

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。



CHINA MENGNIU DAIRY COMPANY LIMITED

中國蒙牛乳業有限公司*

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2319)

截至二零一零年六月三十日止六個月 中期業績公佈

財務摘要

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
收入	14,434,223	12,097,615
毛利	3,787,172	3,233,040
本公司擁有人應佔淨利潤	618,820	661,898
經營業務所得淨現金流入	1,168,703	1,748,270
每股盈利 (人民幣：元)		
— 基本	0.356	0.424
— 攤薄	0.355	0.424

- 隨著中國乳製品市場不斷擴大，集團專注高端乳製品之研發，期內產品組合持續優化及市場推廣策略成效顯著，本集團期內之收入同比增長19.31%至人民幣144.342億元。
- 本集團進一步擴大生產規模，於二零一零年六月，合計年產能達614萬噸。
- 蒙牛在荷蘭合作銀行於二零一零年六月發佈的最新全球奶業公司排行榜中，由第十九位進一步躍升至第十六位。
- 本集團奉行「好品質，綠生活」概念，致力打造綠色乳業，期內榮獲「中國低碳新銳企業」、「最受關注的低碳貢獻企業」及「綠色健康企業」等多個讚許環境保護開創性實踐的獎項。

中國蒙牛乳業有限公司（「本公司」）之董事會（「董事」或「董事會」）欣然呈報本公司及其子公司（「本集團」）截至二零一零年六月三十日止六個月的未經審核綜合中期業績連同比較數字，該中期業績及簡明中期財務報表已由本公司審核委員會（「審核委員會」）及核數師審閱。

簡明綜合利潤表

	附註	未經審核	
		截至六月三十日止六個月 二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
收入	3	14,434,223	12,097,615
銷售成本		<u>(10,647,051)</u>	<u>(8,864,575)</u>
毛利		3,787,172	3,233,040
其他收入及收益		57,242	16,625
銷售及經銷費用		(2,601,746)	(1,942,467)
行政費用		(492,891)	(376,279)
其他經營費用		<u>(22,875)</u>	<u>(86,688)</u>
經營業務利潤		726,902	844,231
利息收入		39,270	16,242
融資成本	5	(21,942)	(47,916)
應佔聯營公司利潤及虧損		<u>5,226</u>	<u>7,530</u>
稅前利潤	4	749,456	820,087
所得稅支出	6	<u>(72,584)</u>	<u>(97,726)</u>
本期利潤		<u>676,872</u>	<u>722,361</u>
以下各方應佔：			
本公司擁有人		618,820	661,898
非控股股東		<u>58,052</u>	<u>60,463</u>
		<u>676,872</u>	<u>722,361</u>
本公司普通股擁有人應佔每股盈利 (以每股人民幣元計)	7		
— 基本		0.356	0.424
— 攤薄		<u>0.355</u>	<u>0.424</u>

簡明綜合財務狀況表

	附註	未經審核 二零一零年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		4,982,424	4,919,608
在建工程		293,486	326,679
土地使用權		396,987	367,191
商譽		199,143	199,143
其他無形資產		29,730	31,637
於聯營公司之權益		71,368	67,383
可供出售投資		17,409	17,409
遞延所得稅資產		128,846	131,741
其他金融資產		36,112	20,868
		<u>6,155,505</u>	<u>6,081,659</u>
流動資產			
存貨		934,560	714,897
應收票據	9	29,682	52,449
應收賬款	10	567,066	527,303
預付款及按金		626,820	272,627
其他應收款項		86,602	66,202
保證金存款		218,883	230,968
現金及銀行結存		6,562,897	6,150,021
		<u>9,026,510</u>	<u>8,014,467</u>
流動負債			
應付賬款	11	2,332,557	1,531,366
應付票據	12	899,438	808,409
遞延收益		13,204	13,162
預提費用及客戶訂金		430,282	559,291
其他應付款項		998,748	1,211,172
計息銀行貸款		446,085	323,593
其他貸款		106,947	106,947
應付所得稅		24,051	—
		<u>5,251,312</u>	<u>4,553,940</u>
淨流動資產		<u>3,775,198</u>	<u>3,460,527</u>
總資產減流動負債		<u>9,930,703</u>	<u>9,542,186</u>

	附註	未經審核 二零一零年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
非流動負債			
計息銀行貸款		150,000	350,000
長期應付款項		33,615	49,879
遞延收益		232,096	230,613
		<u>415,711</u>	<u>630,492</u>
淨資產		<u>9,514,992</u>	<u>8,911,694</u>
權益			
本公司擁有人應佔權益			
已發行股本		178,613	178,611
保留利潤		1,668,141	1,294,766
其他儲備		7,285,254	7,102,301
		<u>9,132,008</u>	<u>8,575,678</u>
非控股股東		382,984	336,016
		<u>9,514,992</u>	<u>8,911,694</u>
總權益		<u><u>9,514,992</u></u>	<u><u>8,911,694</u></u>

附註：

1. 公司資料

本公司為於開曼群島註冊成立的獲豁免有限責任公司。本公司乃一家投資控股公司，而其子公司在中華人民共和國（「中國」）從事乳製品生產及經銷業務。

2. 編製基礎及會計政策

編製基礎

截至二零一零年六月三十日止六個月的未經審核中期簡明綜合財務報表是按照國際會計準則（「國際會計準則」）第34號「中期財務報告」編製。

未經審核中期簡明綜合財務報表並未載有年度財務報表所需的全部信息和披露，故應與本集團截至二零零九年十二月三十一日止年度的財務報表一併閱覽。

重大會計政策

除因採納以下於二零一零年一月一日生效的新頒佈及經修訂的國際財務報告準則及詮釋外，編製中期簡明綜合財務報表所採納的會計政策，與編製本集團截至二零零九年十二月三十一日止年度的財務報表所採納者保持一致。採納該等詮釋對未經審核中期簡明綜合財務報表中本集團於本期的財務狀況或經營業績均無任何重大影響。

- 國際財務報告準則第2號「以股份為基礎的支付－集團以現金結算的股份支付款項的交易」

此準則經已修訂以闡明有關集團以現金結算的股份支付款項的交易的會計處理。此項修訂亦取代了國際財務報告詮釋委員會第8號及第11號。採納此項修訂不會對本集團的財務狀況或業績產生重大影響。

- 國際會計準則第39號「金融工具：確認和計量－符合條件的對沖項目」

此項修訂指明對沖項目的單方面風險，及指明通脹為對沖風險或於特定情況下為其部份。此項修訂對本集團的財務狀況或業績並無影響。

- 國際財務報告詮釋委員會－第17號「向擁有人分配非現金資產」

該詮釋為實體向股東分配非現金資產（以儲備或股息形式）的安排提供了會計處理指引。此詮釋對本集團的財務狀況或業績並無影響。

國際財務報告準則的改進 (於二零零八年五月發佈)

於二零零八年五月，國際會計準則委員會發佈了對準則的第一次綜合修改。所有修改部份已於二零零九年十二月三十一日於本集團生效，惟如下除外：

- 國際財務報告準則第5號「持作出售非流動資產及已終止經營業務」：此準則闡明一家子公司歸類為持有待售後，即使該實體於出售交易後仍保留非控股權益，其所有資產及負債均歸類為持有待售。該修訂為可追溯應用，惟不會對本集團的財務狀況或財務表現產生重大影響。

國際財務報告準則的改進 (於二零零九年四月發佈)

於二零零九年四月，國際會計準則委員會發佈了對準則的第二次綜合修改，主要是為了刪去不一致性和澄清措辭。每項準則均有各自的過渡條款。採納以下修訂導致本集團的會計政策發生變動，但不會對本集團的財務狀況或業績產生重大影響。

- 國際財務報告準則第8號「業務分部信息」：闡明分部資產及負債僅須於主要經營決策者所採用的衡量方法包括該等資產及負債時方會呈報。由於本集團的主要經營決策者負責審閱分部資產及負債，故本集團已於附註3繼續披露有關資料。
- 國際會計準則第7號「現金流量表」：明確規定僅導致確認一項資產的支出可被歸類為投資活動現金流量。該項修訂將對於二零一零年完成的採用現金結算的業務合併的或然代價在現金流量表的呈列產生影響。本集團於現階段並無此類交易。
- 國際會計準則第36號「資產減值」：該項修訂闡明了分配因業務合併所產生的商譽所允許的最大單位為於報告合併前國際財務報告準則第8號所界定的經營分部。該項修訂對本集團並無影響，因為年度減值測試乃於合併前進行。

因國際財務報告準則的改進對下列準則所導致的其他修訂本集團的會計政策、財務狀況或業績並無任何影響：

- 國際財務報告準則第2號以股份為基礎的支付
- 國際財務報告準則第5號持作出售非流動資產及已終止經營業務
- 國際會計準則第1號財務報表的呈列
- 國際會計準則第17號租賃
- 國際會計準則第38號無形資產
- 國際會計準則第39號金融工具：確認和計量
- 國際財務報告詮釋委員會第9號重估嵌入式衍生工具
- 國際財務報告詮釋委員會第16號於海外業務投資淨額的對沖

本集團並無提早採納已頒佈但尚未生效的任何其他準則、詮釋或修訂。

3. 收入及分部資料

出於管理需要，本集團按產品及服務構組業務單元，共有下列三個可報告經營分部：

- 液體奶產品分部 – 生產及經銷超高溫滅菌奶（「UHT奶」）、乳飲料和酸奶；
- 冰淇淋產品分部 – 生產及經銷冰淇淋；及
- 其他乳製品分部 – 生產及經銷奶粉等。

管理層獨立監察各經營分部的業績，以作出有關資源分配及表現評估的決策。分部表現乃根據可報告分部利潤／（虧損）（其為對持續經營業務的經調整稅前利潤／（虧損）的一種計量）予以評估。持續經營業務的經調整稅前利潤／（虧損）乃貫徹以本集團的持續經營業務的稅前利潤／（虧損）計量，惟利息收入、融資成本、股息收入及總部及公司支出不包含於該計量內。

分部資產並無包括按成本計值的股本投資，以及其他不分部的總部及公司資產，因該等資產按集團層面管理。

分部負債並無包括其他不分部的總部及公司負債，因該等負債按集團層面管理。

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。

下表呈列了本集團的業務分部在持續經營業務的收入、利潤和部份資產和負債的資料：

截至二零一零年六月三十日止六個月
(未經審核)

	液體奶產品 人民幣千元	冰淇淋產品 人民幣千元	其他乳製品 人民幣千元	分部間抵銷 人民幣千元	綜合 人民幣千元
分部收入：					
銷售予外部客戶	12,462,199	1,821,086	150,938	–	14,434,223
分部間銷售	38,072	616	10,261	(48,949)	–
總計	12,500,271	1,821,702	161,199	(48,949)	14,434,223
分部業績	928,884	8,151	(2,407)	–	934,628
利息收入					39,270
融資成本					(21,942)
應佔聯營公司利潤及虧損					5,226
不分部的公司支出					(207,726)
稅前利潤					749,456
所得稅支出					(72,584)
本期利潤					<u>676,872</u>
於二零一零年六月三十日 (未經審核)					
資產及負債					
分部資產	8,884,012	1,337,590	374,831	–	10,596,433
不分部的公司資產					6,932,897
集團內部抵銷					(2,347,315)
總資產					<u>15,182,015</u>
分部負債	4,874,232	901,554	256,873	–	6,032,659
不分部的公司負債					1,981,679
集團內部抵銷					(2,347,315)
總負債					<u>5,667,023</u>

截至二零零九年六月 三十日止六個月 (未經審核)	液體奶產品 人民幣千元	冰淇淋產品 人民幣千元	其他乳製品 人民幣千元	分部間抵銷 人民幣千元	綜合 人民幣千元
分部收入：					
銷售予外部客戶	10,287,461	1,657,686	152,468	–	12,097,615
分部間銷售	<u>32,373</u>	<u>15,072</u>	<u>1,019</u>	<u>(48,464)</u>	<u>–</u>
總計	<u>10,319,834</u>	<u>1,672,758</u>	<u>153,487</u>	<u>(48,464)</u>	<u>12,097,615</u>
分部業績	940,795	71,462	(7,167)	–	1,005,090
利息收入					16,242
融資成本					(47,916)
應佔聯營公司利潤及 虧損					7,530
不分部的公司支出					<u>(160,859)</u>
稅前利潤					820,087
所得稅支出					<u>(97,726)</u>
本期利潤					<u><u>722,361</u></u>
於二零零九年十二月三十一日 (經審核)					
資產及負債					
分部資產	8,398,855	1,172,153	336,725	–	9,907,733
不分部的公司資產					7,059,351
集團內部抵銷					<u>(2,870,958)</u>
總資產					<u><u>14,096,126</u></u>
分部負債	5,139,046	766,052	216,681	–	6,121,779
不分部的公司負債					1,933,611
集團內部抵銷					<u>(2,870,958)</u>
總負債					<u><u>5,184,432</u></u>

4. 稅前利潤

本集團的稅前利潤乃經扣除下列各項後計算所得：

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
銷售存貨成本	10,647,051	8,864,575
物業、廠房及設備折舊	338,772	332,559
土地使用權攤銷	4,438	3,660
其他無形資產攤銷	2,194	2,417
僱員福利費用（不包括董事袍金）	767,409	625,166
	<u>12,160,664</u>	<u>10,168,377</u>

5. 融資成本

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
須於五年內全數償還的銀行貸款的利息	18,854	42,413
長期應付款項的利息	3,088	5,503
	<u>21,942</u>	<u>47,916</u>

6. 所得稅支出

簡明綜合利潤表內所得稅支出的主要成分為：

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
當期所得稅		
當期所得稅支出	69,689	47,843
遞延所得稅		
有關稅項虧損及暫時差額的產生及回撥	2,895	49,883
	<u>72,584</u>	<u>97,726</u>

- (a) 由於本集團在期內並無在香港產生任何應課稅利潤，故無計提香港利得稅撥備。
- (b) 所得稅支出指在期內按現行適用稅率計提的中國企業所得稅（「企業所得稅」）撥備。

期內，根據(i)《中華人民共和國企業所得稅法》及相關過渡稅務優惠政策；(ii)《財政部、國家稅務總局、海關總署關於西部大開發稅收優惠政策問題的通知》；及(iii)《關於發佈享受企業所得稅優惠政策的農產品初加工範圍（試行）的通知》，若干中國子公司享有稅務豁免。

7. 本公司普通股擁有人應佔每股盈利

本期的每股基本盈利乃根據期內本公司普通股擁有人應佔淨利潤除以期內已發行普通股的加權平均股數計算。

尚未行使購股權對計算截至二零零九年六月三十日止六個月的每股攤薄盈利並未有攤薄影響。截至二零一零年六月三十日止六個月，每股攤薄盈利乃根據期內本公司普通股擁有人應佔淨利潤除以用作計算每股基本盈利所採用的期內已發行普通股加權平均數並假設期內所有購股權獲行使並根據國際會計準則第33號「每股盈利」的或然普通股撥備按無代價發行的普通股加權平均數計算。

以下是計算每股基本及攤薄盈利時所用的利潤及股份數目：

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
本公司普通股擁有人應佔淨利潤	618,820	661,898
	股份數量	股份數量
	(千股)	(千股)
計算每股基本盈利所用的普通股的加權平均數	1,737,198	1,561,663
假設期內所有購股權獲行使而無償發行的普通股 加權平均數	3,560	—
計算每股攤薄盈利所用的普通股加權平均數	1,740,758	1,561,663

8. 股息

董事並未建議派發截至二零一零年六月三十日止六個月的中期股息（截至二零零九年六月三十日止六個月：無）。截至二零一零年六月三十日止六個月，本公司建議就截至二零零九年十二月三十一日止年度向本公司股東宣派及派付期末股息每股人民幣0.1413元（截至二零零九年六月三十日止六個月：無）。

9. 應收票據

本集團應收票據按發票日期的賬齡分析如下：

	未經審核 二零一零年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
3個月以內	29,647	51,949
4至6個月	35	500
	<u>29,682</u>	<u>52,449</u>

10. 應收賬款

本集團一般給予客戶不超過30天的信貸期，在特定情況下可延長。本集團密切留意逾期未還結餘。鑒於上文所述及本集團的應收賬款乃與大量不同類別的客戶有關，故並無重大信貸集中風險。應收賬款並無附帶利息。

本集團經扣除呆賬撥備的應收賬款按發票日期的賬齡分析如下：

	未經審核 二零一零年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
3個月以內	522,044	471,122
4至6個月	31,783	46,112
7至12個月	11,402	7,243
1年以上	1,837	2,826
	<u>567,066</u>	<u>527,303</u>

11. 應付賬款

本集團應付賬款根據發票日期的賬齡分析如下：

	未經審核 二零一零年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
3個月以內	2,274,070	1,463,848
4至6個月	48,496	63,708
7至12個月	9,175	2,868
1年以上	816	942
	<u>2,332,557</u>	<u>1,531,366</u>

12. 應付票據

本集團應付票據根據發票日期的賬齡分析如下：

	未經審核 二零一零年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
3個月以內	565,611	712,105
4至6個月	333,827	96,304
	<u>899,438</u>	<u>808,409</u>

管理層討論及分析

財務回顧

隨著中國乳製品市場的不斷擴大，集團專注高端乳製品之研發，期內產品組合的持續優化及市場推廣的顯著成效，截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團之收入達人民幣144.342億元（二零零九年：人民幣120.976億元），較去年上半年增長19.31%，顯示本集團之整體營業額表現理想。本公司擁有人應佔利潤為人民幣6.188億元（二零零九年：人民幣6.619億元）。每股基本盈利為人民幣0.356元（二零零九年：人民幣0.424元）。

毛利

回顧期內，本集團錄得毛利人民幣37.872億元（二零零九年：人民幣32.33億元），較去年同期增長17.14%。雖然原料鮮奶等原輔料價格於期內有顯著上升，但本集團透過進一步提升高端功能性產品的比例、積極優化產品組合，以及成本精準化控制，有效抵銷原奶價格上漲的影響，保持整體毛利率穩定在26.2%的水平（二零零九年：26.7%）。

經營費用

本集團於二零一零年上半年的銷售及經銷費用為人民幣26.017億元（二零零九年：人民幣19.425億元），佔本集團收入的18%（二零零九年：16.1%），其中廣告及宣傳費用的有關開支佔收入比例為8.1%（二零零九年：8.7%），銷售及經銷費用比例上升主要由於運輸費用、租賃費用及其他經銷費用等的上升所引致。

於二零一零年上半年，行政及其他經營費用為人民幣5.158億元（二零零九年：人民幣4.63億元），佔本集團收入的3.6%（二零零九年：3.8%）。於回顧期內，本集團實施了精準化的運營管理體系，改善了資源分配及利用效率，以及期內存貨撥備減少，致整體行政及其他經營費用比例有所下降。

經營業務利潤

本集團期內息稅折舊攤銷前利潤(EBITDA)為人民幣10.775億元（二零零九年：人民幣11.904億元），EBITDA利潤率錄得7.5%（二零零九年：9.8%）。本集團二零一零年上半年之EBITDA利潤率與去年全年的7.8%之水平相若。

資本架構、流動資金及財務資源

截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團的經營業務所得現金淨額為人民幣11.687億元（二零零九年：人民幣17.483億元），而本集團於二零一零年六月三十日之淨現金（現金及銀行存款扣除銀行貸款總額）為人民幣59.668億元（二零零九年十二月三十一日：人民幣54.764億元），顯示本集團之財務狀況依然穩健，且現金流量非常健康。

於二零一零年六月三十日，本集團的尚未償還銀行貸款為人民幣5.961億元（二零零九年十二月三十一日：人民幣6.736億元），其中人民幣4.461億元（二零零九年十二月三十一日：人民幣3.236億元）須於一年內償還，而人民幣1.5億元（二零零九年十二月三十一日：人民幣3.5億元）的償還期則為一年以上。另外，其中人民幣2.461億元之銀行貸款（二零零九年十二月三十一日：人民幣3.236億元）為按固定利率計算。

本集團於二零一零年六月三十日的總權益為人民幣95.15億元（二零零九年十二月三十一日：人民幣89.117億元）。而債務權益比率（銀行貸款總額除以總權益）為6.3%（二零零九年十二月三十一日：7.6%）。

期內，本集團的融資成本為人民幣2,194萬元（二零零九年：人民幣4,792萬元），佔本集團收入約0.2%（二零零九年：0.4%）。

市場回顧

中國乳業在國家「調結構、促消費」政策基調的帶動下，於二零一零年上半年進入了蓬勃發展的時期。中國龐大的消費基礎，以及經濟持續高速發展伴隨的消費能力提升與結構升級，均為中國乳品企業創造了巨大的市場潛力與商機。

作為中國乳業的領軍者，蒙牛憑藉其對原料、生產及產品的執著堅持，於國際乳業平台上的地位獲進一步躍升。在荷蘭合作銀行於二零一零年六月發佈的最新全球乳業排行榜中，蒙牛從去年的第十九位躍居至第十六位，進一步向世界乳業十強的目標邁進。

業務回顧

蒙牛在奶源、生產、運營、銷售及研發等方面均訂立了更高的標準及要求。二零一零年上半年的理想業績已為本集團的持續發展計劃奠定了良好的基礎。

在奶源發展方面，本集團通過持續的投入及採用整合發展模式，透過包括參股大型牧場、委托貸款、預支奶款及投入建設奶源設備等主要方法，積極強化奶源建設，確保奶源的質和量，配合企業發展。目前在奶源結構上已經形成超過70%為集約化牧場奶源、農戶奶源低於30%的局面，遠遠超出國內奶源發展的平均水平，確保奶源的穩定、安全和可持續增長。

在生產運營及銷售方面，本集團持續推進精細化管理工作，降低耗用，提升運營效率，並逐步打破以產品分界而造成的資源共享不足的現狀，推動了內部管理上的同一運營職能一體化，實現了向國際化一流企業業務架構的逐步轉化。

本集團的業務發展方向一如既往，不僅於量的增長上，更於質的提升上不斷謀求企業持續發展。憑藉高品質奶源，高品位、高享受的高端產品不間斷推出，蒙牛積極以為消費者創造健康優質的生活作為己任。作為肩負社會責任的領先企業，「綠色戰略」已成為蒙牛堅定不移的發展戰略。本集團以生態草原為基礎，全力打造綠色和諧的綠金產業鏈，運用蒙牛自然純的牧場奶源，為每一位消費者帶來綠色生態產品，亦為社會大眾傳遞環保低碳理念。

品牌及市場推廣

回顧期內，本集團率先在乳品行業提出「綠色發展戰略」，並進行一系列品牌增值及市場推廣活動，提出「好品質，綠生活」的品牌主張，向消費者和社會各界作出切實承諾、踐行並倡導企業運營、經濟發展與生活方式的「綠色轉變」。

本年年初，本集團聯合國家綠化委員會和「生態中國」公益組織，實施「中國生態草原」行動，並聯合發起中國生態草原基金，帶動全社會關注生態、保護草原。世博會期間，本集團透過「生態行動，助力中國」大型生態體驗活動，帶動全社會關注並參與生態中國的建設和綠色生活。其中「蒙牛乳品館」主體展館，通過360度全景模式，展示蒙牛產品的環保生產流程以及生態工業園區，增強了消費者對蒙牛所倡的綠色理念的認同，讓全社會感覺到綠色發展是一條可持續的發展之路。而「未來乳品館」則通過3D技術為消費者展現虛擬的未來乳世界，讓消費者感受現代乳業的無限生機和生態明天。此外，蒙牛亦通過現場和網絡開展「生態大簽名」及「碳測試」等活動，讓消費者和網民能夠非常方便地參與到低碳、綠色的公益活動，推廣綠色生活理念。一系列以「綠色」為主題的宣傳活動，有效凸顯蒙牛綠色生態的品牌形象及其社會使命感。

作為中國乳業的綠色先鋒，蒙牛對環境保護的開創性實踐獲得了各界的廣泛肯定和嘉許。本集團不僅於「2010中國低碳經濟論壇」中榮膺「中國低碳新銳企業」，亦於「低碳中國論壇首屆年會」上榮獲「最受關注的低碳貢獻企業」獎項，另外，亦於《福布斯》與Interbrand公司共同推出的「2010中國最佳品牌價值排行榜」上，位列第28位，成為中國乳業唯一上榜品牌。

本集團於期內啟動「消費者特別接待月」活動，透過總裁親自接待及回應消費者的提問，讓消費者親眼目睹蒙牛生態品質自然純牛奶的生產全過程。本集團對消費者高度透明及高度負責的態度贏得了消費者的支持和信任，在多個權威消費調查活動中，**蒙牛**一舉獲得「最受信賴食品品牌」、「最佳人氣食品」及「首都消費者最喜愛牛奶品牌」等多項榮譽，而高端產品**特侖蘇**更獲「最受北京女性消費者喜愛的牛奶品牌」，**果蔬酸酸乳**獲得「最受大學生歡迎獎」，**酸酸乳**獲「上海城市乳飲料行業公眾滿意度金獎」。

產品

本集團持續推出各類綠色健康的高端乳製品；同時在口味、包裝及營養成份上不斷提升和創新，在豐富各產品線的基礎上，進一步完善產品矩陣，鞏固市場佔有率。

液體奶

液體奶實現收入共人民幣124.622億元，較二零零九年同期的人民幣102.875億元增長21.1%，佔本集團總收入的86.4%（二零零九年：85%），繼續成為本集團的主要收入來源。

UHT奶

UHT奶收入增長20%至人民幣76.046億元（二零零九年：人民幣63.391億元），佔液體奶收入的61%（二零零九年：61.6%）。**特侖蘇**高端產品系列期內增添了加有植物甾醇酯並搭配膳食纖維的**特侖蘇醇纖牛奶**產品，讓營養更均衡。憑藉「好營養，易吸收」特點於中高端功能奶中獨樹一幟的**新養道**系列，其主打產品**新養道低乳糖牛奶**成功榮獲中國國際營養健康產業博覽會金獎；系列旗下**新養道珍養牛奶**新品，完美將中式養生食材阿膠、紅棗及枸杞與牛奶柔合，打造東方養生佳品。未來星**兒童奶**系列在**智慧型**及**活力型**的基礎上，推出**優護型**新品，分別針對孩子腦部、骨骼及腸胃的全面發育。系列於期內獲得整體升級，透過領先技術增添DHA藻油。未來星**兒童奶**不僅獲鑑定為中國第一款針對兒童成長發育需求而研發的兒童牛奶，更獲得法國SIAL國際食品展創新產品大獎及比利時世界食品品鑒大會頒發的「**Monde Selection**獎」，突顯蒙牛於兒童奶市場的領軍地位。

乳飲料

乳飲料產品收入為人民幣35.624億元（二零零九年：人民幣29.54億元），較去年同期增長20.6%，佔液體奶收入的28.6%（二零零九年：28.7%）。酸酸乳系列透過「MusicRadio中國TOP排行榜音樂夢想學院校園行」活動提升在年輕人中的品牌親和力，實現了酸酸乳品牌向公益營銷品牌形象的昇華，而旗下果蔬酸酸乳系列更加添了木瓜新口味，為消費者提供更多選擇。真果粒以銷售量的突破為契機，展開以「喜歡真果粒9億個理由」為主題的推廣活動，塑造「時尚、高端、領導」的品牌形象。此外，新一代纖維果汁牛奶飲品果纖乳於期內面世，並採用獨特塑料瓶包裝，令消費者飲用更方便。而定位於高端水果調味牛奶的新品奶特，利用香蕉果纖促進胃腸蠕動，滿足都市人對有益腸道機能產品的訴求。

酸奶

酸奶收入增加30.2%至人民幣12.952億元（二零零九年：人民幣9.944億元），佔液體奶收入的10.4%（二零零九年：9.7%）。追求自然、健康、享受型繼續為本集團高端酸奶產品開發的重點。期內，冠益乳獲得國家健字號食品認定，再次奠定其一枝獨秀高端酸奶產品的地位。產品於期內配合「世界腸道健康日」舉辦「公益科普課堂」等活動，引導國人認識益生菌對腸道健康的效用，樹立酸奶第一品牌的形象。融合中華養生概念的紅棗酸奶，口味深受廣大消費者喜愛，產品銷售成績斐然。而食用簡單方便又營養全面的營養穀物可代餐穀物酸牛奶，充分滿足都市快節奏生活的需要，成為年輕白領的新寵。

冰淇淋

冰淇淋收入為人民幣18.211億元（二零零九年：人民幣16.577億元），較去年同期增長9.9%，佔本集團收入的12.6%（二零零九年：13.7%）。產品在期內逐步完善了產品線，形成高、中、低端冰品品牌的有效覆蓋，並強化中高端產品的發展，通過長遠的品牌規劃推動各線產品持續增長。隨著冰淇淋休閒屬性的不斷提高，季節性消費差異逐漸減弱，本集團亦緊貼趨勢，積極促進淡季休閒性產品的銷售。隨變品牌開展「歡樂無限，再來一枝」市場推廣活動，繼續打造「勇於改變」的品牌形象，並推出多款添加整顆榛子、大顆核桃等新生代目標消費者喜愛食材的新口味，提升時尚年輕人群對該品牌的偏好度。而綠色心情在以綠豆為主要原料的傳統口味基礎上，輔以煉乳、紅豆及哈密瓜，帶給消費者清涼之餘的多重享受。

其他乳製品

其他乳製品收入達人民幣1.509億元（二零零九年：人民幣1.524億元），佔本集團收入的1%（二零零九年：1.3%）。奶粉方面，本集團**蒙牛阿拉**品牌新推出**超金裝智佳益**產品，採用益生元提升四倍的營養配方，幫助寶寶智力、免疫力全面升級。同時，**蒙牛阿拉**官方網站正式投入營運，向會員提供育嬰中心、親子俱樂部等多項服務，與父母共同見證寶寶健康成長每一天。

奶酪方面，本集團根據國人的口味偏好，不斷研發新奶酪產品，加強市場滲透。目前已形成的**締芝特優雅生活**系列、**締芝特家庭早餐**系列及**兒童成長**系列產品基礎，更創造性地推出**酪伴**等休閒性奶酪食品，打造早餐奶酪、兒童奶酪、新鮮奶酪及休閒奶酪四大品類產品。**締芝特新鮮**奶酪，質地柔軟，奶香清新，配搭原有的草莓果醬或新推出的藍莓果醬一起食用，開創奶酪新食法，銷售暢旺。

品質監控

本集團於期內在品質監控上始終一絲不苟，在已有的品質控制措施基礎上，進一步加強原奶的監控及提升，從奶牛個體、飼養環境、擠奶環境、擠奶設備及運輸時間等多方面進行全方位的監控。同時，本集團以消費者的健康為首重，將原奶品質的監控範圍從原奶本身的品質，追溯至飼料安全及獸藥安全，為消費者進行質量把關。原奶品質前延管理的模式開創行業先河。

生產和運營

本集團於期內繼續提升產能，截至二零一零年六月合計年產能達614萬噸（二零零九年十二月：576萬噸）。

蒙牛高科技乳品研究院暨高智慧化生產基地已投入運營，其集教學、培訓、研發、檢驗、生產、倉儲及參觀於一體，在能源利用、建築造型、物流分區等方面均具備世界乳業領先水準，成為現代化乳品生產基地的典範。

期內，蒙牛與丹尼斯克集團合作建立的蒙牛乳業集團海外工作站（巴黎）正式成立，標誌著蒙牛的國際化戰略已經向縱深拓展。該工作站將有效整合海外技術資源，降低基礎研究成本、縮短研究週期，從而增強本集團的技術實力，提升國際競爭力。

合營和聯盟

本集團一方面與中糧集團進行戰略聯盟基礎上的合作探討，另一方面繼續鞏固及加深與各個行業的領先企業建立的合作夥伴關係，不斷拓寬銷售渠道，拓展特別渠道產品的銷售，主要包括航空公司、機場、加油站、鐵路、酒店、戲院及快餐連鎖店等。

行業交流

作為中國乳業的先行者，本集團在引領中國乳業健康發展上責無旁貸，持續透過蒙牛奶源指定奶站服務中心積極開展各項對奶農的技術支持服務工作。本集團外聘畜牧營養師及設備工程師等專家走訪奶站，對牛奶蛋白、密度及乳指標偏低等問題，提出針對性的解決方案；並對奶牛餵飼、疾病預防及設備操作等方面為奶農提供培訓以及養殖技術現場指導，旨在提升原奶小區、牧場的技術水平。

同時，本集團亦積極開展多項學術交流合作活動，包括與中國農業大學合作承擔國家十一五課題，以及於《中國乳品工業》等權威性期刊發表多篇學術論文，就天然營養、功能健康、產品研發與創新等熱門課題上與同業作交流，推動行業的共進共勉。

社會責任

本著對消費者和社會「好品質，綠生活」的承諾，蒙牛首先在業內發起綠色倡議，優先遴選致力於綠色低碳的供應商和合作夥伴，共建「綠色產業鏈」，並宣佈將啟用經過FSC森林認證、更符合環保概念的新包裝材料，以切實行動推動綠色乳業的實現。同時，本集團將「綠色消費」理念潛移默化地灌輸於乳業產業鏈的終端消費者。為了讓更多的消費者了解牛奶包裝的可回收性，蒙牛在多個社區展開「喝完壓扁，支持回收」生態公益活動，並借助生活社區、生態志願者的力量共同推廣宣傳包裝回收，推動生態環境的可持續發展。此外，蒙牛聯合生態中國工作委員會發起「拯救地球100個行動」大型公益活動，為企業、團體和個人志願參加生態保護活動搭建平台，致力推動社會對環保的關注。

此外，本集團倡導「中國牛奶愛心行動」系列活動外，於期內亦開展了「愛心禮物」計劃以滿足學童小小的心願，憑藉獨特的公益性和參與性，計劃獲得了百萬網友的大力支持，數百份禮物被熱心網友認領一空，為有需要的孩子實現夢想。

展望

中國乳業於2010年至可預見的未來，將處於持續健康發展的階段。在《乳製品工業產業政策（2009年修訂）》及《生鮮乳收購站標準化管理技術規範》的基礎上，衛生部於2010年初又推出了《生乳》(GB19301-2010)等66項新乳品安全國家標準，進一步推動中國乳業朝著綠色生態之路良性發展。

成功躋身世界乳業前十六強奠定了本集團發展的新高度，在此基礎上，蒙牛將向世界乳業十強進軍，一方面專注於功能性健康型乳製品的研發，推出國內領先、世界一流的高品質產品，引導市場走向；另一方面，持續推進生態牧場奶源比重的提升，進一步鞏固奶源優勢，帶領行業打造乳業發展的綠金產業鏈。

深入開展以營養健康為基礎的產品創新研發，為消費者的健康保駕護航

本集團的研發中心將大力推進以產品營養健康為基礎的研發工作，推動健字號功能性產品的開發，並以市場需求為導向，滿足消費者日益增長的需求。同時，通過國際合作，依託外部優秀資源，向國際一流的乳品科技領域邁進，開拓專利技術產品，致力填補國內市場空白。

進一步加強牧場化戰略，鞏固奶源優勢，突顯生態草原自然純的品牌特色

本集團將依託北緯40度核心奶源帶、得天獨厚的自然優勢，持續推進牧場化戰略，持續提升牧場奶源的比例。同時，在原奶的品質監控上更進一步，大力開展原奶品質的前延管理，將原奶品質的監控範圍向上游追溯，通過對飼料安全及獸藥安全的把關，最大限度地提升原奶品質，讓生態草原自然純的特色更加鮮明。

持續豐富產品矩陣，在產品口味、營養及包裝等方面精益求精

中國消費水平的提高及消費結構的提升必將進一步拉動高端乳製品的消費。本集團將繼續對乳製品的口味、營養及包裝進行升級，緊握高端乳製品市場及細分市場的發展方向，鞏固市場佔有率；同時，本集團亦將積極增進與消費者的溝通，提升品牌在消費者中的親和力與美譽度。

堅定不移地推進「綠色戰略」，全力打造中國乳品行業的綠金產業鏈

本集團將以身作則，繼續大力推動乳製品生產及消費等各環節向著沼氣發電、污水處理及包裝回收等環保低碳的方向發展，並將積極倡導乳業上下游的供應商及合作夥伴與乳品企業攜手共同實現綠色乳業。另外，通過開展一系列的生態公益活動，帶動乳業終端消費者實踐綠色消費。

展望未來，蒙牛將圍繞躋身「全球乳業10強」加強與國際、國內同行業及關聯企的合資、合作，在生產、運營、銷售及研發等方面向著國際一流企業靠近，在為消費者提供高品位、高品質、高享受的產品上不懈追求、精益求精，致力為消費者創造「好品質」，實現「綠生活」。

人力資源及僱員薪酬

於二零一零年六月三十日，本集團於中國大陸及香港合共聘用約21,100位僱員。期內，僱員總成本（不包括董事袍金）約為人民幣7.674億元（二零零九年同期：人民幣6.252億元）。本集團於期內繼續加強對員工的培訓，為管理人員及專業技術人員重點提供海外學習、培訓及考察的機會，並向全體員工及時傳達政府針對乳品行業的最新政策，不斷提高員工的專業水準及綜合素質。同時，本集團為員工提供具競爭力的薪資水平，讓員工全心全力地投入工作，服務消費者。

企業管治常規守則

本公司已採納聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄十四所載企業管治常規守則（「企業管治守則」）的守則條文，作為其本身的企業管治常規守則。

董事會已審閱本公司之企業管治守則，並信納本公司已於截至二零一零年六月三十日止六個月內一直遵守企業管治守則所載之所有適用守則條文。

董事的證券交易

本公司已採納上市規則附錄十所載之《上市公司董事進行證券交易的標準守則》（「標準守則」）作為全體董事買賣本公司證券之行為守則及規則。經本公司作出特定查詢後，董事確認，彼等於截至二零一零年六月三十日止六個月內一直遵守標準守則所載之所需準則。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

本公司或其任何附屬公司於截至二零一零年六月三十日止六個月內概無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

中期業績公告及中期報告之刊載

本業績公告刊載於本公司投資者關係網站(www.mengniu.com)及香港交易及結算所有限公司網站(www.hkexnews.hk)。本公司之中期報告將於稍後時間寄發予股東及刊載於上述網站。

審核委員會

審核委員會現時由五位非執行董事組成，其中三位為獨立董事。現有委員包括張巨林先生（主席）、焦樹閣（亦稱焦震）先生、馬王軍先生、劉福春先生和張曉亞先生。

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、內部監控以及財務報告事宜，其中包括審閱截至二零一零年六月三十日止六個月的未經審核中期財務報表。

董事會

於本公佈刊發當日，執行董事計有楊文俊先生、白瑛先生、吳景水先生及丁聖先生。非執行董事計有牛根生先生、寧高寧先生、焦樹閣（又名焦震）先生、Julian Juul Wolhardt先生、于旭波先生、馬建平先生、方風雷先生及馬王軍先生。獨立非執行董事計有張巨林先生、劉福春先生及張曉亞先生。

安永會計師事務所的工作範圍

本集團截至二零一零年六月三十日止六個月之初步業績公佈所列之財務數字，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當期簡明綜合財務報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佈的香港審計準則、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佈發表任何保證。

致謝

藉此機會，董事會衷心感謝各股東和社會各界對本集團的一貫支援，以及全體員工的勤奮工作和忠誠服務。

承董事會命
總裁
楊文俊

香港，二零一零年八月三十一日

* 僅供識別