

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

2015

2014

經重述

變動比例

(除特別列明外，所有金額以
人民幣百萬元列示)

主要業績

營業額	2,761.6	3,553.5	-22.3%
毛利	1,402.3	1,818.8	-22.9%
經營(虧損)/溢利	-40.3	338.4	-111.9%
息稅折舊攤銷前利潤	117.2	482.9	-75.7%
本公司股權持有人應佔溢利	118.3	332.6	-64.4%
經營現金流量淨額(附註1)	80.0	404.4	-80.2%
每股基本盈利(人民幣分)(附註2)	2.6	9.3	-72.0%
每股淨資產(人民幣元)(附註3)	1.3	1.0	30.0%
建議末期股息	35.5	74.5	-52.3%
股息分派比率	30.0%	22.4%	

附註：

1. 年內經營活動產生之現金流入減年內經營活動產生之現金流出。
2. 年內本公司股權持有人應佔溢利除以年內已發行普通股之加權平均數。
3. 年末淨資產除以年內已發行普通股數。

雅士利國際控股有限公司(「本公司」或「雅士利」)董事會(「董事會」)謹此宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2015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2014年的比較數字。本集團按國際財務報告準則編製之截至2015年12月31日止年度之財務資料載列如下：

合併損益表

截至2015年12月31日止年度

	附註	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元 (經重述)
收入	4	2,761,571	3,553,504
銷售成本	5	<u>(1,359,274)</u>	<u>(1,734,734)</u>
毛利		<u>1,402,297</u>	<u>1,818,770</u>
其他收入及收益	4	178,496	198,624
銷售及經銷開支		(1,320,277)	(1,368,329)
行政開支		(207,878)	(224,644)
其他開支		<u>(92,888)</u>	<u>(86,018)</u>
經營溢利／(虧損)		<u>(40,250)</u>	<u>338,403</u>
財務收入	5	187,266	61,725
財務成本		<u>(24,249)</u>	<u>(6,683)</u>
淨財務收入		<u>163,017</u>	<u>55,042</u>
除稅前溢利	5	122,767	393,445
所得稅開支	6	<u>(4,511)</u>	<u>(60,856)</u>
年度溢利		<u>118,256</u>	<u>332,589</u>
歸屬於：			
本公司股權持有人		<u>118,256</u>	<u>332,589</u>
		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		<u>2.6</u>	<u>9.3</u>

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2015年12月31日止年度

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元 (經重述)
年度溢利	<u>118,256</u>	<u>332,589</u>
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	62,966	(54,820)
於處置海外子公司時外幣折算儲備轉入本期損益	<u>—</u>	<u>9,510</u>
	<u>62,966</u>	<u>(45,310)</u>
現金流量套期：		
年內套期工具有效部分公允價值變動	(21,057)	(13,032)
轉至被套期項目賬面價值的金額	23,851	3,387
所得稅影響	(1,257)	1,257
提前終止損失轉至損益表確認	<u>6,851</u>	<u>—</u>
	<u>8,388</u>	<u>(8,388)</u>
	<u>189,610</u>	<u>278,891</u>
年度全面收益總額		
歸屬於：		
本公司股權持有人	<u>189,610</u>	<u>278,891</u>

合併財務狀況表
2015年12月31日

	附註	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元 (經重述)
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,714,570	868,808
在建工程		33,151	835,983
投資物業		20,078	103,814
土地使用權		51,868	89,448
無形資產		12,651	13,084
商譽		272,760	272,760
遞延稅項資產		153,655	115,585
長期銀行存款	11	363,227	—
非流動資產總額		<u>2,621,960</u>	<u>2,299,482</u>
流動資產			
存貨	9	641,019	833,127
貿易應收款及票據	10	71,815	46,923
預付款項、押金及其他應收款項		92,249	268,114
其他金融資產		873,859	1,289,964
保證金存款	11	594,981	155,751
現金及銀行結餘	11	2,479,856	799,868
分類為持有待售的處置組資產		287,950	—
流動資產總額		<u>5,041,729</u>	<u>3,393,747</u>
流動負債			
貿易應付款	12	272,104	294,125
其他應付款及應計費用	13	901,812	1,102,805
衍生金融工具		—	2,027
計息銀行借款	14	461,696	141,431
應付所得稅		28,892	58,551
與分類為持有待售資產直接相關的負債		10,294	—
流動負債總額		<u>1,674,798</u>	<u>1,598,939</u>
流動資產淨值		<u>3,366,931</u>	<u>1,794,808</u>
資產總值減流動負債		<u>5,988,891</u>	<u>4,094,290</u>

合併財務狀況表(續)

2015年12月31日

	附註	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元 (經重述)
非流動負債			
計息銀行借款	14	—	621,163
衍生金融工具		—	7,618
遞延收益		4,412	7,397
遞延所得稅負債		<u>3,837</u>	<u>7,835</u>
非流動負債總額		<u>8,249</u>	<u>644,013</u>
資產淨額		<u>5,980,642</u>	<u>3,450,277</u>
權益			
本公司擁有人應佔權益			
已發行股本		399,352	305,532
儲備		<u>5,581,290</u>	<u>3,144,745</u>
權益總額		<u>5,980,642</u>	<u>3,450,277</u>

合併財務報表附註

2015年12月31日

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。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。持有待售處置資產組按照其賬面價值與公允價值減去處置費用的淨額孰低列示。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2015年12月31日止年度的財務報表。

子公司是指由本公司直接或間接控制的實體(包括結構化實體)。當本集團因參與被投資企業的活動而承擔或有權獲得可變回報，且有能力通過對被投資企業行使權力影響所得到回報的金額(即本集團有對被投資企業相關活動施加影響的現時權利)，視為本集團能夠控制該被投資企業。

當本公司直接或間接擁有被投資企業半數或半數以下的表決權，本集團會考慮以下相關事實來確定其是否對被投資企業擁有控制：

- (a) 與被投資企業其他投票權持有者之間的協議；
- (b) 因其他協議而擁有的權利；
- (c) 本集團的投票權和潛在投票權。

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

本集團已於本年首次應用以下新準則。

國際會計準則第19號修訂本

固定收益計劃：員工供款

國際財務報告準則修訂本

(包含在2010年至2012年週期之年度改進內)

國際財務報告準則修訂本

(包含在2011年至2013年週期之年度改進內)

採納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。

本公司已採納香港聯合證券交易所根據香港公司條例第622章而作出的香港上市條例的修訂條款。其對財務報表的影響為若干信息的列報和披露。

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) 生產及銷售歐世蒙牛嬰幼兒配方奶粉產品 — 該分部包括在中國開發、製造及銷售歐世蒙牛嬰幼兒配方奶粉產品及為孕婦設計的配方奶粉。
- (d) 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。
- (e) 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2015年12月31日止年度					合計 人民幣千元
	雅士利	施恩	歐世蒙牛	營養品	其他	
	嬰幼兒配方 奶粉產品	嬰幼兒配方 奶粉產品	嬰幼兒配方 奶粉產品			
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
分部收入：						
銷售予外部客戶	1,469,748	198,865	323,270	756,982	12,706	2,761,571
分部間銷售	<u>54,535</u>	<u>448</u>	<u>—</u>	<u>29,586</u>	<u>—</u>	<u>84,569</u>
	<u>1,524,283</u>	<u>199,313</u>	<u>323,270</u>	<u>786,568</u>	<u>12,706</u>	<u>2,846,140</u>
對賬：						
對銷分部間銷售	(54,535)	(448)	—	(29,586)	—	<u>(84,569)</u>
總收入						<u>2,761,571</u>
分部業績	157,054	7,537	67,545	33,982	311	266,429
對賬：						
財務收入						187,266
財務成本						(24,249)
未分配的其他收入及收益						178,496
未分配的其他支出						<u>(485,175)</u>
除稅前溢利						122,767
所得稅開支						<u>(4,511)</u>
年度溢利						<u>118,256</u>
其他分部資料						
折舊及攤銷	37,586	18,597	28,846	65,100	—	150,129
未分配款項						<u>7,359</u>
折舊及攤銷總額						<u>157,488</u>

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	歐世蒙牛 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	1,832,919	437,896	463,607	798,950	20,132	3,553,504
分部間銷售	<u>81,642</u>	<u>3,208</u>	<u>—</u>	<u>27,178</u>	<u>—</u>	<u>112,028</u>
	<u>1,914,561</u>	<u>441,104</u>	<u>463,607</u>	<u>826,128</u>	<u>20,132</u>	<u>3,665,532</u>
對賬：						
對銷分部間銷售	(81,642)	(3,208)	—	(27,178)	—	<u>(112,028)</u>
總收入						<u>3,553,504</u>
分部業績	240,609	55,250	99,213	87,021	3,186	485,279
對賬：						
財務收入						61,725
財務成本						(6,683)
未分配的其他收入及收益						198,624
未分配的其他支出						<u>(345,500)</u>
除稅前溢利						393,445
所得稅開支						<u>(60,856)</u>
年度溢利						<u>332,589</u>
其他分部資料						
折舊及攤銷	50,264	24,843	29,853	24,223	3,199	132,382
未分配款項						<u>12,141</u>
折舊及攤銷總額						<u>144,523</u>

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

5. 除稅前溢利

本集團的稅前利潤乃經扣除／(增加)下列各項後計算所得：

	附註	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
貨品銷售成本		1,359,274	1,734,734
物業、廠房及設備折舊*		139,598	121,847
投資物業折舊		3,043	4,258
土地使用權攤銷		2,177	5,957
其他非流動資產攤銷		7,411	4,840
無形資產攤銷		5,259	7,621
折舊及攤銷總額		<u>157,488</u>	<u>144,523</u>
房屋的經營租賃最低租金		11,791	17,249
核數師酬金		2,930	1,830
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		404,073	439,665
退休金計劃供款(定額供款計劃)		38,570	40,520
		<u>442,643</u>	<u>480,185</u>
利息收入		(122,540)	(31,548)
其他投資的收益		(64,726)	(30,177)
財務收入總額		<u>(187,266)</u>	<u>(61,725)</u>
出售物業、廠房及設備項目的(收益)／虧損淨額		(24,035)	1,018
貿易應收賬款減值	10	146	381
存貨報廢損失		14,955	8,889
存貨減值		217	2,489
投資物業應收租金		(5,259)	(6,002)

* 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

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
即期所得稅	53,575	93,281
本年內確認以往年度的即期稅項調整	2,836	2,024
遞延所得稅	<u>(51,900)</u>	<u>(34,449)</u>
本年度稅項支出	<u><u>4,511</u></u>	<u><u>60,856</u></u>

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：

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
除稅前溢利	122,767	393,445
按中國法定稅率25%(2014年：25%)(i)	30,692	98,361
本年內確認以往年度的即期稅項調整	2,836	2,024
不可扣稅開支的影響	7,078	4,741
優惠稅率對即期應付稅項的影響(ii)	(15,153)	(9,591)
未確認暫時差額及稅項虧損	5,861	637
動用以往未確認暫時差額及虧損	(6,755)	(14,839)
預提所得稅	—	(12,500)
不徵稅收入的影響	(20,048)	(512)
處置子公司不徵稅收益的影響	—	(16,837)
其他	<u>—</u>	<u>9,372</u>
本年度按實際稅率計算的稅項支出	<u><u>4,511</u></u>	<u><u>60,856</u></u>

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

根據第十屆全國人民代表大會於2007年3月16日通過的《中華人民共和國企業所得稅法》(「新稅法」)，本集團中國附屬公司自2008年1月1日起的法定所得稅稅率為25%。根據(a)《關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知》；及(b)《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》，歐世蒙牛享有15%的優惠稅率。

- (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2015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%(2014年：16.5%)的稅率計提。

7. 股息

本年度的股息載列如下：

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
股息：		
本年宣派及支付		
— 普通股股息(i)	<u>74,505</u>	<u>131,333</u>
擬派：		
— 末期股息每股普通股人民幣0.75分(2014年：人民幣1.57分)(ii)	<u>35,477</u>	<u>74,505</u>

附註：

- (i) 於2015年6月5日本公司股東週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1.57分。於2014年6月27日本公司股東週年大會上批准末期股息每股普通股人民幣3.69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2015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2016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。

計算每股基本盈利金額時所用加權平均股份數目對賬如下：

	2015 人民幣千元	2014 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	<u>118,256</u>	<u>332,589</u>
	股份數目	
	2015 千股	2014 千股
股份：		
計算每股基本盈利所用的普通股加權平均數	<u>4,612,295</u>	<u>3,559,170</u>

9. 存貨

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
原材料	192,569	383,693
成品	270,891	209,742
半成品	148,469	212,901
包裝材料	27,600	25,417
低價消耗品	1,490	1,374
合計	<u>641,019</u>	<u>833,127</u>

10. 貿易應收款及票據

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
貿易應收款及票據	72,236	48,104
減值	(421)	(1,181)
	<u>71,815</u>	<u>46,923</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及應收票據按發票日期的賬齡分析如下：

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
三個月以內	51,759	40,148
三至六個月	14,312	4,590
六個月以上	5,744	2,185
	<u>71,815</u>	<u>46,923</u>

貿易應收款及票據減值撥備的變動如下：

	附註	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
於1月1日		1181	1,168
已確認的減值損失	5	146	381
因不可收回而撇銷的款額		—	(368)
轉至持有待售		(906)	—
		<u>421</u>	<u>1,181</u>

2015年12月31日無為個別減值貿易應收賬款及票據計提的撥備。

上述貿易應收賬款及票據減值撥備包括為截止至2014年12月31日撥備前賬面總價值為人民幣1,107,000元的個別減值貿易應收賬款計提的撥備人民幣1,107,000元。

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：

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
並未逾期或減值	33,023	37,092
逾期少於三個月	—	1,430
逾期三至六個月	7	42
	<u>33,030</u>	<u>38,564</u>

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：

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
一家同系附屬公司	<u>13,822</u>	<u>2,903</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。

11. 現金及銀行結餘及保證金存款

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
現金及現金等價物	1,307,556	239,868
受限制的銀行存款	594,981	155,751
到期日為三個月以上的定期存款	<u>1,535,527</u>	<u>560,000</u>
	<u>3,438,064</u>	<u>955,619</u>
減：銀行融資之短期保證金存款	594,981	155,751
減：長期銀行存款	<u>363,227</u>	<u>—</u>
現金及銀行結存	<u>2,479,856</u>	<u>799,868</u>
	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
現金及銀行結餘及保證金存款	3,438,064	955,619
— 人民幣	3,076,030	801,577
— 其他貨幣	<u>362,034</u>	<u>154,042</u>

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2015年12月31日，短期定期存款的實際年利率約為0.18%至5.25%（於2014年12月31日：3.08%至4.675%），並將於一年內到期。長期定期存款的實際存款利率約為4.55%至4.88%（於2014年12月31日：4.125%至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。

除了一些銀行貸款是通過定期存款人民幣510,356,000元（2014年：人民幣150,413,000元）進行擔保，尚有人民幣84,625,000元存款（2014年：人民幣5,338,000元）被作為開具信用證的保證金。

12. 貿易應付賬款

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：

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
三個月以內	261,147	252,655
三個月至六個月	7,103	37,349
六個月以上	<u>3,854</u>	<u>4,121</u>
	<u>272,104</u>	<u>294,125</u>

列入貿易應付賬款的應付關聯方的款項如下：

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
受主要高級管理人員施加重大影響的公司	100	306
同系附屬公司	<u>13,541</u>	<u>22,761</u>
	<u>13,641</u>	<u>23,067</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。

13. 其他應付款及應計費用

	附註	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
客戶預付款		194,061	285,944
應計薪金		91,265	93,881
應付利息		—	14,673
其他應付稅項		28,913	14,765
其他借款	(i)	202,500	333,500
收取客戶的保證金		61,364	68,133
客戶忠誠計劃	(ii)	3,203	13,203
預提費用		236,863	175,944
其他	(iii)	<u>83,643</u>	<u>102,762</u>
		<u>901,812</u>	<u>1,102,805</u>

列入其他應付款項和應計費用的應付關聯方的款項如下：

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
一家同系附屬公司	<u>200,000</u>	<u>300,000</u>

- (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，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。該借款已於2015年償還，於過往年度計提的利息約人民幣10,656,000元被豁免。

於2015年12月31日，來自內蒙古蒙牛乳業(集團)股份有限公司借款人民幣200,000,000元(2014年12月31日：人民幣300,000,000元)，2014年12月開始按固定年利率3%計息，並無固定還款期。

(ii) 客戶忠誠計劃

	2015 人民幣千元	2014 人民幣千元
於1月1日	13,203	—
增加	40,749	73,401
年內已確認收入	<u>(50,749)</u>	<u>(60,198)</u>
於12月31日	<u>3,203</u>	<u>13,203</u>

(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，除向內蒙古蒙牛乳業(集團)股份有限公司的借款外，為無抵押、免息及無固定還款期。

14. 計息銀行借款

	於2015年12月31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	LIBOR+0.9	2016	461,696	LIBOR+0.85 to LIBOR+1.3	2015	141,431
長期						
長期銀行貸款：						
— 擔保借款	—	—	—	LIBOR+1.55	2017	152,976
— 擔保和保證借款	—	—	—	LIBOR+1.65	2017	468,187
			<u>—</u>			<u>621,163</u>
				2015 人民幣千元	2014 人民幣千元	
銀行貸款				<u>461,696</u>	<u>762,594</u>	
— 以美元計值						

於2015年12月31日，一些總數額約為人民幣461,696,000元(2014年12月31日：人民幣141,431,000元)的銀行貸款以人民幣510,356,000元(2014年12月31日：人民幣150,413,000元)的定期存款進行抵押。

於2014年12月31日，數額約為人民幣152,976,000元的銀行貸款由雅士利(廣東)擔保。

於2014年12月31日，數額約為人民幣468,187,000元的銀行貸款由雅士利(廣東)進行擔保，同時新西蘭乳業截至2014年12月31日價值約為人民幣985,640,000元的全部資產處於一般保證安排下，以獲取該借款。

管理層討論與分析

行業回顧

2015年，世界經濟處於難以預料的十字路口。全球經濟前景的不確定性來源於人們對中國經濟增長放緩的擔心、大宗商品價格暴跌，以及新興經濟體企業的美元債務負擔過重等因素。

面對錯綜複雜的國際形勢和不斷加大的經濟下行壓力，中國經濟保持了總體平穩、穩中有進、穩中有好的發展態勢。根據中國國家統計局公佈的初步核算數據顯示，全年國內生產總值人民幣676,708億元，按可比價格計算，比上年增長6.9%，為1990年以來的最慢年度增長，但增幅仍處於中華人民共和國（「中國」）政府的目標區間內。全年全國居民人均可支配收入人民幣21,966元，比上年名義增長8.9%，扣除價格因素實際增長7.4%。全年居民消費價格比上年上漲1.4%。全年社會消費品零售總額人民幣300,931億元，比上年名義增長10.7%，扣除價格因素實際增長10.6%。

2015年國內嬰幼兒奶粉市場依然強勁。全年全渠道嬰幼兒配方牛奶粉容量達到人民幣868億元，相比去年同期增長11%，其中銷售量驅動增長7%，價格上漲影響為4%。增長主要源於日漸壯大的中產群體和職業女性。行業出現分化，奶源是其中一個分化點：原裝原罐進口領導市場的增長，而國內生產的奶粉銷售額下降。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。電商渠道仍然發展迅速，市場佔比已超傳統商超渠道；母嬰渠道增速最為強勁，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。原料奶粉價格的下降、各種新奶粉品牌的出現以及原有奶粉品牌推出新品搶佔市場，導致行業競爭越發激烈，企業競相開展促銷和折讓活動。

2015年國家頒佈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坎，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佈的《關於印發2015年食品安全重點工作安排的通通知》提出，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10月1日，被稱為「史上最嚴」的《中華人民共和國食品安全法》正式施行，嬰幼兒配方奶粉被納入「特殊食品」中進行監管，此外，還規定嬰幼兒奶粉的配方將從備案制改為註冊制，即對嬰幼兒奶粉的配方進行註冊，這意味著我國對嬰幼兒奶粉的管理上升到藥品的級別。作為對《食品安全法》的延續和落地，國家食品藥品監督管理總局起草的《嬰幼兒配方乳粉產品配方註冊管理辦法(送審稿)》對上述配方註冊制進行了進一步的明確，嬰幼兒奶粉產品配方和品牌數量將受到大幅限制，以推動企業精簡產品系列、專注品牌經營管理，因此，有史以來最為嚴格的奶粉隊伍「肅清」之路開始上演，中國千萬寶寶「舌尖上」的安全將更加可期。

人口政策方面，2015年10月29日閉幕的五中全會公報確定，全面實施一對夫婦可生育兩個孩子政策。長遠來看，「全面二胎」人口政策對中國保持穩定出生率進而促進奶粉市場需求，具有積極意義。

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，位於新西蘭的工廠也已於2015年11月正式投產。

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、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」)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。2015年12月，本集團完成了對蒙牛集團旗下內蒙古歐世蒙牛乳製品有限責任公司(「歐世蒙牛」)的收購，正式成為蒙牛集團旗下唯一奶粉業務平台。

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，通過雅士利、施恩及歐世蒙牛等三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。

本集團亦出售多種營養食品，包括優怡品牌成人及青少年奶粉、煥輕品牌成人奶粉、雅士利品牌豆奶粉和嬰幼兒米粉、正味品牌麥片等。本集團在中國的豆奶粉市場亦屬領導地位。

業務摘要

本集團憑借雅士利、施恩、歐世蒙牛、優怡、煥輕、正味等品牌的產品系列，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餵哺的健康營養需求，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。本集團與Arla Foods集團合作的原罐原裝進口有機「寶貝與我」，源自丹麥，定位超高端市場；雅士利「超級α—金裝」、「金裝安貝慧」、歐世蒙牛有機「瑞哺恩」，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」，以及施恩「金裝」和歐世蒙牛「美」系列等主要針對中高端消費群；施恩「普裝」及歐世蒙牛「歐世」等系列主要針對中端消費群。雅士利「能慧」系列主要針對中低端消費群。

營養食品

本集團亦出售多種營養食品，包括優怡品牌成人及青少年奶粉、煥輕品牌成人奶粉、雅士利品牌豆奶粉和嬰幼兒米粉、正味品牌麥片等。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。

2. 推動銷售模式優化、渠道轉型和市場推廣

2015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，採取積極措施推動銷售模式優化、渠道轉型和市場推廣。

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；本集團母嬰店數目超過1.7萬家，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。商超渠道方面，本集團為經銷商制定了旨在穩定其收益的返利政策和導購費用全支持政策。電商渠道方面，本集團從單一銷售平台轉型到以消費者為中心的多維度業務平台，包括消費者洞察到資訊收集，媒體投放，精準內容，社區營銷和最終銷售。建立以品牌溝通，新客抓取，渠道合作的立體行銷模式。重點發力天貓，蘇寧，京東三大客戶，戰略性投入三大節，2015年「雙11」以破億的成績成為雙11奶粉品類第一，創造歷史。戰術上推出區別於線下渠道的電商產品，加強活動曝光率，提升銷售貢獻水平。

品牌策略方面，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寶貝與我」力突超高端市場，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佈局，聚焦資源重點投入核心品牌——雅士利「超級α—金裝」。同時

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貨商的深度合作，從研發、原料、包裝等多方面打造本集團產品的質量和競爭力。系統管理和消費者培養方面，本集團借助資訊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200萬人，有力地提升了雅士利品牌的影響力和美譽度。

3. 加強質量監控管理

質量是企業的生命之源，質量是企業佔領市場的唯一出路。本集團一直致力於建立起一套從供應商質量管理至消費者服務的整條價值鏈的全面質量管理系統。

本集團在質量管理硬件方面投入巨大。本公司連同各子公司每年會不定期購買各種先進檢測分析設備包括超高效液相質譜聯用儀、氣相質譜聯用儀、高效液相色譜儀、原子吸收儀光譜儀等。

本集團堅持每個產品從原料到成品的質量管理要嚴格按照以下原則進行：（一）嚴格對供應商進行篩選，同時每年定期對供應商進行評價和考核，及時淘汰不再繼續滿足本集團要求的供應商，確保了本集團產品最源頭管理的理念實施；（二）採購國內外優質的原輔材料，並嚴格按照嚴於國家標準的企業內控標準的要求對原料進行檢測控制，確保進廠的原料100%符合要求；（三）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；（四）嚴格的過程質量管理，確保每一個工序符合標準參數要求；（五）嚴謹的產品出廠檢測制度，產品批批檢測合格後才能發貨，確保了所有出廠的產品100%符合要求；（六）持續吸納優秀人才進行高效生產和質量管理，同時對內部的生產和質量管理人員進行持續的專業知識的培訓學習，不斷掌握最新的知識。

本集團2015年繼續聘請了涵蓋食品研究、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作為本集團的獨立食品質量安全委員會（「委員會」）的成員，委員會向董事會直接匯報。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、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。委員會定期審查集團生產和質量系統的運作情況，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。

2015年，本集團順利通過包括ISO9001、ISO14001、OHSAS18001、HACCP、ISO22000及GMP等管理體系的監督審核或複評審，該等良好管理體系為本集團生產優秀品質的產品提供了堅實保障；同時本集團所有產品通過了BRC的監督評審，成為國內為數不多通過BRC認證的乳企之一。

2015年，在國家嚴格的各類風險監測過程中，雅士利品牌產品全部檢測結果100%合格，加強了消費者使用本集團產品的信心。

2015年，本集團「雅士利」牌嬰幼兒奶粉獲得了「質量優秀獎」的榮譽。

4. 加速品牌升級重塑

品牌建設方面，本集團繼續集中媒體資源、聚焦重點產品宣傳，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、河北綜合、河北經視等八大省級地面頻道，全面覆蓋優勢區域，以「為愛用心」及「新國貨」為主題TVC進行推廣，有力地提升了品牌影響力。

在新媒體運營方面，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。上半年，本集團推出了「超級α春季項目」，拋出中國式「宅寶寶」概念，以宅寶

寶病毒視頻引起關注。項目曝光總計超1億人次，點擊高達121萬次。在「蒙牛雅士利新西蘭工廠開幕」及「雙11」期間，本集團整合全媒體發佈新聞，協同蒙牛內外部媒體資源，共同推廣「新國貨，新活力」話題，在工廠開業及「雙11」期間引爆輿論熱潮。

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，憑借懸念式的推廣設計，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。微博話題上線當天話題登上熱門話題榜第九位，閱讀量錄得超過1,600萬。項目總人口覆蓋達2.4億。

同時，本集團還通過定制、大劇特約和綜藝冠名等多種形式來提升品牌知名度，比如在愛奇藝，除合作《挑戰者聯盟》外，還專門定制親子綜藝節目《萌寶配》，製作隊伍遠赴新西蘭拍攝，很好地植入雅士利新西蘭工廠。優酷和樂視網首席冠名當前熱門綜藝節目《爸爸回來了2》，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。

5. 產品改版和研究開發

2015年，本集團完成所有系列嬰幼兒配方奶粉、米粉、成人奶粉、豆奶粉和麥片產品的包裝改版，以及營養成分表和配料表的修訂，全部達到國家新《預包裝特殊膳食用食品標籤》法的要求。

在產品研發方面，本集團持續加強對產品研發的投入，整合資源進行研發合作，鞏固和完善完整的產品結構，利用新西蘭優質的奶源和先進的生產工藝設備完成了嬰幼兒配方奶粉基粉的新品試產，今後會為中國消費者提供更加優質安全的產品打下堅實基礎。憑借新西蘭優質奶源和新西蘭高標準工廠，開發出原裝進口的「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，豐富和強化了本集團的產品線和產品品質力，為市場開拓和競爭提供強有力的產品支持。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。集團旗下高端品牌「蒙牛瑞哺恩」繼OPO親適系列上市成功後，又推出了瑞哺恩有機嬰幼兒配方乳粉，填補了國產有機嬰幼兒奶粉的空白，打破了進口有機嬰幼兒奶粉的壟斷局面。

營養研究方面，本集團研發中心與首都兒研所合作，完成了「中國8城市母乳研究和母子營養健康調查」課題研究中的母乳採樣和營養健康調查工作，分析了共計549份母乳中脂肪酸譜和氨基酸譜，分析了0-12月不同泌乳階段母乳中脂肪酸的構成差異和氨基酸構成差異，比較分析了不同地域母乳脂肪酸和氨基酸的構成。從2015年開始又啟動了1,700份母乳樣品的宏量營養素分析工作，為今後嬰幼兒配方奶粉的開發奠定了更加堅實的科學依據。

業務展望

政策影響

2016年，預計政府將繼續支持推進嬰幼兒配方乳粉企業兼併重組，旨在提高中國嬰幼兒奶粉產業的集中度及行業門坎，嚴格把控及提升嬰幼兒奶粉質量。

《嬰幼兒配方乳粉產品配方註冊管理辦法》的落地實施將對行業產生深遠影響。嬰幼兒配方奶粉定製品牌將被徹底趕出市場，國產嬰幼兒配方奶粉品牌將出現大面積淘汰，也導致嬰幼兒配方乳粉企業變更配方的「門檻」提高，難度加大，推動行業洗牌，重塑行業發展新格局，大幅提升行業集中度。

在人口政策上，「全面二胎」政策定於2016年1月1日起正式實施。中國國家衛生和計劃生育委員會初步估算，隨著「全面二胎」的放開，「十三五」期間每年出生人口將在17.5百萬至21.0百萬人之間。這為嬰幼兒配方奶粉市場需求穩定創造了條件。從企業角度來看，本土品牌受益程度較國外品牌要更大，特別是那些重點佈局三四線城市及鄉鎮的國產品牌。「全面二胎」政策未放開前，中國符合「單獨二胎」政策的人群主要集中在教育水平較高、經濟較為發達且生活成本壓力高的一二線城市，生活在這些地區的人群生二胎的意願不是最強

的。而三四線城市及鄉鎮地區的人群，由於各種歷史原因，多不符合「單獨二胎」政策。因此，「全面二胎」政策的放開，將會在生活壓力較輕的三四線城市及鄉鎮地區的釋放一定出生人口，提振當地奶粉需求，繼而推動在該類地區商超渠道享競爭優勢的本土奶粉品牌的銷售。

行業趨勢

2016年，嬰幼兒配方奶粉市場繼續呈多元化發展、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。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。國際原料奶粉價格的低位運行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。

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。海淘、海外代購及跨境電商成為新的購買趨勢。電商渠道延伸到鄉鎮和小區，繼續保持穩定增速；傳統渠道增長乏力並繼續萎縮；母嬰渠道同樣保持相對穩定增長趨勢，但受制於門店規模、資金周轉及管理平等問題，母嬰渠道也將面臨整合過程。如何推動線下渠道升級，與線上融合發展，成為企業面臨挑戰之一。

奶粉企業繼續通過加強渠道開拓發展以及兼併收購等多種形式和措施，以期改變經營狀況，在「二胎政策」全面放開之紅利背景下，獲取有利的市場空間和競爭地位，並推動去產能及品牌化，以應對註冊制及產能過剩局面。

公司策略

基於政策影響、行業趨勢的變化以及本集團在2015年的經營表現，本集團2016年將採取更加積極有效的發展策略開展工作，繼續依託蒙牛集團、中糧集團及達能集團的強力支持和

更先進的平台，著力渠道轉型和管理優化、品牌重塑升級強化、推動協同效益、提升整體組織效能等工作，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：

一 渠道轉型和管理優化

2016年，本集團繼續圍繞渠道轉型、管理優化來開展工作。

渠道轉型方面，順應母嬰連鎖蓬勃發展的大形勢，以新西蘭工廠原罐原裝產品「超級α—金裝」等主攻全國大中型母嬰連鎖系統，並完善母嬰連鎖運營團隊，將品牌經營和渠道經營有機結合起來。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，通過價盤重置提高渠道利潤，通過加快經銷商代墊費用核銷及流程簡化來提高其經營意願。流通渠道則通過選擇區隔於嬰兒粉經銷商的、真正具備大流通能力的、網絡健全的成人粉、沖調類專營經銷商，來解決非嬰兒粉類產品的增長問題。電商渠道方面，重點發力佔全國電商銷售75%份額的天貓、京東、蘇寧三大客戶，提升合作深度，達到國產品牌銷量第一。推動社交垂直無線業務，與用戶綁定進行社交平台親密營銷，打造微信端閉環。在垂直平台進行口碑營銷和品牌植入，提升活躍度，驅動購買力；建立推廣跨境電商業務的新模式和嘗試村淘和渠道下沉等項目的開拓，提升在線銷售的佔比。

管理優化方面，科技與人文並重。制度流程管理方面打通SAP、EMP、外勤助手、會員管理系統，實現全覆蓋、全流程資訊化管理，實現全面預算管理、費用精準投放、業務高效運轉。強化系統平台應用的同時，更注重企業文化和激勵機制，通過植入優秀的蒙牛文化，發掘雅士利傳統優勢，全面激活、二次創業。通過強化損益管理並實施

以利潤分享機制為核心的「五重激勵」，來調動團隊的積極性，進而提高執行力和創造力，實現銷量和利潤雙達成。本集團還將進一步融合國際化與本土化營銷管理團隊，將先進的營銷理念與強大的落地能力結合起來，推動銷售業務企穩回升。

一 強化品牌升級和重塑力度

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。2016年，本集團將進行品牌的全面規劃和梳理，以傳統媒體和新媒體結合、在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，明確品牌定位，強化差異要求，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，特別是在區域銷售的重點省份打通地面頻道的界限，在長江新衛視(湖南、湖北、河南、河北、江西、安徽最強地面頻道聯合體)上定制《多彩中國話》大型季播性綜藝節目，做到電視台與地面的互動，台網的同步聯動。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，本集團將繼續加大對「雙微」的內容輸出，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，本集團將以由新西蘭工廠原裝原罐進口的新品為切入點，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。

一 提升質量管控和監測水平

本集團將繼續加強產品質量管理，通過四大保障體系，即100%進口奶源、國際質量食品安全委員會、採用嚴格的國家和國際標準、從採購至零售的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。

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 加大產品研發和基礎研究

2016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，不僅在產品營養方面力求有所突破，在產品包裝形式上力爭做到創新，多方面的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，增加功能性產品品項，滿足蛋白過敏嬰幼兒群體的需求；開發有機嬰幼兒配方奶粉，為中國寶寶提供更加純淨的營養奶粉；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。

成人奶粉目前有很大的市場空間，本集團不僅繼續努力開發高端的功能性成人產品，還要在產品風味方面做到新穎，滿足消費者對產品多樣化的選擇需求，以提升本集團成人產品的市場競爭力。

營養基礎研究方面，本集團將繼續加強與國內知名研究機構和營養專家的深入合作，也要與國外的營養研究機構建立新的合作，增強產品配方科學性、營養性的論證。

一 發揮競爭優勢和推動協同效益

本集團新西蘭工廠已於2015年11月落成投產，依託全球資源，以國際化研發水平、優質安全的原料、先進的生產工藝為品牌背書，彰顯雅士利國際化背景下的「新國貨」品牌形象。本集團將繼續積極推進新西蘭工廠項目的生產運營，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。

本集團同時將繼續依託蒙牛集團、中糧集團及達能集團的強力支持和更先進的平台，積極開展產能升級、資源優化和優勢整合等工作，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。

一 融合企業文化、整合供應鏈和提升組織效率

隨著2015年多項併購業務的實施，2016年本集團人力資源將在深入有效整合內外部資源的基礎上，圍繞公司2016年關鍵策略，從企業文化、供應鏈整合、人力資源信息化建設和組織變革方面開展專項項目，以支持公司業務發展的需求。

2016年，本集團將強化併購後的企業文化融合，對接蒙牛現有企業文化，搭建奶粉板塊業務文化理念體系，進一步形成奶粉板塊業務完整的共同價值觀與行為模式，更具針對性地營造擁抱變革的文化氛圍。

供應鏈整合方面，本集團將根據全年產能規劃，加大供應鏈整合力度，結合各工廠生產計劃完成供應鏈的全面佈局。同時，通過制定相應的人員激勵政策，及時補充工廠質量人員，為整合過程中工廠保質保量的生產活動提供支持。

本集團將加速人力資源資訊化系統建設，全面梳理人力資源管理流程，提升人力資源管理效率；重點促進新職位、新薪酬及新績效系統重建；加速人才發展體系，以支持業務轉型與內部變革；強化集團職能後台協同共享能力，完成本集團內部各後台對接及協同模式的設計與落地實施，完成各職能中心內部流程簡化工作，明確各中心工作界面及權責分佈，提升集團整體組織效率。

管理體系

2016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，繼續以組織與人才發展、人力資本投資及僱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，加速人才發展體系，以支持業務轉型與內部變革。

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

本集團內部制定了一套完整的危機管理系統及應對機制，並通過本集團危機處理中心，及時、準確地處理消費者的投訴及媒體關注的問題；同時，本集團高度重視市場反映可能問題，提前為消費者提供良好服務，預防危機事件的發生。本集團設立新聞中心，高度關注

行業動向及新聞事件，對輿情進行監控，對行業事件及時作出反應。通過與公眾及媒體有效溝通，公佈信息，消除影響，樹立在行業中良好地位。

人力資源

於2015年12月31日，本集團共有4,641名(2014年12月31日：5,999名)全職僱員。僱員本年總成本約為人民幣442.6百萬元(2014：人民幣480.2百萬元)。

2015年，本集團積極推進組織變革，精兵簡政，把集團總部搬至廣州，強化了集團一級組織架構、銷售事業部、雅士利和施恩後台整合以及生產供應鏈的協調；秉持質量安全第一的理念。本集團通過加強質量安全文化的宣貫、有效的質量生產激勵政策、及時培訓和配置質量相關崗位人員，持續強化安全生產理念；整合銷售事業部，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；促進職能部門間分工和協作，減員增效；隨著以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革工具的逐步深化落實，進一步提升集團總部團隊整體工作能力和管理水平；搭建並推廣實施激發員工士氣的激勵政策和評價系統；完成標準化薪酬方案，實現先鋒、前台與後台團隊管理一致性，確保資源配置高效；同時亦完成績效指標分解，針對不同群體開發不同績效評價方案，有效激勵員工。

本集團成功舉辦「雅士利2015年戰略宣導會暨世界乳業融合母嬰峰會」，面向員工進行戰略宣導、佈局全年和未來；發起「奔跑吧！奶粉人」、運動會等企業文化主題活動，成功激發員工熱情；發佈新職級體系及晉升評審機制，完善員工的雙發展通道；舉辦多次「管理層有話說——員工溝通會」，搭建多樣化的內部溝通渠道，確保戰略的有效宣貫與各層級人員之間的順暢溝通；與此同時，本集團實施一系列人力資源制度規範，從根本上建立人力資源管理的方向方法，為構建更先進的人力資源管理打下基礎。

企業管治及投資者關係

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

企業公民及社會責任

雅士利致力於品牌建設的同時，亦積極參與公益，擔負起社會的責任，一場場遍佈全國各地的捐贈活動便是最好的證明。2015年，雅士利加快公益步伐，將公益夢想踐行到底，在北京、潮州、汕頭、海南、江華、安化、湛江、聊城、河南多地共舉辦10場公益捐贈儀式，將捐贈物資滲透至全國各地。僅在2015年5月至8月份，雅士利向各公益組織和地方組織捐贈總價值接近人民幣2,000萬元的物資，讓更多的困境兒童感受到來自雅士利的關愛。

秉持「一切為了孩子」的社會責任心，雅士利自2014年發起了「為愛用心螢火蟲行動」，幫助12周歲以下的困境兒童。今年以來，為了將關愛進行到底，雅士利螢火蟲行動小組對受助過的孩子展開溫暖回訪。期間，雅士利志願者回訪了白血病小女孩、邯鄲四胞胎、茂名多胞胎和雲南地震唐家遺孤等多名受助過的兒童，給困境兒童的家庭帶來正能量。

此外，去年經北京聯益基金會的「看見愛」專項基金志願者的介紹，雅士利關注到青海果洛州這個地方。這裏冬季漫長且降雪量大，高原強烈的紫外線照射讓這裏的孩子極易患上「雪盲症」，對眼睛造成極大的傷害。為此，雅士利帶上4,000副兒童防護眼鏡，為果洛州各個學校的孩子送去防護眼鏡。同時，雅士利還探望了去年資助過的果洛州達日縣孤兒群，為他們送上關愛。

為愛用心，責任同行。一路以來，雅士利實業發展步伐堅定，成績斐然。同時，雅士利通過公益行動，與網友、愛心機構攜手共同行動。每個人的貢獻都是微小的，但善心以放射性方式擴散，匯聚起來形成大愛。

財務回顧

收入

截至2015年12月31日止年度，本集團之收入達人民幣2,761.6百萬元(2014年：人民幣3,553.5百萬元)，較去年同期下降了22.3%；不含歐世蒙牛，本集團2015年度收入為人民幣2,158.1百萬元，下降比例23.4%。歐世蒙牛2015年度收入為人民幣624.5百萬元(2014年：人民幣739.2百萬元)，同比下降15.5%。

按品牌及產品類別劃分	2015 人民幣百萬元	2014 人民幣百萬元	變動比例
雅士利嬰幼兒配方奶粉	1,469.7	1,832.9	-19.8%
施恩嬰幼兒配方奶粉	198.9	437.9	-54.6%
歐世嬰幼兒配方奶粉產品	323.3	463.6	-30.3%
營養食品	757.0	799.0	-5.3%
其他	12.7	20.1	-36.8%
總計	<u>2,761.6</u>	<u>3,553.5</u>	<u>-22.3%</u>

截至2015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1,469.7百萬元(2014年：人民幣1,832.9百萬元)，較上年減少19.8%，而施恩嬰幼兒配方奶粉產品實現銷售收入人民幣198.9百萬元(2014年：人民幣437.9百萬元)，較上年減少54.6%，歐世嬰幼兒配方奶粉產品實現銷售收入人民幣323.3百萬元(2014年：人民幣463.6百萬元)，較上年減少30.3%。截至2015年12月31日止年度，營養食品實現銷售收入人民幣757.0百萬元(2014年：人民幣799.0百萬元)，較上年減少5.3%。

本集團銷售收入下降主要是由於(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)本集團自2015年上半年開始持續對母嬰以及電商渠道的銷售模式轉型，梳理銷售渠道，變革營銷模式以及新的營銷策略的執行與效果需要時間以及成本費用的投入；及(三)本集團於2015年開始加大促銷力度以應對激烈的市場競爭。

毛利

截至2015年12月31日止年度，本集團錄得毛利為人民幣1,402.3百萬元(2014年：人民幣1,818.8百萬元)，較去年下降了22.9%，毛利率為50.8%(2014年：51.2%)，就整體而言，毛利率基本持平；不含歐世蒙牛，本集團2015年度毛利達人民幣1,086.1百萬元(2014年：人民幣1,445.0百萬元)，毛利率為50.3%(2014年：51.3%)，與2014年基本持平。

歐世蒙牛2015年年度毛利為人民幣321.7百萬元(2014年：人民幣376.5百萬元)，同比下降14.6%。

銷售及經銷開支

截至2015年12月31日止年度，本集團發生銷售及經銷費用為人民幣1,320.3百萬元(2014年：人民幣1,368.3百萬元)，較去年下降了3.5%，基本穩定。不含歐世蒙牛，本集團2015年銷售及經銷開支為人民幣1,078.1百萬元(2014年：人民幣1,106.8百萬元)，同比減少2.6%。

本集團銷售及經銷開支佔收入比例增加至47.8%(2014年：38.5%)，上升了9.3%；不含歐世蒙牛，本集團2015年銷售及經銷開支佔不含歐世蒙牛收入比例為50.0%(2014年：39.3%)，同比上升了10.7%。上升的主要因為銷售收入下降，但人工成本、市場費用等相對固定費用未能同比下降。

行政開支

截至2015年12月31日止年度，行政開支為人民幣207.9百萬元(2014年：人民幣224.7百萬元)，較去年下降了7.5%；不含歐世蒙牛，本集團2015年行政開支為人民幣178.5百萬元(2014年：人民幣193.2百萬元)，同比下降了7.6%。主要是因為集團精簡組織機構以及應付業績下降職能部門縮減費用。2015年行政開支包含減員賠償金33.5百萬元(2014年：1.6百萬元)，剔除該因素，行政開支較2014年下降21.8%。

淨財務收入

於2015年12月31日，財務收入淨額為人民幣163.1百萬元(2014年：人民幣55.1百萬元)；不含歐世蒙牛，本集團2015年財務收入淨額為人民幣170.9百萬元(2014年：人民幣54.7百萬元)。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和利息收入。

所得稅開支

於2015年12月31日，本集團計提的所得稅費用為人民幣4.5百萬元（2014年：人民幣60.9百萬元），實際所得稅率為3.7%（2014年：15.5%）；不含歐世蒙牛，本集團2015年計提所得稅費用為人民幣5.3百萬元（2014年：人民幣60.9百萬元），實際所得稅率從2014年的19.7%下降到2015年的6.4%。所得稅費用下降的原因主要國內集團的稅前利潤減少以及本集團在香港取得的利息收入免徵所得稅。

存貨

於2015年12月31日，本集團存貨餘額為人民幣641.0百萬元（2014年12月31日：人民幣833.1百萬元）；不含歐世蒙牛，本集團2015年存貨餘額為人民幣535.7百萬元（2014年12月31日：人民幣717.9百萬元），同比下降25.4%。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2015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503.9百萬元，預期年化收益率為2.6%至4%（2014年12月31日：2.8%至6%）；此外購買的非保本型的理財產品和信託產品共計人民幣370.0百萬元，預期年化收益率為4.0%至10%（2014年12月31日：9.5%）。

貿易應收款及票據

於2015年12月31日，本集團貿易應收款及票據金額為人民幣71.8百萬元（2014年12月31日：人民幣46.9百萬元），於2015年度，貿易應收款周轉天數為9天（2014年：5天）；不含歐世蒙牛，本集團2015年貿易應收及應收票據額為人民幣61.0百萬元（2014年12月31日：人民幣43.5百萬元），2015年貿易應收款周轉天數為10天（2014年：6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2015年12月31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12月31日，本集團資本承擔總額為人民幣21.5百萬元(2014年12月31日：人民幣303.2百萬元)，主要為新西蘭工廠後續投資產生。

呆帳撥備

於2015年12月31日，本集團的呆帳撥備為人民幣0.4百萬元(2014年：人民幣1.2百萬元)。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2015年12月31日，本集團無存貨減值撥備餘額(2014年：人民幣2.5百萬元)。此外，本集團亦錄得存貨報廢虧損人民幣15.0百萬元(2014年：人民幣8.9百萬元)；不含歐世蒙牛，本集團2015年存貨報廢虧損人民幣10.4百萬元(2014年：人民幣5.1百萬元)。主要由於報廢受損的存貨以及處置不使用的包裝物料。

已抵押資產

於2015年12月31日，本集團已抵押之銀行存款合共約人民幣595.0百萬元(2014年12月31日：人民幣155.8百萬元)，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118.3百萬元，較去年下降64.4%；不含歐世蒙牛，2015年本集團股權持有人應佔溢利為人民幣77.9百萬元，較2014年下降68.7%。主要由於銷售收入下降、銷售及經銷成本佔比上升。

流動資金及資本資源

於2015年12月31日，本集團的流動資金及資本資源包括現金及現金等價物，一年內解除限制的受限銀行存款、長期定期銀行存款及其他金融資產合計人民幣4,311.9百萬元(2014年12月31日：人民幣2,245.6百萬元)，增長92.0%；不含歐世蒙牛，本集團2015年流動資金餘額為人民幣4,211.2百萬元(2014年12月31日：人民幣2,240.9百萬元)，增長87.9%。增長的原因主要是達能亞洲注資入股。

經營活動

截至2015年12月31日止年度，本集團的經營活動現金淨流入人民幣80.0百萬元(2014年：人民幣404.4百萬元)。經營現金淨流入減少主要由於本期收入大幅度下降。

投資活動

截至2015年12月31日止年度，投資活動所用現金淨流出為人民幣1,726.7百萬元(2014年：人民幣1,055.9百萬元)，投資活動支出增加主要由於2015年收購歐世蒙牛。

融資活動

截至2015年12月31日止年度，融資活動所產生現金流入淨額為人民幣2,711.7百萬元(2014年：人民幣258.4百萬元)，主要是向達能亞洲發行及分配認購股份取得人民幣3,468.6百萬元以及償還計息銀行貸款支出人民幣1,009.5百萬元。

貸款及借款

於2015年12月31日，本集團貸款及借款為人民幣461.7百萬元(2014年12月31日：人民幣762.6百萬元)；不含歐世蒙牛，本集團2015年貸款及借款為人民幣461.7百萬元(2014年12月31日：人民幣762.6百萬元)。借款的年化利率為LIBOR+0.9%(2014年12月31日：LIBOR+0.85%至LIBOR+1.65%)，以上貸款需按要求到期償還。於2015年12月31日，本集團資產負債比率為6.0%(2014年12月31日：13.4%)，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2015年12月31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	截至2015年 12月31日止 年度動用 人民幣千元	於2015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	190,189	28,755	161,434
電視網絡及流行育嬰論壇網，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>8,277</u>	<u>26,351</u>
總計	<u>269,081</u>	<u>81,296</u>	<u>187,785</u>

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，相當於於本公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的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10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) 於要約日期在香港聯交所每日報價表所列的股份收市價；及
- (c) 緊接要約日期前五個營業日於聯交所每日報價表所列的股份平均收市價。

購股權計劃將由上市日期起計10年期間內有效及生效，於該期間後，將不會進一步授出或提呈購股權。

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。進一步詳情請參閱本公司、中國蒙牛乳業有限公司及蒙牛國際日期為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2015年1月1日至2015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。於2015年12月31日，本公司概無授出任何未行使期權。

股票掛鈎協議

除上文「購股權計劃」一節所披露者外，本集團概無訂立或於本年度存在之股票掛鈎協議。

董事購買股份或債券的安排

除上文「購股權計劃」一段所披露者外，本公司概無於年內任何時間向任何董事或彼等各自的配偶或未成年的子女授出權利，以供藉收購本公司的股份或債券的方式獲取利益，而彼等亦無行使任何該等權利；或本公司、其控股公司或其任何子公司概無訂立任何安排，致使董事可藉收購本公司或任何其他法人團體的股份或債務證券（包括債券）的方式獲取利益。

購買、出售或贖回本公司上市證券

除上文所披露者外，本公司或其任何子公司於截至2015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2015年12月31日止年度向於2016年6月15日名列股東名冊的股東派付末期股息每股股份人民幣0.75分，惟須獲股東於2016年6月3日舉行的應屆股東周年大會上批准方可作實。

截至2015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35.5百萬元，佔本公司年度溢利約30%。建議派發之末期股息將以現金派付。

該等截至2015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%。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2016年6月1日至2016年6月3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2016年6月3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2016年5月31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2016年6月14日至2016年6月15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2016年6月13日下午4時30分前送達本公司的香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室以作登記。

待股東於2016年6月3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2016年6月28日向於2016年6月15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10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」)作為本集團有關董事進行證券交易的行為標準。全體董事確認於截至2015年12月31日止年度整段期間皆有遵守標準守則。

本公司亦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，以提高透明度及對股東之間責性。董事會知悉，良好企業管治常規及程序對本集團及其股東有利。

除下文所披露者外，董事會認為本公司已於截至2015年12月31日止年度整段期間採納香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則(「上市規則」)附錄14所載企業管治守則(「企業管治守則」)載列的原則，惟若干本公司董事因須處理其他業務未能出席本公司於2015年6月5日舉行的股東周年大會及本公司於2015年11月20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採納的會計原則及政策以及截至2015年12月31日止年度的合併財務報表。

安永會計事務所的工作範圍

本集團截至2015年12月31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務公佈發表任何保證。

股東周年大會

本公司股東周年大會將於2016年6月3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，2016年3月22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)、秦鵬先生、張平先生及黃曉軍先生；執行董事盧敏放先生及李東明先生；以及獨立非執行董事莫衛斌先生、程守太先生及李港衛先生。