

---

## 業 務

---

### 概覽

本集團是中國嬰幼兒配方奶粉產品領導企業。本集團以兩大廣受認同的品牌於中國生產、營銷及銷售旗下的產品系列，針對不同消費群體，其中雅士利主要面向中等及中等高等收入消費群體，而施恩則面向高等收入消費群體。本集團致力於開發值得信賴的營養品牌及營養產品，以期促進全國嬰幼兒的健康成長。本集團豐富的嬰幼兒配方奶粉組合能針對嬰兒、幼童、孕婦及哺乳期女性的營養所需。本集團具備近20年乳製品及營養食品行業經驗，期間本集團開發及改善許多受歡迎的產品。本集團的業務模式結合進口優質乳品原材料、自主研發的配方奶粉產品、頂級生產系統及本地消費市場營銷專門技術。

### 主要產品

#### 領導地位及經銷網絡

本集團的雅士利及施恩品牌是中國嬰幼兒配方奶粉市場中兩個具領導地位的品牌，據AC尼爾森的數據顯示，本集團於2009年為中國第三大國內嬰幼兒配方奶粉生產商，以總零售銷售額計市場份額約7.6%。其中，本集團相信在經濟增長迅猛的二三線城市已非常成功地確立領先地位。於2010年6月30日，本集團主要通過逾1,300個一級經銷商向消費者銷售產品，這些經銷商進一步直接或間接將本集團的產品經銷予超過80,000家零售店，包括位於中國的各省、市、自治區的本地雜貨店、區域零售連鎖店、專賣店及全國性零售連鎖店。本集團廣泛的銷售及經銷網絡範圍令本集團可建立一個全面的全國性網絡，不僅可有效覆蓋現代零售業態（例如零售連鎖店），而且亦可覆蓋傳統零售業態（例如本地雜貨店）。本集團有超過28,000名導購人員配置於超過19,000個經挑選的零售點促銷本集團產品。此外，本集團擁有超過2,000名的銷售及營銷人員支持廣闊的經銷網絡。本集團相信於二三線城市的領導地位及於傳統零售業態的優勢，有效令本集團於跨國及國內競爭對手中脫穎而出，並成功交付本集團的高端產品。本集團進一步相信已作好準備，把握國內嬰幼兒配方奶粉行業由於中國城市化上升、出生率穩定以及可支配收入及在職母親人數上升的迅速增長。

---

\* 附註：

一線城市一般包括直轄市（由中國中央政府直接管轄的最高層級城市）及省會城市，例如北京、上海、南昌、重慶、石家莊及廣州。二線城市一般指地級城市，即中國行政架構中，次於省級和高於縣級的行政區，例如東莞、南陽、九江、深圳及佛山。三線城市一般指縣級城市，即中國的縣級行政區，例如晉江、雲夢、亳州、昆山及漯河。由於並無官方分類，故有關分類乃按本集團董事的瞭解及經驗劃分。

## 業 務

### 2008年全國性三聚氰胺事件的影響

於2008年9月16日，中國國家質量檢驗檢疫總局(或國家質檢總局)宣佈，22家國內嬰幼兒配方奶粉生產商的產品(包括本集團的產品)被發現有三聚氰胺污染，三聚氰胺是不得在食品中使用的物質，與中國嬰兒和兒童的健康問題相關聯。本集團相信，此事件是由於部分原奶商人在原奶中加入三聚氰胺，人為地提升蛋白水平所致。雖然本集團並無於受影響產品中加入三聚氰胺，與任何該等商人亦概無任何關係，且中國當時並無檢驗三聚氰胺的行業或政府監管準則，然而，本集團作為受三聚氰胺污染產品的生產商，仍須負上產品責任。本集團即時強制性回收各批受污染的全部產品，並進一步自願性回收所有於2008年9月14日前生產的嬰幼兒配方奶粉產品及成人及青少年奶粉。本集團亦停止生產，並與相關政府機構合作，為本集團產品及生產設施進行規定的檢驗及檢查。2008年全國性三聚氰胺事件後，廣州市工商行政管理局亦於2009年4月14日向施恩(廣州)施以行政處罰，而鑑於本集團適時回收產品的主動措施，有關當局同意減輕該等行政處罰。在國務院批准下，中國乳製品工業協會及22家公司(包括本集團)於2008年後期成立了賠償基金，賠償受有污染奶粉禍害的嬰兒及家屬。本集團已委託中國乳製品工業協會作出此等補償，並已支付人民幣61.2百萬元，達到向有關衛生行政當局或醫療機構登記要求賠償的嬰兒及其家屬盡了有關的賠償責任。本集團於2008年因三聚氰胺事件帶來的損失為人民幣787.1百萬元，主要包括回收產品的存貨減值及存貨報廢成本及家屬。本集團於截至2009年12月31日止年度及截至2010年6月30日止六個月亦因三聚氰胺事件錄得虧損人民幣1.3百萬元及人民幣1.0百萬元。有關其他詳情，請參閱「概要—2008年全國性三聚氰胺事件及本集團對質量控制的改善」及「一質量保證、質量控制及安全」。

### 進口奶源的質量保證及策略

本集團注重產品質量和安全性，努力成為嬰幼兒配方奶粉的卓越的公司。在2008年全國性三聚氰胺事件後，本集團作出一項重要的策略決定，由選用本地生產之乳品材料過渡至為本集團的嬰幼兒配方奶粉產品進口超高端優質原材料。自2010年6月底開始，本集團已採用並計劃繼續採購百分之一百進口自外國(主要是新西蘭)優質奶源的原料奶粉生產本集團的嬰幼兒配方奶粉產品。本集團相信進口優質乳品材料的政策，令本集團有別於一般於國內採購所有或大部分乳品材料的其他中國嬰幼兒配方奶粉生產商。此外，本集團在整條價值鏈內實行全面的質量控制系統，包括在採購、生產及經銷方面推行的多項措施。本集團的生產流程均在經由GMP認證的廠房進行，本集團已通過多個質量控制措施的認證，例如ISO9001質量管理、HACCP食品安全管理、ISO14001環境管理及OHSAS 18001職業健康安全管理。

---

## 業 務

---

### 其他產品

本集團專注於核心產品嬰幼兒配方奶粉，本集團亦以雅士利品牌生產、營銷及銷售其他營養食品，為本集團提供額外的增長潛力。本集團於此分部的產品包括豆奶粉、麥片、米粉及成人及青少年奶粉。本集團在中國的豆奶粉市場具領導地位，根據一間國際市場調查公司Kantar Worldpanel的數字，於2009年，本集團在這市場的市場份額按零售額計算約佔14.9%，是行業第二大。自本集團開始採用百分百進口原料奶粉以生產本集團的嬰幼兒配方奶粉產品後，所有本集團在中國採購的原奶均予加工以生產成人及青少年奶粉或售予外界作工業食品製造用途的全脂奶粉。

由於中國經濟的迅猛增長，人們更注意選擇嬰幼兒營養品，加上可支配收入增加，都令本集團的產品需求上升。本集團截至2007年12月31日止年度的總收入為人民幣2,892.2百萬元，年度溢利為人民幣469.9百萬元。本集團截至2008年12月31日止年度的收入為人民幣2,751.6百萬元，年度虧損為人民幣614.8百萬元，主要是因2008年全國性三聚氰胺事件帶來的相關產品回收的成本及開支以及自2008年9月下旬銷售開始下降所致。本集團截至2009年12月31日止年度的總收入為人民幣2,586.0百萬元，並實現年度溢利人民幣402.4百萬元。截至2010年6月30日止六個月，本集團的收入達到人民幣1,375.5百萬元，期間溢利為人民幣241.0百萬元，較2009年同期增長了22.0%。

### 本集團的競爭優勢

本集團市場定位明確。通過重點佈局二三線城市，在全國範圍形成經銷網絡，和提供優質安全而價格適合消費群體的產品，本集團把握了中國嬰幼兒配方奶粉行業增長最迅速的市場所帶來的機遇。本集團相信其成功來自於以下的競爭優勢：

**本集團是中國迅速增長的二三線城市的嬰幼兒配方奶粉市場的領導企業。**

根據歐睿國際的統計數字，中國嬰幼兒配方奶粉行業是全球最大及增長最快的嬰幼兒配方奶粉市場之一，而本集團是這市場內的具領導地位的企業。根據AC尼爾森數字，以中國零售銷售總額而論，本集團的雅士利和施恩品牌於2009年合共所佔市場份額約7.6%，為中國國內嬰幼兒配方奶粉公司第三大。此外，本集團在中國增長快速的二三線城市的市場內，是具領導地位的嬰幼兒配方奶粉產品的供應商。根據歐睿國際的資料，中國的嬰幼兒配方奶粉市場的銷售總額增長自2005年約人民幣121億元增至2009年290億元，複合年增長率為24.4%。本集團相信市場領導地位令本集團能夠受惠於中國嬰幼兒配方奶粉行業的預期持續增長。

---

## 業 務

---

本集團已確立市場領導地位，並受惠於在品牌知名度、經銷網絡版圖及質量監控系統方面設定較高的入行門檻。憑藉本集團具領導地位的市場品牌、高水平的質量控制及強大營運效率，本集團相信本集團可以憑藉目前在中國嬰幼兒配方奶粉市場的領導地位，完全具備在此高速成長的行業中競爭與爭奪並擴大市場份額的能力。

### **本集團擁有全國性及獲廣泛認可的品牌組合。**

本集團相信本集團的品牌在中國已具備良好的知名度，因為消費者已把本集團的品牌與優質且價格合理的乳製品之間劃上了等號。本集團產品的高質素廣獲認同，雅士利品牌多年來屢獲殊榮，獲得的榮譽包括「中國500最具價值品牌」、「中國名牌產品」及「中國馳名商標」等。本集團致力加強質量控制措施，本集團的所有主要嬰幼兒配方奶粉產品的乳製品原料採購自優質海外供應商。本集團相信雅士利和施恩品牌的優質產品已處於有利位置，受益於消費者對優質產品的追求。由於消費者日益理解到嬰幼兒配方奶粉產品的質量和營養價值的重要性，國內市場勢必出現向高端進發的趨勢。本集團的雅士利和施恩品牌已廣獲認同，本集團相信這一點加上本集團的產品選擇，讓本集團抓緊市場趨勢帶來的新契機。

本集團採納多品牌策略及豐富多樣的產品組合，令本集團能夠實現覆蓋中高端價位的所有年齡段產品。本集團的雅士利和施恩品牌是兩個鎖定不同消費群體的中國嬰幼兒配方奶粉市場領先品牌。本集團的雅士利品牌主要針對二三線城市的中等及中等收入消費群體進行銷售。本公司並且正在對雅士利產品逐步升級，以逐漸拓展高端市場。而本集團的施恩品牌主要面向高等收入消費群體，這些消費者比較富裕，較願意為高端嬰幼兒配方奶粉產品付出超高端的價格。本集團的雅士利和施恩品牌提供全面的產品，具備顯著的消費者選用度及忠誠度。本集團的產品組合種類豐富，包括常規嬰幼兒配方奶粉及為孕婦及哺乳期女性提供的配方奶粉產品。除本集團的核心嬰幼兒配方奶粉產品外，本集團亦提供如豆奶粉、米粉及麥片等輔助性營養食品，產品種類齊全，符合消費者的各種營養需要。

**本集團擁有一個廣泛的全國性銷售及經銷網絡，不僅可有效覆蓋現代零售業態，而且亦可覆蓋傳統零售業態。**

本集團通過全面的全國銷售與經銷網絡進行產品的銷售，該銷售與經銷網絡覆蓋了中國所有省份及省級市。於2010年6月30日，該網絡由超過1,300個一級經銷商構成，這些經銷商直接或間接將本集團的產品銷售給超過80,000家零售店，包括本地雜貨店、區域零售連鎖店、專賣店及全國性零售連鎖店。本集團廣泛的銷售及經銷網絡範圍令本集團可建立一個全面的全國性網絡，不僅可有效覆蓋現代零售業態（例如零售連鎖店），而且亦可覆蓋傳統零售業態（例如本地雜貨店）。本集團全面的經銷網絡由超過2,000名營

---

## 業 務

---

銷人員，190個聯絡點與派駐在超過19,000個經挑選的零售點的超過28,000名導購人員支持。本集團雄厚的經銷能力使本集團在二三線城市、甚至縣、鄉鎮及偏遠地區的市場取得深入的滲透率。鑒於預期二三線城市的嬰幼兒配方奶粉市場速度遠高於一線城市，本集團認為本集團在二三線城市的普及率使本集團與跨國品牌競爭對手相比具有競爭優勢。

本集團實施了銷售管理體系，和高效的獎勵架構，不斷吸納優秀的經銷商和人員，並調動彼等的積極性，以提升本集團的收入和市場份額。本集團嚴格的經銷網絡控制體系確保所有經銷商按照本集團的經銷政策及銷售策略在其銷售地區對銷售與客戶脈絡進行管理。本集團統籌一系列營銷及推廣活動，及定期進行售後及客戶調查，以協助經銷商進行銷售及不斷改善本集團的銷售管理。本集團高效的產品追蹤系統是在各個包裝印上獨有的二維產品編碼，故此本集團可按個別經銷商追蹤每件成品的詳情和變動並有效地防止經銷商跨國竄貨。本集團在長期的營運歷史中，憑藉向經銷商提供高效的銷售管理系統及出色的銷售及營銷網絡，本集團已能夠發展出穩定的經銷商網絡，彼此合作無間。於2010年6月30日，本集團經銷商中約31%與本集團已維持五年以上的業務關係，一些經銷商與本集團甚至已維持12年以上的合作關係。本集團相信，在對廣泛的銷售與經銷網絡進行管理方面，本集團有著豐富經驗，這使本集團能夠成功滲透二三線城市市場並確立在鄉鎮市場的領先地位。本集團兼具廣度和深度的銷售及營銷體系及經銷商多重支持的渠道這一策略，已使本集團可快速擴闊銷售版圖，高效地向消費者提供優質產品和服務。

### **本集團竭力維持質量監控和食品安全的嚴格標準。**

本集團在悠久的營運歷史中，竭力維持質量監控和質量保證的嚴格標準。本集團在研究、供應、生產和經銷鏈各方面，都不斷改進質量控制措施，以嚴格遵守國家標準。本集團已設立全面的質量保證計劃，並嚴格地推行，反映本集團致力向消費者提供安全和優質的產品。

本集團的生產流程均在經由GMP認證的廠房進行，該等廠房已通過多個質量控制措施的認證，包括ISO9001質量管理、HACCP食品安全管理、ISO14001環境管理及OHSAS 18001職業健康安全管理。為確保原材料安全，本集團投資購置在美國及瑞典等國製造的多種精準的檢測儀器，例如液質聯用儀、氣相色譜分析儀、石墨爐原子吸收分光光度儀，用於計量國家監管規定標準規定的含量，以及專門偵測三聚氰胺、有害農藥及重金屬含量等。

本集團致力建立起一套從採購至零售的整條價值鏈的全面質量監控系統並不斷改良。由於乳品材料是嬰幼兒配方奶粉的主要成份，本集團精挑細選境外的知名供應商為本集團提供可靠和優質的原奶來源。本集團目前用於嬰幼兒配方奶粉產品生產的原料奶粉100%由新西蘭和澳洲的知名供應商所提供。為確保成品全面符合國家規定，本集團亦積極採取額外措施，對於本集團所生產的每批成品，自願向相關政府部門提交樣本送檢。此外，根據本集團的產品追蹤系統，各個包裝印上獨有的二維產品防偽編碼以確保

## 業 務

只有真正高質量的產品可以到達最終消費者，並作為一個有效防止贗品的措施。本集團規定參與採購、生產、包裝及銷售等每一營運階段的所有員工，均須嚴格遵守相關質量監控及安全措施。本集團相信通過結合本土生產系統、全面的質量監控、可靠的進口原料奶粉，重點開發優質嬰幼兒配方奶粉產品，使得本集團建立了中國消費者的信任與信心。

**本集團擁有本地化及具豐富經驗的研發團隊，全心奉獻於中國消費者市場。**

本集團不斷投入先進技術，建立強大的研發實力，在中國全國各地推出能促進嬰幼兒健康成長的高質量的嬰幼兒配方奶粉產品。本集團一向致力開發含有近似母乳的營養成份以及專門迎合中國嬰幼兒需求的嶄新奶粉產品及配方。於2010年6月30日，本集團的全心奉獻的研發團隊由32名全職研究人員構成，彼等均持有食品技術相關大學學位，並且彼等的工作成果令本集團的產品不斷推陳出新，例如開發本集團自主研發的嬰幼兒配方奶粉產品。例如，於2007年，本集團成功推出雅士利 $\alpha$ 金裝嬰幼兒配方奶粉系列；2008年推出安貝慧嬰幼兒配方奶粉系列，兩產品系列所含的葉黃素是一種可促進視網膜健康發展的主要抗氧化物。本集團的嬰幼兒配方奶粉的研究項目由佟成付先生牽頭，其具備超過22年嬰幼兒營養品的研究經驗。佟先生除具備豐富專業行業經驗外，亦為在中國成立的行業組織—乳品產業技術創新戰略聯盟專家委員會委員。本集團並已招聘於產品開發及研發方面具備豐富經驗的專家李范亞博士出任本集團的技術總監及新設的國際食品研究院院長。本集團認為本集團將會從佟先生及李博士豐富的行業及專業經驗中，大獲裨益。

除了本集團的內部研發能力，本集團亦委聘知名的行業專家和營養顧問，以及中國主要大學及知名第三方研發機構，以協助本集團進行產品研發工作。例如，本集團已與中國農業大學達成合作協議，以研發高蛋白質的特殊中老年配方奶粉。本集團的研究人員亦積極參與制訂嬰幼兒配方奶粉產品、豆奶粉及麥片產品的國家及行業營養標準。

**本集團擁有全心奉獻及經驗豐富的管理層團隊，具備強大的執行能力及全球視野。**

本集團的領導層團隊由經驗豐富的人員組成，人員架構穩定，彼等服務本集團平均年資為八年以上。本集團的高級管理層致力於嬰幼兒配方奶粉核心產品，擁有豐富行業經驗。本集團的共同創辦人兼董事會主席張利鈿先生以及本集團的共同創辦人兼廣東雅士利董事長張利坤先生，各自擁有超過25年食品行業經驗、超過15年營養乳製品行業經驗和超過10年嬰幼兒營養乳製品行業經驗。此外，張利鈿先生在中國乳製品工業協會歷任多項要職。本集團認為張利鈿先生和張利坤先生在對市場的深度瞭解、企業管理以及執行能力方面展現出令人信服的往績記錄。舉例來說，根據AC尼爾森發表的統計數

---

## 業 務

---

據，在彼等的領導和監督之下，在進入嬰幼兒配方奶粉市場七年後，本集團在2007年3月至2008年8月按照於中國的零售銷售計算，本集團在所有國內及跨國生產商中獲得了排名第一的市場份額。此外，本集團的銷售及營銷總經理謝勛鵬先生在過去17年任職本集團的過程中，歷任銷售部多個職位，經驗豐富，對本集團的業務瞭若指掌。本集團亦已聘任何兆桓先生及李范亞博士等行業專家，為本集團帶來其各自於食品行業質素監控及產品開發等專業領域的國際經驗。

董事及高級管理層在推進獨特清晰的企業氛圍方面扮演主要角色，其強調責任感、成就及創新，從而支持始終如一的優質產品。本集團的企業文化注重績效，提供誘因，例如股份相關報酬計劃提供予高級管理層及僱員。本集團提供具競爭力的薪酬，並設立培訓和職業發展計劃，這有助本集團持續吸引具備國內外背景的高技術和經驗豐富的管理人員加盟、驅動彼等努力工作並留效本集團。本集團十分注重實際執行，強調內部溝通，以期快速實行策略。另外，在策略投資者復星和凱雷的協助和貢獻下，本集團已經制定出一套公司治理方針及績效和營運標準，涵蓋了國際最佳做法的所有主要元素。

本集團的董事、高級管理層及主要投資者的遠見及深入的行業知識使得本集團能夠制訂出色的業務策略、更好地評估及管理風險、適時預期消費者偏好的變動並作出應對，並給予本集團策略性的定位，以掌握重大市場機遇。本集團認為本集團的管理層團隊擁有強大的領導力、敬業精神以及專業資格，可以確保本集團業務的持續發展，帶動未來業務增長，並能有計策地開發海外上游擴展等國際機遇。

### 本集團的業務策略

本集團相信下列策略將有效地協助本集團鞏固本身在二三線城市的領導地位，並成功進一步拓展至一線城市市場：

**不斷在質量方面力求卓越。**

本集團將會貫徹提供優質安全產品的方針，不斷改良質量控制計劃，並實施新措施加強現有的系統。本集團已成立食品品質及安全諮詢委員會，由具有科學、專業及地區等不同背景的專家組成。彼等將致力實施業內領先的質量控制措施，確保本集團產品的安全及質量。委員會於2010年8月成立，將對本集團的政策及程序提供策略性指導，以保證產品的安全和質量、引進業內最佳做法，並就本集團的經營遵守相關法律及法規提

---

## 業 務

---

供建議。董事會已授權委員會就本集團的經營進行獨立調查，及評估本集團之質量控制系統。委員會並會向董事會成員分析及介紹最新的行業資訊及有關食品安全及質量控制的發展。藉著食品品質及安全諮詢委員會的建立，本集團旨在倡導中國嬰幼兒配方奶粉行業的安全及質量，以進一步鞏固消費者的信心。

為確保食品品質及安全諮詢委員會遵守國際最佳做法，本集團已委聘Robert Brackett博士及何兆桓先生等六位行業專家出任委員會的成員。Brackett博士現為美國伊利諾理工學院國家食品安全及科技中心的董事及副院長。彼曾擔任美國食品藥物管理局食品安全及應用營養中心之董事，並曾任US Grocery Manufacturers Association (GMA)的高級副總裁。彼將出任本集團之食品品質及安全諮詢委員會的主席。此外，本集團委聘了何兆桓先生為首席品質顧問。何先生現為香港食物及衛生局諮詢委員會成員，亦是香港特區政府食環署的專家顧問，並於美國及亞洲國家食品行業的領先跨國公司累積逾30年的質量、技術及監管領導職位經驗。本集團相信何先生的豐富專業經驗及全面的行業知識將有助本集團創建世界級質量控制和管理計劃。

此外，本集團計劃繼續從發展成熟的海外供應商採購嬰幼兒配方奶粉產品所用的全部原料奶粉，及進一步開發和加強對優質進口乳品材料的控制。其中，本集團計劃在海外地點往上游拓展、建立垂直整合的生產設施。本集團有意在海外精選幾家綜合乳品公司進行收購和營運，務求得到穩定的優質乳品材料供應來源。在物色及評估潛在目標乳品公司收購或合作發展綜合海外設施時，本集團會考慮該乳品公司的經營規模及往績、財務狀況、資產質量、生產設施及產能、員工能力及其管理及資訊系統的效率。此外，本集團有意開拓與海外乳品公司及／或其他策略性投資者合作的機會，以吸納其品質控制、研究及開發的經驗，從而進一步提升本集團的相關能力。本集團相信，自2009年以來，中國市場對進口乳製品需求有所增長。本集團海外國家收購和營運本身的綜合製造設施的策略，將使得本集團對上游乳品材料來源和質量得到更好的控制。前述措施亦將使本集團擁有和維持穩定的優質原料奶粉供應，並有效減低對任何單一供應商的依賴。於最後實際可行日期，本集團已與多間海外乳品經營商進行討論，但仍沒有明確的收購目標。

### **持續擴大並鞏固銷售和營銷渠道。**

隨著中國經濟快速發展、可支配收入上升、中國巨大的人口基礎及穩定的出生率，本集團相信擴張性的銷售及營銷網絡將使本集團有能力把握國內市場的重要增長契機。本集團的目標是提升在二三線城市以及縣及鄉鎮本地的雜貨店等傳統零售業態的滲透，此等層級的地方的經濟增長將會受惠於政府的利好政策。同時，本集團亦將繼續加強本

---

## 業 務

---

集團的現代化零售業態(例如全國及區域性零售連鎖店)版圖，以提升雅士利和施恩的全國性品牌認受性。除現有銷售渠道外，本集團將探索新的銷售平台，例如網上銷售，以發展多渠道銷售策略，並符合不同消費群體的不同需求及喜好。

本集團亦將會加強市場分析能力並加強經銷管理，以創建一個配合銷售策略的完善網絡。本集團將會加強對銷售、品牌績效及市場數據的系統性追蹤，以更好地作出營運的知情決定。本集團將創設管理儀板，以對營運作出綜合分析，並對整體業務表現形成較為平衡的評估。本集團亦會繼續提升對產品定位的策略管理以及市場計策，以建立清楚界定的長期品牌基建及產品定位。本集團將會通過減少二級經銷商數目優化經銷網絡，從而加強對銷售渠道的直接控制，改善對經銷商的管理及提高成本效益。此外，通過對各類消費群體的消費需求及消費能力不斷進行分析研究，本集團亦將繼續開發不同類型的產品，滿足多類消費群體的需要和喜好。

### **繼續優化產品組合並提高研發實力。**

本集團經常對品牌和產品進行評估，並通過更新現有產品組合以反映消費者偏好的新趨勢來適應不斷變化的市場環境。本集團相信平均居民可支配收入的提高和消費者偏好轉為追求優質超高端產品的趨勢將會繼續。本集團將不斷加大超高端產品和產品線的營銷與促銷力度，如雅士利 $\alpha$ 金裝系列、雅士利子品牌安貝慧、施恩金裝系列，以及施恩進口嬰幼兒配方奶粉。

本集團的目標是保持行業先行者地位，在開發提升嬰幼兒健康的嶄新嬰幼兒營養乳品方面領導市場，並不斷投資研發營養成份接近母乳的新型優質產品和配方。今後，本集團計劃開發特種配方，照顧個別嬰幼兒的特定需要，例如為患有不耐乳糖症的嬰兒，開發豆製品和其他替代配方。本集團亦將會開拓新的嬰幼兒及成人營養品，以應付不斷轉變的市場需求及消費者偏好，例如推出有機產品和中老年配方奶粉產品。

為進一步提升技術實力，本集團計劃在廣東省汕頭市新建一座食品研發中心。本集團將斥巨資購買先進的新型試驗室設備與設施，集中研發實力。該研發中心將致力於有市場競爭力的新產品開發和核心技術研究，以期為嬰兒配方奶粉市場開發新產品並選擇性拓展其他現有營養食品款式，例如牛乳飲品、其他飲料、糖果及其他相關產品。本集團短期內的研究將集中於商業潛力較大的產品，中長期則進一步集中於風險較高、深具潛力的產品。

## 業 務

本集團將增聘專業食品技術研究員、專業工程師及營養師專家，藉以擴大內部研發實力。本集團亦有意加大與國際主要大學及知名第三方研發機構的合作，務求發掘並提升突破性技術和嶄新產品。本集團計劃與新西蘭梅西大學合作研發嬰幼兒配方、技術及功能性原材料。此外，本集團已與中國農業大學訂立合作安排，以研發高蛋白質的特殊中老年配方奶粉。中國社會人口穩步老化，為把握中老年的重大市場機遇，本集團擬開發營養價值較高、容易吸收的嶄新的特種配方奶粉產品。本集團相信與先進的研究機構合作，可以提升本集團產品的質量水平和競爭性，並建立消費者對本集團產品的信賴度和接受度。

### **持續加強品牌知名度。**

雖然本公司的雅士利和施恩品牌在中國全國已廣獲認同，本集團將持續採取廣告攻勢，繼續推廣雅士利和施恩品牌。本集團計劃利用本集團的全國聲譽來提升本集團的品牌認知度並且通過在全國性主要電視台以及地方電視台網絡增加廣告力度以及其他專注於本集團超高端產品的促銷方法來提升本集團在目標市場的品牌形象。此外，為了強化本集團電視廣告的影響力，本集團將繼續邀請知名藝人或名人出任代言人來宣傳本集團的產品。

互聯網是日益受歡迎的廣告媒體。本集團亦計劃在互聯網擴大營銷活動，加大品牌在網絡社會的宣傳。本集團會在知名的門戶網站、育嬰論壇等主流網站，強化營銷宣傳活動，以進一步接觸到更多使用網絡獲取信息的年輕父母。本集團亦計劃加強與主要的育嬰和保健類雜誌和報紙合作。本集團將會加大印刷媒體的投資，以強化本身的公司形象和品牌形象，進一步配合銷售工作。為配合本集團加大廣告投資力度，本集團亦擬更高程度的投入慈善公益，以形成具社會責任感的品牌形象，並向公眾推廣本集團的企業價值。

本集團相信，一系列的推廣活動將會為本集團提供機遇，進一步令父母接觸本集團的品牌和產品，使彼等能夠接收有關本集團產品好處及價值的教育及全面信息。本集團相信通過加大營銷和產品推廣力度，本集團能喚起人們對本集團產品的較大關注及接受程度，並讓消費者更能將本集團的品牌與優質及安全劃上等號、推進目標消費群的忠誠度，提升市場對本集團產品的需求。

### **擴展生產設施及不斷提升製造能力。**

本集團擬投資興建新的生產設施，不斷提升本身現有的製造能力，以把握嬰幼兒配方奶粉行業的預期增長和加大市場份額。本集團計劃在廣東省潮州市投資興建新生產設

---

## 業 務

---

施，並恢復河南省鄭州廠房的建設。擴展計劃預完成後，增加的產能將會應付本集團預期的日後增長。

本集團亦將針對潮州的現有生產設施進行升級改造，以爭取符合美國食品藥物管理局的嬰幼兒配方奶粉生產線認證指引訂明的準則，同時亦遵守相關中國法律及法規。雖然本集團現時並無亦無意於美國進行任何生產或銷售的經營活動，本集團仍主動致力透過遵守美國食品藥物管理局認證指引，生產市場上最優質的產品，因為本集團相信美國食品藥物管理局擁有的標準為全球最嚴謹的食物質量標準之一。本集團的目標是生產核心產品方面可達到與跨國競爭對手同級的質量及生產管理水平。本集團相信興建全新的設施和提升現有生產能力和設施，將使本集團達到規模經濟效益，把握行業持續增長帶來的新機會，並為消費者提供具市場競爭力的產品。

### 本集團經營分部

本集團已確立雅士利及施恩作為中國嬰幼兒乳製品市場的領先品牌地位。本集團的進口原料奶粉、嚴格質量控制系統、強勁的銷售能力及廣闊的銷售渠道已讓本集團成為市場領先公司，提供符合不同消費群各種需要的多元化嬰幼兒配方奶粉及營養食品。本集團主要經營分部包括以下各項：

- **雅士利嬰幼兒配方奶粉** — 以雅士利系列品牌(包括雅士利、安貝慧及能慧)出售，主要供三歲以下嬰兒食用的嬰幼兒配方奶粉以及專為孕婦及哺乳期女性設計的配方奶粉；
- **施恩嬰幼兒配方奶粉** — 以施恩品牌出售，主要供三歲以下嬰兒食用的嬰幼兒配方奶粉以及專為孕婦及哺乳期女性設計的配方奶粉；
- **營養食品** — 包括以個別成人年齡段以及普通大眾為對象的不同配方豆奶粉及麥片、供二歲以下嬰兒食用的不同配方及包裝米粉，以及專為特定成人消費群及青少年設計的奶粉；及
- **其他** — 包括：(i)作為乳製品(例如雪糕)工業生產之原材料之全脂奶粉；(ii)包裝材料；(iii)出售原奶等過剩的原材料供應；及(iv)向外界客戶出售的由好味佳食品生產的涼果產品。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

下表載列本集團在所示期間按經營分部分析的總收入，有關數字已對銷分部間收入，且不包括2007年已終止業務的外部銷售所得收入：

	截至 12月31日止年度						截至 6月30日止六個月	
	2007年		2008年		2009年		2010年	
	人民幣 (百萬元)	%	人民幣 (百萬元)	%	人民幣 (百萬元)	%	人民幣 (百萬元)	%
雅士利嬰幼兒								
配方奶粉 . . . . .	1,415.2	48.9	1,511.8	54.9	1,540.4	59.6	840.5	61.1
施恩嬰幼兒配方奶粉	912.8	31.6	755.0	27.5	521.3	20.2	319.3	23.2
營養食品 . . . . .	506.6	17.5	454.2	16.5	507.6	19.6	208.9	15.2
其他 <sup>(1)</sup> . . . . .	57.6	2.0	30.6	1.1	16.7	0.6	6.8	0.5
外部收入總額 . . . . .	<b>2,892.2</b>	<b>100.0</b>	<b>2,751.6</b>	<b>100.0</b>	<b>2,586.0</b>	<b>100.0</b>	<b>1,375.5</b>	<b>100.0</b>

(1) 包括全脂奶粉、包裝材料、原奶等過剩的原材料供應及向外界客戶出售的由好味佳食品生產的涼果產品。

## 產品

### 嬰幼兒配方奶粉概覽

本集團開發的嬰幼兒配方奶粉產品主要滿足健康、足月的嬰幼兒日常餵哺的一般營養需求。本集團的嬰幼兒配方奶粉可輔助母乳作為嬰兒的主要營養來源。本集團所有嬰幼兒配方奶粉產品均使用主要來自新西蘭及澳洲採購的優質進口原料奶粉。本集團亦自美國進口施恩一個系列的嬰幼兒配方奶粉產品。本集團尋求開發營養組合最理想的配方奶粉，以切合嬰幼兒成長及發展的不同階段需要。

由於每種產品均為某一年齡段嬰幼兒的特定營養需要而制訂配方，故以「配方」識別。一般而言，日常食用的嬰幼兒配方奶粉具備以下四大成份：(i)牛奶的蛋白質，經加工後與人類的母乳成份相若；(ii)取代牛奶脂肪的混合植物脂肪，以期更為接近人類的母乳成份；(iii)一種碳水化合物，一般而言為牛奶中的乳糖；及(iv)一種預先混合的維生素及「微量營養素」，與基粉混合以切合某一年齡嬰兒的特定需要。仿照母乳，成份隨嬰兒的營養需要改變而變動，本集團生產三種階段的嬰幼兒配方奶粉：1段配方，或嬰兒配方，一般適合6個月以下的初生嬰兒食用；2段配方，或較大嬰兒配方，一般適合6至12個月的嬰兒食用；以及3段配方，或幼兒配方，一般適合一歲至三歲的幼兒食用。本集團亦生產專為孕婦及哺乳期女性以及3歲至6歲幼童而設計的配方奶粉。本集團所有嬰幼兒配方奶粉產品均以奶類粉末形式出售。

---

## 業 務

---

本集團已設立針對不同價格分部的目標客戶的嬰幼兒配方奶粉產品線。本集團施恩品牌及雅士利旗下子品牌安貝慧的嬰幼兒配方奶粉系列為具備優質營養元素的產品，針對較高端市場的消費者。本集團雅士利嬰幼兒配方奶粉產品包括不同規格及特性的配方奶粉產品系列，主要針對中端及中高端部分的消費者。本集團所有產品目前在中國出售。於2007年及2008年，本集團亦在若干非洲、南亞及中東國家進行非常少量海外銷售，於截至2007年及2008年12月31日止年度，分別佔總收入約0.05%及0.08%。本集團於2008年全國性三聚氰胺事件後停止海外銷售活動，並且沒有計劃於可見將來恢復海外銷售。以往的海外銷售活動，是透過中國本地貿易公司轉售本集團的產品至海外市場，或售予海外市場的經銷商。本集團董事確認，就彼等所知，本集團已遵守貨品出口的有關海外監管規定。

### 雅士利嬰幼兒配方奶粉產品

本集團核心品牌雅士利主要針對中等及中高等收入消費群體。本集團主要自新西蘭及澳洲採購優質原料奶粉以在本集團的GMP認證廠房為嬰幼兒、孕婦及哺乳期女性生產配方奶粉產品。本集團以「雅士利」品牌營銷的嬰幼兒配方奶粉產品包括雅士利α金裝系列嬰幼兒配方奶粉、雅士利α金裝系列孕婦配方奶粉、雅士利能慧金裝系列嬰幼兒配方奶粉、雅士利能慧金裝系列孕產婦配方奶粉、安貝慧嬰幼兒配方奶粉及雅士利嬰幼兒新配方奶粉系列。本集團從新西蘭及澳洲的主要奶粉供應商採購原料，以確保質量。

截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，本集團分別生產及銷售約25,181噸、25,049噸、23,813噸及11,581噸雅士利嬰幼兒配方奶粉產品。截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，本集團雅士利嬰幼兒配方奶粉產品銷售分別佔本集團總收入48.9%、54.9%、59.6%及61.1%。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

下表載列於2010年6月30日本集團以「雅士利」品牌推出的嬰幼兒配方奶粉產品：

	產品名稱	建議零售價(人民幣)	產品說明
	雅士利 $\alpha$ 金裝系列嬰幼兒 配方奶粉：		各900克罐裝、400克盒裝或400克袋裝的 規格如下：
	1段—適合0至6個月 嬰兒	1段—900克罐裝： 198.00 400克盒裝： 75.00 400克袋裝： 69.00	— 含葉黃素、DHA、ARA、膽鹼、低 聚果糖及乳鐵蛋白
	2段—適合6至12個月 較大嬰兒	2段—900克罐裝： 188.00 400克盒裝： 69.00 400克袋裝： 59.00	— 添加維生素及礦物質，例如鈣及 鐵，以提高營養成份
	3段—適合1歲至3歲 幼兒	3段—900克罐裝： 178.00 400克盒裝： 63.00 400克袋裝： 59.00	— 向新西蘭及澳洲的大型奶粉供應商 進行採購，以確保質量  — 主要針對高端市場  — 保存期—900克罐裝：24個月 400克盒裝：18個月 400克袋裝：18個月
	雅士利 $\alpha$ 金裝系列孕婦 配方奶粉	—900克罐裝： 188.00	各900克罐裝規格如下：  — 含葉酸、DHA、膽鹼及低聚果糖  — 向新西蘭及澳洲的大型奶粉供應商 進行採購，以確保質量  — 主要針對高端市場  — 保存期：24個月

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

	產品名稱	建議零售價(人民幣)	產品說明
	雅士利能慧金裝系列 嬰幼兒配方奶粉：		1段至4段的900克罐裝或1段至3段的400克袋裝的規格如下：
	1段—適合0至6個月 嬰兒	1段—900克罐裝： 168.00 400克袋裝： 61.00	— 含DHA及ARA、低聚果糖及乳鐵蛋白
	2段—適合6至12個月 較大嬰兒	2段—900克罐裝： 159.00 400克袋裝： 59.00	— 向新西蘭及澳洲的大型奶粉供應商進行採購，以確保質量
	3段—適合1歲至3歲 幼兒	3段—900克罐裝： 155.00 400克袋裝： 56.00	— 主要針對中端市場
	4段—適合3歲至6歲 幼童	4段—900克罐裝： 148.00	— 保存期—900克罐裝：24個月 400克袋裝：18個月
	雅士利能慧金裝系列孕 婦配方奶粉	—900克罐裝： 159.00 400克袋裝： 59.00	各900克罐裝或400克袋裝的規格如下：
			— 含葉酸、DHA及低聚果糖
			— 向新西蘭及澳洲的大型奶粉供應商進行採購，以確保質量
			— 主要針對中端市場
			— 保存期—900克罐裝：24個月 400克袋裝：18個月
	安貝慧嬰幼兒配方奶粉		各900克罐裝或400克盒裝的規格如下：
	1段—適合0至6個月 嬰兒	1段—900克罐裝： 228.00 400克盒裝： 98.00	— 含益生元、葉黃素、DHA及ARA、膽鹼及乳鐵蛋白
	2段—適合6至12個月 較大嬰兒	2段—900克罐裝： 215.00 400克盒裝： 89.00	— 向新西蘭及澳洲的大型奶粉供應商進行採購，以確保質量
	3段—適合1歲至3歲 幼兒	3段—900克罐裝： 198.00 400克盒裝： 81.00	— 主要針對高端市場
			— 保存期—900克罐裝：24個月 400克盒裝：18個月

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

	產品名稱	建議零售價(人民幣)	產品說明
	雅士利嬰幼兒新配方奶粉系列：		1段至3段的700克或1段至4段的400克袋裝的規格如下：
	1段—適合0至6個月 嬰兒	1段—700克袋裝： 59.00 400克袋裝： 41.00	— 含DHA及膽鹼
	2段—適合6至12個月較 大嬰兒	2段—700克袋裝： 59.00 400克袋裝： 39.00	— 向新西蘭及澳洲的大型奶粉供應商進行採購，以確保質量
	3段—適合1歲至3歲 幼兒	3段—700克袋裝： 59.00 400克袋裝： 39.00	— 主要針對中端及經濟市場
	4段—適合3歲至6歲 幼童	4段—400克袋裝： 35.00	— 保存期：18個月

### 施恩嬰幼兒配方奶粉

施恩是針對高等收入消費群體的獨立優質品牌，產品可與主要國際嬰幼兒配方奶粉品牌競爭。本集團就金裝及標準裝系列嬰兒及孕婦及哺乳期女性配方奶粉從新西蘭採購優質原料奶粉。本集團亦委聘美國嬰幼兒配方奶粉知名代工商PBM Products生產嬰幼兒配方奶粉，百分百原裝進口出售。本集團以「施恩」品牌營銷的嬰幼兒配方奶粉產品包括施恩金裝嬰幼兒配方奶粉、施恩金裝孕婦配方奶粉、施恩標準裝嬰幼兒配方奶粉、施恩標準裝孕婦配方奶粉及施恩原裝進口脫脂奶嬰幼兒配方奶粉，全部均針對高端市場。

截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，本集團分別生產及出售約13,306噸、11,919噸、8,084噸及4,393噸施恩嬰幼兒配方奶粉產品。2007年、2008年、2009年及2010年首六個月，本集團施恩嬰幼兒配方奶粉產品銷售分別佔本集團總收入31.6%、27.5%、20.2%及23.2%。於2009年6月，本集團推出施恩原裝進口脫脂奶嬰幼兒配方奶粉產品，為本集團唯一一款原裝出售的施恩產品系列，除經銷前的標籤及紙箱包裝外，並無進行進一步加工。自本集團推出此產品起，於截至2009年12月31日止年度及截至2010年6月30日止六個月，透過銷售該產品分別產生人民幣17.0百萬元及人民幣1.3百萬元，佔本集團同期的總收入0.7%及0.1%。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

下表載列於2010年6月30日本集團以「施恩」品牌推出的嬰幼兒配方奶粉產品：

	產品名稱	建議零售價(人民幣)	產品說明
	施恩金裝嬰幼兒配方奶粉		各900克罐裝、400克盒裝或400克袋裝的規格如下：
	1段—適合0至6個月 嬰兒	1段—900克罐裝： 223.00 400克盒裝： 84.00 400克袋裝： 77.00	— 含低聚半乳糖(一組益生元)、DHA及ARA、膽鹼、低聚果糖及乳鐵蛋白
	2段—適合6至12個月較 大嬰兒	2段—900克罐裝： 207.00 400克盒裝： 80.00 400克袋裝： 72.00	— 向新西蘭的大型奶粉供應商進行採購，以確保質量  — 主要針對高端市場
	3段—適合1歲至3歲 幼兒	3段—900克罐裝： 207.00 400克盒裝： 80.00 400克袋裝： 72.00	— 保存期—900克罐裝：24個月 400克盒裝：18個月 400克袋裝：18個月
	施恩金裝孕婦配方奶粉	—900克罐裝： 192.00 400克盒裝： 73.00	各900克罐裝或400克盒裝的規格如下：
			— 含膳食纖維、葉酸、低聚半乳糖(一組益生元)、DHA及ARA、膽鹼及低聚果糖  — 向新西蘭的大型奶粉供應商進行採購，以確保質量  — 主要針對高端市場  — 保存期—900克罐裝：24個月 400克盒裝：18個月

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

	產品名稱	建議零售價(人民幣)	產品說明
	施恩標準裝嬰幼兒配方奶粉：		各900克罐裝、700克袋裝或400克袋裝的規格如下：
	1段—適合0至6個月嬰兒	1段—900克罐裝： 173.00 700克袋裝： 92.00 400克袋裝： 53.00	— 含核苷酸、DHA及ARA以及乳鐵蛋白
	2段—適合6至12個月較大嬰兒	2段—900克罐裝： 166.00 700克袋裝： 86.00 400克袋裝： 51.00	— 向新西蘭的大型奶粉供應商進行採購，以確保質量 — 主要針對高端市場
	3段—適合1歲至3歲幼兒	3段—900克罐裝： 166.00 700克袋裝： 86.00 400克袋裝： 51.00	— 保存期—900克罐裝：24個月 700克袋裝：18個月 400克袋裝：18個月
	4段—適合3歲至6歲幼童	4段—900克罐裝： 141.00 700克袋裝： 86.00 400克袋裝： 51.00	
	施恩標準裝孕婦配方奶粉	—900克罐裝： 152.00 400克袋裝： 52.00	各900克罐裝或400克袋裝的規格如下： — 含葉酸、DHA及低聚果糖 — 向新西蘭的大型奶粉供應商進行採購，以確保質量 — 主要針對高端市場 — 保存期—900克罐裝：24個月 400克袋裝：18個月
		施恩原裝進口脫脂奶嬰幼兒配方奶粉	
1段—適合0至6個月嬰兒		1段—900克罐裝： 268.00	— 含乙醯左旋肉鹼、核苷酸、DHA及ARA、低聚果糖及乳鐵蛋白
2段—適合6至12個月較大嬰兒		2段—900克罐裝： 258.00	— 添加九種不同的礦物質及十四種不同的維生素 — 百分百由美國知名的嬰幼兒配方奶粉代工商PBM Products生產 — 主要針對高端市場 — 保存期：36個月
	3段—適合1歲至3歲幼兒	3段—900克罐裝： 258.00	

## 業 務

### 營養食品

本集團亦出售四種營養食品，即雅士利品牌的豆奶粉及麥片、正味品牌麥片以及優怡品牌的成人及青少年米粉及奶粉。

本集團出售專為具有特殊需要的消費者而設的不同營養組合奶粉產品，例如需要補充鐵質及鈣質的成人，以及適合一般人士的添加維生素及礦物質產品。本集團的奶粉產品包括優怡中老年奶粉、優怡女士奶粉、優怡中小學生奶粉、優怡高鈣高鐵脫脂奶粉及優怡維他AD全脂奶粉。

本集團的豆奶粉系列包括六項產品，維他豆奶粉、維他AD豆奶粉、中老年豆奶粉、早餐豆奶粉、女士豆奶粉及學生豆奶粉，營養配方各異，適合尋求健康營養產品的所有普通青年及成年人。

本集團米粉系列包括不同配方的營養品，可供6至24個月間不同階段的嬰幼兒成長所需。本集團亦出售多種受歡迎味道，例如南瓜及紅棗。本集團的麥片產品包括燕麥片及原麥片，以迎合特定成人組別及一般消費者的特別營養偏好。

截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，本集團已分別出售約35,971噸、31,639噸、32,229噸及11,056噸營養食品。截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，營養食品銷售分別佔本集團總收入17.5%、16.5%、19.6%及15.2%。

下表載列於2010年6月30日本集團的主要營養食品資料：

	產品名稱	建議零售價(人民幣)	產品說明
	優怡中老年奶粉	—900克罐裝： 82.00 400克袋裝： 29.00	各900克罐裝或400克袋裝的規格如下：  — 富含維生素A、D、E及膳食纖維和豐富的鈣，營養易吸收  — 含益生元與益生菌以及低聚果糖  — 由中國當地採購的優質原奶製造  — 保存期—900克罐裝：24個月 400克袋裝：18個月

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

	產品名稱	建議零售價(人民幣)	產品說明
	優怡女士奶粉	—900克罐裝： 82.00 —400克袋裝： 29.00	各900克罐裝或400克袋裝的規格如下： <ul style="list-style-type: none"> <li>— 富含維生素A、D以及膳食纖維和鈣，營養易吸收</li> <li>— 含葉酸、益生元及益生菌以及低聚果糖</li> <li>— 由中國當地採購的優質原奶製造</li> <li>— 保存期—900克罐裝：24個月 400克袋裝：18個月</li> </ul>
	優怡中小學生奶粉	—900克罐裝： 80.00 —400克袋裝： 28.00	各900克罐裝或400克袋裝的規格如下： <ul style="list-style-type: none"> <li>— 富含維生素A及D以及低聚果糖、營養易吸收</li> <li>— 添加益生元與益生菌</li> <li>— 由中國當地採購的優質原奶製造</li> <li>— 保存期—900克罐裝：24個月 400克袋裝：18個月</li> </ul>
	優怡高鈣高鐵脫脂奶粉	—900克罐裝： 82.00 —400克袋裝： 29.00	各900克罐裝或400克袋裝的規格如下： <ul style="list-style-type: none"> <li>— 富含豐富鈣、鐵，鈣鐵含量比普通全脂奶粉高25%，專為缺乏鈣鐵的消費者食用而設</li> <li>— 含益生元及益生菌以及低聚果糖</li> <li>— 由中國當地採購的優質原奶製造</li> <li>— 保存期—900克罐裝：24個月 400克袋裝：18個月</li> </ul>

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

	產品名稱	建議零售價(人民幣)	產品說明
	優怡維他AD全脂奶粉	—900克罐裝： 80.00 400克袋裝： 28.00	各900克罐裝或400袋裝的規格如下：  — 富含維生素A、D及E，是適合所有年齡段人士的全面營養補充食品  — 含低聚果糖  — 由中國當地採購的優質原奶製造  — 保存期—900克罐裝：24個月 400克袋裝：18個月

豆奶粉	產品名稱	建議零售價(人民幣)	產品說明
	雅士利豆奶粉	—480克袋裝： 9.00 500克袋裝： 10.50 580克袋裝： 14.80	480克平面袋(每箱20包)及500克平面袋(每箱12包)。本集團設有六種產品，具不同配方及營養，適合不同消費群體個別口味：  — 維他豆奶粉：富含多種維生素、動植物營養及生物碳酸鈣  — 維他AD豆奶粉：富含維生素A及D、動植物營養及生物碳酸鈣  — 中老年豆奶粉：富含動植物營養、高鈣、少糖配方  — 早餐豆奶粉：富含動植物營養及蛋白質  — 女士豆奶粉：富含鐵以及維生素A及D，低糖配方  — 學生豆奶粉：富含動植物營養及生物碳酸鈣  — 保存期：12個月

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

米粉	產品名稱	建議零售價(人民幣)	產品說明
	雅士利米粉		每箱含16盒或18袋米粉，具不同配方的營養品及味道，適合6至24個月嬰兒食用：
	1段—適合6-24個月 嬰兒食用	1段—鈣鐵鋅 250克盒裝： 19.00 280克盒裝： 9.50  —胡蘿蔔南瓜 250克盒裝： 19.00	— 兩類產品可供選購：鈣鐵鋅及胡蘿蔔南瓜(僅備18裝包裝可供選購)  — 富含多種維生素、鈣、鐵及鋅  — 含益生元  — 保存期：12個月
	雅士利米粉		每箱含18盒或16袋米粉，具不同配方的營養品及味道，適合7至24個月嬰兒食用：
	2段—適合7-24個月 嬰兒食用	2段—250克盒裝： 19.00 280克袋裝： 9.50	— 三類產品可供選購：蛋黃雙歧因子、黑米紅棗及雞肉蔬菜(僅備18盒包裝可供選購)  — 添加維生素  — 含益生元  — 含雙歧因子(一種益生元)  — 保存期：12個月
	雅士利米粉		每箱含18盒或16袋米粉，具不同配方的營養品及味道，適合8至24個月嬰兒食用：
	3段—適合8-24個月 嬰兒食用	3段—250克盒裝： 19.00 280克袋裝： 9.50	— 三類產品可供選購：魚肉蔬菜、維生素A及D、鈣及蜂蜜雙歧因子(僅備18盒包裝可供選購)  — 添加維生素  — 含DHA及ARA  — 保存期：12個月

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

麥片	產品名稱	建議零售價(人民幣)	產品說明
	雅士利燕麥片	—600克袋裝： 22.00	<p>每箱含20袋燕麥片，保存期為18個月。設有五種產品，是針對個別消費群體及一般成人的不同配方營養品：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— 雅士利蛋白燕麥片：含全脂奶粉、大豆蛋白、蛋白質營養</li> <li>— 雅士利早餐燕麥片：含優質奶粉</li> <li>— 雅士利核桃高鈣燕麥片：含核桃粉、高鈣</li> <li>— 雅士利中老年低糖燕麥片：含鈣、鐵</li> <li>— 雅士利高鈣高鐵燕麥片：富含鈣、鐵</li> </ul>
	正味燕麥片	—600克袋裝： 14.50	<p>每箱含20袋燕麥片，保存期為18個月。產品所含營養，適合個別消費群體及一般成人食用：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— 正味原味營養麥片：含玉米精華、碳水化合物及低聚果糖</li> </ul>
	雅士利營養燕麥片	—500克袋裝： 9.30 —700克袋裝： 13.00 —900克罐裝： 21.50	<p>三種包裝的燕麥片，分別為500克袋裝、700克袋裝及900克罐裝：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— 富含碳水化合物及膳食纖維</li> <li>— 保存期：12個月</li> </ul>

### 其他產品

在齊齊哈爾廠房，本集團生產的全脂奶粉進一步加工成為基粉，主要供成人及青少年奶粉生產內部使用。在本集團自行生產的全脂奶粉的內部供應超逾內部需求時，本集團亦向從事雪糕等乳製品商業生產的第三方製造商出售本集團過剩的全脂奶粉作原材料之用。

## 業 務

本集團亦生產包裝罐及紙盒等包裝材料供內部使用。往績記錄期內，少量包裝材料向外界出售。本集團亦向外界乳製品製造商出售原奶等過剩的原材料供應。此外，本集團的收入亦來自一家前附屬公司好味佳食品生產涼果產品的銷售，而本集團已於2007年12月31日將該公司售予控股股東。

截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度及截至2010年6月30日止六個月，該等產品的外部銷售分別達人民幣57.6百萬元、人民幣30.6百萬元、人民幣16.7百萬元及人民幣6.8百萬元，分別佔本集團總收入的2.0%、1.1%、0.6%及0.5%。

### 銷售及經銷渠道

#### 本集團團隊及版圖

本集團銷售團隊的主要責任為本集團與經銷商在其本身的銷售地區的首要聯絡點、物色新商機及以招攬新經銷商，藉以擴充本集團的經銷版圖及加強市場滲透率。本集團的銷售員工亦可協助提供客戶服務，並進行協助營銷或推廣活動，例如協助本集團經銷商進行本集團要求的營銷活動。

本集團銷售團隊及經銷版圖根據本集團雅士利及施恩兩個主要品牌劃分。雅士利旗下子品牌主要包括雅士利、安貝慧、能慧、優怡及正味品牌，涵蓋多元化的產品，例如嬰幼兒配方奶粉產品及營養食品。施恩品牌主要用於營銷嬰幼兒配方奶粉產品。

於2010年6月30日，本集團主要通過逾1,300個一級經銷商向消費者銷售產品，這些經銷商進一步將本集團的產品經銷予位於中國各省、市、自治區的零售店。

本集團的銷售員工實行基層經銷商管理及向本集團經銷商提供協助。銷售人員是本集團與經銷商及其他直接客戶之間的主要聯絡點，本集團設有以績效為依據的獎勵計劃及具競爭力的晉升計劃，去調動銷售人員的積極性。本集團的經銷商根據經銷協議的條款，負責管理本集團產品銷售予客戶的事宜。本集團亦不時與經銷商合作進行產品推廣活動。本集團亦在零售點派駐導購人員(由人力資源公司僱用)以推動產品的銷售及直接提升消費者對產品的注視以及品牌認受性。

於2010年6月30日，本集團旗下有905個經銷商經銷雅士利嬰幼兒配方奶粉及營養食品，另有484個經銷商經銷本集團的施恩嬰幼兒配方奶粉產品。下表載列於2010年6月30日在不同層級城市的本集團旗下的經銷商數目：

	一線城市	二線城市	三線城市
雅士利 . . . . .	98	447	360
施恩(廣州) . . . . .	94	338	52
合計 . . . . .	192	785	412

---

## 業 務

---

### 銷售雅士利嬰幼兒配方奶粉及營養食品

本集團集中雅士利品牌產品(當中包括雅士利嬰幼兒配方奶粉產品及營養食品)的營銷工作於廣東雅士利位於中國廣東省潮州的總部統一指揮、協調。為有效進行銷售及營銷活動，本集團按主要品牌分設銷售及營銷團隊以覆蓋主要地區，並擴充本集團的銷售網絡至全國各省、市及自治區。

於2010年6月30日，本集團雅士利品牌產品銷售團隊擁有超過1,500名員工，遍佈全國的經銷網絡，當中包括超過1,300名銷售人員及200名營銷人員，並由20,000多名勞務派遣與佣金制導購人員輔助，以推廣及銷售本集團雅士利系列品牌旗下的嬰幼兒配方奶粉產品及營養食品。本集團的營銷及推廣活動乃根據本集團營銷團隊制訂的內部品牌策略而設計，為每項活動分配合適的資金及資源。營銷人員被指派至本集團的銷售分部及辦事處以監督管理本集團營銷策略的執行。而導購人員的原動力，來自本集團的佣金薪酬計劃，作為達致雅士利產品較高銷售的激勵。

### 銷售施恩嬰幼兒配方奶粉產品

本集團集中施恩品牌的營銷工作於施恩(廣州)位於中國廣東省廣州的總部統一指揮、協調。為有效進行銷售及營銷活動，本集團分設銷售及營銷團隊以覆蓋主要地區，並擴充本集團的銷售網絡至除西藏及黑龍江外的全國各省、市及自治區。因考慮到當地市場容量及所需的銷售力度，本集團仍未把施恩嬰幼兒配方奶粉產品的經銷網絡伸延至黑龍江及西藏。

於2010年6月30日，本集團施恩嬰幼兒配方奶粉產品銷售團隊擁有超過700名員工，遍佈全國的經銷網絡，當中包括超過550名銷售人員及超過150名營銷人員，並由8,000多名勞務派遣與佣金制導購人員輔助，以推廣及銷售本集團施恩嬰幼兒配方奶粉產品。本集團的營銷及推廣活動乃根據本集團營銷團隊制訂的內部品牌策略而設計，為每項活動分配合適的資金及資源。營銷人員被分派至本集團的銷售分部及辦事處以監督管理本集團營銷策略的執行。而導購人員的原動力，來自透過經銷商的佣金薪酬計劃，作為達致施恩產品較高銷售的激勵。

---

## 業 務

---

### 銷售渠道

於2010年6月30日，本集團雅士利系列品牌旗下的嬰幼兒配方奶粉及營養食品售予超過800個一級經銷商。同時，施恩品牌嬰幼兒配方奶粉產品則售予超過450個一級經銷商。在該等一級經銷商中，46名經銷商同時採購本集團雅士利品牌及施恩品牌產品。該等一級經銷商是本集團的直接客戶。往績記錄期內，本集團少數產品亦透過直銷出售予若干零售連鎖店。

該等經銷商透過全國各省、市、自治區的二級經銷商及零售點將本集團的產品轉售予消費者，例如本地雜貨店、區域零售連鎖店、專賣店及全國性零售連鎖店。此外，於往績記錄期內，本集團亦在有限程度上，於華東地區的城市及市級地區，向屬於主要全國及區域性零售連鎖店的若干主要客戶直接銷售產品。於截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，本集團向經銷商出售嬰幼兒配方奶粉及營養食品的銷售額，分別約為人民幣2,740.0百萬元、人民幣2,664.8百萬元、人民幣2,545.6百萬元及人民幣1,346.1百萬元，分別佔同期的嬰幼兒配方奶粉及營養食品總收入96.7%、97.9%、99.1%及98.4%。於截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，本集團該等產品的直接銷售額分別為人民幣94.5百萬元、人民幣56.2百萬元、人民幣23.7百萬元及人民幣22.5百萬元，分別佔同期的嬰幼兒配方奶粉及營養食品總收入3.3%、2.1%、0.9%及1.6%。由於向主要零售連鎖店進行直銷的信貸風險，因此本集團將會減少直銷並集中透過經銷商出售產品。

本集團在經濟增長迅猛的二三線城市以及縣及鄉鎮成功確立領先地位，有關地區的經濟增長將受惠於政府的利好政策。由於本集團在中國整體市場具市場領導地位，加上本集團向來有超過70%總收入是來自二線城市（例如東莞、南陽、九江、深圳及佛山）及三線城市（例如晉江、雲夢、亳州、昆山及漯河），本集團相信本身在該等快速增長的市場已建立領導地位。有關其他詳情，請參閱「財務資料—財務狀況及經營業績的管理層討論及分析—持續經營業務業績部分的描述—收入」一節。本集團相信，本身與穩定而龐大的經銷商網絡密切合作，使本集團的優勢遠超其他跨國競爭對手，該等競爭對手的產品由於缺乏經銷基建，因此在二三線城市產品地位相對較弱。

本集團的客戶服務代表對經銷商進行定期售後回訪，以取得信息反饋，向彼等更新本集團產品的資料以及鼓勵彼等對本集團銷售員工及銷售管理程序的檢討。本集團亦已成立獨立內部銷售審計部門，以確保本集團的銷售及經銷開支能高效地根據內部政策應用於提高客戶忠誠度。

## 業 務

### 一級經銷商

本集團根據本集團的嚴謹甄選政策仔細甄選一級經銷商。本集團仔細考慮不同地區各準經銷商的背景及優勢，並在於任何特定地區委任經銷商前檢查該等經銷商的合適性。本集團評估經銷商的合適性亦計入多項因素，如其經銷網絡、銷售渠道、財務狀況、業務聲譽、資金來源背景、業務使命及目標、磋商能力以及其經銷人員的經驗。

本集團的經銷網絡按不同區域而劃分，以有效地管理各個地區的經銷商。本集團透過建立清晰的銷售目標、進行定期評估、提供指引及終止與不符本集團標準的經銷商的合作關係，從而管理經銷商的銷售表現。本集團的產品銷售及營運管理亦針對不同經銷區域、不同銷售渠道及不同產品種類量身訂製。本集團確保定價政策嚴格統一地實行，對定價策略保留有效控制權。本集團派遣銷售人員在零售點進行價格檢查，而銷售部負責監督和驗證定價信息，以確保有效地執行本集團的定價策略。本集團的銷售人員定期檢查經銷商的存貨，而導購人員負責管理零售點的存貨水平。

### 標準經銷協議

本集團的經銷商一般須與本集團簽署標準經銷協議。本集團的標準經銷協議的主要條款包括：

- **初步一次性擔保款項。** 在獲得本集團向彼等提供產品前，由本集團委託以經銷本集團產品的經銷商須向本集團支付初步一次性擔保款項，由本集團按經銷商的規模釐定，該初步一次性款項一般由人民幣20,000元至人民幣80,000元不等，在一般情況下將會由本集團保留，直至標準經銷協議終止為止。擔保款項的相關利息歸本集團所有。
- **合作條件。** 於雙方一致同意的指定區域內，經銷商須在經營及維持本集團的經銷網絡及銷售渠道方面與本集團合作。本集團可根據市場規模以及銷售渠道的種類(如該經銷商的二級經銷商或其不同的零售業態)，於一個區域內有一個至多個經銷商。各經銷商負責發展其自身的銷售網絡及聯絡其自身的客戶(即二級經銷商及零售店)，而本集團則要求本集團產品在經銷商所涵蓋的區域內提供予具規模零售店的特定滲透率。本集團亦與經銷商個別商討銷售目標，一般每月由人民幣幾百萬至一千萬不等，視乎每個經銷商的地理位置及銷售網絡。本集團於經銷協議中制定了建議的二級經銷價、售予零售商的銷售價，以及零售價。除非本集團另有修訂，否則經銷商、各二級經銷商及零售渠道均須遵照此建議售價。經銷商須在提供予其經營的財務及其他資源方面達到本集團的管理標準。此外，本集團於標準經銷協議中載有一項禁止竄貨的條文，規定經銷商必須嚴格遵守其進行銷售的指定範圍。此外，經銷商有責任監察及確保

---

## 業 務

---

其客戶不進行竄貨。本集團亦對竄貨的行為訂下嚴厲的罰則，其可能包括沒收全數擔保款項、終止經銷協議及採取進一步法律行動。

- **訂貨、交付及物流管理。** 本集團一般要求經銷商於要求交付日前十日訂貨。本集團出售的責任及經銷商購買的責任僅於購買訂單獲接納時方會產生。一經接獲經銷商款項，本集團負責交付產品予各經銷商指定的倉庫，成本由本集團承擔。經銷商負責所有與產品相關的成本，以及此後所有付運及相關成本，包括交付本集團產品予二級經銷商及最終消費者。所有經銷商亦須遵守本集團的物流管理規定。
- **付款。** 經銷商須向本集團預付款，方會獲本集團供應產品。一般不會許可任何經銷商按信貸採購訂貨。此項嚴格安排有助本集團加強現金流量，減低本集團有待收取的應收款及防止本集團面臨壞賬的風險。
- **營銷支持。** 本集團進行產品的營銷及推廣活動，並要求經銷商協助營銷活動。本集團承擔分包地方人力資源公司的成本，其轉而自費招聘導購人員。
- **導購人員。** 本集團負責支付導購人員的基本薪金。經銷商則負責支付佣金，佣金必須符合本集團於標準經銷協議內規定的每類產品的最低金額。
- **退回及更換產品。** 本集團一般不許可任何退款或經銷商退回產品，惟因本集團產生產品質量問題時方可接受退回。
- **保密性。** 經銷商與本集團之間的有關本集團經銷系統、定價系統、營銷策略、推廣安排以及經銷及其他協議及營業通信的資料於任何時候均須保密。
- **協議續期。** 本集團的經銷協議通常為期一年。若雙方同意，已重續的經銷協議必須於現有協議屆滿後一個月內簽訂。

本集團保留權利更改標準經銷協議的條款，視乎經銷商的特定情況而定，並建議各產品的轉經銷價、售予零售商的售價及零售價。根據標準經銷協議，倘經銷商未能達到彼等的銷售目標或違反標準經銷協議的條款，本集團有權終止協議。本集團相信，透過依賴本集團的銷售人員及管理層積極監察、督促、評估和確保經銷商的銷售表現、產品定價及存貨和推廣活動管理，以及積極監管零售點存貨及產品定價，本集團能夠實行有

## 業 務

效的銷售管理策略，避免經銷商或二級經銷商在日常營運中違反經銷協議的條款，或從事損害本集團聲譽的活動。往績記錄期內，本集團並不知悉任何經銷商概無進行或採取導致本集團就經銷商營運負上任何法律責任的非法活動或手段。

### 與經銷商的關係

本集團的經銷商一般為從事經銷嬰幼兒營養、乳製品或營養食品的地方經銷商。本集團認為一級經銷商的支持是確保經銷網絡效能的主要因素。本集團相信本集團具有穩定的經銷商網絡，彼等顯示出認同本集團穩健的業務模式及銷售管理。於2010年6月30日，本集團與經銷商維持為期1年至12年不等的業務關係，當中約31%與本集團已維持五年以上的業務關係。同日，本集團五個最大的經銷商於截至2010年6月30日止六個月與本集團維持了兩年至12年的業務關係。

下表載列往績記錄期內經銷商數目的變動：

	截至12月31日止年度			截至6月30
	2007年	2008年	2009年	日止六個月
加入新經銷商 . . . . .	162	90	139	112
現有經銷商終止 . . . . .	(43)	(63)	(55)	(36)
經銷商變動淨額 . . . . .	119	27	84	76
期末經銷商 . . . . .	<u>1,202</u>	<u>1,229</u>	<u>1,313</u>	<u>1,389</u>

於往績記錄期內與本集團經銷商的關係的終止主要是由於本集團定期評估經銷商的資質、合適性、表現及服務質量以及與部分經銷商的經銷協議的屆滿，該等經銷商因2008年全國性三聚氰胺事件而停止業務經營。

為確保經銷商的活動乃符合本集團的指引及政策，本集團訂有控制及監管系統，並透過刊發季度及每月銷售指引及與經銷商定期安排會面，審視並討論銷售表現和管理，藉此向經銷商的員工提供指引。儘管本集團並無直接管理二級經銷商，本集團會透過自身在業界的銷售人員與經銷商的協調追縱二級經銷商的表現。為確保達到優質客戶服務，本集團亦向一級經銷商提供定期的培訓計劃，以促進彼等瞭解本集團產品及推廣活動、交換有關最新市場發展的資料及情報以及客戶分佈數據、偏好及反饋。為了有效防止經銷商竄貨，於每個包裝上均會有獨特的二維產品編碼標示，讓本集團可追縱每件成品及其各自經銷商及地區的詳情及流向。此外，本集團要求經銷商就其銷售及存貨提交

---

## 業 務

---

每月報告。透過經銷商的每月報告，以及被派遣至零售店的本集團導購人員的現場銷售記錄，本集團可以追蹤及監管經銷商和零售店的存貨水平及所提供的銷售價格。本集團的銷售人員亦會定期到訪經銷商及零售店，以核實相關的存貨水平及產品系列資料。

截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，本集團的五大經銷商佔本集團於各期間的總銷售收入約4.3%、4.1%、3.5%及3.8%。於截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，本集團的單一最大經銷商分別佔本集團總銷售收入約1.0%、1.0%、0.7%及0.8%。

於最後實際可行日期，據本集團董事所知，概無董事或彼等的聯繫人或擁有本集團已發行股本超過5%的股東，或於本集團任何五大經銷商中擁有任何權益。董事確認經銷商過去或目前與本集團、本集團股東、董事、高級管理層或其任何聯繫人概無任何關係，該等經銷商目前或過去亦不是本公司或其附屬公司的僱員。

### 導購人員

本集團產品的導購人員由人力資源公司聘請，本集團一般與此等公司訂立為期兩年的長期協議。人力資源公司按本集團指明的準則聘請合適的人選，並派遣符合資格的導購人員到指定的零售點。導購人員與人力資源公司訂立直接勞務合約。該等合約訂明彼等將受聘為本集團產品的導購人員，並須嚴格遵循所有本集團訂下的有關勞工、補償及評估政策。人力資源公司負責定時繳付所有供款，以及所有相關社保供款計劃。本集團向人力資源公司支付服務費用，此等公司其後會向其聘請的導購人員發放相關補償金。截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，本集團就產品導購人員而支付予人力資源公司的服務費用分別為人民幣182.6百萬元、人民幣315.6百萬元、人民幣266.5百萬元及人民幣150.8百萬元。本集團的經銷商則負責向導購人員支付按銷售成績計算的佣金。為了確保導購人員提供的服務質素，本集團就不同領域提供定期的培訓，包括市場趨勢、消費者情緒、正確的行為及禮儀，以及產品特色。除分發本集團的行為及表現指引外，本集團亦定期隨機派遣員工到零售點，考察及評估導購人員的工作表現。若任何導購人員違反本集團的內部政策或程序，人力資源公司需負責提供及時的補替。

---

## 業 務

---

### 零售店

本集團的一級經銷商向各零售渠道營銷本集團產品，而本集團產品可於各零售渠道由消費者(包括本地雜貨店、區域零售連鎖店、專賣店及全國性零售連鎖店)採購。

#### 本地雜貨店

本地雜貨店由專攻食品的較小商店，至提供新鮮農產品和衣物的較大型商店不等。中國的二三線城市的本地雜貨店是中等及中高等收入消費群體日常家用品和食品購物的優先選擇。本集團在這些地方有深入滲透的經銷和銷售網絡，在此傳統零售業態有強勢地位。本集團把握這零售業態的市場份額，與穩定而龐大的經銷商網絡密切合作，使本集團的優勢遠超其他跨國競爭對手，該等競爭對手的產品由於缺乏經銷基建，因此產品地位相對較弱。

#### 區域零售連鎖店

區域零售連鎖店包括有區域版圖的超級市場及零售連鎖店。本集團一般在區域零售連鎖店維持產品區，而所有本集團產品會在該區內連同本集團的標記按系列在架上陳列。本集團的導購人員派守主要零售連鎖地點，推銷本集團的產品，鼓勵消費者加入本集團的會員計劃，即雅士利嬰幼兒配方奶粉產品的「愛嬰家園」會員計劃以及施恩嬰幼兒配方奶粉產品的會員計劃。

#### 專賣店

專賣店為零售商，專門銷售衣履、食品及個人護理產品及必需品，針對特定消費群體。本集團主要向那些專為嬰幼兒及孕婦和哺乳期女性提供產品的專賣店，出售嬰幼兒配方奶粉產品及孕婦和哺乳期女性的配方奶粉。

#### 全國性及區域性零售連鎖店

本集團的產品亦銷往全國性及區域性零售連鎖店，包括超級市場及有全國性及區域性版圖的零售連鎖店。本集團一般在全國性及區域性零售連鎖店維持產品區，而所有本集團產品會在該區內連同本集團標記按系列在架上陳列。本集團也可能就產品向其中若干特選主要零售店提供銷售折扣，以在主要地點促銷。本集團已與八間全國性零售連鎖店及36間區域性零售連鎖店建立及維持關係。為了進一步把握增長機會，本集團有一隊富有經驗及全心奉獻的銷售團隊，以加強本集團於此等現代化零售業態的地位。

---

## 業 務

---

### 銷售過程

本集團的主要經營分部，包括雅士利及施恩嬰幼兒配方奶粉系列及營養食品，主要銷售政策相若。

本集團的經銷商一般須就已作出的訂單預付款項，惟在按交易基準進行的交易，本集團向已與本集團交易多年並有良好往績記錄的經銷商提供十日至60日的臨時信貸。在有限程度上，本集團就直接銷售予位於華東地區若干城市及市級地區的若干主要零售連鎖客戶授出60日至90日的信貸期。於接獲已訂產品的預付款項後，本集團將會安排交付該等產品予經銷商。一般而言，經銷商每月就本集團產品訂貨兩至三次。經銷商向本集團訂貨的密度取決於經銷商所出售的產品數量及物流配送的靈活度。

本集團的銷售員工會定期到訪所有經銷商，以確保彼等有充足存貨及本集團產品乃於保存期內售予消費者。所有銷售乃於本集團的物流及存貨管理系統內記錄，以使本集團得以追蹤每批產品的目的地及各經銷商。本集團亦要求經銷商提交其銷售及存貨的每月報告，並收集被派至零售店的產品導購人員之現場銷售記錄，藉此使本集團能夠監察經銷商和零售店的存貨水平及其提出的銷售價格。由於本集團的墊支款項政策及不設退款／交換政策（有缺陷及損壞的貨品除外），因此，累積存貨的經銷商會面臨現金流量問題或產生虧損的風險，原因是本集團產品可能會於轉售予零售店前過期。

本集團一般為經銷商訂立統一的售價，並就本集團產品售予二級經銷商及零售商，訂出適用於經銷商及直銷客戶的建議售價。本集團嚴格執行定價政策。在十分有限的情況下，本集團會按個別情況，按主要全國性或區域性零售連鎖店的要求調整產品售予零售商的售價，以配合其推廣活動或特定的毛利目標。本集團不同的產品價格乃參考多項因素釐定：包括每個產品種類的市場價格、消費者敏感度、從市場調查收集的數據、銷售成本、盈利能力分析，以及推廣政策。特別是產品之主要原料價格上升，會引致溢利下降，迫使本集團於生產中採用較具成本競爭力的替代品，或是把上升的成本轉嫁消費者。本集團旨在為客戶釐定有市場競爭力的產品價格，並同時為本集團及經銷商帶來滿意的溢利。於往績記錄期內，本集團透過管理原料採購之成本、提升經營效率，以及在較小程度上於考慮過市場狀況後調高產品售價，成功維持產品的競爭力以及盈利能力。

本集團相信，本集團已為經銷商提供具吸引力的獎勵制度，以及全面的銷售管理系統，確保產品的市場訂單及定價穩定。本集團相信，其穩定及全面的經銷網絡將會進一步保證於未來年度成功推出新產品。

---

## 業 務

---

### 品牌及營銷

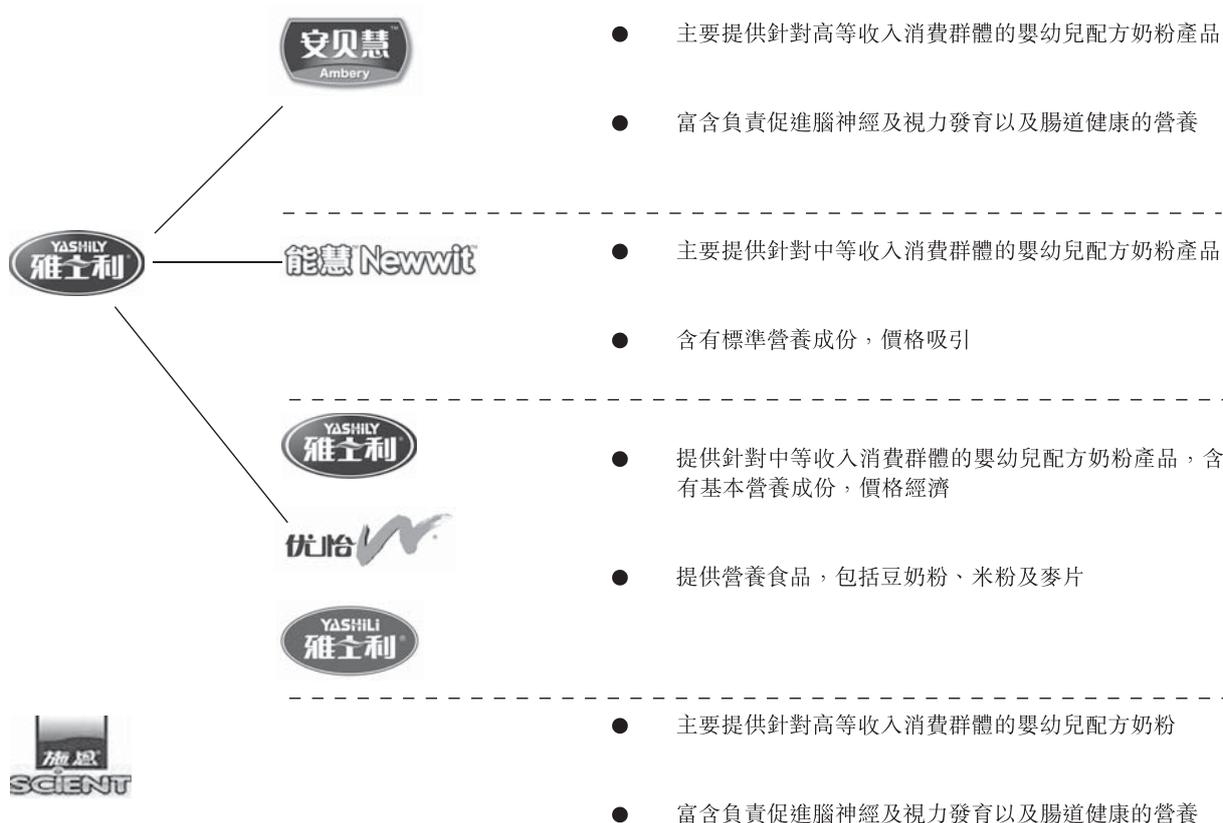
#### 品牌

本集團相信本集團乃中國最廣獲認同的嬰幼兒配方奶粉品牌之一。本集團採納多品牌策略，令本集團能夠銷售更多經營分部的產品，令本集團能接觸更廣闊、擁有不同購買力的消費群體。本集團持續致力為本集團的雅士利及施恩商標建立品牌知名度，品牌已與優質且可靠的嬰幼兒配方奶粉及營養食品劃上了等號。由於已建立穩固的消費者忠誠度，本集團相信透過本集團的產品質量及本集團產品相關健康益處的口碑，能夠進一步提升本集團品牌知名度。本集團雅士利系列品牌及施恩品牌的成功亦為本集團提供機會，日後可借助已廣為人知的品牌，去推出新的產品線。

本集團自行定位為一系列具領導地位的嬰幼兒營養產品品牌的生產商。本集團相信本集團品牌的知名度及聲譽對本集團的業務增長起重要作用。就本集團的施恩品牌高端進口嬰幼兒配方奶粉產品系列而言，於宣傳活動及產品包裝上，本集團將本集團品牌與自新西蘭進口的優質乳品材料，以及一系列百分百從美國進口的嬰幼兒配方奶粉產品相聯繫。此外，本集團所有嬰幼兒配方奶粉產品現時採用自新西蘭及澳洲進口的原料奶粉。本集團的優質進口原料奶粉，令本集團有別於那些一般在國內採購所有或部分乳品材料的其他中國國內的嬰幼兒配方奶粉產品生產商，本集團相信能令本集團與中國嬰幼兒配方奶粉市場的主要國際品牌競爭。

## 業 務

多品牌策略的路線概述如下：



### 推廣及營銷活動

本集團根據完全獨立的策略管理雅士利及施恩品牌推廣營銷活動，由不同的營銷團隊負責進行。就雅士利及施恩兩者而言，本集團直接或透過本集團的經銷商從事一系列的營銷及推廣活動。本集團主要透過電視廣告進行營銷宣傳活動，認為消費者接觸面較大。為有效向消費者傳遞本集團的訊息，本集團在主要電視網絡（包括中央電視台）以及全國及省級衛星及有線頻道購買主要的黃金廣告時段。本集團亦在全國及本地電視網絡購買其他種類的電視廣告時段，以鎖定特定的消費群體。本集團根據產品是已成熟或新推出，改變電視廣告的頻率。本集團亦與中國的藝人訂立合約，為本集團的產品擔任電視廣告代言人。

除電視廣告外，本集團亦會使用其他如報紙、生活時尚雜誌和網絡報紙等媒體渠道。本集團在知名的門戶網站及育嬰論壇網站為本集團產品購買廣告展示，以擴展本集團於網絡的營銷活動及品牌地位，接觸年輕父母，年輕父母一般來說都趨向依賴網絡作為主要資料來源。

## 業 務

本集團與零售店訂立合同以維持本集團的產品區。有本集團產品區的主要零售店須安裝店內顯示板，顯示本集團的標記，以加強品牌形象。本集團在主要的零售店配置導購人員，以推廣本集團的產品，從消費者直接收集反饋信息。於2010年6月30日，本集團分別在全國有超過28,000名及8,000名全職及兼職導購人員，分別支持雅士利和施恩品牌的產品銷售。本集團亦不時給施恩嬰幼兒奶粉產品附上小包裝嬰幼兒配方奶粉產品作贈品，以刺激銷量。於截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，嬰幼兒配方奶粉產品贈品所帶來的銷售成本分別約人民幣58.8百萬元、人民幣107.1百萬元、人民幣109.9百萬元及人民幣65.6百萬元。

雅士利品牌系列方面，本集團已建立一個免費入會的忠誠計劃，名為「愛嬰家園會員計劃」。計劃旨在為於零售店購買本集團產品的會員提供服務。於2010年6月30日，愛嬰家園會員計劃已有約超過1,770,000名會員，提供的服務例如客戶服務熱線、網上消費者小區([www.aiyingjiayuan.com](http://www.aiyingjiayuan.com))，及贈送的雜誌期刊等刊物。本集團的服務熱線乃本集團會員計劃最受歡迎的項目之一。致電者可來電與嬰兒護理專家對話，專家將可提供詳盡的嬰兒護理及幼兒健康資料。本集團的([www.aiyingjiayuan.com](http://www.aiyingjiayuan.com))網站乃一個網上小區，為孕婦及餵哺母乳的女性提供一個論壇，藉以彼此交流及分享經驗，收取產品資料，以及提供有關本集團產品的反饋。

施恩品牌方面，本集團已設立會員計劃，以建立客戶忠誠度和品牌認受性。本集團亦收集會員信息，例如孩童的出生日期及父母的聯絡電話，以便提供服務及信息，例如生日卡、產品推廣活動、嬰兒營養及新產品資料，全部均可提升成為會員的價值和體驗。本集團亦能透過本身的以客戶資源管理電腦系統處理的龐大會員聯絡方法及資料數據庫，去緊密追蹤及分析消費者的行為。本集團定期進行電話訪問，以收集有關會員最近期的購買嬰幼兒配方奶粉產品的記錄。於2010年6月30日，本集團的會員計劃有超過400,000個註冊會員。本集團亦設立了客戶服務熱線，為會員提供便利的途徑，以獲取有關嬰兒營養及本集團產品的信息。

截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，本集團對雅士利和施恩嬰幼兒配方奶粉及營養食品的推廣及禮品開支以及廣告開支總額分別為人民幣555.7百萬元、人民幣800.4百萬元、人民幣675.9百萬元及人民幣371.3百萬元，分別佔本集團各期間的收入總額的19.2%、29.1%、26.1%及27.0%。

## 研發

本集團相信本身的研發力度能夠支持並改善本身在引進嶄新、技術先進的新產品和新材料以及改進本身的生產流程的能力，以應對市場需求。在營運歷程中，本集團研發專為中國嬰幼兒配製的配方奶粉。本集團相信本集團的嬰幼兒奶粉產品較跨國競爭對手的產品易於消化吸收。在本集團的成功產品中，本集團成功開發並推出雅士利 $\alpha$ 金裝系列嬰幼兒配方奶粉，其含葉黃素，是一種重要的抗氧化劑，保護眼睛不受光線損害，延

---

## 業 務

---

緩視網膜老化及防止病變；含DHA及ARA(母乳中含有的兩種營養素)，可促進嬰兒大腦及視力的發育；含膽鹼，一種強有機鹼，是卵磷脂的組成成分，可促進腦神經發育及改善記憶；及含低聚果糖(一種代糖)，其益生元功能可促進腸道健康。

本集團專設研發團隊，負責改善優化產品組合和質量。於2010年6月30日，本集團的研發團隊共有32名研究人員。研發部的員工持有有關農業、食物或營養技術、化學或工業工程的學位，並擁有有關食物及乳製品工業的豐富經驗，或擁有乳製品評鑒師的資歷。為顯示本集團具領導地位的開發實力，本集團亦已積極參與制訂嬰幼兒配方奶粉、豆奶粉及麥片的國家標準和行業營養標準。

本集團研發中心的主要集中點之一，是對嬰幼兒營養成份及嬰幼兒配方奶粉進行持續性研究，包括母乳、嬰幼兒配方奶粉、豆製品和其他配方奶粉替代品的成份，照顧患有乳糖不耐症的嬰兒，以及在產品系列中應用大豆分離蛋白。本集團的嬰幼兒配方奶粉的研究項目由佟成付先生牽頭，其具備超過22年嬰幼兒營養品的研究經驗。佟先生現為國家級乳品評鑒師，乳品產業技術創新戰略聯盟專家委員會委員；奶粉國家標準GB/T5410-2008的主要起草人，2008年亦參與「乳品通用檢驗方法」國家標準GB-5413的起草工作，1990年參與國家輕工部科研項目「嬰兒配方乳粉III」的研製及產品標準的制定工作。本集團短期內集中進行的研發亦可能包括嬰幼兒及成人營養產品的新產品線的開發，以應付不斷轉變的市場需求及消費者偏好，例如引進有機嬰幼兒營養產品及中老年配方奶粉。

為進一步提升技術實力，確保準備就緒提供高效、嶄新的解決方案，本集團計劃在廣東省汕頭興建全新的食品研究院，並投入大量資金，從本地及海外供應商購買全新的先進實驗設備和設施。將研發力量集中在一起。食品研究院的土地使用權之收購及基礎設施的建設預期於2011年開始，本集團並預期建設及有關設備的購置會於2013年完成。該食品研究院專門開發全新的具市場競爭力的產品和研究核心技術，探究牛奶飲品、其他飲料、休閒糖果等相關營養產品的開發事務。為優化風險與回報，本集團在短期內將專注研究有商業價值的產品，中長期進一步集中於探索風險較高但深具潛力的產品。

## 業 務

本集團亦已於2010年3月聘用於食品行業備受推崇的專家李范亞博士出任本國際食品研究院院長。李博士擁有豐富企業及專業經驗，並成功為多家主要飲料食品公司開發及推出多條產品線。李博士曾獲台灣食品科學技術學會頒授「食品傑出技術人員獎」。彼亦是美國食品技術師協會(IFT)及美國乳品科學協會(ADSA)專業會員。李博士將會領導本集團的研發團隊開發嶄新產品和技術，本集團將會因李博士的深厚行業及專業經驗而取得重大裨益。為了全新的食品研究院，本集團亦計劃從本地及海外聘請約[20]位有乳業、營養食品、工業工程或質量控制背景及經驗的研究員工，使研究員工數目至2011年額外增加至30個。

除了本集團的內部研發能力，本集團亦委聘知名的行業專家和營養顧問，以及主要大學及知名第三方研發機構，以協助本集團合作進行產品研發創新工作。本集團有意與新西蘭梅西大學合作研發嬰幼兒配方、工藝技術及功能性原料等。此外，本集團已與中國農業大學訂立合作安排，以研發高蛋白質的特殊中老年配方奶粉。本集團將提供特定金額的資金用於開發特種配方奶粉。合作期間開發的特種配方奶粉的所有知識產權及專利同屬雙方所有。透過與中國農業大學進行的合作，本集團擬推出嶄新的特種配方奶粉，以把握中老年消費者追求容易吸收的高營養產品這一重大市場機遇。

截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，於本集團的行政開支下錄得的研發開支分別為人民幣432,000元、人民幣996,000元、人民幣950,000元及人民幣355,000元。本集團計劃提高研發活動的投資，並預期研發開支於2010年會繼續增長。除建設食品研究院、收購實驗室設備、以及內部協作研究計劃的支出外，本集團預期2010年及2011年的研發開支分別約人民幣2.5百萬元及人民幣4.5百萬元。本集團擬投入大量資源於研發計劃，以保持強勁的業務勢頭、建立內部研發團隊及食品研究院，以及加強與信譽良好的第三方研發機構之間的開發夥伴關係。

## 製造

### 生產過程

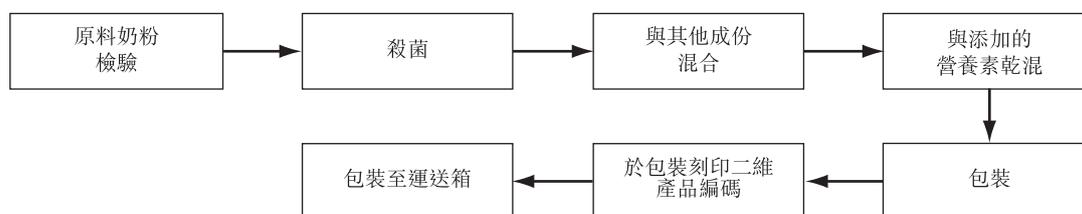
#### 雅士利及施恩嬰幼兒配方奶粉

自2010年6月底以來，本集團用於生產嬰幼兒配方奶粉的基本原料奶粉百分之百從新西蘭和澳洲進口。進口原料奶粉首先經中國海關的嚴格審查，並檢驗合格後發往本集團生產廠房，再經過內部質量控制人員嚴格的入廠檢驗，合格後才能入庫。根據本集團研發部設計的嚴謹科學的配方，將全脂奶粉及脫脂奶粉等原料奶粉與乳清粉及植物油等其他成份混合，並添加適量的維生素和礦物質，採用由總部設於德國的知名食品系統供應商GEA集團製造的先進全封閉的進口設備生產成半成品，即基粉。基粉經質量檢驗合格後發往本集團潮州或廣州廠房。並經過這兩個廠房再次檢驗合格後才能入庫。在經過潮州和廣州廠房的GMP認證的1萬級淨化車間內，將奶粉基粉添加適量的DHA、ARA、乳鐵蛋白、核苷酸等營養素，並將之包裝於罐、盒或袋內，生產出最終成品。本集團的包裝材料亦經嚴格的檢驗、測試、殺菌，以確保其符合質量和衛生標準，各成品包裝採

## 業 務

用二維產品編碼，以防假冒，並可追蹤產品。本集團之產品亦嚴格跟從有關的食物標籤要求，包括列明生產地點及日期、有效日期、成份，以及製造商的名稱及地址。此外，本集團亦於產品標籤上清楚列明乳品材料的來源，例如於採用百分百進口原料奶粉的嬰幼兒配方奶粉產品上，貼有「百分百進口乳品材料」。中國法律顧問天元律師事務所已確認本集團於往績記錄期內及於最後實際可行日期，就乳製品的包裝及標籤方面已符合有關的中國法律及法規。

下圖顯示本集團的嬰幼兒配方奶粉產品的一般生產流程：



本集團亦以施恩品牌原裝進口一個嬰幼兒配方奶粉系列，該產品由美國知名代工商PBM Products生產。

### 豆奶粉

大豆乃豆奶粉的主要原料，大約佔豆奶粉生產所需的全部原料的二分之一。本集團的大豆乃購自國內農業供應商。在送抵本集團生產廠房後，大豆首先經篩選、烘乾、去殼，製成豆瓣。豆瓣經過磨碎，與大豆油和其他營養素混合後，經過煮漿、殺菌、過濾、均質，噴霧乾燥成粉狀。本集團位於潮州廠房的豆奶粉包裝車間為GMP認證的10萬級設施。

### 米粉

本集團的米粉主要採用國內供應商提供的高端米粒生產而成。在送抵本集團的10萬級GMP認證生產設施後，高端米粒經過浸泡、磨漿，與維生素、礦物質等其他成份濕混、均質、滾筒乾燥成粉狀產品。

## 業 務

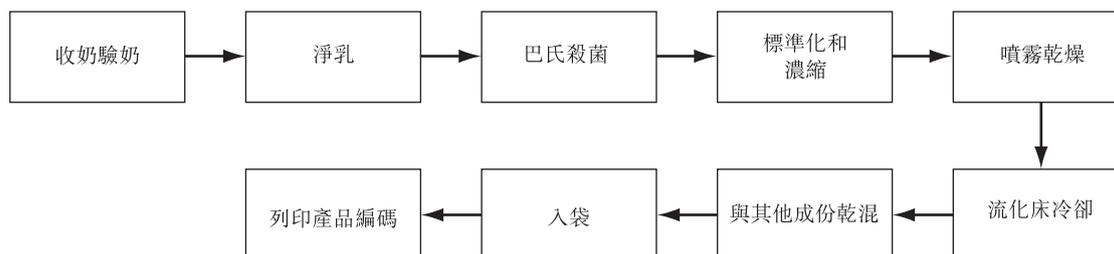
### 麥片

麥片產品的主要原料—麵粉、玉米粉和燕麥片乃採購自國內供應商。麵粉及玉米粉首先與其他營養素混合，經高溫滾筒乾燥，造粒成規格統一的原麥片。原麥片再與燕麥片、奶精、白砂糖等原料混合均勻，包裝成最終產品。

### 成人及青少年奶粉及全脂奶粉

本集團的成人及青少年奶粉產品所用的基粉在本集團的黑龍江省齊齊哈爾廠房生產。本集團的齊齊哈爾廠房使用來自本地奶農的原奶生產基粉。所有原奶從設有本集團培訓的專業人員的奶站收集，這些專業人員每月接受適當的處理及程序標準訓練。已收集的原奶必須符合本集團的質量標準。合格的原奶經過淨乳、巴氏殺菌、標準化、濃縮、噴霧乾燥、冷卻成半成品—基粉。

下圖顯示基粉於齊齊哈爾廠房被運往儲存前的生產過程：



基粉經質量檢驗後發往本集團潮州廠房，並經過再次質量檢驗後才能入庫。將奶粉基粉添加適量的維生素和礦物質，經混合均勻後，將之包裝於罐或袋內，生產出成品。本集團的包裝材料亦經嚴格的檢驗、測試、殺菌，以確保其符合質量及衛生標準。就生產基粉而言，本集團也生產全脂奶粉，過剩的基粉向外銷售給其他乳製品製造商。

## 業 務

### 本集團現有的生產設施

於最後實際可行日期，本集團於中國(i)廣東省潮州；(ii)廣東省廣州；(iii)黑龍江省齊齊哈爾；及(iv)山西省朔州擁有及經營四個生產廠房。本集團用於廠房的設備及機器一般自行購置。下圖及章節顯示本集團生產廠房的产品、位置及生產能力：



### 潮州廠房—雅士利嬰幼兒配方奶粉、豆奶粉、麥片、米粉及成人及青少年奶粉

本集團的嬰幼兒配方奶粉及成人及青少年奶粉生產線為朔州廠房及齊齊哈爾廠房內部生產的基粉進行二次加工。二次加工主要涉及添加維生素、DHA及ARA等營養素。本集團的豆奶粉、麥片及米粉分別擁有由原料加工至成品輸出的完整生產線。

潮州廠房由本集團擁有，並於1998年開始生產。於2010年6月30日，本集團潮州廠房各生產設施每年能生產25,056噸豆奶粉、3,600噸麥片、3,780噸米粉及33,755噸嬰幼兒配方奶粉、成人及青少年奶粉。由於本集團產品的需求有所增加，本集團預期生產設施使用率將會增加。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

下表載列於往績記錄期本集團潮州廠房主要生產線的設計產能及實際產量：

生產線	截至12月31日止年度									截至6月30日止六個月		
	2007年			2008年			2009年			2010年		
	設計 產能 <sup>(1)</sup>	實際產量	使用率 <sup>(2)</sup>									
(噸/年)	(噸/年)	(%)	(噸/年)	(噸/年)	(%)	(噸/年)	(噸/年)	(%)	(噸/ 六個月)	(噸/ 六個月)	(%)	
嬰幼兒配方奶粉及 成人及青少年奶 粉以及包裝線	33,755	29,346	87	33,755	41,876	124	33,755	22,931	68	16,878	13,261	79

(1) 設計產能按每日2班，每班8小時及每月保養5日的假設計算得出。

(2) 使用率是以期間的實際產量除以同期的設計產能計算得出。

### 廣州廠房—施恩嬰幼兒配方奶粉產品

本集團現時於中國廣東省廣州營運施恩品牌嬰幼兒配方奶粉產品生產廠房。本集團的廣州廠房設有七條生產線，各生產線均從事基粉半成品及其他輔料加工以及嬰幼兒配方奶粉成品包裝。本集團所有基粉乃購自本集團的朔州廠房，朔州廠房進行生產所用的所有原料奶粉均從海外採購。本集團的鐵罐包裝擁有三條生產線，袋包裝擁有三條生產線，以及一條盒包裝生產線。

位於廣州廠房的新生產設施於2009年5月開始營運，並由本集團擁有。本集團進口由德國供應商ROVEMA製造的包裝袋包裝自動生產線，其效率明顯高於國產設備。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

截至2007年及2008年12月31日止年度，本集團在位於廣東省廣州的租賃物業的前生產設施生產13,900噸及16,095噸嬰幼兒配方奶粉。於2010年6月30日，本集團每年合共能夠生產11,924噸嬰幼兒配方奶粉。下表載列於往績記錄期廣州廠房主要生產線的實際產能、實際產量及使用率：

生產線	截至2009年12月31日止年度			截至2010年6月30日止六個月		
	設計產能 <sup>(1)</sup> (噸/年)	實際產量 (噸/年)	使用率 <sup>(2)</sup> (%)	設計產能 <sup>(1)</sup> (噸/六個月)	實際產量 (噸/六個月)	使用率 <sup>(2)</sup> (%)
用作鐵罐包裝的嬰幼兒 配方奶粉生產線 . . . . .	2,592	2,420	93	1,620	1,460	90
用作小包裝贈品的嬰幼兒 配方奶粉生產線(x2) . . . . .	1,555	1,360	87	778	738	95
用作包裝袋包裝的嬰幼兒 配方奶粉生產線 . . . . .	1,872	1,400	75	936	680	73
用作包裝袋包裝的嬰幼兒 配方奶粉生產線 . . . . .	2,016	1,500	74	1,008	522	52
用作包裝袋包裝的嬰幼兒 配方奶粉生產線 <sup>(3)</sup> . . . . .	2,592	750	29	1,296	805	62
用作包裝盒包裝的嬰幼兒 配方奶粉 生產線 <sup>(3)</sup> . . . . .	648	460	71	324	260	80

(1) 設計產能按每日2班，每班8小時及每月保養5日的假設計算得出。

(2) 使用率是以期間的實際產量除以同期的設計產能計算得出。

(3) 生產線於2009年5月購置，已於2009年7月開始進行全規模生產。

### 齊齊哈爾廠房一成人及青少年基粉及全脂奶粉

本集團的齊齊哈爾廠房包括兩條基粉半成品生產線。基粉半成品進一步在潮州廠房生產成人及青少年奶粉。齊齊哈爾廠房的兩條生產線把來自本地奶農的原奶加工，並加入乳清粉等其他成份來生產基粉。每批原奶中抽出樣本，進行驗查以確定是否嚴格符合國家標準。大部分基粉以卡車運送至本集團的潮州廠房，在潮州廠房與添加的營養素混合，再包裝成成人及青少年奶粉成品。在往績記錄期內，本集團亦將剩餘的全脂奶粉（生產基粉時的半成品）向外售予乳製品製造商作工業用途。

齊齊哈爾廠房於2006年6月開始全規模營運，並由本集團完全擁有。於2010年6月30日，本集團各生產線能夠每年生產約20,448噸基粉。本集團的設計產能乃假設每天生產24小時，每月保養6日計算得出。截至2010年6月30日止六個月內，本集團總實際生產量為3,335噸，產生使用率約33%。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

下表載列於往績記錄期齊齊哈爾廠房主要生產線的設計產能、實際產量及使用率：

生產線	截至12月31日止年度									截至6月30日止六個月		
	2007年			2008年			2009年			2010年		
	設計 產能 <sup>(1)</sup>	實際產量	使用率 <sup>(2)</sup>	設計 產能 <sup>(1)</sup>	實際產量	使用率 <sup>(2)</sup>	設計 產能 <sup>(1)</sup>	實際產量	使用率 <sup>(2)</sup>	設計 產能 <sup>(1)</sup>	實際產量	使用率 <sup>(2)</sup>
	(噸/年)	(噸/年)	(%)	(噸/年)	(噸/年)	(%)	(噸/年)	(噸/年)	(%)	(噸/ 六個月)	(噸/ 六個月)	(%)
基粉生產線(x2) . .	20,448	19,588	96	20,448	20,305	99	20,448	8,356	41	10,224	3,335	33

(1) 設計產能按每日生產24小時及每月保養6日的假設計算得出。

(2) 使用率是以期間的實際產量除以同期的設計產能計算得出。

### 朔州廠房—基粉及全脂奶粉

本集團的朔州廠房包括兩條半成品基粉生產線。這兩條生產線用來將全脂奶粉及脫脂奶粉等原料奶粉，與乳清粉等其他成份混合製成半成品基粉。本集團使用的原料奶粉全部為進口產品，以求較好的質量保證。半成品基粉全部以卡車運送至本集團潮州及廣州廠房，在該等地方混合DHA、ARA等其他營養成分，再包裝成嬰幼兒配方奶粉產品，入庫儲存。

朔州廠房於2008年6月全面開始營運，並由本集團完全擁有。本集團的兩條生產線的所有配件均以德國知名食品加工系統供應商GEA集團及其位於法國及丹麥的附屬公司所生產的設備組裝。朔州廠房現正申請以獲批准其10,000級GMP認證，並預期於2010年11月取得GMP認證。

於2010年6月30日，本集團兩條生產線能夠每年合計生產34,560噸基粉。本集團的設計產量乃假設每日三班，每班八小時及每月保養六日計算得出。截至2010年6月30日

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

止六個月內，本集團總實際生產量約為17,167噸，產生使用率約99%。下表載列於往績記錄期朔州廠房主要生產線的設計產能、實際產量及使用率：

生產線	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月		
	2008年			2009年			2010年		
	設計 產能 <sup>(1)</sup>	實際產量	使用率 <sup>(2)</sup>	設計 產能 <sup>(1)</sup>	實際產量	使用率 <sup>(2)</sup>	設計 產能 <sup>(1)</sup>	實際產量	使用率 <sup>(2)</sup>
	(噸/年)	(噸/年)	(%)	(噸/年)	(噸/年)	(%)	(噸/ 六個月)	(噸/ 六個月)	(%)
基粉生產線(x2) <sup>(3)</sup>	34,560	26,200	76	34,560	20,700	60	17,280	17,167	99

(1) 設計產能按每日生產24小時及每月保養6日的假設計算得出。

(2) 使用率是以期間的實際產量除以同期的設計產能計算得出。

(3) 生產線於2008年6月開始進行全規模生產。

### 本集團興建中的生產設施

本集團定期維修及保養本集團的機器、設備及設施，以確保本集團的生產設施有效率地運行。本集團亦擬投資新生產設施及繼續對製造能力進行升級，以把握嬰幼兒配方奶粉行業的預期增長及在中國擴大市場份額。

本集團計劃在廣東省潮州投資興建新生產設施，並於2010年底前恢復河南省鄭州廠房的建設，這將會提升本集團的製造能力，以迎接未來之增長需求。由於預期鄭州業務增長及鄭州綜合交通系統及有利的投資環境，本集團於2008年實施鄭州新廠房的計劃。當地的基礎建設於2008年3月開始，但因2008年全國性三聚氰胺事件帶來的經營及財務影響，導致於2008年10月停止建設。預期於2010年底復建後，鄭州廠房預期於兩年內建成，其後產能預期增加30,000噸豆奶粉。於潮州的新設施的設計每年產能預期約30,000噸嬰幼兒配方奶粉及成人及青少年奶粉，以及10,000噸米粉。本集團預期於2010年底前定好潮州新生產設施的設計及規劃，並於2012年開始建設，於2013年開始投入商業運作。

本集團亦將在潮州對現有製造設施進行升級，以符合美國食品藥物管理局嬰幼兒配方奶粉生產線認證指引訂明的準則。美國食品藥物管理局認證列出一系列嚴格的標準，涵蓋生產所用的設施及材料的各個層面，包括但不限於用水、空氣及環境安全、原料的來源及品質、設備及工序、包裝、質量控制程序、員工，以及清潔和消毒。潮州廠房中已升級的生產設施預計會把現時嬰幼兒配方奶粉產品以及成人及青少年奶粉的設計產能擴大約30%。本集團預期於2011年定好升級的設計及規劃，並於2012年初達到新的產

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

能。本集團將從德國、瑞士及其他國家進口先進技術及設備。通過對本集團現有的設施進行升級及建設新設施，本集團目標在生產核心產品方面達到與跨國競爭對手同級的質量及管理水平。

本集團的全新或已升級的生產設施的設計產能預期增幅如下：

生產線	設計產能預期增幅
現有潮州廠房(預期於2012年完成升級)	
嬰幼兒配方奶粉以及成人及青少年奶粉	每年10,000噸
全新的潮州廠房(預期於2013年開展生產)	
嬰幼兒配方奶粉以及成人及青少年奶粉	每年30,000噸
米粉	每年10,000噸
全新的鄭州廠房(預期於2012年開展生產)	
豆奶粉	每年30,000噸

在開始建設新生產設施前，本集團須取得中國政府有關當局發出的不同許可證，包括：(i)國土資源部省分部發出的國有土地使用權證；(ii)國家發展和改革委員會地方分支機構發出的可行性研究報告的官方批准；(iii)地方環保局發出的環境影響評估報告的官方批准；以及(iv)地方建設局發出的建設工程規劃許可證及建設工程施工許可證。本集團不須取得額外的許可證以升級潮州廠房現有設施。

在建設工程驗收及經有關政府主管當局檢驗後，本集團須於新設施開始投入生產前取得(i)地方房屋管理局發出的房屋所有權證；(ii)地方環保局發出的有關污染物排放許可證；及(iii)國家質檢總局省分部發出的生產執照。

本集團無因設備故障或損壞、原材料短缺、能源中斷、火災或勞資糾紛導致任何生產上的重大中斷。

### 原材料及供應商

#### 原料奶粉

原料奶粉包括全脂奶粉及脫脂奶粉，是本集團生產嬰幼兒配方奶粉的主要成份。在原料奶粉的提煉及生產過程中，原奶首先會被標準化，並加以巴氏消毒成為均質乳。其後採用蒸發的程序，於低溫減壓的情況下把奶煮沸，以去除水份。得出的濃縮乳會以微

---

## 業 務

---

細的噴霧方式噴進一間熱氣室，以去除所有剩餘的水份，剩下奶粉。目前，本集團的嬰幼兒配方奶粉產品所用原料奶粉100%主要從新西蘭及澳洲進口。

本集團能夠從新西蘭的主要供應商取得穩定的原料奶粉供應。大部分進口原料奶粉來自新西蘭三家主要的奶粉加工商，分別為Synlait Milk Limited、Fonterra Limited及Open Country Dairy Limited，其於新西蘭及澳洲擁有超過10,000個天然廣闊牧場，並擁有世界領先的加工能力。截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，本集團從該三個主要供應商分別採購約563噸、415噸、11,324噸及10,896噸進口原料奶粉，佔同期原料奶粉總數量約70.3%、16.1%、81.7%及92.1%。

### **Synlait Milk Limited**

Synlait Milk Limited為一間新西蘭的乳品材料生產商，產品出口到世界各地，至亞洲、北美州及中美洲的消費品公司。本集團與Synlait Milk Limited於2008年底開始業務關係，並就每張採購訂單訂立合約。本集團與Synlait Milk Limited已討論有關訂立可續期原料奶粉年度供應合約事宜，倘討論成功，本集團預期最遲於2010年11月底就2011年達成供應協議。

### **Fonterra Limited**

Fonterra Limited總部設於新西蘭，為一間領先的跨國乳品出口商，按銷售價值計算，為世界第七大乳業公司。Fonterra Limited已於中國市場經營超過20年，現利用一個以互聯網為基礎的全球拍賣平台，開放給其所有客戶作乳品材料之銷售。本集團與Fonterra Limited於2001年開始業務關係。由於所有Fonterra的產品銷售均透過網上平台進行，客戶於該平台出價購買產品，因此本集團並無與Fonterra訂立任何定期供應協議。

### **Open Country Dairy Limited**

Open Country Dairy Limited為一間乳品材料製造商，於2001年在新西蘭成立，產品出口至全球超過40個國家。本集團與Open Country Dairy Limited於2008年底開始業務關係，並已訂立一年期供應協議，將於2010年9月至2011年8月之年度四季內，分不同數量獲供應共約10,800噸原料奶粉。價格將以每月的基準並至少提前兩個月於每個獨立購買訂單作磋商。本集團保留按生產計劃調整每月訂單數量20%的權利。獲供應的數量受到價格確認、按原奶流量影響之原料奶粉可供應量，以及供應商的生產能力所影響。

本集團與各新西蘭的供應商訂立標準採購訂單，規定購買每批原料奶粉的價格、數量、產品規格、付款方法，以及運輸的日期及口岸。本集團的原料奶粉價格基於市場價格、需求和供應狀況、以及本集團對於供應商的議價能力所釐定。供應商負責確保原料

---

## 業 務

---

奶粉的質量。當雙方同意的部門，例如國家質檢總局，確定產品不符合質量標準，本集團保留退回不合規格產品的權利。供應商倘有不合規格產品，本集團亦可向該等供應商申索本身被追討的賠償。

往績記錄期內，本集團並無面臨任何原料奶粉的供應短缺或中斷。本集團與海外供應商已建立穩定的關係，因此本集團非常重視彼此的業務合作，而且本集團相信終止該等關係的機會很小。然而，若（雖然可能性較低）失去了此等供應商的供應，本集團已於新西蘭物色其他三個潛在原料奶粉供應商作為原料奶粉的替代來源。鑒於此三個供應商的經營規模及發展，本集團相信其有能力穩定地供應數量及質量相若的原料奶粉。

於2009年，本集團從新西蘭及澳洲進口的原料奶粉中有大部份（以數量計約55%）為透過利成貿易自海外採購，該公司於當時並非本集團的一部分。於2009年，本集團37%的進口原料奶粉為直接從海外供應商採購。另有小量（或8%）的進口原料奶粉為透過其他從事原料奶粉及原材料貿易的第三方供應商購入。本集團一般與該等第三方貿易公司訂立一年期供應合約，訂明獲供應的產品種類、定價機制、產品檢驗方法、交付方法及交付成本責任。截至2010年6月30日止六個月，本集團超過90%的原料奶粉為透過利成貿易從海外供應商直接購入。利成貿易於2010年6月被本集團收購，現為本公司全資附屬公司。利成貿易主要從本集團的主要供應商採購原料奶粉，即Synlait Milk Limited、Fonterra Limited及Open Country Dairy Limited，但其亦會從其他五個奶源設於新西蘭、澳洲及歐洲的知名供應商進口原料奶粉。其次，本集團透過第三方貿易公司購買截至2010年6月30日止六個月餘下數量的原料奶粉。本集團可能繼續視乎市場狀況及價格是否有利，透過供應商指定的貿易公司或其他貿易實體購買小量原料奶粉。

此外，本集團計劃進一步發展及鞏固控制嬰幼兒配方奶粉產品所用的優質乳品材料，特別是計劃擴展海外上游業務及建立垂直整合的生產設施。為了獲得高品質乳品材料的穩定供應，本集團有意小心挑選、收購及經營海外的綜合乳品公司。本集團辨識及評估收購或合作發展綜合海外設施的潛在目標時，會考慮其業務規模及往績記錄、財務狀況、資產質素、生產設施及產能、員工能力，以及乳品公司管理及資訊系統的效率。另外，本集團有意開發與海外乳品相關產品公司及／或其他策略性投資者的合作機會，以借助其於質量控制及研發方面的經驗，進一步提升本集團於有關方面的能力。於最後實際可行日期，本集團已與幾間綜合乳品公司以及海外乳品相關產品公司進行討論，但並無明確的收購目標。

## 業 務

### 原奶

原奶是本集團自行生產原料奶粉的主要原料，該等奶粉進一步用以生產成人及青少年奶粉，有過剩的則對外售予乳品製造商進行工業食品製造。於往績記錄期，本集團自約3,000個獨立本地奶農場採購原奶。奶農把其乳牛帶到奶站，該處完全圍著的不銹鋼真空擠奶機器會自動抽取原奶。該等奶站每天用不銹鋼容器收集原奶，再以冷藏卡車運到本集團的齊齊哈爾廠房。當收到原奶，便會以冷藏設備將之冷凍至約攝氏四度。原奶其後會貯存於密封罐中準備生產。本集團一般會與奶農訂立為期一年至三年的供應合約。供應合約訂明每日的原奶供應，價格按產品數量及市價之改變釐定。本集團於收到原奶時以現金方式直接支付予奶農，並保留權利拒絕接受任何不符合本集團之質量標準的原奶。本集團負責原奶從收集站運到生產廠房的交付成本。於截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，本集團分別按人民幣44.0百萬元、人民幣82.9百萬元、人民幣68.0百萬元及人民幣37.0百萬元向本地奶農場購入原奶約24,400噸、33,500噸、33,000噸及14,600噸。

於2010年6月30日，本集團獲准經營超過70個奶站，並與第三方奶站夥伴有獨家合作關係，該等奶站夥伴均為獨立第三方，擁有奶站的樓宇及設備。於本集團與奶站夥伴訂立的獨家合約內，本集團管理及經營該等奶站，並規定每個奶站需根據本集團的規定嚴格保養其設施。奶站夥伴提供保養及物流服務，收集所得的原奶會按每單位數量固定收費率獲支付金額，一般約每月人民幣460,000元至人民幣700,000元。在本集團與奶站夥伴間的協議期間，本集團有管理及經營奶站的獨家權利。奶站直接從奶農獲得奶源，本集團已與此等奶農訂立供應合約，指明所供應的原奶必須符合本集團的質量標準。本集團的中國法律顧問天元律師事務所告知本集團，由於本集團為該等奶站的獲許可人，因此本集團須負上與經營該等奶站有關的法律責任。然而，至於任何因奶站夥伴一方違反協議而引起的責任，本集團有權另行向彼等申索賠償。

各個奶站每天的營運由本集團培訓的專業人員負責，該等員工執行內部有關處理程序和質量檢定的嚴格標準。於2010年6月30日，共有162名專業人員於本集團管理及經營的奶站工作，彼等熟悉原奶的處理程序及質量測試。駐守奶站的每名員工每月均接受培訓，學習質量控制和管理程序。本集團每天亦指派內部調查人員查驗各個奶站的衛生條件及整體保養情況。

---

## 業 務

---

雖然本集團一向能夠確保足夠的進口原料奶粉供應，且並無預見日後任何短缺，本集團相信透過與本地奶農及奶站維持關係，本集團能夠保留彈性，在進口原料奶粉供應短缺的情況下，採購本集團本身的原奶以生產原料奶粉及嬰幼兒配方奶粉產品。

### 進口嬰幼兒配方奶粉

本集團從美國一家代工商買入一系列的施恩原裝進口脫脂奶嬰幼兒配方奶粉產品。該代工商PBM Products是行業內知名的嬰幼兒乳品製造商，也為其他國際領先品牌生產嬰幼兒配方奶粉產品。本集團目前向PBM Products進行大量採購，該公司根據本集團提供的專屬配方製造產品。本集團與PBM Products就每批產品的訂單訂立購買合約。購買合約一般訂明數量、購買價格、產品規格、付款方式及交付地點和時間。購買合約亦規定PBM Products就各批產品，向本集團提供質量及衛生證書、有關所有技術參數的檢驗報告及不含三聚氰胺證書。首批產品於2009年6月引進，本集團預期第二批產品於2010年第四季在零售點上架。

### 其他生產材料

生產嬰幼兒配方奶粉方面，除了原料奶粉外，亦需要乳糖、乳清粉、DHA、ARA、礦物質及維生素等多種成份。視乎不同產品種類對配方的需求，本集團從歐洲國家進口乳清粉、DHA等原料，並從美國進口乳糖，其餘則購自本地供應商或貿易公司。

生產營養食品的主要材料包括大豆、大米、麵粉、燕麥片及玉米粉。本集團大部分生產線的其他常用生產添加劑包括抗氧化劑、穩定劑、香精香料等，這些原輔料是多家供應商一般有提供的商品。該等原材料的價格按國內市價釐定，市價可能按商品市場的變動而波動。本集團定期監控該等商品的供應及成本走勢，以按有利價格獲取穩定供應。本集團採購的這些原輔料全部來自中國供應商以及從事商品貿易的貿易公司。

本集團亦從國內生產商及貿易公司購買玩具等推廣物品。

所有原料由貨車運抵生產廠房。視乎生產需要及本集團與供應商的磋商，運輸成本可由本集團或本集團的供應商負擔。

在往績記錄期內，本集團並無遇到任何因材料供應受阻而出現的重大生產延誤或制肘。本集團相信有足夠其他供應商供應所有原材料所需。

---

## 業 務

---

### 包裝材料

生產包裝材料所用包裝膜等原材料，主要是透過本公司的全資附屬公司必勝採購。所有包裝材料的原材料均按市價直接從國內供應商及透過貿易公司購買。本集團大部分已製成的包裝材料，例如產品罐，全部都是內部使用，作包裝成品。由於必勝在潮州廠房附近，本集團能大大節省運輸成本。

### 供應商

2007年、2008年、2009年以及2010年首六個月，從五大供應商採購的額度佔採購總額約22.6%、14.1%、19.2%及46.6%，從最大供應商採購的額度佔採購總額約5.6%、3.7%、7.0%及35.3%。五大供應商包括奶類原料的製造商，及從事乳品材料銷售的第三方貿易公司。本集團已與此等供應商維持了一年至六年的關係。本集團從該等供應商購買的乳品材料一般包括原料奶粉、乳糖及乳清蛋白。董事、高級管理層、彼等的聯繫人或持有本公司已發行股本5%以上的任何股東在截至2009年12月31日止三個年度以及截至2010年6月30日止六個月內，概無於五大供應商任何一方持有任何權益。

### 存貨管理及物流

本集團在雅士利及施恩嬰幼兒配方奶粉、營養食品及其他產品等各個營運分部，採取類似的存貨管理及物流政策。

### 存貨管理

本集團主要根據預期需求形態、生產時間表和訂單數量去管理存貨庫存水平。本集團的存貨管理程序確保倉存空間的規劃和分配，以及存貨量符合付運需要和時間需求。本集團自2010年2月起，採用ORACLE企業資源規劃系統，以監控存貨庫存水平，優化生產及業務運作。企業資源規劃系統合併本集團的資料庫並將之標準化，有助各個業務功能間的資訊流通。該系統提供了存貨內的各批產品的資料，當中包括各產品的保存期，以確保存貨的保存，加強本集團的存貨管理。採用該系統前，本集團已逐漸由人手操作系統轉為電子操作系統。本集團相信，企業資源規劃系統將大幅提高本集團對存貨庫存水平的監察和控制。

本集團的存貨主要包括原材料、包裝材料、半成品及成品。為確保不同種類存貨的質量，本集團根據全年銷售目標、實際銷量、派至零售點的導購人員進行的每月反饋，以及推廣計劃，精心計劃原料採購及生產，使存貨維持於合理水平。本集團把貯存空間有效分成冷凍、空調及室溫倉庫，並根據不同種類存貨的條件及要求定時監察有關的濕度。各類存貨存於獨立區域，配置相應的貯存、防護、設備並制訂獨特的管理程序，以

---

## 業 務

---

保持於最理想的存儲狀況。本集團採用棧板存放，並要求離牆、離地的精確距離，以維持產品的質量。本集團亦嚴格監察所收取的原料及包裝材料之質量及保存期，並禁止任何逾期或不合格的材料進入或存儲於倉庫。

進口奶粉一般維持60日生產所需的存貨。本集團大部分主要半成品，例如基粉，存貨水平一般維持30日至40日生產所需。至於如乳糖等其他次要的原材料，存貨水平維持足夠20日至30日的生產需要。本集團大部分成品一般的存貨水平為足夠供應經銷商10日所需。

此外，本集團對存貨進行每月評估，加快出售保存期較短的產品，並撤銷任何陳舊存貨。在往績記錄期內，本集團的存貨內並無出現重大減值。

### 物流

本集團的存貨包括原材料、半成品、成品及包裝材料。本集團主要在位於生產廠房內的貨倉設施儲存存貨。

本集團在中國國內的產品運輸，絕大多數由其他物流公司承辦。運輸成本已計入成品價格內。該等外包安排讓本集團減少資本投資，並降低運輸意外、運貨延誤或損失所負責任的風險。本集團產品主要以卡車及部分以鐵路運輸方式從生產設施運至經銷商的貨倉。

截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，運輸成本分別為人民幣51.1百萬元、人民幣97.9百萬元、人民幣70.8百萬元及人民幣31.9百萬元。

### 質量保證、質量控制及安全

質量控制對嬰幼兒配方奶粉產品十分重要，原因是該等產品的設計均是供嬰兒及幼童食用。本集團相信達到並維持高質量標準的唯一方法，是建立一個全面而有效的質量控制系統，明確生產流程的每個步驟的程序指引，設定交互檢定和試驗關卡，以及設立高效的系統去檢測及處理問題產品，以確保全面符合中國的食品安全和衛生法規。為此，本集團已建立一套集團共享的質量保證計劃，以確保能夠生產優質產品。

為高效地實施本集團全面的質量控制計劃，本集團已設立[質量控制部]，於2010年6月30日人員共計165人。所有質量控制人員皆持有生物、醫學、食物或質量控制的專業學位。此外，彼等於食物研究及分析的領域上，有多年作為分析師、食品檢察員及高級營養師的工作經驗，因此具備豐富的專業知識以及強大的質量控制及管理能力。質量控

---

## 業 務

---

制人員組成專設的質量控制團隊，派駐本集團的生產廠房，以進行常規性的質量控制。此外，本集團在此部門的所有人員都定期接受有關妥善處理客戶投訴的深入培訓。

2008年全國性三聚氰胺事件發生後，中國消費者對於嬰幼兒配方奶粉產品的安全及質量的關注有所提高，本集團因此持續試圖加強規管整個業務營運的質量控制系統。在策略性投資者凱雷及復星的幫助及貢獻下，本集團於2009年後期構思成立[食品品質及安全諮詢委員會]，由具有科學、專業及地區等不同背景的專家組成。彼等將致力實施業內領先的質量控制措施，旨在按已定意向，保持本集團產品的安全及質量。委員會於2010年8月成立，將對本集團的政策及程序提供策略性指導，以保證產品的安全和品質、引進業內最佳做法，並就本集團的業務營運遵守相關法律及法規提供建議。董事會亦授權委員會就本集團的業務營運進行獨立調查，及評估本集團之質量控制系統。委員會亦會向董事會成員分析及發放有關食品安全及質量控制的最新行業資訊及發展。藉著委員會的建立，本集團旨在倡導中國嬰幼兒配方奶粉行業的產品安全及質量，以進一步鞏固消費者的信心。委員會每年最少舉行現場會議或電話會議共六次，並每季一次向董事會提交書面進度報告。委員會亦正在檢討及改善本集團的質量控制及管理系統，向國際領先的一流做法看齊。委員會已委託對生產及經銷過程作內部及外部檢討，以找出需要改善的地方，預期將於2010年底完成檢討，其時委員會將於與管理層的討論中運用檢討結果，以訂立改善食品安全及質量做法的程序。展望未來，委員會將繼續加強並提升本集團之質量控制及管理系統，使之成為中國配方奶粉業的典範。

為確保[食品品質及安全諮詢委員會]遵循國際最佳做法，本集團已委聘了多位行業專家擔任委員會成員。委員會由一位主席及五位專家組成，彼等都來自北美洲、大洋洲及大中華區的領先學術機構、監管機構、食物業及業界組織。本集團已委任Robert Brackett博士出任委員會主席。Brackett博士現為美國伊利諾理工學院國家食品安全及科技中心的[董事及副院長]。他曾擔任美國食品藥物管理局食品安全及應用營養中心之董事，並曾任US Grocery Manufacturers Association (GMA)的[高級副總裁]。委員會的其他專家包括何兆桓先生、Kenneth Buckle博士、Andrew McKenzie先生、蔣卓勤教授及劉烈剛教授。何先生現為香港食物及衛生局諮詢委員會成員，亦是香港特區政府食物及環境衛生署的專家顧問。Buckle博士為澳洲新南威爾斯食物科技組的榮譽教授，並為澳洲新西蘭食物標準規則(FSANZ)的成員，也是《食物科學世界》雜誌的編輯顧問委員會主席。

---

## 業 務

---

McKenzie先生現任新西蘭食物安全局(NZFSANZ)總裁。蔣教授及劉教授皆於食物衛生及醫學營養方面有強大的學術背景，並曾經出版多份研究報告及課本。本集團已委任上述委員會成員以兼職形式擔任顧問。

於2010年5月，本集團亦委任何兆桓先生擔任[首席品質顧問]。其於美國及亞洲國家食品行業的領先跨國公司累積逾30年的質量、技術及監管領導職位經驗。除豐富的企業經驗外，何先生亦擔任香港物流及供應鏈管理技術研發中心檢討委員會及香港有機資源中心監管局的成員。本集團已與何先生訂立一年非獨家顧問協議，該協議載有保密條款。本集團相信何先生的豐富專業經驗及全面的行業知識將有助本集團創建世界級質量控制和管理計劃。

### 2008年全國性三聚氰胺事件的背景

於2008年9月16日，國家質檢總局宣佈，22家國內嬰幼兒配方奶粉生產商的產品(包括本集團的產品)被發現有三聚氰胺污染，三聚氰胺是不得在食品中使用的物質，與中國嬰兒和兒童的健康問題相關聯。根據中國衛生部的資料顯示，按現有的公開資料，約300,000名嬰幼兒因曾食用受污染的嬰幼兒配方奶粉而患上腎病。在2008年全國性三聚氰胺事件發生前，中國原奶供應主要來自個別奶農。由於供應市場分散的性質，本地嬰幼兒配方奶粉生產商未能有效管理供應來源。此導致原奶商人進入市場，彼等以中間人身份，向個別奶農購買原奶再轉售予國內嬰幼兒配方奶粉生產商。部分有關原奶商人在其出售的原奶中加入三聚氰胺，人為地提升蛋白水平。三聚氰胺並非由本集團加進該等受污染產品，本集團與該等商人概無任何關係。另外，在三聚氰胺事件發生前，中國並無檢驗三聚氰胺的行業或全國性準則，而當時本集團的正常程序和質量控制程序於當時均根據國家規定和國際廣獲接受的做法進行。由於本地嬰幼兒配方奶粉市場高度集中，而產品被檢驗出受到污染的22家本地生產商為大型公司，佔本地市場的大多數，令是次事件成為整個行業的危機。2008年全國性三聚氰胺事件對整個乳品行業造成重大影響，導致因產品回收帶來的重大虧損。是次事件亦削弱了消費者對於採用中國奶源生產的嬰幼兒配方奶粉的信心，引致此類產品購買量大幅下降，國內乳業公司的銷售及生產量亦隨之下跌，包括本集團。

### 政府採取的措施

2008年全國性三聚氰胺事件後，中國政府頒佈一系列法規，旨在提高行業的質量監控機制及框架，包括但不限於由中國國務院頒佈的《乳品質量安全監督管理條例》，有關詳情請參閱「法規—關於嬰幼兒食品行業的監管制度」一節。

---

## 業 務

---

有關政府當局亦採取嚴厲的措施檢察所有乳製品，特別是嬰幼兒配方奶粉產品。此等措施包括由省級質量技術監督機關實地檢測及抽取原料及產品樣本作檢測，亦有視察嬰幼兒配方奶粉產品生產廠房之生產設施及產品質量，並規定被發現產品有質量問題的乳品生產商停止生產及回收該等產品。根據於最後實際可行日期仍然生效的《乳品質量安全監督管理條例》，在此等產品被生產商逐批檢驗過以確保質量之前，禁止經銷該等乳品生產商(包括本集團)的產品。

同時，嬰幼兒配方奶粉生產商須於原料監控、食品添加劑管理及產品檢測方面建立良好的生產慣例，以逐步達致GMP、GB/T22000-2006或HACCP認證。

### **2008年全國性三聚氰胺事件後本集團的產品回收事件及其他即時行動**

緊隨政府發出公佈後，本集團於2008年9月17日按政府的指令開始強制性回收各批受污染的產品，該等產品為由國家質檢總局及省質量技術監督機關發現之受三聚氰胺污染成品。當局指定此等產品須於政府監督下銷毀。每批受污染產品皆標明產品名稱、批次號碼及生產日期，因此當全國經銷商於強制性回收程序期間退回產品時，本集團能夠追蹤及記錄該等產品。受污染批次貨品已於2009年5月前在地方政府當局的監督及核實下徹底銷毀。本集團已回收及銷毀的受污染批次嬰幼兒配方奶粉及成人及青少年奶粉共計約130噸。於最後實際可行日期，30批受污染的雅士利嬰幼兒配方奶粉產品中約有1.3噸(或以重量計1.5%)已售出且並未回收；6批受污染施恩嬰幼兒配方奶粉產品中約有1.1噸(或以重量計4%)售出而未被回收，另外13批受污染雅士利成人及青少年奶粉產品中約有0.3噸(或以數量計1.5%)售出及未有回收。本集團相信此等未能成功回收的產品已經被最終消費者食用，或是已經逾期。本集團亦於2008年9月12日停止廣東雅士利及施恩(廣州)的生產，並於2008年9月17日停止山西雅士利的生產。本集團並與國家質檢總局及省質量技術監督行政機關合作，應要求為本集團產品及生產設施進行實地檢驗及檢查，以及以迅速行動解答本集團產品消費者提出的投訴及問題。本集團及本集團的中國法律顧問天元律師事務所確認，有關的省級質量技術監督行政機關在本集團的生產設施進行實地檢測及檢查中，並無發現違規情況。因此，根據省級質量技術監督行政機關的批准，廣東雅士利、施恩(廣州)及山西雅士利分別於2008年9月23日、2008年9月30日及2008年10月1日恢復生產。

再者，自2008年10月18日開始，本集團自願性回收所有於2008年9月14日前生產的嬰幼兒配方奶粉產品及成人及青少年奶粉，並已於2010年3月前在地方政府部門監督及核實下銷毀。根據國家六部委於2008年10月14日發出的緊急命令，生產商必須對2008年

---

## 業 務

---

9月14日前生產的所有嬰幼兒配方奶粉產品進行質量檢測。由於在這規模下要對所有產品進行檢測所需的資源相對較大，因此本集團乾脆選擇自願性回收並銷毀所有於2008年9月14日前生產的嬰幼兒配方奶粉產品，作為實際及負責任的解決辦法。本集團自願性回收的產品佔本集團回收產品總數的大多數，因根據強制回收所回收的受污染產品數量相對較少。本集團自願回收約10,735噸雅士利奶粉產品，以及約3,811噸施恩配方奶粉產品。由於自願性回收的產品數量龐大，以及當時由政府監管的銷毀設施不足，因此本集團需要較長時間完成銷毀所有自願性回收的產品。於往績記錄期至最後實際可行日期期間，除與2008年全國性三聚氰胺事件有關的產品外，並無其他產品回收個案。

為確保回收產品以及於2008年9月14日前生產的未售出產品、半成品及原料不流入市場，本集團於當時在倉庫內指定了上鎖和定期有人巡邏的區域，以於銷毀前存放此等產品及材料。此外，本集團拆除此等已回收產品、未售出產品及半成品，以及存貨中的原料之包裝，並加進煤渣，使其不宜食用或再生產。有關政府當局實地檢視將予銷毀的產品及材料，包括核對產品名稱、批次號碼、數量及重量。有關當局亦有監督整個銷毀過程，確認並以其記錄比對每批產品的重量，再於銷毀記錄上蓋印核實。

由經銷商進行強制性和自願性回收所得的產品全部按原售價退款，或者換取新產品。這對經銷商提供誘因去退回產品。所有由消費者退回的產品均以現金方式全數支付退款。於強制性回收內，任何經銷商、零售商及消費者都有資格退回受污染批次的產品，或其他於2008年9月14日前生產的產品，此為本集團自願性回收的一部分。消費者可以把產品退回至向他們出售該產品的零售地點，零售店收集回收產品並將之退回給經銷商。其後，經銷商把所有已回收的產品退回本集團以收取退款或換貨。由於當時媒體全國性廣泛報道有關2008年全國性三聚氰胺事件，本集團相信消費者普遍已知悉有關的政府措施及乳品生產商的行動，包括產品回收。另外，相關政府當局當時開始在市場上對嬰幼兒配方奶粉產品進行嚴格的檢驗，並於發放於2008年9月14日前生產的受污染產品的各方人士施加嚴厲懲處。鑑於(i)政府實行嚴厲措施；(ii)公眾對產品受污染問題高度關注；及(iii)受污染產品流入市場相關的懲處和刑事責任，本集團相信經銷商當時願意從客戶回收產品並退回本集團以進行退款或換貨。雖然經銷商、零售店及消費者現在仍有資格根據強制性及自願性回收把貨品退回本集團，但由於本集團於2009年7月後並無收到因此事的嚴重退貨，因此本集團預期於未來將不會有該等產品的顯著退貨。

## 業 務

根據：(i)本集團採取的一系列措施；(ii)有關的政府質檢當局的核實記錄確認成功銷毀的回收產品的日期、產品種類及數量；(iii)消費者就三聚氰胺污染產品對本集團提起的訴訟有限(詳情載於「一法律程序及合規情況」)；及(iv)自2009年7月起經銷商、零售店及消費者均無顯著退回該等貨品，本集團相信強制性回本集團收受污染批次產品及自願性回收餘下於2008年9月14日前生產之配方奶粉產品已有成效。

本集團截至2008年12月31日止年度三聚氰胺事件帶來的損失總額約為人民幣787.1百萬元，包括(i)存貨減值人民幣456.9百萬元、(ii)存貨報廢損失人民幣159.7百萬元(主要包括因三聚氰胺事件處置成品、半成品及原料之成本，以及處置所需的各項費用)、(iii)進項增值稅轉出人民幣108.1百萬元及(iv)其他開支人民幣62.5百萬元，主要為向中國乳製品工業協會成立的賠償基金支付的人民幣61.2百萬元。同時，與2008年產品回收有關的銷售退回共計人民幣984.9百萬元，並與截至2008年12月31日止年度的銷售總額抵銷。2008年進行產品回收後，本集團於2008年第四季及截至2009年12月31日止年度向客戶交付新一批產品，而填補2008年銷售退回導致不能滿足的訂單。在2008年第四季、截至2009年6月30日止六個月、截至2009年12月31日止六個月及截至2010年6月30日止六個月，該等產品的銷售金額分別為人民幣541.2百萬元、人民幣344.7百萬元、人民幣30.2百萬元及人民幣1.9百萬元。於2010年6月30日，本集團亦已就2008年9月產品回收事件以現金退款清償人民幣64.9百萬元。本集團截至2009年12月31日止年度三聚氰胺事件帶來的損失總額為人民幣1.3百萬元，包括人民幣466,000元存貨報廢損失、人民幣102,000元進項增值稅轉出及人民幣756,000元其他存貨報廢處理費用。截至2010年6月30日止六個月，因三聚氰胺事件引起的損失總額為人民幣1.0百萬元，主要與存貨報廢處理費用有關。於往績記錄期，並無與三聚氰胺事件引起的損失有關的轉回或收益遭確認。本集團的保險並不涵蓋因三聚氰胺事件引起的損失。就本集團董事所知，現無本地保險涵蓋因蓄意污染或第三方下毒而產生的損失。

本集團董事確認，而中國法律顧問天元律師事務所根據公眾可得信息來源及董事的確認亦指出，沒有本集團之董事、高級管理人員或[法定代表]要對2008年全國性三聚氰胺事件負責，或受到懲處或罰款。

自2008年全國性三聚氰胺事件後，本集團作出重大投資，致力加強質量管理控制，尤其注重嚴格控制優質奶源，以確保原材料供應安全。自2008年9月起，購買設備及用於加強質量控制系統的測試費用為本集團帶來人民幣9.3百萬元的開支。展望未來，本集團預期將為相同目的每月投資人民幣210,000元。該等開支主要包括購買測試設備，以及有關政府當局對本集團產品進行檢驗及檢查的費用。本集團相信通過致力改良並建

---

## 業 務

---

立全面的質量保證計劃，使本集團重建消費者信心，並從2008年全國性三聚氰胺事件中大大恢復過來。根據本集團的中國法律顧問天元律師事務所確認，本集團完全遵守中國有關政府部門於2008年全國性三聚氰胺事件後所實施的相關規定及措施。

### 質量控制系統

#### 海外奶源

於2008年9月以前，本地生產的原奶及原料奶粉為本集團生產嬰幼兒配方奶粉及成人及青少年奶粉所採用的主要原料。2008年全國性三聚氰胺事件後，本集團於2008年12月作出了重大策略性決定，由原來從國內採購乳品材料，過渡至從發展成熟的海外供應商進口優質原料奶粉。截至2008年及2009年12月31日止年度以及截至2010年6月30日止六個月，本集團約有10%、66%及78%的嬰幼兒配方奶粉產品，以及約7%、76%及40%的成人及青少年奶粉產品，是以採購自海外的原奶生產。本集團於2009年1月完成為施恩嬰幼兒配方奶粉產品的原料來源換成海外乳品材料。自2010年6月底以來，本集團的雅士利及施恩嬰幼兒配方奶粉產品為採用並計劃繼續採購百分百進口原料奶粉生產。本集團的原料奶粉自新西蘭及澳洲進口，其中大部分來自新西蘭。新西蘭是主要的乳製品出口國，以其天然廣闊牧場、優質乳製品及世界領先的加工能力聞名於世。本集團自新西蘭及澳洲奶源所購買的原料奶粉，須符合當地的食物安全標準。出口國家當地有關部門會於產品出口前檢查每批原料奶粉，為供應商發出衛生證明。本集團的嬰幼兒配方奶粉產品所採用的原料奶粉，已符合各來源地的所有有關食品安全及衛生規定，包括但不限於新西蘭、澳洲及歐洲。此外，所有本集團的原料奶粉及乳製品的來源地，都有嚴格法例管制禁止對乳牛使用激素生長促進劑，而本集團的供應商表示其已嚴守各自所在司法權區的有關規定。展望未來，本集團的供應商亦可能先就各批原料奶粉進行激素試驗，才按本集團的要求出口。本集團亦已實施嚴格的程序去檢驗進口原料奶粉(主要乳品材料)的質量。本集團就各批訂單抽樣進行檢驗，以確保質量符合要求。此外，本集團的管理團隊定期到海外實地考察供應商的廠房以檢視其廠房條件及質量控制措施。

#### 國內採購的奶源的質量保證

從使用國內原奶至進口原料奶粉的過渡期間，本集團已實施了一系列程序以確保國內採購的原奶質量優良。為了控制所得原奶的品質，本集團不再向原奶商人經營的奶站採購原奶，改為只直接從與本集團簽下獨家協議的奶站購買原奶，該等奶站並有本集團培訓的員工監督。本集團自行培訓專業人員，派駐各個奶站管理收奶流程，並實行嚴格標準去處理和進行質量檢驗。本集團亦每天派遣檢驗人員查驗各個奶站的衛生條件及整體維護。一收到原奶，檢驗人員便會對當中的酒精、鹼、亞硝酸鹽及抗生素含量作檢

---

## 業 務

---

驗，確保原奶不含任何對人類有害的物質。這做法可防止任何不明物質在原奶收集流程中進行污染。各批原奶經過質量檢驗確定符合標準後，在送抵本集團的生產廠房時會被再次檢驗，在投放本集團生產線使用前亦會被再一次檢驗。

### 質量檢測

#### *2008年全國性三聚氰胺事件以前*

2008年全國性三聚氰胺事件以前，本集團於全個生產線上實施多個檢查關卡，以綜合的檢驗程序確保所有原料、半成品及成品的品質。本集團亦每季向相關當局呈交成品樣本以供檢驗。在本集團的營運歷史中，本集團已按照中國當時的適用規則、法規及認可做法進行試驗，並根據中國相關的法律及法規的發展，擴大試驗範圍。

#### *2008年全國性三聚氰胺事件以後*

2008年全國性三聚氰胺事件以後，本集團在整個供應和生產鏈上，加大各個質檢關卡的樣本規模，並進一步強化本集團的質量控制體系。本集團的進口原料奶粉及進口施恩嬰幼兒配方奶粉供應商必須遞交由彼等編製的檢測紀錄，詳細列明每批供應品所驗出的成份及品級。當此等進口原料奶粉及施恩嬰幼兒配方奶粉產品經過中國海關，每批產品都必須經由出入境檢驗檢疫局檢驗，以符合適用的中國食品安全法例及規定。當收到進口原料奶粉後，本集團之生產廠房作品質檢查，檢驗每批供應產品。本集團亦要求其他用於產品生產的材料及營養(如乳清粉、乳糖及維生素等)的供應商提供各來源地及中國發出的必要食品安全及衛生證明，並在本集團接受前進行抽樣質量檢查。若認可的原料奶粉供應及其他材料是用於生產基粉的話，半成品會在送往潮州及廣州廠房作最後加工前進行質量檢驗。在使用基粉作生產前，潮州及廣州廠房亦會再次檢驗每批產品的質量。而每批成品其後亦會通過本集團內部的隨機檢測。就本集團所知，本集團現有產品內所含的每樣物質均符合有關規則及法規所定的法定限額。2008年全國性三聚氰胺事件後，為了保證成品都完全符合有關的法律及法規，本集團亦把每批成品的樣本送交相關省級質量技術監督行政部門，以進行質量檢測，收到確認樣本通過檢驗後，才經銷配方奶粉產品。於最後實際可行日期，所有送檢的產品樣本均已證實符合規定的標準，有關部門在檢驗過程中並無發現違規情況。

在本集團悠久的營運歷史中，本集團已投資總額約人民幣二千萬元購買先進檢測儀器置於生產廠房內。這些先進檢測設備自美國及瑞典等國進口，用於量度和偵測超過60種化合物及微生物，包括國家規例所定的所有成份以及其他組別特定營養和成份。本集

---

## 業 務

---

團的測試儀器包括於2009年1月買入的可以每千克中的0.001毫克含量的高精度檢測微小份量的三聚氰胺、有害農藥及重金屬殘留等指標的液質聯用儀；可檢測碘、DHA、ARA及亞油酸等指標的氣相色譜分析儀；以及可檢測礦物元素及重金屬含量等指標的石墨爐原子吸收分光光度儀等。使用該檢測設備確保能在原材料、半成品及成品中檢測到任何微小份量的三聚氰胺、有害農藥及重金屬。所進行的測試與中國現時適用規則、法規及認可做法一致，並將根據中國相關的法律及法規的發展，擴大試驗範圍。為了加強品質監控程序，本集團將繼續引進新檢測儀器，或委任外間的檢測機構，以檢測其他有害物質，包括但不限於科學研究或有關政府當局不時建議或要求檢測的激素。

### 生產過程

除確保原材料質量優良外，本集團亦瞭解半成品、成品及生產流程質量控制的重要性。本集團的生產流程均在經由GMP認證的廠房進行，以符合適用的國家質量標準。本集團於2007年獲得GB/T22000-2006食品安全管理證書，並於2010年3月獲得GMP乳品生產證書以及HACCP食品安全管理證書。此外，本集團的質量控制體系已通過多個認證，例如ISO9001質量管理、ISO14001環境管理、及OHSAS 18001職業健康安全。本集團的檢驗實驗室於2005年獲[中國合格評定國家認可委員會]的全國認證。本集團以「零缺陷」為目標，要求運作過程中各個階段，包括採購、生產、包裝、銷售、存儲及運輸等的所有人員，嚴格遵守相關的質量控制及安全措施。此外，自2008年全國性三聚氰胺事件後，相關政府部門除了就食品生產許可證每年前來本集團的廠房進行年度檢驗外，還每年對本集團的廠房進行十次以上的抽檢，在檢驗過程中，相關省級質量技術監督行政機關並無發現違規情況。

為確保包裝材料的質素，本集團於採購及生產線上都有妥善的質量控制程序。本集團於採購包裝材料或材料時，會要求供應商提交生產許可證明及每批產品的質量檢測紀錄。在此等原料及包裝材料進入倉庫前，會被進行選擇性的質量檢測。本集團的質量控制部亦會檢驗各批內部生產的包裝材料。本集團的包裝過程在人事、設備、材料、運作及衛生設備方面跟從嚴格的質量控制標準，以確保成品質量良好和安全。產品的包裝罐在灌注室被裝滿奶粉前都會經紫外線消毒。其後，已填滿的包裝罐內的氧氣會於密閉室中換成氮氣，然後隨即封好，並貼上適當的標籤。本集團亦會在包裝其他產品前，用臭氧及紫外線消毒其他包裝材料。

---

## 業 務

---

此外，本集團設有產品追蹤系統，在各個產品包裝印上獨有的二維產品編碼，目的在於防範偽品，確保送抵最終消費者的是本集團真正的優質的產品。本集團根據不合格產品和潛在不安全產品控制程序，去嚴厲處理任何問題產品或受污染的產品。

### 進口成品的質量保證

本集團亦嚴格監察由PBM Products供應的施恩旗下進口嬰幼兒配方奶粉產品。產品供應商會首先對其產品進行內部質量檢測，並按專利配方加上其他維生素及營養。當本集團確定產品符合標準及規格後，PBM Products便會開始小規模的生產。本集團會在大量訂購前核實小規模生產之產品質量。PBM Products其後會對原料進行內部品質檢測，並開始大規模生產。而其亦會檢驗並就每批成品向本集團提供質量及衛生證明、有所有技術參數的檢測報告及產品不含三聚氰胺的證明。出入境檢驗檢疫局以及本集團會檢測成品，以確保質量。

### 最近有關嬰幼兒配方奶粉產品激素水平的事件

於2010年夏季，有媒體報道指有一間境內製造商的嬰幼兒配方奶粉產品的激素水平與引起中國嬰兒出現過早發育及早熟指控有關。為應對此事件，中國衛生部已對事件進行臨床調查，並無發現產品激素水平有不正常問題。中國相關法律及法規禁止購買、生產和出售用含有激素等[牲畜藥物殘餘物]的原奶生產的乳製品。然而，並無具體規定檢測奶粉產品中的激素水平。董事確認，於最後實際可行日期，本集團並無於產品中加入激素。雖然本集團的產品與事件並無直接關連，但本集團自2010年8月以來，已主動向[廣州質量監檢所](由[廣東省質量技術監督管理局]成立的獨立質量檢測機構)呈交本集團各批嬰幼兒配方奶粉產品的樣本以進行激素試驗。於最後實際可行日期，本集團的樣本中並無發現任何外生激素含量。

### 客戶服務

本集團亦設立了明確的系統處理客戶投訴。倘若投訴屬同類產品共有的屬性，不違反國家法律法規的，本集團會進行內部產品檢查並向顧客詳細說明有關事件的性質。倘若投訴不能夠在產品與投訴性質之間確立合理關聯性，本集團會向客戶說明並繼續嚴格遵守質量保證及控制程序。

倘若出現有嚴重客戶投訴導致產品回收的情況，本集團已有一套回收控制程序就各個特定步驟給出細則。倘經過內部產品檢查後，嚴重客戶投訴的理據成立，本集團會召開管理層會議，去設立並執行計劃回收整批產品。營銷部將會向銷售部轉送清晰的程序

---

## 業 務

---

細節，例如運輸成本責任等。銷售部將向所有相關的經銷商傳達有關回收計劃的信息。回收計劃亦將報送負責產品質量法規的地方政府機關。

在2008年全國性三聚氰胺事件以後，本集團自2008年9月14日至2008年底接到約1,300宗客戶投訴。於2009年，本集團接獲約500宗客戶查詢，而於2010年首六個月則只有3宗查詢。上述所有投訴或查詢均與三聚氰胺污染產品有關。

此外，於2010年9月初，網上及部分新聞報道有部分虛假指稱，表示本集團並未銷毀受三聚氰胺污染的產品，並於本集團的山西廠房重新包裝或再用該等產品。本集團即時於本集團的網站以及透過主要媒體作出公開澄清公佈，並即時回應客戶查詢。截至最後實際可行日期，本集團於發出公開澄清公佈後數天並無接獲任何進一步消費者查詢或就此事件經歷任何銷售額大幅下跌。

## 競爭

對本集團的嬰幼兒配方奶粉核心產品而言，本集團主要與國內外嬰幼兒乳品生產商競爭。本集團認為中國市場的嬰幼兒配方產品可大致分為三類：(i)使用海外進口奶源在國內生產的產品；(ii)100%進口產品；及(iii)採用國內乳品材料在國內生產的產品。本集團自行定位生產第一及第二類產品。透過採納多品牌策略，本集團已擴大產品種類，開拓了不同市場組別的消费群。本集團相信，本集團在優質產品、成熟的品牌、廣闊的經銷網絡、強大的營銷能力和產品創新性方面具有競爭力。按照上述因素，本集團相信已準備就緒，在國內市場競爭。

本集團擁有已確立的市場領導地位，並受惠於已在品牌知名度、廣告投資、銷售網絡及零售店費用方面設定的較高入行門檻。由於消費者愈來愈注重產品質量及安全，國內市場已在出現向高端進發的趨勢。此項趨勢導致品牌認受性及投資質量控制的重要性上升。由於在市場上建立品牌認受性及規模並維持競爭地位需要大量開支，新公司一般受到有限的財務資源所限，難以應付該等高入行門檻。

於2008年全國性三聚氰胺事件後，整個國內乳品供應鏈均受到嚴重影響，中國消費者亦轉為選擇進口嬰幼兒配方奶粉產品，進一步引致中國乳品公司的銷售及生產量下跌，包括本集團。根據AC尼爾森的數據，中國市場五大國際嬰幼兒配方奶粉生產商以零售銷售計的市場份額由2008年首九個月約38%，上升至2009年首九個月的45%。根據AC尼爾森的數據，中國市場五大國內嬰幼兒配方奶粉生產商以零售銷售計的市場份額

---

## 業 務

---

由2008年首九個月約39%，減少至2009年首九個月約32%。本集團已採取即時行動回收產品，提升質量控制系統以確保產品安全及品質，並實施使用優質進口原料奶粉生產嬰幼兒配方奶粉產品的策略。本集團相信本集團對是次事件的積極反應及致力提供優質產品的承諾，使本集團能夠恢復消費者信心，並能於中國嬰幼兒配方奶粉市場上與跨國生產商及國內生產商有效地競爭。

與跨國嬰幼兒配方奶粉生產商相比，本集團相信本集團能以本集團產品的價值、銷售滲透力、經銷範圍及質量控制競爭。本集團能夠提供優質的產品，價格比跨國公司所提供的產品較相宜。鑒於本集團持續於二三線城市取得佔總收入超過70%的收入，本集團相信已於二三線城市建立了領先的位置及優勢，能夠令本集團把握該等地區迅速經濟增長所產生的市場需求。本集團深遠的經銷及銷售網絡令本集團能打入鄉鎮市場，由於未完善的經銷基建，跨國公司在這些地區的地位相對較弱。再者，跨國公司在短時間內未能建立深度與寬度相若的經銷網絡。此外，本集團持續加強本集團廣泛的質量控制系統，全面涵蓋從採購到零售銷售整個價值鏈。有關本集團質量控制計劃的進一步詳情載於「一質量保證、質量控制及安全」一節。

與國內嬰幼兒配方奶粉產品生產商相比，本集團能在規模、來自策略投資者的投資及進口乳品材料方面競爭。由於行業整合持續加速，市場動力更有利於擁有較大業務規模的生產商。根據AC尼爾森的數據，本集團是最大的國內生產商之一，於2009年佔中國第三大市場份額，在國內公司間佔約7.6%。為顯示對本集團業務模式的信心，本集團亦吸引了兩名著名策略投資者凱雷及復星的投資，其貢獻及指引使本集團能夠實施國際最佳做法。再者，本集團已由使用國內採購牛奶過渡至從海外進口所有本集團原料奶粉，並在目前為本集團所有嬰幼兒配方奶粉產品使用優質進口原料奶粉。本集團的生產規模、來自策略投資者的投資及優質進口原料奶粉使本集團能夠在市場上其他國內生產商中脫穎而出。

由於高入行門檻加上本集團相比國際及國內公司擁有競爭優勢，本集團相信本集團在嬰幼兒配方奶粉行業具有有利的地位。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

### 獎項、證書、認證、許可證及註冊登記

本集團已獲的主要獎項及認證列舉如下：

獎項名稱	頒獎機構	獲獎日期
2007年-2008年度優秀民營企業	潮州市人民政府	2009年4月
潮州市創名牌名標先進企業	潮州市人民政府	2009年2月
廣東省百強民營企業	廣東省人民政府	2008年10月
中國民營500強	中國民營企業聯合會、中國統計協會、 中國管理科學院企業發展研究中心	2008年11月
中國500最具價值品牌	世界品牌實驗室	2008年6月
企業技術中心	廣東省經濟貿易委員會、廣東省財政廳、 廣東省國稅局、廣東省地稅局、 廣東省海關總署	2008年4月
廣東省名牌商標—  品牌	廣東工商行政管理局	2008年2月
廣東省名牌商標—  品牌	廣東工商行政管理局	2008年2月
十強企業	中國食品安全委員會	2007年9月
2006年度潮州市食品行業十強企業	潮州市人民政府	2007年8月
潮州市爭創名牌名標產品先進單位	潮州市人民政府	2007年8月
2007年3•15全國質量誠信放心示範單位	中國保護消費者基金會	2007年3月
雅士利嬰幼兒配方奶粉產品獲「廣東省名牌產品」	廣東省質量技術監督局	2006年9月

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

獎項名稱	頒獎機構	獲獎日期
雅士利豆奶粉產品獲「中國名牌產品」	國家質量監督檢驗檢疫總局	2005年9月
雅士利乳製品獲「中國乳製品十大影響力品牌」	中國乳製品工業協會	2005年1月
雅士利商標形象獲「馳名商名」	國家工商行政管理總局商標局	2004年

### 知識產權

本集團依賴一系列商標註冊以保障本集團品牌權利及權益，這對於建立客戶對本集團產品的認受性十分重要。於最後實際可行日期，本集團擁有350個重大已註冊商標，並已就本公司之品牌及子品牌在國內及海外作出84項不同類別之重大商標申請。有關已註冊的商標組合的詳情載於本文件附錄六「C.有關本公司業務的其他資料—2.本集團知識產權權利」一節。

本集團產品配方絕大多數是內部開發及專屬的。本集團的知識產權或嬰幼兒配方奶粉的專屬配方，大多沒有在中國註冊或申請保護。儘管本集團相信，專利及版權迄今並非本集團保持市場競爭地位的重要元素，但本集團有意在未來進行評估，為該等能提供重大競爭優勢的業務方面尋求專利及版權保護。

本集團積極採取行動保護知識產權及實施一系列內部知識產權管理規則。本集團依賴商業秘密保護及保密協議以保障專屬資料及訣竅。本集團的管理層及研發人員已與本集團訂立保密協議，確認所有於僱傭期間的發明、設計、商業秘密、著作、開發項目及其他流程，均為本集團財產。這將他們可能就本身的工作申索的任何擁有權指讓予本集團。於最後實際可行日期，本集團未曾因知識產權受侵害而使業務可能遭受重大影響。

### 環保

本集團受中國環保法律和法規限制，該等法律和法規包括中國環境保護法、中國水污染防治法、中國大氣污染防治法、中國噪聲污染防治法及中國固體廢料污染防治法。該等法律及法規對一系列環保事宜實施規管，包括大氣污染、噪聲、水、廢料排放等。儘管本集團經營的並非高度污染的行業，但本集團的製造流程中產生固體廢料和廢氣以及排放污水，主要包括用於潔淨用途的水。本集團設於廣東省潮州及黑龍江省齊齊哈爾

---

## 業 務

---

的生產設施，已獲GMP生產管理認證，並符合GMP認證系統所規定的所有相關環保及製造標準。本集團各生產設施亦已取得地方環境行政部門所規定的有關污染物排放許可證。

本集團的中國法律顧問天元律師事務所亦確認，本集團符合中國所有適用的環保法律及法規。於最後實際可行日期，本集團未曾因不符合中國任何環保法律或法規而遭受任何重大罰款或法律行動。

### 保險

本集團亦就本身的物業、設備及存貨購買保險，以保障有關火災、爆炸、地震、颱風、水災及若干其他風險帶來的損失。本集團目前並無為產品購買產品責任保險。據本集團董事所知，國內並無保單可保障由第三方蓄意污染或下毒而引起的損失。

本集團相信本身的保單充足，並符合中國的行業標準，本集團任何製造及生產設施倘有重大損失，不論是因火災或其他原因而起，均可能對本集團構成重大不利影響。本集團並無購買業務中斷保險或主要人員保險或其他性質相若的保險。

### 物業

公司總部以及本集團雅士利品牌的成品的主要生產設施位於廣東省潮州。本集團施恩品牌的成品的主要生產設施位於廣東省廣州。本集團亦於山西省朔州和黑龍江省齊齊哈爾兩個生產設施進行生產。本集團亦已開始在河南省鄭州開始興建額外的一處生產設施。

#### 自置物業

本集團在廣東省潮州擁有一幅土地，即雅士利成品的生產設施和公司總部所在地方。兩幅總佔地面積約30,050平方米土地的土地使用權由本集團持有。本集團是該土地上九座樓宇(總建築面積約53,525平方米)的十份房屋所有權證的登記擁有人，本集團用作生產及配套用途。另有三座樓宇，內有本集團生產車間，及一座辦公大樓的一層，總建築面積約3,831平方米，本集團尚未就此取得房屋所有權證。潮州市建設局於2010年6月30日發出函件，確認：(i)此四座樓宇之建設自開始時已符合法律及法規；(ii)該局已接受本集團就該三座樓宇提出的房屋所有權證的申請；(iii)該局將向本集團授予該證；及(iv)本集團不會因該三座樓宇的建設而遭罰款及／或處分。本集團另持有第三幅總佔地面積約124,670平方米的土地的土地使用權。本集團是該幅土地上五座總建築面積約79,020.77平方米的樓宇的七份房屋所有權證的登記擁有人，由本集團作生產及配套用途。另有五座樓宇，內有本集團生產車間，建築面積約17,906平方米，本集團尚未就此

---

## 業 務

---

取得房屋所有權證。潮州市建設局於2010年6月30日所發的相同函件中，亦確認：(i)該五座樓宇之建設自開始時已符合法律及法規；(ii)該局已接受本集團就該五座樓宇提出的房屋所有權證之申請；(iii)該局將向本集團授予該證；及(iv)本集團不會因該五座樓宇的建設而遭罰款及／或處分。本集團亦在廣東省潮州擁有一項物業，用作員工宿舍。本集團持有該物業的所有權證，該物業有十八個住宅單位，及六個停車位，總建築面積約3,092.19平方米。天元律師事務所已指出，潮州縣建設局為有權發出關於上述物業所有權之函件的主管機關。

本集團在廣東省廣州擁有一幅土地，用作施恩品牌成品的主要生產設施。本集團持有該幅土地的土地使用權，該土地總佔地面積為約52,500平方米。本集團擁有該幅土地上總建築面積約36,535.69平方米的樓宇的房屋所有權證，該物業主要用作生產用途。此外，本集團在廣東省廣州擁有一項物業作投資用途，包括位於一座29層高樓宇內多個樓層的12個辦公室單元及15個停車位。

本集團在山西省朔州擁有一幅土地，即嬰幼兒配方奶粉半成品的生產設施。總佔地面積約245,200平方米的土地的土地使用權由本集團持有。本集團是該土地上九座樓宇（總建築面積約48,431平方米）的房屋所有權證的擁有人，本集團主要用作生產、辦公室及員工宿舍用途。另有七座樓宇及一座宿舍的擴建部份，總建築面積約16,376平方米用作生產、辦公室及配套用途，本集團尚未就此取得房屋所有權證。應縣建設局於2010年6月30日發出函件，確認：(i)該六座樓宇的建設自開始時已符合法律及法規；(ii)該局已接受本集團就該六座樓宇提出的房屋所有權證之申請；(iii)該局將向本集團授予該證；(iv)本集團不會因該六座樓宇的建設而遭罰款及／或處分。本集團的中國法律顧問天元律師事務所已指出，應縣建設局為有權發出該函件的主管機關。

以上所述於廣東省潮州及山西省應縣之18座樓宇，皆位於本集團持有土地使用權之土地上。因此，本集團的中國法律顧問天元律師事務所指出，本集團因未取得正在申請的證明而被迫遷出問題物業的機會很低。董事預期於2010年11月底前會取得該等樓宇的房屋所有權證。

本集團在黑龍江省齊齊哈爾擁有一幅土地，即成人及青少年奶粉半成品的生產設施。總佔地面積約73,206平方米的土地的土地使用權由本集團持有。本集團是該土地上14座樓宇（總建築面積約25,996平方米）的房屋所有權證的擁有人，樓宇主要用作生產、倉庫及配套用途。

---

## 業 務

---

本集團與鄭州市國土資源局於2010年8月30日訂立有建設用地使用權出讓合同以購買一幅土地，總佔地面積約85,269平方米，總代價為人民幣22.92百萬元。本集團已支付代價人民幣11百萬元，並將於2010年10月27日前支付代價餘額人民幣11.92百萬元。本集團在河南省鄭州擁有一個工廠發展項目，本集團於2007年開始在該處興建新生產設施。總佔地面積約60,544平方米的土地的土地使用權由本集團持有。現正興建一個總建築面積約25,400平方米的生產車間，預計2011年12月完成。本集團已獲取有關的建設用地規劃許可證。本集團已向地方環保房產當局提交所需文件，以申請其他相關建築許可證。地方環保房產當局已確認在獲取任何相關建築許可證或房屋所有權證方面並無任何阻礙，本集團的中國法律顧問天元律師事務所已確認本集團有權興建生產車間，且在獲取任何房屋所有權證方面並無任何阻礙。

本集團亦在廣東省潮州擁有一個住宅物業，總建築面積約225平方米，用作利成貿易的員工宿舍。

本集團在美國擁有總佔地面積約784.3平方米的物業，租賃作住宅用途。

據本集團的中國法律顧問表示，就本集團尚未獲取房屋所有權證的上述所有樓宇而言，本集團獲取所有權並無實際法律阻礙。於未來，倘本集團計劃購買或興建新物業，本集團將會授權人員處理申請及其他事項，以確保能適時完全遵守有關法律及法規。

### 租賃物業

本集團在廣東省潮州從汕頭張氏投資租賃一項物業，作為附屬公司必勝的生產、倉庫及配套用途。該物業包括一幅總佔地面積約17,176平方米的土地及四座總建築面積約18,613平方米的樓宇。有關租賃安排的進一步詳情，請參閱「關連交易—不獲豁免持續關連交易—3.潮安租賃」。租賃物業建於一幅集體所有制土地上，該土地由當地村民組成的委員會擁有。根據中國適用法律、規則及法規，不可就非農業用途或工業用途租予他方。本集團租賃該物業作工業用途。本集團的中國法律顧問天元律師事務所表示，此等非法土地使用可能引起法律責任，尤其本集團可能需要重置。若必勝被要求撤出租賃物業，本集團計劃搬遷有關業務，並預計於一個月內完成搬遷。實際成本視乎勞工及交通成本，以及其他所涉及的因素。董事估計此潛在搬遷活動成本約人民幣500,000元，並且不認為會帶來溢利的損失，因為本集團相信能夠調整生產日程，以避免於搬遷期間因產能暫時減少而引起的銷售損失。有關當局亦有可能沒收建於該地的樓宇及其他經營

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

場所，並同時按土地面積徵收每平方米不多於人民幣30元之罰款。鑒於該物業主要用作生產本集團產品的包裝材料及其他配套用途，遷移此等業務至本集團其他廠房亦不會有重大阻礙，因此於必勝租用的物業進行的業務對於整體業務並無重大影響。此外，由於即使在不大的情況下必勝被迫遷出，本集團要遷往新地點亦無困難，故此董事相信潛在風險對本集團的業務不會有任何重大財務或經營影響。

本集團在上海從汕頭張氏投資租賃一座樓宇的一個辦公室單位，總建築面積約400平方米，用作上海雅士利的辦公室用途。有關租賃安排的進一步詳情，請參閱「關連交易—不獲豁免持續關連交易—4.上海租賃」。中國法律顧問已確認，本集團已與出租人訂立有效的租賃協議，且本集團有權在租賃期內使用有關物業。

本集團亦在四川省成都租賃一座樓宇的一個辦公室單位，總建築面積約132平方米，作辦公室用途。該物業是由獨立第三方租賃予本集團，由2010年6月10日起至2012年6月9日止，每月租金人民幣2,600元。本集團的中國法律顧問已確認，本集團已與出租人訂立有效的租賃協議，且本集團有權在租賃期內使用有關物業。

本集團仍未向當地土地及物業行政部門登記以上所述之所有租賃。天元律師事務所指出，由於根據中國有關法律及法規，潛在的責任由出租人承擔，因此不作登記不會影響租約的合法性及有效性，所以對本集團的業務亦不會有重大不利影響。

## 僱員

於2010年6月30日，本集團有5,135名全職僱員，誠如下表載列：

職能	於2010年6月30日 僱員數目
管理及行政	284
生產	1,934
採購	175
銷售及營銷	2,310
財務及會計	160
質量控制	165
研發及產品設計	32
其他 <sup>(1)</sup>	75
總計	5,135

- (1) 其他主要包括人力資源人員、法律及合規人員及信息及技術人員。法律及合規部門由六名員工組成，其中四名擁有中國法律資歷、並有訴訟事項、項目管理及合約管理的經驗。其餘兩名人員為助理。

---

## 業 務

---

本集團的僱員聘留政策受多個因素影響，包括當前市況、業務需求及未來擴產，而僱員乃通過要求嚴格的篩選程序選定。

本集團近年已實施多個措施，去提升僱員的生產力。本集團定期檢討所有僱員的績效，而基本薪金和花紅乃以績效為依歸。此外，本集團已為不同工作需要推行培訓計劃。本集團相信這對提升僱員生產力有一定貢獻。

僱員薪酬一般包括基本薪金及績效花紅。按中國法律規定，僱員亦收取醫療福利、失業救濟及工傷保險等福利。按中國適用法規規定，本集團為僱員參與多個由省市政府退休計劃籌辦的退休計劃。計劃成員可得到基本退休養老金。本集團已按中國的規則及法規支付員工的住房公積金及退休養老金。

本集團相信人力資源的質量，尤其是管理層及專業人員的質量，對本集團能夠高效地競爭十分重要。本集團的目標是透過就管理流程及企業管治遵守國際最佳做法，達到或超越國際標準。本集團亦擬繼續透過不斷實施績效花紅計劃，吸引及挽留技術精湛、經驗豐富的國內外管理人員和技術人員。

### 培訓

本集團強調管理層人員和僱員接受長期培訓的重要性。本集團定期通過為管理層和僱員舉行培訓計劃，培訓計劃集中於提供培訓予新聘僱員以及現有僱員的持續培訓。

本集團亦為銷售人員提供定期培訓。該等培訓計劃內容包括推銷技巧、營運知識、產品陳列等，全旨在改善他們對產品的認識以及銷售及營銷技巧，以更好地服務本集團產品的消費者。

### 法律程序及合規情況

本公司或其任何附屬公司有可能不時涉及有關本集團業務營運的訴訟。

#### 與2008年全國性三聚氰胺事件相關的法律程序及行政處罰

於2008年9月16日，中國國家質量檢驗檢疫總局(或國家質檢總局)宣佈，22家國內嬰幼兒配方奶粉生產商的產品(包括本集團的產品)被發現有三聚氰胺污染，三聚氰胺是不得在食品中使用的物質，與中國嬰兒和兒童的健康問題相關聯。根據事件發生時的中國法律及法規，於中國生產或經銷受三聚氰胺或其他有害物質污染的乳製品引起的適用法律後果包括為消費者遭受損失負責、受政府當局處分(包括停止生產及經銷)、沒收

---

## 業 務

---

已生產及經銷的產品、按已生產或已經銷產品的價值而定的罰款、沒收從中所得的非法收益、或撤銷營業執照。若有涉及刑事罪行，違法者將根據有關法律被起訴及負上刑事責任。有關現有監管制度下的法律後果的資料，請參閱「法規」一節。

截至最後實際可行日期，由消費者對一家零售商及廣東雅士利提起的法律訴訟於2009年5月21日有一宗，指稱因本集團產品三聚氰胺污染而受影響。該家零售商及廣東雅士利已與申索人達成和解，零售商應向申索人支付人民幣30,000元及本集團應付法律費用人民幣3,029元，藉以全面終止日後就該事件責任問題提出訴訟的權利。此外，另有一宗向一家零售店提起指稱本集團產品疑似導致腎病的消費者訴訟。零售店及申索人已就此達成和解，金額為人民幣11,000元，此後，申索人已同意不再提出指控。中國法律顧問天元律師事務所表示，本集團將不會因此兩名消費者申索的事項而須承擔任何進一步的法律責任或義務。

本集團已對三個向本集團提供受三聚氰胺污染的乳品材料的供應商其中兩個提出訴訟。本集團於2009年4月23日向一名供應商提出訴訟，法院下令該供應商向本集團支付約人民幣7,109,000元，作為提供受三聚氰胺污染原料的賠償，根據法院判決，本集團亦已撤銷對該供應商的應付貿易賬款人民幣2,274,000元。本集團已收到該供應商所支付約人民幣221,000元的賠償，餘下金額現正通過強制性執行法院判決而進行。於2009年12月29日，另一名供應商亦被法院下令向本集團支付約人民幣6,375,000元作為供應受三聚氰胺污染原料的賠償，本集團並已收到該供應商支付約人民幣366,000元的賠償。然而，後者之供應商亦於其所屬的司法權區就購買價格款項及違反合約事宜向本集團提出訴訟，並向當地法院申請凍結本集團合共人民幣9,406,000元之存款。本集團的中國法律顧問已向本集團表示，本集團從供應商購入受三聚氰胺污染的原料而引致任何虧損及損失，此等供應商須向本集團予以賠償，包括但不限於因任何針對本集團提起的產品責任申索導致的責任。本集團現正通過強制性執行法院判決，追回該等供應商的賠償餘額。本集團能否全數收回有關款項乃視乎執程序的结果而定。於2009年9月25日，本集團與第三個供應商達成協議，將本集團對該供應商的付款責任與其供應受污染原料的責任抵銷。該三名原奶供應商已不再是本集團的供應商。

施恩(廣州)鑒於未有符合2008年全國性三聚氰胺後的產品質量相關的省級法規，於2009年4月14日被廣州市工商行政管理局施以行政處罰，適用的處罰包括：(i)暫停生產及經銷；(ii)沒收有質量問題的產品、從該等問題產品所得的收入以及相關原材料，半成品、生產設備及設施；(iii)撤回相關執照及許可證；及(iv)施以最高達有質量問題的產品價值五倍的罰款(倘產品總值超過人民幣100,000元)。鑒於施恩(廣州)按有關當局的

## 業 務

指示適時實行糾正措施，即是及時透過經銷商從市場回收受污染的產品，有關當局按相關行政法律及法規的規定，用其酌情權力給予行政處罰緩減，指令本集團停止生產問題產品並確保回收和銷毀該等產品，且並無向本集團施以任何罰款。儘管如此，於有關處罰日期起，本集團已進行所需的糾正，並根據相關質量技術監督管理當局的批准恢復生產。因此，本集團在收到處罰時並無再次停止生產。中國法律顧問天元律師事務所已確認，除上述行政處罰外，並無其他對本集團施加的行政處罰。董事亦確認，本集團目前不受中國政府任何調查或紀律行動。中國法律顧問天元律師事務所進一步表示，本集團因產品被發現含三聚氰胺而受進一步行政處罰或懲罰的風險較小，皆因根據中國相關法律及法規，相關行政處罰的限制規例將於有關政府當局發現本集團違規後兩年以後屆滿。

### 賠償基金的背景及運作

為應對2008年全國性三聚氰胺事件，衛生部、國家質檢總局及其他國家政府部門帶頭透過不同形式的媒體及宣佈，向大眾宣傳對於受影響家庭的治療及賠償之政策及程序。為進一步確保大眾接到有關資訊，並且讓受影響家庭能及時治療其嬰兒並得到賠償，省級衛生行政部門派員到城鎮以及農村地區，指導受影響家庭為其嬰兒確診及尋求治療。在國務院的批准下，中國乳製品工業協會及22家被發現有三聚氰胺污染事故的公司於2008年後期成立了賠償基金，賠償受污染奶粉禍害的嬰兒。該賠償基金根據包括衛生部、工業和信息化部在內的有關政府當局的指引及監督下運作。當受影響家庭之嬰兒獲確診因三聚氰胺而健康受損，有關的衛生行政當局及消費者保障機構便會派員解釋透過基金索償的政策及程序。若嬰兒：(i)獲確診其健康問題為因飲用受三聚氰胺污染配方奶粉產品而造成，(ii)適時向有關衛生行政部門登記；及(iii)已接受並簽定由22間公司聯合發出的和解函件，此等受害人或其家屬均有資格向基金索償。基金發出的賠償金額由三部份組成，包括有關醫療機構已經或預期會招致的緊急護理費用之償付款項、對受影響嬰兒的一次性賠償，及醫療基金(將完全支付受害人首次緊急護理後十八年內治療因受三聚氰胺污染產品而引致的泌尿系統疾病有關的任何醫療開支，該開支並不包括在社會醫療保險內)。

指定作償還相關醫療機構墊付或招致的緊急護理費用的金額約為人民幣240百萬元，乃相關醫療機構為受污染配方奶粉影響的嬰兒進行診療和提供緊急治理的費用。另約有人民幣671百萬元的一次性和非專屬賠償金發放予省級政府，再透過省級衛生行政當局或消費者保障機構，分發予受影響的嬰兒和家屬。中國乳製品工業協會確認，差不多所有已登記的嬰兒均已接受一次性的賠償。賠償基金的餘額人民幣200百萬元乃一項

---

## 業 務

---

醫療基金，並委託中國人壽保險有限公司管理和安排支付醫療開支予那些同意經全國的中國人壽保險有限公司分行解決日後疾病相關醫療費用索償的受影響嬰兒及其家屬。已收取一次性賠償的受影響嬰兒及其家屬仍合資格根據醫療基金申索發還相關醫療費用。於2009年1月8日，人力資源及社會保障部、衛生部及中國保險監督管理委員會進一步聯合發出《關於做好嬰幼兒奶粉事件患兒相關疾病醫療費用支付工作的通知》，闡明該醫療基金受中國政府有關當局的指示及監督限制，並列明根據醫療基金向合資格受害人支付醫療開支賠償的指引。根據該通知，中國人壽保險有限公司負責該醫療基金的管理及付款，並會制定規管基金管理的規則及維持醫療基金賠償付款的數據庫。於最後實際可行日期，並無有關已向受影響嬰兒及其家屬支付的醫療基金金額的公開資料。

於最後實際可行日期，22家公司已對賠償基金合共支付約人民幣11億元，以償付受三聚氰胺影響的嬰兒的家屬目前已提出或日後可能提出的申索。本集團已授權中國乳製品工業協會作出此等賠償，並已捐出人民幣61.2百萬元。包括本集團在內的各家公司支付的金額，是以政府檢驗樣本中配方奶粉產品所發現的三聚氰胺污染程度以及各公司的污染批次數量釐定。中國乳製品工業協會已確認，透過支付所要求的款項至賠償基金，本集團已向因2008年全國性三聚氰胺事件而向有關衛生行政當局或醫療機構登記要求賠償的嬰兒及其家屬盡了有關的賠償責任。此外，根據本集團中國法律顧問天元律師事務所對中國乳製品工業協會進行的會面，協會亦確認，若法院判定本集團有責任向該等已向有關衛生行政機關或醫療機構登記但未有透過基金解決索償的受害人作出賠償的話，協會將會運用基金代表本集團對有關索償進行賠償。

然而，根據本集團的中國法律顧問天元律師事務所指出，對於該等受三聚氰胺影響但未向有關衛生行政機關登記現有及潛在與2008年全國性三聚氰胺事件有關之申索的受害人及其家屬，彼等或會於兩年的追討權時效內，向受污染乳製品生產商提出申索。該時效由原告人察覺或應該察覺其損害及疾病，及確診其病因為食用受污染產品所引起的時間開始起計。除本節所述的本集團產品消費者提出的兩宗索償外，本集團並無收到任何法院的通知，指有任何其他消費者指稱受受污染產品影響而提出申索。本集團亦無從公共信息來源注意到有任何最終及有效的法院決定，要求嬰幼兒配方奶粉生產商就三聚氰胺污染賠償消費者之損失。自2008年9月18日起，有關2008年全國性三聚氰胺事件的

---

## 業 務

---

全國性傳媒報道使2008年全國性三聚氰胺事件以及賠償基金之事得以廣泛傳播。在一般情況下，消費者得悉2008年全國性三聚氰胺事件後，便會尋求確診，除非因有關的中國法律及法規要求干擾，否則本集團相信兩年的追討權時效很快終止。本集團的中國法律顧問天元律師事務所已表示，本集團因2008年全國性三聚氰胺事件而被法院要求向消費者賠償的機會較小。若未向相關衛生行政當局登記賠償的受是次事件影響的消費者提起申索，導致有關當局向本集團下達任何最終司法或仲裁決定，控股股東已同意向本集團彌償因此而起的責任。控股股東亦已承諾，只要彼等作為控股股東仍持有本公司的控制性權益，彼等將會就本集團與該等消費者訂立的和解導致須支付的任何款項，向本集團彌償。根據以上所述以及中國乳製品工業協會發出的確認函，董事相信，並得中國法律顧問天元律師事務所確認，支付予賠償基金人民幣61.2百萬元的款額已經充裕，無需再就2008年全國性三聚氰胺事件的責任而進一步計提撥備。

### 其他待決法律程序

除於本節內前文各段所披露的法律訴訟外，於最後實際可行日期，本集團牽涉於其他三案由三名人士及一間公司提起的法律訴訟，為有關供應合約及交通事故的糾紛。當中向本集團尋求的濟助金約為人民幣2.8百萬元。於最後實際可行日期，本集團已提出七宗針對三間公司及15名個別人士的法律訴訟，為與建設工程、供應及設備購買合約的糾紛相關，本集團並要求某些勞資糾紛的仲裁決定無效，當中尋求的濟助金合共約為人民幣28.0百萬元。該等法律訴訟於本集團的一般業務過程中出現，並且對於業務營運並無個別地或共同地帶來重大不利影響。除以上所述者外，於最後實際可行日期，據本集團所知，概無存在任何其他針對本集團或其任何附屬公司、對本集團的經營、財務狀況或經營業績可能造成重大不利影響之任何其他待決或面臨威脅的訴訟、仲裁或行政程序。

另外，本集團的中國法律顧問天元律師事務所指出，除「一質量保證、質量控制及安全—2008年全國性三聚氰胺事件後本集團的產品回收事件及其他即時行動」一節及本節所披露者外，本集團於往績記錄期內於所有重大方面已遵守中國法律。除於「一物業」一節所披露有若干許可證正在申請外，本集團於往績記錄期內已取得經營所需的所有牌照、批准及許可證。