

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



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2013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	2013	2012	變動比例
	人民幣百萬元	人民幣百萬元	
營業額	3,890.0	3,655.1	+6.4%
毛利	2,080.1	1,961.7	+6.0%
經營溢利	481.7	559.4	-13.9%
本公司股權持有人應佔溢利	437.6	468.5	-6.6%
經營現金流量淨額	140.9	772.0	-81.7%
每股基本盈利(人民幣分)	12.3	13.3	-7.5%
每股攤薄盈利	12.2	13.2	-7.6%
每股淨資產值	0.87	1.16	-25.0%
建議末期股息	131.3	400.3	
股息分派比率*	30.0%	85.4%	

* 擬派末期股息每股人民幣3.69分乘以3,559,170,222股股份除以本公司股東應佔溢利人民幣437,614,438元

雅士利國際控股有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)謹此提呈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2013年12月31日止年度按國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製之合併業績連同2012年的比較數字。

本集團按國際財務報告準則編製之截至2013年12月31日止年度之財務資料載列如下：

合併損益表

截至2013年12月31日止年度

	附註	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
收入	4	3,889,999	3,655,143
銷售成本	5	(1,809,888)	(1,693,452)
毛利		2,080,111	1,961,691
其他收入及收益		26,206	37,631
其他虧損淨額		(806)	(392)
銷售及經銷開支		(1,393,790)	(1,222,745)
行政開支		(219,162)	(202,104)
其他開支		(10,848)	(14,702)
經營溢利		481,711	559,379
財務收入	5	108,221	89,749
財務成本		(13,215)	(2,804)
淨財務收入		95,006	86,945
除稅前溢利	5	576,717	646,324
所得稅開支	6	(137,393)	(175,856)
年度溢利		439,324	470,468
歸屬於：			
本公司股權持有人		437,614	468,482
非控股權益		1,710	1,986
		439,324	470,468
本公司普通權益持有人應佔每股盈利	8	人民幣分	人民幣分
基本		12.3	13.3
攤薄		12.2	13.2

應付及擬派年度股息的詳情見下文附註7的披露。

合併全面收益表

截至2013年12月31日止年度

	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
年度溢利	439,324	470,468
其他全面收益		
可於以後期間重分類至損益的其他全面收益：		
以外幣換算海外附屬公司的財務報表所產生的匯兌差額	(13,613)	(494)
年度全面收益總額	425,711	469,974
歸屬於：		
本公司股權持有人	424,001	467,988
非控股權益	1,710	1,986
	425,711	469,974

合併財務狀況表

2013年12月31日

	附註	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,195,479	743,863
投資物業		115,816	112,004
預付土地租賃款項		216,465	130,432
無形資產		6,137	3,937
遞延稅項資產		84,575	80,015
預付款項、押金及其他應收款項	9	54,155	184,170
受限制的銀行存款	10	150,000	—
長期銀行存款	10	300,000	306,142
其他非流動資產		7,117	8,285
非流動資產總值		2,129,744	1,568,848
流動資產			
存貨	11	886,229	652,922
貿易應收款及應收票據	12	32,068	27,658
預付款項、押金及其他應收款項		171,412	135,699
其他投資		444,508	200,000
抵押存款	10	42,311	299,609
短期銀行存款	10	199,000	611,972
現金及現金等價物	10	611,384	2,073,161
流動資產總值		2,386,912	4,001,021
流動負債			
貿易應付賬款	13	346,469	412,916
其他應付款項和應計費用		793,221	617,845
計息銀行借款	14	154,464	330,912
應付所得稅項		40,838	89,223
流動負債總額		1,334,992	1,450,896
流動資產淨值		1,051,920	2,550,125
資產總值減流動負債		3,181,664	4,118,973
非流動負債			
計息銀行借款	14	47,084	—
遞延收益		12,085	18,627
遞延稅項負債		12,531	18,000
非流動負債總額		71,700	36,627
資產淨值		3,109,964	4,082,346
權益			
本公司擁有人應佔權益			
已發行股本		305,532	302,601
儲備		2,804,432	3,776,458
		3,109,964	4,079,059
非控股權益		—	3,287
權益總額		3,109,964	4,082,346

財務報表附註

2013年12月31日

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2013年12月31日止年度的合併財務報表包括本集團的財務報表。本集團主要從事製造及銷售乳製品及營養品。

2013年6月17日，本公司、中國蒙牛乳業有限公司(「要約人母公司」)及中國蒙牛國際有限公司(「要約人」)聯合發布公告，要約人提出透過自願性全面收購要約(「要約」)：(1)收購本公司已發行股本中的全部普通股份；及(2)註銷本公司全部尚未行使的期權。2013年7月16日，收購本公司已發行股本中的全部已發行股份並註銷全部尚未行使的期權已在要約人母公司特別股東大會上獲得通過和確認。於2013年8月13日下午四時要約已完成。要約完成後，要約人成為本公司的控股公司，且要約人母公司成為本公司的最終控股股東。

該等財務報表乃根據國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)以及香港公司條例的披露規定編製，國際財務報告準則包括由國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)批准的準則及詮釋、國際會計準則委員會批准的國際會計準則(「國際會計準則」)及常務詮釋委員會詮釋。該等財務報表已根據歷史成本慣例編製。此外，該等合併財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，除另有指明外，所有數值均調整至最接近的千位數。

2. 會計政策及披露事項的變動

本集團在本年度財務報表首次採用下列新訂及經修訂國際財務報告準則。

國際財務報告準則第1號修訂本	國際財務報告準則第1號首次採納國際財務報告準則—政府貸款的修訂
國際財務報告準則第7號修訂本	國際財務報告準則第7號金融工具：披露—金融資產及金融負債的抵銷的修訂
國際財務報告準則第10號	合併財務報表
國際財務報告準則第11號	合營安排
國際財務報告準則第12號	披露於其他公司的利益
國際財務報告準則第10號、第11號以及第12號修訂本	國際財務報告準則第10號、第11號及第12號—過渡指引的修訂
國際財務報告準則第13號	公允價值計量
國際會計準則第1號修訂本	國際會計準則第1號財務報表列報—其他綜合收益項目的披露列報的修訂
國際會計準則第19號(修訂本)	國際會計準則第19號僱員福利的修訂
國際會計準則第27號(經修訂)	個別財務報表
國際會計準則第28號(經修訂)	於聯營企業和合營企業投資
國際會計準則第36號修訂本	國際會計準則第36號資產減值—非金融資產的可收回金額的披露的修訂(提早採納)
國際財務報告詮釋委員會第20號	露天礦場生產期的剝除成本
2009年至2011年週期之年度改進	若干於2012年5月發行的國際財務報告準則的修訂

採納該等新訂及經修訂國際財務報告準則對該等財務報表並無構成重大財務影響。

3. 經營分部資料

出於管理需要，本集團按產品及服務構組業務單元，共有下列四個可報告經營分部：

- (a) 生產及銷售雅士利嬰幼兒配方奶粉產品：該部分包括在中華人民共和國（「中國」）及海外開發、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。
- (b) 生產及銷售施恩嬰幼兒配方奶粉產品：該部分包括在中國及海外開發、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。
- (c) 生產及銷售營養品：該部分包括在中國及海外開發、製造及銷售成人及青少年奶粉、豆奶粉、米粉及麥片產品。
- (d) 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及收益、其他虧損淨額、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人員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。

分部間銷售及轉讓是參考以當時市價向第三者銷售所採用的售價進行交易。

截至2013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
分部收入：					
銷售予外部客戶	2,660,731	660,511	546,240	22,517	3,889,999
分部間銷售	—	—	—	142,305	142,305
	2,660,731	660,511	546,240	164,822	4,032,304
對賬：					
對銷分部間銷售					(142,305)
總收入					3,889,999
分部業績	549,935	89,741	99,978	6,343	745,997
對賬：					
財務收入					108,221
財務成本					(13,215)
未分配的其他收入及收益以及其他淨虧損					25,400
未分配的其他支出					(289,686)
除稅前溢利					576,717
所得稅開支					(137,393)
年度溢利					439,324
其他分部資料：					
折舊及攤銷	43,477	24,932	6,071	5,602	80,082
未分配款項					5,555
折舊及攤銷總額					85,637

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
分部收入：					
銷售予外部客戶	2,478,269	653,426	489,445	34,003	3,655,143
分部間銷售	—	—	—	141,823	141,823
	2,478,269	653,426	489,445	175,826	3,796,966
對賬：					
對銷分部間銷售					(141,823)
總收入					3,655,143
分部業績	589,072	97,859	107,800	(12,300)	782,431
對賬：					
財務收入					89,749
財務成本					(2,804)
未分配的其他收入及收益以及其他淨虧損					37,239
未分配的其他支出					(260,291)
除稅前溢利					646,324
所得稅開支					(175,856)
年度溢利					470,468
其他分部資料：					
折舊及攤銷	34,582	22,158	4,550	3,273	64,563
未分配款項					17,248
折舊及攤銷總額					81,811

地區資料

本集團的收入全部源自年內的內銷。截至2013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，該等分類由本公司董事（「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，該等分類由董事根據其知識及經驗釐定。

	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
雅士利嬰幼兒配方奶粉產品		
來自以下地區的收入		
— 一線城市	273,561	313,625
— 二線城市	1,032,870	1,108,857
— 三線城市及其他	1,354,300	1,055,787
	2,660,731	2,478,269
施恩嬰幼兒配方奶粉產品		
來自以下地區的收入		
— 一線城市	69,962	65,996
— 二線城市	415,222	437,142
— 三線城市及其他	175,327	150,288
	660,511	653,426

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，指本集團的營業收入，即向客戶供應的貨品的銷售價值。收入不包括銷售稅，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收入的10%或以上。

5. 除稅前溢利

本集團的除稅前溢利乃經扣除／(增加)下列各項後計算所得：

	附註	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
貨品銷售成本		1,809,888	1,693,452
物業、廠房及設備項目折舊		69,250	72,681
投資物業折舊		4,253	1,673
預付土地租賃款項攤銷		4,597	2,935
其他非流動資產攤銷		5,533	2,604
無形資產攤銷		2,004	1,918
折舊及攤銷總額		85,637	81,811
房屋的經營租賃最低租金		14,465	10,593
核數師酬金		4,740	2,380
僱員福利費(不包括董事及主要行政人員薪酬)：			
工資、薪金及津貼		340,091	288,401
退休金計劃供款(定額供款計劃)		46,582	18,342
以股份為基礎的支付開支		6,409	6,933
		393,082	313,676
利息收入		(60,308)	(42,587)
匯兌(收益)／虧損淨額		(24,344)	(156)
其他投資的收益		(23,569)	(47,006)
財務收入總額		(108,221)	(89,749)
出售物業、廠房及設備項目的虧損淨額		806	392
貿易應收賬款減值	12	415	66
存貨減值		—	142
物業、廠房及設備減值		—	6,410
投資物業租金收入		(8,622)	(4,937)

6. 所得稅開支

	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
即期所得稅	145,073	163,833
本年內確認以往年度的即期稅項調整	2,349	(410)
遞延所得稅	(10,029)	12,433
本年度稅項支出	137,393	175,856

在年度內，就除稅前溢利按中國法定所得稅稅率計算的所得稅開支，與按照本集團實際所得稅稅率計算的所得稅開支，對賬如下：

	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
除稅前溢利	576,717	646,324
按中國法定稅率25% (2012年：25%) (i)	144,179	161,581
本年內確認以往年度的即期稅項調整	2,349	(410)
不可扣稅開支的影響	4,535	4,379
優惠稅率對即期應付稅項的影響(ii)	(7,620)	(3,874)
稅率差異的影響(i)	—	(688)
未確認暫時差額及稅項虧損	13,105	9,076
動用以往未確認暫時差額及虧損	(9,190)	(9,548)
預提所得稅(iii)	13,000	20,400
不徵稅收入的影響	(2,622)	(5,060)
子公司間股權轉讓引起的損失抵稅	(20,343)	—
本年度按實際稅率計算的稅項支出	137,393	175,856

- (i) 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時所使用的稅率不同所產生的影響。

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。

本集團於中國的所有子公司於2013年的所得稅稅率均為25%。

雅士利(鄭州)營養品有限公司(「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，並於2009年免徵所得稅，而於2010年、2011年、2012年及2013年的所得稅稅率則分別為11%、12%、12.5%及25%。

- (ii) 根據開曼群島及英屬處女群島(「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。

本集團2013年香港利得稅撥備是以本年度的估計應課稅溢利，按照16.5%(2012年：16.5%)的稅率計提。

- (iii) 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，符合資格的香港稅務居民如屬「實益擁有人」，並持有一家中國居民企業25%或以上的股權，則可適用扣減至5%的預提稅率。基於此，本集團於2010年至2012年已獲批准就中國附屬公司產生的可分配利潤享有5%預提稅率。根據與相關稅務局溝通，董事認為於香港註冊成立的母公司的中國註冊成立的子公司對其截止至2013年12月31日中國子公司派發的利潤仍然繼續享有上述5%的優惠預提稅率，因而本公司就截至2013年12月31日止年度於中國註冊成立的子公司擬派發的股息適用5%預提稅。如該優惠稅率未被當地稅務局批准，本公司將適用10%的預扣稅率。

7. 股息

本年度的股息載列如下：

	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
股息：		
本年宣派及支付		
一 普通股股息 (附註(a))	402,432	200,103
一 已批准特別股息 (附註(a))	1,005,371	—
	1,407,803	200,103
擬派：		
一 末期股息 — 每股普通股人民幣3.69分 (2012年：11.31分) (附註(b))	131,333	400,285

附註：

- (a) 宣派關於上一財政年度末期股息每股普通股人民幣11.31分，與於2013年6月5日本公司股東周年大會上批准特別股息每股普通股人民幣28.25分。
- (b) 擬派年度末期股息須由本公司股東於應屆股東周年大會批准。該等股息並未在2013年12月31日的合併財務報表確認為負債，但將反映為截至2014年12月31日止年度的股份溢價分配。

8. 本公司普通權益持有人應佔的每股盈利

本年度的每股基本盈利乃根據年內本公司普通權益持有人應佔利潤除以年內已發行普通股的加權平均數計算。

每股攤薄盈利乃根據年內本公司普通權益持有人應佔利潤除以用作計算每股基本盈利所採用的年內已發行普通股加權平均數及假設於所有潛在攤薄股份被視為行使或轉換為普通股時須按無代價發行的普通股加權平均數計算。

計算每股基本及攤薄盈利金額時所用加權平均股份數目對賬如下：

	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
盈利：		
用於計算每股基本盈利的本公司普通權益持有人應佔利潤	437,614	468,482
	股份數目	
	2013 千股	2012 千股
股份：		
計算每股基本盈利所用的普通股加權平均數	3,549,392	3,521,758
假設年內所有購股權被視為獲行使並按無代價發行之普通股加權平均數	29,276	35,530
計算每股攤薄盈利所用的普通股加權平均數	3,578,668	3,557,288

9. 預付款項、押金及其他應收款項

	本集團		本公司	
	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
預付廣告開支	8,263	20,339	—	—
購買原材料的預付款	1,369	10,012	—	—
聯絡點備用金	2,694	2,102	—	—
待抵扣增值稅	123,038	72,412	—	—
購買固定資產的預付款	14,847	93,540	—	—
應收長期存款利息	27,887	—	—	—
購買土地的定金	11,421	90,630	—	—
應收子公司款項	—	—	—	95,998
其他	36,048	30,834	—	460
	225,567	319,869	—	96,458
列作非流動資產部分	(54,155)	(184,170)	—	—
即期部分	171,412	135,699	—	96,458

列入預付款項、押金及其他應收款項的應收關聯方款項如下：

	本集團		本公司	
	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
受主要高級管理層施加重大影響的公司	54	32	—	—

上述款項為無抵押、免息及並無固定還款期。

10. 現金及現金等價物和其他銀行存款和已抵押存款

	本集團	
	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
現金及銀行結餘	611,384	2,073,161
定期存款	691,311	1,217,723
	1,302,695	3,290,884
減：已抵押存款	(192,311)	(299,609)
減：短期銀行存款	(199,000)	(611,972)
減：長期銀行存款	(300,000)	(306,142)
合併財務狀況表中的現金及現金等價物	611,384	2,073,161
以下列貨幣列值的現金及銀行結餘以及定期存款：		
— 人民幣	1,274,380	3,243,218
— 其他貨幣	28,315	47,666
	1,302,695	3,290,884

	本公司	
	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
現金及銀行結餘	2,196	348
以下列貨幣列值的現金及銀行結餘以及定期存款：		
— 人民幣	1,467	2
— 其他貨幣	729	346
	2,196	348

人民幣並非可自由兌換為其他貨幣。然而，根據中國大陸的外匯管理條例及結匯、售匯及付匯管理規定，本集團獲准透過獲授權進行外匯業務的銀行，將人民幣匯兌為其他貨幣。

銀行現金按通行市場利率計息。於2013年12月31日，短期定期存款的實際年利率約為2.28%至4.125%（於2012年12月31日：3.270%至3.575%），並將於一年內到期。長期定期存款的實際年利率約為4.675%（於2012年12月31日：4.125%至4.675%），並將於未來兩至三年到期。銀行結餘及已抵押存款於近期無違約記錄且信譽良好的銀行儲存。

除了一些銀行貸款是通過定期存款人民幣150,000,000元(2012年：人民幣261,870,000元)進行擔保，尚有人民幣42,311,000元存款(2012年：人民幣37,739,000元)被作為開具信用證的抵押。

11. 存貨

	本集團	
	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
原材料	537,761	350,315
成品	191,233	204,590
半成品	122,684	65,522
包裝材料	26,456	25,349
低價消耗品	8,095	7,146
	886,229	652,922

12. 貿易應收款及應收票據

	本集團	
	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
貿易應收款	33,236	27,519
應收票據	—	1,022
減值	(1,168)	(883)
	32,068	27,658

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。

於報告期末，經扣除撥備的應收賬款及應收票據按發票日期的賬齡分析如下：

	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
一個月以內	28,782	20,771
一至三個月	—	4,417
三至六個月	2,302	736
六個月以上	984	1,734
	32,068	27,658

貿易應收款減值撥備的變動如下：

	本集團	
	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
於1月1日	883	1,540
已確認的減值損失(附註5)	415	66
因不可收回而撇銷的款額	(130)	(723)
於12月31日	1,168	883

上述貿易應收賬款減值撥備包括為撥備前賬面總價值為人民幣1,723,000元(2012年12月31日：人民幣1,046,000元)的個別減值貿易應收賬款計提的撥備人民幣1,168,000元(2012年12月31日：人民幣883,000元)。

個別減值貿易應收賬款與本金支付違約或出現財政困難之客戶有關，且預期僅有一部份應收賬款可予收回。

並未個別或整體被視為已減值之貿易應收款及應收票據之賬齡分析如下：

	本集團	
	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
並未逾期或減值	28,782	20,771
逾期少於三個月	—	4,417
逾期三至六個月	2,302	736
逾期六個月至一年	186	1,522
逾期一至兩年	243	49
	31,513	27,495

既未逾期亦無減值之應收款項乃與大量不同類別的客戶有關，彼等在近期並無拖欠款項之記錄。

到期未付但並無減值之應收款項乃與一些獨立客戶有關，該等客戶在本集團內有良好的往績記錄。根據過往經驗，董事認為無需就該等結餘計提減值撥備，皆因信貸質量並無太大的轉變而結餘被認為依然可以全數收回。

列入貿易應收款的應收本集團關聯方款項如下：

	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
受主要高級管理層施加重大影響的公司	1,207	879

上述款項為無抵押、免息及須按給予本集團主要客戶的類似信貸期限償還。

13. 貿易及其他應付賬款

a. 貿易應付賬款

於報告日期，本集團根據發票日期貿易應付賬款的賬齡分析如下：

	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
一個月內	72,165	117,285
一至三個月	236,360	240,758
三個月至六個月	34,226	50,875
六個月以上	3,718	3,998
	346,469	412,916

列入貿易應付款的應付關聯方的款項如下：

	本集團	
	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
受主要高級管理層施加重大影響的公司	409	2,159

貿易應付賬款包括應付關聯方的賬款，為不計息且一般於一至三個月內結算。

b. 其他應付款項及應計費用

	本集團		本公司	
	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
客戶預付款	451,640	398,143	—	—
應計薪金	91,531	56,534	—	—
其他應付稅項	55,201	39,597	—	—
地方政府借款(i)	33,500	33,500	—	—
收取客戶的保證金	40,227	36,495	—	—
應付附屬公司款項	—	—	10,788	9,245
其他應付款及應計費用(ii)	121,122	53,576	—	—
	793,221	617,845	10,788	9,245

列入其他應付款項和應計費用的應付關聯方的款項如下：

	本集團		本公司	
	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元	2013 人民幣千元	2012 人民幣千元
受主要高級管理層施加重大影響的公司	16	29	—	—

(i) 於2013年12月31日，來自應縣人民政府的人民幣30,000,000元借款(2012年：人民幣30,000,000元)，按固定年利率5.76%計息，以山西雅士利的廠房及機器作抵押。於2013年12月31日該等借款並無固定還款期。

(ii) 其他應付款及應計費用主要包括應付工程款項。

上述款項，包括這些應付關聯方的賬款，為無抵押、免息及無固定還款期。

14. 計息銀行貸款

本集團

	於2013年12月31日			於2012年12月31日		
	實際利率(%)	到期時間	人民幣千元	實際利率(%)	到期時間	人民幣千元
即期						
短期銀行貸款：						
— 有抵押	LIBOR+0.70	2014	<u>154,464</u>	1.55-2.6	2013	<u>330,912</u>
長期						
長期銀行貸款：						
— 有抵押	LIBOR+0.85	2015	<u>47,084</u>	無	無	<u>—</u>

本公司

	於2013年12月31日			於2012年12月31日		
	實際利率(%)	到期時間	人民幣千元	實際利率(%)	到期時間	人民幣千元
即期						
短期銀行貸款：						
— 無抵押	無	無	—	1.55	2013	80,912
			本集團			本公司
			2013	2012	2013	2012
			人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
銀行貸款						
— 以美元計值			201,548	—	—	—
— 以人民幣計值			—	250,000	—	—
— 以港幣計值			—	80,912	—	80,912
			201,548	330,912	—	80,912

本集團於2013年12月31日，數額約為人民幣60,574,000元(2012年12月31日：人民幣80,912,000元)的銀行貸款以人民幣64,000,000元(2012年12月31日：人民幣100,000,000元)的其他投資進行抵押。

一些總金額大約為人民幣140,974,000元(2012年12月31日：人民幣250,000,000元)的銀行貸款以人民幣150,000,000元(2012年12月31日：人民幣261,870,000元)的定期存款進行抵押。

行業回顧

2013年，世界經濟繼續向下滑行，處於政策刺激下的緩慢復甦階段，維持「弱增長」格局，其中，美國經濟復甦較為穩固，歐元區經濟觸底回升，逐步走出衰退，金融市場趨於穩定；但發達國家「低增長、高失業率、高赤字、高負債」並存格局沒有根本改善，導致增長動力不足，經濟增速仍低於潛在水平。相比之下，2013年，新興經濟體和發展中國家經濟增速繼續放緩，主要新興經濟體結構性經濟調整艱難，加上資金流入減少，金融市場大幅震盪，經濟增速遠低於過去的增長水平，發展中國家整體經濟有逐步轉弱趨勢。

2013年，在極為錯綜複雜的國內外形勢下，中國政府堅持穩中求進工作總基調，按照宏觀政策要穩、微觀政策要活、社會政策要托底的思路，紮實做好各方面工作，經濟社會發展穩中求進、穩中求好，實現了良好開局。根據中國國家統計局公佈的初步核算資料顯示，全年國內生產總值人民幣568,845億元，按可比價格計算，比上年增長7.7%。全年社會消費品零售總額人民幣234,380億元，比上年名義增長13.1%（扣除價格因素實際增長11.5%），其中，城鎮消費品零售額人民幣202,462億元，比上年增長12.9%，鄉村消費品零售額人民幣31,918億元，增長14.6%。全年居民消費價格比上年上漲2.6%，其中，城市上漲2.6%，農村上漲2.8%。全年城鎮居民人均總收入人民幣29,547元，其中，城鎮居民人均可支配收入人民幣26,955元，比上年名義增長9.7%，扣除價格因素實際增長7.0%；全年農村居民人均純收入人民幣8,896元，比上年名義增長12.4%，扣除價格因素實際增長9.3%。

2013年，中國政府對嬰幼兒奶粉行業的規範和監控力度更加嚴格。2013年6月，中國食品藥品監管總局等九部委發佈《關於進一步加強嬰幼兒配方乳粉品質安全工作的意見》，推出「實行嬰幼兒配方乳粉專櫃專區銷售，試行藥店專櫃銷售」的政策。2013年6月，中國蒙牛乳業有限公司（「蒙牛集團」）與本公司聯合宣佈，中國蒙牛國際有限公司（「蒙牛國際」）向本公司所有股東發出全面收購要約，並獲得控股股東的不可撤銷承諾，承諾就彼等於本公司合計約75.3%的股權接受要約。2013年8月，蒙牛國際完成對本公司的要約收購，完成了迄今為止中國乳業最大規模的一次併購。這也恰與中國政府鼓勵支援嬰幼兒奶粉企業收購重組一致，提高產業集中度，推動產業規範化、規模化、現代化發展的政策相契合。2013年8月，中國國家發展和改革委員會宣佈，部分乳粉企業因違反反壟斷法，限制競爭行為而給予處罰，成為中國反壟斷史上開出的最嚴重罰單，在此期間，一些奶粉企業出現降價現象。2013年9月，中國乳製品工業協會在北京組織召開「國產嬰幼兒配方乳粉新品發佈會」，向社會和廣大消費者發佈嬰幼兒配方乳粉新品，本公司的安貝慧系列產品成功入選，成為中國政府第一批推薦品牌之一。2013年10月，本公司入選首批中國政府乳粉進藥店銷售的乳粉品牌，這表明本公司奶粉的品質得到中國政府權威部門認可並達到了藥店採購、銷售藥品的嚴格管控要求。2013年12月，中國食品藥品監管總局制定出《嬰幼兒配方乳粉生產許可審查細則（2013版）》（「新細則」）並部署開展嬰幼兒配方乳粉生產許可有效期屆滿換證審查和再審核工作。新細則重點對嬰幼兒配方乳粉生產企業的原輔料把關、產品配方管理、生產工藝、生產程序控制等9個方面的內容進行了重新規定，提出了新的更高要求。該系列政策和舉措有助於加強企業自身生產管理和技術品質管控，淘汰不具競爭力的中小企業，淨化加工市場秩序，規範乳品行業競爭。

2013年，乳製品在國際市場上的供應價格驟然上升，新西蘭遭遇70年來最嚴重乾旱導致多地牛奶產量受到影響，原料奶粉尤其是全脂奶粉和脫脂奶粉的價格再創歷史新高，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。而國際知名奶粉供應商頻繁出現非品質問題的曝光事件，給國內整個奶粉行業以及消費者的消費信心產生不良影響，進而也影響到部分以進口為主的中國乳製品企業的市場業績。

2013年，是中國傳統的蛇年，根據中國國家統計局公佈的初步核算資料顯示，中國嬰幼兒出生人口1,640萬人，人口出生率為12.08%，較去年稍微下降。根據尼爾森的資料顯示，2013年中國嬰幼兒配方奶粉行業(含母乳渠道)增長銷售額為6.6%(去年增長為15.1%)，快速增長的趨勢有所放緩。

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。2013年，蒙牛及其附屬公司(「蒙牛集團」)以全面股權要約收購的形式實現了與本集團戰略合作，以期通過雙方資源整合與優勢互補，將本集團發展成為一家更加國際化的奶粉企業。

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品質監控和品質保證體系，在供應、生產和銷售渠道等各方面，不斷改進品質控制措施，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，制定全面的品質保證計劃，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，以及優怡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、正味及優怡等品牌的產品系列，致力於開發值得使用者信賴的營養產品，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原裝進口超級α-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α-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。2013年新推出產品新品牛奶高鈣營養麥片、核桃果仁燕麥片和中老年高鈣燕麥片等高端的產品。

2. 營銷及渠道管理

本集團擁有強大而全面的銷售網絡，覆蓋中國大陸所有地區，通過1,900多家一級經銷商，擁有超過105,000家零售點。在2013年，本集團在渠道開發和拓展方面取得較大突破，特別在對母嬰渠道的開拓方面取得了明顯成效，累計開拓高達28,000多家，有效地提高產品在該渠道的市場佔有率，成為業績的新增長點。對於一二線城市，持續加大了產品滲透率，同時對二三線城市及鄉鎮的渠道拓展取得了強勁增長，繼續穩固和保持產品在市場的領先優勢和地位。

為了更好服務市場，本集團實現專業化的經營，推動精細化管理，專注於服務細分的市場，做到服務更精準，經營更專業。在消費者的溝通與服務層面上，2013年本公司攜手全國頂級育嬰專家在全國各地組織開展了多場育嬰專題活動，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1,700多場，參與人數超過67,000人次，對優生、養、教知識推行宣傳和普及，加強與消費者互動，鞏固消費群體確保穩定的銷售貢獻。

在系統管理層面上，實施了嚴格的銷售管理體系和高效的激勵機制，不斷優化經銷商、終端門店和業務人員，充分調動彼等的積極性，確保分銷政策及銷售策略及時貫徹與執行，目的在於提升集團總體收益及市場份額。本集團借助EMP資訊平台實現精細化管理，在費用投入、預算控制、績效指標管理、渠道貨流、銷售資料、庫存管理等方面實現高效、快速處理，EMP資訊平台提高了對經銷商管控水平和服務品質，加速了產品流通和市場推廣。

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品質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)等知名供應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鉅資，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。本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品質生產。

本集團堅持每個產品從奶源到成品的品質管制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)嚴格的過程品質管制，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品質安全委員會(「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，包括六位來自美國、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品質控制的行業資訊及評估本集團的品質控制系統，以確保本集團品質安全管理體系與國際一流標準保持一致，委員會亦可隨時就本集團的品質安全體系進行獨立調查。

2013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、品質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，以確保本集團的食品安全規則與國際標準接軌。委員會將說明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。

2013年5月，本集團順利通過包括(其中包括)ISO9001、ISO14001、OHSAS19001、HACCP、GMP等管理體系的監督審核。

2013年11月，本集團中心實驗室通過中國合格評定國家認可委員會CNAS換證現場審核，共有137項檢測能力獲得認可。

2013年，本集團參加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》，檢驗結果顯示本集團嬰幼兒配方奶粉產品品質穩定可靠，符合我國現行的強制性國家標準的要求。

4. 強化品牌建設

品牌建設方面，在秉承「先進健康科技與真愛理念結合」的理念基礎上，本集團不斷強化優質奶源、專業製造、專業服務的投入和宣傳，在提升品牌美譽度與忠誠度上下功夫。基於優質新西蘭奶源基礎上的高端產品的成功上市，調整品牌推廣策略，集中資源，線上、線下重點宣傳該等高端產品。同時重新製作新廣告，仍以優質、純淨的進口奶源為宣傳著力點，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，品牌知名度和美譽度得到明顯的提升。

在連續3年以「網絡互動活動+全國親子路演」的線上、線下聯動的方式舉辦互動活動之後，2013年的「體驗好奶源，玩轉新西蘭」大型系列品牌互動整合營銷活動更趨火熱，線上遊戲的直接參與人數就超過1,600萬人，而線下活動約10,000多場，覆蓋了全國一二三線近百個城市，互動活動同時亦與電子商務平台進行結合，在滲透品牌傳播力和拓展產品分銷力等方面取得相當優異的表現，並以其富有創意的活動方式榮膺「年度最佳營銷創新獎」等。

全年的新媒體投放順應年輕媽媽的媒介接觸習慣變化，以微博、微信等形式對消費者新西蘭體驗行程進行媒體資訊推介，借助微信、微博等網絡形式對消費者進行即時關懷。隨著網絡視頻的不斷發展，本集團還與業內領先的視頻網站愛奇藝網共同拍攝系列育兒視頻「寶寶養成記」，與優酷網進行熱門電視劇《咱們結婚吧》首席冠名合作，全年推出若干部微電影，拉近與新生代父母的距離。

本集團在不斷發展過程中也獲得了大量社會組織及權威機構的積極評價和認可，本集團以加快轉變經濟發展方式為主線，以科技進步為先導，以市場需求為座標，加強標準化生產基地建設，獲評「農業產業化國家重點龍頭企業」；本集團獲得「MIND AWARD營銷獎」，是獲獎品牌中唯一一家嬰幼兒奶粉生產企業；本集團再次榮膺「中國500最具價值品牌」稱號。

5. 提升研發水平

嬰幼兒奶粉方面，完成了超級 α -金裝原裝進口嬰幼兒配方奶粉和幼兒果蔬配方奶粉系列產品開發，其中超級 α -金裝原裝進口嬰幼兒配方奶粉已經上市，幼兒果蔬配方奶粉將根據市場需要逐步進行推廣和銷售；在配方奶粉中採用植物油和OPO油脂代替牛乳脂肪，使得脂肪酸組成更加接近母乳成分；規範了營養素供應商營養素標準，保證了產品指標的統一與穩定，在產品包裝上採用定值標識。

嬰幼兒米粉方面，完成了全新高蛋白系列嬰幼兒營養奶米粉的研發工作，該系列米粉全面提高了優質牛奶蛋白的含量，更能滿足嬰幼兒輔食方面的營養需求，現已經成功投產銷售；完成了11個營養米粉的升級並成功投產，現已經進入市場銷售。

成人系列奶粉，完成新原料的開發、產品的保存實驗、配方的制訂和產品主要指標和訴求點的確定等研發工作。開發出以植物甾醇作為主要賣點，以心腦血管健康為主要功能訴求的中老年奶粉，添加有益於腦部發育的AA和DHA的學生奶粉，以突出優質鈣概念的高鈣高鐵奶粉，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，大大提升豆奶粉的口感，新口感的豆奶粉已經全部投產，同時開發出中老年無添加蔗糖豆奶粉；麥片方面，開發了新品牛奶高鈣營養麥片、核桃果仁燕麥片和中老年高鈣燕麥片等高端產品，並已成功上市。同時，本集團推出了麥片禮盒系列產品，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

在各國經濟寬鬆政策的刺激下，2014年世界經濟形勢有望進一步改善，整體經濟復甦步伐將加快。國際貨幣基金組織(IMF)預計，2014年世界經濟將增長3.6%，增速比2013年提高0.7個百分點，並認為這一增長率屬於「偏低的中期增長軌跡」。2014年，發達國家經濟可望延續回升向好態勢，全球經濟回升也將更多地集中在發達經濟體。歐洲經濟走出衰退將推動全球市場信心改善，增強全球經濟的增長動力，而美國經濟穩固復甦也是決定全球經濟前景的最重要因素。經合組織(OECD)的綜合領先指標顯示，2013年10月該組織34個成員國整體領先指標為2011年6月以來的最高水平，表明發達經濟體經濟前景將進一步改善。2014年，新興經濟體和發展中國家經濟的增長速度也會有所加快，但主要新興經濟體經濟仍難以恢復到前幾年的較高增速。其結果是，發達國家和發展中國家兩大市場之間的經濟增速差距將進一步縮窄。

近幾年來，中國監管機構對於嬰幼兒奶粉市場先後推出一系列的政策制度，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，鼓勵行業兼併重組整合，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，中國監管機構對行業嚴格的執法監督，使得整個行業經營秩序和品質品控有更加安全的保障。在新的國家標準規範及行業監管措施下，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將保持相對穩定水平，人均可支配收入有所增加，消費者信心指數呈現較高水平。由於高端市場的需求日益明顯，高端嬰幼兒奶粉成長率高於整體乳品類成長水平，高端系列產品成為企業利潤及品牌形象的重要增長點。

2014年，基於「單獨二胎政策」的變化，預計中國新生兒將有較高出生率並在未來幾年保持相對穩定的水平。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。

2013年，奶粉網購的交易規模超人民幣100億元，預計到2014年，中國網絡購物會持續高速增長，遠遠超過實體消費市場的增長速度，而二三線城市的消費者的網購增幅達更大於一線城市。

2014年，中國政府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**

2014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，繼續致力於營銷渠道有效開拓、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、加強海外項目建設、加強內部優化整合、強化績效評價管理等工作，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：

- 一 **保持營銷渠道有效開拓**

本集團作為國產奶粉龍頭企業，擁有強大的終端掌控能力，具備明顯的渠道優勢，因應母嬰渠道的較快增長，佔有率進一步上升，繼續保持在二三線市場競爭優勢。積極深化二級城市經營網點，提升產品鋪市率，依憑強勢的產品品牌對二線城市的KA系統、母嬰渠道加大開發力度，在增加門店鋪市力度的同時，進一步鞏固和拉升單店銷量。

2014年，本集團將繼續加大對經銷商的管理和政策執行力，通過系統軟體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即時對接，為經銷商提供更加精準的服務和管理，確保產品快速推廣、分銷和流通。繼續深化渠道經營模式的創新，由傳統粗放型到精細化管理型，再到精準渠道經營模式創新化管理型轉變。創新為會員建立嬰幼兒奶粉積分營銷系統，完善構建大資料平台，實現精準營銷，以便與會員做深度互動，提升粉絲對本集團的美譽度、口碑傳播，創新推廣經營模式。加強母嬰渠道經營，對於城區高銷量母嬰店，連續加大投入力度，拓展母嬰渠道會員店，做到產品管理到位、渠道費用共管或投入精細可控、消費者黏著度高。

2014年，本集團將繼續提升產品核心競爭力，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，為消費者提供優質安全且符合各層次需求的產品。並針對產品不同分渠道經營，在母嬰渠道與電子商務開發專銷精品。同時，將繼續強化「採用來自全世界公認純淨、優質的100%進口奶源，實行高於國家標準的產品認證」的宣傳，增強消費者對我們產品品質、安全的信心，拉動市場銷量的提升。

2014年，本集團將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，把電子商務營銷模式提高到本公司戰略經營層面，成立獨立的銷售事業部，加大投入經營及會員管理。加強國家級的專業育嬰團隊、專業奶粉團隊的參與，全世界頂級專家強力加盟，全面提升營養部團隊的專業化服務水平。同時，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。

— 強化品牌建設力度

品牌的競爭就是品質管制力和品牌力的綜合競爭。本集團將再繼續挖掘核心品牌價值，支援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，從優質奶源入手，對系列產品，特別是超級 α -金裝高端產品進行廣告支援。

在與線上活動相結合的線下地面宣傳方面，繼續在全國範圍內舉行親子系列活動，優化活動主題及體驗，增加活動場次，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。同時致力於做有內容的營銷。

專業形象宣傳方面，繼續加強對基層母嬰事業的支持，利用多種形式及開拓多種渠道，普及優生優育理念，宣導健康科學的育兒觀，提升專業品牌形象。

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、一致的、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，讓每一個營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資訊，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品質管制，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品質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協力廠商獨立的權威機構、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2014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。

嬰幼兒奶粉方面，計劃開發添加水解蛋白類嬰幼兒配方奶粉和強化CPP嬰幼兒配方奶粉，開發添加益生菌的奶粉及補充包，豐富產品品種，滿足不同消費水平消費者的需求。

嬰幼兒米粉方面，深度拓展嬰幼兒輔食所需的輔助性食料，開發多維果蔬營養奶米粉和乳清蛋白營養奶米粉，以豐富產品品種。

成人奶粉方面，中老年奶粉產品主要開發中老年多維高鈣奶粉、中老年優質蛋白奶粉和添加水果粉的中老年奶粉；開發添加水果粉的兒童奶粉，豐富營養元素並與幼兒配方奶粉水果粉的產品形成延續性。

麥片方面，開發有市場潛力的新品，開發多個健康營養新品。同時根據市場需求不斷變化，對麥片進行配方升級並持續改進。

— 加強海外項目建設

2014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品質和安全，將本集團打造成為國際化、專業化和規範化的國際企業。

— 加強內部優化整合

2014年，本集團將依託蒙牛集團和中糧集團的強力支援和更高平台，積極開展資源優化和優勢整合的工作，充分發揮協同效應，獲取蒙牛集團在品牌、資源、管理及技術上的最大支持，注重事後工作和加強鄭州工廠的資產重組、研討並制定長遠戰略規劃、合作模式的創新和渠道資源的共享、組織管理的升級和優化，以期進一步加強本集團品牌的影響力、渠道的滲透力、市場的競爭力以及管理的執行力，更好地促進企業更快更強的發展。

— 強化績效評價管理

2014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，借此鼓勵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

2013年，外部市場環境發生深刻變化，內部股權結構發生根本變化，本集團積極回應，快速調整，對企業管理機制進行變革和完善，運營方面：強化責任，加大授權力度，縮短決策流程，以績效導向制定針對性激勵制度，加強監控，防範風險，進一步完善了責、權、利、控對等的運營管理體系；財務方面，進一步深化預算管理，管控力延伸到基層業務單元，同時加強預算剛性，推動業務執行力的提升；人力方面，推動集團業務夥伴模式落地，建立前台服務（駐地人力資源團隊）、中台協調（運作人力資源團隊）及後台管控（職能人力資源團隊）的更加清晰作業鏈，快速回應業務發展重點需求，積極配合本公司變革推進，全力支持年度經營目標的實現，同時為未來發展打造管理平台基礎。

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、機構保持良好地溝通關係，及時更新並發佈公司最新資訊，積極參與各項公益事業和慈善活動。

本集團內部制定了一套完整的危機管理系統及應對機制，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，對輿情進行監控，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

截止到2013年12月31日，本集團共有6,126名全職僱員。僱員本年總成本約為人民幣393.1百萬元（2012年：人民幣313.7百萬元）。僱員總成本的增加乃主要由於員工人數的增加以及員工平均薪酬及社保費用增加。

我們注重激勵員工，並已建立及維持基於業績和能力的績效評價體系與薪酬激勵體系，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「人才是本公司最重要資產」的理念，並於本公司三十周年之際提出以「激情•責任•創新•共贏」之核心價值觀重塑本公司文化，引領本公司全體員工激發鬥志、開創未來。

因應本公司戰略及業務發展，本集團已於本年度建立關鍵崗位人才儲備及發展計劃，並借助實際運作雅士利商學院平台及內外部人才資源整合，持續建設人才梯隊。同時積極引進國際化人才，為集團國際化運作奠定基礎。

本集團亦投入相當之精力於人力資源管理系統及制度的精進，建立適應集團化人力資源管控模式的人力資源管理體系，並推進營銷、製造及職能分層分類制度化建設。

展望2014年，本集團將在已有的人力資源體系基礎上，推進人力資源業務夥伴模式(HRBP)、全面人力成本預算及規劃、基於業績與能力的績效管理與薪酬獎金優化、配合五年戰略規劃之長期股權激勵計劃及雅士利商學院推廣等重點項目，以進一步支撐戰略及業務發展。

企業管治及投資者關係

本集團認為，與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資料的最新情況，以供公眾查閱。

企業公民及社會責任

本集團作為行業領先的民族企業，在發展壯大的同時，也不斷反哺社會，連年捐款捐物、參與救災重建、扶貧濟困等各項公益活動。年內，本集團通過潮州慈善總會、中國扶貧基金會向四川雅安災區捐款及捐贈物資；在「廣東扶貧濟困日」活動中向慈善機構捐款。在「全國助殘日」通過潮州集德福利會向受助者捐贈慰問物資；在「母嬰平安120行動」項目中，向中國扶貧基金會捐款及捐贈物資；在「8.16洪澇救災行動」中通過潮州慈善總會向潮南、潮陽捐贈物資。以實際行動宣導人文關懷，奉獻愛心，積極履行社會責任。

施恩(中國)在2013年「廣東扶貧濟困日暨廣州慈善日」捐贈資金，為貧困民眾送去溫暖、提供支援。

於2013年，本集團合計為慈善公益事業捐款物價值超過人民幣7.4百萬元。

財務回顧

收入

截至2013年12月31日止年度，本集團之收入達人民幣3,890.0百萬元(2012年：人民幣3,655.1百萬元)，較去年增長6.4%。

按品牌及產品類別劃分之收入

	2013 人民幣百萬元	2012 人民幣百萬元	變動比例
雅士利嬰幼兒配方奶粉	2,660.7	2,478.3	7.4%
施恩嬰幼兒配方奶粉	660.5	653.4	1.1%
營養食品	546.2	489.4	11.6%
其他	22.6	34.0	-33.5%
總計	3,890.0	3,655.1	6.4%

2013年年中，中國國家發展和改革委員會對奶粉企業的反壟斷調查，促使了部分奶粉企業降價，使得市場競爭更為激烈；且本集團主要供應商之一新西蘭恒天然集團2013年8月曝出肉毒桿菌事件，本集團雖未採用任何其生產的有問題產品WPC，但下半年業績也因此受到衝擊。雙重因素衝擊下，本集團積極應對，在市場渠道拓展、品牌力提升、調整及優化產品結構等方面採取了一系列舉措，將奶粉事件及政策影響降至最低，使得全年業績保持相對穩定。

截至2013年12月31日止年度，雅士利嬰幼兒配方奶粉產品實現銷售收入人民幣2,660.7百萬元(2012年：人民幣2,478.3百萬元)，較上年增長7.4%，而施恩嬰幼兒配方奶粉產品實現銷售收入人民幣660.5百萬元(2012年：人民幣653.4百萬元)，較上年增長1.1%。

截至2013年12月31日止年度，營養食品實現銷售收入人民幣546.2百萬元(2012年：人民幣489.4百萬元)，較上年增長11.6%，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2012年人民幣34.0百萬元減至2013年人民幣22.6百萬元，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

	2013 人民幣百萬元	2012 人民幣百萬元	變動比例
一線城市 ⁽¹⁾	273.6	313.6	-12.8%
二線城市 ⁽²⁾	1,032.8	1,108.9	-6.9%
三線城市及其他 ⁽³⁾	1,354.3	1,055.8	28.3%
總計	2,660.7	2,478.3	7.4%

一 施恩嬰幼兒配方奶粉

	2013 人民幣百萬元	2012 人民幣百萬元	變動比例
一線城市 ⁽¹⁾	70.0	66.0	6.1%
二線城市 ⁽²⁾	415.2	437.1	-5.0%
三線城市及其他 ⁽³⁾	175.3	150.3	16.6%
總計	660.5	653.4	1.1%

註：

- (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、南陽及佛山等地級市。
- (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。於2013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。奶粉事件對一線及二線城市的消費者衝擊較大，主打新西蘭奶源的雅士利嬰幼兒奶粉受到的影響在一二線城市影響較為直接，2013年較2012年表現下滑，然而憑藉在三線及其他城市一直以來積累的品牌優勢和口碑，雅士利及施恩品牌在三線及其他級別城市仍是維持雙位數的增長。

毛利

截至2013年12月31日止年度，本集團錄得毛利為人民幣2,080.1百萬元(2012年：人民幣1,961.7百萬元)，較去年上升6.0%，毛利率為53.5%(2012年：53.7%)。2013年初，新西蘭遭遇70年以來最嚴重的旱災，原料奶粉價格大幅度上漲，對本集團毛利構成壓力。本集團憑藉優化的產品結構，提高高毛利高端產品的佔比抵消了原料粉成本上漲對毛利的影響，毛利率與2012年基本持平。

銷售及經銷支出

截至2013年12月31日止年度，本集團發生銷售及經銷費用為人民幣1,393.8百萬元(2012年：人民幣1,222.7百萬元)，較去年增加了14%，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。2013年上半年，本集團致力於開拓新門店，導購人員投入相應增加，此外，面對競品在反壟斷調查下競品降價以及奶粉事件，本集團於2013年下半年也加大終端促銷力度，從而使終端促銷費增高。

行政開支

截至2013年12月31日止年度，管理費用為人民幣219.2百萬元(2012年：人民幣202.1百萬元)，較去年增加了8.5%，主要由於人工費用、稅費增加以及2013年被併購過程中產生的審計評估費和仲介諮詢費增加所致。

所得稅開支

截至2013年12月31日止年度，本集團計提的所得稅費用為人民幣137.4百萬元(2012年：人民幣175.9百萬元)，實際所得稅率為23.8%(2012年：27.2%)。所得稅費用的減少主要是集團內部子公司間進行重組過程中產生的股權轉讓損失在稅前進行所得稅抵扣所致。

存貨

於2013年12月31日，本集團存貨餘額為人民幣886.2百萬元(2012年12月31日：人民幣652.9百萬元)。國際奶源漲價趨勢持續，本集團採取了策略性採購，增加了原料儲備，原材料餘額增加187.4百萬元。

其他投資

於2013年12月31日，其他投資為保本型理財產品，預期收益率為5.1%至5.8%

或然負債

於2013年12月31日，本集團並無重大或然負債(2012年12月31日：無)。

資本承擔

於2013年12月31日，本集團資本承擔總額為人民幣994.0百萬元(2012年12月31日：人民幣824.3百萬元)，主要為本集團新西蘭的建設而產生。

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437.6百萬元，較去年下降6.6%，在毛利率與上年基本持平的情況下、銷售及經銷成本佔比上升以及借款產生的利息支出增加所致。

呆賬撥備

於2013年12月31日，本集團的呆賬撥備為人民幣1.3百萬元(2012年：人民幣0.9百萬元)。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2013年12月31日，本集團的存貨減值撥備餘額為0百萬元(2012年：人民幣0.1百萬元)。此外，本集團亦錄得存貨報廢虧損人民幣0.3百萬元(2012年：人民幣2.1百萬元)，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2013年12月31日，本集團已抵押之銀行存款、應收票據及若干物業、廠房及設備合共約人民幣271.0百萬元(2012年12月31日：人民幣417.0百萬元)，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。

流動資金及資本資源

2010年下半年成功在香港聯交所上市，本集團流動資金得到加強。由上市收取的款項淨額為人民幣1,965.8百萬元(已扣除轉換部分上市所得款項所產生的兌換損失及有關開支)。

經營活動

截至2013年12月31日止年度，本集團的業務帶來人民幣140.9百萬元(2012年：淨現金人民幣772.0百萬元)。經營現金淨流入下降主要是因為基於策略性採購，本集團增加了庫存結餘人民幣244.6百萬元。此外，本集團與部分原料供應商達成協議，縮短了付款期限以換取採購價的折讓。應付賬款周轉天數從2012年的89天縮短至70天，也使得本集團2013年經營淨現金流入額減少。

投資活動

截至2013年12月31日止年度，投資活動所用現金淨額為人民幣168.3百萬元，投資活動支出主要用於新西蘭工廠以及鄭州工廠的設備及廠房構建。

融資活動

截至2013年12月31日止年度，融資活動所用現金淨支出額為人民幣1,444.5百萬元，主要用作於派發股息。

貸款及借款

截至2013年12月31日，本集團貸款及借款為人民幣201.5百萬元(2012年12月31日：人民幣330.9百萬元)。借款的年化利率為libor+0.7%至libor+0.85%。上述借款以存款或理財產品作擔保，其年化收益為4.125%至5.5%。截至2013年12月31日，本集團資產負債比率為4.5%(2012年12月31日：5.9%)，資產負債比率為年末計息銀行貸款總額除以年末資產總額。

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2013年12月31日所得款項淨額用途相應如下：

項目	於2012年底 可動用 人民幣千元	截至2013年 12月31日 止年度動用 人民幣千元	於2013年 12月31日 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	280,168	65,366	214,802
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	488,314	180,418	307,896
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	364,679	202,838	161,841
提高本集團的研發能力	136,247	95,413	40,834
合計	1,269,408	544,035	725,373

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」)，其目的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名參與人士，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」))或之後並無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周年歸屬；
- 五分之一的購股權已於首個歸屬日第二個周年歸屬；
- 五分之一的購股權將於首個歸屬日第三個周年歸屬；
- 五分之一的購股權將於首個歸屬日第四個周年歸屬；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15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2013年 1月1日 的餘額	於2013年 行使	於2013年 失效	於2013年 12月31日 的餘額	已行使 購股權的 每股收市價 港元
董事					
張利鈿	9,328,352 ⁽¹⁾	3,109,448	6,218,904	—	2.68
張雁鵬	1,424,697 ⁽¹⁾	474,896	949,801	—	2.68
其他員工	29,329,799 ⁽¹⁾	9,624,709	19,705,090	—	2.68
其他員工	9,671,156 ⁽²⁾	3,060,171	6,610,985	—	不適用
總計	49,754,004	16,269,224	33,484,780	—	

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2011年8月29日採納購股權計劃，其目的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、增長或成功而言屬重要及／或其貢獻屬有利或將會有利的合資格參與者的持續關係。

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，致使在任何截至最近授出當日止12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28天或之前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2013年12月31日止已授出的購股權的詳情如下：

授出日期	每股行使價 港元	於2013年 1月1日 的餘額	於2013年 授出	於2013年 行使	於2013年 失效	於2013年 12月31日 的餘額
2011年8月29日	1.50	41,256,736	—	19,954,866	21,301,870	—

於2013年7月23日，蒙牛國際向本公司的期權持有人提出自願性全面收購要約（「期權要約」），以註銷首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃項下授出的所有未行時期權（「期權」）。進一步詳情請參閱蒙牛國際日期為2013年7月23日有關（其中包括）期權要約的要約文件。

於2013年8月13日（即期權要約之最後截止日期），已就52,088,266份期權接獲期權要約的有效接納書。於期權要約獲接納後，相關期權連同附帶之所有權利已被註銷及放棄，而所有未行時期權亦已自動失效。

因此，於2013年12月31日，本公司概無授出任何未行時期權。

購買、出售或贖回本公司上市證券

除如上文所述根據首次公開發售前購股權獲行使而發行16,269,224股股份及根據購股權獲行使而發行19,954,866股股份外，本公司或其任何附屬公司於截至2013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2013年12月31日止年度向於2014年6月13日名列股東名冊的股東派付末期股息每股股份人民幣3.69分，惟須獲股東於2014年6月5日舉行的應屆股東周年大會上批准。

截至2013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131.3百萬元，佔本公司年度溢利約30.0%。建議派發之末期股息將以現金派付。

該等截至2013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30.0%。董事認為，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公司法第22章(1961年第三號法例，經綜合及修訂)可獲授權的任何其他基金或賬目中作出宣派及派付，惟須受組織章程大綱或組織章程細則的條文所規限，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。

暫停辦理股份過戶手續

(i) 釐定有權出席應屆股東周年大會並於會上表決的股東身份

本公司將於2014年6月3日至2014年6月5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。為符合出席將於2014年6月5日舉行之應屆股東周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2014年5月30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2014年6月12日至2014年6月13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2014年6月11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2014年6月5日舉行的應屆股東周年大會上批准後，建議派發之末期股息將向於2014年6月13日名列本公司股東名冊的股東派付。

進行證券交易的標準守則

董事會已採納上市規則附錄十所載之上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「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2013年12月31日止年度皆有遵守標準守則。

本公司已制定就由可能擁有本公司尚未公佈的內幕消息的僱員進行證券交易的書面指引(「僱員書面指引」)，其條款並不比標準守則寬鬆。

本公司並未發現任何僱員不遵守僱員書面指引的事件。

企業管治常規

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完善的內部監控制度，以提高透明度及對股東之問責性。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截至2013年12月31日止年度整段期間採納香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則(「上市規則」)附錄十四所載企業管治守則(「企業管治守則」)的原則。

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。董事會主席孫伊萍女士主要負責本集團的整體企業策略性規劃及業務發展。日常管理則由執行董事及高級管理層共同分擔。

就企業管治守則條文第A.6.7條而言，獨立非執行董事及非執行董事須出席本公司的股東大會。余世茂先生及黃敬安先生已出席於2013年6月6日舉行的股東周年大會。其餘的獨立非執行董事及非執行董事由於須處理其他業務而缺席該股東周年大會。

本公司致力提升適合其業務運作及發展的企業管治常規，並不時檢討該等常規，以確保其符合法定及專業標準，並緊貼最新發展。鑒於對企業管治守則的守則條文第A.5.6條有關董事會成員多元化的修訂(已於2013年9月1日生效)，董事會已草擬董事會成員多元化政策，包括可度量的目標及達成該等目標的進展。該董事會成員多元化政策草稿已於2014年3月24日的董事會會議上獲得通過。

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2013年12月31日止年度的合併財務報表。

股東周年大會

本公司股東周年大會將於2014年6月5日(星期四)舉行。該股東周年大會的通告將於適當時候刊發並寄發予本公司股東。

承董事會命
雅士利國際控股有限公司
主席
孫伊萍

香港，2014年3月24日

於本公告日期，本公司董事會成員包括：非執行董事孫伊萍女士(主席)、丁聖先生及吳景水先生；執行董事李東明先生、張利鈿先生及張雁鵬先生；以及獨立非執行董事程守太先生、莫衛斌先生及李港衛先生。