

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2015年6月30日止
六個月之中期業績公告**

財務摘要

	截至6月30日止6個月		變動比例
	2015年 人民幣百萬元	2014年 人民幣百萬元	
收入	1,161.5	1,545.7	(24.9)%
毛利	563.5	819.9	(31.3)%
本公司股權持有人應佔利潤	75.6	209.4	(63.9)%
每股盈利(人民幣分)：			
— 基本	1.7	5.9	(71.2)%

截至2015年6月30日止六個月，本集團之收入達人民幣1,161.5百萬元(2014年同期：人民幣1,545.7百萬元)，較去年同期下降24.9%。

本集團銷售收入下降要是由於：(一)現代和傳統渠道的加速萎縮削弱了本集團原本在該渠道的競爭優勢；(二)本集團於2015年上半年持續應對母嬰及電商渠道的銷售模式轉型，新的營銷策略的執行和效果需要時間以及成本費用的投入；以及(三)本集團於2015年上半年加大促銷力度以應對激烈的市場競爭。

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2015年6月30日止中期的未經審核合併業績連同2014年同期比較數字如下，該等合併中期財務數據未經審核，但已由本公司獨立核數師和本公司審核委員會審閱：

簡明合併損益表

	附註	未經審核	
		截至6月30日止6個月	
		2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
收入	3	1,161,529	1,545,698
銷售成本	4	(597,985)	(725,826)
毛利		563,544	819,872
其他收入及收益	3	29,808	71,375
銷售及經銷開支		(523,590)	(571,975)
行政開支		(70,974)	(101,254)
其他開支		(11,763)	(5,595)
經營溢利		(12,975)	212,423
財務收入	4	105,075	29,111
財務成本		(2,439)	(2,831)
淨財務收入		102,636	26,280
除稅前溢利		89,661	238,703
所得稅開支	5	(14,084)	(29,274)
本期溢利		75,577	209,429
以下各方應佔：			
本公司擁有人		75,577	209,429
		人民幣分	人民幣分
本公司普通股擁有人應佔每股盈利			
基本	6	1.7	5.9

簡明合併全面收益表

	未經審核	
	截至6月30日止6個月	
	2015年	2014年
	人民幣千元	人民幣千元
本期溢利	75,577	209,429
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	(16,003)	26,343
於處置海外子公司時的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	<u>(8,421)</u>	<u>—</u>
本期其他全面收益	<u>(24,424)</u>	<u>16,833</u>
本期全面收益總額	<u>51,153</u>	<u>226,262</u>
以下各方應佔：		
本公司擁有人	<u>51,153</u>	<u>226,262</u>

簡明合併財務狀況表

		未經審核 2015年 6月30日 人民幣千元	經審核 2014年 12月30日 人民幣千元
	附註		
非流動資產			
物業、廠房及設備		607,121	612,520
在建工程		956,360	835,447
投資物業		70,860	103,814
土地使用權		77,242	77,564
無形資產		3,031	2,700
長期銀行存款	10	354,508	—
遞延稅項資產		138,676	115,585
非流動資產總額		<u>2,207,798</u>	<u>1,747,630</u>
流動資產			
存貨	7	598,666	717,901
貿易應收款	8	53,229	43,498
預付款項、押金及其他應收款項	9	161,900	178,781
其他金融資產		1,569,503	1,289,964
保證金存款	10	298,184	151,351
現金及銀行結餘	10	3,645,242	799,542
流動資產總額		<u>6,326,724</u>	<u>3,181,037</u>
流動負債			
貿易應付款	11	163,615	234,472
其他應付款及應計費用		564,514	674,411
衍生金融工具		7,504	2,027
計息銀行借款	13	414,739	141,431
應付所得稅		27,899	58,551
流動負債總額		<u>1,178,271</u>	<u>1,110,892</u>
流動資產淨值		<u>5,148,453</u>	<u>2,070,145</u>
資產總值減流動負債		<u>7,356,251</u>	<u>3,817,775</u>

簡明合併財務狀況表(續)

		未經審核 2015年 6月30日 人民幣千元	經審核 2014年 12月30日 人民幣千元
	附註		
非流動負債			
計息銀行借款	13	704,399	621,163
衍生金融工具		13,660	7,618
遞延收益		5,716	7,397
遞延所得稅負債		<u>13,473</u>	<u>7,835</u>
 非流動負債總額		 <u>737,248</u>	 <u>644,013</u>
 資產淨額		 <u><u>6,619,003</u></u>	 <u><u>3,173,762</u></u>
 權益			
已發行股本		399,352	305,532
儲備		<u>6,219,651</u>	<u>2,868,230</u>
 權益總額		 <u><u>6,619,003</u></u>	 <u><u>3,173,762</u></u>

簡明合併財務報表附註

1 編製基礎及本集團會計政策變動

編製基礎

截至2015年6月30日止6個月的未經審核中期簡明合併財務報表是按照國際會計準則第34號*中期財務報告*及香港聯合交易所有限公司證券上市規則之披露規定編製。

本未經審核中期簡明合併財務報表並未載有年度財務報表所需的全部資訊和披露，故應與本集團截至2014年12月31日止年度的財務報表一併閱覽。

本集團已採納的新準則、解釋和修訂

除因採納以下截至2015年1月1日生效的新頒布及經修訂的國際財務報告準則及詮釋外，編製本中期簡明合併財務報表所採納的會計政策，與編製本集團截至2014年12月31日止年度的財務報表所採納者保持一致。集團沒有提前採納解釋或修訂已發佈但尚未生效的其他標準。

這些變化性質及影響披露如下：雖然2015年首次應用以下新準則及修訂，但是沒有實質性影響的年度合併財務報表組或中期簡明合併財務報表。每個新標準的性質和影響或修改描述如下：

國際會計準則第19號的修訂定額福利計劃：僱員供款定額福利計劃

國際會計準則第19號要求實體在對定額福利計劃進行會計處理時考慮僱員或第三方供款。與服務有關的供款於服務期間歸屬為負福利。該等修訂釐清，倘供款額與服務年期並無關係，則容許實體在服務提供期間確認有關供款為服務成本的減少，而非分配供款至服務期間。該修訂自2014年7月1日或之後開始的年度期間生效。由於本集團內實體概無定額福利計劃並由僱員或第三方供款，預期該修訂與本集團並不相關。

2010年至2012年週期的年度改進

該等改進自2014年7月1日或之後起生效，而本集團已在該等中期簡明綜合財務報表中首次採用該等修訂，包括：

國際財務報告準則第2號股份支付

該改進採用未來適用法，並釐清多項與屬歸屬條件的績效及服務條件的定義相關事宜，包括：

- 績效條件須包含服務條件
- 當交易對手提供服務時，必須達成績效目標

1 編製基礎及本集團會計政策變動(續)

- 績效目標可能與實體的經營或活動有關，或與同一集團內其他實體的經營或活動有關
- 績效條件可為市場或非市場條件
- 倘交易對手於歸屬期內不論因任何原因不再提供服務，則服務條件不達成

以上定義與本集團在現時中期期間如何介定屬歸屬條件的任何績效及服務條件一致，因此，該等修訂並不影響本集團的會計政策。

國際財務報告準則第3號企業合併

修訂採用未來適用法，並釐清因業務合併而產生惟並無分類為負債(或資產)的所有或然代價安排其後應按公平值計入損益，不論其是否屬於國際財務報告準則第9號(或國際會計準則第39號，如適用)的範圍。該修訂與本集團現行會計政策一致，因此該項修訂並不影響本集團的會計政策。

國際財務報告準則第8號經營分部

該等修訂追溯應用，並釐清：實體於應用國際財務報告準則第8號第12段內的合計標準時必須披露管理層作出的判斷，包括合計經營分部的概況以及用於評估分部是否「類似」所使用的經濟特徵(例如銷售及毛利率)。

分部資產與資產總值的對賬僅在該對賬報告予最高營運決策者的情況下方須披露，與披露分部負債的情形類似。

本集團並未應用國際財務報告準則第8號第12段內的合計標準。本集團已於以前期間呈列了分部資產與資產總值的對賬，且鑒於該等對賬需報告予最高營運決策者用於決策，本集團將繼續於該等財務報表的附註3中按以前期間的標準披露。

國際會計準則第16號物業、廠房及設備及國際會計準則第38號無形資產

修訂追溯應用，並在國際會計準則第16號及國際會計準則第38號中釐清資產可參考可觀察數據重估，以調整資產的賬面總值至市場價值或以釐定賬面值的市場價值並按比例調整賬面總值，致使最後的賬面值與市場價值相等。此外，累計減值或攤銷乃資產總值與賬面值的差額。本集團在現時中期期間並無記錄任何重估調整。

國際會計準則第24號關聯方披露

修訂追溯應用，並釐清管理實體(提供關鍵管理人員服務的實體)為關聯方披露中所指的關聯方。此外，使用管理實體的實體必須披露管理服務產生的費用。由於本集團並無從其他實體得到任何管理服務，此項修訂與本集團無關。

1 編製基礎及本集團會計政策變動(續)

2011年至2013年週期的年度改進

該等改進自2014年7月1日或之後起生效，而本集團已在該等中期簡明綜合財務報表中首次採用該等修訂，包括：

國際財務報告準則第3號企業合併

修訂採用未來適用法，並釐清國際財務報告準則第3號的範圍例外情況：

- 合營安排，不僅僅是合營企業，在國際財務報告準則第3號的範圍以外
- 本範圍例外情況僅適用於合營安排本身的財務報表的會計處理

本集團並非合營安排，因此，該修訂與本集團及其附屬公司無關。

國際財務報告準則第13號公平值計量

修訂採用未來適用法，並釐清國際財務報告準則第13號的投資組合例外情況不僅適用於金融資產及金融負債，亦適用於國際財務報告準則第9號(或國際會計準則第39號，如適用)範圍內的其他合約。本集團並無採用國際財務報告準則第13號除外的投資組合。

國際會計準則第40號投資物業

國際會計準則第40號中的輔助服務說明區分了投資物業與自用物業(即物業、廠房及設備)。修訂採用未來適用法，並釐清使用國際財務報告準則第3號(並非國際會計準則第40號的輔助服務說明)來判斷交易是否為購買資產或業務合併。在以前期間，在確定是否為資產或業務收購時，集團已經依賴國際財務報告準則第3號，而非國際會計準則第40號，因此該項修訂並不影響本集團的會計政策。

已頒佈但尚未生效的國際財務報告準則

本集團於財務報表內未應用以下已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則。

國際財務報告準則(2014版本)第9號	金融工具 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28號的修訂	投資實體：合併豁免的適用 ¹
國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號的修訂	投資者與其聯營公司或合營公司之間的資產出售或投入 ¹
國際財務報告準則第11號的修訂	收購於合營業務的權益的會計 ¹
國際財務報告準則第14號	監管遞延賬目 ⁴
國際財務報告準則第15號	來自客戶合約的收入 ²
國際會計準則第1號的修訂	披露計劃 ¹
國際會計準則第16號及國際會計準則第38號的修訂	可接納折舊及攤銷方法的分類 ¹
國際會計準則第16號及國際會計準則第41號的修訂	農業：生產性植物 ¹
國際會計準則第27號的修訂	獨立財務報表的權益法 ¹
2012年至2014年週期的年度改進	修改若干國際財務報告準則 ¹

1 編製基礎及本集團會計政策變動(續)

- ¹ 自2016年1月1日或之後開始的年度期間生效
- ² 自2017年1月1日或之後開始的年度期間生效
- ³ 自2018年1月1日或之後開始的年度期間生效
- ⁴ 自2016年1月1日或之後實體首次開始就其年度財務報表採納國際財務報告準則時生效，故不適用於本集團

本集團正評估該等新訂及經修訂國際財務報告準則於首次應用時的影響。截至目前為止，本集團認為該等新訂及經修訂國際財務報告準則不可能對本集團的業績及財務狀況構成重大影響。

2 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益、虧損淨額、財務成本淨額、部份銷售及經銷開支以外的開支分配至分部中，原因是高級行政管理團隊並不會使用上述資料分配資源至經營分部或評估其表現。由於本集團不會定期向高級行政管理人員匯報分部資產及負債，因此，此等財務報表內並無呈列可呈報分部資產及負債的資料。

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。

2 經營分部資料(續)

	截至2015年6月30日止6個月(未經審核)				
	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	774,360	112,680	267,379	7,110	1,161,529
分部間銷售	—	—	—	39,106	39,106
	<u>774,360</u>	<u>112,680</u>	<u>267,379</u>	<u>46,216</u>	<u>1,200,635</u>
對賬：					
對銷分部間銷售					<u>(39,106)</u>
總收入					<u>1,161,529</u>
分部業績	86,792	(44,798)	48,948	6,985	97,927
對賬：					
財務收入					105,075
財務成本					(2,439)
不可分的其他收益及其他淨虧損					29,808
不可分的其他支出					<u>(140,710)</u>
除稅前溢利					89,661
所得稅開支					<u>(14,084)</u>
本期溢利					<u>75,577</u>
其他分部資料					
折舊及攤銷	31,133	9,908	4,839	1,319	47,199
不可分金額					<u>196</u>
折舊及攤銷總額					<u>47,395</u>

2 經營分部資料(續)

	截至2014年6月30日止6個月(未經審核)				合計 人民幣千元
	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	
分部收入：					
銷售予外部客戶	1,029,870	273,781	235,249	6,798	1,545,698
分部間銷售	—	—	—	44,527	44,527
	<u>1,029,870</u>	<u>273,781</u>	<u>235,249</u>	<u>51,325</u>	<u>1,590,225</u>
對賬：					
對銷分部間銷售					<u>(44,527)</u>
總收入					<u>1,545,698</u>
分部業績	232,719	20,263	42,233	4,717	299,932
對賬：					
財務收入					29,111
財務成本					(2,831)
不可分的其他收益及其他淨虧損					71,375
不可分的其他支出					<u>(158,884)</u>
除稅前溢利					238,703
所得稅開支					<u>(29,274)</u>
本期溢利					<u>209,429</u>
其他分部資料					
折舊及攤銷	22,050	11,674	2,990	1,448	38,162
不可分金額					<u>7,334</u>
折舊及攤銷總額					<u>45,496</u>

2 經營分部資料(續)

地區資料

本期本集團的收入全部源自內銷。截至2014年及2015年6月30日止6個月期間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根據其知識及經驗釐定；
- 二線城市泛指中國行政區劃的地級市，於中國的行政架構中低於省高於縣，包括但不限於東莞、南陽、九江及佛山。由於沒有官方分類，該等分類由本公司董事根據其知識及經驗釐定；
- 三線城市泛指中國縣級行政區劃的縣級市，包括但不限於晉江、雲夢、亳州、昆山及漯河。由於沒有官方分類，該等分類由本公司董事根據其知識及經驗釐定。

	未經審核	
	截至6月30日止6個月	
	2015年	2014年
	人民幣千元	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	79,715	101,797
— 二線城市	285,329	383,342
— 三線城市及其他	<u>409,316</u>	<u>544,731</u>
	<u>774,360</u>	<u>1,029,870</u>
施恩嬰幼兒配方奶粉產品		
來自以下地區的收入		
— 一線城市	7,392	31,164
— 二線城市	54,119	153,614
— 三線城市及其他	<u>51,169</u>	<u>89,003</u>
	<u>112,680</u>	<u>273,781</u>

3 收入、其他收入及收益

本集團的收入、其他收入及收益的分析如下：

	附註	未經審核	
		截至6月30日止6個月	
		2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
收入			
商品銷售	(a)	<u>1,161,529</u>	<u>1,545,698</u>
其他收入及收益			
政府補助	(b)	2,055	3,008
補償收入	(c)	526	337
租金收入		4,365	2,430
處置子公司淨收益		—	65,031
匯兌收益		11,835	—
受豁免的利息費用		10,656	—
其他		<u>371</u>	<u>569</u>
		<u>29,808</u>	<u>71,375</u>

附註：

(a) 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。營業額已經扣除任何銷售折扣。

本集團的客戶基礎多元化，本期內，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。

(b) 政府補助主要指對購買資產的補償和退稅。

(c) 補償收入主要指於本期就違反經銷協議條款的跨區銷售而從經銷商客戶沒收的款項。

4 除稅前溢利

本集團的稅前利潤乃經扣除／(增加)下列各項後計算所得：

	未經審核	
	截至6月30日止6個月	
	2015年	2014年
	人民幣千元	人民幣千元
貨品銷售成本	597,985	725,826
物業、廠房及設備折舊*	40,144	37,881
投資物業折舊	1,586	1,693
預付土地租賃款項攤銷	976	3,039
其他非流動資產攤銷	4,429	1,745
無形資產攤銷	260	1,138
折舊及攤銷總額	<u>47,395</u>	<u>45,496</u>
房屋的經營租賃最低租金	9,054	6,487
僱員福利費*(不包括董事及最高行政人員薪酬)：		
工資、薪金及津貼	168,364	196,188
退休金計劃供款(定額供款計劃)	<u>16,655</u>	<u>12,694</u>
	<u>185,019</u>	<u>208,882</u>
利息收入	(61,068)	(18,531)
其他投資的收益	<u>(44,007)</u>	<u>(10,580)</u>
財務收入總額	<u>(105,075)</u>	<u>(29,111)</u>
出售物業、廠房及設備項目的虧損淨額	639	2,615
貿易應收賬款減值轉回	(214)	(67)
貿易應收賬款減值損失	9	—
存貨減值	902	—
投資物業應收租金	<u>(4,365)</u>	<u>(2,430)</u>

* 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。

5 所得稅開支

簡明合併損益表內所得稅開支的主要成分為：

	未經審核	
	截至6月30日止6個月	
	2015年	2014年
	人民幣千元	人民幣千元
即期稅項		
期間撥備	28,192	37,690
本期內確認以往年度的稅收調整	247	2,024
遞延稅項	<u>(14,355)</u>	<u>(10,440)</u>
所得稅開支總額	<u>14,084</u>	<u>29,274</u>

本集團於中國的所有子公司於截至2015年6月30日止6個月期間的所得稅稅率均為25%。

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。

本集團截至2015年6月30日止6個月期間香港利得稅撥備是以本期間的估計應課稅溢利，按照16.5%(截至2014年6月30日止6個月期間：16.5%)的稅率計提。

6 本公司普通股擁有人應佔每股盈利

本期的每股基本盈利乃根據期內本公司普通股擁有人應佔利潤除以期內已發行普通股的加權平均數計算。

每股攤薄盈利乃根據期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期內已發行普通股加權平均數並假設期內所有購股權獲行使或所有潛在攤薄股份轉換按無代價發行的普通股加權平均數計算。

6 本公司普通股擁有人應佔每股盈利(續)

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：

	未經審核	
	截至6月30日止6個月	
	2015年	2014年
	人民幣千元	人民幣千元
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	<u>75,577</u>	<u>209,429</u>
	股份數量	股份數量
	(千股)	(千股)
股份：		
計算每股基本盈利所用的普通股加權平均數	<u>4,476,820</u>	<u>3,559,170</u>

7 存貨

	未經審核	經審核
	2015年	2014年
	6月30日	12月31日
	人民幣千元	人民幣千元
原材料	308,736	322,642
成品	94,804	181,386
半成品	181,391	190,117
包裝材料	16,340	25,417
低價消耗品	<u>786</u>	<u>828</u>
	<u>602,057</u>	<u>720,390</u>
跌價準備	<u>(3,391)</u>	<u>(2,489)</u>
	<u>598,666</u>	<u>717,901</u>

8 貿易應收款

	未經審核 2015年 6月30日 人民幣千元	經審核 2014年 12月31日 人民幣千元
貿易應收款	54,196	44,679
減值	<u>(967)</u>	<u>(1,181)</u>
	<u>53,229</u>	<u>43,498</u>

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：

	未經審核 2015年 6月30日 人民幣千元	經審核 2014年 12月31日 人民幣千元
三個月以內	43,555	39,024
三至六個月	8,701	2,543
六個月以上	<u>973</u>	<u>1,931</u>
	<u>53,229</u>	<u>43,498</u>

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，本公司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。

8 貿易應收款(續)

列入貿易應收款的應收本集團關聯方款項如下：

	未經審核 2015年 6月30日 人民幣千元	經審核 2014年 12月31日 人民幣千元
一家同系附屬公司	<u>2,961</u>	<u>2,028</u>

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。

9 預付款、押金及其他應收款項

	未經審核 2015年 6月30日 人民幣千元	經審核 2014年 12月31日 人民幣千元
預付廣告開支	7,700	3,921
購買原材料的預付款	6,308	2,797
聯絡點備用金	5,306	7,166
待抵扣增值稅	56,834	88,574
應收定期存款利息	66,229	49,261
其他	<u>19,523</u>	<u>27,062</u>
	<u>161,900</u>	<u>178,781</u>

列入預付款、押金及其他應收款項的應收關聯方款項如下：

	未經審核 2015年 6月30日 人民幣千元	經審核 2014年 12月31日 人民幣千元
一家同系附屬公司	629	4,674
受主要高級管理人員施加重大影響的公司	<u>26</u>	<u>162</u>
	<u>655</u>	<u>4,836</u>

上述結餘均為無抵押及免息，沒有固定還款日期。

10 現金及銀行結存和其他銀行存款和保證金存款

		未經審核 2015年 6月30日 人民幣千元	經審核 2014年 12月31日 人民幣千元
現金及現金等價物		3,645,242	239,542
受限制的銀行存款		298,184	151,351
到期日為三個月以上的定期存款	(a)	<u>354,508</u>	<u>560,000</u>
		<u>4,297,934</u>	<u>950,893</u>
減：銀行融資之短期保證金存款	(b)	298,184	151,351
減：長期銀行存款	(a)	<u>354,508</u>	<u>—</u>
現金及銀行結存		<u><u>3,645,242</u></u>	<u><u>799,542</u></u>

(a) 銀行現金按基於通行市場利率計息。於2015年6月30日，短期定期銀行存單有效年利率約為3.08%至4.675%（2014年12月31日：3.08%至4.675%），並將於一年內到期。長期定期銀行存單有效年利率約為4.60%至4.875%（2014年12月31日：4.125%至4.675%），並將於一至兩年到期。銀行結餘及已抵押存款於近期無違約歷史且信譽良好的銀行儲存。

(b) 於2015年6月30日，除了一些銀行貸款是通過定期存款人民幣298,142,000元（2014年12月31日：人民幣150,413,000元）進行擔保，尚有人民幣41,912元存款（2014年12月31日：人民幣938,000元）被作為開具信用證的保證金。

11 貿易應付款

於報告日期，本集團根據發票日期的貿易應付賬款的賬齡分析如下：

	未經審核 2015年 6月30日 人民幣千元	經審核 2014年 12月31日 人民幣千元
三個月以內	156,124	198,243
三個月至六個月	3,244	34,061
六個月以上	<u>4,247</u>	<u>2,168</u>
	<u><u>163,615</u></u>	<u><u>234,472</u></u>

11 貿易應付款(續)

列入貿易應付賬款的應付關聯方的款項如下：

	未經審核 2015年 6月30日 人民幣千元	經審核 2014年 12月31日 人民幣千元
受主要高級管理人員施加重大影響的公司 一家同系附屬公司	— <u>362</u>	306 <u>20,128</u>
	<u><u>362</u></u>	<u><u>20,434</u></u>

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。

12 股息

董事就截至2015年6月30日止6個月期間及截至2014年6月30日止6個月期間均未建議派發中期股息。

截至2015年6月30日止6個月，本公司就截至2014年12月31日止年度利用股本溢價向本公司股東宣派及派付期末股息每股人民幣1.57分。(截至2014年6月30日止6個月：截至2013年12月31日止年度利用股本溢價分配每股人民幣3.69分)。

股息金額為每股人民幣1.57分乘以4,745,560,296股股份，金額為人民幣74,505,000元，其中包括2015年2月12日Danone Asia Baby Nutrition Pte. Ltd(「達能亞洲」)認購股數1,186,390,074股。

13 計息銀行借款

	未經審核			經審核		
	於2015年6月30日			於2014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						
— 質押借款(iii)	LIBOR+0.85 to LIBOR+1.3	2015	349,582	LIBOR+0.85 to LIBOR+1.3	2015	141,431
— 擔保借款(i)	LIBOR+1.55	2015	15,514	—	—	—
— 擔保和保證 借款(ii)	LIBOR+1.65	2015	49,643	—	—	—
			414,739			141,431
長期						
長期銀行貸款：						
— 擔保借款(i)	LIBOR+1.55	2017	139,696	LIBOR+1.55	2017	152,976
— 擔保和保證 借款(ii)	LIBOR+1.65	2017	564,703	LIBOR+1.65	2017	468,187
			704,399			621,163
				未經審核		經審核
				2015年		2014年
				6月30日		12月31日
				人民幣千元		人民幣千元
銀行貸款						
— 以美元計值				1,119,138		762,594

- (i) 於2015年6月30日，數額約為人民幣155,210,000元(2014年12月31日：人民幣152,976,000)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。
- (ii) 於2015年6月30日，數額約為人民幣614,346,000元(2014年12月31日：468,187,000)的銀行貸款由雅士利(廣東)進行擔保，同時新西蘭乳業截至2015年6月30日價值約為人民幣1,161,201,000元的全部資產處於一般保證安排下，以獲取該借款。
- (iii) 一些總金額大約為人民幣294,601,000元(2014年12月31日：人民幣141,431,000元)的銀行貸款以人民幣298,143,000元(2014年12月31日：人民幣150,413,000元)的定期存款進行抵押。

於2015年6月30日，數額約人民幣54,981,000元(2014年12月31日：零)的銀行貸款以人民幣200,000,000元(2014年12月31日：零)的商業銀行財務投資產品進行抵押。

管理層討論與分析

行業回顧

2015年上半年，世界經濟仍處於階段性築底、蓄勢上升的整固階段。面對國內外複雜形勢，中國經濟運行處於穩定區間，內需進一步擴大，產業結構繼續優化，居民收入與經濟發展同步增長。2015年上半年，中國國內生產總值為人民幣29.7萬億元，同比增長7.0%；社會消費品零售總額為人民幣14.2萬億元，同比增長10.4%；居民消費價格同比上漲1.3%，其中，城市上漲1.3%，農村上漲1.1%。根據城鄉一體化住戶調查，上半年全國居民人均可支配收入為人民幣10,931元，同比名義增長9.0%，扣除價格因素實際增長7.6%。

2015年上半年，國家頒布各項政策和措施以提高中國嬰幼兒配方奶粉產業的集中度及行業門檻，嚴格把控和提升奶粉質量，恢復國人對國產奶粉的信心。2015年3月，中國國務院辦公廳發布的《關於印發2015年食品安全重點工作安排的通知》提出，今年將繼續推進嬰幼兒配方乳粉企業兼併重組，開展食品安全審計和綜合治理。2015年4月，新修訂的《中華人民共和國食品安全法》被審批通過並將於2015年10月1日起施行，這部新法被各界稱為「史上最嚴的食品安全法」，中國千萬寶寶「舌尖上」的安全將更加可期。2015年2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」）聯合簽署的股份認購協議完成交割，達能亞洲正式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。

2015年上半年，移動互聯網繼續影響消費者的消費行為和購買習慣，海淘興起並向跨境電商轉變，已打破市場渠道、價格體系和競爭格局，導致中國奶粉行業的市場競爭更加猛烈。電商渠道仍然是發展速度最快的渠道且其市場佔比已經超過傳統商超渠道；母嬰渠道保持穩定增長，依舊是市場佔比最大渠道；海外代購直購發展速度不容小覷；而傳統商超渠道繼續萎縮，這對更多依重於該渠道的國產品牌形成較大的競爭壓力。新一批奶粉企業

的湧入以及原有奶粉企業陸續推出新品搶佔市場，競相開展促銷和折讓活動，奶粉產品價格逐漸兩級化發展。此外，2015年上半年原料奶粉供應價格的持續下降，在為奶粉企業緩解成本壓力的同時，也造成了企業降價競爭的局面。

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。本集團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，位於新西蘭的工廠已於2014年年底基本建成並於2015年上半年進入調試階段。

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、進口優質原裝配方奶粉產品、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，本集團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乳品原材料、進口優質原裝配方奶粉產品、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。

分類產品介紹

嬰幼兒配方奶粉

本集團開發的嬰幼兒配方奶粉產品主要滿足嬰幼兒日常哺喂的健康營養需求，可輔助母乳作為嬰幼兒的主要營養來源。本集團所有品牌嬰幼兒配方奶粉產品均主要使用優質進口原料，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「超級 α -金裝」、「金裝安貝慧」以及與Arla Foods集團合作的「Arla美兒樂」等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；「超級 α -金裝」與「Arla美兒樂」系列奶粉已於2015年上半年正式在中國上市。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。

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。

市場推廣

2015年上半年，本集團引進具有豐富市場經驗和終端掌控能力的營銷管理團隊，採取積極措施推行銷售模式優化和渠道轉型。母嬰渠道方面，本集團在核心市場選擇重點母嬰連鎖合作的同時，也為渠道客戶開通了高端產品的直供模式；截至2015年6月底本集團母嬰店數目超過1.4萬家，其中部分已實現直供，這為本集團獲取更多的客戶資源和有利競爭機會創

造了條件。電商渠道方面，本集團搭建了以整合營銷為導向的電商團隊，並與京東商城達成戰略合作關係，推出區別於線下渠道的線上產品，加強線上活動曝光率，提升線上銷售貢獻水平。

電商渠道產品策略方面，本集團以「聚焦•品牌•資源」為關鍵詞，重塑和鑄建雅士利核心品牌力。對雅士利、Arla、施恩旗下子品牌進行了進一步梳理及整合，形成了以「Arla美兒樂」力突高端市場，「雅士利α—金裝」系列佔領中高端市場，「能慧」主攻中低端市場的產品矩陣布局，聚焦資源重點投入核心品牌—「超級α—金裝」。同時，本集團以整合蒙牛集團、達能集團以及本集團新西蘭工廠多方優質資源為途徑，加強與國際頂尖原料和服務供應商的深度合作，從研發、原料、包裝等多方面打造本集團產品的品質力和競爭力。

系統管理和消費者培養方面，本集團借助信息系統和數據平台的支持，獲取與消費者更多的互動機會，夯實經營專業化的基礎，提升服務精準化的能力，強化與消費者黏性。同時，本集團積極開展消費者溝通互動活動，影響人數超過100萬人，有力地提升了雅士利品牌的影響力和美譽度。

全面升級品質監控

本集團致力建立並不斷改良從採購至零售的整條價值鏈的全面品質監控系統。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歐洲Arla Foods、法國紅鳥(EUROSERUM S.A.S)等知名供貨商為本集團提供優質可靠的原料及成品。在日常檢測上，本集團總部連同各子公司每年花費巨資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生產，確保產品質量。

本集團堅持每個產品從奶源到成品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)推行嚴格的過程質量管理、嚴謹的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。

本集團於2010年8月率先成立的食物質量安全委員會(「委員會」)是專門針對食物安全的監管機構，向董事會直接匯報。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，並提供有關食物安全及質量控制的行業信息及評估本集團的質量控制系統，以確保本集團質量安全管理體系與國際一流標準保持一致。2015年5月，委員會審查了本集團的奶粉生產車間和實驗室運作情況，並對生產管理、質量控制及產品研發方向提供了專業性意見。本集團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。

推動品牌建設

2015年上半年，本集團繼續憑藉白百何女士作為雅士利品牌代言人的健康形象，集中媒體資源、聚焦重點產品宣傳，持續擴大本集團的品牌傳播聲量和品牌影響力。

在電視廣告投放方面，本集團牽手江蘇衛視等三大衛視以及湖南經視、河南都市、安徽經視等八大省級地面頻道，全面覆蓋優勢區域，以「為愛用心」為主題TVC進行推廣，有力地提升了品牌影響力。

在互聯網+時代，本集團借勢移動互聯網的飛速發展以及消費者媒體習慣的改變，以新媒體和傳統媒體結合的多重傳播方式和途徑搶佔目標消費者碎片化時間，多層面聚能增加品牌聲量。本集團集中資源在線上線下大力推廣「超級α-金裝」等系列產品，注入活力概念，採用「與用戶齊互動」的網絡媒體策略，攜手媽媽網等母嬰垂直網站，定制活動專區網站(PC+移動雙屏)，以視頻、寶寶活力值測試等方式，與年輕受眾群積極互動溝通，全面觸達目標消費者，加深其對產品和品牌的認知，並借助自媒體力量進行內容營銷，持續維護和開拓目標消費群，實現產品和品牌的價值疊加。

在平面媒體方面，本集團攜手國內權威平面媒體《南方都市報》，以「牛小慧」事件為引爆點，大膽嘗試創新性娛樂營銷方案，憑藉懸念式的推廣設計，迅速成為網絡熱門話題，成功地為雅士利「能慧」系列產品新裝上市賺足了眼球，產生了極好的轟動效應。

同時，本集團還通過大劇特約和綜藝冠名等多種形式來提升品牌知名度，比如在優酷和樂視網首席冠名當前熱門綜藝節目《爸爸回來了》，與騰訊視頻聯合贊助家庭熱劇《虎媽貓爸》等，精準覆蓋家庭主力消費人群，大力提升品牌影響力。

產品研發與升級

2015年上半年，本集團持續加強對產品研發的投入，整合達能及Arla的資源進行研發合作，鞏固和完善完整的產品結構，提升製造工藝水平，優化基粉配方切換方案，完成新西蘭工廠新品試產調試，為中國消費者提供更加優質安全的產品打下堅實基礎。

本集團針對中老年人心血管和骨質疏鬆的健康問題，開發了特別添加植物甾醇的「煥輕」舒活奶粉和特別添加乳礦物鹽的「煥輕」骨力奶粉，營養與口味俱佳，提升了產品市場競爭力。

本集團完成新西蘭工廠原裝進口的「超級α-金裝」、「α-金裝」、「安貝慧金裝」和「安貝慧」等系列嬰幼兒配方奶粉產品的調試工作，為後續豐富和強化本集團的產品線和產品品質力、增強市場競爭力創造有利條件。

人力資源

截至2015年6月30日，本集團共有4,364名全職僱員。本集團正在因應外部市場變化以及內部管理升級的需要，積極推進變革與轉型，並快速建設兼具規範化與靈活性的國際化管理平台。人力資源變革圍繞「瘦身·激勵·系統」三大主題開展工作並取得務實進展。

本集團積極推進組織變革，精兵簡政，將總部搬至廣州，進一步強化了本集團一級組織架構、雅士利和施恩後台整合以及生產供應鏈的協調。將大事業部制轉為銷售事業部制，使銷售團隊更專注渠道轉型和業務拓展；新設品牌運營中心加速品牌升級；強化質量安全第一理念；促進後台部門間分工和協同，減員增效；以BSC平衡計分卡為核心的戰略績效管理和以充分授權為導向的權責矩陣體系等配套組織變更工具的逐步深化落實，有力地提升了本集團總部團隊整體工作能力和管理水平。

本集團積極推行激發員工士氣的激勵政策和評價系統。本集團成功舉辦三亞母嬰高峰論壇，戰略宣導、布局全年和未來；已經完成薪酬標準化及績效指標分解，實現了先鋒、前台與後台團隊管理一致性，確保資源配置高效；發起「奔跑吧！奶粉人」年度企業文化主題系列活動，成功激發員工熱情；實施新獎懲管理辦法，從根本上建立了以正激勵、認同、鼓勵為主流的企業文化，構建更先進的員工關係管理體系；推出年度各級別的銷售激勵、項目激勵等多種配套措施，來提升和激發員工的工作熱情。

本集團人力資源管理體系轉型升級亦取得突破，構建了先進的人力資源策略部門(HRCOE)-人力資源業務夥伴(HRBP)-人力資源共享服務中心(HRSSC)-企業大學(雅士利商學院)的新型組織模式，並初步實現非核心人事實務的外包管理；有力地推動了本集團以組織與人才發展為核心的人力資源管理體系規劃，人力資源制度建設亦已完成體系規劃。另外，在推進互聯網+的人力資源管理上亦取得實質性進展，雅士利商學院擁有超過2萬人的微信學習平台、全員「雅之音」企業文化微信公眾號以及一人一賬號的在線學習平台(覆蓋PC端、移動端)；E-HR人力資源信息化系統正在對接上線Oracle-People Soft系統。

社會責任

2015年上半年，本集團加快了社會公益活動的步伐，將「螢火蟲行動」升級為「千萬螢火公益行動」，在全國範圍內舉辦公益捐助活動，並將捐贈物資分發到全國各地。2015年上半年，本集團分別向搜狐焦點公益基金、中華少年兒童慈善救助基金會、汕頭市社會組織總會、潮州市慈善總會、梅城鎮人民政府和江華瑤族自治縣慈善總會捐贈物資，讓更多的受困兒童得到了關愛和照顧。基於本集團一直以來高度的社會責任感，積極參與扶貧濟困、救弱扶殘等公益活動，本集團獲得了2015年「最具行業信譽獎」。

2015年上半年，本集團為慈善公益事業捐款捐物合計價值約為人民幣4.3百萬元。

企業管治和投資者關係

本集團認為，與股東、投資者及潛在投資者進行有效溝通，乃提升投資者關係及讓投資者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溝通和交流。

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

未來展望

政策影響

2015年上半年，中國政府已持續出台系列監管措施和政策法規以加強和提升奶粉特別是嬰幼兒配方奶粉行業的安全品質和監管力度，如新的《廣告法》和《食品安全法》分別將於2015年9月1日和2015年10月1日實施。國家可以通過實施配方註冊管理的手段將配方總量有限制性地控制，促使企業精簡產品系列、專注品牌經營管理、提升供應鏈效率，從而降低配方過多監控力不足的安全風險，提高奶粉品牌的市場進入門檻，推動嬰幼兒奶粉配方升級及有效管控。另外，國家也在持續鼓勵和加強乳業間的合作和整合，加大對不規範中小企

業的整改淘汰力度，鼓勵和支持跨境電商發展，奶粉行業將大品牌大資源集中，而小品牌小企業加速泡沫化。

長遠來看，中國「二胎政策」全面放開和實施、經濟條件的逐漸改善，以及消費者可支配收入的逐漸增加，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在經歷跌宕洗禮後會日趨成熟和優質，消費者信心指數也會逐步回升，這將有助於推動奶粉市場的良好發展。

行業趨勢

基於「二胎政策」全面放開，預計中國2015年嬰幼兒的出生率將保持與去年相當的水平，這為嬰幼兒配方奶粉市場需求穩定性創造了條件。中國嬰幼兒奶粉市場呈多元化、加速整合集中的發展趨勢，國產品牌與國外品牌共存，電商渠道與線下渠道融合，產品高端化與價格回歸並行，整個嬰幼兒奶粉行業處於變革轉型整合的關鍵期。

2015年下半年及未來，移動互聯網的發展，將進一步加速奶粉行業的集中和整合，奶粉產品更加精準化，電商渠道甚至延伸到鄉鎮和社區。電商渠道仍然保持較快增速；傳統渠道增長乏力並繼續萎縮；母嬰渠道預計將保持相對穩定的增長趨勢，但受制於門店規模、資金週轉及管理水平等問題，母嬰渠道也將面臨整合過程；海淘、海外代購及跨境電商的興起，將會對奶粉行業產生新的影響和沖擊。

國際原料奶粉價格的持續下降以及國內競爭環境的變化，使得奶粉企業間的競爭愈演愈烈。各家奶粉企業通過改變營銷策略、推出多元化產品、加強渠道開拓發展以及兼並收購等多種形式和措施，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

基於政策影響、行業趨勢的變化以及本集團在2015年上半年的經營表現，本集團下半年將繼續圍繞「渠道轉型·品牌優化·資源整合」開展工作，繼續依托蒙牛集團、中糧集團及達能集團的強力支援和更先進的平台，著力銷售模式和渠道轉型、品牌重塑升級強化、產能升級及資源整合、提升前後台組織管理效能等工作，在強化市場佔有率的同時，提升本集團整體的獲利能力。主要舉措如下：

渠道轉型和銷售模式優化

2015年下半年，本集團重點圍繞「轉型·優化·效率」開展工作，即通過深化渠道轉型，優化銷售模式、系統管理和組織機能，強化終端執行質量和投入產出效率，以此提升本集團整體市場競爭力。母嬰渠道方面，借助「Arla美兒樂」和「超級α-金裝」實現品牌轉型，吸引高端群體；聚焦母嬰連鎖，提升單店銷量；加強終端服務，以夯實母嬰渠道基礎，獲取市場積極表現。電商渠道方面，強化與全國電商平台的戰略合作，加強區域性電商資源的拓展；通過品牌和口碑傳播，提升活躍度，驅動購買力；嘗試移動端新用戶的抓取和跨境電商業務的開拓，提升線上銷售的佔比。商超渠道方面，重點梳理核心市場分銷結構，調整產品銷售重心，結合新品上市，提升銷售佔比，穩定渠道競爭優勢。

本集團引入具有豐富市場經驗和終端掌控能力的銷售管理團隊，制定新的營銷策略和經營模式並持續優化：開通高端產品在母嬰渠道的直供模式；關注成人奶粉這一發展迅猛的品類，豐富產品線，以高端及中高端成人奶粉推動本集團在現代渠道，尤其是KA國際賣場的銷售並擴大成人奶粉市場份額；開拓完善渠道價格和返利體系，轉換積分系統功能，優化終端投入產出比，通過系統技術和數據平台的支持，加速產品推廣和流通，實現渠道經營和客戶管理的精準化；同時，強化銷售考核評價和執行標準，優化導購配置和銷售團隊組織機能，提升營銷團隊整體執行力。

為順應中國奶粉行業加速集中的發展趨勢，本集團將進一步借助蒙牛集團、中糧集團和達能集團的強力支持，全面整合線上線下資源，傾力打造雅士利「專業化、國際化、高品質」的品牌形象。本集團將與知名移動醫患交互平台合作，通過育兒專家在線指導的方式，對雅士利消費者進行生、養、教等方面的培訓和分享，以貼心服務建立品牌情感，樹立雅士利嬰幼兒營養專家的專業形象。本集團在新西蘭工廠下半年落成投產後，將依托全球資源生產雅士利產品，以國際高端研發水平、優質安全的原料、先進的生產工藝和檢控流程為背書，為中國消費者提供更安全更高標準的優質產品，彰顯雅士利國際化品牌形象和核心產品競爭力。同時，本集團憑借「超級a—金裝」、「Arla美兒樂」以及更高端更豐富的產品線，結合大型路演和主題活動，為消費者提供更具競爭力的優質產品和消費體驗。

品牌重塑和升級強化

品牌是企業核心價值的體現，消費者對產品和服務的認同主要依賴於品牌。2015下半年，本集團將進行品牌的全面規劃和梳理，明確品牌定位，強化差異訴求，提升品牌核心競爭力，鑄建雄厚的品牌資產。

傳統媒體方面，除在全國各省台、衛視、視頻網站重磅投放視頻廣告外，本集團將精益求精，選擇國內有影響力、權威性的重點平面媒體開展公關活動，加大媒體報道的力度和聲量，贏取輿論熱度。同時，本集團更有針對性地投入電視廣告，以更有效地觸及目標消費人群。

新媒體方面，本集團將運用諸如創意視頻、懸念廣告、社會化媒體營銷等創新營銷形式，加強與消費者互動溝通，通過消費者口碑傳播，實現消費群體的擴張。另外，本集團也將加強移動互聯終端的品牌投入，通過H5、APP等形式，拉近與消費者距離，加速品牌傳播廣度和力度。

國際化品牌宣傳方面，本集團將以新西蘭工廠落成典禮作為切入點，集中多媒體多資源進行密集性宣傳曝光，為雅士利品牌升級造勢，以加強消費者對國產奶粉的關注和信心，進一步強化雅士利國際化的品牌形象。

產品研發和新品推廣

2015年下半年，本集團將繼續加強新產品的創新，鞏固和完善產品結構，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，為公司創造利潤增長點。

嬰幼兒奶粉方面，本集團將繼續開發添加水解蛋白嬰幼兒配方奶粉，豐富產品種類，滿足蛋白過敏嬰幼兒群體的需求；繼續加強對羊奶嬰幼兒配方奶粉技術和市場的考察，為新產品開發推廣做好技術儲備。

成人奶粉方面，本集團將繼續努力開發高端的功能性產品，提升本集團成人奶粉產品的市場競爭力，滿足消費者對產品多樣化的選擇需求。

營養基礎研究方面，本集團將加強與國際知名研究機構的深入合作，力求開展多城市多區域的母乳樣本收集，分析母乳中氨基酸和脂肪酸的組成，為嬰幼兒配方奶粉的科學化開發提供依據。

品質管控和檢測管理

本集團將繼續加強產品質量管理，通過四大保障體系，即：100%進口奶源、食品質量安全委員會、嚴格的國家和國際標準、從採購至零售整條價值鏈的全面質量監控系統，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。

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、監督和檢測部門的合作，以推動中國乳製品整體行業健康有序的發展。

本集團新西蘭工廠將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，確保以新西蘭最優質的奶源，生產出更安全、具國際化標準的產品來滿足國內消費者的需求。

產能升級和資源整合

2015年下半年，本集團將繼續依托蒙牛集團、中糧集團及達能集團的強力支援和更先進的平台，積極開展產能升級、資源優化和優勢整合的工作，加強對本集團、蒙牛集團和多美滋工廠布局和產能規劃的研究和梳理，並對多美滋和歐世蒙牛的業務進行全面而充分的調研和評估，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，努力構築產能協同、優勢互補、資源共享的乳業全生態鏈。同時，結合達能集團和Arla Foods集團國際化合作經驗，進一步加強本集團品牌影響力和市場競爭力，更好地促進企業更快更強的發展。

前後台整合和組織效能提升

隨著2015年下半年本集團策略調整及變革管理的全面開展，本集團人力資源也將進一步變革轉型，重點圍繞「人·系統·文化」三方面開展工作。

基於組織與人才發展導向的人力資源體系將進一步傾重在薪酬激勵體系(CIS)與績效發展體系(PDS)，建立公平公正公開的評價機制、任用機制與激勵機制，充分配置內外部人才市場資源；進一步強化人才庫與梯隊建設，並通過校園招聘補充年輕人才，優化整體團隊結構。

加速建設人力資源線下制度體系與線上信息化系統，全面梳理制度與流程，使人力資源管理更加高效；重點促進新職級、新薪酬及新績效系統重構；加速人才培訓體系，以支持業務轉型與內部變革。

強化企業文化理念體系建設，導入蒙牛集團主流企業文化，提煉雅士利奶粉板塊亞文化理念體系，進一步形成完整的雅士利人共同價值觀與行為模式，更具針對性地營造支持變革的文化氛圍。

財務回顧

收入

截至2015年6月30日止六個月，本集團之收入達人民幣1,161.5百萬元(2014年同期：人民幣1,545.7百萬元)，較去年同期下降24.9%。

按品牌及產品類別劃分之收入

	截至6月30日止6個月		變動比例
	2015年 人民幣百萬元	2014年 人民幣百萬元	
雅士利嬰幼兒配方奶粉	774.4	1,029.9	(24.8)%
施恩嬰幼兒配方奶粉	112.7	273.8	(58.8)%
營養食品	267.4	235.2	13.7%
其他	7.0	6.8	2.9%
總計	<u>1,161.5</u>	<u>1,545.7</u>	<u>(24.9)%</u>

截至2015年6月30日止六個月，雅士利品牌嬰幼兒配方奶粉產品實現銷售收入人民幣774.4百萬元(2014年同期：人民幣1,029.9百萬元)，較去年同期下降24.8%，而施恩品牌嬰幼兒配方奶粉產品則實現銷售收入人民幣112.7百萬元(2014年同期：人民幣273.8百萬元)，相比去年同期下降58.8%。

截至2015年6月30日止六個月，營養食品實現銷售收入人民幣267.4百萬元(2014年同期：人民幣235.2百萬元)，較去年同期上升13.7%。

本集團銷售收入下降要是由於：(一)現代和傳統渠道的加速萎縮削弱了本集團原本在該渠道的競爭優勢；(二)本集團於2015年上半年持續應對母嬰及電商渠道的銷售模式轉型，新的營銷策略的執行和效果需要時間以及成本費用的投入；以及(三)本集團於2015年上半年加大促銷力度以應對激烈的市場競爭。

本集團上半年已引進經驗豐富的營銷管理團隊並採取積極行動，包括銷售模式優化、渠道轉型、產品聚焦；同時本集團後台的整合也取得進展，整合產生的效益預計將在下半年逐步體現。

按城市級別劃分之收入

一 雅士利嬰幼兒配方奶粉

	截至6月30日止6個月		變動比例
	2015年 人民幣百萬元	2014年 人民幣百萬元	
一線城市 ⁽¹⁾	79.7	101.8	(21.7)%
二線城市 ⁽²⁾	285.3	383.3	(25.6)%
三線城市及其他 ⁽³⁾	<u>409.4</u>	<u>544.7</u>	<u>(24.8)%</u>
總計	<u><u>774.4</u></u>	<u><u>1,029.8</u></u>	<u><u>(24.8)%</u></u>

一 施恩嬰幼兒配方奶粉

	截至6月30日止6個月		變動比例
	2015年 人民幣百萬元	2014年 人民幣百萬元	
一線城市 ⁽¹⁾	7.4	31.2	(76.3)%
二線城市 ⁽²⁾	54.1	153.6	(64.8)%
三線城市及其他 ⁽³⁾	<u>51.2</u>	<u>89.0</u>	<u>(42.5)%</u>
總計	<u><u>112.7</u></u>	<u><u>273.8</u></u>	<u><u>(58.8)%</u></u>

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2015年6月30日止六個月，本集團錄得毛利為人民幣563.5百萬元(2014年同期：人民幣819.9百萬元)，較去年同期下降31.3%，毛利率為48.5%(2014年同期：53.0%)。毛利率的下降主要是由於為應對激烈市場競爭提高了折扣率以及毛利稍低的成人粉銷售佔比提升。

銷售及經銷開支

截至2015年6月30日止六個月，本集團產生銷售及經銷開支為人民幣523.6百萬元(2014年同期：人民幣572.0百萬元)，較去年同期下降了8.5%，減少的幅度較銷售下跌的小主要是因為諸如人工成本、終端推廣等相對固定的費用未能同比下降。

行政開支

截至2015年6月30日止六個月，行政開支為人民幣71.0百萬元(2014年同期：人民幣101.3百萬元)，較去年同期下降了29.9%，主要是因為2015年集團精簡組織結構以及應付業績下降職能部門縮減費用。

淨財務收入

截至2015年6月30日止六個月，財務收入淨額為人民幣102.6百萬元(2014年同期：人民幣26.3百萬元)。財務收入淨額有所上升主要是因為合理利用達能亞洲入股增加的資金產生的理財收益。

所得稅開支

截至2015年6月30日止六個月，本集團計提的所得稅開支為人民幣14.1百萬元(2014年同期：人民幣29.3百萬元)，有效所得稅率為15.7%(2014年同期：12.3%)。

所得稅費用減少主是由於本集團本期稅前利潤減少所致。2014年上半年所得稅率較低主要是因為處置鄭州工廠的收益適用的所得稅率較低。2015年實際所得稅率仍然較國內子公司普遍適用的25%企業所得稅率低，主要是因為本集團在香港取得的利息收入免徵所得稅。

存貨

於2015年6月30日，本集團存貨餘額為人民幣598.7百萬元(2014年12月31日：人民幣717.9百萬元)，減少主要是由於2014年年末，為2015年春節備產成品較少。2015年6月30日存貨回落至正常水平。

投資存款

於2015年6月30日，其他投資包含穩健型保本理財產品人民幣957.6百萬元，預期年化收益率預期的年利率為3.8%至4.9%(2014年12月31日：2.8%至6%)；從良好的信貸評級金融機構購買並按攤銷成本列賬的金融產品人民幣561.9百萬元，預期的年固定利率為0.86%(2014年：無)，該產品於兩個月內到期。此外還包括通過中糧信託有限責任公司購買的非保本型的信託產品人民幣50.0百萬元，預期年化收益為9%。

貿易應收款

於2015年6月30日，本集團貿易應收款金額為人民幣53.2百萬元(2014年12月31日：人民幣43.5百萬元)，於2015年上半年，貿易應收款周轉天數為8天(2014年同期：3天)。

人力資源及僱員薪酬

於2015年6月30日，本集團共有名全職僱員4,364名(2014年6月30日：5,654名)。僱員本期總成本約為人民幣185.0百萬元(2014年同期：人民幣208.9百萬元)。僱員總成本的減少主要是因為隨著集團精簡組織結構，以致員工人數減少所致。

或然負債

於2015年6月30日，本集團並無重大或然負債(2014年12月31日：無)。

資本承擔

於2015年6月30日，本集團資本承擔總額為人民幣160.4百萬元(2014年12月31日：人民幣303.2百萬元)，主要為在新西蘭建設廠房而產生。

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2015年6月30日所得款項淨額用途如下：

項目	於2014 年底可動用 人民幣千元	於2015年 6月30日 止六個月 動用 人民幣千元	於2015年 6月30日 止六個月 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	190,189	7,488	182,701
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	—	—	—
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	44,264	44,264	—
提高本集團的研發能力	<u>34,628</u>	<u>5,124</u>	<u>29,504</u>
總計	<u><u>269,081</u></u>	<u><u>56,876</u></u>	<u><u>212,205</u></u>

中期股息

董事會建議不派發截至2015年6月30日止六個月的中期股息（截至2014年6月30日止六個月：無），並建議保留期內盈利。

於2015年6月30日董事及最高行政人員於股份、相關股份和債權證之權益及淡倉

於2015年6月30日，本公司董事及最高行政人員及彼等各自的聯繫人於本公司及其相聯法團(定義見香港法例第571章證券及期貨條例(「證券及期貨條例」)第XV部)之股份、相關股份及債權證中，擁有已根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部知會本公司及香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)的權益及淡倉(包括本公司董事及最高行政人員根據證券及期貨條例的該等條文被當作或視為擁有的權益及淡倉)，或須並於根據證券及期貨條例第352條規定須存置的登記冊內記錄之權益及淡倉，或根據聯交所證券上市規則(「上市規則」)附錄十所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)須知會本公司及聯交所的權益及淡倉如下：

(i) 於2015年6月30日董事於中國蒙牛乳業有限公司「中國蒙牛乳業」(即本公司控股公司)的股份之權益

董事名稱	身份／權益性質	股份數目	佔已發行股本 概約股本 百分比
孫伊萍	實益擁有人	8,229,657	0.42%
吳景水	實益擁有人	2,400,000	0.13%

(ii) 於2015年6月30日董事於本公司的股份及相關股份的權益

於2015年6月30日，本公司董事或最高行政人員概無於本公司及其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份或債權證中擁有或被視作擁有本公司根據證券及期貨條例第352條存置的登記冊所記錄的任何權益或淡倉，或根據標準守則已知會本公司及聯交所的權益或淡倉。此外，於截至2015年6月30日止六個月期間任何時間，本公司、其控股公司或其任何附屬公司概無訂立任何安排，致使本公司的董事及最高行政人員(包括彼等的配偶及未滿18歲子女)於本公司或其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份或債權證中持有任何權益或淡倉。

於2015年6月30日主要股東於股份及相關股份的權益及淡倉

就本公司任何董事或最高行政人員所知，於2015年6月30日，於本公司或其相聯法團的股份及相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文須向本公司披露的權益或淡倉，或已記入根據證券及期貨條例第336條須存置的登記冊內的權益或淡倉的人士或法團（並非本公司董事或最高行政人員）如下：

主要股東名稱	身份／權益性質	股份數	佔股權概約百分比
蒙牛乳業 ⁽¹⁾	受控制法團之權益	2,422,150,437	51.04%
蒙牛國際 ⁽²⁾	實益擁有人	2,422,150,437	51.04%
Danone SA ⁽³⁾	受控制法團之權益	1,186,390,074	25.00%
Danone Baby and Medical Holding ⁽³⁾	受控制法團之權益	1,186,390,074	25.00%
Danone Baby and Medical Nutrition BV	受控制公司之權益	1,186,390,074	25.00%
Nutricia International BV ⁽³⁾	受控制法團之權益	1,186,390,074	25.00%
達能亞洲 ⁽⁴⁾	實益擁有人	1,186,390,074	25.00%
張氏國際投資有限公司 ⁽⁵⁾	實益擁有人	303,462,119	6.39%

附註：

- (1) 於2015年6月30日，蒙牛乳業持有蒙牛國際的99.95%權益。
- (2) 於2015年6月30日，中國蒙牛國際有限公司直接持有有關股份。
- (3) 於2015年6月30日，達能持有Danone Baby and Medical Holding的100%權益。Danone Baby and Medical Holding持有Danone Baby and Medical Nutrition BV的100%權益。Danone Baby and Medical Nutrition BV持有Nutricia International BV的100%權益。Nutricia International BV持有Danone Asia Baby Nutrition Pte. Ltd的100%權益。
- (4) 於2015年6月30日，達能亞洲直接持有有關股份。
- (5) 張氏國際投資有限公司由張利輝先生、張利坤先生、張利明先生、張利鈿先生、張利波先生及余麗芳女士持有，作為彼等之全資投資控股公司以持有彼等於本公司之股份。
- (6) 於2015年6月30日，Temasek Holdings (Private) Limited持有Temasek Capital (Private) Limited的100%權益。Temasek Capital (Private) Limited持有Seletar Investments Pte Ltd的100%權益。Seletar Investments Pte Ltd持有Dunearn Investments (Mauritius) Pte Ltd的100%權益。
- (7) 於2015年6月30日，Dunearn Investments (Mauritius) Pte Ltd直接持有有關股份。
- (8) 於2015年6月30日，本公司已發行股份總數為4,745,560,296股。

除上文所披露者外，於2015年6月30日，本公司董事概不知悉任何其他人士或法團於本公司或其相聯法團的股份及相關股份中擁有須記入本公司根據證券及期貨條例第336條須存置的登記冊的權益或淡倉。

購股權計劃

本公司已於2010年10月8日採納一項購股權計劃(「首次公開發售前購股權計劃」)，且已於2010年10月8日採納一項購股權計劃(「購股權計劃」)。於2013年7月23日，蒙牛國際向本公司的購股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使購股權。於2013年8月13日(即期權要約之最後截止日期)，期權要約已就52,088,266份購股權獲得有效接納。於期權要約獲接納後，相關購股權連同附帶之所有權利已被註銷及放棄，而所有未行使的購股權亦已自動失效。

於2015年1月1日至2015年6月30日，本公司概無授出任何購股權，亦概無任何本公司授出的尚未行使的購股權。

外幣風險

本集團的外幣風險主要來自以外幣計價之銀行存款、其他應收款以及銀行貸款，即與營運相關交易之功能貨幣以外的貨幣，引致風險之貨幣主要為港幣及美元。

已抵押資產

於2015年6月30日，本集團已抵押之銀行存款及其他金融資產合共約人民幣498.0百萬元(2014年12月31日：人民幣163.0百萬元)。

此外，新西蘭雅士利乳業有限公司資產總值合計人民幣1,161.0百萬元(2014年12月31日：人民幣986.0百萬元)已作為一份一般擔保協議的抵押品，以獲取於2015年6月30日為數人民幣614.0百萬元的長期貸款(2014年12月31日：人民幣468.0百萬元)。

資本結構、流動資金及財務資源

於2015年6月30日，本集團的流動資金包括現金及現金等價物，一年內解除限制的受限銀行存款、銀行存款及投資存款合計人民幣5,512.9百萬元(2014年12月31日：人民幣2,240.9百萬元)，增長146.0%。增長的原因主要是因為達能亞洲注資入股及增加銀行貸款。

經營活動

截至2015年6月30日止六個月內，本集團的經營活動現金流出為人民幣3.0百萬元(截至2014年6月30日止六個月：人民幣32.0百萬元)。經營現金淨流出較去年同期下降，改善主要因為2015上半年收入減少導致消耗庫存原材料，採購支出減少。

投資活動

截至2015年6月30日止六個月內，投資活動所用現金流出淨額為人民幣184.7百萬元(截至2014年6月30日止六個月：人民幣22.7百萬元)，主要是物業、廠房及機器設備投資及理財投資所導致。

融資活動

截至2015年6月30日止六個月內，融資活動所得現金淨額為人民幣3,599.0百萬元(截至2014年6月30日止六個月：人民幣219.4百萬元)，主要是達能亞洲注資人民幣3,471.3百萬元以及增加銀行貸款。

貸款及借款

於2015年6月30日，本集團的銀行貸款為人民幣1,119.1百萬元(2014年12月31日：人民幣762.6百萬元)，須按要求到期償還。

於2015年6月30日，本集團的總權益為人民幣6,619.0百萬元(2014年12月31日：人民幣3,173.8百萬元)，債務權益比率(銀行貸款期末總額除以總資產)為13.1%(2014年12月31日：15.5%)。

本集團每年由董事會審閱資本結構，包括本集團股息政策及股份購回活動。

企業管治

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

於2015年1月1日至2015年6月30日期間內，本公司已採納，並已遵守上市規則附錄十四所載的企業管治守則的所有守則條文。

董事會

截至2015年6月30日止六個月內，董事會組成有以下變更：

- (1) 於2015年1月7日，(a)張利鈿先生不再擔任本公司行政總裁並調任為非執行董事及董事會副主席；及(b)盧敏放先生獲委任為總裁。
- (2) 於2015年4月27日，(a)秦鵬先生及張平先生獲委任為本公司非執行董事；(b)盧敏放先生獲委任為本公司的執行董事；(c)白瑛先生辭任本公司非執行董事；及(d)張雁鵬先生辭任本公司執行董事。
- (3) 於2015年6月5日，張利鈿先生退任非執行董事。

於2015年6月30日，董事會由4位非執行董事、2位執行董事及3位獨立非執行董事組成。本公司非執行董事為孫伊萍女士(主席)、秦鵬先生、張平先生及吳景水先生；執行董事為盧敏放先生(總裁)及李東明先生；獨立非執行董事為莫衛斌先生、程守太先生及李港衛先生。

獨立非執行董事

根據上市規則3.10A條，獨立非執行董事應最少佔董事會成員的三分之一。自2015年4月27日起，於張雁鵬先生辭任執行董事、白瑛先生辭任非執行董事、盧敏放先生獲委任為執行董事，以及秦鵬先生及張平先生獲委任為非執行董事後，本公司並不符合上市規則第3.10A條有關獨立非執行董事人數的規定。自2015年6月5日所舉行的2015年度股東周年大會結束起，於張利鈿先生退任本公司非執行董事後，本公司已符合上市規則第3.10A條有關獨立非執行董事人數的規定。除上文披露之外，2015年1月1日至2015年6月30日期間已妥為遵守第3.10A條。

根據上市規則第13.51(2)及13.51(B)(1)條披露董事資料

除在本公司於2015年4月27日及2015年6月5日刊發的公告中披露者外，自本公司的2014年年度報告刊發日期以來，概無根據上市規則第13.51(2)及13.51B(1)條須予披露的各董事履歷詳情的變動。

董事的證券交易

董事會已採納標準守則，作為規管本公司全體董事進行本公司證券交易的行為守則及規則。經本公司作出特定查詢後，董事確認，彼等於截至2015年6月30日止六個月內一直遵守標準守則所載之所需準則。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2015年6月30日止六個月，本公司或其任何附屬公司概無購買、贖回或出售本公司的任何上市證券。

公司秘書

何小碧女士為本公司公司秘書。

審核委員會

自2015年4月27日起，吳景水先生已不再出任審核委員會成員，而張平先生已獲委任為審核委員會成員。於2015年8月26日，本公司審核委員會包括兩名獨立非執行董事即李港衛先生(主席)及莫衛斌先生及一名非執行董事即張平先生(包括一名具備適當專業資格或會計或相關財務管理專業知識的獨立非執行董事)。

審核委員會已審閱截至2015年6月30日止六個月的未經審核財務報表，並認為結果符合相關會計準則且本公司已作出適當披露。

安永會計師事務所的工作範圍

本集團截至二零一五年六月三十日止六個月之中期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當期簡明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中期業績公佈發表任何保證。

刊登中期報告

載有上市規則規定的所有適用資料的本公司截至2015年6月30日止六個月中期報告將會寄發予本公司股東，並將可在適當時間於香港聯合交易所有限公司網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.yashili.hk)備供查閱。

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8月26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)、白瑛先生及吳景水先生；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、李港衛先生及莫衛斌先生。