

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之內容概不負責，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分內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



**Yashili International Holdings Ltd**

**雅士利國際控股有限公司**

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：01230)

## 截至2012年12月31日止之年度業績初步公告

### 主要業績

截至12月31日止年度

	2012	2011	變動百份比
(除特別列明外，所有金額 以人民幣百萬元列示)			
營業額	<b>3,655.1</b>	2,957.8	+23.6%
毛利	<b>1,961.7</b>	1,538.3	+27.5%
經營溢利	<b>559.4</b>	313.0	+78.7%
本公司股權持有人應佔溢利	<b>468.5</b>	306.3	+53.0%
經營現金流量淨額	<b>772.0</b>	458.3	+68.4%
每股基本盈利(人民幣分)	<b>13.3</b>	8.7	+52.9%
每股攤薄盈利(人民幣分)	<b>13.2</b>	8.6	+53.5%
建議每股末期股息(人民幣分)	<b>11.31</b>	5.68	+99.1%
每股淨資產(人民幣元)	<b>1.16</b>	1.08	+7.4%
建議末期股息	<b>400.3</b>	200.1	+100.0%
股息分派比率*	<b>85.4%</b>	65.3%	+30.8%

\* 擬派末期股息每股人民幣11.31分乘以3,539,215,356股股份，除以本公司股東應佔溢利人民幣468,482,000元

雅士利國際控股有限公司(「本公司」)董事會謹此提呈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2012年12月31日止年度按國際財務報告準則編製之經審核合併業績連同2011年的比較數字。

本集團按國際財務報告準則編製之截至2012年12月31日止年度之經審核財務資料載列如下：

### 合併收益表

截至2012年12月31日止年度(以人民幣列示)

	附註	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
<b>營業額</b>	3, 4	<b>3,655,143</b>	2,957,818
銷售成本		<b>(1,693,452)</b>	(1,419,512)
<b>毛利</b>		<b>1,961,691</b>	1,538,306
其他收入		<b>37,631</b>	28,714
其他虧損淨額		<b>(392)</b>	(252)
銷售及經銷開支		<b>(1,222,745)</b>	(1,061,861)
行政開支		<b>(202,104)</b>	(185,454)
其他開支		<b>(14,702)</b>	(6,457)
<b>經營溢利</b>		<b>559,379</b>	312,996
財務收入	5(a)	<b>89,749</b>	65,123
財務成本	5(a)	<b>(2,804)</b>	(2,730)
淨財務收入		<b>86,945</b>	62,393
<b>除稅前溢利</b>	5	<b>646,324</b>	375,389
所得稅開支	6	<b>(175,856)</b>	(66,964)
<b>年度溢利</b>		<b>470,468</b>	308,425
以下人士應佔溢利：			
本公司股權持有人		<b>468,482</b>	306,258
非控股權益		<b>1,986</b>	2,167
<b>年度溢利</b>		<b>470,468</b>	308,425
<b>每股盈利</b>		人民幣分	人民幣分
基本	8(a)	<b>13.3</b>	8.7
攤薄	8(b)	<b>13.2</b>	8.6

由年內溢利分配之應付及建議派發予本公司股權持有人本年度股息之詳情載於附註7(a)。

合併綜合收益表

截至2012年12月31日止年度(以人民幣列示)

	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
年度溢利	470,468	308,425
其他綜合收益		
換算海外附屬公司的財務報表 所產生的匯兌差額	(494)	(3,667)
年度綜合收益	469,974	304,758
以下人士應佔綜合收益：		
本公司股權持有人	467,988	302,591
非控股權益	1,986	2,167
年度綜合收益	469,974	304,758

合併資產負債表

於2012年12月31日(以人民幣列示)

	附註	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		743,863	729,525
投資物業		112,004	76,334
預付租金		130,432	133,367
無形資產		3,937	5,346
遞延稅項資產		80,015	77,048
預付款及其他應收款	9	184,170	11,016
長期銀行存款	10	306,142	—
其他非流動資產		8,285	6,875
		<b>1,568,848</b>	1,039,511
<b>流動資產</b>			
存貨	11	652,922	577,731
貿易應收款及應收票據	12	26,779	52,344
預付款及其他應收款	9	135,667	138,148
應收關連方款項		911	1,816
受限制銀行存款	13	299,609	72,456
現金及現金等價物	10	2,073,161	2,581,563
短期銀行存款	10	611,972	—
其他投資		200,000	180,000
		<b>4,001,021</b>	3,604,058
<b>流動負債</b>			
貿易及其他應付款	14	1,028,573	720,118
貸款及借款	15	330,912	31,359
應付關連方款項		2,188	1,722
即期稅項負債		89,223	53,102
		<b>1,450,896</b>	806,301
<b>流動資產淨額</b>		<b>2,550,125</b>	2,797,757
<b>總資產減流動負債</b>		<b>4,118,973</b>	3,837,268
<b>非流動負債</b>			
遞延收益		18,627	30,669
遞延稅項負債		18,000	2,600
		<b>36,627</b>	33,269
<b>資產淨額</b>		<b>4,082,346</b>	3,803,999
<b>股本及儲備</b>			
股本		302,601	301,463
儲備		3,776,458	3,501,235
本公司股權持有人應佔權益總額		4,079,059	3,802,698
非控股權益		3,287	1,301
<b>權益總額</b>		<b>4,082,346</b>	3,803,999

## 合併財務報表附註

(除另有指明外，以人民幣列示)

### 1 一般資料及呈列基準

雅士利國際控股有限公司(「本公司」)於2010年6月3日根據開曼群島公司法第22章(1961年第三號法例，經合併及修訂)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，其註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。

截至2012年12月31日止年度的合併財務報表包括本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)。本集團主要從事製造及銷售乳製品及營養品。

本集團截至2012年12月31日止年度業績初步公佈之數據已由本公司核數師畢馬威會計師事務所(執業會計師)與本集團之本年度經審核財務報表所載之金額核對，對該等金額並無異議。畢馬威會計師事務所在這方面所進行的工作仍有限度，並不構成審核、審閱或其他業務保證，因此對本公告並無發出保證聲明。

### 2 新會計政策的採納

國際財務準則委員會已發佈幾項國際財務報告準則的修改，於本集團本會計期間首次生效。並無相關修改與本集團財務報告有關。

本集團於本會計期間並無應用任何尚未生效之準則或詮釋。

### 3 經營分部

本集團按產品種類劃分管理業務，同本集團內部為分配資源和評定表現目的向高級管理層(即主要營運決策人)匯報的方式一致。本集團列出以下四個可呈報分部。下列的可呈報分部形成時，沒有合併各個分部的營運：

- 生產及銷售雅士利嬰幼兒配方奶粉產品：包括在中國開發、製造及銷售雅士利嬰幼兒配方奶粉產品及為孕婦設計的配方奶粉。
- 生產及銷售施恩嬰幼兒配方奶粉產品：包括在中國開發、製造及銷售施恩嬰幼兒配方奶粉產品及為孕婦設計的配方奶粉。
- 生產及銷售營養品：包括在中國開發、製造及銷售成人及青少年奶粉、豆奶粉、米粉及麥片產品。
- 其他業務包括生產及銷售主要供本集團內部使用的包裝材料，及銷售盈餘原材料。該等業務的業績載於「其他」一欄。

為便於在分部之間評估分部表現及分配資源，高級行政管理團隊會根據「可呈報分部溢利」的計量(即「收入減去銷售成本和銷售及經銷開支」)來評估經營分部的表現。本集團不會把其他收入、其他收益或虧損淨額、財務成本淨額、部份銷售及經銷開支以外的開支分配至分部中，原因是高級行政管理團隊並不會使用上述資料分配資源至經營分部或評估其表現。由於本集團不會定期向高級行政管理人員匯報分部資產及負債，因此，此等財務報表內並無呈列可呈報分部資產及負債的資料。

**(a) 有關可呈報分部的資料**

截至2012年12月31日止年度					
	雅士利 嬰幼兒配方 奶粉產品 人民幣千元	施恩 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	合計 人民幣千元
來自外部客戶的收入	2,478,269	653,426	489,445	34,003	3,655,143
分部間收入	—	—	—	141,823	141,823
可呈報分部收入	2,478,269	653,426	489,445	175,826	3,796,966
可呈報分部溢利	722,604	97,859	133,985	(12,300)	942,148
分部折舊及攤銷	34,582	22,158	4,550	3,273	64,563

截至2011年12月31日止年度					
	雅士利 嬰幼兒配方 奶粉產品 人民幣千元	施恩 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	合計 人民幣千元
來自外部客戶的收入	1,825,525	608,627	473,312	50,354	2,957,818
分部間收入	—	—	—	136,067	136,067
可呈報分部收入	1,825,525	608,627	473,312	186,421	3,093,885
可呈報分部溢利	424,678	57,461	137,015	(6,258)	612,896
分部折舊及攤銷	31,181	19,259	5,168	2,770	58,378

(b) 可呈報分部收入與損益的對賬

	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
可呈報分部收入總額	3,796,966	3,093,885
抵銷分部間收入	(141,823)	(136,067)
<b>營業額</b>	<b>3,655,143</b>	<b>2,957,818</b>
可呈報分部溢利	942,148	612,896
其他收入及其他虧損淨額	37,239	28,462
未分配的金額是：		
銷售及經銷開支	(203,202)	(136,451)
行政開支	(202,104)	(185,454)
淨財務收入	86,945	62,393
其他開支	(14,702)	(6,457)
除稅前溢利	646,324	375,389

(c) 地區資料

本集團的收入全部源自年內的內銷。截至2011年及2012年12月31日止年度均無錄得出口銷售記錄。本集團的高級行政管理人員定期審閱雅士利及施恩嬰幼兒配方奶粉產品所產生的收入的地區性分析，其中按本集團客戶不同所在地總結了各城市級別的收入。級別的劃分如下：

- 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，包括但不限於北京、上海、南昌、重慶、石家莊及廣州。由於沒有官方分類，該等分類由本集團董事根據其知識及經驗釐定；
- 二線城市泛指中國行政區劃的地級市，於中國的行政架構中低於省高於縣，包括但不限於東莞、南陽、九江及佛山。由於沒有官方分類，該等分類由本集團董事根據其知識及經驗釐定；
- 三線城市泛指中國縣級行政區劃的縣級市，包括但不限於晉江、雲夢、亳州、昆山及漯河。由於沒有官方分類，該等分類由本集團董事根據其知識及經驗釐定。

	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
<b>雅士利嬰幼兒配方奶粉產品</b>		
來自以下地區的收入		
— 一線城市	<b>313,625</b>	263,214
— 二線城市	<b>1,108,857</b>	930,782
— 三線城市及其他	<b>1,055,787</b>	631,529
合計	<b>2,478,269</b>	1,825,525
<b>施恩嬰幼兒配方奶粉產品</b>		
來自以下地區的收入		
— 一線城市	<b>65,996</b>	64,494
— 二線城市	<b>437,142</b>	437,459
— 三線城市及其他	<b>150,288</b>	106,674
合計	<b>653,426</b>	608,627

#### 4 營業額

本集團主要從事乳製品及營養品生產及銷售。營業額指向客戶供應的貨品的銷售價值。營業額不包括銷售稅，並經扣除任何銷售折扣。

本集團的客戶基礎多元化，於年內，並無任何單一客戶的交易所帶來的收入佔本集團總營業額的10%或以上。



## 5 除稅前溢利

除稅前溢利乃經扣除以下各項後達致：

### (a) 財務(收入)/成本

	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
<b>財務收入</b>		
利息收入	<b>(42,587)</b>	(44,017)
匯兌收益淨額	<b>(156)</b>	(2,828)
交易性資產的已實現及未實現收益淨額	<b>(47,006)</b>	(18,278)
小計	<b>(89,749)</b>	(65,123)
<b>財務成本</b>		
利息開支	<b>2,804</b>	2,730
小計	<b>2,804</b>	2,730
淨財務收入	<b>(86,945)</b>	(62,393)

### (b) 員工成本

	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
薪金、工資及其他福利	<b>276,887</b>	221,310
界定供款退休計劃的供款	<b>29,856</b>	14,866
股權結算股份支付的開支	<b>6,933</b>	10,160
	<b>313,676</b>	246,336

員工成本包括董事及高級管理人員的酬金。

根據中國相關的勞動法律法規，本公司的中國附屬公司已參加由地方政府統籌的界定供款退休福利計劃(「該計劃」)。根據該計劃，本公司的中國附屬公司須按照合資格員工的薪金的一定百分比，為員工繳納該計劃的供款。地方政府機構負責向退休僱員支付所有養老金。本集團除按上文所述繳納的供款以外，不承擔支付退休金或其他退休後福利的責任。

### (c) 其他項目

	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
存貨成本(i)(附註11)	<b>1,859,234</b>	1,569,494
折舊：		
— 物業、廠房及設備(i)	<b>72,681</b>	71,156
— 投資物業	<b>1,673</b>	1,449
攤銷：		
— 預付租金	<b>2,935</b>	2,935
— 無形資產	<b>1,918</b>	2,054
— 其他非流動資產	<b>2,604</b>	1,563
經營租賃費用		
— 租用廠房、機器及物業	<b>10,593</b>	13,252
核數師酬金		
— 審核及審閱服務	<b>2,380</b>	2,530
出售廠房及設備的虧損淨額	<b>392</b>	252
減值損失／(轉回)		
— 貿易應收款	<b>66</b>	(55)
— 存貨	<b>142</b>	3,171
— 物業、廠房及設備	<b>6,410</b>	—
— 投資物業應收租金減去直接支出(ii)	<b>(4,932)</b>	(4,851)

(i) 存貨成本包括截至2012年12月31日止年度的人民幣111,706,000元，乃與員工成本及折舊有關(2011年：人民幣96,708,000元)，而上述金額亦計入在上文或附註5(b)另外披露的各項相應開支總額中。

(ii) 截至2012年12月31日止年度，投資物業的直接支出為人民幣5,000元(2011年：人民幣117,000元)。

## 6 所得稅開支

(a) 合併綜合收益表內的所得稅開支為：

	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
即期稅項—中國所得稅		
年度撥備	<b>163,833</b>	102,791
以往年度超額撥備	<b>(410)</b>	(495)
遞延稅項—中國所得稅	<b>12,433</b>	(35,332)
所得稅開支總額	<b>175,856</b>	66,964

(b) 稅項開支與按適用稅率計算的會計溢利的對賬：

	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
除稅前溢利	646,324	375,389
按涉及(i)至(iii)的稅務管轄區的溢利適用的稅率計算		
所得的除稅前溢利名義稅項	158,537	90,606
以往年度超額撥備	(410)	(495)
不可扣稅開支的影響	4,379	4,618
優惠稅率對即期應付稅項的影響(iii)	(1,962)	(3,785)
稅率差異的影響(iii)	(688)	(1,859)
未確認遞延稅項的暫時差額及稅項虧損的影響	(183)	(5,835)
動用以往年度未確認暫時差額及稅項虧損的影響	(289)	(19,002)
預提所得稅的影響(iv)	20,400	3,436
不徵稅收入的影響	(3,928)	(720)
所得稅開支	175,856	66,964

- (i) 根據開曼群島及英屬處女群島的規定及法規，本集團無須在開曼群島及英屬處女群島繳納任何所得稅。
- (ii) 本集團2012年香港利得稅是以預計本年度的應課稅溢利，按照16.5%的稅率計提。
- (iii) 根據第十屆全國人民代表大會於2007年3月16日通過的《中華人民共和國企業所得稅法》(「新稅法」)，本集團中國附屬公司自2008年1月1日起的法定所得稅稅率為25%。新稅法及其相關法規訂有過渡性質的稅務優惠待遇。

除雅士利(鄭州)營養品有限公司(「雅士利(鄭州)」)之外，本集團其他於中國大陸的子公司於2012年的所得稅稅率均為25%。

雅士利(鄭州)為在鄭州經濟技術開發區成立的生產型外商投資企業，享有兩免三減半免稅期及15%的優惠稅率。雅士利(鄭州)的免稅期不受新稅法的限制，可享有上述的過渡稅率。雅士利(鄭州)已於2008年開始免稅期，並於2009年免徵所得稅，而於2010年、2011年及2012年及自2013年以後的所得稅稅率則分別為11%、12%、12.5%及25%。

不同稅率的影響主要包括本公司及各附屬公司之間適用不同稅率的影響，以及計算預期所得稅時所使用的25%稅率與確認遞延稅項資產時所使用的稅率不同所產生的影響。

- (iv) 依據新稅法及其相關法規，中國居民企業就2008年1月1日起賺取的溢利向非中國居民企業投資者派發股息，須徵收10%預提所得稅。根據內地和香港避免雙重徵稅安排及其相關法規，合資格香港稅務居民如屬「實益擁有人」，並持有一家中國企業25%或以上的股權，則可適用扣減至5%的預提稅率。按此基準，本集團已就中國附屬公司產生的可供分派溢利作出預提所得稅撥備。

## 7 股息

(a) 應付及建議派發予本公司股權持有人本年度股息如下：

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
於年結日後擬派發末期股息每股普通股人民幣11.31分 (2011年：人民幣5.68分)	<b>400,285</b>	200,103

於結算日後擬派發之末期股息並未在結算日確認為負債。

(b) 有關前期財政年度已通過及在本財政年度內已批准及支付予本公司的股權持有人之股息：

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
於本年度批准及派付的過往財政年度末期股息每股普通股 人民幣5.68分(按等值港幣7仙派發)(2011年：人民幣7分， 按等值港幣8仙派發)	<b>200,103</b>	234,692

## 8 每股盈利

### (a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃按本公司股權持有人應佔溢利人民幣468,482,000元(2011年：人民幣306,258,000元)及年內已發行普通股3,521,758,133股(2011年：3,513,399,533股)的加權平均數計算如下：

#### 普通股的加權平均數

	2012 股份	2011 股份
於註冊成立時發行的股份	<b>1</b>	1
於重組時發行的股份	<b>99,999</b>	99,999
資本化發行	<b>2,925,900,000</b>	2,925,900,000
透過股份發售發行股份的影響	<b>574,000,000</b>	574,000,000
累計股份支付行權	<b>31,758,133</b>	18,920,081
於2011年股份回購	<b>(10,000,000)</b>	(5,520,548)
於年內普通股加權平均數	<b>3,521,758,133</b>	3,513,399,533

## (b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃按本公司股權持有人應佔溢利人民幣468,482,000元(2011年：人民幣306,258,000元)及3,557,288,466普通股(2011年：3,565,287,966)的加權平均數(攤薄)計算如下：

### 普通股的加權平均數

	2012 股份	2011 股份
於截至12月31日止年度攤薄前的普通股的加權平均數	<b>3,521,758,133</b>	3,513,399,533
被視作根據本公司的購股權計劃以 零代價發行股份的影響	<b>35,530,333</b>	51,888,433
於截至12月31日止年度攤薄後的普通股的加權平均數	<b>3,557,288,466</b>	3,565,287,966

## 9 預付款及其他應收款

### 流動資產部分

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
預付廣告開支	<b>20,339</b>	27,109
購買原材料的預付款	<b>10,012</b>	4,017
聯絡點備用金	<b>2,102</b>	2,444
待抵扣增值稅	<b>72,412</b>	73,940
其他	<b>30,802</b>	30,638
12月31日	<b>135,667</b>	138,148

### 非流動資產部分

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
購買固定資產的預付款	<b>93,540</b>	11,016
購買土地的定金(i)	<b>90,630</b>	—
12月31日	<b>184,170</b>	11,016

- (i) 於2012年12月31日，本集團的子公司雅士利(中國)有限公司為獲取土地使用權支付了人民幣90,630,000元的定金，相關合同條款尚在協商之中。

## 10 現金及現金等價物和其他銀行存款

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
現金及現金等價物		
— 庫存現金	620	1,472
— 銀行存款	2,072,541	2,580,091
	<b>2,073,161</b>	2,581,563
短期銀行存款(i)	611,972	—
長期銀行存款(ii)	306,142	—
合計	<b>2,991,275</b>	2,581,563

(i) 於2012年12月31日，短期定期銀行存單有效年利率約為3.270%–3.575%，將於1年內到期。

(ii) 於2012年12月31日，長期定期銀行存單有效年利率約為4.125%–4.675%，將於2至3年內到期。

## 11 存貨

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
原材料	350,315	303,468
成品	204,590	156,579
半成品	65,522	78,274
包裝材料	25,349	31,172
低價消耗品	7,146	8,238
	<b>652,922</b>	577,731

已確認為開支及已計入損益賬的存貨金額分析如下：

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
已確認為以下項目的存貨的		
賬面值		
— 銷售成本	1,655,178	1,379,171
— 銷售及經銷開支(i)	195,506	186,122
— 行政開支	6,317	637
存貨減值損失	142	3,171
存貨報廢損失	2,091	393
	<b>1,859,234</b>	1,569,494

(i) 已確認為銷售及經銷開支的存貨指購入作為本集團已售產品的隨附贈品予以贈送的嬰兒產品的成本。

## 12 貿易應收款及應收票據

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
應收票據	1,022	1,021
貿易應收款	26,640	52,863
減：呆賬撥備	(883)	(1,540)
	<b>26,779</b>	<b>52,344</b>

貿易應收款及應收票據(扣除撥備後)按到期日的賬齡分析如下：

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
即期	19,892	49,456
逾期不足3個月	4,417	1,100
逾期超過3個月但不足6個月	736	246
逾期超過6個月但不足12個月	1,522	992
逾期超過12個月但不足24個月	212	550
	<b>6,887</b>	<b>2,888</b>
	<b>26,779</b>	<b>52,344</b>

就貿易應收款而言，本集團已訂有信貸政策：向大型超級市場提供介乎60至90日的固定信貸；以逐次批核的形式向與本集團交易多年且具有良好交易紀錄的經銷商客戶提供介乎10至90日的臨時信貸。倘本集團推廣某系列產品，信用良好的經銷商客戶可獲得特別信貸。所有信貸均屬無抵押信貸。銷售予其他客戶會要求作全數預付款。本集團定期審閱貿易應收款的賬齡，以監察信貸風險。

於年內，呆賬撥備的變動如下：

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
於1月1日	1,540	1,563
已確認減值損失	66	129
撇銷	(723)	(152)
於12月31日	<b>883</b>	<b>1,540</b>

個別或整體而言均無視作出現減值的貿易應收款及應收票據的賬齡分析如下：

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
即期	19,892	49,456
逾期不足3個月	4,417	1,100
逾期超過3個月但不足6個月	736	246
逾期超過6個月但不足12個月	1,522	992
逾期超過12個月但不足24個月	49	364
	6,724	2,702
	26,616	52,158

逾期但並無作出減值的應收款與多名獨立客戶有關，該等客戶與本集團維持良好交易記錄。根據過往經驗，管理層認為毋須就此等結餘作出減值撥備，原因是信貸質素並無重大變動，且結餘被認為仍可以全數收回。本集團並無就此等結餘持有任何抵押品。

### 13 受限制銀行存款

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
已質押用於下列各項：		
— 開具信用證	37,739	28,331
— 獲取銀行貸款	261,870	34,719
凍結存款	—	9,406
12月31日	299,609	72,456

### 14 貿易及其他應付款

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
貿易應付款(i)	410,757	287,807
客戶預付款	398,143	255,465
應計薪金	56,534	43,274
其他應付稅項	39,597	29,245
地方政府借款(ii)	33,500	31,000
收取客戶的保證金	36,495	29,625
其他應付款及應計費用(iii)	53,547	43,702
	1,028,573	720,118



- (i) 供應商授出的信貸期介乎30日至90日不等。貿易應付款按到期日的賬齡分析如下：

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
一個月內或按要求	115,126	81,991
一個月後但三個月內	240,758	174,375
三個月後但六個月內	50,875	29,756
六個月後	3,998	1,685
	<b>410,757</b>	<b>287,807</b>

- (ii) 於2012年12月31日，來自應縣人民政府的人民幣30,000,000元借款(2011年：人民幣30,000,000元)，按固定年利率5.76%計息，以山西雅士利乳業有限公司的廠房及機器作抵押，於2012年12月31該等借款並無固定還款期。
- (iii) 其他應付款及應計費用主要包括收購非流動資產及其他應計開支的應付款。

## 15 貸款及借款

於12月31日，銀行貸款的償還方式如下：

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
一年內或按要求	330,912	31,359

	本集團	
	2012 人民幣千元	2011 人民幣千元
銀行貸款		
— 以美元計值	—	31,359
— 以人民幣計值(i)	250,000	—
— 以港幣計值(ii)	80,912	—
	<b>330,912</b>	<b>31,359</b>

- (i) 於2012年12月31日，人民幣銀行貸款按票據貼現年利率2.6%計息。
- (ii) 於2012年12月31日，港幣銀行貸款按加權平均年利率1.55%計息。

## 行業回顧

2012年是世界經濟繼續負重前行的一年。

就整體而言，2012年的世界經濟有所增長，但持續低位運行，經濟復甦明顯放緩。以美國和日本為主的世界主要經濟體復甦乏力，新興經濟體經濟增速放緩，世界實體經濟受到了嚴重衝擊。在國際經濟環境不佳，國內經濟下行壓力增大的背景下，中國堅持「穩中求進」的經濟發展思路，上半年出現下滑，下半年趨於穩定並有所改善。根據中國國家統計局公佈的數據顯示，2012年中國經濟GDP增長7.8%，較2011年回落1.5個百分點；全國居民消費價格總水平(CPI)比上年上漲2.6%；社會消費品零售總額207,167億元人民幣，比上年名義增長14.3%（扣除價格因素實際增長12.1%）；全國城鎮居民人均總收入26,959元人民幣，其中農村居民人均收入7,917元人民幣，比上年名義收入增長13.5%（扣除價格因素實際增長10.7%），城鎮居民人均可支配收入24,565元人民幣，比上年名義增長12.6%（扣除價格因素實際增長9.6%），農村居民人均收入增長速度超過城鎮居民人均收入，農村市場潛力日益明顯。

就行業而言，2012年是中國乳業發展的重要轉折年，整個乳製品行業加快了由粗放式數量增長型向集約式質量效益型的過渡，由超常規無序發展向平穩有序發展的轉變。中國乳製品行業面臨挑戰與機遇並存的局面。

從挑戰來看，中國2012年的CPI指數持續攀升，物價全面上漲，使得奶粉生產成本持續走高，同期原料奶的收購價格也隨之上漲，但由於成本和費用上漲快於價格上漲，迫使越來越多的散戶退出奶牛養殖業，直接導致國內原料奶粉價格的不斷推高，致使上游原料奶的供求失衡。與國內原料乳及乳基原料價格居高不下相比，2012年國際市場乳製品供應價格下降，更具性價比，直接導致中國乳品進口繼續大幅增長，尤其是全脂奶粉和脫脂奶粉，再創歷史新高，這給從事國內原料採購的乳品加工企業造成巨大的成本壓力，也在一定程度上削弱了其市場競爭力。基於國內原料奶粉供應價格及國內消費者對國內奶源產品消費信心的影響，中國乳製品企業開始加快跨國收購和兼併，奶源外移，加工外移，以藉此提高企業和產品的競爭力。

從機遇來看，2012年中國政府加大了行業規範和監控力度。從乳品加工來看，隨著新的生產經營許可證的核發，不具競爭力的中小企業逐漸退出市場，加工市場秩序逐步得到淨化，乳品市場競爭也趨向規範有序，營銷費用佔總成本中的比例略有下降，乳製品加工業的利潤空間提高，從一定程度上緩解了生產成本上漲帶來的壓力。同時，中國政府監管機構也加大了對乳製品行業特別是嬰幼兒產品的監管和檢測力度，這對於淨化整個乳製品行業環境，恢復消費者信心，起到了積極的作用。另外，2012年中國實行的城鎮化政策大大拉動二、三線城市的消費

和投資，全年二三線城市的消費增長明顯。同時2012年是中國傳統的龍年，據統計，全年新生龍寶寶超過1,800萬人，相對去年淨增200萬人，出現新生兒的增長高峰，這為行業銷售增長創造了有利的環境和條件。根據尼爾森的數據顯示，2012年中國嬰幼兒配方奶粉行業(含母乳渠道)增長銷售額為15.1%，量的增長為4.2%，而銷售額的增長主要原因是高端價位產品提升。

## 公司簡介

本集團始創於1983年，自1998年起主要專注於生產和銷售嬰幼兒配方奶粉產品及營養食品業務。2002年推出施恩品牌嬰幼兒配方奶粉。本集團總部位於廣東潮州市，在廣東、山西、黑龍江等地擁有工廠，新西蘭和鄭州工廠目前正處於籌備和建設中。

本集團為中國嬰幼兒配方奶粉行業的領導企業，在中國的豆奶粉市場亦屬領導地位。本集團的業務模式結合品牌的高認知度、進口優質乳品原材料、自主研發配方、致力於建立高水平的質量監控和質量保證體系，在供應、生產和銷售渠道等各方面，不斷改進質量控制措施，努力發展成為研製嬰幼兒配方奶粉的一流企業。本集團嚴格遵守國家標準，制定全面的質量保證計劃，並在企業層面全面推行，力求向消費者提供安全和優質的產品。

本集團有兩大廣受認同的品牌銷售旗下嬰幼兒奶粉產品，針對不同消費群體。本集團亦出售四種營養食品，即雅士利品牌豆奶粉、嬰幼兒米粉和正味品牌麥片，以及優伶品牌的成人及青少年奶粉。

## 業務摘要

本集團憑藉雅士利、施恩、正味及優伶等品牌的產品系列，致力於開發值得用戶信賴的營養產品，以期促進全國嬰幼兒的健康成長及滿足成人營養需要。本集團的業務模式結合了進口優質的乳品原材料、自主研發的配方奶粉產品、先進的生產系統及熟悉本地消費市場的專業營銷團隊等幾大因素，為廣大消費者提供具有信心保證的產品。

### 1. 分類產品介紹

#### • 嬰幼兒配方奶粉

本集團開發的嬰幼兒配方奶粉產品主要滿足嬰幼兒日常哺喂的健康營養需求，可輔助母乳作為嬰幼兒的主要營養來源。本集團所有品牌嬰幼兒配方奶粉產品均主要使用來自新西蘭採購的優質進口原料，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育的不同階段需要。

本集團已設立針對不同消費水平分佈的目標客戶的嬰幼兒配方奶粉產品線。本集團雅士利旗下之產品新西蘭原裝進口超級 $\alpha$ -金裝系列奶粉、金裝安貝慧以及施恩旗下美兒樂系列的嬰幼兒配方奶粉系列產品，具備優質營養元素，針對高端市場消費者。核心產品雅士利 $\alpha$ -金裝系列以及施恩金裝系列主要針對中高端消費群。雅士利旗下能慧系列以及施恩普裝系列主要針對中端消費群。雅士利旗下新配方系列主要針對中低端消費群。

- **營養食品**

本集團亦出售四種營養食品，即優怡品牌的成人及青少年奶粉、雅士利品牌的豆奶粉、米粉、麥片及正味麥片系列。產品包括專為具有特殊需要的消費者而設的不同營養組合產品以及適合一般人士的產品。2012年新推出產品新品五果麥片以及真果仁高端系列。

## **2. 營銷及渠道管理**

本集團通過全面的全國銷售與分銷網絡進行產品銷售，該銷售與分銷網絡覆蓋了中國大陸所有地區。奶粉銷售網絡由超過1,500家一級經銷商構成，這些經銷商進一步直接或間接將本集團的產品分銷於超過105,000家零售點，包括超級市場、百貨公司、母嬰產品專賣店及大型會員連鎖超市及雜貨店。其中，2012年本集團在母嬰渠道的開拓方面取得了明顯成效，目前奶粉產品已開拓20,000家，有效推高在此渠道的市場佔有率，帶來了業績的新增長點。本集團廣闊的奶粉分銷網絡由超過2,600人組成的營銷人員，超過800多個聯絡點組成。

本集團實施了嚴格的銷售管理體系和高效的激勵機制，不斷吸納優秀的經銷商和人員，以調動他們的積極性，去提升本集團的收益和市場份額。本集團嚴格的分銷網絡控制體系確保所有分銷商按照本集團的分銷政策及銷售策略在其劃定經銷區域對銷售與客戶網絡進行管理。本集團高效的產品追蹤系統是在各個包裝的內外部印上獨有的二維產品編碼，使產品的質量信息具備可追溯性，本集團亦可根據此編碼準確地追蹤每件成品的詳情和變動並成功地防止經銷商跨區竄貨。本集團在長期的營運歷史中，憑藉高效的銷售管理及出色的銷售及營銷網絡，已發展出穩定的經銷商網絡，彼此合作無間。本集團經銷商中超過四成與本集團已建立五年以上的業務關係，一些經銷商與本集團甚至已建立20年以上的合作關係。同時，本集團建立了一個從費用申請和使用，到預算控制和績效指標管理，到渠道貨流、各級銷售數據及庫存管理，到組織架構分級和銷售分區管理的EMP系統信息化管理平台，該平台有效地推進了本集團對營銷的精細化管理，為集團更加精準化的營銷管理奠定系統基礎。

為了更精細服務好市場，實現專業化的經營，2011年起本集團重整、拆分，組建成的奶粉事業部、沖調事業部、液態事業部和營養部營銷組織架構，於2012年產生了較大的績效，各項管理指標都有較大的提升。目前奶粉事業部主要負責經營嬰幼兒奶粉，米粉以及成人奶粉；沖調事業部主要負責經營豆奶粉及麥片；液態事業部主要負責液態新品的開發與銷售；營養部主要負責產品和營養元素的宣傳及推廣，通過與中國優生科學協會攜手合作，在全國各地舉辦了20多場次、超過1萬名婦幼醫護人員參加的「中國母嬰健康主題醫學沙龍」活動，同時開展了消費者教育活動1,000多場，加強與消費者的互動，對優生、養、教知識推行積極宣傳和普及。

### 3. 嚴格的品質監控

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新西蘭恒天然(Fonterra Limited)、新萊特(Synlait Milk Limited)等知名供貨商為本集團提供可靠和優質的原料。僅在日常檢測上，集團總部連同各子公司每年就要花費巨資，全面引進了包括高效液相色譜儀、原子吸收儀等各種先進檢測分析設備。公司嚴格執行批批抽查自檢，每批次產品抽樣不少於5份，對每批奶粉進行64項檢驗，層層篩查，確保安全，嚴格按照國際標準來指導產品的質量生產。

本集團堅持每個產品從奶源到成品的質量管理要嚴格按照以下五項原則進行生產管理：第一、採購優質進口乳品原料，加之嚴格原料驗收管理；第二、採用全面合理的營養安全配方並採用國際先進生產設備進行生產；第三、嚴格的過程質量管理，嚴謹檢測制度和先進完善的檢測設備；第四、嚴格保證從原料到生產、檢測到流通的整個供應鏈科學的管理；第五、持續吸納優秀人才進行高效生產管理。

於2010年8月，本集團率先成立由來自世界各地的專家組成的食品質量安全委員會，向董事會直接匯報。委員會是專門針對食品安全的監管機構，聘請六位來自美國、新西蘭、澳大利亞、中國、香港等國家和地區，涵蓋食品研究、乳品業研究、食品監管、微生物和理化研究、嬰幼兒營養等學術領域的頂級權威專家。委員會引進業內先進的運作模式、對本集團的有關準則及程序提供策略性指導、提供有關食品安全及質量控制的行業信息及評估本集團的質量控制系統，以確保本集團質量安全管理體系與國際一流水平保持一致，委員會亦可隨時就本集團的質量安全體系進行獨立調查。

2012年，委員會審查了奶粉生產車間和實驗室運作情況，針對集團的生產管理、質量控制及產品研發方向提供了專業性意見。此外，委員會還致力於引導本集團參與更多國際食品安全標準和優良操作規範方面的培訓，以確保其食品安全規則與國際標準接軌。委員會將幫助本集團繼續積極參與亞太經貿組織的食品安全項目及活動，以提高其國際視野和食品安全控制水平。

2012年12月，廣東雅士利集團有限公司(「廣東雅士利」)順利通過HACCP、GMP以及誠信管理體系的監督審核，三個體系均以零不合格項通過。

由中國乳製品工業協會委託國家乳製品質量監督檢驗中心進行的「月月抽檢計劃」也顯示，本集團嬰幼兒配方奶粉產品質量穩定可靠，符合我國現行的強制性國家標準的要求。

#### 4. 強化品牌建設

持續進行品牌建設，提高品牌資產的價值，是本集團一貫的宗旨和目標。

為此，本集團在秉承「先進健康科技與真愛理念結合」的理念基礎上，不斷強化優質奶源、專業製造、專業服務的投入，精心挑選形象健康的品牌代言人前往新西蘭拍攝了新的奶粉廣告片，啟用「純淨新西蘭，真愛雅士利」的全新品牌口號，為品牌注入「高質量」和「百分百新西蘭進口奶源」等信息，在中央電視台、多家衛視及主流省級地面頻道、網絡及平面媒體上進行了立體交叉覆蓋組合傳播。藉此，雅士利的品牌知名度和美譽度得以較大的提升。

本集團自2010年開始實行100%進口奶源。2012年，本集團在全國市場範圍內進行了兩季「體驗好奶源，玩轉新西蘭」大型系列品牌推廣和促銷活動，此活動以線上網絡遊戲和線下親子路演相結合的宣傳模式，向消費者更直接地傳播本集團嬰幼兒奶粉均來自於新西蘭的好奶源，其中線上活動直接參與人數就達1,000萬人以上，而全國性大型戶外主題親子路演活動共8,000多場次，覆蓋了全國一二三線近百個城市。為真實感受新西蘭奶源的純淨和品質，本集團還邀請全國活動中數十名中獎者到新西蘭旅遊參觀，親身體驗世界一流牧場和高質量奶源基地的風采，更增添了對雅士利品牌及產品的信心。

在新媒體傳播方面，本集團注重網絡媒體的持續投入，並在形式上不斷創新順應最新的網絡科技，本集團亦對消費者體驗行程進行了微博直播等媒體信息推介，加強了消費者對於雅士利純淨奶源的印象和信心，在奶粉行業首開微信、經營網絡互動社區「雅士利媽媽家園」、借助新浪官方微博實時進行消費者網絡關懷等。還開發了手機APP遊戲，拉近與新生代父母的距離。

除了獲得市場的回報、消費者的認可以外，還被大量社會組織和世界權威的品牌評估和研究機構所認可，2012年，本集團再度榮獲由中國廣告主協會頒發的「2011年度中國最具影響力品牌獎」；榮登世界品牌實驗室發佈的「中國500最具價值品牌」；獲得「中國第一屆娛樂營銷高峰論壇」頒發的「年度最佳營銷創新獎」等獎項。

本集團深信，母嬰健康關乎民族的根基與國家的未來，雅士利作為民族著名品牌，也是國內嬰幼兒奶粉生產廠家的領軍企業，肩負著發展中國母嬰健康事業的使命。本集團於2012年5月在中國蘭州市協辦了「第七屆全國優生科學大會」，為推廣優生科學育兒理念，提升中華民族的整體素質、實現雅士利產業報國的宏偉目標作出了應有的貢獻，這些活動也為雅士利品牌注入了新的活力和影響力。

## 5. 提升研發水平

本集團以「裝備一代、研發一代、預研一代」的研發理念為指導，在2012年加大了產品改進和研發力度，針對不同系列產品進行細分和重新規劃，調整產品結構和優化產品配方，增強了產品競爭力。

高端新產品研發方面：針對高端消費群，本集團推出了雅士利品牌旗下的嬰兒配方奶粉金裝安貝慧和新西蘭原裝進口超級 $\alpha$ -金裝系列奶粉。金裝安貝慧系列產品以消化吸收為主要功能訴求，配方以OPO結構油脂、 $\alpha$ -乳清蛋白、益生元組合為主要特點，是中國市場上高端嬰兒奶粉配方，能夠在為嬰兒提供充足的營養同時促進嬰兒的消化吸收、建立健康的腸道環境，降低嬰兒腹瀉及便秘的機率。原裝進口超級 $\alpha$ -金裝系列產品開創了雅士利品牌產品原裝進口的先河，體現集團不斷國際化的產品策略的實施。配方在OPO結構油脂、益生元組合基礎上強化了 $\alpha$ -乳清蛋白，結合新西蘭安全優質奶源整體提升了該系列產品的品質。

同時，原有產品優化方面：本集團對原有產品進行了配方升級，調整產品脂肪含量，優化產品脂肪酸結構，使用高品質非轉基因低反式酸混合植物油，結合蛋白質、維生素、礦物質的調整，使產品更接近母乳餵養效果、產品更加安全。

本集團正在進行特殊膳食嬰兒配方奶粉、果蔬奶粉及液體兒童奶等相關產品研發工作，產品將根據市場需要逐步進行推廣和銷售。

嬰兒米粉方面，新推出了加奶系列配方，在原有配方基礎上強化了牛奶蛋白，為添加輔食的嬰兒提供更多營養。全新高蛋白系列嬰兒米粉正在研發中，預計將於2013年投入市場。

成人系列奶粉，使用天然膳食纖維菊粉替代原低聚果糖，對配方進行了細化和調整，在蛋白質、脂肪、維生素和礦物質的組成上更加符合消費人群需要，提升了雅士利品牌成人奶粉的整體品質。

豆奶粉及麥片沖調類產品市場競爭激烈，本集團通過對生產工藝和配方的改進，增強豆奶粉的口感；新品五果麥片成功上市，在內部測評和網絡測評中都取得了良好評價。同時，本集團推出了真果仁高端系列產品，豐富了本集團產品線，強化了在沖調類產品上的優勢。

## 業務展望

- **政策影響**

近幾年來，中國權威機構對於嬰幼兒奶粉市場先後出台一系列的政策制度，建立完善乳製品安全國家標準，整頓淘汰不規範的中小企業，競爭品牌數量及優勢將集中在大型的乳品企業中，這是國家堅持現代化產業體系的一個必然結果。

嬰幼兒奶粉行業是高標準嚴要求行業，中國權威機構對行業嚴格的執法監督，使得整個行業經營秩序和質量品控有更加安全的保障。在新的國家標準規範下，國產嬰幼兒奶粉行業的生產和競爭環境日趨優質，消費者信心指數也逐步回升。

- **行業趨勢**

中國GDP將繼續保持穩定的增長，人均可支配收入有所增加，消費者信心指數呈現較高水平，高端市場的需求日益明顯，奶粉銷量的增長率高於整體乳品類銷量的增長率，高端系列產品成為企業利潤及品牌形象的重要增長點。

2013年，新生兒預計繼續保持高出生率水平，中國在未來幾年將迎來第四次生育高峰，未來3-5年中國嬰幼兒乳品市場將保持年均15%增長。隨著中國工業化、城市化進程的加快，城市市場逐漸成為勞動力資源的配置機制，城市間大規模的人口流動日益明顯。中國4萬多個鎮中的「留守兒童」的餵養責任基本依靠本集團等大型國產奶粉企業承擔。

2012年，中國網購交易規模超過1.3萬億元人民幣，預計到2014年，中國網絡購物的增幅高達220%，遠遠超過增長速度僅為4%的實體消費市場規模。其中，二三線城市的消費者的網購增幅更大於一線城市。

2012年，國家實行的城鎮化政策大大拉動二、三線城市的消費和投資，未來的嬰幼兒奶粉銷售市場中，國際性連鎖賣場的壟斷優勢不再明顯，母嬰店已經成為嬰幼兒奶粉銷售的重要零售終端，二三線城鎮的母嬰門店開發數量增長更加迅猛，這為在二三線城鎮有堅實銷售基礎的本集團提供了更廣的銷售平台。

- **公司策略**

2013年，本集團將針對政策影響和行業趨勢的變化，採取更加積極有效的發展策略，繼續保持營銷渠道有效開拓、強化品牌建設力度、持續提升品質管控水平、加大產品研發實力，在繼續提升市場佔有率的同時，增強本集團整體獲利能力，把企業繼續做強做大。主要舉措如下：

- **保持營銷渠道有效開拓**

2013年，本集團根據顧客目標群不斷細分市場，在保持三四線市場優勢的同時，加大對一二線城市國際型賣場維護，在增加門店鋪市力度的同時，進一步鞏固和拉升門店單店銷量。本集團致力於母嬰渠道及電子商務的開拓和完善，積極採用包括網絡營銷等營銷新模式，掌握消費者新的購買習慣和消費心理，並憑藉強大的網絡覆蓋優勢，讓更多的二三四線城市的年輕消費者同樣可以參與任何產品的在線活動。



2013年，本集團將採取更加積極有效的產品銷售策略，堅固和優化產品結構，在有效推動中高端產品的基礎上，積極推進超高端及高端產品的上市，加大中端平價產品在鄉鎮市場的滲透，為消費者提供優質安全且符合各層次需求的產品。本集團將繼續強化「新西蘭進口奶源」的宣傳，加強銷售和促銷活動，拉動市場銷量的提升。

2013年，本集團將持續加大對經銷商的管理和政策執行力度，通過系統軟件對渠道產品的進銷存進行監控和管理，並由專業化的營銷團隊和龐大的導購系統實時對接，為經銷商提供更加精準的服務和管理，確保產品快速流通、滲透和推廣。

2013年，本集團在完成事業部拆分重組的基礎上，繼續加強內部營銷團隊的管理水平和組織機能建設，加強對奶粉事業部團隊的精細化和精準化管理，發展和壯大沖調事業部的團隊建設，提升營養部團隊的專業化服務水平，並配套具有競爭力的激勵考核管理辦法和薪酬體系，以更有效地推動銷售的快速增長，獲取最佳的市場表現。

## 一 強化品牌建設力度

品牌的競爭就是品質管理力和品牌力的綜合競爭。2013年，本集團將再繼續宣傳純淨百分百，信任百分百，真愛百分百核心品牌形象，以支持現有產品銷售的不斷增長。

*傳統媒體方面*：加大宣傳投入，透過央視這一核心電視傳播平台的優質資源，結合多家優勢電視媒體，對新西蘭原裝進口超級a金裝高端產品進行廣告支持。

*線上線下結合的地面宣傳方面*：繼續在全國範圍內舉行親子系列活動，活動場次增長30%，與消費者開展面對面的溝通，增加消費者產品體驗。

*新媒體方面*：加大投入，繼續加大互動活動整合營銷、育兒手機APP開發、網絡視頻創意營銷等方面的力度，提升雅士利品牌在新生代父母中的影響力。

*專業形象宣傳方面*：繼續對基層母嬰事業的支持，聘請更多的專家為基層母嬰醫護人員、消費者進行從優生優育、母乳餵養、早教、國際新技術等經驗的分享和培訓，以提升專業品牌形象。

2013年，本集團將繼續選用健康的明星為品牌代言，增加品牌親和力，不斷提升自身專業策劃能力，執行品牌的整合營銷傳播，制定、優化、執行並評價協調的、可測度的、有說服力的品牌傳播計劃，將廣告、銷售促進、市場營銷、包裝、網絡媒體等行為以有利於品牌的形式呈現，讓每一個行銷動作之間相互呼應，又融為一體。以深刻強化目標消費群對於品牌的印象，通過這些手段及策略向消費者傳達品牌信息，累積品牌資產，提升品牌美譽度。

### — 提升品質管控水平

本集團將繼續加強產品品質管理，通過四大保障體系即100%進口奶源、國際質量食品安全委員會、國家級育兒專家團、採用嚴格的國家和國際標準，為廣大消費者提供高品質、安全和優質的產品。繼續堅持每個成品從奶源檢測到成品檢測的嚴格質量管理，從採購到生產到流通整個供應鏈的到位監控，確保本集團的產品100%合格，保證產品的日期新鮮度。

同時，本集團將繼續積極參加有利於提升產品質量和安全的國際活動和項目，與國際標準接軌，提高本集團食品安全控制水平。本集團也將繼續加強與第三方獨立的權威機構、監督和檢測部門合作，以推動中國乳製品整體行業的健康有序發展。

### — 加大產品研發和新品推廣

本著「裝備一代，研發一代，預研一代」的研發策略，本集團將在2013年持續加強對產品研發的投入，鞏固和完善完整的產品結構，提升製造工藝，優化產品配方，為中國消費者提供更多更優質更安全的系列產品。

本集團將在2013年下半年強勢進軍液態營養飲品事業領域，該新品是定位於中高端的高蛋白植物蛋白飲品。目前正按既定上市計劃，開展市場研究、產品研發、包裝設計、傳播規劃、推廣策略等工作。伴隨後續相關工作的開展，液態營養事業必將成為本集團全新的業績增長點。

### — 加強海外項目建設

2013年，本集團在繼續堅持採用進口優質乳品材料政策的同時，將加強新西蘭工廠項目的籌建進程和實施力度，繼續穩固和擴大與國內其他中國嬰幼兒配方奶粉生產商的競爭優勢，不斷整合國際資源強化產品質量和安全，努力將本集團打造成為國際化、專業化和規範化的國際企業。

### — 強化績效評價管理

2013年，本集團將繼續加強內部目標預算的執行和管理，並通過有效的激勵機制提高預算的達成率；持續加強對內部組織的精細化管理，深化團隊KPI績效指標的制定和執行；將過程管理指標與執行團隊的薪水、獎金掛鉤，借此鼓舞團隊士氣以及提高執行力，促使集團經營管理指標的完成和銷售目標的實現。

## 管理體系

2012年，本集團各部門認真貫徹執行集團關於全面提升管理能力的精神，優化產能結構，提高經濟效益，實現集團內部管理持續健康發展。具體措施包括：提高認識，增強員工「主人翁」意識，自覺維護集團信譽和品牌，加強了集團發展的基礎性保障；明確模式，繼續深化集團ERP體系建設和實施，強化各項基礎管理；精心部署，創新經營，實現了業務規模的較快增長；調整結構，統一步調，促進了各部門協調發展，形成合力；夯實基礎，提升集團對各部門及子公司的管控能力；加強支撐，營造了更加良好的發展氛圍。

## 公共關係及危機處理

本集團保持積極有效的宣傳方式，公開透明地向外界傳達相關信息；並與各宣傳部門、機構保持良好的溝通關係，及時更新並發佈公司最新信息，積極參與社會公共事業和各項慈善活動。

本集團內部制定了一套完整的危機管理辦法及應對機制，並通過本集團危機處理中心，及時、準確地處理消費者的投訴及媒體關注的問題；同時，本集團高度重視市場反映可能出現的問題，提前為消費者提供良好服務，預防危機事件的發生。本集團設立新聞中心，高度關注行業動向及新聞事件，關注輿論界反映的問題，對行業事件及時作出反應。通過與公眾及媒體有效溝通，公佈信息，消除影響，樹立在行業中良好地位。

## 人力資源

截至到2012年12月31日，本集團共有5,929名全職僱員。本年僱員總成本約為人民幣313.7百萬元(2011年：人民幣246.3百萬元)。僱員總成本的增加主要是因為員工人數的增加以及員工平均薪酬及社保費用增加。

本集團注重員工激勵，建立健全基於業績和能力的績效評價與薪酬激勵體系，將僱員的收益和個人工作成效正向匹配，為僱員的職業發展和能力提升提供方向指引，同時結合基本薪金、績效花紅及福利等基礎激勵，股權計劃的長期激勵，以吸引和保留更多優秀人才。

本集團貫徹「人才是公司最重要資產」的理念，結合未來戰略發展需要建立中長期人力規劃，推進人才梯隊建設，並為優秀人才提供系統及針對性的培養計劃。集團已持續推動培訓體系的精進並將啟動雅士利企業大學平台建設，以期建立配合未來企業發展以及行業領先的強大人才發展系統。

本集團還致力於深化企業文化建設，目前已啟動雅士利企業文化理念提煉梳理項目，以期通過建立核心文化與共享價值理念，匹配戰略、並指引公司制度與人力資源體系建設，充分發揮軟實力功能，激發員工的工作源動力與積極性，建設富於激情、追求卓越的職業化團隊，從而提高企業的整體運營效率、員工向心力和整體盈利能力。

## 企業管治及投資者關係

本集團認為，與股東、投資者及潛在投資者進行有效溝通，乃提升投資者關係及讓投資者瞭解本集團業務表現及策略的要素。本集團通過現場接待、電話會議及參加券商投資峰會等多種渠道和方式與投資者進行良好地溝通和交流。

為促進有效溝通，本集團設有網站www.yashili.hk，刊載有關本集團財務資料、企業管治常規及其他數據的最新情況，以供公眾查閱。

## 企業公民及社會責任

本集團作為國內嬰幼兒奶粉的第一陣營品牌企業，具備高度的社會責任感，在企業發展的同時，積極、熱心履行企業社會責任。期內，本集團在「廣東扶貧濟困日」向慈善機構捐贈了現金；在「世界牛奶日」向中國扶貧基金會捐贈了優質乳製品及現金；在「全國助殘日」期間向潮州受助者發放慰問物品；在潮安庵埠小學新校舍落成後，集團為其專設了「庵埠小學獎學獎教金」；在潮安「愛心包裹項目圓夢2012大型公益活動」中向貧困學生捐贈物；向北京「太陽村」捐贈物品；在福建政和縣山區探訪母嬰活動中捐贈現金及物品。

施恩(廣州)嬰幼兒營養品有限公司(「施恩(廣州)」)通過廣西慈善總會向廣西福利院捐贈奶粉產品以緩解其奶粉緊缺；向中國扶貧基金會母嬰平安120項目捐贈物資和現金；施恩(廣州)榮獲中國扶貧基金會頒發的「2012年度扶貧愛心獎」。

於2012年，本集團合計為慈善公益事業捐款物價值超過人民幣3.9百萬元(2011年：人民幣2.0百萬元)。

## 財務回顧

### 收入

截至2012年12月31日止年度，本集團之收入達人民幣3,655.1百萬元(2011年：人民幣2,957.8百萬元)，較去年增長23.6%。

## 按品牌及產品類別劃分之收入

	2012 人民幣百萬元	2011 人民幣百萬元	變動比例
雅士利嬰幼兒配方奶粉	2,478.3	1,825.5	35.8%
施恩嬰幼兒配方奶粉	653.4	608.6	7.4%
營養食品	489.4	473.3	3.4%
其他	34.0	50.4	-32.5%
總計	3,655.1	2,957.8	23.6%

截至2012年12月31日止年度，雅士利品牌嬰幼兒配方奶粉產品實現銷售收入人民幣2,478.3百萬元(2011年：人民幣1,825.5百萬元)，較上年增長35.8%，增長主要源自成功的銷售策略拉動的銷售量的整體增長；而施恩品牌嬰幼兒配方奶粉產品則實現銷售收入人民幣653.4百萬元(2011年：人民幣608.6百萬元)相比上年增長7.4%。增長動力主要來源於2012年年中推出市場新產品美兒樂系列。

截至2012年12月31日止年度，營養食品實現銷售收入人民幣489.4百萬元(2011年：人民幣473.3百萬元)，較上年增長3.4%，增長主要來自於市場需求增加而拉動的麥片以及成人系列奶粉銷售收入的增長。

其他產品收入由2011年人民幣50.4百萬元減至人民幣34.0百萬元，主要由於剩餘原材料銷售減少。

## 按城市級別劃分之收入

### 一 雅士利嬰幼兒配方奶粉

	2012 人民幣百萬元	2011 人民幣百萬元	變動比例
一線城市 <sup>(1)</sup>	313.6	263.2	19.1%
二線城市 <sup>(2)</sup>	1,108.9	930.8	19.1%
三線城市及其他 <sup>(3)</sup>	1,055.8	631.5	67.2%
總計	2,478.3	1,825.5	35.8%

### 一 施恩嬰幼兒配方奶粉

	2012 人民幣百萬元	2011 人民幣百萬元	變動比例
一線城市 <sup>(1)</sup>	66.0	64.5	2.3%
二線城市 <sup>(2)</sup>	437.1	437.5	-0.1%
三線城市及其他 <sup>(3)</sup>	150.3	106.6	41.0%
總計	653.4	608.6	7.4%

(1) 包括北京、上海、廣州、重慶、南昌及石家莊等直轄市、省會城市及自治區首府。

(2) 包括東莞、南陽、九江及佛山等地級市。

(3) 包括晉江、雲夢、亳州、昆山及漯河等縣級市。

上述銷售是以經銷商註冊所在地歸屬的城市級別劃分的。

在成功的銷售策略拉動下，雅士利及施恩嬰幼兒奶粉銷售量均實現了增長。

於2012年，集團進一步進行分銷渠道下沉，部份的原由一二線城市經銷商覆蓋的三線城市及其他市場由當地的經銷商經營。再且，雅士利及施恩品牌在三線及其他級別城市更具優勢，雙品牌的銷量均在三線城市及其他級別城市取得超過40%的增長。

## 毛利

截至2012年12月31日止年度，本集團錄得毛利為人民幣1,961.7百萬元(2011年：人民幣1,538.3百萬元)，較去年上升27.5%，毛利率為53.7%(2011年：52.0%)。為了拉動市場進一步發展，本集團於本年度給予了更多銷售折扣，而另一方面，本集團產品結構的優化以及原料粉平均成本的下降對毛利率有積極的提升作用。綜合影響下，毛利率較去年上升1.7%。

## 銷售及經銷開支

截至2012年12月31日止年度，本集團發生銷售及經銷開支為人民幣1,222.7百萬元(2011年：人民幣1,061.9百萬元)，較去年增加了15.1%，主要由於工資社保費、導購人員費用以及推廣促銷費用的增加所致。主要是因為年度銷售額增長23.6%，而銷售及經銷開支增幅只有15.1%。銷售及經銷開支佔收入的比例下降至33.5%(2011年：35.9%)，其中雖然銷售收入增加，本集團2012年廣告費用較2011年有所節省，對銷售及經銷開支佔比下降有較正面的影響。

## 行政開支

截至2012年12月31日止年度，行政開支為人民幣202.1百萬元(2011年：人民幣185.5百萬元)，較去年增加了8.9%，主要由於工資福利、社保費用以及稅費增加所致。

## 淨財務收入

截至2012年12月31日止年度，淨財務收入為人民幣86.9百萬元(2011年：人民幣62.4百萬元)。增長主要是由於保本型理財產品年內投資收益及於2012年12月31日公允價值變動收益的增長。

## 所得稅開支

截至2012年12月31日止年度，本集團計提的所得稅費用為人民幣175.9百萬元(2011年：人民幣67.0百萬元)，實際所得稅率為27.2%(2011年：17.8%)。所得稅費用的增加主要是因為稅前利潤總額的增長。本集團絕大部門稅前利潤來源於中國內地的子公司，自2012年起，本集團中國內地的子公司除了處在建設期的雅士利(鄭州)以外，適用企業所得稅率為25%。此外，本集團於中國內地子公司向香港境外子公司進行利潤分配時需就利潤分配額繳納5%的預提所得稅，2012年綜合稅率為27.2%。2011年本集團確認了子公司施恩(廣州)部分以前年度留抵的稅務虧損相應的遞延所得稅資產從而使得2011年的有效所得稅率較低。

## 投資物業

於2012年12月31日，投資物業餘額為人民幣112.0百萬元(2011年12月31日：人民幣76.3百萬元)增加主要是因為本集團於年內將部分富餘的倉庫用於對第三方出租。

## 預付及其他應收款

於2012年12月31日，非流動預付款及其他應收款餘額為人民幣184.2百萬元(2011年12月31日：人民幣11.0百萬元)，餘額的增加主要為購買土地使用權的定金以及鄭州工廠生產液態飲料所需設備的預付款。於2012年下半年，本集團成功投得汕頭市重點經濟規劃的商務中心區地塊，用於國內新總部及食品研究院的建設。該項目建設所需資金計劃是上市籌集資金及自有資金相結合。

## 存貨

於2012年12月31日，本集團存貨餘額為人民幣652.9百萬元(2011年12月31日：人民幣577.7百萬元)，其中原材料及產成品餘額分別增加人民幣46.8百萬元及人民幣48.0百萬元。為保障2013年更加旺盛的市場需求，本集團增加了原料及產成品的庫存儲備。

## 其他投資及其他銀行存款

於2012年12月31日，其他投資為保本型理財產品，預期年化收益率為2.8%至3.7%。

於2012年12月31日，其他銀行存款包括短期銀行定期存款人民幣612.0百萬元，預計於1年內到期；以及長期銀行存款人民幣306.1百萬元，預計於2至3年內到期，年化收益率介於3.2%至4.7%之間。

## 貿易應收款及應收票據

於2012年12月31日，本集團貿易應收款及應收票據金額為人民幣26.8百萬元(2011年12月31日：人民幣52.3百萬元)，主要由於本集團更完善的信限控制。於2012年，貿易應收款周轉天數為3天(2011年：6天)。

## 貿易及其他應付款

於2012年12月31日，本集團貿易及其他應付款餘額為人民幣1,028.6百萬元(2011年12月31日：人民幣720.1百萬元)。餘額的增加主要在於兩個方面，第一，於2012年第四季度，為滿足旺盛生產需求，本集團的原料採購量增加，應付材料款因此增加人民幣110.4百萬元；第二，2013年1月市場需求旺盛，本集團收取的預收貨款餘額增加人民幣142.7百萬元。

## 或然負債

於2012年12月31日，本集團並無重大或然負債(2011年12月31日：無)。

## 資本承擔

於2012年12月31日，本集團資本承擔總額為人民幣824.3百萬元(2011年12月31日：人民幣63.0百萬元)。2012年12月31日包括了董事會已批准未訂約的新西蘭工廠部分資本開支預算人民幣700.0百萬元。

## 本公司股權持有人應佔溢利

本集團股權持有人應佔溢利為人民幣468.5百萬元，較去年上升53.0%，主要得益於毛利潤率上升、銷售及經銷成本佔比下降以及保本理財產品收入的增加。

### **呆賬撥備**

於2012年12月31日，本集團的呆賬撥備為人民幣0.9百萬元(2011年：人民幣1.5百萬元)。該等撥備是與拖欠付款的客戶有關的個別減值應收款而作出的撥備。本集團並無就該等金額持有任何抵押品或其他信貸增級。本集團定期審閱應收款的賬齡，並考慮根據若干因素計提撥備，例如債務人是否出現重大財務困難、債務人申請破產或進行財務重組的概率，以及拖欠付款的可能性。

### **存貨減值撥備和報廢虧損**

於2012年12月31日，本集團存貨減值撥備結餘為人民幣0.1百萬元(2011年：人民幣3.2百萬元)。此外，本集團亦錄得存貨報廢虧損人民幣2.1百萬元(2011年：人民幣0.4百萬元)，主要由於報廢受損的存貨以及處置不使用的包裝物料。

### **已抵押資產**

於2012年12月31日，本集團已抵押之銀行存款、其他投資及若干物業、廠房及設備合共約人民幣417.0百萬元(2011年12月31日：人民幣92.5百萬元)，以獲得若干借款及開具信用證。有關詳情載於年度財務報表相關附註。

### **本集團流動資金及資本資源**

於2012年12月31日，本集團的流動資金包含現金及現金等價物、一年內解除限制的受限制銀行存款、一年內到期的定期存款及保本型理財產品合計3,184.7百萬元(2011年12月31日：2,834.0百萬元)。流動現金總額的增加主要來源於2012年實現淨利潤帶來的現金淨流入。

### **經營活動**

截至2012年12月31日止年度，本集團的業務帶來人民幣772.0百萬元，去年則為淨現金流入人民幣458.3百萬元。強勁的現金流入主要得益於經營利潤的增長以及客戶預付款的增加。

### **投資活動**

截至2012年12月31日止年度，投資活動所用現金淨額為人民幣1,144.9百萬元，投資活動支出主要用於其他銀行存款的投入和設備及廠房的構建。

### **融資活動**

截至2012年12月31日止年度，融資活動所用現金淨支出額為人民幣130.4百萬元，主要反映貸款及借款所得款項人民幣361.3百萬元，與銀行借款相關的受限制銀行存款增加人民幣227.2百萬元，和償還銀行貸款人民幣61.8百萬元和派發息人民幣200.1百萬元。

### **貸款及借款**

截至2012年12月31日，本集團貸款及借款為人民幣330.9百萬元(2011年12月31日：人民幣31.4百萬元)。借款的年化利率為1.55%至2.6%。上述借款以存款或理財產品擔保，其年化收益為2.8%至3.08%。



## 首次公開招股所得款項淨額用途

上市於扣除有關開支後的所得款項淨額約為人民幣1,965.8百萬元。本公司已按照2010年10月30日的招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節所披露的方式運用這些款項淨額。因此，截至2012年12月31日所得款項淨額用途相應如下：

項目	於2011年底 可動用 人民幣千元	截至2012年 12月31日止年度 動用 人民幣千元	於2012年 12月31日止年度 未動用 人民幣千元
用於擴大嬰幼兒配方奶粉及營養食品之產能：	433,876	153,708	280,168
收購從事原奶及原料奶粉生產的綜合乳製品公司及 在海外建立垂直整合的生產設施	490,341	2,027	488,314
電視網絡及流行育嬰論壇網站，以及主要雜誌、 報紙及其他印刷媒體的廣告活動	431,681	67,002	364,679
提高本集團的研發能力	143,181	6,934	136,247
開發及推銷現有產品及新產品	102,820	102,820	—
本集團營運資金及一般企業用途	157,267	157,267	—
合計	1,759,166	489,758	1,269,408

## 購股權計劃

### 首次公開發售前購股權計劃

本公司已於2010年10月8日採納購股權計劃（「首次公開發售前購股權計劃」），其目標為向員工提供於本公司擁有個人權益之機會及鼓勵員工發揮彼等所長，提升工作效率，及挽留對本集團之長期增長及盈利能力有重要貢獻之員工。可供認購合共94,975,662股股份（「相關股份」）的購股權已授予181名僱員，包括2名執行董事及8名本集團高級管理層成員。該等購股權指本集團附屬公司廣東雅士利於2009年1月1日及2010年8月1日原先授予承授人的有關本公司股份的購股權，其已於2010年10月8日獲交換為首次公開發售前購股權。

根據首次公開發售前購股權計劃，可供認購合共73,525,056股股份的購股權已以每股人民幣0.11元的行使價及合共21,450,606股股份的購股權已以每股人民幣1.84元的行使價授出。

於2010年11月1日(即股份首次於香港聯交所買賣當日(「上市日期」))或之後，將不會根據首次公開發售前購股權計劃授出其他購股權。根據首次公開發售前購股權計劃授出之所有購股權(「首次公開發售前購股權」)已經及將會歸屬，並僅可按以下方式行使：

- 五分之一的購股權已於2011年1月1日(即上市日期後兩個月當日(「首個歸屬日」))歸屬；
- 五分之一的購股權已於首個歸屬日首週年歸屬；
- 五分之一的購股權已於首個歸屬日第二個週年歸屬；
- 五分之一的購股權將於首個歸屬日第三個週年歸屬；
- 五分之一的購股權將於首個歸屬日第四個週年歸屬；及

首次公開發售前購股權計劃所授出的每份購股權由該等購股權歸屬日期起計十五日內可予行使。

以下載列根據首次公開發售前購股權計劃獲授予購股權的承授人的概要：

承授人或參與者類別	於2012年			於2012年 12月31日的餘額	行權股份每股 收市價 港元
	1月1日的餘額	於2012年行使	於2012年失效		
<b>董事</b>					
張利鈿	12,437,800 <sup>1</sup>	3,109,448	—	9,328,352	1.17
張雁鵬	1,899,593 <sup>1</sup>	474,896	—	1,424,697	1.17
其他員工	41,417,275 <sup>1</sup>	10,441,707	1,645,769	29,329,799	1.17
其他員工	15,057,106 <sup>2</sup>	—	5,385,950	9,671,156	不適用
總計	70,811,774	14,026,051	7,031,719	49,754,004	

附註：

1. 此等購股權的行使價為每股人民幣0.11元及於2009年1月1日授出。
2. 此等購股權的行使價為每股人民幣1.84元及於2010年8月1日授出。

## 購股權計劃

本公司已於2010年10月8日採納購股權計劃，其目標為激勵合資格參與者，令其對本集團的未來貢獻達致最佳及／或獎勵彼等過往的貢獻，吸引及挽留或以其他方式維持與該等對本集團的表現、增長或成功而言屬有利或將會有利的合資格參與者。

因行使根據購股權計劃及本集團任何其他計劃將予授出的所有購股權而可能發行的最高股份數目，合共不得超過截至上市日期已發行股份的10%，即350,000,000股股份。本公司概不得向任何一名購股權計劃參與人士授出購股權，致使在任何截至最終授出當日止十二個月期間行使已授出及將授出的購股權而發行及將予發行的股份總數超過本公司不時已發行股本的1%。

購股權可根據購股權計劃條款於任何董事會釐定的期間內任何時間予以行使，惟不得超過授出日期起計十年。於購股權可獲行使前並無最短持有購股權的期限。購股權計劃參與人在要約日期起計二十八天內接納授出購股權須向本公司繳付1.0港元。購股權的行使價由董事會全權酌情釐定，惟不得低於下列三者中的最高者：

- (a) 股份面值；
- (b) 於要約日期在香港聯交所每日報價表所列的股份收市價；及
- (c) 緊接要約日期前五個營業日股份於香港聯交所每日報價表所列的平均收市價。

購股權計劃將由上市日期起計十年期間內有效及生效，於該期間後，將不會授出或提呈其他購股權。

根據購股權計劃，截至2012年12月31日止購股權的詳情如下：

授出日期	每股行使價	於2012年		於2012年12月		
		1月1日的餘額	於2012年授出	於2012年行使	於2012年失效	31日的餘額
2011年8月29日	1.50港元	48,148,214	—	—	6,891,478	41,256,736

歸屬期的時間表如下：

歸屬日期	購股權歸屬百分比
2011年8月29日	購股權的25%
2012年8月29日	購股權的25%
2013年8月29日	購股權的25%
2014年8月29日	購股權的25%

根據購股權計劃獲授予購股權的承授人概非本公司董事、主要行政人員或主要股東或是彼等的聯繫人。

## 購買、出售或贖回證券

除如上文所述根據首次公開發售前購股權獲行使而發行14,026,051股股份外，本公司或其任何附屬公司於截至2012年12月31日止年度概無購買、出售或贖回任何本公司上市證券。

## 末期股息

董事會建議就截至2012年12月31日止年度向於2013年6月17日名列股東名冊的股東派付末期股息每股股份人民幣11.31分，惟須獲股東於2013年6月6日舉行的應屆股東週年大會上批准。

截至2012年12月31日止年度的股息總額(即建議派發之末期股息)約為人民幣400.3百萬元，佔本公司年度溢利約85.4%。建議派發之末期股息將以現金派付。

該等截至2012年12月31日止年度的建議派發之末期股息相當於派息比率85.4%。董事會認為，有關分派乃遵守本公司於2010年10月8日採納的組織章程細則，其訂明股息可自本公司的溢利(已變現或未變現)或自任何從董事認為不再需要溢利撥出的儲備中作出宣派及派付。股息亦可通過普通決議案自股份溢價賬中作出宣派及派付，或就此根據開曼群島第22章(1961年第三號法例，經綜合及修訂)公司法可獲授權的任何其他基金或帳目中作出宣派及派付，惟須受本公司組織章程大綱或組織章程細則所規限，且緊隨分派或派付股息後，本公司須能支付於日常業務過程中到期的債務。

## 暫停辦理股份過戶登記手續

### (i) 釐定有權出席應屆股東週年大會並於會上表決的股東身份

本公司將於2013年6月4日至2013年6月6日(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會進行任何本公司股份過戶登記。為符合出席應屆股東週年大會並於會上表決的資格，所有已填妥及簽署之過戶文件連同相關股票必須於2013年6月3日下午4時30分前送達本公司的香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖以作登記。

### (ii) 釐定有權享有建議末期股息的股東身份

本公司將於2013年6月14日至2013年6月17日(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會進行任何本公司股份過戶登記。為符合收取建議末期股息的資格，所有已填妥及簽署之過戶文件連同相關股票必須於2013年6月13日下午4時30分前送達本公司的香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖以作登記。

待股東於2013年6月6日舉行的應屆股東週年大會上批准後，建議派發之末期股息將向於2013年6月17日名列本公司股東名冊的股東派付。

## 遵守《上市公司董事進行證券交易的標準守則》(「標準守則」)

董事會已採納香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄十所載之標準守則作為本集團董事進行證券交易行為的標準。本公司的全體董事確認於截至2012年12月31日止之年度期間皆有遵守標準守則條文。

## 企業管治

本集團致力確保企業管治達致高水平，尤其著重組建勤勉盡職的董事會和健全的內部監控制度，以提高透明度及對股東之間責性。董事會知悉，良好企業管治常規及程序對本集團及其股東有利。

除下文所披露者外，董事會認為本公司已於2012年1月1日至2012年3月31日期間採納並已遵守上市規則附錄十四所載的企業管治常規守則的所有守則條文，及已於2012年4月1日至2012年12月31日期間遵守企業管治守則（「企業管治守則」）。就企業管治守則的守則條文第A.2.1條而言，本公司並無任何人員擔任「行政總裁」職務。董事會主席張利鈿先生主要負責本集團的整體企業策略性規劃及業務發展。日常管理由執行董事及高級管理層共同分擔。

## 審核委員會

審核委員會已與管理層及外聘核數師審閱本集團採納的會計原則及政策以及截至2012年12月31日止年度的經審核年度合併財務報表。

## 股東週年大會

本公司股東週年大會將於2013年6月6日舉行，該股東週年大會的通告將於適當時候刊發並寄發予股東。

代表董事會  
雅士利國際控股有限公司  
主席  
張利鈿

香港，2013年3月25日

於本公告日期，本公司執行董事為張利鈿先生（主席）、張利坤先生、張利明先生、張利波先生及張雁鵬先生；本公司非執行董事為張淑國先生及張弛先生；及本公司獨立非執行董事為余世茂先生、陳永泉先生、黃敬安先生及劉錦庭先生。