

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，概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

CHINA SHENGMU ORGANIC MILK LIMITED

中國聖牧有機奶業有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1432)

截至二零一七年六月三十日止

六個月期間的中期業績公佈

業績摘要	以下日期止六個月期間		變動
	二零一七年 六月三十日 人民幣千元	二零一六年 六月三十日 人民幣千元	
銷售收入	1,152,184	1,616,772	-28.7%
毛利	500,413	773,362	-35.3%
期內溢利	131,388	534,865	-75.4%
母公司擁有人應佔溢利	6,381	402,345	-98.4%

於本公告內，凡提及「我們」，均指本公司(定義見下文)，倘文義另有規定，則指本集團(定義見下文)。

中國聖牧有機奶業有限公司(「本公司」或「中國聖牧」)之董事(「董事」)會(「董事會」)謹此呈報本公司及其附屬公司(「本集團」或「聖牧」)截至二零一七年六月三十日止六個月未經審核綜合中期業績，連同二零一六年同期的比較數字如下：

中期簡明綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至以下日期止六個月期間	
		二零一七年 六月三十日	二零一六年 六月三十日
		(未經審核) 人民幣千元	(未經審核) 人民幣千元
銷售收入	4	1,152,184	1,616,772
銷售成本		(651,771)	(843,410)
毛利		500,413	773,362
生物資產公平值減銷售費用之 變動產生的收益／(虧損)		(61,925)	29,675
其他收入及收益／(虧損)	4	(85,435)	19,429
銷售及分銷開支		(120,659)	(131,961)
行政開支		(50,949)	(76,309)
融資成本		(68,386)	(61,325)
分佔聯營公司溢利及虧損		(7,425)	(9,222)
除稅前溢利		105,634	543,649
所得稅抵減／(開支)	5	25,754	(8,784)
期內溢利		131,388	534,865
其他全面收益			
換算國外業務的匯兌差額		634	2,362
將於其後期間重新分類至損益的 其他全面收益淨額		634	2,362
期內全面收益總額		132,022	537,227

	附註	截至以下日期止六個月期間	
		二零一七年 六月三十日	二零一六年 六月三十日
		(未經審核) 人民幣千元	(未經審核) 人民幣千元
以下各項應佔溢利：			
母公司擁有人		6,381	402,345
非控股權益		125,007	132,520
		131,388	534,865
以下各項應佔全面收益總額：			
母公司擁有人		7,015	404,707
非控股權益		125,007	132,520
		132,022	537,227
母公司普通股權益持有人應佔每股盈利：			
基本	6	人民幣 0.001 元	人民幣 0.063 元
攤薄		人民幣 0.001 元	人民幣 0.063 元

中期簡明綜合財務狀況表

	附註	於	
		二零一七年 六月三十日	二零一六年 十二月三十一日
		(未經審核)	(經審核)
		人民幣千元	人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		2,711,901	2,710,368
預付土地租賃款		36,577	37,566
其他無形資產		14,234	14,847
於聯營公司的投資		105,233	112,658
可供出售投資		2,007	1,427
生物資產	8	4,170,273	3,884,257
物業、廠房及設備以及生物資產的預付款項		7,164	11,963
長期應收款項		16,484	19,684
遞延稅項資產		50,536	24,634
其他非流動資產		23,683	16,565
非流動資產總額		7,138,092	6,833,969
流動資產			
存貨		862,178	928,816
貿易應收款項及應收票據		1,444,766	1,108,787
預付款項、按金及其他應收款項		442,008	393,550
已抵押存款		82,731	66,791
可供出售投資		31,000	120,000
現金及銀行結餘		1,202,376	1,047,382
流動資產總額		4,065,059	3,665,326

	附註	於	
		二零一七年 六月三十日	二零一六年 十二月三十一日
		(未經審核) 人民幣千元	(經審核) 人民幣千元
流動負債			
貿易應付款項及應付票據		917,090	920,631
預收款項		33,779	13,152
其他應付款項及預提費用		328,631	438,550
計息銀行及其他借款		1,634,418	918,404
應付所得稅項		1,581	1,581
流動負債總額		<u>2,915,499</u>	<u>2,292,318</u>
淨流動資產		<u>1,149,560</u>	<u>1,373,008</u>
總資產減流動負債		<u>8,287,652</u>	<u>8,206,977</u>
非流動負債			
長期應付款項		81,482	107,900
計息銀行及其他借款		1,727,021	1,751,950
非流動負債總額		<u>1,808,503</u>	<u>1,859,850</u>
淨資產		<u>6,479,149</u>	<u>6,347,127</u>
權益			
母公司擁有人應佔權益			
股本	9	50	50
儲備		5,346,004	5,338,989
		5,346,054	5,339,039
非控股權益		<u>1,133,095</u>	<u>1,008,088</u>
權益總額		<u>6,479,149</u>	<u>6,347,127</u>

中期簡明綜合現金流量表

	截至以下日期止六個月期間	
	二零一七年 六月三十日	二零一六年 六月三十日
	(未經審核) 人民幣千元	(未經審核) 人民幣千元
經營活動所得現金流量淨額	28,297	41,683
投資活動所用現金流量淨額	(667,027)	(642,472)
融資活動所得／(所用)現金流量淨額	785,671	(109,502)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	146,941	(710,291)
期初現金及現金等價物	932,382	1,411,499
匯率變動的影響淨額	1,893	78
期末現金及現金等價物	1,081,216	701,286

中期簡明綜合財務報表附註

1. 公司資料

本公司為一間於開曼群島註冊成立的獲豁免的有限公司。本公司的註冊辦事處地址為 P.O. Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。

本公司為一間投資控股公司。二零一七年年中期期間，本公司的附屬公司主要在中華人民共和國（「中國」）從事生產及分銷原料奶及乳製品。

2. 編製基準及本集團會計政策的變動

編製基準

截至二零一七年六月三十日止六個月期間（「本中期」）的中期簡明綜合財務報表乃根據國際會計準則第 34 號 *中期財務報告* 編製。

本中期簡明綜合財務報表並無收錄年度財務報表規定的所有資料及披露事項，並應與本集團於二零一六年十二月三十一日的年度財務報表一併閱讀。

會計政策及披露的變動

除採納以下於二零一七年一月一日生效的新訂及經修訂國際財務報告準則外，編製未經審核中期簡明綜合財務報表採用的會計政策與編製本集團截至二零一六年十二月三十一日止年度的年度綜合財務報表所採用者一致。本集團並無提早採納已頒佈但尚未生效的任何其他準則或修訂。

國際會計準則第 7 號的修訂

初始披露

國際會計準則第 12 號的修訂

針對未變現虧損確認遞延稅項資產

國際財務報告準則第 12 號的修訂

披露於其他實體的權益

（列入二零一四年至二零一六年

週期的年度改進）

於本中期應用上述新訂及經修訂國際財務報告準則對該等簡明綜合財務報表中呈報的數額及／或該等簡明綜合財務報表中所載披露並無重大財務影響。

3. 經營分部資料

就管理而言，本集團按產品及服務劃分其業務單元，並有以下兩個須呈報的經營分部：

- (a) 奶牛養殖－飼養奶牛用以生產及分售原料奶；
- (b) 液態奶產品－生產及分銷自有品牌超高溫滅菌液態奶及有機酸奶。

管理層分別根據集團經營分部的業績，以決定資源分配及評估表現。分部表現是根據須予報告分部的溢利／(虧損)(即期內經調整的溢利／(虧損)的計量)而評估。期內經調整的溢利／(虧損)的計量與本集團的除稅後溢利一致，惟此項計量並不包括生物資產公平值減銷售費用產生的收益／(虧損)，原因為管理層相信，該經調整數據最適合評估奶牛養殖分部之業績並與奶牛養殖行業內其他實體的業績相比較。

由於未分配總部及公司資產乃以集團總體基準管理，故分部資產不包括該等資產。

由於未分配總部及公司負債乃以集團總體基準管理，故分部負債不包括該等負債。

3. 經營分部資料(續)

分部間銷售及轉讓之價格乃按奶牛養殖分部與液態奶產品分部之間內部商定之價格確定。

截至二零一七年六月三十日止六個月期間 (未經審核)	奶牛養殖 人民幣千元	液態奶產品 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部銷售收入：			
售予外部客戶	454,814	697,370	1,152,184
分部間銷售	880,239	—	880,239
	1,335,053	697,370	2,032,423
調節項：			
分部間銷售對銷			(880,239)
銷售收入			1,152,184
分部業績	517,653	(162,539)	355,114
調節項：			
分部間業績對銷			(155,475)
生物資產公平值減銷售費用之 變動產生的收益／(虧損)			(61,925)
公司及其他未分配開支			(6,326)
期內溢利			131,388
於二零一七年六月三十日(未經審核)			
分部資產	10,063,146	2,745,620	12,808,766
調節項：			
分部間應收款項對銷			(1,906,206)
公司及其他未分配資產			300,591
總資產			11,203,151
分部負債	3,938,863	2,336,278	6,275,141
調節項：			
分部間應付款項對銷			(1,906,206)
公司及其他未分配負債			355,067
總負債			4,724,002

3. 經營分部資料(續)

截至二零一六年六月三十日止六個月期間 (未經審核)	奶牛養殖 人民幣千元	液態奶產品 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部銷售收入：			
售予外部客戶	557,980	1,058,792	1,616,772
分部間銷售	758,882	—	758,882
	1,316,862	1,058,792	2,375,654
調節項：			
分部間銷售對銷			(758,882)
銷售收入			<u>1,616,772</u>
分部業績			
533,502	79,470	612,972	
調節項			
分部間業績對銷			(100,567)
生物資產公平值減銷售費用之變動 產生的收益／(虧損)			29,675
公司及其他未分配開支			(7,215)
期內溢利			<u>534,865</u>
於二零一六年十二月三十一日(經審核)			
分部資產			
9,098,425	2,189,724	11,288,149	
調節項：			
分部間應收款項對銷			(919,698)
公司及其他未分配資產			130,844
總資產			<u>10,499,295</u>
分部負債			
3,488,046	1,512,368	5,000,414	
調節項：			
分部間應付款項對銷			(919,698)
公司及其他未分配負債			71,452
總負債			<u>4,152,168</u>

4. 銷售收入、其他收入及收益／(虧損)

銷售收入指所售貨品的發票淨值，減去退貨撥備及貿易折扣後的數額。

銷售收入、其他收入及收益／(虧損)的分析如下：

	截至六月三十日止六個月期間	
	二零一七年	二零一六年
	(未經審核)	(未經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
銷售收入		
— 原料奶銷售	454,814	557,980
— 液態奶產品銷售	697,370	1,058,792
	<u>1,152,184</u>	<u>1,616,772</u>
其他收入及收益／(虧損)		
— 政府補貼	60	11,994
— 銀行利息收入	4,051	2,136
— 貿易應收款項減值	(72,234)	(1,284)
— 銷售原材料損益	(17,030)	—
— 其他	(282)	6,583
	<u>(85,435)</u>	<u>19,429</u>
	<u>1,066,749</u>	<u>1,636,201</u>

5. 所得稅(抵減)／開支

	截至六月三十日止六個月期間	
	二零一七年	二零一六年
	(未經審核)	(未經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
即期	148	8,768
遞延	(25,902)	16
	<u>(25,754)</u>	<u>8,784</u>

6. 母公司普通股權益持有人應佔每股盈利

截至二零一七年六月三十日止六個月期間的每股基本盈利乃按基於母公司普通股權益持有人應佔期內溢利人民幣6,381,000元(截至二零一六年六月三十日止六個月期間：人民幣402,345,000元)除以該期間本公司已發行普通股加權平均股數6,354,400,000股(截至二零一六年六月三十日止六個月期間：6,354,400,000股)計算。

每股攤薄盈利乃按母公司普通股權益持有人應佔期內溢利除以用於計算每股基本盈利時所用的普通股加權平均數與假設所有具攤薄效果的或然普通股按無代價發行或轉換為普通股的加權平均普通股數之和計算。

	股份數目	
	截至六月三十日止六個月期間	
	二零一七年	二零一六年
於計算每股基本盈利時所用的期內已發行普通股加權平均數	6,354,400,000	6,354,400,000
購股權的攤薄影響	—	12,696,765
於計算每股攤薄盈利時所用的期內已發行普通股加權平均數	<u>6,354,400,000</u>	<u>6,367,096,765</u>

7. 股息

董事不建議就截至二零一七年六月三十日止六個月期間派付中期股息(截至二零一六年六月三十日止六個月期間：無)。

8. 生物資產

本集團的生物資產主要包括持作生產原料奶的奶牛。

(A) 生物資產數量

本集團擁有的奶牛數量顯示如下。本集團的奶牛包括成母牛、育成牛及犏牛。育成牛及犏牛為未產過犏牛的奶牛。

	於	
	二零一七年 六月三十日	二零一六年 十二月三十一日
	(未經審核) 頭	(經審核) 頭
奶牛		
成母牛	67,222	69,887
育成牛及犏牛	66,731	59,442
奶牛總數	133,953	129,329

(B) 生物資產價值

於二零一七年六月三十日及二零一六年十二月三十一日本集團的生物資產價值如下：

	於	
	二零一七年 六月三十日	二零一六年 十二月三十一日
	(未經審核) 人民幣千元	(經審核) 人民幣千元
成母牛	2,700,716	2,632,009
育成牛及犏牛	1,469,557	1,252,248
奶牛總價值	4,170,273	3,884,257

本集團在中國的奶牛乃由仲量聯行企業評估及諮詢有限公司(「仲量聯行」)獨立估值，而仲量聯行乃為與本集團並無關聯的獨立合資格專業評估師，擁有適當的資格並於估值生物資產方面具有近期經驗。

釐定奶牛公平值所用的估值方法及主要估值假設與本集團二零一六年年報所載者相同。

9. 已發行股本

本公司於二零一三年十二月十一日在開曼群島註冊成立。截至二零一七年六月三十日及二零一六年十二月三十一日，本公司的法定股本為300,000港元，分為30,000,000,000股每股面值為0.00001港元的股份。

於二零一七年六月三十日及二零一六年十二月三十一日，本公司的已發行股本為63,544港元，已發行6,354,400,000股股份。

管理層討論及分析

市場概覽

近年來，中國乳製品消費市場持續蓬勃發展，中國國內乳製品消費量顯著提高。數據顯示，全國乳製品消費量從2011年的2,480.5萬噸增至2016年的3,204.7萬噸，人均乳製品折合生鮮乳消費量36.1公斤，約佔世界平均水平的三分之一。上述數據表明中國乳製品消費市場在高速發展的同時仍具有巨大的發展空間和潛力。

與此同時，伴隨中國有機食品市場蓬勃發展，越來越多的國內消費者選擇購買有機食品，其已深得廣大消費者認可與歡迎。作為綠色健康食品代表的有機乳製品因其優異的質量及安全品質、極高的綠色環保性，已開始替代普通低端乳製品成為廣大重視食品健康和關注綠色環保的優質消費者的首選標的。自聖牧有機液態奶獲得市場成功之後，亦有其他知名品牌為代表的新有機產品開始陸續推出，中國有機乳製品市場作為中國乳製品市場的新發展機遇獲得了行業內各知名企業的深切認同和廣泛關注。

2016年12月31日，中共中央國務院頒發《關於深入推進農業供給側結構性改革加快培育農業農村發展新動能的若干意見》，明確提出，堅持質量興農，實施農業標準化戰略，突出優質、安全、綠色導向，健全農產品質量和食品安全標準體系。「引導企業爭取國際有機農產品認證，加快提升國內綠色、有機農產品認證的權威性和影響力。」

中國聖牧原料奶生產基地位於中國內蒙古自治區，2017年1月初當地政府出具的《2017年內蒙古自治區政府工作報告》總結加快產業轉型升級中提到「2016年內蒙古自治區政府大力發展現代農牧業，其中有機食品產量已佔全國的1/3以上」；同時該報告明確「推進農牧業供給側結構性改革，把增加綠色優質農畜產品供給放在更加突出位置，大力發展現代農牧業，根據消費升級趨勢，調整農牧業結構，擴大綠色、有機、無公害農畜產品生產」作為其政府2017年重點工作。

上述文件的出台表明，基於國家及地方政府的產業政策支持、推動，以及國民對幸福生活的追求，綠色健康安全環保的有機產業將迎來更大的發展空間。

以截至二零一七年六月三十日止的六個月期間有機奶牛牧群數量及有機原料奶產量計，中國聖牧是中國最大的有機乳品公司。中國聖牧是中國唯一一家符合歐盟有機標準的垂直整合全程有機乳品公司；是中國唯一一家提供100%由自有認證有機牧場的原料奶加工為品牌有機乳製品的乳品公司；是中國唯一一家具規模的沙漠全程有機產業體系的乳品公司。聖牧沙漠全程有機奶完整體系的構建，有效推動了國內有機奶產品的供應能力，滿足了國人對高品質有機奶的需求，書寫了國內全程有機可追溯液態奶的新篇章，提升了行業產品質量和市場競爭力。

於二零一七年五月舉辦的中國國際有機食品博覽會上，聖牧第六次榮獲由中國綠色食品發展中心與紐倫堡國際展覽集團共同頒發的金獎。聖牧有機液態奶產品因其優異的食品安全性、優越的產品質量和全球最高水平的有機標準又一次贏得了這一世界性殊榮，得到中外消費者和專業人士的廣泛讚譽與認同。

業務回顧

本集團的業務包括奶牛養殖業務及液態奶業務。

聖牧於二零零九年成立並進駐烏蘭布和沙漠腹地，經過近八年的不懈奮鬥，在烏蘭布和沙漠腹地建成了封閉循環的有機生態圈，將20余萬畝的沙漠變成綠洲，同時生產出了通過歐盟有機認證和中綠華夏有機認證的聖牧有機牛奶，成長為中國規模最大的有機乳品公司，是100%用自有牧場有機奶生產有機乳製品的品牌乳品公司和開創垂直整合全程沙漠有機產業鏈生產模式的有機乳品公司，拓展出了一條沙漠治理和產業發展相輔相成的沙草全程有機奶產業發展之路，聖牧在烏蘭布和沙漠將生態與產業相結合，將企業發展與生態治理相結合，實現了生態經濟化，經濟生態化，開創了沙漠治理的新模式。

聖牧自創立以來，始終堅持科學、創新發展戰略。奶牛養殖業務以經濟規模為前提，絕大部分牧場養殖奶牛規模為3,500-4,500頭，目前聖牧擁有的23座有機牧場均位於烏蘭布和沙漠腹地，其獨特的地理位置較中國傳統黃金奶源帶養殖環境亦具有多項優勢，包括污染少，細菌、病毒及害蟲的數量極少以及有利的氣候優勢，在此區域聖牧堅持「以牧養草、以草畜牧」種養結合模式，有機奶牛在天然有機的環境中過著低密度幸福生活，飲純淨水，曬日光浴，食有機草，以此確保了奶源的純淨和優質。

二零一七年面對乳品行業進一步加劇的市場競爭態勢，本集團於年初果斷地提出「提升品牌、穩定價格、深耕渠道、創新發展」的市場策略。在這一策略的指導下，本集團加大對經銷商、分銷商的扶持力度，儘管在穩定價格的過程中，與上年同期相比銷售份額受到一定影響，且為加大對經銷商、分銷商的扶持力度，本集團下調了對經銷商、分銷商的液態奶產品的銷售價格，但品牌形象的提升對於聖牧品牌長遠的發展奠定了更加堅實的基礎。

於二零一七年上半年（「二零一七年年中期期間」），本集團銷售收入為人民幣1,152.2百萬元，較二零一六年上半年（「二零一六年年中期期間」）下降28.7%，其中自有品牌有機液態奶產品銷售收入為人民幣688.4百萬元，較二零一六年年中期期間下降33.5%。

牧群規模和產量

二零一七年六月三十日，本集團運營的有機牧場及非有機牧場數目分別為23個及12個。二零一七年六月三十日，本集團的奶牛存欄數量為133,953頭(二零一六年六月三十日為122,046頭)，其中有機奶牛存欄數量為101,980頭(二零一六年六月三十日為83,816頭)。二零一七年中期期間，本集團生產222,159噸有機原料奶及82,166噸優質非有機原料奶，而二零一六年中期期間則生產202,126噸有機原料奶及90,588噸優質非有機原料奶。完全以自有認證有機牧場供應的原料奶生產的自有品牌有機液態奶產品的產量由二零一六年中期期間的109,143噸減至二零一七年中期期間的93,337噸。

分銷網絡

二零一七年以來，面對國內乳品行業進一步加劇的競爭態勢，聖牧提出「提升品牌、穩定價格、深耕渠道、創新發展」的市場策略，在這一策略的指導下，今年一至五月份聖牧在終端市場上主動退出價格戰，全面地穩定了價格，提升了聖牧的品牌形象。儘管在穩定價格維護品牌形象的過程中，與去年同期相比，市場份額受到一定的影響，但是由於品牌形象的提升對於聖牧品牌長遠的發展奠定了更加堅實的基礎。

今年上半年聖牧一如繼往地堅持深耕銷售渠道的策略，在全國85%的KA商超門店繼續推行「一店三堆」，統一品牌形象、統一推廣活動，與此同時大力度地繼續推進超級社區店的藍海戰略的實施，藍海戰略的繼續推進進一步提升了聖牧名牌的知名度和渠道佔有率。進入下半年來，原料奶的供求關係發生了變化，原料奶供不應求，為了抓住這一良好的機遇，聖牧在力爭穩定市場終端價格體系的基礎上制定新的策略：(1)加大對經銷商、分銷商的扶持力度，大力提高渠道形象及品牌的投資力度；及(2)根據市場的變化實施分層級、分品類的價格指導策略，利用日益成長的渠道優勢快速提升市場銷售份額。

財務回顧

本集團的銷售收入由二零一六年中期期間的人民幣1,616.8百萬元降低28.7%至二零一七年中期期間的人民幣1,152.2百萬元，集團毛利由二零一六年中期期間的人民幣773.4百萬元降低35.3%至二零一七年中期期間的人民幣500.4百萬元，期內溢利由二零一六年中期期間的人民幣534.9百萬元降低75.4%至二零一七年中期期間的人民幣131.4百萬元，母公司擁有人應佔溢利由二零一六年中期期間的人民幣402.3百萬元降低98.4%至二零一七年中期期間的人民幣6.4百萬元。

中期簡明綜合損益及其他全面收益表分析

銷售收入

單位：人民幣千元，百分比除外

	截至六月三十日 止六個月期間	
	二零一七年 (未經審核)	二零一六年 (未經審核)
奶牛養殖業務	454,814	557,980
液態奶業務	697,370	1,058,792
總計	<u>1,152,184</u>	<u>1,616,772</u>

截至六月三十日 止六個月期間	奶牛養殖業務				液態奶業務				
	分部銷售 收入	分部間 銷售 ⁽¹⁾	外部銷售 收入	外部銷售	分部銷售 收入	分部間 銷售	外部銷售 收入	外部銷售	總銷售 收入
				收入佔總 銷售收入 的百分比				收入佔總 銷售收入 的百分比	
二零一七年(未經審核)	1,335,053	880,239	454,814	39.5%	697,370	—	697,370	60.5%	1,152,184
二零一六年(未經審核)	1,316,862	758,882	557,980	34.5%	1,058,792	—	1,058,792	65.5%	1,616,772

(1) 指售予液態奶業務的內部生產的原料奶。

面對乳品市場激烈的市場競爭，本集團要求市場終端全面地穩定價格，提升聖牧的品牌形象。二零一七年年中期期間，本集團自有品牌有機液態奶產品銷量下降約23.8%，同時，本集團加大對經銷商、分銷商的扶持力度，適度下調液態奶產品價格，在穩定價格的過程中，本集團自有品牌有機液態奶產品二零一七年年中期期間銷售收入為人民幣688.4百萬元，相對二零一六年年中期期間下降約33.5%，另一方面受市場競爭的影響，二零一七年年中期期間集團原料奶的銷售價格較上年同期有所下降，此因素也為導致集團銷售收入相對於二零一六年年中期期間下降的另一主要原因。

奶牛養殖業務

截至六月三十日止六個月期間

	二零一七年(未經審核)				二零一六年(未經審核)			
	銷售收入 (人民幣千元)	銷量 (人民幣元/ 噸)	平均售價 (人民幣元/ 噸)	收入佔 奶牛養殖分部 收入的比率	銷售收入 (人民幣千元)	銷量 (人民幣元/ 噸)	平均售價 (人民幣元/ 噸)	收入佔 奶牛養殖分部 收入的比率
有機原料奶								
外部銷售	235,282	56,100	4,194	17.6%	294,920	63,034	4,679	22.4%
分部間銷售 ⁽¹⁾	827,441	158,150	5,232	62.0%	682,481	127,898	5,336	51.8%
小計	<u>1,062,723</u>	<u>214,250</u>	<u>4,960</u>	<u>79.6%</u>	<u>977,401</u>	<u>190,932</u>	<u>5,119</u>	<u>74.2%</u>
優質非有機原料奶								
外部銷售	219,532	65,832	3,335	16.4%	263,060	69,553	3,782	20.0%
分部間銷售 ⁽²⁾	52,798	13,970	3,779	4.0%	76,401	17,775	4,298	5.8%
小計	<u>272,330</u>	<u>79,802</u>	<u>3,413</u>	<u>20.4%</u>	<u>339,461</u>	<u>87,328</u>	<u>3,887</u>	<u>25.8%</u>
奶牛養殖分部	<u>1,335,053</u>	<u>294,052</u>	<u>4,540</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,316,862</u>	<u>278,260</u>	<u>4,732</u>	<u>100.0%</u>

(1) 指售予我們有機液態奶業務的內部生產有機原料奶。

(2) 指售予我們高端非有機液態奶業務的內部生產優質非有機原料奶。

奶牛養殖分部的銷售收入自二零一六年中期期間的人民幣1,316.9百萬元增加至二零一七年年中期期間的人民幣1,335.1百萬元，銷售收入小幅增長。在有機原料奶的銷售收入中，內部供應給有機液態奶加工廠的銷售收入佔奶牛養殖分部的比例由二零

一六年中期期間的51.8%增長至二零一七年年中期期間的62.0%。儘管受乳品行業日益激烈的競爭環境的影響，但本集團仍將持續開拓、建設和鞏固自有品牌液態奶產品市場，以拉動奶牛養殖業務的持續發展。

液態奶業務

二零一七年年中期期間，為踐行「提升品牌、穩定價格、深耕渠道、創新發展」的市場策略，本集團液態奶業務的銷售收入從二零一六年年中期期間的人民幣1,058.8百萬元降低至人民幣697.4百萬元，降幅達34.1%；液態奶業務的銷售收入佔本集團銷售收入總額的比例維持較高水平，為60.5%。因液態奶業務的帶動，有機業務(包括有機原料奶和有機液態奶)銷售收入佔本集團銷售收入總額的佔比於二零一七年年中期期間達80.2%。

有機液態奶業務

	截至六月三十日止六個月期間		
	二零一七年 (未經審核)	二零一六年 (未經審核)	增幅／ (降幅)
銷售收入(人民幣千元)	688,438	1,035,695	(33.5%)
銷售量(噸)	70,860	92,964	(23.8%)
平均售價(人民幣元／噸)	9,716	11,141	(12.8%)

有機／非有機業務收入及佔比情況

單位：人民幣千元，百分比除外

	截至六月三十日止六個月期間			
	二零一七年		二零一六年	
	(未經審核)		(未經審核)	
	金額	佔比	金額	佔比
有機產品				
有機液態奶	688,438	59.8%	1,035,695	64.1%
有機原料奶	235,282	20.4%	294,920	18.2%
有機產品小計	923,720	80.2%	1,330,615	82.3%
非有機產品				
優質非有機原料奶	219,532	19.0%	263,060	16.3%
高端非有機液態奶	8,932	0.8%	23,097	1.4%
非有機產品小計	228,464	19.8%	286,157	17.7%
合計	1,152,184	100.0%	1,616,772	100.0%

銷售成本、毛利及毛利率

單位：人民幣千元，百分比除外

	截至六月三十日止六個月期間					
	二零一七年(未經審核)			二零一六年(未經審核)		
	銷售成本 金額	毛利 金額	毛利率	銷售成本 金額	毛利 金額	毛利率
奶牛養殖業務						
有機原料奶						
抵銷前	512,512	550,211	51.8%	458,073	519,327	53.1%
抵銷後 ⁽¹⁾	134,199	101,083	43.0%	151,228	143,692	48.7%
優質非有機原料奶						
抵銷前	192,238	80,092	29.4%	214,689	124,771	36.8%
抵銷後 ⁽³⁾	153,637	65,895	30.0%	165,793	97,267	37.0%
小計						
抵銷前	704,750	630,303	47.2%	672,762	644,098	48.9%
抵銷後	287,836	166,978	36.7%	317,021	240,959	43.2%
液態奶業務						
有機液態奶						
抵銷前	591,297	97,141	14.1%	809,710	225,985	21.8%
抵銷後 ⁽²⁾	358,260	330,178	48.0%	512,249	523,446	50.5%
高端非有機液態奶						
抵銷前	8,286	646	7.2%	19,253	3,844	16.6%
抵銷後 ⁽³⁾	5,675	3,257	36.5%	14,140	8,957	38.8%
小計						
抵銷前	599,583	97,787	14.0%	828,963	229,829	21.7%
抵銷後	363,935	333,435	47.8%	526,389	532,403	50.3%
抵銷後合計	<u>651,771</u>	<u>500,413</u>	<u>43.4%</u>	<u>843,410</u>	<u>773,362</u>	<u>47.8%</u>

- (1) 指抵銷有機原料奶分部間銷售應佔內部溢利後的毛利。該內部溢利乃按(i)液態奶業務所用有機原料奶分部間銷售與(ii)該有機原料奶的生產成本的差額計算，而該有機原料奶的生產成本則按(a)有機原料奶的總銷售成本與(b)售予我們液態奶業務的有機原料奶數量除以有機原料奶的總銷量的乘積計算。
- (2) 指加回有機原料奶分部間銷售應佔內部溢利後的毛利。該內部溢利乃按(i)該分部所用有機原料奶的分部間銷售與(ii)該有機原料奶的生產成本的差額計算，而該有機原料奶的生產成本則按上文附註(1)的公式計算。
- (3) 優質非有機原料奶抵銷後的計算方法同附註(1)，高端非有機液態奶抵銷後的計算方法同附註(2)。

本集團的銷售成本自二零一六年中期期間的人民幣843.4百萬元降低至二零一七年年中期期間的人民幣651.8百萬元，毛利自二零一六年中期期間的人民幣773.4百萬元降低至二零一七年年中期期間的人民幣500.4百萬元，毛利率由二零一六年中期期間的47.8%降低至二零一七年年中期期間的43.4%。

集團銷售成本二零一七年年中期期間較二零一六年中期期間降幅為22.7%，銷售成本的降低主要由於集團銷售規模的縮減所致；集團銷售毛利二零一七年年中期期間較二零一六年中期期間降幅為35.3%，集團銷售毛利的降幅略高於集團銷售收入的降幅，主要原因為二零一七年年中期期間本集團加大對經銷商、分銷商的扶持力度，適度下調液態奶產品價格所致。

總體來看，受乳品行業形勢及行業內競爭態勢的影響，本集團整體毛利率水平有所下降，但有機業務毛利率仍維持較高水平。

其他收入及收益／(虧損)

本集團其他收入及收益／(虧損)由二零一六年中期期間的淨收益人民幣19.4百萬元降低至二零一七年中期期間的淨虧損人民幣85.4百萬元，主要是本集團採用賬齡分析法結合個別應收賬款的可收回性對貿易應收款項計提減值撥備。

銷售及分銷開支

本集團的銷售和分銷開支主要包括物流運輸費、倉儲費和職工薪酬等。二零一七年中期期間，本集團的銷售和分銷開支為人民幣120.7百萬元，較二零一六年中期期間的人民幣132.0百萬元有所降低，主要系液態奶業務的銷售量較二零一六年中期期間有所下降所致。

行政開支

行政開支主要包括管理層及行政僱員的薪金及福利、差旅費和交通費等。於二零一七年中期期間和二零一六年中期期間，本集團行政開支分別為人民幣50.9百萬元和人民幣76.3百萬元，行政開支較上年同期降幅約33.2%，主要是由於上年同期的行政開支中包含以權益結算的購股權開支，剔除以權益結算的購股權開支後，於二零一七年中期期間及二零一六年中期期間的行政開支分別為人民幣50.9百萬元和人民幣44.9百萬元，佔銷售收入的比例分別為4.4%和2.8%，行政開支佔銷售收入的比例有所上升，主要是由於本期銷售收入相對於上年同期有所下降所致。

生物資產公平值減銷售費用之變動產生的淨收益或虧損

生物資產公平值變動減銷售成本產生的淨收益或虧損指因奶牛的實際特性及市價以及該等奶牛即將產生的貼現未來現金流量變動導致的奶牛公平值變動。一般而言，由於成母牛的貼現現金流量較育成牛的售價高，故於育成牛成為成母牛時，其價值便會增加。此外，於成母牛被淘汰及出售時，其價值便會減少。

於二零一七年中期期間，本集團錄得生物資產公平值變動減銷售成本產生的淨虧損為人民幣61.9百萬元，二零一六年中期期間，本集團錄得生物資產公平值變動減銷售成本產生的淨收益人民幣29.7百萬元。本集團二零一七年中期期間，為應對非有機原料奶的市場需求疲軟而控制本集團非有機奶牛數量，非有機奶牛的生物資產公平值減銷售費用之變動產生的淨虧損金額較大導致本指標二零一七年中期期間產生較大虧損。

分佔聯營公司溢利及虧損

聯營公司包括：(a)本集團與重點經銷城市的優秀經銷商合資設立的分銷本集團品牌液態奶產品的公司；(b)本集團投資並擁有少數權益的巴彥淖爾市聖牧高科生態草業有限公司及其附屬公司(「**聖牧草業**」)；以及(c)本集團投資並擁有少數權益的使用本集團原料奶生產乳製品的富友聯合聖牧乳品有限公司(「**富友聯合聖牧**」)及內蒙古聖牧低溫乳品有限公司。二零一七年中期期間及二零一六年中期期間，本集團分佔聯營公司虧損分別為人民幣7.4百萬元和人民幣9.2百萬元。

所得稅抵減／(開支)

本集團所產生溢利均來自於中國國內業務。根據中華人民共和國企業所得稅法(「**企業所得稅法**」)，本集團的中國附屬公司通常須按 25% 的稅率繳納中國企業所得稅。但依據企業所得稅法的優惠規定，本集團奶牛養殖及初級農產品加工等農業活動的所得獲豁免繳納企業所得稅。根據中國稅務法律及法規，只要我們的相關中國附屬公司按規定於相關稅務主管部門完成備案，我們享有該等稅務豁免並無法定時限。

根據財政部、海關總署、國家稅務總局《關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知》(財稅[2011]58 號)，我們來自非初級農產品加工的應課稅收入自二零一三年至二零二零年按 15% 的優惠稅率繳稅。

本集團二零一七年年中期期間所得稅抵減為人民幣 25.8 百萬元，二零一六年年中期期間所得稅開支為人民幣 8.8 百萬元，二零一七年年中期期間的所得稅抵減是由於液態奶業務淨虧損及集團未實現內部銷售損益計提遞延所得稅資產所致。

母公司擁有人應佔溢利及非控股權益應佔溢利

非控股權益應佔溢利主要指與我們合作管理養殖場的奶農於我們牧場應享有的本期溢利。二零一七年年中期期間及二零一六年年中期期間，非控股權益應佔溢利分別為人民幣 125.0 百萬元和人民幣 132.5 百萬元。

二零一七年年中期期間，由於受：(1)本集團自有品牌有機液態奶產品銷量下降，同時為支持銷售渠道，本集團適度下調液態奶產品價格；(2)本集團原料奶售價相比上年同期有所下降；(3)歸屬於母公司的生物資產公平值減銷售費用之變動錄得大額虧損；及(4)對貿易應收款項計提資產減值撥備等因素的影響，本集團母公司擁有人應佔溢利為人民幣6.4百萬元，相對於二零一六年年中期期間的人民幣402.3百萬元降幅為98.4%。

中期簡明綜合財務狀況表分析

流動資產

截至二零一七年六月三十日，本集團的流動資產總額為人民幣4,065.1百萬元(截至二零一六年十二月三十一日為人民幣3,665.3百萬元)，其中主要包括存貨人民幣862.2百萬元(截至二零一六年十二月三十一日為人民幣928.8百萬元)，貿易應收款項及應收票據人民幣1,444.8百萬元(截至二零一六年十二月三十一日為人民幣1,108.7百萬元)，預付款項、按金及其他應收款項人民幣442.0百萬元(截至二零一六年十二月三十一日為人民幣393.6百萬元)，以及現金及銀行結餘、可供出售投資及已抵押存款人民幣1,316.1百萬元(截至二零一六年十二月三十一日為人民幣1,234.2百萬元)。

貿易應收款項及應收票據

單位：人民幣千元

	於	
	二零一七年 六月三十日 (未經審核)	二零一六年 十二月三十一日 (經審核)
貿易應收款項及應收票據	1,602,512	1,194,299
減值	(157,746)	(85,512)
合計	<u>1,444,766</u>	<u>1,108,787</u>

本集團貿易應收款項及應收票據較上年有較大增加，主要系本集團為拓展和鞏固有機液態奶市場，結合終端商超的回款情況、競品銷售情況及分銷商的銷售、信用情況給予不同程度的信用額度和信用期限。

本集團根據實際生產經營特點制定了計提資產減值撥備的政策，本集團依據該政策以賬齡作為信用風險特徵確定應收款項組合，採用賬齡分析法對應收賬款和其他應收款計提壞賬準備，同時結合個別應收賬款的可收回性及客戶信譽對資產減值撥備作出估計。二零一七年中期期間，本集團共計提應收賬款減值撥備人民幣72.2百萬元。

預付款項、按金及其他應收款項

截至二零一七年六月三十日及二零一六年十二月三十一日，本集團的預付款項、按金及其他應收款項餘額分別為人民幣442.0百萬元和人民幣393.6百萬元，主要是由於本集團向聖牧草業採購額增加，相應預付帳款金額增大。

流動負債

截至二零一七年六月三十日，本集團的流動負債總額為人民幣2,915.5百萬元(截至二零一六年十二月三十一日為人民幣2,292.3百萬元)，其主要包括貿易應付款項及應付票據人民幣917.1百萬元(截至二零一六年十二月三十一日為人民幣920.6百萬元)、預收款項人民幣33.8百萬元(截至二零一六年十二月三十一日為人民幣13.2百萬元)、其他應付款項及應計費用人民幣328.6百萬元(截至二零一六年十二月三十一日為人民幣438.5百萬元)，計息銀行及其他借款人民幣1,634.4百萬元(截至二零一六年十二月三十一日為人民幣918.4百萬元)，以及應付所得稅項人民幣1.6百萬元(截至二零一六年十二月三十一日為人民幣1.6百萬元)。

非流動負債

於二零一七年六月三十日，本集團的非流動負債總額為人民幣1,808.5百萬元(於二零一六年十二月三十一日為人民幣1,859.9百萬元)，其主要包括計息銀行及其他借款人民幣1,727.0百萬元(於二零一六年十二月三十一日為人民幣1,752.0百萬元)以及長期應付款項人民幣81.5百萬元(於二零一六年十二月三十一日為人民幣107.9百萬元)。

外匯風險

本集團的業務主要位於中國內地、且絕大多數交易以人民幣進行。於二零一七年六月三十日，本集團在經營方面並無重大外匯風險，亦無訂立任何安排以對沖任何外匯波動。

信貸風險

本集團僅與獲認同及信譽良好的第三方進行交易。根據本集團的政策，凡有意以信貸形式交易的客戶，均須通過信貸審查。與本集團其他金融資產有關的信貸風險均來自對方的違約，所面臨的最大風險等於該等工具的賬面值。由於本集團僅與獲認同及信譽良好的第三方進行交易，故一般無須第三方提供任何抵押物。

資產抵押

於二零一七年六月三十日，本集團已抵押存款合共約人民幣82.7百萬元(截至二零一六年十二月三十一日為人民幣66.8百萬元)予中國的銀行作為開具信用證和銀行匯票的保證金。

流動性、財務資源及資本結構

二零一七年上半年，本集團日常營運資金的來源主要為內部經營產生的現金流量和銀行及其他借款。截至二零一七年六月三十日，本集團持有(a)現金及銀行結餘人民幣1,202.4百萬元(於二零一六年十二月三十一日為人民幣1,047.4百萬元)，及(b)

計息銀行及其他借款人民幣3,361.4百萬元(於二零一六年十二月三十一日為人民幣2,670.4百萬元)，其中1,727.0百萬元須於一至五年內償還，其餘計息銀行及其他借款須於一年內償還。截至二零一七年六月三十日，財務槓桿比率(按總債務(銀行借款總額)除以權益總額計算)為51.9%(於二零一六年十二月三十一日為42.1%)。截至二零一七年六月三十日止六個月期間，銀行貸款的年利率為1.55%至6.50%(截至二零一六年六月三十日止六個月期間：4.48%到6.89%)。

資本承擔

於二零一七年六月三十日，本集團的資本承擔為人民幣249.9百萬元(於二零一六年十二月三十一日為人民幣352.6百萬元)，主要為增加液態奶產能而購建廠房及購買機器有關。本集團有充足的內部及財務資源為其資本開支提供資金。

人力資源

於二零一七年六月三十日，本集團共有3,609名員工(於二零一六年六月三十日共有3,788名員工)。二零一七年年中期期間的總員工成本(包括本公司董事及高級管理層酬金)為人民幣138.9百萬元(二零一六年中期期間為人民幣135.9百萬元(剔除以權益結算的購股權開支))。

本集團相信，全體員工努力不懈乃本集團迅速發展及於日後取得成功的極重要因素。本集團為管理人員及僱員提供在職教育、培訓及其他機會以提升其技能及知識。一般而言，本集團根據各僱員的表現、資格、職位及資歷釐定僱員薪酬。本集團已根據國家及地方社會福利法律及法規，為僱員繳納社會保險金和住房公積金。

此外，本集團已批准及採納一項首次公開發售前購股權計劃(「**首次公開發售前購股權計劃**」)及一項購股權計劃(「**購股權計劃**」)。首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃旨在吸引、挽留及激勵本集團董事、高級管理層及僱員以及其他參與者。

或有負債

於二零一七年六月三十日，本集團分別為聖牧草業及富友聖牧的銀行借款提供金額為人民幣280.0百萬元(二零一六年十二月三十一日：人民幣300.0百萬元)及人民幣60.3百萬元(二零一六年十二月三十一日：人民幣51.5百萬元)的擔保。

重大收購及出售事項

二零一七年中期期間，本公司並無進行任何重大收購及出售附屬公司及聯營公司。

重大投資或收購資本資產的未來計劃及預期資金來源

除於上文「資本承擔」所作的披露及在招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節所披露者外，截至本公告日，本集團並無任何重大投資或收購資本資產的計劃。

展望

成為全球領先的有機乳品公司乃本集團的長遠目標。

經過多年的努力，聖牧已成為中國有機奶第一品牌，為了進一步快速擴大有機第一品牌及市場渠道優勢，聖牧集團制定了以下發展策略：

推出戰略性有機奶爵產品系列

該項戰略性新品主要是針對4-20歲的消費群體推出的富含原生態牛轉體的DHA成份的高端有機奶，新品的主要功能是有益成長、有益智力發育。今年十月份，聖牧將推出這項戰略性新產品，經過市場調研，該項戰略新品的產品研發、新品媒體方案及市場推廣方案已逐步形成。新品上市後，聖牧將持續地分階段地通過線上線下的獨立推廣，利用現有渠道、建立商超、門店的獨立堆頭、獨立形象的宣傳體系。計劃經過六至八個月的努力，將該產品發展為本集團帶來新的市場銷售增量的明星產品。

繼續加大有機冷鮮酸奶產品的市場開發力度

目前聖牧有機冷鮮酸奶機的市場投放總量已達一萬台，由聖牧開發的有機冷鮮酸奶機在線添加五種益生菌，更保障了現釀的冷鮮酸奶的高品質和鮮口感。我們相信，經過未來一年的推廣，該項創新產品也將是聖牧有機液態奶產品銷售增量的重點產品。

加快有機嬰兒奶粉項目的建設步伐

位於內蒙古烏蘭布和沙漠的嬰兒配方奶粉項目預計明年第二季度可建成投產。該項目建設方案中將採用世界上最先進的膜過濾分解配方及工藝技術，將更精準地實現嬰兒奶粉配方標準。在嬰兒奶粉項目的建設期間，我們積極地開展市場推廣方案的準備工作，在有機嬰兒配方奶粉投產的同時，我們將與數萬家母嬰店建立合作關係，力爭在半年時間內完成第一階段的市場開發工作，預計嬰兒配方奶粉將於二零一八年開始為本集團創收。

加快與北歐知名企業富友聯合食品有限公司的合作進展

加快本集團與富友聯合食品有限公司合資成立的富友聯合聖牧(主要生產低溫高端有機系列產品)項目建設步伐，該項目預計於二零一八年三月份投產，投產後將有力地提升聖牧有機原料奶的市場份額，並對聖牧奶源的穩定供應銷售發揮積極助力。

加大品牌的宣傳及推廣的投入力度

隨著聖牧產品的市場銷量的提升和市場佔有率的提高，聖牧將適時地啟動品牌推廣戰略，品牌推廣戰略的實施將會更有力地拓展市場渠道，提升產品的市場佔有率，將有力推動聖牧有機奶產業的良性、健康、快速發展。

購買、贖回或出售本公司的上市證券

二零一七年中期期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回任何本公司的股份。

企業管治常規

本公司採用聯交所證券上市規則(「上市規則」)(經不時修訂)附錄十四所載的《企業管治守則》及《企業管治報告》(「守則」)載列的守則條文作為本身規管其企業管治常規的守則。

董事會認為，二零一七年中期期間，除下文所披露守則的守則條文 A.2.1 外，本公司已採納、應用並遵守守則所載的守則條文。

根據企業管治守則條文第 A.2.1 條，董事長與首席執行官的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。二零一七年六月二十九日，董事會宣佈，為提升企業管治，及為了使董事會董事長與本公司首席執行官根據守則條文第 A2.1 條的規定進行職責分離，姚同山先生已提出辭任董事會董事長之職，非執行董事邵根夥先生已獲委任為董事會董事長，並自二零一七年六月二十九日起生效。辭職後，姚同山先生將繼續服務本公司，擔任本公司執行董事及本公司首席執行官。

審核委員會及審閱中期業績

本公司已按照上市規則的規定成立審核委員會(「**審核委員會**」)，並制訂了符合上市規則的書面職權範圍。審核委員會包括葛曉萍女士、李長青先生及王立彥先生，並由葛曉萍女士擔任主席。審核委員會的主要職責為檢討本集團的財務報告程序及內部監控系統，並就本公司獨立核數師的委任、續任及離職，以及有關的薪酬及委任條款向董事會提出建議。

審核委員會已檢討本集團採用之會計準則及慣例，並與管理層討論內部監控及財務報告事宜，包括審閱二零一七年年中期期間的未經審核中期業績。

董事進行證券交易之標準守則

本公司已採納一套有關董事進行證券交易的行為守則，當中所載條款的嚴格程度不遜於上市規則附錄十所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「**標準守則**」)所訂的交易標準守則。經向董事作出具體查詢後，全體董事均已確認彼等在二零一七年年中期期間一直遵守標準守則所載的所訂標準。

股息分派

董事會不建議就二零一七年年中期期間派付任何中期股息(二零一六年年中期期間：無)。

刊發業績公佈及中期報告

本中期業績公佈將刊載於香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.youjimilk.com)。本公司載有上市規則規定的所有資料的二零一七中期報告，將於稍後時間向股東寄發及在上述網站刊載。

承董事會命
中國聖牧有機奶業有限公司
執行董事兼首席執行官
姚同山

香港，二零一七年八月二十九日

於本公告刊發日期，本公司執行董事為姚同山先生、武建鄴先生、高凌鳳女士及崔瑞成先生；本公司非執行董事為溫永平先生、范翔先生、崔桂勇先生、孫謙先生、邵根夥先生及張家旺先生；以及本公司獨立非執行董事為李長青先生、葛曉萍女士、付文革先生、王立彥先生及李軒先生。