商 行評 和 核，及 淘汰不 繼續 足本集團 求 的 應商，確 了本集團產品最源頭管理的理 實 ； 已 開 對各 應商的審核 流程 行 一，確 應商審核的完整和全面；()採購國內外 質的原 材 ，並嚴格 按 嚴於國家標準的 業內控標準的 求對原 行檢 控 ，確 的原 符合 求； 對各種原 行標準 一， 了一 衛生指標和污 物指標的 求；(三)採用全面合理的 養安全 並採用國際先 生產設 行生產；(四)嚴格的 程質 管理，確 每一 工 符合標準參 求；()嚴謹的產品出 檢 ，產品 檢 合格 發貨，確 了所有出 的產品 符合相關 求；()持續 秀人 行高 生產和質 管理，同 對內 的生產和質 管理人員 行持續的專業知 的培 學 習，不 最 的知 。

本集團以雅 中 實驗室為核 ，協同各子公司實驗室嚴格執行產品 出 自檢 。中 實驗室於 獲 國家認可證 ，現已有 參 ， 項檢 法 在乳製品及飲 領域中被認可， 蓋包 三 養成 指標、 生 、 物質和衛生指標 等。本集團在質 管理硬件 面投入巨 。各實驗室每 會不定期購買各種先 檢 設 包 超 液相質 用 、氣相質 用 、高 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 。

，本集團各工 順 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 。

，和 工 、上海工 、潮州工 持續對基礎設 行升 。

，在國家嚴格的各類風險監 程中，雅 、蒙牛、 美滋、 恩品牌產品全 檢 結果 合格， 了消費 用本集團產品的 。

資源整合

產 面，本集團按 註冊 一 工 不超 三 系 的 求，將 系 產品 蘭工 生產，並積極尋 海外代 工工 ，以 術性產品生產 證 潤 源。同 ，應 註冊 中對 差異的 求，將 合理 各工 ，並有策略 性、有 對性地申 。本集團 應鏈管理中 根據項目 安 ，開展相應工 ， 項目 。

工 面， 應鏈管理中 根據生產 ，合理 用、調撥本集團內 資源， 免資 源浪費和損失，在 了和 工 及上海工 基礎上， 定了 一的衡 標準，並定期跟 蹤，以橫、縱 比 各工 狀況並 善。 有 ， 安全、質 等體系的完 善， 成本、提高 率。

採購整合 面， 本集團 ， 步 集中採購，以期 應鏈整體採購成 本。在整合需求上， 一原 格，集中集團採購需求 ；在採購 和流程上， 一 了集團 投標 ， 立了 應商績 核指標體系，為 應商 擇和管理 下了 實基 礎；在採購 略上， 為 蒙牛集團集採，雅 集團集採，各公司自採三 ，同 顧 化海外採購的流程，構 了合同 構和標準合同模 ， 一了採購合同的管 理和 ；在 應商採 計 上，將各公司採購 集中採購 變，並 定了提升和 計 ，以 一 應 和策略。此外，採購 織 構按品類 專業採購 變， 為原材 和 口成品採購，包材採購， 合採購，固定資產 品 件與 合採購。採購 織各司 其 ，專業 工，以提高採購專業 ， 率和服 水 。

計 及物流 面，根據業 需求及 構設置， 化計 及物流的 織 構， 善工 流程 和 機 ， 反應、提高 率和服 水 的目的。引入 應商評 體系， 一物流 評 體系，整合與 一各物流中 標準操 流程、 業 冊與質 標準，實現 集團各物流中 的標準化管理與 ，提升各 的協同 應。計 面：計 管理

構的整合，實現了與銷售業整合匹配的計組織結構，完善了與各組織相匹配的業流程、人員配置的搭；計業整合，實現了銷售預算、生產跟蹤、客服訂單銜接整系的順，業最的持了銷售業整合的需求，產品鏈條清穩。物流面，原有各公司物流構的整合，確定了公司一的物流織；物流業整合，實現了據言的一衡，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略，全面的、系略實現的撐基礎。在蒙牛集團總、的指導持下，雅製了三期的息化設路圖，一、步實，完整導入蒙牛集團標準業息系。

雅於月啟了系實項目，以設集團業的核息系台。項目由包雅管理層、業流程負責人、關鍵用、蒙牛集團和雅、及實合在內的個人項目執行並將月設定為系上的目標期限。項目將為集團實包銷售與銷、生產計與執行、物管理、質管理、財和管理會計等集成一體化的模合，一各業單元管理據標準、操流程和管理策，最實現集團產、銷和財業的完整一體化高。

項目上，雅將繼續於續內實系以成完整的業撐息系，包銷費用管理系、商系、銷售執行系、質溯系（期）、消費服中系.cn等。

財務回顧

收入

截至2016年12月31日止，本集團之收入為人民幣1,462.4百萬元(2015年：人民幣1,462.4百萬元)，較去年減少1.7%。

按產品類	2016	2015	變	比例
	人民幣百萬元	人民幣百萬元		
嬰兒粉產品	1,462.4	1,462.4	-	-
養食品	668.2	668.2	-	-
其他	72.7	72.7	-	-
總計	<u>2,203.3</u>	<u>2,203.3</u>	<u>-</u>	<u>-</u>

截至2016年12月31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1,462.4百萬元)，較去年減少1.7%，養食品實現收入為人民幣668.2百萬元(2015年：人民幣668.2百萬元)，較去年減少1.7%，其他產品實現收入為人民幣72.7百萬元(2015年：人民幣72.7百萬元)，較去年減少1.7%，主要由於蘭銷售基粉銷售減少產生。

本集團收入下降主要由於：(一)現代和中國的萎縮減少了本集團原本在該市場的競爭；(二)本集團持續應對母嬰及電商的銷售模型，銷售策略的執行和效果需時間以及成本費用的投入；(三)本集團銷售以應對激烈的競爭；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，整合會在一定程度上影響產品的銷售成。

本集團上半年已引進經驗豐富的銷售管理團隊，團隊正在融合，並採取積極行動，包括銷售內管理化，銷售模型化、模型深入、產品不；同時本集團台管理、應鏈的整合也取進展，整合產生的益預計將在進一步體現。

毛利

截至 2022 年 12 月 31 日止，本集團錄得毛利為人民幣 1,124.2 百萬元(2021 年 12 月 31 日：人民幣 1,124.2 百萬元)，較去年下降了 1.2%。毛利率為 28.5%，較去年下降了 0.2%。下降原因在於本品搭贈。

銷售及經銷開支

截至 2022 年 12 月 31 日止，本集團產生銷售及經銷開支為人民幣 1,124.2 百萬元(2021 年 12 月 31 日：人民幣 1,124.2 百萬元)，較去年下降了 1.2%。

本集團銷售及經銷開支佔收入比例上升至 28.5% (2021 年 28.3%)，較去年上升了 0.2%；上升的主因為銷售收入下降，人工成本、廣告費用等相對固定費用未同比下降。

行政開支

截至 2022 年 12 月 31 日止，行政開支為人民幣 1,124.2 百萬元(2021 年 12 月 31 日：人民幣 1,124.2 百萬元)，較去年上升了 1.2%，主由蘭、山之工廠生產用率不足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 2022 年 12 月 31 日止，財務收入淨額為人民幣 1,124.2 百萬元(2021 年 12 月 31 日：人民幣 1,124.2 百萬元)。財務收入淨額下降了 1.2%，主由於 12 月購美滋中國以及整體息率下降。

所得稅開支／(抵減)

截至 2022 年 12 月 31 日止，本集團的所得稅抵減為人民幣 1,124.2 百萬元(2021 年 12 月 31 日：為所得稅開支人民幣 1,124.2 百萬元)，實際所得稅率為 28.5% (2021 年 28.3%)。所得稅費用下降的原因主本集團本期為稅虧損。

存貨

於 2022 年 12 月 31 日，本集團存貨餘額為人民幣 1,124.2 百萬元(2021 年 12 月 31 日：人民幣 1,124.2 百萬元)，減少主因為原粉價格下降以及本集團策略性調減原材料存貨。

其他金融資產

於 2022 年 12 月 31 日，其他金融資產包 括 本理財產品人民 幣 1,000 百萬元，預期 化 益率為 3.5% 至 4.5% (2021 年 12 月 31 日：3.5% 至 4.5%)。

貿易應收款及票據

於 2022 年 12 月 31 日，本集團貿 應 款及應 票據 額為人民 幣 1,000 百萬元(2021 年 12 月 31 日：人民 幣 1,000 百萬元)，餘額 主 因為直 商超門 戶，相應 予的 限額 為 1,000 百萬元。於 2022 年 12 月 31 日，貿 應 款 為 1,000 百萬元(2021 年 12 月 31 日：1,000 百萬元)，原因在於 12 月 入的 美滋中國 高 高本期集團 。

或然負債

於 2022 年 12 月 31 日，本集團並 無 或 負 (2021 年 12 月 31 日：_)。

資本 擔

於 2022 年 12 月 31 日，本集團未 資本承擔總額為人民 幣 1,000 百萬元(2021 年 12 月 31 日：人民 幣 1,000 百萬元)，主 為嬰 註冊整 項目及 粉生產設 。

呆賬撥備

於 2022 年 12 月 31 日，本集團的 賬撥 為人民 幣 1,000 百萬元(2021 年 12 月 31 日：人民 幣 1,000 百萬元)。該 等撥 與 付款的客 有關的減 應 款 出的撥 。本集團並 就該等 額持有 任何抵 品或其他 貨 。本集團定期審閱應 款的賬齡，並 慮根據若 因 計提撥 ，例如 人 否出現 財 困 、 人申 破產或 行財 的概率，以及 付款的可 性。

存貨減值撥備和報廢虧損

於 2022 年 12 月 31 日，本集團的存貨減 撥 餘額為人民 幣 1,000 百萬元(2021 年 12 月 31 日：_)。此 外，本集團亦錄 存貨 虧損人民 幣 1,000 百萬元(2021 年 12 月 31 日：人民 幣 1,000 百萬元)。主 由於 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 計為人民 幣 1,100.0 百萬元 (2019 年 9 月 30 日：人民 幣 1,000.0 百萬元)；以獲 若 干 款及開具 用證。

本公司股權 有人應佔溢利

本公司 權持有人應佔溢 利為人民 幣 1,100.0 百萬元， 去 下 1,100.0。主 由於銷售 入下 降、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 資 包 括 現 金 及 現 等 物，一 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 1,100.0 百 萬 元 (2019 年 9 月 30 日：人 民 幣 1,000.0 百 萬 元)，下 降 1,100.0。下 降 的 原 因 主 要 是 付 美 滋 中 國 購 款 項。

經營活動

截至 2019 年 12 月 31 日 止，本集團的 活 現 淨 流 入 人 民 幣 1,100.0 百 萬 元 (2019 年 9 月 30 日：人 民 幣 1,000.0 百 萬 元)。 現 淨 流 入 減 少 主 要 由 於 本 期 入 下 降。

資活動

截至 2019 年 12 月 31 日 止，投資活 現 淨 流 出 為 人 民 幣 1,100.0 百 萬 元 (2019 年 9 月 30 日：人 民 幣 1,000.0 百 萬 元)，投 資 活 現 流 出 減 少 主 要 由 於 投 資 銀 行 存 款 期 回。

融資活動

截至 2019 年 12 月 31 日 止，融 資 活 現 所 產 生 現 流 入 淨 額 為 人 民 幣 1,100.0 百 萬 元 (2019 年 9 月 30 日：人 民 幣 1,000.0 百 萬 元)，主 要 是 在 香 港 發 行 及 認 購 份 取 人 民 幣 1,100.0 百 萬 元 以 及 計 息 銀 行 貸 款 出 人 民 幣 1,100.0 百 萬 元。

貸款及借款

於 2019 年 12 月 31 日，本集團貸 款 及 借 款 為 人 民 幣 1,100.0 百 萬 元 (2019 年 9 月 30 日：人 民 幣 1,000.0 百 萬 元)； 合 款 的 化 率 為 100%， 其 中 包 括 美 元 及 港 幣 款 的 化 率 為 100% 及 100%， 人 民 幣 款 率 為 100% 以 及 貼 息 人 民 幣 款 率 為 100%，

(2022年12月31日：1,000,000,000)，以上貸款需按 求 期 。於2022年12月31日，本集團資產負債比率為 100% (2022年12月31日：100%)，資產負債比率為 末計息銀行貸款總額除以 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 元 / 百萬元。本公司

_____	_____	_____
=====	=====	=====

組織協同和發展模式，過程中，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，實現了應鏈全鏈條管理。年末，本集團對三家公司的平臺進行了組織及人員梳理，逐步完成平台的整合。

在管理層面，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與組織發展項目，如人員盤點，找出集團高潛人員，並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持；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、導購培訓等一系上下培訓，為集團特約銷售團隊組織提升奠定了良好基礎。

在文化建設方面，本公司在明確了業務願景和核心理念。在人力資源管理中開展了一系列文化建設活動，對業務化進行宣導。包括每季的高管工作坊、全員工的「業務化工作坊」、跨部門協同的培訓以及圍繞「誠信」、「激情」、「開拓」四項所策劃的業務化活動等。這些活動，有效提升了員工的素質，成為了文化建設的契機。

在人力資源基礎設施方面，人力資源管理中對雅士利、歐世蒙牛和美滋中國的人力資源管理進行了進一步整合，已基本完成合同管理、人員外包管理、薪酬體系、福利等面一，並在招聘和培訓等面進行了有效協同及資源共享。此外，人力資源信息化系統建設也在進行中。完善和統一的人力資源管理在一定程度上提升了內部的效率，促進了本公司的整合和融合。

社會責任

此外，本集團在社會公益活動中積極參與，將「螢火蟲行」的公益活動進一步推廣。

在母親節，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回家需求，免費接送她們回家。當活動持續了數小時，共接回了數百車次的媽媽回家，為超過數萬名媽媽去最溫馨的節日。

月份，雅 為 蘭獨 會的贊 商， 贈了演 會門票...，為「_er」 提 善義賣 款。另外 每月「_er」的受 家 贈不少於...罐雅 「超 α一 裝」 粉， 持 些有先 性 臟病患兒家 的 粉需求。

月份，雅 「小水 生專項基 」為孩子 口 。同月，雅 了 自「小水 」求 ，據 裏的孩子極需口 ， 雅 為他 提 。一 衷於公益 事業的雅 立馬行 ，先 調 了... 粉(... 罐) ， 基 會的 眉之急。

月份，雅 蘭乳業有限公司(「 蘭乳業」)開業一 榮獲「 善 」。...月...， 蘭乳業在 蘭最 中 站 主、善 織_er和《 》雜 協 的「_n_er」 善 宴上喜獲「 善 」榮譽稱號。中國駐 蘭總領館 領事 甚 玉會、中國駐 蘭總領館 領事 宇、國家黨議員楊 博、國家黨議員...cc以及行 黨黨魁 ...em r等...餘 嘉賓 持。

此外，本集團與 息 啟 「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 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...戶 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 積極投身公益事 業，不 。

公共關係及危機處理

本集團 持積極有 的宣 ，公開 地 外界 相關資 並與各宣 門、機構 持良 地 關 ，及 並發 公司最 資 ，積極參與各項公益事業和 善活 。

本集團內定了一完整的危機管理系及應對機，並本集團危機處理中，及、準確地處理消費的投及媒體關注的問題；同，本集團高反可問題，提為消費提良服，預危機事件的發生。本集團設立中，高關注行業及事件，對情行監控，對行業事件及出反應。與公眾及媒體有，公息，消除負面響，樹立在行業中良地。

資者關係

本集團認為，與、投資及潛在投資行有，乃提升投資關及投資瞭本集團業表現及策略的。本集團現接、電會議、非交路演及參商投資峰會等種和與投資行和交流。

為有，本集團設有站，有關本集團財資、業管治及其他據的最情況，以公眾閱。

未來展望

政策影響

註冊已於月正行，其落地將對行業產生深響。註冊求每業原上不超系、種產品，此策並非單求業減少，推業研發投入，硬件軟件管理，管理，引導乳製品業專注品牌及產品質，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，競爭趨於良性，全國局的模化業有中受益，成為份額有的競爭，小業、小品牌出局。將成為嬰兒粉行業點。

於月，跨電商售口策出台；月起，國對跨電商售口有關監管求予一的渡期，即在月之，不執行化品、嬰兒粉、療器械、特殊食品(包、食品、特殊學用食品等)的首次口

可、註冊或立案求；11月，商發將上渡期一步長至...
。長看，對跨電商行業的一步範，將會推整行業
、有的發展。

中國全面實全面策的第一，內生兒...萬，
不足以人口字。官據顯示，生兒同比...，為嬰兒
粉需求穩定了條件。全面策將漸發應，生活...的三四
城及鎮地區有...一定出生人口，提當地粉需求，繼推在該類地區商超
享有競爭的本土粉品牌的銷售。

行業趨勢

中國嬰兒粉呈整合趨，國產品牌與國外品牌存，上與下融
合，產品高端化與格回並行，整嬰兒粉行業處於變革、型的關鍵期。

，隨著註冊的深入實，審發證將提高行業集中，不具
資質的品牌將被淘汰出局，行業呈淨化趨。未註冊的品牌上半將出
現清甩貨，商將會審地擇合品牌。整體上提全球全國基地
局、品牌略、策略的品牌將具期合

公司策略

品牌策略

，本集團品牌策略次升。雅 品牌 於基礎 養 ；瑞 恩和 小羊 致 於差異化競爭，瑞 恩主 有機、 小羊定義為專業羊 粉； 美滋定 於專業 ，致 於研究兒科 決 案； 為 略品牌，突出皇室御 用概 。 間，本集團將完成差異化的業 模 和牌 局。本集團將主 媒體和 下牌推 和服 ，實現與目標消費群體的 ，並 的 推 ， 善 體 驗、提升用 戶 誠 。

本集團整體品牌策略將以瑞 恩模 為藍本， 上 播和 下推 貼 媽 媽，牌 費 用 準 投 ，以 的 投入 高的產出，實現牌 成長和 業 盈 目標。同 蘭乳業基地， 一步 化國際化牌 象；繼續 中 國 城 母乳 養成 研究項目，以公益活 的 表 本集團一直致 於中 國 母乳研究，並 本集團的社 會 責任 以及對消費 的 關 ，全面提升牌 美 譽 。

產品研發

本集團研發管理中的 點任 嬰 兒 產 品 的 註 冊，即將科學、安全、 養的嬰 兒乳粉 的研製 程上 國 家 食 藥 局，積極 合專家的審核， 爭 成 為 全 國 第 一 獲 嬰 兒 產 品 註 冊 號 的 業。此外，研發管理中 繼 續 持 產 品 理 ， 展 集 團 產 品 ， 用 國 外 質 的 有 機 原 開 發 原 裝 口 版 的 有 機 嬰 兒 粉，以及有 機 孕 產 婦 粉 和 有 機 全 脂 粉，為消費 提 高 質 量 的 產 品。

註 冊 的 正 實 ，也 將 國 內 羊 粉 洗 牌，騰 出 一 定 空 間 為 入 的 牌 和 已 的 牌 提 機 會。本 集 團 將 此 機 會，研 製 羊 嬰 產 品， 入 羊 嬰 ， 展 集 團 產 品 ， 為 潤 長 機 會。

研發管理中將投入基礎營養研究，申請國家資的十三粉關鍵術課題的資，開展嬰兒營養基礎研究，為嬰兒提養科學合理的產品。

銷售

，本集團將因應粉的行業變局，用期的全球應鏈和品牌，結合最的業構，在局面實行一系列合策略。

母嬰，承接品牌升和型的略目標，以術品牌和略品牌蓋母嬰鎖，實現成長和持續長。術品牌相之間不交叉，以擴集團整體份額；略品牌和術品牌允交叉，以實現補、圍。

商超，著變長期積的「下、下品類、下格」問題，步出貢獻為負的鎖系，留有潤貢獻的，展單體母嬰門和流門，以費用。毛產品出商超，毛高的蒙牛成人粉議入商超，並以特及特合提；流成人粉和沖調類鋪貨，執行學區飲和季訂貨會。升的產品以及引入的養品將擲賣與的費用和銷費用，在競爭中回主導地。

高端母嬰，立足於美滋回外資四品牌之、r成為品牌字上的皇。一目標首先立在對現有產品不行下沉(一、下沉三四)，同管控，引入系台、費用準投、費用用率提高、竄控管理，將國產粉秀的植美滋和r，與之為外資品牌的品牌結合起，成競爭。

，以原有電商為基礎，展社群銷、整合內資源、發展業以取客等。在電商業已成蓬發展態的基礎上，基於的型業模，為本集團未型業模定基礎。

恩項目採用品牌商、商、銷售團隊合業的模，本集團品牌，
工交母嬰鎖類商，相以產品潤和品牌參激，推
商地品。

應鏈

，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；宗物用蒙牛集採，監控機會行格鎖
定或囤貨，以免格波對成本的響；對點物，行應商梳理和略應商
的評，生產商直採，以立長期應商關。包材採購面，的主包材將行
集團內對標，格一，集中需求行採，本；沖調項目將實現由自製代
工採應，非略產品管理的雜程。採購面，將格，服，質
三面梳理應商，實現雅集採，減少應商以上，以用集採模
應，調應商積極性，成本，提高服，減管理成本；固定資產採購及合
採購面，點立並推合類泛採購的工流程，為各需求門提專業的應商
尋源，採，議及合同服；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。化物流服模及現有承商結構，提高對業持的和率。儲
面注控存。在計面，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，確保 存貨 處於穩定 衡的狀態， 存成本。 與採購 同推 項目，將本公司 存 化為 應商 存， 原 材、包裝材 的 存水 ， 存成本， 存貨 ，提升資 用率。

人 資源

人 資源管理中 將 面 撥本集團在 的一 穩銷售、提升 率。

一、 型， 人員。本集團將積極推 四 銷 構的落地，推 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 人 資源的投入，並 富有特色的激 業 並 變革。同 ， 對 生 培養、落地導 ，並 步完善高潛人 的發展與培養計 ， 設學習型 織，確保 業 型 程中有 足的人 。

、 化流程， 率。 織 構上，本集團已 步完成 銷、 應鏈和 台的整合， 將在 的 構基礎上 行內外 對標，梳理人員 置， 成本， 高的團隊。同 ，在 的 構基礎上梳理和完善 的權責矩 ， 權，提升業 決策 。

三、提升 ， 業 。本集團將 用舉 略 會等 機 略的宣導，提升 略 ， 上下同 ， 。 人 資源管理中 將 培 與發展的 點 在高潛人 的培養、 銷團隊 提升和 員工的培 上， 有 業 的發展。

四、 化 化， 人 。 的 化 設將 於「激情」和「開 的 、 和季 富有特色的員工活 ， 對 業 化核 的推 ， 並持續推 員工 交流，不 化雅 集團的 化特 ， 化 人 ， 富有激情的高管與執行團隊。同 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 權 計 (「首次公開發售 購 權 計 」) 及 於 2011 年 1 月 採 購 權 計 (「購 權 計 」)。購 權 計 之 情 如 下 :

本公司已採 購 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 持與該等對本集團的表現、 長或成 言屬 及 / 或其貢獻屬有 或將會有 的合資格參與 的持續關 。

因行 根據購 權 計 及本集團任何其他計 將予 出的所有購 權 可 發行的最高 份 目, 合 不 超 於 2011 年 1 月 (「上 期」) 已發行 份的 10%, 即 10,000,000 份, 相當於於本 告 期本公司已發行 份的 10%。本公司概不 任何一 購 權 計 參與人 出購 權, 致 在任何截至最 出當 止 12 月期間行 已 出及將 出的購 權 發行及將予發行的 份總 超 本公司不 已發行 本的 。

購 權 可根據購 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 12 個月。於購 權 可獲行 並 最短持有購 權 的期限。購 權 計 參與人在 期 或之 接 出購 權 須 本公司繳付 1.00 港元。購 權 的行 由董事會全權 情 定, 惟不 於下 三 中的最高 :

份面 積 ;

於 期在 交所每 份 表所 的 份 數 ; 及

接 期 業 於 交所每 份 表所 的 份 數 均 為 1 份。

購 權 計 將由上 期起計 12 個月期間內有 效及生 效, 於該期間 內, 將不會 一步 出或 提呈購 權 。

於 2011 年 1 月 1 日, 蒙牛國際 本公司之期權持有人提出自願性全面 購 權 (「期權 計劃」), 以註銷首次公開發售 購 權 計 及購 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 1 日 有關(其中包 括)期權 計劃之 合 購 權 及回應 文件。

於 月 (即期權之截止期)，有關 份期權之期權 已被接
。於期權 獲接 ，相關期權 同其附 之所有權 已被註銷及 棄， 所有未行
期權亦自 失 。

自 月 至 月 ，本公司並 出期權，亦概 任何由本公司 出的未
行 期權。於 月 ，本公司概 出任何未行 期權。

股票 鈎協議

除上 「購 權計 」一節所 露 外，本集團於本 概 訂該言

暫停辦理股份 登記 續

為 定有權出 應屆 會並於會上表決的 身份，本公司將於 月 (期) 至 月 (期) (包 首尾) 理 份 登記 續，期間將不會 行任何本公司 份 登記。為符合出 將於 月 (期) 舉行之應屆 會並於會上表決的資格，所有已 及簽署之 表格 同相關 票 須於 月 (期四) 下午 本公司的香港 份 登記 處香港中 證 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 行證 交 的標準守 (「標準守 ）」為本集團有關董事 行證 交 的行為標準。全體董事確認於截至 月 止 整段期間皆有 守標準守 。

本公司亦已為可 擁有本公司尚未公 的內 消息的 員 訂 行證 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 ，尤其著 盡 的董事會和完善的內 監 控，以提高 及對 之間責性。董事會知悉，良 業管治 及程 對本集團及其 有 。

董事會認為本公司已於截至 月 止 整段期間採 香港 合交 所有限公司 (「 交所」) 證 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 未 出 本公司於 月 舉行的 會。

本公司致 提升 合其業 及發展的 業管治 ，並不 檢 該等 ，以確 其 符法定及專業標準，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核審閱本公司採用的會計原則與慣例，並審核、風險管理、內控、舉策及系以及財告事宜，其中包括審閱本集團截至 月 止內之財表。本公司的核安永會計事務所將會任並符合資格於本公司應屆會上膺以獲任。一項任安永會計事務所為本公司核的決議案將於本公司應屆會上提呈。

安永會計事務所的工作範圍

本集團截至 月 止之步業績公告所之財字，已本集團之核安永會計事務所同，該等字乃本集團之合財表草擬本所之字。安永會計事務所就此行的工，並不構成根據香港會計公會頒的香港審計準、香港審閱業準或香港核證業準行的核證服此安永會計事務所概不就步業公發表任何證。

刊發業績公告及年度報告

本業績公告發於交所 www.hkexnews.hk 及本公司 www.yee-ni.com 站。本公司截至 月 止的告(有上定的所有資)將於當寄發予本公司及登於上站。

承董事會
雅士利國際 股有 公司
主
盧敏放

香港， 月、

於本公告期，董事會成員包括：非執行董事盧先生(主)、鵬先生、先生及黃軍先生；執行董事先生及華先生；以及獨立非執行董事莫衛先生、程守先生及港衛先生。