

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2014年12月31日止之年度業績初步公告

### 財務摘要

截至12月31日止年度	2014	2013	變動比例
(除特別列明外，所有金額以人民幣百萬元列示)			
營業額	<b>2,816.4</b>	3,890.0	-27.6%
毛利	<b>1,445.0</b>	2,080.1	-30.5%
經營溢利	<b>255.0</b>	481.7	-47.1%
本公司股權持有人應佔溢利	<b>248.8</b>	437.6	-43.1%
經營現金流量淨額	<b>264.5</b>	140.9	87.7%
每股基本盈利(人民幣分)	<b>7.0</b>	12.3	-43.1%
每股攤薄盈利(人民幣分)	不適用	12.2	-
每股淨資產值	<b>0.89</b>	0.87	2.3%
建議末期股息	<b>74.5</b>	131.3	-43.3%
股息分派比率*	<b>30%</b>	30%	-

\* 擬分派末期股息每股人民幣1.57分乘以4,745,560,296股股份除以本公司股東應佔溢利人民幣248,829,495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2014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2013年的比較數字。

本集團按國際財務報告準則編製之截至2014年12月31日止年度之財務資料載列如下：

## 合併損益表

截至2014年12月31日止年度

	附註	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
收入	4	<b>2,816,434</b>	3,889,999
銷售成本	5	<b>(1,371,441)</b>	(1,809,888)
<b>毛利</b>		<b>1,444,993</b>	2,080,111
其他收入及收益	4	<b>125,511</b>	26,206
銷售及經銷開支		<b>(1,106,781)</b>	(1,393,790)
行政開支		<b>(193,151)</b>	(219,162)
其他開支		<b>(15,606)</b>	(11,654)
<b>經營溢利</b>		<b>254,966</b>	481,711
財務收入	5	<b>61,402</b>	108,221
財務成本		<b>(6,683)</b>	(13,215)
淨財務收入		<b>54,719</b>	95,006
<b>除稅前溢利</b>		<b>309,685</b>	576,717
所得稅開支	6	<b>(60,856)</b>	(137,393)
<b>年度溢利</b>	5	<b>248,829</b>	439,324
<b>歸屬於：</b>			
本公司股權持有人		<b>248,829</b>	437,614
非控股股東		—	1,710
		<b>248,829</b>	439,324
		人民幣分	人民幣分
本公司普通股擁有人應佔每股盈利	8		
基本		<b>7.0</b>	12.3
攤薄		不適用	12.2

應付及擬派年度股息的詳情於財務報表附註7內披露。

# 合併全面收益表

截至2014年12月31日止年度

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
年度溢利	248,829	439,324
<hr/>		
其他全面收益		
可於以後期間重新分類至損益之其他全面收益：		
海外子公司外幣報表折算差額	(54,820)	(13,613)
於處置海外子公司時外幣折算儲備轉入本期損益	9,510	—
現金流量套期：		
年內套期工具有效部分公允價值變動	(8,388)	—
	195,131	425,711
<hr/>		
年度全面收益總額		
歸屬於：		
本公司股權持有人	195,131	424,001
非控股權益	—	1,710
	195,131	425,711
<hr/>		

# 合併財務狀況表

2014年12月31日

	附註	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		612,520	802,751
在建工程		835,447	418,996
投資物業		103,814	115,816
土地使用權		77,564	216,465
無形資產		2,700	6,137
遞延稅項資產		115,585	84,575
長期抵押存款	11	—	150,000
長期銀行存款	11	—	327,887
其他非流動資產		—	7,117
<b>非流動資產總額</b>		<b>1,747,630</b>	2,129,744
<b>流動資產</b>			
存貨	9	717,901	886,229
貿易應收款	10	43,498	32,068
預付款項、押金及其他應收款項		178,781	171,412
其他金融資產		1,289,964	444,508
保證金存款	11	151,351	42,311
現金及銀行結餘	11	799,542	810,384
<b>流動資產總額</b>		<b>3,181,037</b>	2,386,912
<b>流動負債</b>			
貿易應付款	12	234,472	346,469
其他應付款及應計費用	13	674,411	793,221
衍生金融工具		2,027	—
計息銀行借款	14	141,431	154,464
應付所得稅		58,551	40,838
<b>流動負債總額</b>		<b>1,110,892</b>	1,334,992
<b>流動資產淨值</b>		<b>2,070,145</b>	1,051,920
<b>資產總值減流動負債</b>		<b>3,817,775</b>	3,181,664
<b>非流動負債</b>			
計息銀行借款	14	621,163	47,084
衍生金融工具		7,618	—
遞延收益		7,397	12,085
遞延所得稅負債		7,835	12,531
<b>非流動負債總額</b>		<b>644,013</b>	71,700
<b>資產淨額</b>		<b>3,173,762</b>	3,109,964
<b>權益</b>			
<b>本公司擁有人應佔權益</b>			
已發行股本		305,532	305,532
儲備		2,868,230	2,804,432
<b>權益總額</b>		<b>3,173,762</b>	3,109,964

## 簡明合併財務報表附註

### 1. 呈列基準

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」)的規定編製，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。該等財務報表並已符合香港公司條例有關財務報表準備的適用披露要求，按照香港公司條例(第622章)第9部分「帳目與審計」中關於過渡性和保留性安排(列示於條例附表11第76至87條)，本財務期間與比較期間繼續沿用前香港公司條例(第32章)的要求。除衍生金融工具和其他金融資產以公允價值計量外，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。

### 合併基準

合併財務報表包括本公司及其子公司於截至2014年12月31日止年度的財務報表。子公司的財務報表乃使用一致的會計政策，並按與本公司相同的報告期間編製。子公司的業績由收購日期(即本集團取得控制權之日)起合併於賬目內，並將繼續合併直至該控制終止之日。

損益和其他全面收益的各組成部分都在集團母公司的所有者和非控股權益之間進行分配，即使這樣會導致非控股權益產生赤字。所有集團內成員之間發生的資產、負債、權益、收入、開支及現金流相關的交易都在合併層面予以抵銷。

如果事實和情況表明會計政策所描述的三項控制條件中的一項或多項發生了改變，集團將會對是否控制以下子公司進行重評估。在不失去對子公司控制權情況下的所有者權益的改變被核算為權益性交易。

倘本集團失去對一間子公司的控制權，則其撤銷確認(i)該子公司的資產(包括商譽)及負債、(ii)任何非控股權益的賬面值及(iii)於權益內記錄的累計折算差額；及確認(i)所收代價的公允價值、(ii)所保留任何投資的公允價值及(iii)損益賬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份重新分類為損益或保留利潤，在本集團直接處置相關資產和負債的情況下也應作相同的考慮。

## 2. 會計政策及披露事項的變動

本集團已於2014年首次應用以下新準則及修訂。然而，除下文詳述有關於2014年7月1日提前採用的國際財務報告準則第9號(2013年)者外，該等新準則及修訂並無對本集團的年度綜合財務報表產生任何影響。

國際財務報告準則10號、第12號及國際會計準則第27號修訂本	投資實體
國際會計準則第32號修訂本	抵銷金融資產及金融負債
國際財務報告詮釋委員會第21號	稅費
國際財務報告準則第2號修訂本 (包含在2010年至2012年週期之年度改進內)	可行權條件的限定 <sup>1</sup>
國際財務報告準則第3號修訂本 (包含在2010年至2012年週期之年度改進內)	企業合併中或有對價的會計計量 <sup>1</sup>
國際財務報告準則第13號修訂本 (包含在2010年至2012年週期之年度改進內)	短期應收款項和應付款項
國際財務報告準則第1號修訂本 (包含在2011年至2013年週期之年度改進內)	有效國際財務報告準則的含義
國際財務報告準則第9號(2013年)	金融工具 <sup>2</sup>

1 自2014年7月1日起生效

2 於2014年7月1日首次應用

除下文所詳述提早採納國際財務報告準則第9號的影響外，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重大財務影響。

### 提早採納國際財務報告準則第9號的2013年版本

本集團選擇根據國際財務報告準則第9號的過渡條文，自2014年7月1日起提早採納國際財務報告準則第9號(2013年)，主要包括以下內容：

2009年11月頒佈的國際財務報告準則第9號章節為完全取代國際會計準則第39號金融工具：確認及計量的全面計劃的「第一階段：分類及計量金融資產及金融負債」的第一部分。該階段重點為金融資產的分類及計量。實體不再將金融資產分為四類，該等章節規定所有金融資產須根據實體管理金融資產的業務模式及金融資產的合約現金流量特點進行分類。此舉旨在改進及簡化國際會計準則第39號規定的金融資產分類與計量方法。

## 2. 會計政策及披露事項的變動(續)

鑑於提早應用國際財務報告準則第9號(2013年)，本集團已更改金融資產分類及計量方面的會計政策。本集團不再將金融資產分為四類，而是同時根據本集團管理金融資產的業務模式及金融資產的合約現金流量特點，將金融資產分類為其後按攤銷成本或公允值計量。當金融資產沒有分類為以公允值計量且其變動計入損益，其初始計量為公允價值加上獲取與金融資產直接相關的交易成本，以公允值計量且其變動計入損益的金融資產的交易成本在損益表記錄為費用。金融資產後續按攤餘成本或公允價值計量。

於首次應用日期各類金融資產的分類及計量如下：

金融資產	附註	計量類別		賬面值		差額
		原 (國際會計 準則第39號)	新 (國際財務報告 準則第9號)	原 (國際會計 準則 第39號)	新 (國際財務 報告準則 第9號)	
				人民幣千元	人民幣千元	
其他金融資產	(a)	按成本計量 可供出售	以公允值計量且其變動 計入損益之金融資產	150,000	150,000	—
貿易應收款	(b)	貸款及應收款項	按攤銷成本計量之 金融資產	26,859	26,859	—
預付款項、 押金及其他 應收款項	(b)	貸款及應收款項	按攤銷成本計量之 金融資產	67,569	67,569	—
應收利息	(b)	貸款及應收款項	按攤銷成本計量之 金融資產	10,397	10,397	—
其他金融資產	(a)	貸款及應收款項	以公允值計量且其變動 計入損益之金融資產	434,714	434,714	—
保證金存款	(b)	貸款及應收款項	按攤銷成本計量之 金融資產	26,100	26,100	—
長期抵押存款	(b)	貸款及應收款項	按攤銷成本計量之 金融資產	150,000	150,000	—
長期銀行存款	(b)	貸款及應收款項	按攤銷成本計量之 金融資產	338,325	338,325	—
現金及 銀行結存	(b)	貸款及應收款項	按攤銷成本計量之 金融資產	905,804	905,804	—
<b>總金融資產</b>				<b>2,109,768</b>	<b>2,109,768</b>	<b>—</b>

(a) 於首次應用日期，本集團之單位信託投資(過去根據國際會計準則第39號分類為可供出售投資)及短期投資存款(過去根據國際會計準則第39號分類為貸款及應收款項)已重新分類為以公允值計量且其變動計入損益的金融資產。就該等金融資產而言，採納國際財務報告準則第9號(2013年)並無對本集團的財務狀況或業績產生任何重大財務影響，原因是該等投資的年期相對較短。

(b) 首次應用國際財務報告準則第9號(2013年)後，其他金融資產繼續按攤銷成本計量。

於2014年7月1日應用國際財務報告準則第9號(2013年)亦不會對本集團金融負債的分類及計量產生影響，鑒於本集團於2014年7月1日前並未進行任何對沖交易，對沖會計處理也未產生影響。

除國際財務報告準則第9號(2013年)外，本集團並無提早採納任何已頒佈惟尚未生效的準則、詮釋或修訂。

### 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 — 該分部包括在中國及海外開發、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 — 該分部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 — 該分部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、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2014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
<b>分部收入：</b>					
銷售予外部客戶	1,832,919	437,896	533,834	11,785	2,816,434
分部間銷售	—	—	—	108,820	108,820
	<b>1,832,919</b>	<b>437,896</b>	<b>533,834</b>	<b>120,605</b>	<b>2,925,254</b>
<b>對賬：</b>					
對銷分部間銷售					(108,820)
總收入					<b>2,816,434</b>
<b>分部業績</b>	<b>240,609</b>	<b>55,250</b>	<b>71,690</b>	<b>1,535</b>	<b>369,084</b>
<b>對賬：</b>					
財務收入					61,402
財務成本					(6,683)
未分配的其他收入及收益					125,511
未分配的其他支出					(239,629)
除稅前溢利					<b>309,685</b>
所得稅開支					(60,856)
年度溢利					<b>248,829</b>
<b>其他分部資料</b>					
折舊及攤銷	49,421	24,843	6,708	3,200	84,172
未分配款項					9,801
折舊及攤銷總額					<b>93,973</b>

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
<b>分部收入：</b>					
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
<b>對賬：</b>					
對銷分部間銷售					(142,305)
總收入					3,889,999
<b>分部業績</b>	549,935	89,741	99,978	6,343	745,997
<b>對賬：</b>					
財務收入					108,221
財務成本					(13,215)
未分配的其他收入及收益					26,206
未分配的其他支出					(290,492)
除稅前溢利					576,717
所得稅開支					(137,393)
年度溢利					439,324
<b>其他分部資料</b>					
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

## 4. 收入、其他收入及收益

本集團主要從事乳製品及營養品生產及銷售。營業額，是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，於期內，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

本集團的稅前溢利乃經扣除／(增加)下列各項後計算所得：

	附註	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
貨品銷售成本		<b>1,371,441</b>	1,809,888
物業、廠房及設備項目折舊*		<b>77,050</b>	69,250
投資物業折舊		<b>4,258</b>	4,253
土地使用權攤銷		<b>5,653</b>	4,597
其他非流動資產攤銷		<b>4,840</b>	5,533
無形資產攤銷		<b>2,172</b>	2,004
折舊及攤銷總額		<b>93,973</b>	85,637
房屋的經營租賃最低租金		<b>15,395</b>	14,465
核數師酬金		<b>1,830</b>	4,740
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		<b>312,080</b>	340,091
退休金計劃供款(定額供款計劃)		<b>18,140</b>	46,582
股權結算股份支付開支		—	6,409
		<b>330,220</b>	393,082
利息收入		<b>(31,225)</b>	(60,308)
匯兌收益淨額		—	(24,344)
其他投資的收益		<b>(30,177)</b>	(23,569)
財務收入總額		<b>(61,402)</b>	(108,221)
出售物業、廠房及設備項目的虧損淨額		<b>1,018</b>	806
貿易應收賬款減值	10	<b>381</b>	415
存貨減值		<b>2,489</b>	—
投資物業租金收入		<b>(6,002)</b>	(8,622)

\* 部分的該等成本和費用已包含在上述披露的「貨品銷售成本」中。

## 6. 所得稅開支

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
即期所得稅	93,281	145,073
本年內確認以往年度的即期稅項調整	2,024	2,349
遞延所得稅	<b>(34,449)</b>	(10,029)
本年度稅項支出	<b>60,856</b>	137,393

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：

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
除稅前溢利	309,685	576,717
按中國法定稅率25% (2013年：25%) (i)	77,421	144,179
本年內確認以往年度的即期稅項調整	2,024	2,349
不可扣稅開支的影響	4,740	4,535
優惠稅率對即期應付稅項的影響(ii)	(981)	(7,620)
未確認暫時差額及稅項虧損	52	13,105
動用以往未確認暫時差額及虧損	(1,925)	(9,190)
預提所得稅	(12,500)	13,000
不徵稅收入的影響	(512)	(2,622)
處置子公司不徵稅收入的影響	(16,835)	—
子公司間股權轉讓引起的損失抵稅	—	(20,343)
其他	9,372	—
本年度按實際稅率計算的稅項支出	<b>60,856</b>	137,393

- (i) 不同稅率的影響主要包括本公司及其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稅務影響。

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%。

- (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2014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%(2013年：16.5%)的稅率計提。

## 7. 股息

本年度的股息載列如下：

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
股息：		
本年宣派及支付		
— 普通股股息(i)	131,333	402,432
— 已批准特別股息(ii)	—	1,005,371
	<b>131,333</b>	<b>1,407,803</b>
擬派：		
— 末期股息—每股普通股人民幣1.57分(2013年：人民幣3.69分)(ii)	<b>74,505</b>	131,333

附註：

- (i) 於2014年6月27日本公司股東周年大會上批准宣派上一財政年度末期股息每股普通股人民幣3.69分。於2013年6月6日本公司股東周年大會上批准末期股息每股普通股人民幣11.31分及特別股息每股普通股人民幣28.25分。
- (ii) 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2014年12月31日的合併財務報表確認為負債，但將於股東周年大會批准時反映為截至2015年12月31日止年度內的股票溢價分配。

## 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：

	2014 人民幣千元	2013 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	<b>248,829</b>	437,614

	股份數目	
	2014 千股	2013 千股
股份：		
計算每股基本盈利所用的普通股加權平均數	3,559,170	3,549,392
假設期內所有購股權被視為行使並按無代價發行之普通股加權平均數	不適用	29,276
計算每股攤薄盈利所用的普通股加權平均數	不適用	3,578,668

## 9. 存貨

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
原材料	322,639	458,200
成品	178,900	191,233
半成品	190,117	202,245
包裝材料	25,417	26,456
低價消耗品	828	8,095
	<b>717,901</b>	886,229

## 10. 貿易應收款

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
貿易應收款	44,679	33,236
減值	(1,181)	(1,168)
	<b>43,498</b>	32,068

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按發票日期的賬齡分析如下：

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
三個月以內	39,024	28,782
三至六個月	2,543	2,302
六個月以上	1,931	984
	<b>43,498</b>	32,068

貿易應收款減值撥備的變動如下：

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
於1月1日	1,168	883
已確認的減值損失(附註5)	381	415
因不可收回而撇銷的款額	(368)	(130)
於12月31日	<b>1,181</b>	1,168

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1,107,000元(2013年12月31日：人民幣1,723,000元)的個別減值貿易應收賬款計提的撥備人民幣1,107,000元(2013年12月31日：人民幣1,168,000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之賬齡分析如下：

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
並未逾期或減值	33,668	28,782
逾期少於三個月	1,430	—
逾期三至六個月	42	2,302
逾期六個月至一年	—	186
逾期一至兩年	—	243
	<b>35,140</b>	31,513

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交易記錄。根據過往經驗，董事認為無需就該等結餘計提減值撥備，皆因信貸質量並無重大的變化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：

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
一家同系附屬公司	2,028	—
受主要高級管理人員施加重大影響的公司	—	1,207
	<b>2,028</b>	1,207

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。

## 11. 現金及銀行結餘及保證金存款

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
現金及現金等價物	239,542	611,384
受限制的銀行存款	151,351	192,311
到期日為三個月以上的定期存款	560,000	536,887
	<b>950,893</b>	1,330,582
減：銀行融資之短期保證金存款	151,351	42,311
減：銀行融資之長期保證金存款	—	150,000
減：長期銀行存款	—	327,887
現金及銀行結存	<b>799,542</b>	810,384

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
現金及銀行結餘及保證金存款	<b>950,893</b>	1,330,582
以下列貨幣列值的現金及銀行結餘：		
— 人民幣	<b>796,851</b>	1,302,267
— 其他貨幣	<b>154,042</b>	28,315



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2014年12月31日，短期定期存款的實際年利率約為3.08%至4.675%（於2013年12月31日：2.28%至4.125%），並將於一年內到期。長期定期存款的實際存款利率約為4.125%至4.675%，因其將於一年內到期故已計入短期定期存款核算（於2013年12月31日：4.675%）。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。

除了若干銀行貸款是通過定期存款人民幣150,413,000元（2013年：人民幣150,000,000元）進行擔保，尚有人民幣938,000元存款（2013年：人民幣42,311,000元）被作為開具信用證的保證金。

## 12. 貿易應付款

於報告日期，本集團根據發票日期的貿易應付款的賬齡分析如下：

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
三個月以內	198,243	308,525
三個月至六個月	34,061	34,226
六個月以上	2,168	3,718
	<b>234,472</b>	346,469

列入貿易應付款的應付關聯方的款項如下：

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
受主要高級管理人員施加重大影響的公司	306	409
一家同系附屬公司	20,128	—
	<b>20,434</b>	409

貿易應付款，包括應付關聯方的款項，為不計息且一般於一至三個月內結算。

### 13. 其他應付款及應計費用

	附註	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
客戶預付款		<b>389,397</b>	451,640
應計薪金		<b>77,159</b>	91,531
應付利息		<b>14,673</b>	8,928
其他應付稅項		<b>8,926</b>	55,201
地方政府借款	(i)	<b>33,500</b>	33,500
收取客戶的保證金		<b>47,597</b>	40,227
客戶忠誠計劃	(ii)	<b>13,203</b>	—
應付子公司款項		—	—
其他	(iii)	<b>89,956</b>	112,194
		<b>674,411</b>	793,221

列入其他應付款項和應計費用的應付關聯方的款項如下：

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
受主要高級管理人員施加重大影響的公司	—	16

(i) 於2014年12月31日，來自應縣人民政府的人民幣30,000,000元借款(2013年12月31日：人民幣30,000,000元)，按固定年利率5.76%計息，並以山西雅士利乳業有限公司的廠房及機器作抵押。於2014年12月31日該等借款並無固定還款期。

(ii) 客戶忠誠計劃

	2014 人民幣千元	2013 人民幣千元
於1月1日	—	—
增加	<b>73,401</b>	—
年內已確認收入	<b>(60,198)</b>	—
於12月31日	<b>13,203</b>	—

(iii) 其他主要包括應付工程款。

上述款項，包括這些應付關聯方的賬款，除來自應縣人民政府的人民幣30,000,000元借款外，為無抵押、免息及無固定還款期。

## 14. 計息銀行借款

	於2014年12月31日			於2013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
<b>即期</b>						
短期銀行貸款：						
— 質押借款	LIBOR+0.85 至 LIBOR+1.3	2015	141,431	LIBOR+0.70	2014	154,464
<b>長期</b>						
長期銀行貸款：						
— 擔保借款	LIBOR+1.55 至 LIBOR+1.65	2017	621,163	—	—	—
— 質押借款	—	—	—	LIBOR+0.85	2015	47,084
			<b>621,163</b>			<b>47,084</b>
				<b>2014</b>	<b>2013</b>	
				人民幣千元	人民幣千元	
銀行貸款						
— 以美元計值				<b>762,594</b>	201,548	

數額約為人民幣621,163,000元(2013年12月31日：零)的銀行貸款由雅士利國際集團有限公司(「雅士利(廣東)」)進行擔保。

一些總金額大約為人民幣141,431,000元(2013年12月31日：人民幣140,974,000元)的銀行貸款以人民幣150,412,788元(2013年12月31日：人民幣150,000,000元)的定期存款進行抵押。

於2013年12月31日，數額約人民幣60,574,000元的銀行貸款以人民幣64,000,000元的商業銀行財務投資產品進行抵押。

## 行業回顧

2014年，世界經濟總體延續了上一年的緩慢復甦態勢，經濟增速低於普遍預期，各經濟體增速分化加劇。國際貨幣基金組織預測數據顯示，2014年全球經濟增長率為3.3%，遠低於此前預期，也低於危機前水平。政治、經濟、地緣等各種因素相互交織和對世界經濟影響加深，世界經濟仍處在國際金融危機後的深度調整期。

2014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，把改革創新貫穿於經濟社會發展各個領域各個環節，保持宏觀經濟政策連續性穩定性，增強調控的前瞻性針對性，全面深化改革，加快經濟轉型，調整及提升其結構，實現經濟持續健康發展和社會和諧穩定。根據中國國家統計局公布的初步核算數據顯示，全年國內生產總值人民幣636,463億元，按可比價格計算，比上年增長7.4%。全年社會消費品零售總額人民幣262,394億元，比上年名義增長12.0%，其中，城鎮消費品零售額人民幣226,368億元，比上年增長11.8%，鄉村消費品零售額人民幣36,027億元，增長12.9%。全年居民消費價格比上年上漲2.0%，其中，城市上漲2.1%，農村上漲1.8%。全年全國居民人均可支配收入人民幣20,167元，比上年增長10.1%，扣除價格因素，實際增長8.0%。按常住地分，城鎮居民人均可支配收入人民幣28,844元，比上年增長9.0%，扣除價格因素，實際增長6.8%。農村居民人均可支配收入人民幣10,489元，比上年增長11.2%，扣除價格因素，實際增長9.2%。全國居民人均消費支出人民幣14,491元，比上年增長9.6%，扣除價格因素，實際增長7.5%。

2014年，中國政府在緊接2013年推出的一系列嚴格政策後，又陸續推出多項加強嬰幼兒配方乳粉安全的政策和措施。2014年5月，國家食品藥品監管總局按照《嬰幼兒配方乳粉生產許可審查細則(2013版)》要求，對全國133家嬰幼兒配方乳粉生產企業開展了生產許可審查工作，共有82家企業獲得新的生產許可證，其餘51家企業則未通過審查、申請延期或註銷。2014年6月，國務院公佈《嬰幼兒配方乳粉企業兼併重組工作方案》，方案指出：於2015年年底，爭取形成大約10家年銷售收入超過人民幣20億元的大型嬰幼兒配方乳粉企業集團；前10家國產品牌企業的行業集中度達到65%；並對於2018年年底達到的目標提出了要求。各項政策和措施均旨在提高中國嬰幼兒奶粉產業的集中度及行業門檻，嚴格把控及提升嬰幼兒奶粉質量，以恢復國人對國產奶粉的信心。2014年10月，雅士利、中國蒙牛國際有限公司(「蒙牛國際」)與Danone Asia Baby Nutrition Pte Ltd(「達能亞洲」)聯合簽署股份認購協議並已在2015年2月完成交割，達能亞洲已成為本集團第二大股東。達能集團入股本集團，有助於其將在嬰幼兒奶粉方面的國際專長與本集團在中國的良好銷售網絡相結合，為國內消費者提供更多符合國際標準的嬰幼兒奶粉產品。

2014年，移動互聯網逐漸影響消費者的消費行為和購買習慣，使線上渠道成為發展速度最快的渠道；同時，母嬰渠道特別是連鎖母嬰渠道也增長明顯，已經成為市場佔比最大的渠道；而傳統渠道則出現了萎縮，以至於整個奶粉市場的增速有所放緩。對此，各奶粉企業相應推出線上及母嬰渠道的專供產品已成行業發展趨勢，以保持企業在行業中的有利競爭地位。

2014年，新一批奶粉企業的加入以及原有奶粉企業陸續推出新品搶佔市場，並競相開展促銷和折讓活動，也使整個奶粉市場的競爭愈發激烈，產品售價回歸理性的趨勢明顯。另外，從下半年開始，乳製品在國際市場上的供應價格穩步下降，原料奶粉尤其是全脂奶粉和脫脂奶粉的價格達到近年來的最低價格，這對從事國內原料進口的乳品加工企業是一個利好因素。在相對緩解企業自身的成本壓力的同時，奶粉市場的競爭也會相對趨於更加激烈。

2014年，中國嬰幼兒配方奶粉行業正處於變革期，存在諸多變量。但隨著中國政府對奶粉質量的持續關注和嚴格管控，嬰幼兒奶粉企業整合和管理的加強，以及市場競爭環境的不斷改善，中國奶粉市場總體會朝著利好的形勢發展。

## 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。本集團分別於廣東省潮州市、廣州市設有總部，在廣東、山西、黑龍江等地擁有工廠，位於新西蘭的工廠目前處於籌備和建設中，預計2015年投入使用。

2013年，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，成為本集團的控股股東。2014年，本集團、蒙牛國際與達能亞洲聯合簽署股份認購協議並在2015年2月完成交割，達能亞洲正式成為本集團第二大股東。中糧集團、蒙牛集團以及達能集團與本集團將通過戰略聯盟、資源整合與優勢互補的形式，幫助本集團從更好的自己出發，發展成為一家更加國際化的奶粉企業。

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國際一流企業。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。

本集團作為中國嬰幼兒配方奶粉行業的領導企業，有兩大廣受認同的品牌銷售旗下嬰幼兒奶粉產品，滿足不同消費群體的市場需求。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，本集團在中國的豆奶粉市場亦屬領導地位。

## 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，致力於開發值得消費者信賴的營養產品，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餵的健康營養需求，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超級α-金裝系列奶粉、金裝安貝慧以及與Arla Foods集團合作的阿拉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。主打產品雅士利α-金裝系列和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。2014年，本集團研發了13個嬰幼兒奶粉新品配方並已通過國家QS審批認證，為豐富市場產品線創造條件。

- 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、嬰幼兒營養米粉、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。2014年，本集團主要對產品品質進行不斷改良和鞏固，以不斷滿足消費者的需求。

### 2. 營銷模式變革和渠道轉型

2014年，為本集團營銷模式的變革元年，本集團以創新突破的思路積極推行會員積分服務系統，以期通過技術平台和數據支持的形式，建立與消費者直接溝通的捷徑，通過龐大數據後台和定制化的CRM體系，提升精準化服務的能力，及通過目標消費者的口碑傳播營銷，擴展本集團的覆蓋層至更為廣泛的消費群體。截止2014年年底，本集團已建立約27,000多家會員店，會員人數突破110萬。2014年，本集團開展消費者溝通活動約6,600多場，全國頂級育嬰專家在全國各地組織合作舉辦220多場育嬰專題活動，超過5,300人參加，於活動期間與消費者面對面溝通互動，積極宣傳和普及優生、養、教知識，踐行推動母嬰事業發展的承諾，有力地提升雅士利品牌影響力和市場美譽度。

渠道建設方面，本集團持續以強大而全面的銷售網絡，覆蓋中國大陸所有地區，穩固在三線及鄉鎮城市的渠道網絡，加大對一二線城市的滲透。同時，本集團也調整渠道拓展策略，以順應行業渠道的發展趨勢。2014年，在母嬰渠道尤其是連鎖母嬰渠道，本集團累計開拓超過20,000多家母嬰門店，為產品鋪設和新品推廣創造了條件；另外，本集團於年底推出針對母嬰連鎖特點的「樂培健」系列專銷產品，以支持母嬰渠道發展；在線上渠道，本集團成立了專門團隊致力於網購業務的拓展，並推出區別於線下渠道的線上專供產品「α-金裝+」，以爭取積極的市場表現。同時結合線上銷售特點，組織和鼓勵經銷商積極加入觸網行動，探尋與經銷商互惠共贏的新模式，以期為未來新的業績增長點創造條件。

系統管理方面，本集團不斷優化銷售管理體系和獎勵機制，以激勵內部業務人員以及外部渠道商積極性，並借助EMP資訊平台和會員積分系統，實現了精確掌控銷售流通數據、明晰費用管控、績效指標管理、精細化服務管理，提高了對經銷商的管控水平和對消費者的服務質量，保證了銷售策略的高效貫徹與暢通執行，加速了產品流通和市場推廣。

### 3. 加強質量監控管理

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，本集團精挑細選位於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。2014年10月，本集團與歐洲乳清(紅鳥)簽署一項原料合作供應合同並確立了雙方戰略合作關係，推動了本集團的目標以爭取更好質量和更高標準的產品原料。在日常檢測上，本集團總部連同各子公司每年花費購買各種先進檢測分析設備包括高效液相色譜儀、原子吸收儀等。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：(一)採購優質進口乳品原料，加之嚴格原料驗收管理；(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；(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；(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；及(五)持續吸納優秀人才進行高效生產管理。

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(「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質



量控制的行業資訊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標準保持一致，委員會亦可隨時就本集團的質量安全體系進行獨立調查。2014年12月，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。

2014年4月，本集團聘請有丹麥「最嚴大腦」的萊福·哈曼先生作為副總裁，負責主抓本集團奶粉質量管控，按照歐洲乳製品企業的技術和標準嚴把本集團產品質量關，有力地提升了本集團的產品質量管理水平。

2014年7月，本集團順利通過包括ISO9001、ISO14001、OHSAS18001、HACCP及GMP等管理體系的監督審核。

2014年11月，本集團所有產品順利取得BRC證書，成為國內為數不多通過BRC認證的乳企之一。

2014年12月，本集團中心實驗室137項檢測能力全部通過中國合格評定國家認可委員會CNAS監督評審現場審核，獲得認可。

2014年，本集團「雅士利」牌嬰幼兒奶粉在2014年乳製品工業協會《主流品牌月月抽檢》和國家監督抽查中獲得全部合格的好成績，被授予「質量優秀獎」。

#### **4. 加速品牌升級重塑**

品牌建設方面，本集團聘用白百何女士作為雅士利品牌的新代言人，並通過「為愛用心」為主題的電視廣告來詮釋雅士利品牌的溫馨關愛形象，有力地提升了品牌影響力。

2014年，本集團調整品牌傳播和推廣策略，集中資源在線上線下重點宣傳「超級α金裝」、「α金裝」等產品，並在中央電視台、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，大大提升了雅士利品牌和產品的知名度和美譽度。

2014年，本集團舉行的「雅媽寶貝為愛用心」大型系列品牌互動整合營銷活動更趨火熱。同時，本集團借助「雅媽寶貝積分商城」(vip.yashili.cn)的上線以及手機客戶端對APP的下載操作，順利實現了更多會員的註冊以及產品積分和兌換，在消費者獲得優惠同時亦加強了與會員間的溝通。

2014年，本集團更加關注內容營銷的重要性以及對網絡媒體的投入。為順應年輕媽媽對媒介接觸習慣的變化，本集團不斷完善優化「雙微平台」(微博和微信)的運作並持續發佈最新有效內容的輸出，以新鮮有趣的內容吸引消費者，形成大量擁護雅士利品牌的粉絲群。同時，本集團推出生動活潑的動畫以呈現雅士利品牌



在奶源品質、生產管理、質量追溯等方面優勢；通過溫暖感人的微電影形式，倡導親情和人文關懷，引發新生代父母的共鳴；通過獨家冠名網絡視頻形式，顯著提升了品牌形象。

基於本集團多年的品牌積累和持續影響力，本集團被列為「2013-2015年度廣東省直通車服務重點企業」，並獲得「中國最有價值品牌500強」。本集團在第五屆中國行業標誌性品牌評選活動中，以品牌價值人民幣126.26億元入選，在國內乳企品牌中排名第4位。

## 5. 新品研發和結構優化

嬰幼兒奶粉方面，截至2014年11月，本集團先後完成了13個系列嬰幼兒配方奶粉新品的開發，其中雅士利旗下的樂培健、貝智健、貝智能系列新品已於2014年年底上市；其餘新品已準備陸續投產並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；部分新品添加酪蛋白磷酸肽，促進鈣吸收；部分新品添加益生元和益生菌，有助於改善嬰幼兒的腸道健康。集團通過改進研發工作流程及採用先進的研發質量管控，有效地提升了研發水平。

嬰幼兒米粉方面，進行了全新高蛋白系列嬰幼兒營養奶米粉系列產品的改良研發工作，該系列米粉全面提升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。

成人系列奶粉方面，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。開發出以植物甾醇以及優質牛奶功能性蛋白作為主要賣點，以心腦血管健康和健骨為主要功能訴求的成人奶粉，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質量。

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；麥片方面，對原有五種堅果混合型麥片進行創新改良，使之成為消費者更為青睞的產品，並開發三個不同口味的麥片新品作為儲備，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**

2015年，預計全球經濟增長將繼續保持復甦態勢，增速較去年有所提高。國內經濟總體形勢雖然仍面臨挑戰，但基本面和改革因素仍可支撐經濟中高速增長。

隨著公眾及消費者對食品行業特別是嬰幼兒奶粉行業的更加關注和高度重視，預計中國政府將持續出台旨在加強奶粉行業特別是嬰幼兒配方奶粉安全和品質的監管措施及政策制度，鼓勵和加強乳業間的合作和整合，加大對不規範的中小企業的整改淘汰力度，理順和規範乳製品企業管理和行業秩序，推動奶粉行業的健康發展。

另外，隨著中國各地區對《單獨二胎政策》的繼續放開和落實，經濟條件的逐漸改善，以及消費者可支配的收入逐漸增加，會間接驅動適齡父母的二胎選擇而使得出生率保持在一個相對穩定的水平。在新的國家標準和政策指引下，國產嬰幼兒奶粉行業的生產條件和競爭環境日趨優質，消費者信心指數也逐步回升，都將有助於推動奶粉市場的良性發展。

- **行業趨勢**

中國持續穩定的出生率及單獨二胎政策的逐步開放造就了龐大的嬰兒用品市場，特別是嬰幼兒奶粉市場。2015年預計中國嬰幼兒出生率保持與去年相當的水平，而整體嬰兒奶粉市場銷售額的增幅也將有所放緩趨勢。目前嬰幼兒奶粉市場呈多元化發展趨勢，海外網購和海外代購將成為新的購買趨勢，消費者對產品需求結構的變化將促使高端和超高端產品成為整體品類增長的驅動因素。

2015年，移動互聯網時代的到來將進一步改變消費者的購買行為和消費習慣，線上渠道發展保持快速及大幅增長；而受線上銷售的制約，傳統渠道增長乏力並繼續萎縮，形勢依然不容樂觀；受惠於專用、便捷以及多產品組合的渠道優勢和銷售特點，母嬰渠道已成為市場佔比最大的渠道，並繼續受到消費者的青睞。因此，銷售額也預計保持相對穩定的增長趨勢。但由於受制於門店規模、資金周轉問題及管理水平的局限性，部分個別母嬰門店的經營及盈利能力將逐漸減弱而母嬰連鎖化將得到進一步發展。

基於原料奶粉價格的下降以及國內競爭環境的變化，奶粉企業間的競爭也愈演愈烈。各家奶粉企業通過改變營銷策略、強化經營管理、推出多元化的產品、加強渠道開拓發展以及兼併收購等多形式和措施，以期改變經營狀況，獲取有利的市場空間和競爭地位。

- **公司策略**

2015年，本集團已考慮政策影響和行業趨勢的變化，將採取更加積極有效的發展策略，如致力於營銷模式變革和渠道轉型、強化品牌升級和重塑、持續提升質量管控水平、加強新品研發和推廣、加強項目建設和資源整合、強化組織變革和激勵機制等工作，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 **深化營銷模式變革和渠道轉型開拓**

隨著中糧集團、蒙牛集團和達能集團的戰略投資及新西蘭工廠的投產，2015年將是本集團整合內外資源，進一步深化變革創新，蓄勢待發的關鍵一年。本集團將以「聚焦，品牌，資源」為關鍵詞，發力鑄建雅士利品牌核心動力，提升產品市場競爭力。「聚焦」設為三方面，分別是在雅士利重點品牌、重點渠道和重點產品；「品牌」則以重點產品「超級α-金裝」為載體，迎合配方奶粉行業目標消費者高端化需求，打造雅士利高端化品牌形象；資源以整合蒙牛集團、達能集團、雅士利及新西蘭等多方平台為途徑，傾力打造雅士利國際化品牌。

產品品牌方面，2015年，本集團將以雅士利品牌產品為核心，鎖定目標消費人群，挖掘潛在市場需求。按照本集團的品牌戰略部署，整合研發、品控、供應等優質資源，提升品牌、渠道及消費研究等專業水平，優化線上線下產品結構，豐富和完善雅士利品牌產品線，打造以雅士利「超級α-金裝」為全渠道核心，滿足各渠道屬性需求產品為輔的國際標準嬰幼兒奶粉產品形象。2015年，本集團與Arla集團合作，引入原裝進口產品「Arla美兒樂」，以滿足國內消費者的高端化產品需求。2015年，本集團將在行業、渠道、消費者層面進一步積累專業、優質、國際化的品牌口碑，提升核心產品競爭力，鑄建雄厚的品牌資產。

渠道拓展方面，本集團以豐富的渠道管理經驗和強大的終端掌控實力，應對行業渠道發展趨勢。2015年，本集團將採取穩固商超渠道競爭優勢、以具潛力的母嬰渠道、為重點和電子商務作輔助的渠道戰略，從產品規劃、市場推廣、渠道管理、費用共管至回饋消費者。本集團將以全面及多元化來營運所有渠道，並多維進一步加大其投資母嬰渠道。同時，本集團通過專業的營銷團隊和系統技術和軟件對渠道產品流通進行監控和管理，確保產品快速推廣、分銷和流通，本集團為經銷商提供可靠的數據服務和平台支持，實現渠道經營和經銷商管理的精準化。此外，本集團將繼續加強和優化會員積分營銷系統，繼續完善CRM模型，以提升營銷精準度，增加消費者黏性和品牌忠誠度，進而鞏固和提升本集團的渠道管控力和競爭力。

團隊建設方面，本集團將順應產品及渠道發展策略整合內部資源配置，優化團隊組織機能，力求提升團隊的多元化以及專業團隊精神，同時，通過利用有競爭力的激勵考核管理辦法和薪酬體系，對團隊進行精細化和精準化管理，以更有效地推動銷售的快速增長，獲取最佳的市場表現。

#### 一 強化品牌升級和重塑力度

品牌的競爭就是質量管理力和品牌力的綜合競爭。2015年，趁勢移動互聯網的飛速發展以及消費者媒體習慣的改變，本集團將專注於雅士利核心品牌價值的宣傳，以傳統媒體和新媒體結合、線上線下雙打配合的多重傳播方式和推廣途徑搶佔目標消費群體的碎片化時間，依託成熟渠道經營的推力和廣告媒體傳播的拉力，增強客戶的忠誠度，有力地支持現有產品銷售的不斷增長。

傳統媒體方面，精選優質傳播平台，特別是對重點區域的銷售平台進行更為精準和有針對性的投入，本集團將充分發揮電視媒體和分眾傳播的特性，進行品牌的大眾傳播。

新媒體方面，採用創新的廣告手法，加大對雙微的內容輸出、網絡視頻創意營銷等方面的重視力度，加強與網絡視頻、育嬰類移動端等新媒體的深化合作，本集團期望能有效地提升雅士利品牌在新生代父母中的影響力。

品牌重塑方面，加強與知名廣告諮詢公司合作，引入更多更先進的價值理念和專業意見，全程參與品牌建設與產品梳理，重點跟進雅士利超級α-金裝、安貝慧和阿拉美兒樂等產品的品牌梳理，並對新西蘭工廠及其產品進行品牌規劃與管理，提煉產品核心價值，促進產品研發創新，實現品牌重塑升級。

2015年，本集團將繼續進行品牌整合營銷，集合市場情況和消費者訴求，使線上線下的營銷動作相互配合，保持步調一致，以深刻強化目標消費群對於品牌的印象。通過各種品牌活動與媒介投放組合，配合新品上市，向消費者傳達「活力•健康」的品牌形象，從而累積品牌資產及提升品牌美譽度。

#### 一 提升品質管控和監測水平

本集團將繼續加強產品質量管理，通過四大主要保障體系即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質量、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獨立第三方權威機構、監督和檢測部門合作，以推動中國乳製品整體行業健康有序的發展。

#### 一 加大產品研發和新品推廣

2015年，本集團將持續加強對產品研發的投入力度，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，計劃繼續對新產品進行鞏固和強化，陸續推進新產品上市以及開發添加益生菌的奶粉及補充包，豐富產品品種，以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，開發更多口味的營養奶米粉，以豐富產品品種。

成人奶粉方面，尤其中老年奶粉產品，主要開發有助於中老年腸道健康、消化吸收和骨骼健康的兩個系列新產品；對優怡品牌系列成人奶粉進行添加低聚半乳糖等有助於腸道健康的產品升級。

麥片和豆奶粉方面，將開發有市場潛力的新產品，不斷改進現有產品。同時根據不斷變化的市場需求，對麥片沖調產品進行配方升級並持續改進。

#### 一 加強項目建設和資源整合

2015年，本集團將積極推進新西蘭工廠項目的竣工、試產和正式投產工作，並按照新西蘭高標準的藥品監管方式管理產品整個生產流程，確保生產出更優質更安全的產品來滿足國內消費者的需求，繼續穩固和擴大與國內其他生產廠商的競爭優勢。

2015年，本集團將繼續依託蒙牛集團、中糧集團及達能集團的強力支援和更先進的平台，積極開展資源優化和優勢整合的工作，對多美滋和歐世蒙牛的業務進行全面而充分調研和評估，以充分發揮協同效應，爭取各方在品牌、資源、管理及技術上的最大支持和合作。同時，結合達能集團和Arla Foods國際化合作經驗，進一步加強本集團品牌的影響力和市場的競爭力，更好地促進企業更快更強的發展。

## — 強化組織變革和激勵機制建設

2015年，本集團將在去年的基礎上，加大組織變革的力度，整合專業諮詢服務機構，並借助先進的管理平台和技術系統，優化和完善一級中心的組織結構，持續注重與加強基層管理人員及業務骨幹的精細化管理和組織氛圍建設，強化授權體系和職責管理的執行和落地，形成各部門有效銜接相互咬合的機制，以及快速響應變化、加速市場決策的專業組織能力，提升組織整體效能和管理水平。

2015年，本集團將繼續強化激勵機制建設，加強內部目標管理和全面預算的執行和管理，並通過有效的激勵機制促進公司目標實現；建設強大的職能大平台，有效支撐公司業務發展；另外，通過調整薪酬結構、加大銷售激勵力度等措施，增強績效導向，激發員工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

2015年，本集團將繼續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和財務支持管理，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；人力資源管理方面，則確立了未來三年的人力資源策略方向——以組織與人才發展、人力資本投資及雇主品牌建設為三大核心，並將強化薪酬激勵與績效發展兩大體系為核心的人力資源系統建設。同時配合公司發展步伐，深化雅士利商學院建設，持續優化以支持績效改善為核心價值的人才培訓體系。

## 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，及時更新並發布公司最新資訊，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

截至2014年12月31日，本集團共有4,961名(2013年12月31日：6,126名)全職僱員。僱員本年總成本約為人民幣330.2百萬元(2013年：人民幣393.1百萬元)。

我們注重激勵員工，並已建立了基於業績和能力的績效評價體系與薪酬激勵體系。2015年，本集團將建立基於業績和能力及行為的薪酬績效激勵體系和基於人才管理的職業發展體系，將僱員的收益和個人發展與對公司的貢獻全方位聯繫起來，不僅給僱員明確的激勵導向，更加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，吸引和保留更多優秀人才。

本集團堅持貫徹「人才是本公司最重要資產」的理念與「激情•責任•創新•共贏」的核心價值觀，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，逐步建立基於工作任務及崗位發展通道的系統訓練計劃，以支持業績增長；為順應互聯網學習趨勢，建立基於PC及手機端的E-learning、M-learning在線學習平台，打造線上線下多元化學習體驗。

伴隨著國際化企業的注資，本集團進一步強化組織效能，推進人力資源的策略中心、人力資源支持共享中心和人力資源業務合作夥伴的架構建設，實現快速響應、高效實施的人力資源服務和支持。

展望2015年，本集團將在已有的組織架構基礎上，推進基於職能和各事業部的營銷、製造的人力資源管控體系，實現全面人力成本預算及規劃、基於業績和能力及行為的薪酬績效激勵機制、基於人才管理的職業發展機制，配合本集團戰略規劃之長期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了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的溝通和交流。

為促進有效溝通，本集團設有網站([www.yashili.hk](http://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

本集團作為國內著名的奶粉企業，一直保持高度的社會責任感，積極參與扶貧濟困、救弱扶殘、推廣母嬰事業等公益活動。2014年，本集團在「廣東扶貧濟困日」向潮州市潮安區民政局捐款；在「世界牛奶日」向中國扶貧基金會捐款捐物；在「全國助殘日」期間向潮州集德福利會捐贈助殘物品；在「廣東扶貧濟困日暨廣州慈善日」向廣州市蘿崗區慈善會捐款。此外，本集團發起「雅士利螢火蟲行動」，在網絡上發出針對全國12歲以下困境兒童進行救助的倡議，引起社會公眾的關注和響應，給更多需要幫助的人帶去溫暖。本集團還積極參與雲南魯甸、景谷救援活動，第一時間馳援災區，將物資直接發放到災民手中，幫助災區渡過難關。本集團獲得「2014南方致敬·年度公益案例獎」，彰顯負責任的企業公民形象，贏得社會各界的關注和讚賞。

2014年，本集團為慈善公益事業捐款捐物合計價值約為人民幣2.7百萬元。

## 財務回顧

### 收入

截至2014年12月31日止年度，本集團之收入達人民幣2,816.4百萬元(2013年：人民幣3,890.0百萬元)，較去年同期下降27.6%。

	2014 人民幣百萬元	2013 人民幣百萬元	變動比例
雅士利嬰幼兒配方奶粉	1,832.9	2,660.7	-31.1%
施恩嬰幼兒配方奶粉	437.9	660.5	-33.7%
營養食品	533.8	546.2	-2.3%
其他	11.8	22.6	-47.8%
總計	2,816.4	3,890.0	-27.6%

截至2014年12月31日，雅士利品牌嬰幼兒配方奶粉產品實現銷售收入人民幣1,832.9百萬元(2013年：人民幣2,660.7百萬元)，較上年減少31.1%，而施恩嬰幼兒配方奶粉產品實現銷售收入人民幣437.9百萬元(2013年：人民幣660.5百萬元)，較上年減少33.7%。

截至2014年12月31日止年度，營養食品實現銷售收入人民幣533.8百萬元(2013年：人民幣546.2百萬元)，較上年減少2.3%。

本集團銷售收入下降主要是由於(i)奶粉行業的增長速度放緩；及(ii)本集團自2014年上半年開始梳理銷售渠道，變革營銷模式，經銷商及消費者需要一段時間的接受過程。



## 按城市級別劃分之收入

### — 雅士利嬰幼兒配方奶粉

	於12月31日		變動比例
	2014	2013	
	人民幣百萬元	人民幣百萬元	
一線城市 <sup>(1)</sup>	189.4	273.6	-30.8%
二線城市 <sup>(2)</sup>	673.3	1,032.8	-34.8%
三線城市及其他 <sup>(3)</sup>	970.2	1,354.3	-28.4%
總計	1,832.9	2,660.7	-31.1%

### — 施恩嬰幼兒配方奶粉

	於12月31日		變動比例
	2014	2013	
	人民幣百萬元	人民幣百萬元	
一線城市 <sup>(1)</sup>	29.1	70.0	-58.4%
二線城市 <sup>(2)</sup>	190.5	415.2	-54.1%
三線城市及其他 <sup>(3)</sup>	218.3	175.3	24.5%
總計	437.9	660.5	-33.7%

附註：

- (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、綿陽及佛山等地級市。
- (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。

## 毛利

截至2014年12月31日止年度，本集團錄得毛利為人民幣1,445.0百萬元（2013年：人民幣2,080.1百萬元），較去年下降30.5%，毛利率為51.3%（2013年：53.5%）。毛利率的下降主要是由於本集團於2014年上半年開始採用積分模式取代原直接計入銷售及經銷開支的贈品方式，積分的相關投入扣減毛利率，毛利率相應減少，以及原材料奶粉平均成本較去年同期有所增加，也是毛利下降的原因。

## 銷售及經銷開支

截至2014年12月31日止年度，本集團發生銷售及經銷費用為人民幣1,106.8百萬元(2013年：人民幣1,393.8百萬元)，較去年下降了20.6%，主要是由於銷售額下降。銷售及經銷開支佔收入比例增加至39.3%(2013年：35.8%)，主要是因為銷售收入下降，人工成本、市場費用等相對固定費用未能同比下降。

## 行政開支

截至2014年12月31日止年度，行政開支為人民幣193.2百萬元(2013年：人民幣219.2百萬元)，較去年下降了11.9%，主要是因為2014年期權分攤費用降至為零以及應對業績下降職能部門縮減費用。

## 淨財務收入

於2014年12月31日，財務收入淨額為人民幣54.7百萬元(2013年：人民幣95百萬元)。財務收入淨額有所下降主要是因為2013年發放特別股息導致用於本集團理財及定期存款資金下降。

## 所得稅開支

於2014年12月31日，本集團計提的所得稅費用為人民幣60.9百萬元(2013年：人民幣137.4百萬元)，實際所得稅率為19.7%(2013年：23.8%)。所得稅費用下降的原因主要是本集團處置雅士利(鄭州)及雅士利國際投資有限公司的會計收益，稅務上主要按對價與當年實際投入之間的差額繳納所得稅，相應繳納所得稅額較低。此外，本集團決定2013年及以前年度國內利潤不用作以後境外派息所用，2013年計提的從中國境內向境外派息所需的預提所得稅約人民幣12.5百萬元於本期轉回。本年亦未計提向境外分配利潤所需預提的所得稅。

## 存貨

於2014年12月31日，本集團存貨餘額為人民幣717.9百萬元(2013年12月31日：人民幣886.2百萬元)，減少主要是原料粉價格下降以及本集團策略性調減原材料庫存量。

## 其他金融資產

於2014年12月31日，其他金融資產包含穩健型保本理財產品人民幣1,140.0百萬元，預期年化收益率為2.8%至6%(於2013年12月31日：5.1%至5.8%)；此外還包括通過中糧信托有限責任公司購買的非保本型的理財產品人民幣150.0百萬元，預期年化收益率為9.5%。

## 貿易應收款

於2014年12月31日，本集團貿易應收款金額為人民幣43.5百萬元(2013年12月31日：人民幣32.1百萬元)，於2014年度，貿易應收款周轉天數為6天(2013年：3天)。餘額增加主要是因為直營商超門店增加，相應給予的信限額增加。

## 或然負債

於2014年12月31日，本集團並無重大或然負債(2013年12月31日：無)。

## 資本承擔

於2014年12月31日，本集團資本承擔總額為人民幣303.2百萬元(2013年12月31日：人民幣994.0百萬元)，主要為在新西蘭建設廠房而產生。

## 呆帳撥備

於2014年12月31日，本集團的呆帳撥備為人民幣1.2百萬元(2013年：人民幣1.3百萬元)。該等撥備是與拖欠付款的客戶有關的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2014年12月31日，本集團的存貨減值撥備餘額為人民幣2.5百萬元(2013年：無)。此外，本集團亦錄得存貨報廢虧損人民幣5百萬元(2013年：人民幣0.3百萬元)，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2014年12月31日，本集團已抵押之銀行存款及若干物業、廠房及設備合共約人民幣163.0百萬元(2013年12月31日：人民幣271.0百萬元)，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。

## 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248.8百萬元，較去年下降43.1%，主要由於毛利率下降、銷售及經銷成本佔比上升。

## 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2014年12月31日止年度，本集團的業務帶來人民幣264.5百萬元(2013年：淨現金人民幣140.9百萬元)。經營現金淨流入增加主要是因為本期消化前期庫存。

## 投資活動

截至2014年12月31日止年度，投資活動所用現金淨流出為人民幣1,052.2百萬元，投資活動支出主要用於購買金融資產、新西蘭工廠以及設備。

## 融資活動

截至2014年12月31日止年度，融資活動所產生現金淨額為人民幣422.9百萬元，主要是取得貸款人民幣714.8百萬元，償還計息銀行貸款支出人民幣155.7百萬元以及派發股息人民幣131.3百萬元。

## 貸款及借款

於2014年12月31日，本集團貸款及借款為人民幣762.6百萬元(2013年12月31日：人民幣201.5百萬元)。借款的年化利率為LIBOR+0.85%至LIBOR+1.65%。上述借款以存款或理財產品作擔保，其年化收益率為3%至4.125%，或由本集團的子公司雅士利國際集團有限公司提供擔保。於2014年12月31日，本集團資產負債比率為15.5%(2013年12月31日：4.5%)，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

本公司於扣除有關開支後的首次公開發售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2014年12月31日所得款項淨額用途如下：

項目	於2013年底 可動用 人民幣千元	截至2014年 12月31日 止年度動用 人民幣千元	於2014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	214,802	24,613	190,189
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	307,896	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	161,841	117,577	44,264
提高本集團的研發能力	40,834	6,206	34,628
總計	725,373	456,292	269,081

## 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」）及於2010年10月8日採納購股權計劃（「購股權計劃」）。

購股權計劃之詳情如下：

本公司已採納購股權計劃，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，合共不得超過於2010年11月1日（「上市日期」）已發行股份的10%，即350,000,000股股份，相當於於本報告日期本公司已發行股份的約7.38%。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後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。

於2013年7月23日，蒙牛國際向本公司之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未行使期權（「期權」）。進一步詳情請參閱本公司、蒙牛乳業及蒙牛國際日期為2013年7月23日有關（其中包括）期權要約之綜合收購要約及回應文件。

於2013年8月13日（即期權要約之最後截止日期），有關52,088,266份期權之期權要約已被接納。於期權要約獲接納後，相關期權連同其附帶之所有權利已被註銷及放棄，而所有未行使期權亦自動失效。

自2014年1月1日至2014年12月31日，本公司並無授出期權，亦概無任何由本公司授出的未行使期權。

因此，於2014年12月31日，本公司概無授出任何未行使期權。

## 購買、出售或贖回本公司上市證券

除上文所披露者外，本公司或其任何附屬公司於截至2014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2014年12月31日止年度向於2015年6月12日名列股東名冊的股東派付末期股息每股股份人民幣1.57分，惟須獲股東於2015年6月5日舉行的應屆股東周年大會上批准。

截至2014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74.5百萬元，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2014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。

## 暫停辦理股份過戶登記手續

### (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2015年6月3日至2015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2015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2015年6月2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室以作登記。

### (ii) 釐定有權享有建議末期股息的股東身份

本公司將於2015年6月11日至2015年6月12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2015年6月10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室以作登記。

待股東於2015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於2015年6月26日或前後向於2015年6月12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。全體董事確認於截至2014年12月31日止年度皆有遵守標準守則。

本公司已為可能擁有本公司尚未公佈的內幕消息的僱員制定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2014年12月31日止年度整段期間採納聯交所證券上市規則(「上市規則」)附錄十四所載企業管治守則(「企業管治守則」)的原則，惟若干董事因須處理其他業務未能出席本公司於2014年6月5日舉行的股東週年大會及本公司分別於2014年2月18日及2014年11月28日舉行的股東特別大會。

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。

## 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的採用的會計原則及政策以及截至2014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2015年6月5日(星期五)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，2015年3月25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)、張利鈿先生(副主席)、白瑛先生及吳景水先生；執行董事李東明先生及張雁鵬先生；以及獨立非執行董事程守太先生、李港衛先生及莫衛斌先生。