

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佈之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈全部或任何部份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。



蒙牛

CHINA MENGNIU DAIRY COMPANY LIMITED

中國蒙牛乳業有限公司*

(在開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：2319)

截至二零一三年十二月三十一日止年度的
全年業績公佈

摘要：

2013年全年業績摘要

截至12月31日止年度	2013年 人民幣千元	2012年 人民幣千元 經重述*	變動 百分比
收入	43,356,908	35,999,990	20.4%
毛利	11,697,245	8,949,998	30.7%
本公司擁有人應佔利潤	1,630,925	1,303,101	25.2%
經營業務產生的淨現金流入	3,283,679	1,881,484	74.5%
每股盈利(人民幣元)			
— 基本	0.904	0.737	22.7%
— 攤薄	0.896	0.737	21.6%

* 上述若干數額並不對應2012年12月31日之年度綜合財務報表。根據國際財務報告準則第11號「合營安排」的規定，蒙牛對合營企業歐世蒙牛的投資由按投資比例合併追溯調整為權益法入帳。

* 僅供識別

- 中國政府出台了包括鼓勵兼併重組、提高行業准入門檻、對進口奶粉產品進行反壟斷調查、放寬一孩政策等一系列舉措，既有利行業長遠健康發展，也為蒙牛等龍頭企業帶來了龐大機遇。
- 蒙牛因應市場情況積極調整產品結構，著力發展增長強勁的酸奶及乳飲料業務，降低過度依賴原奶的產品比例，並通過品牌梳理，聚焦重點品牌，整合銷售渠道，提升盈利能力，促使本集團收入和利潤均錄得穩定增長。
- 規模化奶源比例達到94%，從源頭上保證產品安全。
- 增持中國現代牧業控股有限公司（「現代牧業」，股票編號：1117）及入股原生態牧業有限公司（「原生態牧業」，股份代號：1431），加強對優質奶源的把控。
- 蒙牛與Danone S.A.及其子公司（統稱「Danone集團」）簽署框架協議，合併重組雙方在中國的低溫乳製品業務，透過合資公司共同發展低溫業務。
- 收購雅士利國際控股有限公司（「雅士利」，票編號：1230），捕捉國內嬰幼兒配方奶粉市場快速增長的商機。
- 根據市場研究機構尼爾森(Nielsen)公司的數據顯示，蒙牛液體奶及低溫酸奶2013年的市場份額繼續穩居市場第一。

中國蒙牛乳業有限公司(「本公司」)之董事(「董事」)會(「董事會」)欣然呈報本公司及其子公司(「本集團」或「蒙牛」)截至二零一三年十二月三十一日止年度的業績連同比較數字。

綜合損益表

截至二零一三年十二月三十一日止年度

	附註	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元 (經重述)
持續經營業務			
收入	4	43,356,908	35,999,990
銷售成本		(31,659,663)	(27,049,992)
毛利		11,697,245	8,949,998
其他收入及收益	4	288,633	249,195
銷售及經銷費用		(8,168,238)	(6,222,749)
行政費用		(1,605,791)	(1,174,851)
其他費用	5	(360,125)	(193,811)
經營業務利潤		1,851,724	1,607,782
利息收入		359,295	218,148
融資成本	7	(160,377)	(39,159)
應佔以下利潤及虧損：			
一間合營企業		-	(66,763)
聯營公司		153,861	13,855
來自持續經營業務之稅前利潤	6	2,204,503	1,733,863
所得稅支出	8	(366,713)	(245,476)
來自持續經營業務之本年利潤		1,837,790	1,488,387
已終止經營業務			
來自已終止經營業務之本年利潤	9	24,198	429
本年利潤		1,861,988	1,488,816
以下各方應佔：			
本公司擁有人		1,630,925	1,303,101
非控股股東權益		231,063	185,715
		1,861,988	1,488,816
本公司普通股擁有人應佔每股盈利 (以每股人民幣元計)	11		
基本			
— 本年利潤		0.904	0.737
— 來自持續經營業務之利潤		0.891	0.737
攤薄			
— 本年利潤		0.896	0.737
— 來自持續經營業務之利潤		0.883	0.737

綜合財務狀況表

於二零一三年十二月三十一日

	附註	二零一三年 十二月 三十一日 人民幣千元	二零一二年 十二月 三十一日 人民幣千元 經重述	二零一二年 一月一日 人民幣千元 經重述
非流動資產				
物業、廠房及設備		9,246,109	7,739,259	6,635,921
在建工程		1,275,875	596,812	886,674
投資物業		115,816	–	–
土地使用權		1,048,813	801,191	578,604
商譽		5,694,938	482,436	482,436
其他無形資產		1,612,293	224,228	223,442
於一間合資企業的投資		–	–	66,763
於聯營公司的投資		2,843,155	77,921	153,352
遞延所得稅資產		155,739	72,093	66,749
生物資產		36,707	211,686	–
非流動金融資產		1,699,666	563,309	365,167
長期預付款		289,145	299,947	243,942
		<u>24,018,256</u>	<u>11,068,882</u>	<u>9,703,050</u>
流動資產				
其他流動金融資產		1,744,747	441,377	148,711
存貨		2,577,078	1,362,673	1,643,290
應收賬款及票據	12	754,265	855,708	810,391
預付款、按金及其他應收款項		2,485,297	1,383,611	1,034,538
保證金存款		561,709	51,602	174,430
現金及銀行結存		7,101,580	5,752,041	6,485,269
		<u>15,224,676</u>	<u>9,847,012</u>	<u>10,296,629</u>
分類為持有待售的處置組內資產	9	<u>1,096,464</u>	<u>–</u>	<u>–</u>
		<u>16,321,140</u>	<u>9,847,012</u>	<u>10,296,629</u>
流動負債				
應付賬款及票據	13	4,761,298	3,629,460	3,653,349
其他應付款項及預提費用		4,354,840	2,550,911	2,727,161
計息銀行及其他借貸		8,461,506	573,777	402,075
其他貸款		92,565	24,915	119,094
遞延收益		19,389	19,056	18,912
應付所得稅		170,483	58,426	103,228
		<u>17,860,081</u>	<u>6,856,545</u>	<u>7,023,819</u>
與分類為持有待售的資產直接 相關的負債	9	<u>203,250</u>	<u>–</u>	<u>–</u>
		<u>18,063,331</u>	<u>6,856,545</u>	<u>7,023,819</u>
淨流動資產／(負債)		<u>(1,742,191)</u>	<u>2,990,467</u>	<u>3,272,810</u>
總資產減流動負債		<u>22,276,065</u>	<u>14,059,349</u>	<u>12,975,860</u>

綜合財務狀況表(續)

於二零一三年十二月三十一日

	二零一三年 十二月 三十一日 人民幣千元	二零一二年 十二月 三十一日 人民幣千元 經重述	二零一二年 一月一日 人民幣千元 經重述
非流動負債			
計息銀行及其他借貸	3,235,535	-	-
長期應付款項	100,678	144,593	188,739
遞延收益	200,326	215,740	234,940
遞延所得稅負債	64,429	33,051	22,830
其他金融負債	663,959	544,858	480,531
	<u>4,264,927</u>	<u>938,242</u>	<u>927,040</u>
淨資產	<u>18,011,138</u>	<u>13,121,107</u>	<u>12,048,820</u>
權益			
本公司擁有人應佔權益			
已發行股本	186,476	181,151	181,087
限制性股票獎勵計劃下持有的股份	(394,121)	-	-
其他儲備	10,628,142	8,491,301	8,190,634
保留利潤	4,940,421	3,816,793	3,099,337
	<u>15,360,918</u>	<u>12,489,245</u>	<u>11,471,058</u>
非控股股東權益	<u>2,650,220</u>	<u>631,862</u>	<u>577,762</u>
總權益	<u>18,011,138</u>	<u>13,121,107</u>	<u>12,048,820</u>

附註：

1. 公司資料

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

2.1 編製基準

該等財務報表是按照國際會計準則委員會(「國際會計準則委員會」)頒佈的國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)及香港公司法的披露規定編製而成。財務報表以歷史成本法編製，惟購股權、若干可供出售股本投資、生物資產及衍生金融工具以公允值計量。持有待售的處置組乃按其賬面值及公允值減銷售成本後的餘額孰低列賬。財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，而所有數值除另有指明外，均調整至最接近的千位。

綜合基準

綜合財務報表包括本公司及其子公司(統稱「本集團」)截至二零一三年十二月三十一日止年度的財務報表。編製子公司財務報表的呈報期間與本公司相同，會計政策亦貫徹一致。子公司業績由本集團取得控制權當日起綜合入賬，直至控制權不再存在當日為止。

本公司擁有人及非控股股東權益須分享損益及每個其他全面收益項目，即使此舉會令非控股股東權益結餘為負數。本集團成員公司間交易涉及的所有集團內公司間資產與負債、權益、收入、開支及現金流量，均於綜合入賬時全數對銷。

倘有事實及情況顯示下文有關子公司入賬會計政策內所述的三項控制權要素有一項或以上出現變動，本集團會重新評估其是否對被投資方擁有控制權。子公司的所有權變動(並無失去控制權)按權益交易入賬。

倘本集團失去對子公司的控制權，則其終止確認(i)該子公司的資產(包括商譽)及負債、(ii)任何非控股股東權益的賬面值及(iii)於權益內記錄的累計換算差額；及確認(i)所收代價的公允值、(ii)所保留任何投資的公允值及(iii)損益中任何因此產生的盈餘或虧損。先前於其他全面收益內確認的本集團應佔部分重新歸類為損益或保留利潤(如適用)，所按基準與本集團已直接出售相關的資產或負債所規定者相同。

2.2 會計政策之變動及披露

本集團已於本年度的財務報表首次採納以下新訂及經修訂國際財務報告準則。

國際財務報告準則第1號的修訂	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號的修訂	國際財務報告準則第7號「金融工具：披露—抵銷金融資產及金融負債」的修訂
國際財務報告準則第10號	綜合財務報表
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	於其他實體的權益的披露
國際財務報告準則第10號、 國際財務報告準則第11號及 國際財務報告準則第12號的修訂	國際財務報告準則第10號、國際財務報告準則第11號及國際財務報告準則第12號的修訂—過渡指引
國際財務報告準則第13號	公允值計量
國際會計準則第1號的修訂	國際會計準則第1號「財務報表的呈列—其他全面收益項目的呈列」的修訂
國際會計準則第19號(經修訂)	僱員福利
國際會計準則第27號(經修訂)	獨立財務報表
國際會計準則第28號(經修訂)	於聯營公司及合營企業的投資
國際會計準則第36號的修訂	國際會計準則第36號「資產減值—非金融資產的可收回金額披露」的修訂
國際財務報告詮釋委員會第20號 二零零九年至二零一一年週期的 年度改進	露天礦生產階段的剝採成本 於二零一二年五月頒佈的多項國際財務報告準則的修訂

除下文所詳述有關國際財務報告準則第10號、國際財務報告準則第11號、國際財務報告準則第12號、國際財務報告準則第13號、國際會計準則第19號(經修訂)、國際財務報告準則第10號、國際財務報告準則第11號、國際財務報告準則第12號、國際會計準則第1號及國際會計準則第36號的修訂以及載於二零零九年至二零一一年週期的年度改進(在適當情況下包括其他準則)的若干修訂的影響外，採納新訂及經修訂國際財務報告準則對該等財務報表並無產生重大財務影響。

採納該等新訂及經修訂國際財務報告準則的主要影響如下：

- (a) 國際財務報告準則第10號取代國際會計準則第27號綜合及獨立財務報表有關綜合財務報表的會計處理部分，以及針對詮釋常務委員會第12號綜合—特殊目的實體的事宜，同時制定用以釐定將何等實體綜合入賬的單一控制模型。為符合國際財務報告準則第10號中控制權的定義，投資者必須擁有：(a)對投資對象的權力；(b)來自參與投資對象的可變回報的風險或權利；及(c)對投資對象使用其權力影響投資者回報金額的能力。國際財務報告準則第10號引入的變更要求本集團管理層行使重大判斷力，以釐定對何等實體有控制權。

應用國際財務報告準則第10號後，本集團已更改有關釐定何等投資對象受本集團控制的會計政策。

應用國際財務報告準則第10號並無改變本集團於二零一三年一月一日有關參與投資對象業務的任何綜合賬目的結論。

2.2 會計政策之變動及披露(續)

- (b) 國際財務報告準則第11號取代了國際會計準則第31號於合營企業的權益及詮釋常務委員會第13號共同控制實體—合營方的非貨幣出資，說明擁有共同控制權的合營安排的會計處理，當中只針對兩種模式的合營安排，即合作經營及合營企業，並取消其按比例合併入賬的方式。國際財務報告準則第11號項下合營安排的分類取決於因安排產生的各方權利及責任。合作經營乃合作經營方對安排的資產享有權利及對安排的負債承擔義務的合營安排，並以合作經營方於合作經營中的權利及義務為限按逐項對應基準入賬。合營企業乃合營方對安排的淨資產享有權利及根據國際會計準則第28號(經修訂)須以權益法入賬的合營安排。

本公司董事已按照國際財務報告準則第11號的規定，複核並評估本集團於合營安排投資的分類，結論是本集團於歐世蒙牛(內蒙古)乳製品有限責任公司(「歐世蒙牛」)的投資(原先根據國際會計準則第31號分類為共同控制實體，並按比例合併法計算入賬)，現根據國際財務報告準則第11號應分類為合營企業，並須按權益法入賬。對合營企業投資會計方式的變更已追溯應用。於二零一二年一月一日的期初結餘及截至二零一二年十二月三十一日止年度的比較資料已在綜合財務報表作出重述。對財務報表的量化影響概述如下：

對綜合損益表的影響：

	二零一二年 人民幣千元
收入減少	(79,354)
銷售成本增加	<u>(24,373)</u>
毛利減少	(103,727)
其他收入及收益減少	(816)
銷售及經銷費用減少	203,093
行政費用減少	13,365
其他經營費用減少	<u>1,675</u>
經營利潤增加	113,590
利息收入減少	(164)
融資成本減少	2,595
應佔合營企業虧損增加	<u>(66,763)</u>
對稅前利潤的淨增加	49,258
對所得稅支出的淨影響	<u>—</u>
對本年利潤及全面收益總額的淨增加	<u>49,258</u>
對每股盈利的淨增加	<u>0.026</u>

2.2 會計政策之變動及披露(續)

(b) (續)

對綜合財務狀況表的影響：

	二零一二年 十二月三十一日 人民幣千元	二零一二年 一月一日 人民幣千元
物業、廠房及設備減少	(152,655)	(170,618)
在建工程減少	-	(429)
土地使用權減少	(6,252)	(6,403)
其他無形資產減少	(1,749)	(1,445)
於合營企業的投資增加	-	66,763*
非流動資產總值減少	(160,656)	(112,132)
應收賬款及票據增加／(減少)	54,235	(25,367)
存貨減少	(57,225)	(41,957)
預付款、按金及其他應收款項增加	115,155	16,115
保證金存款減少	-	(859)
現金及銀行結存減少	(26,349)	(37,806)
流動資產總值增加／(減少)	85,816	(89,874)
應付賬款及票據減少	(49,405)	(31,197)
其他應付款項及預提費用減少	(74,693)	(35,340)
計息銀行貸款及其他借款減少	-	(135,469)
流動負債總值減少	(124,098)	(202,006)
流動資產淨值增加	209,914	112,132
對資產淨值和權益的影響	49,258	-

* 本集團以之前按比例合併的資產與負債(包括收購產生的任何商譽)賬面值之和，確認截至二零一二年一月一日於合營企業的初始投資。

於二零一二年十二月三十一日，本集團的未確認合營企業累計虧損為人民幣49,258,000元(二零一二年一月一日：無)。本集團對合營企業的負資產淨值並無法律或推定責任，因此本集團並沒有確認相應負債，而按保留利潤對此作調整。

2.2 會計政策之變動及披露(續)

(b) (續)

對綜合現金流量表的影響：

	二零一二年 人民幣千元
經營業務產生的淨現金流量減少	(125,412)
投資活動所用的淨現金流量減少	3,504
融資活動所用的淨現金流量減少	133,394
	<hr/>
現金及現金等價物增加淨額	11,486

- (c) 國際財務報告準則第12號載有關於子公司、合營安排、聯營公司及結構性實體的披露規定，該等規定先前包括在國際會計準則第27號綜合及獨立財務報表、國際會計準則第31號於合營企業的權益及國際會計準則第28號於聯營公司的投資內。該準則亦就該等實體引入多項新披露規定。有關子公司、合營企業及聯營公司的披露詳情載於財務報表。
- (d) 國際財務報告準則第10號、國際財務報告準則第11號及國際財務報告準則第12號修訂本釐清國際財務報告準則第10號的過渡指引，並提供進一步寬免，免除該等準則的完全追溯應用，以及限定僅就前一個比較期間提供經調整比較資料。該等修訂本釐清，倘於首次應用國際財務報告準則第10號的年度期間開始時，國際財務報告準則第10號與國際會計準則第27號或詮釋常務委員會第12號有關本集團所控制實體的綜合結論有所不同，方須作出追溯調整。
- (e) 國際財務報告準則第13號為公允值提供精確定義，公允值計量的唯一指引及在國際財務報告準則範圍內使用的披露規定。該項準則並無改變本集團須使用公允值的情況，但為於其他國際財務報告準則已規定或允許使用公允值的情況下，應如何應用公允值提供了指引。國際財務報告準則第13號以未來適用法應用，而採納該項準則對本集團的公允值計量並無產生重大影響。由於國際財務報告準則第13號提供指引，計量公允值的政策已作修訂。國際財務報告準則第13號所規定關於投資物業及金融資產公允值計量的額外披露，載於財務報表。
- (f) 國際會計準則第1號修訂本改變在其他全面收入呈列的項目的分組。可於未來某個時間重新分類(或重新使用)至損益的項目(例如換算外國業務的匯兌差額、現金流量對沖變動淨額及可供出售金融資產虧損或收益淨額)會與永不重新分類的項目(例如土地及樓宇重估)分開呈列。該等修訂本僅影響呈列方式，而不會對本集團的財務狀況或表現產生影響。為反映該等變動，綜合損益表已予重述。此外，本集團已選擇於該等財務報表中使用該等修訂本引入的新「損益表」名稱。

2.2 會計政策之變動及披露(續)

- (g) 國際會計準則第19號(經修訂)包括從基本改變以至簡單闡明及重新措辭之多項修訂本。經修訂的準則就界定退休金計劃的會計處理引入重大變動，包括取消遞延確認精算收益及虧損的選擇。其他變動包括修改離職福利的確認時間、短期僱員福利的分類及界定福利計劃的披露。由於本集團並無任何界定福利計劃或僱員離職計劃，亦無任何預期於報告期後超過十二個月清償的任何重大僱員福利，故採納經修訂準則對本集團的財務狀況或表現並無影響。
- (h) 國際會計準則第36號的修訂取消國際財務報告準則第13號對並無減值現金產生單位的可收回金額所作計劃以外的披露規定。此外，該等修訂本規定須披露已於報告期內確認或撥回減值虧損的資產或現金產生單位的可收回金額，並擴大該等資產或單位(倘其可收回金額乃基於公允值減出售成本)的公允值計量的披露規定。該等修訂本於二零一四年一月一日或之後開始的年度期間追溯生效，並可提早應用，惟同時亦須應用國際財務報告準則第13號。本集團已於該等財務報表內提早採納該等修訂本。該等修訂本對本集團的財務狀況或表現並無影響。有關本集團已減值非金融資產的披露資料載於財務報表內。
- (i) 於二零一二年六月頒佈的二零零九年至二零一一年週期的年度改進載有多項準則的修訂本。每項準則均有獨立過渡條文。儘管採納部分修訂可能導致會計政策改變，惟該等修訂本對本集團並無重大財務影響。最適用於本集團的主要修訂本的詳情如下：

- 國際會計準則第1號呈列財務報表：釐清自願披露的額外可比資料與最低要求的可比資料的區別。最低要求的可比期間一般是前一期間。當實體自願披露的可比資料期間超過前一期間，其必須於財務報表相關附註中包含可比資料。額外的可比資料無需包含一套完整的財務報表。

另外，該項修訂闡明當實體改變其會計政策、作出追溯重列或重新分類，而該變動對財務狀況表有重大影響時，必須呈列前一期間初的期初財務狀況表。然而，與前一期間初的期初財務狀況表有關的附註毋須呈列。

- 國際會計準則第32號金融工具：呈列：釐清向權益持有人作出分派所產生的所得稅須按國際會計準則第12號所得稅入賬。該項修訂本移除國際會計準則第32號的現行所得稅規定，並要求實體就向權益持有人作出分派所產生的任何所得稅應用國際會計準則第12號的規定。

2.3 已頒佈惟尚未生效的國際財務報告準則

本集團尚未該本財務報表應用下列已頒佈惟尚未生效的新頒佈及經修訂國際財務報告準則。

國際財務報告準則第9號	金融工具 ³
國際財務報告準則第9號、 國際財務報告準則第7號及 國際會計準則第39號的修訂	對沖會計法及國際財務報告準則第9號、 國際財務報告準則第7號及國際會計準則 第39號的修訂 ³
國際財務報告準則第10號、 國際財務報告準則第12號及 國際會計準則第27號(經修訂)的修訂	國際財務報告準則第10號、國際財務報告 準則第12號及國際會計準則第27號(經修訂) 的修訂—投資實體 ¹
國際會計準則第19號的修訂	國際會計準則第19號「僱員福利—界定福利計 劃：僱員供款」的修訂 ²
國際會計準則第32號的修訂	國際會計準則第32號「金融工具：呈列—抵銷 金融資產及金融負債」的修訂 ¹
國際會計準則第39號的修訂	國際會計準則第39號「金融工具：確認及 計量：衍生工具約務更替及對沖會計法的 持續性」的修訂 ¹
國際財務報告詮釋委員會—詮釋第21號	稅費 ¹
國際財務報告準則第14號	監管遞延帳目 ⁴
二零一零年至二零一二年 週期的年度改進	多項國際財務報告準則的修訂 ²
二零一一年至二零一三年 週期的年度改進	多項國際財務報告準則的修訂 ²

¹ 於二零一四年一月一日或之後開始的年度期間生效

² 於二零一四年七月一日或之後開始的年度期間生效

³ 未釐定強制生效日期，惟可供提早採納

⁴ 於二零一六年一月一日或之後開始的年度期間生效

本集團現正釐定該等新頒佈及經修訂準則及詮釋是否會對本集團的經營業績及財務狀況造成任何重大影響。

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：

- 液體奶產品分部—生產及經銷超高溫滅菌奶(「UHT奶」)、乳飲料及酸奶；
- 冰淇淋產品分部—生產及經銷冰淇淋；
- 奶粉分部—生產及經銷奶粉；及
- 其他乳製品分部—主要為本集團奶酪及貿易業務。

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

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

3. 經營分部資料(續)

分部負債並無包括其他不分部的總部及公司負債，因該等負債按集團層面管理。

分部間銷售及轉讓是參考以當時市價向第三者銷售所採用的售價進行交易。

截至二零一三年十二月三十一日止年度

	液體奶 產品 人民幣千元	冰淇淋 產品 人民幣千元	奶粉 產品 人民幣千元	其他 乳製品 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收入：					
銷售予外部客戶	37,902,833	3,023,370	2,177,251	253,454	43,356,908
分部間銷售	<u>281,572</u>	<u>40,549</u>	<u>38,829</u>	<u>43,066</u>	<u>404,016</u>
	38,184,405	3,063,919	2,216,080	296,520	43,760,924
調整：					
對銷分部間銷售					<u>(404,016)</u>
來自持續經營業務之收入					<u>43,356,908</u>
分部業績	2,350,741	51,866	95,413	(22,796)	2,475,224
調整：					
利息收入					359,295
融資成本					(160,377)
應佔聯營公司利潤及虧損					153,861
不分部的公司支出					<u>(623,500)</u>
來自持續經營業務之稅前利潤					2,204,503
所得稅支出					<u>(366,713)</u>
來自持續經營業務之本年利潤					<u>1,837,790</u>
分部資產	19,362,089	1,536,988	11,861,065	474,480	33,234,622
調整：					
對銷分部間應收款項					(8,618,415)
不分部的公司資產					14,626,725
涉及已終止經營業務之資產					<u>1,096,464</u>
總資產					<u>40,339,396</u>
分部負債	15,102,984	1,251,766	2,051,448	482,434	18,888,632
調整：					
對銷分部間應付款項					(8,618,415)
不分部的公司負債					11,854,791
涉及已終止經營業務之負債					<u>203,250</u>
總負債					<u>22,328,258</u>

3. 經營分部資料(續)

截至二零一三年十二月三十一日止年度

	液體奶 產品 人民幣千元	冰淇淋 產品 人民幣千元	奶粉 產品 人民幣千元	其他 乳製品 人民幣千元	總計 人民幣千元
其他分部資料：					
折舊及攤銷 不分部款項	961,248	112,220	92,535	6,307	1,172,310 45,272
折舊及攤銷總額					<u>1,217,582</u>
資本開支 不分部款項	4,547,984	338,550	7,280,321	12,539	12,179,394 417,135
資本開支總額*					<u>12,596,529</u>
於綜合損益表確認的減值虧損	79,750	10,431	1,477	239	91,897
其他非現金支出 不分部款項	15,322	3,755	-	-	19,077 184,413
非現金支出總額					<u>295,387</u>

* 資本開支包括添置物業、廠房及設備、在建工程、投資物業、無形資產、土地使用權、生物資產及收購聯營公司和子公司所支付的現金。

3. 經營分部資料(續)

截至二零一二年十二月三十一日止年度(經重述)

	液體奶 產品 人民幣千元	冰淇淋 產品 人民幣千元	奶粉 產品 人民幣千元	其他 乳製品 人民幣千元	權益會計 調整 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收入：						
銷售予外部客戶	32,335,971	3,171,482	441,552	130,339	(79,354)	35,999,990
分部間銷售	<u>245,591</u>	<u>27,153</u>	<u>151,898</u>	<u>111,526</u>	<u>-</u>	<u>536,168</u>
	32,581,562	3,198,635	593,450	241,865	(79,354)	36,536,158
調整：						
對銷分部間銷售						<u>(536,168)</u>
持續經營業務收入						<u>35,999,990</u>
分部業績	1,830,613	39,048	(113,579)	(30,456)	113,590	1,839,216
調整：						
利息收入						218,148
融資成本						(39,159)
應佔一間合營企業及 聯營公司利潤及虧損						(52,908)
不分部的公司支出						<u>(231,434)</u>
持續經營業務稅前利潤						1,733,863
所得稅支出						<u>(245,476)</u>
持續經營業務本年利潤						<u>1,488,387</u>
分部資產	16,458,513	1,405,014	274,677	366,459	(74,840)	18,429,823
調整：						
對銷分部間應收款項						(5,424,716)
不分部的公司資產						7,910,787
已終止經營業務相關資產						<u>-</u>
總資產						<u>20,915,894</u>
分部負債	10,988,647	816,066	315,185	393,189	(124,098)	12,388,989
調整：						
對銷分部間應付款項						(5,424,716)
不分部的公司負債						830,514
已終止經營業務相關負債						<u>-</u>
總負債						<u>7,794,787</u>

3. 經營分部資料(續)

截至二零一二年十二月三十一日止年度(經重述)

	液體奶 產品 人民幣千元	冰淇淋 產品 人民幣千元	奶粉 產品 人民幣千元	其他 乳製品 人民幣千元	權益會計 調整 人民幣千元	總計 人民幣千元
其他分部資料：						
應佔一間合營企業利潤 及虧損	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>(66,763)</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>(66,763)</u>
折舊及攤銷 不分部款項	851,104	90,441	21,572	5,513	(21,572)	947,058 <u>48,241</u>
折舊及攤銷總額						<u>995,299</u>
資本開支* 不分部款項	1,819,585	334,865	3,416	5,372	(3,416)	2,159,822 <u>103,291</u>
資本開支總額						<u>2,263,113</u>
於綜合損益表確認的減值 虧損	31,396	418	1,142	879	(1,142)	32,693
其他非現金支出 不分部款項	21,273	3,277	-	(380)	-	24,170 <u>(4,998)</u>
非現金支出總額						<u>51,865</u>

* 資本開支包括添置物業、廠房及設備、在建工程、投資物業、無形資產、土地使用權、生物資產及收購聯營公司和子公司所支付的現金。

地區資料

a. 來自外部客戶的收入

90%以上的收入來自位於中國大陸的客戶。

b. 非流動資產

本集團90%以上的非流動資產均位於中國大陸。

主要客戶資料

並無單一客戶向本集團貢獻超過10%之收入。

4. 收入、其他收入及收益

收入為本集團的營業額，指已售出商品的發票淨值，經扣除退貨及貿易折扣，以及抵銷集團內所有公司間之重大交易後所得的數額。

本集團來自持續經營業務的收入、其他收入及收益的分析如下：

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元 經重述
收入：		
商品銷售	43,356,908	35,999,990
其他收入及收益：		
政府補助金		
—與生物資產以外資產有關	19,385	19,056
—與收入有關	71,775	136,544
視同出售一家聯營公司收益	—	4,384
出售聯營公司收益	—	50,635
匯兌收益淨額	155,147	—
其他	42,326	38,576
	<u>288,633</u>	<u>249,195</u>
	<u>43,645,541</u>	<u>36,249,185</u>

5. 其他費用

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元 經重述
捐贈支出	18,634	6,029
處置物業、廠房及設備虧損	17,496	5,992
撇銷存貨	—	4,828
存貨撇減至可變現淨值	277	1,495
物業、廠房及設備撥備	9,162	—
應收賬款及其他應收款項撥備	81,934	31,198
教育費附加和城市維護建設稅	194,886	132,738
匯兌虧損淨額	—	2,393
其他	37,736	9,138
	<u>360,125</u>	<u>193,811</u>

6. 稅前利潤

本集團來自持續經營業務的稅前利潤乃經扣除下列各項後計算所得：

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元 經重述
銷售存貨成本	31,656,106	27,048,280
變現及未變現衍生金融工具公允值虧損淨額	3,557	1,712
銷售成本	<u>31,659,663</u>	<u>27,049,992</u>
僱員福利費用(不包括董事及 主要行政人員薪酬)		
—工資、薪金、住房福利及其他津貼	2,331,661	1,707,334
—退休福利供款	239,757	172,766
—以股份為基礎的支付	39,809	16,508
—限制性股份的開支	114,321	—
	<u>2,725,548</u>	<u>1,896,608</u>
物業、廠房及設備折舊	1,180,323	972,652
投資物業折舊	415	—
土地使用權攤銷	21,748	14,711
其他無形資產攤銷	15,096	7,936
當年研究開發費用	57,007	55,022
應收賬款及其他應收款項撥備	81,934	31,198
房屋及若干生產設備的經營租賃最低租金	322,341	212,342
陳列空間租賃費	690,831	590,251
核數師酬金	4,440	4,220

7. 融資成本

來自持續經營業務的融資成本分析如下：

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元 經重述
長期應付款項利息	11,659	15,913
須於五年內全數償還的銀行貸款利息	123,114	18,419
息率3.50%於二零一八年到期之500,000,000美元債券 之利息	10,392	-
因時間流逝而增加或然代價的折現現值	15,212	4,827
	<u>160,377</u>	<u>39,159</u>

8. 所得稅支出

根據中華人民共和國企業所得稅法(「中國企業所得稅法」)，除了本集團二十一間(二零一二年：十八間)子公司獲得若干稅務優惠外，本集團旗下的企業應就其法定賬目所呈報應課稅利潤按25%(二零一二年：25%)之稅率交納中國企業所得稅(「企業所得稅」)，法定賬目是按照中國會計準則及財務法規編製。

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元 經重述
即期所得稅		
本年的即期支出	385,903	255,739
年內就往年當期所得稅確認的調整	(9,224)	(4,919)
遞延所得稅		
有關稅項虧損及暫時性差異的產生及回撥	(9,285)	(5,344)
有關若干子公司不發派利潤的預扣稅的產生及回撥	(681)	-
	<u>366,713</u>	<u>245,476</u>

8. 所得稅支出(續)

在年度內，就稅前利潤按法定所得稅稅率計算的所得稅支出，與按照本集團實際所得稅稅率計算的所得稅支出，調節如下：

	附註	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元 經重述
來自持續經營業務之稅前利潤		<u>2,204,503</u>	<u>1,733,863</u>
按25%(二零一二年：25%)企業所得稅稅率計算		551,126	433,466
不可抵扣稅的項目及其他(淨額)		25,085	23,203
年內就往年當期所得稅確認的調整		(9,224)	(4,919)
優惠稅率的影響	(a)	(66,081)	(64,900)
稅務減免的影響	(a)	(159,879)	(124,540)
就本集團若干中國子公司不發派利潤以5% 交納的預扣稅的影響		(681)	-
未確認稅務虧損		26,367	3,948
使用先前未確認的稅務抵免		<u>-</u>	<u>(20,782)</u>
按16.63%(二零一二年：14.16%)實際所得稅 稅率計算		<u>366,713</u>	<u>245,476</u>

附註：

- (a) 於二零一三年，二十一間(二零一二年：十八間)子公司享受稅務減免。該等獲稅務減免的子公司的應課稅利潤總額合計約人民幣745,140,000元(二零一二年：人民幣723,966,000元)。二十一間子公司中，有十一間(二零一二年：九間)子公司獲國家稅務局授予的稅務減免以中國企業所得稅法、有關稅收優惠過渡政策及《關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知》的政策為據。十八間(二零一二年：十五間)子公司的稅務減免以《關於發佈享受企業所得稅優惠政策的農產品初加工範圍(試行)的通知》的政策為據。
- (b) 合營企業及聯營公司應佔稅項約為人民幣12,010,000元(二零一二年：人民幣8,613,000元)，已計入綜合損益表的應佔合營企業及聯營公司利潤及虧損內。

9. 已終止經營業務

計劃處置養殖業務

於二零一三年十一月二十五日，內蒙古富源牧業有限責任公司(「富源」)、內蒙古禾和投資有限責任公司(「禾和」)、內蒙古蒙牛乳業(集團)股份有限公司(「內蒙蒙牛」)與若干第三方簽訂連串協議，旨在協助富源更容易的融資以拓展其業務。根據該等協議，第三方會向富源注入額外資本，因而導致禾和於富源的股權由100%攤薄至大約45%。富源經營養殖業務。視作處置富源將於二零一四年完成，屆時禾和會失去對富源之控制權。於二零一三年十二月三十一日，富源分類為持有待售的處置組。

以後續處置為目的子公司收購

於二零一三年八月二十九日，內蒙古蒙牛方鼎產業管理有限責任公司(「方鼎」)增購成都蒙牛乳業銷售有限責任公司(「成都銷售」)64%股權，其純粹為了之後一年內處置該等股權。本次收購前，成都銷售為方鼎佔36%的聯營公司。收購的代價人民幣5,763,000元於收購日以現金支付。成都銷售經營乳製品貿易業務。收購該子公司之目的是配合本集團重組經銷商架構。本集團預計最遲於二零一四年六月三十日完成後續處置事項。本集團收購成都銷售後及於二零一三年十二月三十一日，成都銷售的資產淨值已分類為處置組，並於綜合財務報表內列作為一項已終止經營業務。

本集團並無就富源及成都銷售確認任何減值虧損，不論當該等業務的資產及負債被分類為持有待售時，或於報告期末。

已終止經營業務(即富源及成都銷售)本年的合併業績呈報如下：

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
收入	43,081	1,084
開支淨額	(18,650)	(655)
融資成本	(233)	-
	<hr/>	<hr/>
來自己終止經營業務之稅前利潤	24,198	429
所得稅支出	-	-
	<hr/>	<hr/>
來自己終止經營業務之本年利潤	24,198	429

9. 已終止經營業務(續)

於十二月三十一日已終止經營業務(即富源及成都銷售)分類為持有待售的主要資產與負債類別如下：

	二零一三年 人民幣千元	
資產		
物業、廠房及設備		275,126
在建工程		67,624
土地使用權		6,522
其他無形資產		2,676
生物資產		495,568
存貨		74,102
應收賬款及票據		12,711
預付款、按金及其他應收款項		390,376
現金及銀行結存		56,299
		<u>1,381,004</u>
減：集團內公司間應收款項		<u>(284,540)</u>
		1,096,464
負債		
應付賬款及票據		54,320
其他應付款項及預提費用		663,705
計息銀行及其他借貸		30,000
		<u>748,025</u>
減：集團內公司間應付款項		<u>(544,775)</u>
		203,250
與分類為持有待售的資產直接相關的負債		203,250
與處置組直接相關的淨資產		<u>893,214</u>

已終止經營業務(即富源及成都銷售)產生的淨現金流量淨額如下：

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
經營業務	(167,712)	(29,725)
投資活動	(487,142)	(111,852)
融資活動	667,297	183,550
	<u>12,443</u>	<u>41,973</u>
現金流入淨額	<u>12,443</u>	<u>41,973</u>

9. 已終止經營業務(續)

來自已終止經營業務之每股基本及攤薄盈利之計算基準如下：

	二零一三年 股份數目 人民幣千元	二零一二年 股份數目 人民幣千元
來自已終止經營業務之本公司普通股擁有人應佔利潤	24,198	429
計算每股基本盈利所用的普通股加權平均數	1,804,966	1,767,801
計算每股攤薄盈利所用的普通股加權平均數	<u>1,820,397</u>	<u>1,767,966</u>
每股盈利：		
基本，來自已終止經營業務	0.013	—
攤薄，來自已終止經營業務	<u>0.013</u>	<u>—</u>

10. 股息

	附註	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
本年度宣派及支付			
普通股股息		<u>290,488</u>	<u>350,009</u>
建議提呈於股東週年大會批准			
普通股股息：			
擬派期末股息—每股普通股人民幣0.20元 (二零一二年：每股普通股人民幣0.16元)	(a)/(b)	<u>367,053</u>	<u>282,917</u>

附註：

- (a) 擬派年度期末股息須由本公司的股東在應屆股東週年大會(「股東週年大會」)批准。該等股息並未在二零一三年十二月三十一日的綜合財務報表確認為負債，但已反映為截至二零一四年十二月三十一日止年度的保留利潤分配。
- (b) 擬派年度期末股息從本公司的可分派股份溢價中撥出。

11. 本公司普通股擁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股擁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股擁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並假設年內所有購股權獲行使並根據國際會計準則第33號每股盈利的或然普通股撥備按無代價發行的普通股加權平均數計算。

計算每股基本及攤薄盈利時所用加權平均股份數目調節如下：

	二零一三年 股份數目 千股	二零一二年 股份數目 千股
計算每股基本盈利所用的普通股加權平均數	1,804,966	1,767,801
假設年內所有購股權獲行使並按無代價發行之 普通股加權平均數	5,271	165
就限制性股票獎勵作出調整	<u>10,160</u>	<u>-</u>
計算每股攤薄盈利所用的普通股加權平均數	<u>1,820,397</u>	<u>1,767,966</u>

12. 應收賬款及票據

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
應收票據	64,628	172,596
應收賬款	762,577	699,813
減值	<u>(72,940)</u>	<u>(16,701)</u>
	<u>754,265</u>	<u>855,708</u>

本集團通常授予客戶特定信貸額度，並可在特定情形下進行調整。本集團密切留意逾期未償還結餘。鑒於上文所述及本集團的應收賬款乃與大量不同類別的客戶有關，故並無重大信貸集中風險。本集團並無在其應收賬款方面持有任何抵押品或其他信貸提升。應收賬款並無附帶利息。

12. 應收賬款及票據(續)

於報告期末，經扣除撥備的應收賬款按發票日期的賬齡分析如下：

	本集團	
	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
3個月以內	635,620	624,808
4至6個月	95,743	223,517
7至12個月	11,353	6,788
1年以上	11,549	595
	<u>754,265</u>	<u>855,708</u>

13. 應付賬款及票據

本集團應付賬款根據發票日期的賬齡分析如下：

	二零一三年	二零一二年
	人民幣千元	人民幣千元
3個月以內	4,199,004	2,884,261
4至6個月	524,303	729,048
7至12個月	29,127	12,442
1年以上	8,864	3,709
	<u>4,761,298</u>	<u>3,629,460</u>

管理層討論及分析

市場回顧

二零一三年，中國乳製品累計產量約2,700萬噸，同比增長5.2%；消費量則逾2,800萬噸，同比增長6.7%，其中液體奶消費量約2,300萬噸，同比增長6.4%，保持增長態勢。中國作為全球第二大牛奶生產國，亦是最大的乳製品消費國家之一，然而人均乳製品消費量尚未及世界平均水平的三分之一，中國乳製品行業的發展空間廣闊。隨著中國人均可支配收入不斷提高及城鎮化進程加快，消費者日趨追求品質與健康產品升級已成為乳製品行業的趨勢。

中國城鎮居民的乳品消費以液體奶為主，在消費總量中佔主導地位，酸奶排行第二，奶粉第三。國內液體奶市場發展相對成熟，而酸奶市場經歷了前幾年的高速發展，目前消費量佔乳製品市場20%。酸奶是市場發展的重要方向，勢必會成為乳製品行業的新增長點。

為了重塑社會對本土乳製品的信心，中國政府於二零一三年推出多項重大措施，冀改善國內乳業環境。回顧年內，先有國家食品藥品監督管理總局（「食品藥品監管總局」）及工業和信息化部（「工信部」）等九部委提高行業的進入門檻，淘汰貼牌生產企業，整頓市場秩序；繼而工信部要求嬰幼兒奶粉企業遵從國際藥品生產的良好藥品生產規範認證；再有工信部鼓勵嬰幼兒配方乳粉企業的兼併重組，冀兩年內扶持10家年銷售收入逾人民幣20億元、具有自主知識產權的知名品牌和具國際競爭力的大型企業，將奶粉行業集中度提高至70%以上，以加強本土品牌競爭力，既有利行業長遠健康發展，也為蒙牛等龍頭企業帶來了龐大機遇。

此外，國家發展改革委員會對進口奶粉產品進行反壟斷調查，促使進口奶粉降價，更有外資乳製品企業撤資。在此消彼長的情況下，有利一眾國內奶企。年內另一影響奶粉行業深遠的放寬一孩政策，容許其中一方是獨生子女的夫婦生育兩個孩子，拓闊了嬰幼兒奶粉行業的發展前景。食品藥品監管總局亦於年底發出公告，禁止以委托、貼牌、分裝等方式生產嬰幼兒配方乳粉，進一步加強嬰幼兒配方乳粉質量安全監管。

業務回顧

二零一三年，蒙牛的戰略佈局既包括對上游產業鏈奶源的掌控，也通過與外資公司的戰略合作接軌國際，實現從質量管控到技術管理的全面提升。這些舉措涉及了乳業間的縱向、橫向合作，充分表明在中糧集團有限公司（「中糧集團」）的支持下，蒙牛對乳業市場的信心，而資本市場的反應也顯示了市場對蒙牛一系列重大投資舉措的看好。

蒙牛因應中國乳製品行業整合及國際化的趨勢，積極拓展業務及延伸產業鏈，為未來發展做好鋪墊。蒙牛與多家國內外領先企業進行了併購及戰略性合作，以保障原奶供應、拓展低溫業務及建立奶粉平台。

戰略合作

— 原奶供應：現代牧業及原生態牧業

繼五月以約31.775億港元增持現代牧業股本至約28%、成為其最大單一股東後，本公司於十一月再以6,000萬美元（約4.698億港元）成為原生態牧業的基石投資者，保持在奶源的領先優勢。按畜牧群大小計算，現代牧業及原生態牧業均為中國領先的原奶供應商，現代牧業更是蒙牛最大的原奶供應商，在目前國內奶源緊張的情況下，增持現代牧業及入股原生態牧業皆有助蒙牛加強對優質奶源的保障。

— 低溫業務：Danone集團

二零一三年五月二十日，本集團通過營運子公司與全球第一鮮乳製品企業Danone集團簽署框架協議，合併重組雙方在中國的低溫乳製品業務，透過合資公司在中國產銷低溫酸奶、低溫酸奶飲品和可勺型乳品甜點。

此外，中糧集團透過與Danone集團設立合資公司，轉讓予Danone集團部分本公司股份，Danone集團從而持有本公司約4%股份，正式成為本公司的戰略股東。八月九日，蒙牛與Danone集團進一步訂立關於設立低溫合資控股公司的《合資經營合同》，蒙牛持有合資公司80%股份，而Danone集團則持有20%。

二零一四年二月十二日，蒙牛與Danone集團在股本層面進一步加強合作。透過COFCO Dairy Investments, Danone集團持有的蒙牛股本將由4.0%增至經擴大後股本的9.9%，涉及資金預計為51.53億港元(約6.65億美元)，交易已於三月二十日獲獨立股東批准。

借鑒Danone集團全球領先的酸奶研發技術、品牌管理和市場推廣經驗，蒙牛將進一步挖掘中國酸奶市場的潛力，同時提升蒙牛在乳品行業的技術創新力，為消費者提供更多優質酸奶產品。

— 奶粉業務：雅士利

二零一三年六月十八日，蒙牛宣佈以約114億港元向雅士利發出全面收購要約，成為中國乳製品行業迄今最大宗收購。截至八月十三日(即收購要約最後截止日期)，股份要約已接獲之有效接納涉及3,196,747,945股雅士利股份，相當於雅士利已發行股本約89.82%。為符合香港交易所訂明最低公眾持股比例以保留雅士利獨立運營的上市平台，於十一月十一日，蒙牛透過附屬公司按每股3.50港元出售471,135,389股雅士利股份，涉及約16.490億港元。交易後，蒙牛持有的雅士利股份減至2,725,612,556股，相當於雅士利已發行股本約76.58%。

雅士利是目前國內最大的配方奶粉生產銷售商之一，憑藉優質的進口乳品原材料、自行研發的配方奶粉產品、先進的生產系統及熟悉中國消費市場的專業營銷團隊，將為蒙牛的奶粉業務帶來顯著增長，有助本集團捕捉國內嬰幼兒配方奶粉市場快速增長的商機。

二零一四年一月六日，蒙牛聯同北美包裝食品飲料公司The WhiteWave Foods Company宣佈以人民幣3.7666億元收購雅士利(鄭州)營養品有限公司(「雅士利(鄭州)」)100%股權，雙方將通過組建合資公司分別持有雅士利(鄭州)51%及49%的權益。雅士利(鄭州)將主要在中國製造、包裝及經銷營養產品，收購既有助蒙牛拓展盈利較高的營養品業務，同時讓雅士利專注於奶粉業務，達致雙贏。雅士利獨立股東已於二月十八日批准出售雅士利(鄭州)全部股權。

– Arla Foods

蒙牛於二零一二年引入歐洲乳品企業Arla Foods為戰略股東，借助中丹乳品技術合作中心的平台，從丹麥引入了先進的乳品技術及質量管理體系。二零一三年，蒙牛與Arla Foods及同樣來自丹麥的FOSS Analytical A/S公司合作，共同研發「原奶指紋圖譜」檢測技術，通過篩選異常原奶的光譜數據，有效監控及預警異常原奶。中國相關政府機構對此項檢測技術非常認可，表示技術的成功開發應用，為保障原奶質量安全提供了快捷、可控的新方法，將考慮於行業推廣應用。

產品方面，針對迅速崛起的高端乳製品市場和消費者對產品質素日益嚴格的要求，蒙牛逐步引入Arla Foods的有機產品。四月推出超高端的*Baby&Me*有機嬰幼兒配方奶粉，九月，蒙牛在上海及主流電子商貿平台引入Arla Foods的UHT有機奶，未來，蒙牛將陸續引入Arla Foods奶酪及黃油等更多優質產品。

質量管理

二零一三年，蒙牛加強了全產業鏈的質量管控，對各質量控制環節制定管理標準，加強端到端的質量控制能力。

「四駕馬車」(即質量安全管理系統及三個質量管理中心，分別為奶源質量管理中心、營運質量管理中心及銷售質量管理中心)協調運營，每月組織質量管理溝通會，統一質量管理方向，使質量管理更聚焦，提升各環節質量管理能力。質量安全管理系統牽頭，組織奶源、營運及銷售三大質量管理中心開展區域質量管理成熟度評估，掌握區域產、供、銷的質量管理水平。

奶源質量管理中心推行牧場技術標準化，提高養牛技術，從而提升原奶質量；又建立了工廠級質量安全管理體系，應用統計過程控制工具，加強生產過程控制。為解決「熱應激」問題，蒙牛為南方供應商安裝風扇及水冷空調，大大改善了奶牛的養殖環境。另外，蒙牛對奶源供應商統一招標，由飼料至包裝規格都有嚴格要求，以達致飼料、獸藥可控，杜絕虛假、套牌、違禁等情況導致食品安全問題。為了進一步保證質量，蒙牛奶源供應商配備自檢能力，並開展工廠質量預警工作，若檢出未達標項目，即時通知奶源供應商，第一時間整改，防隱患於未然。

營運質量管理中心按照全面質量管理模式梳理了生產加工的業務流程，以達致產品端到端全鏈條的質量控制，保證奶源生產及運輸過程完全封閉運行，原奶進廠必須通過檢測；又建立了原輔料實驗室管理標準，統一檢測設備的管理流程，確保用於生產的原輔料都合格。

銷售質量管理中心對質量安全風險識別、預防、處理等進行了一系列策劃與改善工作，建立了銷售管理系統網絡學院，該平台於九月正式運行，涵蓋三個類別共11個課程，透過網上學習，提升銷售人員／經銷商的市場談判、銷售技巧、質量管理等。在市場質量管理標準化方面，蒙牛培養經銷商的質量管理意識，達致終端質量管理。

在中國和新西蘭兩國政府的支持下，蒙牛與南半球最大的食品質量安全認證機構—新西蘭國有企業AsureQuality有限公司，聯同中糧集團及新西蘭普華永道會計師事務所簽署合作框架協定，擬成立食品質量安全第三方獨立認證機構，助蒙牛率先引入國際領先的食品質量安全認證，並最終推廣至國內乳品行業的全產業鏈，滿足消費者對食品安全日漸嚴格的要求。

奶源建設

受供需矛盾影響，原奶價格上漲成為中國乳企二零一三年面對的最大挑戰之一。在供給方面，由於奶農利潤逐步下降，奶牛存欄頭數減少，規模化牧場建設速度不及奶農退出速度，加上國際奶粉進口受限，使國內奶源緊張。在需求方面，隨著消費者信心逐漸恢復，乳製品需求增加，供需差距擴大，導致奶價持續高漲。為有效緩解奶價上漲導致的成本壓力，蒙牛加快建設自有奶源基地，縮窄供需缺口。八個自建牧場已完全投入使用，其中四個牧場開始產奶，其餘四個牧場將於二零一四年陸續開始產奶。蒙牛計劃於二零一四年開工建設額外兩個牧場，進一步增加自有奶源供量。

作為本土乳品企業龍頭，蒙牛肩負起提升食品安全的責任，在優化奶源的同時，扶持奶農發展現代化、規模化牧場，加強技術指導，提升奶牛的單位產量，既可提升奶農效益，亦從源頭上保證產品安全，為消費者提供安全放心的乳

製品。經過合併取締等措施，蒙牛供奶方已經從二零一零年的3,200家降至二零一三年近2,000家，規模化奶源比例達到94%。蒙牛視乳品產業鏈為生息與共的大家庭，相信只要聚集最卓越的奶農，蒙牛也將受惠其中。因此，除了在經濟上補貼奶農，蒙牛也與他們分享領先的農場經驗，有助提高技術水平及效益。

銷售渠道

蒙牛建立了銷售作業標準，改善了分銷及終端銷售模式，除了覆蓋全國18個銷售大區的「區域業務單元」(Regional Business Unit, 簡稱「RBU」)外，還增設「核心業務單元」(Central Business Unit, 簡稱「CBU」)及「分公司直營」等樣板市場，作為供加盟者參考模仿的運營模式。RBU通過派駐專職的業務員，加強開發三四線市場的網點，提升產品滲透率；CBU通過支持人員管理終端及經銷商，使蒙牛的政策能夠在渠道終端切實執行，使費用投入更具針對性和時效性，提升渠道和終端的掌控；而設置分公司直營則使蒙牛加強掌控核心、一二線市場的品牌推廣、產品銷售及渠道。

蒙牛針對現代渠道，通過將大型賣場的管理標準化、流程化，提升零售客戶服務水平及執行效率。總部客戶團隊聯同大區KA團隊、經銷商KA團隊與零售客戶總部、地區採購部門及門市進行多層級的「季度業務回顧及計劃會議」，從總部、大區、門市系統管理現代渠道零售商，使每層級均有相應的對接服務團隊，以加強溝通，提升服務和管理質素。KA管理中心協同SAP項目組搭建了數據平台，讓KA管理人員可按周實時追蹤零售客戶門市銷售數據，使蒙牛的銷售管理模式精細化、數據化。

除了組建KA業務管理團隊，蒙牛亦通過提供專供產品，開拓酒店、餐飲及航空等特殊渠道，以開發新客戶，拓展銷售。

品牌策略

品牌，顧名思義，由品立牌。品質與安全是品牌的基石，是贏取消費者信任的不二法門，為此蒙牛投入大量精力。實現此目標的關鍵在於公開、透明，以及與消費者直接對話，了解其需求與關注，這是蒙牛品牌得以茁壯成長的原因。

因此，蒙牛設有與消費者互動的網上對話機制「你的疑問，我的責任」，消費者亦可隨時透過官方微博、微客服及官方微信提出問題。此外，蒙牛以不同形式向外開放工廠，歡迎消費者前往參觀。例如透過「綠色蒙牛，幸福暢游」的全國大型推廣活動，消費者可親眼見證蒙牛在奶源、質量管理、檢驗等各方面的嚴謹把控。這點點滴滴的行動，讓消費者感受到蒙牛的言行一致，逐步提高消費者對蒙牛的信心。

另一方面，蒙牛以市場主導，精簡產品組合，優化品牌結構，將品牌歸類為明星品牌、基礎品牌、利潤貢獻品牌及機會品牌，聚焦資源推廣主打產品。清晰的目標及定位促進了本集團的盈利增長，明星品牌及機會品牌表現突出，遠超蒙牛及市場的平均增長。

在媒體投放方面，除了傳統的電視、報刊外，蒙牛增加對數碼媒體的投資，有效提升投資回報率。蒙牛善用各種新興社會媒體及移動網絡平台，其中微信及微博粉絲總計逾200萬人；同時，積極使用創意十足的視頻作宣傳，藉著多元化的媒體投放，進一步提高品牌知名度。

蒙牛酸酸乳冠名贊助湖南衛視的強勢音樂真人秀《中國最強音》，彰顯酸酸乳年輕、有活力的品牌形象。節目在全國同時段收視報捷，單計12至19歲年齡層的收視率，每集均高踞全國榜首，有效針對年輕人的市場。冠名贊助以25%的媒體投資比重取得41%的媒體佔有比重，媒體投放效果令人滿意。出色的市場推廣有效提升品牌知名度，使酸酸乳贏得中國廣告協會「中國廣告長城獎•2013年度廣告主行銷傳播金獎」、「互動創意銀獎」及「媒介行銷銀獎」三個獎項。

蒙牛以創新的3D音樂打造特別的奶特時光，將品牌與多感會享受聯繫在一起。奶特以環迴立體的3D音樂喚醒消費者的味蕾和耳朵，打破傳統味覺上的平面感受，為消費者帶來嶄新的感官體驗。3D音樂推出至今，點擊率節節上升，獲消費者廣泛分享到各社交媒體，透過極致的3D音樂體驗，為消費者帶來極致的享受，創下數碼營銷又一成功案例。

另外，中國電子商貿業務近年穩步增長，網上銷售成為重要渠道。為擴大客戶群及吸引年輕消費者，蒙牛積極在各大電子商貿平台開展網上銷售，進一步提高產品的市場佔有率，希望以最低的經營成本達成價值最大化。在天貓網雙十一購物周活動上，特侖蘇、奶特、純甄、煥輕、香蕉有機奶這五款高端產品於蒙牛網上旗艦店熱賣。天貓網為國內最大的B2C綜合購物網站，擁有逾4億名買家。

管理系統

基於五年戰略規劃的需要及為了加強競爭力，蒙牛借助全球領先的SAP系統，提升六方面的管理能力，包括精準營銷及深度渠道管理、業務與財務一體化的管控平台、反應快速的供產銷協同體系、集成的質量管理與逐步完善的質量追溯、科學合理的產業佈局和高效的採購及物流管理，藉此有效提升運營效率、降低管理成本。

SAP系統覆蓋奶源、採購、規劃、生產、倉儲、物流、銷售、終端、市場、質量、財務等範疇，是蒙牛迄今覆蓋業務範圍最廣的信息化項目。SAP項目包括企業資源規劃(ERP)、客戶關係管理(CRM)、高級計劃優化(APO)、經銷商管理(DMS)、銷售自動化(SFA)、運輸管理(TMS)及智能業務(BI)等系統。項目分三期，目前處於第一期，主要推行ERP、CRM兩個子項目。

ERP項目已完成藍圖設計，將於二零一四年上半年全面試運行。透過ERP信息平台，蒙牛試圖整合供應鏈管理計劃指令及執行業務信息，提升一體化供應鏈管理能力，使市場、工廠、牧場等資源供給平衡，並持續監控服務執行，以支持後續的管理決策。

至於CRM項目已於二零一三年底完成了對所有客戶的「進銷存收集」，目前進入「深化網點管理」的試點運行，計劃於二零一四年中全面應用；同步開展的還有「精細化銷售管理」系統，擬於二零一四年底應用。CRM項目基於價值鏈和供應鏈體系的延伸，旨在深化渠道、整合市場，藉此加強數據分析及協同，提升各級銷售的管控能力，提升蒙牛產品的市場競爭力。

財務回顧

收入

蒙牛繼續深化內部結構調整、完善質量管理體系、拓展銷售網點、精簡產品組合，以重建品牌公信力，提升消費者忠誠度。由於本集團一系列變革帶來的自身增長，加上年內收購雅士利後所得的貢獻，使本集團二零一三年度收入大幅增長20.4%至人民幣433.569億元(二零一二年：人民幣360.000億元)；不含雅士利，本集團二零一三年度收入增長16.3%，達人民幣418.578億元。對收入貢獻較大的產品為特侖蘇、優益C、冠益乳等，而同時具銷售規模同時增長較迅速的產品為特侖蘇、冠益乳、奶特、未來星、真果粒，均保持雙位數增長。

雅士利之年度收入為人民幣38.900億元(二零一二年：人民幣36.551億元)，同比增加6.4%。全年該公司擁有人應佔利潤為人民幣4.376億元(二零一二年：人民幣4.685億元)。

雅士利自二零一三年八月納入蒙牛合併範圍，分享收入人民幣14.991億元，為本集團貢獻利潤人民幣0.953億元。

毛利

除原奶價格上漲外，為提升奶源質量，本集團提高規模化、集約化牧場奶源比例，並增加質檢人員人數及加大設備質檢，使原奶及質檢成本增加，此乃行業不可避免的趨勢。然而，本集團積極把握市場發展趨勢，調整產品結構，著力發展利潤可觀的高端產品，使本集團毛利增至人民幣116.972億元(二零一二年：人民幣89.500億元)，毛利率亦較去年上升2.1個百分點至27%(二零一二年：24.9%)。不含雅士利，本集團毛利為人民幣109.184億元，毛利率為26.1%，較去年上升1.2個百分點。

雅士利之年度毛利為人民幣20.801億元(二零一二年：人民幣19.617億元)，同比增加6.0%。

經營費用

二零一三年，本集團因應市場需要調整費用投入策略，使經營費用上升至人民幣101.341億元(二零一二年：人民幣75.914億元)，約佔本集團收入23.4%(二零一二年：21.1%)；不含雅士利，本集團二零一三年經營費用為人民幣94.641億元，佔不含雅士利收入的22.6%。

銷售及經銷費用上升31.3%至人民幣81.682億元(二零一二年：人民幣62.227億元)，佔本集團收入比例上升至18.8%(二零一二年：17.3%)；不含雅士利，本集團的銷售及經銷費用為人民幣76.040億元，佔不含雅士利收入18.2%，較去年上升0.9個百分點。上升的主要原因是拓展銷售網點及加強銷售渠道投入，以及銷售人員成本上漲。

本集團加大對數碼媒體的投入，使廣告及宣傳費用上升20.0%至人民幣27.101億元(二零一二年：人民幣22.576億元)，佔收入6.3%(二零一二年：6.3%)。不含雅士利，本集團廣告及宣傳費用上升10.8%至人民幣25.025億元，佔不含雅士利收入6.0%，較去年下降0.3個百分點。

行政及其他經營費用上升43.6%至人民幣19.659億元(二零一二年：人民幣13.687億元)，佔收入比例上升至4.5%(二零一二年：3.8%)；不含雅士利，本集團行政及其他經營費用人民幣18.601億元，佔不含雅士利收入比例4.4%，較去年上升0.6個百分點，主要由於管理人員工資、發放限制性股票、各種稅費增加，以及兼併過程中產生的中介費用。

經營業務利潤及本公司擁有人應佔利潤

縱使收入和毛利的增加部份被上升的成本和經營費用所抵銷，本集團息稅折舊攤銷前利潤(EBITDA)仍上升27.3%至人民幣32.474億元(二零一二年：人民幣25.506億元)。EBITDA利潤率上升至7.5%(二零一二年：7.1%)。不含雅士利，本集團EBITDA為人民幣30.865億元，EBITDA利潤率上升至7.4%。

本公司擁有人應佔利潤為人民幣16.309億元(二零一二年：人民幣13.031億元)，較去年上升25.2%。每股基本盈利為人民幣0.904元(二零一二年：人民幣0.737元)，同比上升22.7%。不含雅士利，本公司擁有人應佔利潤為人民幣15.356億元，較去年上升17.8%，每股基本盈利為人民幣0.851元，同比上升15.5%。

所得稅支出

本集團二零一三年的所得稅有效稅率為16.6%，同比上升2.4個百分點；不含雅士利，本集團所得稅有效稅率17.0%，同比上升2.8個百分點。由於本集團享受優惠政策逐漸減少，所得稅率有所增加。

資本支出

截至二零一三年底，本集團資本支出總額為人民幣125.965億元(二零一二年：人民幣22.631億元)，較去年上升456.6%。不含雅士利，本集團資本支出總額為人民幣123.746億元。資本支出主要用於土地、生產廠房及設備建設，達人民幣25.081億元；購入生物資產達人民幣3.590億元；股權投資支出達人民幣97.294億元(其中入股現代牧業及雅士利分別達人民幣25.366億元及人民幣67.956億元)。本集團採取穩健的資本支出策略，為未來發展打好基礎。

合併雅士利期間，雅士利的資本支出為人民幣2.219億元，主要用於建設新西蘭工廠。

資本架構、流動資金及財務資源

本集團經營業務所產生的現金淨流入增加至人民幣32.837億元(二零一二年：人民幣18.815億元)，主要是在收入及盈利能力提升的基礎上，加強了對客戶的賒銷額度管理。

本集團於二零一三年十二月三十一日之淨負債(現金及銀行存款扣除銀行貸款及債券總額)為人民幣45.955億元(二零一二年十二月三十一日：淨現金人民幣51.783億元)；不含雅士利，本集團之淨負債為人民幣52.040億元。變動主要由於增持現代牧業及收購雅士利、投資原生態牧業股權所致，涉及總現金代價約人民幣97.015億元。

於二零一三年十一月二十一日，本集團完成首次海外發行五年期5億美元債券的簿記工作，發債獲得的資金全部用於償還因收購雅士利而發生的過橋貸款。由於入股現代牧業和雅士利，至二零一三年十二月三十一日本集團之尚未償還銀行貸款及債券上升至人民幣116.970億元，不含雅士利，本集團尚未償還銀行貸款及債券為人民幣114.955億元(二零一二年十二月三十一日：人民幣5.738億元)。

於二零一四年二月十二日，蒙牛宣佈向Danone集團配售股份，所得資金預計為51.530億港元(約6.650億美元)，將全部用作支付收購雅士利的相關未償還貸款金額及其他未償還公司債務，以改善蒙牛的資本結構。

本集團於二零一三年十二月三十一日之總權益為人民幣180.111億元(二零一二年十二月三十一日：人民幣131.211億元)。債務權益比率(銀行貸款及債券總額除以總權益)為64.9%(二零一二年十二月三十一日：4.4%)。

本集團的融資成本為人民幣1.604億元(二零一二年：人民幣3,916萬元)，收入佔比約0.4%(二零一二年：0.1%)。不含雅士利，本集團融資成本為人民幣1.503億元，佔不含雅士利收入的0.4%，較去年上升0.3個百分點。

產品

鑑於中國消費日趨高端、多元化，加上國內原奶供應短缺，蒙牛積極調整產品結構，在穩步提升基礎產品市場份額的同時，增加高端產品佔比及採取產品多元化的策略，重點加強市場發展空間巨大的酸奶及奶粉業務，降低過度依賴原奶的產品比例。

市場研究機構尼爾森(Nielsen)公司的數據顯示，蒙牛液體奶及低溫酸奶二零一三年的市場份額繼續穩居市場第一。年內，特侖蘇、優益C、真果粒等明星產品銷售額增幅顯著，持續引領市場，而新品純甄常溫酸牛奶亦獲得市場正面的反響。

本集團業務分為液體奶、冰淇淋、奶粉及其他乳製品，年內表現如下：

產品品類	財務表現	年內動向
液體奶	收入為人民幣379.028億元(二零一二年：人民幣323.360億元)，佔蒙牛總收入的87.4%(二零一二年：89.6%)	
<i>UHT</i> 奶	收入為人民幣220.533億元(二零一二年：人民幣197.055億元)，佔液體奶收入的58.2%(二零一二年：60.9%)	<ul style="list-style-type: none">— 十二月在山東、河南、江蘇等九個省區推出首款二維碼可追溯的精選牧場純牛奶，並於二零一四年二月推至全國，消費者透過掃描二維碼追溯奶源，了解有關牧場的管理細節，保證每一滴奶都是優質，滿足消費者對牛奶品質日益嚴苛的要求— 與Arla Foods合作推出有機全脂牛奶、低脂牛奶及脫脂牛奶，並開設天貓官方旗艦店，拓展電子商貿渠道，促進多渠道售賣模式— 穀粒早餐奶包裝升級，並於四月中推出紅穀、黑穀早餐奶。新包裝設計突出食材，以突顯產品的營養價值，主攻一至三線城市的年輕白領和學生。包裝升級後銷售快速增長— 煥輕中、老年兩款高端功能牛奶—骨力牛奶及舒活牛奶全面上市，分別滿足骨骼及心血管健康的需求，打造年輕有活力的品牌形象；同時整合資源，於重點區域推廣，與中國健康促進基金會聯合開展「中國健骨工程」，在全國重點城市傳播骨絡健康理念，經過一年的推廣，骨力牛奶的市場份額持續提升，銷售穩定增長— 未來星採用優選牧場奶源，滿足智力出眾、骨絡強壯、腸胃健康、均衡膳食四大營養需求，有助兒童發育成長，深受媽媽和兒童喜愛，市場份額持續上升，增長領先市場平均水平

產品品類	財務表現	年內動向
乳飲料	收入為人民幣104.255億元(二零一二年：人民幣80.385億元)，佔液體奶收入的27.5%(二零一二年：24.9%)	<ul style="list-style-type: none"> — 奶特包裝全面升級，在天貓網雙十一週期購活動上銷售增長驕人，帶動奶特全年的銷量快速增長 — 酸酸乳果纖維營養牛奶飲品於四月初上市，銷售穩定
酸奶	收入為人民幣54.240億元(二零一二年：人民幣45.920億元)，佔液體奶收入的14.3%(二零一二年：14.2%)	<ul style="list-style-type: none"> — 針對中高收入人士，於五月底推出高端產品純甄常溫酸牛奶，使用優質奶源及菌種發酵，無香料、色素、防腐劑，採用丹麥先進技術使酸奶可常溫保存
冰淇淋	收入為人民幣30.234億元(二零一二年：人民幣31.715億元)，佔蒙牛總收入的7.0%(二零一二年：8.8%)	<ul style="list-style-type: none"> — 推出新產品奶棒，包括原味、香蕉、蜜瓜及榴槤四種口味，包裝時尚可愛，迎合年輕消費者 — 蒂蘭聖雪包裝升級，並推出蒂蘭聖雪三明治香草口味冰淇淋，為國內首創的三明治冰淇淋產品，搶佔高速發展的中高端冰淇淋市場，目標為中高收入、著重生活品質的女性 — 推出綠色心情微冰粒杯，採用國內首創的「微冰粒」技術。經典產品綠莎莎保持銷量，另主推煉乳紅豆口味，打造成另一明星產品

產品品類	財務表現	年內動向
奶粉	收入為人民幣21.773億元(二零一二年：人民幣4.416億元 ¹)，佔蒙牛總收入的5.0%(二零一二年：1.2%)	<ul style="list-style-type: none"> — 於四月底引入Arla Foods超高端的<i>Baby&Me</i>有機嬰幼配方奶粉，100%天然有機配方，獲歐盟、丹麥及中國三大權威認證 — 推出歐世超金佳智嬰兒配方奶粉，採用100%北歐進口奶源，全程可追溯，含六種成分激發嬰兒智力及守護嬰兒健康
其他乳製品	收入為人民幣2.535億元(二零一二年：人民幣1.303億元)，佔蒙牛總收入的0.6%(二零一二年：0.4%)	<ul style="list-style-type: none"> — 原味及草莓味的未來星兒童成長奶酪金裝棒在全國上市，專為三歲以上兒童研製，濃縮多倍牛奶精華，含豐富鈣質及維他命 — 新鮮乳酪歐式發酵乳甄選優質生牛乳，採取單杯發酵，不添加防腐劑和人工色素，味道純正，為蒙牛奶酪品類銷售額佔比最高的產品，亦是全國最暢銷的奶酪產品之一

目前，蒙牛的產品已在香港、澳門、蒙古、新加坡四個海外市場推出。年內，真果粒草莓及真果粒黃桃在此四個海外市場上市，特侖蘇、原味及蘆薈口味優益C在香港上市，並大獲好評。目前，全港銷售網點逾1,000個。

生產

蒙牛根據市場潛力及產品策略佈局產能，截至二零一三年十二月，蒙牛於全國共設有31個生產基地，合共產能777萬噸(二零一二年十二月：758萬噸)，產能提升主要通過優化現有生產設備和技術以及合併雅士利產能而實現。

¹ 包含合營企業歐世蒙牛50%的收入。

社會責任

作為中國領先的乳製品生產商之一，蒙牛時刻心懷社會，在專注生產的同時，亦積極履行企業社會責任，尤其體現在環境保護、公益活動及聯合夥伴等方面。

一 環境保護

為節約資源、維持可持續發展，蒙牛致力於水資源保護及循環利用。蒙牛所有工廠均配備污水處理廠，且全部在線監測，處理出水達國家一級排放標準，並用於綠化澆灌。二零一三年，污水處理總量達1,747萬噸，通過中水充分回收及循環利用，年節水192萬噸。

蒙牛亦著手進行蒙牛高科污水處理廠的深度處理改造項目，通過改善污水處理技術、循環使用出水，生產運行成本得以降低。該項目的水質分析、工藝收集、方案論證等工作已如期完成，並將於二零一四年開始施工改造。

蒙牛在生產過程中主要產生的垃圾為可再生回收的紙質廢舊包裝物，通過外包交予垃圾處理公司收集、處理後再回收利用。此外，蒙牛參與「碳匯林」大型公益植樹工程，推廣低碳環保理念。在大型牧場建設中，蒙牛通過建設沼氣發電項目和有機肥項目，有效解決了奶牛排泄物對環境的污染問題，為中國大型牧場建設起到了積極的示範作用，達致高社會和經濟效益。

一 公益活動

除環保外，公益活動亦是蒙牛回饋社會的重要途徑。二零一三年四月二十日，四川雅安地震後，蒙牛第一時間抵達災區，提供救援物資並捐贈人民幣1,000萬元；甘肅定西地震後，蒙牛35位抗震救災小分隊成員趕赴定西震區救援，借助在雅安地震中的救災經驗，再次為災區群眾提供人力及物資援助；隨後，蒙牛又及時在黑龍江肇源洪災、粵東浙江強颱風等災害中出資出力。

為了解決鄉村教師和兒童的教育困境，蒙牛繼續作為第三屆「尋找最美鄉村教師」大型公益活動的公益合作夥伴，發動全體員工及地方合作夥伴的力量，在全國22個省市尋找、推薦、宣傳優秀鄉村教師，同時開展「我回老家上堂課」、「幸福禮單」、「鄉村教師公開課」及「十大CEO關注最美鄉村教師」等活動。

蒙牛成立了「藍天綠地基金」，透過消費者參與公益活動、蒙牛向「藍天綠地基金」捐款的形式運作，所有基金用於防治大氣污染，保護自然棲息地和生物多樣性，活動獲得超過150萬消費者的支持。其中「壹塊掃霾」公益體驗活動於九月展開，蒙牛與40多名義工到上海崇明東灘鳥類國家級自然保護區清除鳥糞及垃圾，身體力行保護濕地，進行深度環保體驗及教育。

一 聯合夥伴

蒙牛不僅將企業社會責任融入到戰略、運營及管理之中，促使奶源、研發、質量、生產和市場等各部門作出社會責任規劃，還帶動產業鏈上下游的合作夥伴投身公益事業。蒙牛與58家業務合作夥伴舉辦「交換卡路里」熱力跑公益活動，以義工跑步消耗的卡路里數換取手套，蒙牛和合作夥伴共為鄉村兒童捐贈10萬雙手套，還額外準備了10萬雙手套送往全國各地，讓兒童度過溫暖的冬天。蒙牛除了在公益方面履行企業社會責任，還對利益相關方負責，透過向上游原奶供應商提供資金和技術支持，以及與下游經銷商協力進行市場調研，降低了上下游企業的風險。這種一體化的「合作發展模式」使蒙牛可與各利益相關方共享「點滴幸福」。

蒙牛在企業社會責任方面的長期努力使品牌形象大幅提升，獲得社會各界的正面回應。蒙牛榮獲「微博年度公益貢獻獎」，成為唯一獲獎的企業；亦獲得人民網「2013年企業社會責任案例獎」、「2013第一財經·中國企業社會責任榜之優秀實踐獎」，以及由中國企業領袖與媒體領袖年會頒發的「2013年度最具社會責任品牌」獎等多項榮譽。

人力資源

於二零一三年十二月三十一日，本集團在中國大陸及香港合共聘用僱員約38,000名，包括雅士利僱員約6,100名。年內僱員總成本(不包括董事及高級行政人員薪金)約為人民幣27.255億元(二零一二年：人民幣18.966億元)。僱員總成本的增加主要是因為僱員人數的增加及平均薪酬及社保費用增加及發給限制性股票。

為達成蒙牛的五年戰略目標及激發員工潛力，本集團構建了五重激勵體系，包括個人績效激勵、集團效益分享激勵、集團超額激勵、集團評優激勵及集團限制性股票激勵，希望員工與本集團共同成長、共享成果。按董事會於二零一三年三月二十六日採納的限制性股票獎勵計劃，蒙牛將提取不超過已發行股本的5%股票用於獎勵計劃，將股東、本集團及員工的利益結合在一起，共同關注本集團的長期發展。

隨著蒙牛平台的擴大及更多國際國內優秀合作夥伴的加入，本集團圍繞五年發展戰略規劃及為了更長遠未來，致力於培養蒙牛新一代領導班子。在人力資源規劃方面，本集團建立了核心管理層團隊，把有專業能力、有創新精神、有目標的員工提拔到高管團隊裡；還將各個部門經驗豐富、年富力強的中層經理、以及在蒙牛資歷較淺而學歷較高的年輕人組編成不同的人才梯隊，另外，蒙牛開始每年在校園招聘優秀的應屆畢業生，二零一三年是這個計劃啟動的第一年。隨著人力資源計劃的推動，本集團將一步步完善人才梯隊。

展望

隨著消費者對本土奶粉的信心逐漸恢復，乳業將迎來良好的發展機會。一方面，全球奶粉限購措施頻出，導致國內奶粉供需結構重新調整，理性回歸本土品牌。另一方面，鑑於中國政府堅決重振消費者對本土乳製品的信心，預期有更多相關國策陸續出台，進一步規範國內乳品市場，帶領行業步入健康發展階段，並為蒙牛等龍頭企業迎來契機。

由於液體奶市場已趨成熟，蒙牛將著力加快發展極具潛力的酸奶及奶粉業務。據中國社會科學院估計，放寬生育政策將溫和提升中國出生率約6.3%，相當於

每年額外100萬名嬰兒，短期內將為嬰奶兒奶粉配方市場帶來一定的拉升效應。長遠而言，蒙牛將按自身的戰略佈局，穩步調整產品結構，提高嬰幼兒奶粉業務的比重。

蒙牛二零一三年的「蝶變」為開展變革之年，二零一四年的「蝶變」則是顛覆創新之年。蒙牛提出「顛覆性創新」、「戰略性整合」、「管理出效益」及「陽光心溝通」四項指導原則，藉此使蒙牛合夥人全面升級，使職業經理人管理水平不斷提升，達致精益管理，並使蒙牛人享受五重激勵，共同成長。

市場環境不斷變遷，蒙牛致力在營銷、體系及產品方面作出「顛覆性創新」。營銷方面，蒙牛將聚焦於七大關鍵因素，包括母品牌、增長與盈利、區域化、電視到數碼、最優市場系統、創新及奶源，並與消費者緊密互動，重新定義品牌價值。體系方面，蒙牛將採用O2O (Online to Offline)營銷模式，透過線上營銷帶動線下消費，以提升營銷效果，並全面應用ERP系統，以提升一體化供應鏈的管理能力。產品方面，蒙牛將兼顧毛利率和奶源敏感度，發展更多對奶源依賴度較低的產品，如酸奶及營養品業務，而包裝更講求時尚多元。

隨著二零一三年展開多項戰略合作，二零一四年蒙牛將致力於戰略性整合，與雅士利充分發揮協同效應，制定五年戰略，充實專業人才及啟動組織變革；與Danone集團透過合資公司優化品牌與產品組合，力推優益C、冠益乳及碧優等利潤及增長潛力可觀的品牌，並進一步提升營運效率。

技術提升已成為企業長遠發展的基礎，蒙牛與國際夥伴Arla Foods將加強技術合作，開展生產運營精細化管理、引入牧場質量管理體系、開發原奶檢測新技術，三個項目預計將於二零一四年全面開展。

蒙牛將繼續延伸精細化管理，透過實行SAP項目及與戰略夥伴協同合作，管理出效益。內部溝通方面，蒙牛一向倡導「陽光、高尚、責任、創新」的價值觀，透過構建跨系統、跨區域的協同文化，提升組織敏捷性與應變力，為「陽光心溝通」而努力。

發展奶源成為行業的一大挑戰，蒙牛將積極持續提升奶源優勢，在確保奶源質量的同時，實現區域化發展，將從全國分散調整為聚焦佈局，集中在產能缺、質量好、成本低、產量高的三北區域，即東北、華北及西北發展奶源，協助第三方建設1,000頭奶牛以下的中小型規模化、集約化牧場，從而拓寬奶源渠道，改善奶源結構，降低綜合原奶成本。

蒙牛將重點開拓現代渠道，通過對重點客戶系統的操作標準化，增進區域業務人員和經銷商業務人員對現代渠道的了解，提高銷售水準，增強執行與創新能力。

蒙牛深信只有保證產品質量安全，而且做到公開、透明，讓消費者看得見、感受到，才能重塑消費者對本土乳製品的信心。蒙牛將繼續透過點滴努力、點滴改變、點滴行動，成為質量最好、最專業、最專注的乳品企業，打造「百年蒙牛」。

企業管治守則

本公司已採納香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄十四所載企業管治守則(「企業管治守則」)的守則條文作為其本身的企業管治常規守則。

董事會已於本年度內檢討本公司之企業管治常規，並確信除：

- (i) 十名董事(兩名執行董事、五名非執行董事(包括主席)及三名獨立非執行董事)因不可避免的公務及其他香港境外的事務而未能出席本公司於二零一三年六月七日舉行的股東週年大會；及
- (ii) 十五名董事(三名執行董事、六名非執行董事及六名獨立非執行董事)亦因相近原因未能出席本公司於二零一三年七月十六日舉行的股東特別大會外，本公司已符合企業管治守則的所有適用守則條文。

董事的證券交易

本公司已採納上市規則附錄十所載之《上市公司董事進行證券交易的標準守則》(「標準守則」)作為全體董事買賣本公司證券之行為守則及規則。經本公司作出特定查詢後，董事確認，彼等於截至二零一三年十二月三十一日止年度內一直遵守標準守則所載之所需準則。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

除限制性股份獎勵計劃的受託人根據該計劃的規則，以總代價約人民幣3.941億元在公開市場購入合共16,215,000股本公司上市證券外，本公司或其任何附屬公司於截至二零一三年十二月三十一日止年度內概無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

審核委員會

審核委員會與本公司管理層以及外部核數師審閱本公司採納的會計原則與慣例，並討論審核、內部監控以及財務報告事宜，其中包括審閱本集團截至二零一三年十二月三十一日止年度內之財務報表。

安永會計師事務所的工作範圍

本集團截至二零一三年十二月三十一日止年度之初步業績公佈所列之財務數字，已得到本集團之核數師安永會計師事務所同意，該等數字乃本集團之年度綜合財務報表草擬本所列之數字。安永會計師事務所就此進行的工作，並不構成根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱業務準則或香港核證業務準則而進行的核證服務，故此安永會計師事務所概不就初步業績公佈發表任何保證。

擬派期末股息

董事會建議派發截至二零一三年十二月三十一日止年度之期末股息每股普通股人民幣0.2元(二零一二年：人民幣0.16元)。待於即將召開的股東週年大會上獲股東批准後，擬派期末股息將於二零一四年六月二十三日(星期一)或前後派付予二零一四年六月十二日(星期四)登記在本公司股東名冊上之股東。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將於以下日期暫停辦理股份過戶登記手續，於該段期間內概不會辦理任何本公司股份過戶登記：(i)二零一四年六月四日(星期三)至二零一四年六月六日(星期五)(包括首尾兩天在內)，以釐定符合出席股東週年大會及投票的股東資格；及(ii)二零一四年六月十二日(星期四)，以釐定符合獲派上述擬派期末股息的股東資格。

為了符合資格出席本公司將於二零一四年六月六日(星期五)舉行的應屆股東週年大會及投票，所有股份過戶文件連同有關股票須於二零一四年六月三日(星期二)下午四時三十分前交回本公司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至1716室。

為了符合資格獲派上述的擬派期末股息，所有股份過戶文件連同有關股票須於二零一四年六月十一日(星期三)下午四時三十分前交回本公司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至1716室。

全年業績公佈及年度報告之刊載

本業績公佈刊載於本公司網站(www.mengniu.com)及香港交易及結算所有限公司網站(www.hkexnews.hk)。本公司之年度報告將於稍後時間發予股東及刊載於上述網站。

董事會

於本公佈日期，董事會成員包括：執行董事孫伊萍女士、白瑛先生及吳景水先生；非執行董事寧高寧先生、于旭波先生、牛根生先生、馬建平先生、Finn S. Hansen先生、柳丁女士及Christian Neu先生；獨立非執行董事焦樹閣(又名焦震)先生、Julian Juul Wolhardt先生、劉福春先生、張曉亞先生、閻焱先生及胡國強先生。

致謝

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

承董事會命
中國蒙牛乳業有限公司
總裁兼執行董事
孫伊萍

香港，二零一四年三月二十五日