

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)

截至二零一七年十二月三十一日止年度的 全年業績公佈

業績摘要	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年 人民幣千元	二零一六年 人民幣千元	變動
銷售收入	2,706,842	3,466,544	(21.9%)
毛利	1,084,368	1,675,411	(35.3%)
生物資產公平值調整前的年內 (虧損)／溢利	(228,834)	972,537	(123.5%)
年內(虧損)／溢利	(824,313)	956,808	(186.2%)
母公司擁有人應佔(虧損)／溢利	(985,789)	680,615	(244.8%)

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」)截至二零一七年十二月三十一日止年度綜合財務業績連同截至二零一六年十二月三十一日止年度的比較數字。

綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至十二月三十一日止年度	
		二零一七年	二零一六年
		人民幣千元	人民幣千元
銷售收入	4	2,706,842	3,466,544
銷售成本		(1,622,474)	(1,791,133)
毛利		1,084,368	1,675,411
生物資產公平值減銷售費用之 變動產生的虧損		(595,479)	(15,729)
其他收入及虧損	4	(732,855)	(87,146)
銷售及分銷開支		(317,400)	(287,949)
行政開支		(102,487)	(141,714)
其他開支	6	(10,595)	(56,233)
融資成本	7	(150,531)	(124,667)
分佔聯營公司溢利及虧損		(6,874)	(16,242)
除稅前(虧損)/溢利	5	(831,853)	945,731
所得稅抵減	8	7,540	11,077
年內(虧損)/溢利		(824,313)	956,808

綜合損益及其他全面收益表(續)

	附註	截至十二月三十一日止年度	
		二零一七年	二零一六年
		人民幣千元	人民幣千元
其他全面收益			
換算國外業務的匯兌差額		<u>3,081</u>	<u>12,158</u>
將於其後期間重新分類至損益的			
其他全面收益淨額		<u>3,081</u>	<u>12,158</u>
年內全面(虧損)/收益總額		<u>(821,232)</u>	<u>968,966</u>
以下各項應佔(虧損)/溢利：			
母公司擁有人		(985,789)	680,615
非控股權益		<u>161,476</u>	<u>276,193</u>
		<u>(824,313)</u>	<u>956,808</u>
以下各項應佔全面(虧損)/收益總額：			
母公司擁有人		(982,708)	692,773
非控股權益		<u>161,476</u>	<u>276,193</u>
		<u>(821,232)</u>	<u>968,966</u>
母公司普通股權益持有人			
應佔每股(虧損)/盈利：	10		
基本		<u>(人民幣0.155元)</u>	<u>人民幣0.107元</u>
攤薄		<u>(人民幣0.155元)</u>	<u>人民幣0.106元</u>

綜合財務狀況表

	附註	於	
		二零一七年	二零一六年
		十二月三十一日	十二月三十一日
		人民幣千元	人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		2,798,328	2,710,368
預付土地租賃款		36,550	37,566
其他無形資產		13,611	14,847
於聯營公司的投資		105,784	112,658
可供出售投資		2,007	1,427
生物資產	11	3,867,389	3,884,257
物業、廠房及設備以及 生物資產的預付款項		6,209	11,963
長期應收款項		14,059	19,684
遞延稅項資產		32,197	24,634
其他非流動資產		39,212	16,565
非流動資產總額		6,915,346	6,833,969
流動資產			
存貨		860,828	928,816
生物資產	11	33,511	—
貿易應收款項及應收票據	12	1,100,006	1,108,787
預付款項、按金及其他應收款項		898,837	393,550
已抵押存款		128,884	66,791
可供出售投資		—	120,000
現金及銀行結餘		582,283	1,047,382
流動資產總額		3,604,349	3,665,326

綜合財務狀況表(續)

	附註	於	
		二零一七年	二零一六年
		十二月三十一日	十二月三十一日
		人民幣千元	人民幣千元
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	13	1,188,964	920,631
預收款項		14,700	13,152
其他應付款項及預提費用		441,718	438,550
計息銀行及其他借款		2,654,046	918,404
應付所得稅項		1,455	1,581
流動負債總額		<u>4,300,883</u>	<u>2,292,318</u>
淨流動(負債)/資產		<u>(696,534)</u>	<u>1,373,008</u>
總資產減流動負債		<u>6,218,812</u>	<u>8,206,977</u>
非流動負債			
計息銀行及其他借款		720,201	1,751,950
長期應付款項		82,829	107,900
非流動負債總額		<u>803,030</u>	<u>1,859,850</u>
淨資產		<u>5,415,782</u>	<u>6,347,127</u>
權益			
母公司擁有人應佔權益			
股本	14	50	50
儲備		4,356,281	5,338,989
		<u>4,356,331</u>	<u>5,339,039</u>
非控股權益		<u>1,059,451</u>	<u>1,008,088</u>
權益總額		<u>5,415,782</u>	<u>6,347,127</u>

綜合現金流量表

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一七年	二零一六年
	人民幣千元	人民幣千元
經營活動(所用)／所得現金流量淨額	(113,158)	942,225
投資活動所用現金流量淨額	(947,725)	(1,233,968)
融資活動所得／(所用)現金流量淨額	453,788	(191,498)
現金及現金等價物減少淨額	(607,095)	(483,241)
年初現金及現金等價物	932,382	1,411,499
匯率變動的影響淨額	(27,615)	4,124
年末現金及現金等價物	297,672	932,382

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。於本年度，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

該等財務報表乃根據國際會計準則委員會(「國際會計準則委員會」)頒佈的國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)(包括所有國際財務報告準則、國際會計準則(「國際會計準則」)及詮釋)及香港公司條例的披露規定編製。該等財務報表乃根據歷史成本慣例編製，惟特定生物資產及農產品按公平值減銷售費用計量。除另有指明外，該等財務報表以人民幣(「人民幣」)列示，而所有數值已約整至最接近的千位數。

綜合基準

綜合財務報表包括本公司及其附屬公司截至二零一七年十二月三十一日止年度的財務報表。

附屬公司的財務報表乃採用貫徹一致的會計政策就與本公司相同的報告期而編製。附屬公司的業績由本集團取得控制權之日起綜合計算，並繼續綜合計算至該控制權終止之日。

2. 編製基準及本集團會計政策的變動(續)

持續經營基準

於二零一七年十二月三十一日，本集團淨流動負債為人民幣696,534,000元(二零一六年：淨流動資產為人民幣1,373,008,000元)。鑒於淨流動負債狀況，董事(「董事」)會(「董事會」)充分考慮了本集團未來的流動性、經營業績和財務資源，以評估本集團是否有充足的財務資源持續經營。

考慮到於二零一七年十二月三十一日可獲得的未動用銀行授信額度人民幣1,764,404,000元、超短期融資券之未動用信貸額度人民幣1,300,000,000元及中期融資券之未動用信貸額度人民幣300,000,000元以及截至二零一八年十二月三十一日止年度的現金流量預測，董事認為，於可見將來，本集團將可全面履行其到期財務責任。為減輕本集團可能面對的任何流動資金問題，本集團可能按可動用的足夠資金縮減或延遲其擴展計劃。因此，董事已按持續經營基準編製綜合財務報表。

倘本集團無法以持續經營基準繼續經營業務，則須作出調整，將資產價值重列為可收回款項，為可能產生的任何其他負債提供撥備，並將非流動資產重新分類為流動資產。財務報表並不包括任何本集團無法以持續經營基準繼續經營業務所致的調整。

會計政策及披露的變動

本集團已就本年度的財務報表首次採納下列經修訂國際財務報告準則。

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 (列入二零一四年至二零一六年 週期的年度改進)	披露於其他實體的權益： 澄清國際財務報告準則第12號的範圍

2. 編製基準及本集團會計政策的變動(續)

會計政策及披露的變動(續)

上述國際財務報告準則的修訂的性質及影響如下文所述：

- (a) 國際會計準則第7號的修訂規定實體提供披露事項以使財務報表使用者可評估因融資活動而產生的負債變動，包括現金流量產生的變動及非現金變動。該等修訂對本集團的財務狀況及表現並無重大影響。
- (b) 國際會計準則第12號的修訂澄清實體於評估是否有應課稅溢利可用作抵扣可扣減暫時差異時，需要考慮稅務法例是否對於可扣減暫時差異轉回時可用作抵扣的應課稅溢利的來源有所限制。此外，該等修訂就實體應如何釐定未來應課稅溢利提供指引，並解釋應課稅溢利可包括收回超過賬面值的部分資產的情況。該等修訂對本集團的財務狀況及表現並無任何影響。
- (c) 國際財務報告準則第12號的修訂澄清國際財務報告準則第12號的披露規定(國際財務報告準則第12號第B10至B16段之披露規定除外)適用於實體於附屬公司、合營公司或聯營公司的權益，或其於分類為持作出售或列於分類為持作出售的出售組別的合營公司或聯營公司的權益。由於本集團於二零一七年十二月三十一日並無分類為持作出售的出售組別的附屬公司，因此，該等修訂對本集團的財務報表並無影響，故無需披露額外資料。

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；及
- (b) 液態奶產品－生產及分銷自有品牌超高溫滅菌液態奶、有機酸奶及其他乳製品。

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（即年內經調整的溢利／虧損的計量）而評估。年內經調整的溢利／虧損的計量與本集團的除稅後溢利／虧損一致，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進行比較。

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。

截至二零一七年十二月三十一日止年度	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	1,279,190	1,427,652	2,706,842
分部間銷售	1,223,040	11,520	1,234,560
	2,502,230	1,439,172	3,941,402
調節項：			
分部間銷售對銷			(1,234,560)
銷售收入			2,706,842
分部業績	847,088	(1,047,798)	(200,710)
調節項：			
分部間業績對銷			13,737
生物資產公平值減銷售費用之變動 產生的虧損			(595,479)
公司及其他未分配開支			(41,861)
年內虧損			(824,313)
於二零一七年十二月三十一日			
分部資產	9,993,243	2,437,525	12,430,768
調節項：			
分部間應收款項對銷			(2,212,939)
公司及其他未分配資產			301,866
總資產			10,519,695
分部負債	4,250,247	2,741,230	6,991,477
調節項：			
分部間應付款項對銷			(2,212,939)
公司及其他未分配負債			325,375
總負債			5,103,913

3. 經營分部資料(續)

截至二零一六年十二月三十一日止年度	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	1,360,401	2,106,143	3,466,544
分部間銷售	1,302,553	—	1,302,553
	2,662,954	2,106,143	4,769,097
<i>調節項：</i>			
分部間銷售對銷			(1,302,553)
銷售收入			<u>3,466,544</u>
分部業績	1,018,835	(5,145)	1,013,690
<i>調節項：</i>			
分部間業績對銷			(25,995)
生物資產公平值減銷售費用之變動 產生的虧損			(15,729)
公司及其他未分配開支			<u>(15,158)</u>
年內溢利			<u>956,808</u>
於二零一六年十二月三十一日			
分部資產	9,098,425	2,189,724	11,288,149
<i>調節項：</i>			
分部間應收款項對銷			(919,698)
公司及其他未分配資產			<u>130,844</u>
總資產			<u>10,499,295</u>
分部負債	3,488,046	1,512,368	5,000,414
<i>調節項：</i>			
分部間應付款項對銷			(919,698)
公司及其他未分配負債			<u>71,452</u>
總負債			<u>4,152,168</u>

4. 銷售收入、其他收入及虧損

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、其他收入及虧損的分析如下：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一七年	二零一六年
	人民幣千元	人民幣千元
銷售收入		
— 原料奶銷售	1,279,190	1,360,401
— 液態奶產品銷售	1,427,652	2,106,143
	<u>2,706,842</u>	<u>3,466,544</u>
其他收入及虧損		
— 政府補貼	312	7,924
— 銀行利息收入	8,739	3,953
— 外匯差異淨額	(27,967)	(4,662)
— 出售物業、廠房及設備項目的虧損	(2,402)	(14,677)
— 貿易應收款項減值	(656,054)	(86,310)
— 奶粉減值	(17,283)	—
— 其他	(38,200)	6,626
	<u>(732,855)</u>	<u>(87,146)</u>
	<u>1,973,987</u>	<u>3,379,398</u>

5. 除稅前(虧損)/溢利

本集團的除稅前(虧損)/溢利於扣除/(計入)以下各項後得出：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一七年	二零一六年
	人民幣千元	人民幣千元
已售存貨成本	1,622,474	1,791,133
生物資產公平值減銷售費用之變動產生的虧損	595,479	15,729
物業、廠房及設備項目折舊	187,250	146,783
預付土地租賃款項攤銷	2,251	266
其他無形資產攤銷	1,395	1,434
研發成本	11,639	11,662
經營租賃項下的最低租賃付款	1,200	1,200
核數師薪酬	3,090	2,700
僱員福利開支(包括董事及最高行政人員的薪酬)：		
工資、薪金、花紅及津貼	248,363	241,272
其他社會保險及福利	22,855	27,411
退休金計劃供款	14,666	11,506
以權益結算的購股權開支	—	45,151
	285,884	325,340

6. 其他開支

本集團於二零一七年度共發生捐贈支出人民幣10,595,000元(二零一六年：人民幣56,233,000元)。

7. 融資成本

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一七年	二零一六年
	人民幣千元	人民幣千元
銀行貸款利息	64,749	61,373
短期融資券利息	14,300	5,730
公司債券利息	77,052	64,299
長期應付款利息	5,040	6,157
減：資本化的利息	(10,610)	(12,892)
	<u>150,531</u>	<u>124,667</u>

8. 所得稅抵減

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一七年	二零一六年
	人民幣千元	人民幣千元
即期－中國	24	12,481
遞延	(7,564)	(23,558)
	<u>(7,540)</u>	<u>(11,077)</u>

9. 股息

董事並不建議就截至二零一七年十二月三十一日止年度派付股息(二零一六年：無)。

10 母公司普通股權益持有人應佔每股(虧損)/盈利

每股基本(虧損)/盈利乃按基於本公司普通股權益持有人應佔年內(虧損)/盈利除以於年內已發行普通股的加權平均股數6,354,400,000股(二零一六年：6,354,400,000股)計算。

每股攤薄(虧損)/盈利乃按母公司普通股權益持有人應佔年內(虧損)/盈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。

二零一七年度，本集團概無已發行具攤薄效果的或然普通股(二零一六年：57,439,740股)。

	股份數目	
	截至十二月三十一日止年度	
	二零一七年	二零一六年
於計算每股基本(虧損)/盈利時所用的年內已發行普通股		
加權平均數	6,354,400,000	6,354,400,000
購股權的攤薄影響	—	57,439,740
於計算每股攤薄(虧損)/盈利時所用的年內已發行普通股		
加權平均數	<u>6,354,400,000</u>	<u>6,411,839,740</u>

11 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及飼養作銷售用途的肉牛。

(A) 生物資產數量

本集團於二零一七年十二月三十一日及二零一六年十二月三十一日擁有的生物資產數量顯示如下。本集團的生物資產包括育成牛及犏牛、成母牛及肉牛。育成牛及犏牛為未產過犏牛的奶牛。本集團飼養肉牛作銷售用途。

11 生物資產(續)

(A) 生物資產數量(續)

	於	
	二零一七年 十二月三十一日	二零一六年 十二月三十一日
	頭	頭
奶牛		
育成牛及犏牛	51,383	59,442
成母牛	72,959	69,887
肉牛	7,675	—
生物資產總數量	<u>132,017</u>	<u>129,329</u>

(B) 生物資產價值

於二零一七年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 十二月三十一日	二零一六年 十二月三十一日
	人民幣千元	人民幣千元
奶牛		
育成牛及犏牛	1,146,523	1,252,248
成母牛	2,720,866	2,632,009
肉牛	33,511	—
生物資產總價值	<u>3,900,900</u>	<u>3,884,257</u>

本集團在中國的生物資產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。

12. 貿易應收款項及應收票據

	於	
	二零一七年 十二月三十一日	二零一六年 十二月三十一日
	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	1,840,492	1,194,299
減值	(740,486)	(85,512)
	<u>1,100,006</u>	<u>1,108,787</u>

本集團一般給予客戶一定信用額度或提供信用期(可於若干情況下調整)。本集團密切監控逾期結餘。鑑於上文所述及本集團的貿易應收款項與眾多客戶相關，故並無任何重大信貸集中風險。本集團並無就其貿易應收款項持有任何抵押品或作出其他信用升級。該貿易應收款項及應收票據並無計息。

於報告期末經扣除撥備的貿易應收款項及應收票據按發票日期的賬齡分析如下：

	於	
	二零一七年 十二月三十一日	二零一六年 十二月三十一日
	人民幣千元	人民幣千元
3個月內	550,907	484,116
4至6個月	269,445	331,798
7至12個月	272,596	268,863
超過1年	7,058	24,010
	<u>1,100,006</u>	<u>1,108,787</u>

13 貿易應付款項及應付票據

本集團貿易應付款項按發票日期的賬齡分析如下：

	於	
	二零一七年 十二月三十一日	二零一六年 十二月三十一日
	人民幣千元	人民幣千元
1至3個月	967,986	895,338
4至6個月	138,930	14,790
7至12個月	69,365	5,120
1至2年	12,255	3,297
2至3年	351	2,086
3年以上	77	—
	<u>1,188,964</u>	<u>920,631</u>

14 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。截至二零一七年十二月三十一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。

於二零一七年十二月三十一日及二零一六年十二月三十一日，本公司的股本為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

隨著人們收入和生活水平的日益提高，消費者對於食品的健康、安全、營養等方面提出了更高要求。環境污染日趨嚴重，重大疾病發病率不斷攀升，消費者對食品安全日益重視。相比發達國家，國內有機食品市場佔有率較低，行業潛力十足，發展空間巨大。

我國乳製品行業發展起步較晚，目前還處於快速發展階段，近年來我國人均收入水平的提高為乳製品行業的消費升級奠定了基礎，人們關於乳製品的消費習慣也逐步走向成熟，我國未來幾年乳製品整體的消費量將保持上升的態勢。

2017年的中央一號文件明確要引導國內公司爭取世界有機農產品認證，加速提高國內綠色、有機農產品認證的權威性和影響力。隨著營養型、健康型食品越來越受歡迎，有機食品必將成為行業中的朝陽產業。

2017年1月9日，農業部、國家發改委、工信部、商務部、國家食品藥品監督管理總局五部委聯合印發《全國奶業發展規劃(2016-2020年)》(「**奶業十三五規劃**」)。規劃明確提出，加快轉變奶業生產方式，提升奶業一體化水平，到2020年，奶業現代化建設取得明顯進展，奶業整體進入世界先進行列。

農業部副部長於康震表示，要充分發揮政府、協會和企業等多方力量，積極應對並合力解決。一要「種好草」，增加奶牛優質飼草供應能力；二要「養好牛」，提高奶牛標準化規模養殖水平；三要「產好奶」，提升乳品質量安全水平；四要「促融合」，提高奶業一體化發展水平；五要「強宣傳」，提升中國奶業影響力。

中國奶業正在經歷從傳統產業到現代產業、由弱勢產業向高效產業全面轉型發展的特殊時期，站在轉型升級的拐點，在消費升級的背景下，掌握消費者的需求趨勢，提供高價值消費體驗，實施產業鏈深度佈局，擁有產品的差異化能力與實力，中國奶業必將在消費升級的大浪潮中獲得信任，開拓更廣闊的空間。

業務回顧

以截至二零一七年十二月三十一日止年度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百分之百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；是中國唯一一家具有規模的沙漠全程有機產業體系的乳品公司。聖牧從奶源地的選擇開始，創造了從草業到牧業，再到工廠，最終到市場的全程有機產業模式，創造了世界第一個全封閉沙漠有機奶循環產業鏈，有機環境、有機種植、有機養殖、有機加工、有機市場等五個環節全程可控，形成聖牧所獨有的封閉循環的有機生態圈！

面對乳品市場激烈的競爭格局，本集團提出「提升品牌、穩定價格、深耕渠道、創新發展」的發展策略，在大力發展新興渠道建設的同時，進一步聚焦重點市場，實現有效經營。2017年集團實現銷售收入達人民幣2,706.8百萬元，實現毛利達人民幣1,084.4百萬元，其中自有品牌全程有機液態奶銷售收入達人民幣1,400.3百萬元，其佔集團總銷收入的比重達到51.8%。

二零一七年集團堅定貫徹落實新的戰略方針，使「聖牧」品牌在消費者心中樹立起較高的品牌形象，市場知名度及口碑，為集團接下來「決戰18」打下了良好的基礎，聖牧人對未來發展前景充滿信心。

穩定價格，深耕渠道，探索新的營銷方式，打造高端品牌形象

二零一七年，中國聖牧面對激烈的市場競爭，進一步明確了市場定位，堅持高檔、高端、高價值的產品策略。積極優化產品結構，提升終端產品價格，維護品牌形象。

渠道建設上，集團繼續大力扶持經銷商、分銷商。全國市場執行現代商超(A類店)通路計劃，截至二零一七年底，入駐現代商超約四千三百家，在大潤發、歐尚等大型連鎖超市均有聖牧有機液態奶產品覆蓋。另一方面，渠道實施藍海戰略，建立起十二萬家超級社區店網點。進一步對超級社區店實施分級細化管理，實行B、C類店分級策略，依託超級社區店，拉近消費者的距離，貼近老百姓的生活。

在電子商務領域，二零一七年實現百分百的增長，取得了長足的發展。緊隨電商新型渠道的發展趨勢，聖牧有機奶在電商渠道銷售比重穩步上升，與同行相比，目前處於領先地位。二零一七年七月，中國聖牧與蘇寧雲商集團股份有限公司簽署戰略合作協議，聖牧正式加入蘇寧818全民購物狂歡盛宴。聖牧在年內為蘇寧建立專屬牧場，出產的乳製品專供蘇寧會員，蘇寧也成為首家擁有專屬牧場的電商平台。此外，中國聖牧和蘇寧還將在營銷資源、品牌互動、多樣化合作等方面展開深入合作。雙方還將在公益方面有所作為，結合蘇寧「11陽光行」，計劃開展購買聖牧產品為治理沙漠植綠眾籌的活動。中國聖牧與蘇寧的合作升級，致力於滿足消費者的需求，打造服務國人的健康良心有機奶。

二零一七年中國聖牧與新興電商雲集微店開展合作，取得了飛躍式的成果。雲集微店作為國內最大的社交營銷龍頭企業，聖牧充分利用它的平台與客戶進行多元化營銷互動，邀請網紅店主前往產業鏈基地實地參觀，讓聖牧品牌突破傳統渠道，在消費者心中留下深刻的印象。2017年通過雲集微店實現約一億元的銷售額。

在特通業務上，二零一七年中國聖牧與中石化加油站易捷店開展合作，在年內亦取得了優異的成績。開展多種形式的推廣宣傳活動，吸引了超過200萬粉絲的關注和參與。高頻的宣傳推廣，增加了消費者的複購次數，有力帶動了銷量。

打造「產業」治沙的綠色 GDP 模式，利國利民，獲得國內外專業人士的認可

聖牧經過多年的不懈奮鬥，在烏蘭布和沙漠腹地建成了封閉循環的有機生態圈，為沙漠治理提供了新樣本，開創了新模式。在烏蘭布和沙漠裡先後種植沙生樹木幾千萬棵，改造沙漠面積四十餘萬畝。未來，本集團擬透過行業發展防治土地沙化，以將 1,000 平方公里的沙漠變成綠洲，同時打造全球頂級有機乳品品牌，堅持沙漠治理和產業發展相輔相成的模式。

二零一七年，聖牧加大了組織【聖牧沙漠有機之旅】專項大型活動的力度，接待人數於二零一六年相比增加了近一倍。讓全國各地眾多的消費者親臨烏蘭布和沙漠，參觀有機牧場基地，瞭解聖牧產品的品質，提高聖牧品牌美譽度以及知名度，親身體驗有機產業治沙模式。

聖牧全程有機液態奶深得廣大消費者及社會各界的認同和喜愛。於二零一七年五月舉辦的中國國際有機食品博覽會上，聖牧第七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，於二零一七年八月，在第十八屆中國綠色食品博覽會上，聖牧全程有機奶以其「零污染」、「零添加」、「完全天然」榮獲博覽會金獎。

「有機」牧場，持續發展，做沙漠裡的好牛奶

好牛奶是種出來的，聖牧從源頭做起，創造了從種草、養牛、乳品加工，最終到消費者餐桌的全程有機產業模式。

牧業業務

打造安全的奶源基地，有機牧場是核心環節。烏蘭布和沙漠是天然的疫病隔離區，沙漠沙床是奶牛舒適的「席夢思」，充裕的陽光為奶牛的鈣質合成提供了保障，自由的沙浴使奶牛皮毛潤澤光亮，明沙可預防乳房炎，高舒適度可使奶牛帶來健康的牛奶品質。

聖牧的二十三座有機牧場，牛均佔地六十平方米，標準化的營養配方管理體系及專業的保健體系，加之特有的環境體系，使奶牛享受著高規格的福利。憑藉先進的設備和標準化的擠奶工藝，生產出營養指標和衛生指標都居於行業領先水平的優質原料奶。另一方面，公司有完善的質量的追溯體系，每一頭奶牛都有識別自己身份的耳號，確保做到全程可追溯。

牧群規模和產量

截至二零一七年十二月三十一日，本集團有二十三個運營有機牧場，十二個運營非有機牧場。本集團的有機奶牛及非有機奶牛的牧群規模由二零一六年十二月三十一日的94,815頭及34,514頭變動至二零一七年十二月三十一日的95,181頭及29,161頭。

	二零一七年					二零一六年				
	牧場 數量	犏牛及 育成牛	成母牛	肉牛	小計	牧場 數量	犏牛及 育成牛	成母牛	肉牛	小計
有機	23	41,247	53,934	6,944	102,125	23	45,534	49,281	—	94,815
非有機	12	10,136	19,025	731	29,892	12	13,908	20,606	—	34,514
合計	35	51,383	72,959	7,675	132,017	35	59,442	69,887	—	129,329

於二零一七年度，本集團生產452,857噸有機原料奶和156,328噸優質非有機原料奶，二零一六年度則生產421,023噸有機原料奶和177,356噸優質非有機原料奶。

有機飼料種植

飼料是有機奶牛養殖的重要源頭，根據與我們訂立的長期戰略合作協議，聖牧草業持續向我們供應有機飼料。聖牧草業目前擁有約二十餘萬畝已開發的草場，有機養殖產生充足的有機糞肥，成熟的有機標準化種植管理模式，為沙漠種植紫花苜蓿、玉米創造得天獨厚的便利。

苜蓿等豆科牧草可促進物質的有效循環，玉米豐富的地下生物量可增加土壤有機質，避免土壤板結，豐富的地下根系可固定表層土壤，避免耕層土壤流失，增加土壤保水保肥性能，形成持續可發展的綠色生態循環。優質的有機飼料在牧場奶牛養殖環節起到關鍵作用，提升了乳品品質。

液態奶業務

聖牧用於生產自有品牌全程有機液態奶產品的所有原料奶均來自聖牧自有的有機牧場，投入鉅資建設了世界領先的瑞典A3無菌灌裝設備，同時引進全球最先進的利樂生產體系，遵循有機奶的加工流程，無色素、防腐劑等化學添加劑，天然健康；一包一碼，每包產品都印有國家認監委授予的有機追溯碼。

中國聖牧有機奶完整體系的建設也標誌著我國乳業產業技術能力的進步，有效推動我國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，開闢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，讓乳品業真正實現可持續發展。

本集團於年內共運行十六條液態奶生產線，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達到151,070噸，二零一六年則為197,276噸。

財務回顧

二零一七年度，本集團的銷售收入由二零一六年度的人民幣3,466.5百萬元下降21.9%至人民幣2,706.8百萬元，集團毛利由二零一六年度的人民幣1,675.4百萬元下降35.3%至二零一七年度的人人民幣1,084.4百萬元，母公司擁有人應佔(虧損)/溢利由二零一六年度的母公司擁有人應佔溢利人民幣680.6百萬元下降244.8%至二零一七年度度的母公司擁有人應佔虧損人民幣985.8百萬元。

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

截至十二月三十一日止年度	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 收入佔總 銷售收入	分部 銷售收入	分部 間銷售	外部 銷售收入	外部銷售 收入佔總 銷售收入	總銷售 收入
				的百分比				的百分比	
二零一七年	2,502,230	1,223,040	1,279,190	47.3%	1,439,172	11,520	1,427,652	52.7%	2,706,842
二零一六年	2,662,954	1,302,553	1,360,401	39.2%	2,106,143	—	2,106,143	60.8%	3,466,544

(1) 指售予我們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。二零一七年度，本集團自有品牌有機液態奶產品銷量下降約21.7%，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度銷售收入為人民幣1,400.3百萬元，相對二零一六年度下降約31.8%，另一方面受市場競爭的影響，二零一七年度集團原料奶的銷售價格較上年降幅較大，此因素亦為導致集團銷售收入相對於二零一六年度下降的另一主要原因。

奶牛養殖業務

	截至十二月三十一日止年度							
	二零一七年				二零一六年			
	銷售收入 (人民幣千元)	銷量(噸)	平均售價 (人民幣 元/噸)	收入佔奶牛 養殖分部 收入的比重	銷售收入 (人民幣千元)	銷量(噸)	平均售價 (人民幣 元/噸)	收入佔奶牛 養殖分部 收入的比重
有機原料奶								
外部銷售	815,492	211,027	3,864	32.6%	784,631	166,986	4,699	29.5%
分部間銷售 ⁽¹⁾	1,167,334	222,755	5,240	46.6%	1,222,020	228,761	5,342	45.9%
小計	1,982,826	433,782	4,571	79.2%	2,006,651	395,747	5,071	75.4%
優質非有機原料奶								
外部銷售	463,698	137,412	3,375	18.6%	575,770	156,455	3,680	21.6%
分部間銷售 ⁽²⁾	55,706	14,736	3,780	2.2%	80,533	18,765	4,292	3.0%
小計	519,404	152,148	3,414	20.8%	656,303	175,220	3,746	24.6%
奶牛養殖分部	<u>2,502,230</u>	<u>585,930</u>	<u>4,271</u>	<u>100.0%</u>	<u>2,662,954</u>	<u>570,967</u>	<u>4,664</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。

二零一七年度，本集團原料奶總銷售量相對二零一六年度略有上升，但受國內乳品行業狀況影響，二零一七年度原料奶售價相對二零一六年度降幅較大，因此，奶牛養殖分部的銷售收入由二零一六年度的人民幣2,663.0百萬元下降至二零一七年度的人人民幣2,502.2百萬元。在有機原料奶的總銷售量中，內部供應給有機液態奶加工廠的銷量佔比仍保持較高水平，使本集團在乳品行業持續「寒冬」的現狀中仍能通過「沙漠全程有機產業鏈」的自有品牌液態奶產品市場的開發、建設和鞏固來拉動奶牛養殖業務的持續發展。

液態奶業務

二零一七年度，受市場終端價格提升影響，市場銷量降幅較大，本集團液態奶業務的銷售收入從二零一六年度的人民幣2,106.1百萬元降低至人民幣1,427.7百萬元，降幅達32.2%；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52.7%。此外，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度達81.9%。

有機液態奶業務

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一六年	降幅
銷售收入(人民幣千元)	1,400,277	2,054,292	(31.8%)
銷售量(噸)	145,949	186,393	(21.7%)
平均售價(人民幣元/噸)	9,594	11,021	(12.9%)

有機／非有機業務銷售收入及佔比情況

單位：人民幣千元，百分比除外

	截至十二月三十一日止年度			
	二零一七年		二零一六年	
	金額	佔比	金額	佔比
有機產品				
有機液態奶	1,400,277	51.8%	2,054,292	59.3%
有機原料奶	815,492	30.1%	784,631	22.6%
有機產品小計	2,215,769	81.9%	2,838,923	81.9%
非有機產品				
優質非有機原料奶	463,698	17.1%	575,770	16.6%
高端非有機液態奶	27,375	1.0%	51,851	1.5%
非有機產品小計	491,073	18.1%	627,621	18.1%
合計	2,706,842	100.0%	3,466,544	100.0%

銷售成本、毛利及毛利率

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一七年			二零一六年		
	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
	(人民幣千元，百分比除外)					
奶牛養殖業務						
有機原料奶						
抵銷前	1,056,926	925,900	46.7%	965,276	1,041,375	51.9%
抵銷後 ⁽¹⁾	513,155	302,337	37.1%	407,299	377,332	48.1%
優質非有機原料奶						
抵銷前	375,463	143,941	27.7%	434,862	221,441	33.7%
抵銷後 ⁽³⁾	338,055	125,643	27.1%	388,292	187,478	32.6%
奶牛養殖業務小計						
抵銷前	1,432,389	1,069,841	42.8%	1,400,138	1,262,816	47.4%
抵銷後	851,210	427,980	33.5%	795,591	564,810	41.5%
液態奶業務						
有機液態奶業務						
抵銷前	1,287,657	124,140	8.8%	1,615,850	438,442	21.3%
抵銷後 ⁽²⁾	748,783	651,494	46.5%	969,298	1,084,994	52.8%
高端非有機液態奶業務						
抵銷前	27,552	(177)	(0.6%)	51,702	149	0.3%
抵銷後 ⁽³⁾	22,481	4,894	17.9%	26,244	25,607	49.4%
液態奶業務小計						
抵銷前	1,315,209	123,963	8.6%	1,667,552	438,591	20.8%
抵銷後	771,264	656,388	46.0%	995,542	1,110,601	52.7%
合計	1,622,474	1,084,368	40.1%	1,791,133	1,675,411	48.3%

- (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度的人民幣1,791.1百萬元減少至二零一七年度的人民幣1,622.5百萬元，毛利自二零一六年度的人民幣1,675.4百萬元減少至二零一七年度的人民幣1,084.4百萬元，毛利率由二零一六年度的48.3%下降至二零一七年度的40.1%。

集團銷售成本二零一七年度較二零一六年度降幅為9.4%，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度較二零一六年度降幅為35.3%，集團銷售毛利的降幅高於集團銷售收入的降幅，主要原因為(1)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。二零一七年度，本集團自有品牌有機液態奶產品銷量降幅較大；(2)二零一七年度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；以及(3)二零一七年有機液態奶產品的產量較二零一六年降幅較大，導致有機液態奶單位成本較高於二零一六年。

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降幅較大，但有機業務毛利率仍維持較高水平。

其他收入及虧損

本集團其他收入及虧損由二零一六年度的人民幣87.1百萬元增加至二零一七年度的人民幣732.9百萬元，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

本集團的銷售及分銷開支主要包括物流運輸費、倉儲費和相關員工薪酬等。於二零一七年度及二零一六年度，本集團的銷售和分銷開支分別為人民幣317.4百萬元及人民幣287.9百萬元，銷售及分銷開支佔銷售收入的比重分別為11.7%和8.3%。銷售及分銷開支佔銷售收入的比重較上年增幅較大，主要原因是二零一七年銷售收入相對於二零一六年下降較多，以及為踐行市場策略，本集團加大對經銷商分銷商的促銷開支扶持力度。

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。於二零一七年度和二零一六年度，本集團行政開支分別為人民幣102.5百萬元和人民幣141.7百萬元，其佔銷售收入的比重分別為3.8%和4.1%。二零一七年度行政開支佔銷售收入的比重較二零一六年度有所下降，主要原因是二零一六年的行政開支中包含的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，於二零一七年度和二零一六年度，本集團行政開支佔銷售收入的比重分別為3.8%和2.8%，行政開支佔銷售收入的比例有所上升，主要是由於二零一七年銷售收入相對於二零一六年下降較多所致。

生物資產公平值減銷售費用之變動產生的虧損

生物資產公平值減銷售費用之變動產生的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，故於育成牛成長為成母牛時，其價值便會增加。此外，成母牛被淘汰及出售時，其價值便會減少。

於二零一七年度及二零一六年度，本集團分別錄得生物資產公平值減銷售費用之變動產生的虧損為人民幣595.5百萬元及人民幣15.7百萬元。本集團二零一七年度生物資產公平值減銷售費用之變動產生的虧損相對二零一六年度增幅極大，主要是本集團受(1)應對原料奶的市場需求疲軟而控制本集團奶牛數量，以及(2)原料奶價格下降等因素的影響所致。

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及內蒙古聖牧低溫乳品有限公司。二零一七年度及二零一六年度，本集團分佔聯營公司虧損分別為人民幣6.9百萬元和人民幣16.2百萬元。

所得稅抵減

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。

本集團二零一七年度和二零一六年度的所得稅抵減分別為人民幣7.5百萬元和11.1百萬元。本集團二零一七年的所得稅抵減主要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(虧損)/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本集團合作管理牧場的奶農於本集團牧場持有的非控股權益應享有的溢利。於二零一七年度，母公司擁有人應佔虧損為人民幣985.8百萬元，於二零一六年度，母公司擁有人應佔溢利為人民幣680.6百萬元，非控股權益應佔溢利於二零一七年度和二零一六年度分別為人民幣161.5百萬元及人民幣276.2百萬元。

二零一七年度母公司擁有人應佔(虧損)溢利相對於二零一六年度降低極大且為較大額虧損，主要原因為(1)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，同時基於謹慎原則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，二零一七年度本集團計提應收賬款減值撥備達人民幣657.3百萬元；(2)本集團由於受①應對原料奶的市場需求疲軟而控制本集團奶牛數量，②原料奶價格下降等因素的影響，生物資產公平值減銷售費用之變動錄得較大虧損，二零一七年度本集團生物資產公平值減銷售費用之變動錄得虧損達人民幣595.5百萬元；以及(3)受國內乳品市場競爭激烈的影響，自有品牌液態奶產品的銷量和售價相對於上年均降幅較大，同時，原料奶的平均價格相對上年降幅亦較大。

綜合財務狀況表分析

流動資產

於二零一七年十二月三十一日，本集團的流動資產總額為人民幣3,604.3百萬元(於二零一六年十二月三十一日為人民幣3,665.3百萬元)，其主要包括存貨人民幣860.8百萬元(於二零一六年十二月三十一日為人民幣928.8百萬元)、生物資產人民幣33.5百萬元、貿易應收款項及應收票據人民幣1,100.0百萬元(於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898.8百萬元(於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、銀行結餘、可供出售投資及已抵押存款人民幣711.2百萬元(於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，百分比除外

	於	
	二零一七年 十二月三十一日	二零一六年 十二月三十一日
貿易應收款項及應收票據	1,840,492	1,194,299
減值	(740,486)	(85,512)
合計	<u>1,100,006</u>	<u>1,108,787</u>

賬齡	於			
	二零一七年 十二月三十一日		二零一六年 十二月三十一日	
	金額	佔比	金額	佔比
6個月以內	820,352	74.6%	815,914	73.6%
7至12個月	272,596	24.8%	268,863	24.2%
1年以上	7,058	0.6%	24,010	2.2%
合計	<u>1,100,006</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,108,787</u>	<u>100.0%</u>

本集團貿易應收款項及應收票據原值較上年有較大增加，主要系本集團結合終端商超的回款週期，及為拓展和鞏固有機液態奶市場，加大對自有品牌液態奶產品銷售支持所致。

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。二零一七年度，本集團共計提應收賬款減值撥備人民幣657.3百萬元。

流動負債

於二零一七年十二月三十一日，本集團的流動負債總額為人民幣4,300.9百萬元(於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1,189.0百萬元(於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14.7百萬元(於二零一六年十二月三十一日為人民幣13.2百萬元)、其他應付款項及預提費用人民幣441.7百萬元(於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2,654.0百萬元(於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1.5百萬元(於二零一六年十二月三十一日為人民幣1.6百萬元)。於二零一七年十二月三十一日本集團流動負債相對二零一六年十二月三十一日增幅較大，主要原因是公司債的債權人可於第三年末(即二零一八年末)前行權二零一五年度本集團發行的金額為人民幣1,000.0百萬元的含權公司債，因此將該公司債列示為一年內到期的非流動負債，同時，本集團於二零一七年發行人民幣400.0百萬元的超短期融資券。

非流動負債

於二零一七年十二月三十一日，本集團的非流動負債總額為人民幣803.0百萬元(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720.2百萬元(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82.8百萬元(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、且絕大部分交易以人民幣進行。於二零一七年十二月三十一日，除了約人民幣322.9百萬元的計息銀行借款以歐元為貨幣單位、約人民幣5.4百萬元、人民幣174.9百萬元和人民幣4.5百萬元的銀行結餘分別以港幣、美元和歐元為貨幣單位外，本集團在經營方面並無重大的外匯風險。於二零一七年度，本集團並無訂立任何安排以對沖任何外幣波動。

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。鑒於本集團的貿易應收款項與眾多客戶相關，故並無任何重大信貸集中風險。由於本集團僅與獲認同及信譽良好的第三方進行交易，故毋須第三方提供任何抵押物。

資產抵押

於二零一七年十二月三十一日，本集團已抵押存款約人民幣128.9百萬元(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及銀行匯票的保證金。

流動性、財務資源及資本結構

二零一七年度，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。於二零一七年十二月三十一日，本集團持有(a)現金及銀行結餘人民幣582.3百萬元(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3,374.2百萬元(於二零一六年十二月三十一日為人民幣2,670.4百萬元)，其中人民幣656.7百萬元須於一至五年內償還，人民幣63.5百萬元須於五至八年內償還外，其餘計息銀行及其他借款須於一年內償還。於二零一七年十二月三十一日，財務槓桿比率(按總債務(計息銀行及其他借款總額)除以權益總額計算)為62.3%(於二零一六年十二月三十一日為42.1%)。本集團的銀行及其他借款除人民幣322.9百萬元以歐元計值及以定息計息外，其餘銀行及其他借款以人民幣計值及以定息計息。二零一七年度，銀行及其他借款的年利率為1.55%至6.98%(二零一六年度：1.55%至5.87%)。

環境政策及表現

於二零一七年度，本集團的經營在所有重大方面均遵守當前適用中國國家及當地政府環境保護法律及規則。

資本承擔

於二零一七年十二月三十一日，本集團的資本承擔為人民幣214.6百萬元(於二零一六年十二月三十一日為人民幣352.6百萬元)。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

於二零一七年十二月三十一日，本集團共有3,803名員工(於二零一六年十二月三十一日共有3,849名員工)。二零一七年度的總員工成本(包括本公司董事及高級管理層酬金)為人民幣285.9百萬元(剔除以權益結算的購股權開支)(二零一六年度為人民幣280.2百萬元)。

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

於二零一七年十二月三十一日，本集團分別為聖牧草業及富友聯合聖牧的銀行貸款提供人民幣160,000,000元(二零一六年：人民幣300,000,000元)和人民幣102,880,000元(二零一六年：51,450,000)的擔保。

重大收購及出售事項

於二零一七年度，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。

建設花園式有機牧場，確保產出品質最好的牛奶

集團努力建設世界一流的花園舒適型有機牧場，進一步改善牛群生長環境、員工工作環境及牧場整體環境，為沙漠有機奶牛提供最好的生活福利場所，使其成為最快樂的「幸福牛、健康牛」，從而確保產出品質最好的牛奶。

加大研發投入，提升研發能力

為提高集團研發能力，集團積極探索建立多元化的研發投入運行機制，下一步將聯合國際與國內一流科研院所與農業高校，合作成立「聖牧研究院」，加大研發投入，提升研發能力，研製開發能夠引領市場的新產品、新技術。

全面提升事業夥伴業務能力

沒有事業夥伴的成功就沒有集團的成功。二零一八年，集團要將事業夥伴隊伍納入到集團幹部梯隊進行培養，成立「事業夥伴培訓學院」，將其送到清華大學、浙江大學去系統學習，並從業務技能、經營管理和企業家精神等三個層次，全面提升事業夥伴業務能力，打造一支有使命、有願景、有能力、有作風的事業夥伴隊伍。

加強品牌塑造

品牌是聖牧有機奶事業的最大財富。二零一八年集團將繼續牢牢樹立品牌意識，一是將聖牧的第一品質、高端定位、生態公益等三個層面，全方位、立體傳導給消費者；二是樹立烏蘭布和沙漠就是最大廣告牌的理念，將沙漠場景移到市場，把消費者帶到沙漠中去，帶到聖牧有機基地去；三是從導購人員到KA櫃檯、陳列氛圍營造，都以有利於品牌形象塑造這一中心點去設計、執行，全面提升聖牧品牌形象。

狠抓拳頭產品，開發創新渠道

二零一八年，集團將進行全面的產品規劃，優化產品結構，升級產品質量和包裝。主打禮品裝、商務裝、兒童裝等拳頭產品，線上線下齊頭並進。同時，開發創新銷售渠道，重點拓展高端商超等新業態渠道。

樹立「大2B」概念

全面整合優勢資源，與天貓、京東、蘇寧、雲集等平台和中石油、星巴克、好利來、西貝等企事業單位進行戰略合作，靈活定制專屬產品，共享聖牧有機成果。

建立「根據地」市場，快速實現市場轉型

二零一八年，集團將集中優勢兵力，由各區域負責人親自抓落實，層層打造「根據地」市場和標杆市場，達到「出模式、出銷量、出人才、出效益、出品牌」的效果，從而迅速實現盈利。

接軌國際，打造國際品牌形象

集團與Food Union (Dairy) Hong Kong Limited (「**Food Union**」) 合資成立的富友聯合聖牧乳品有限公司(「**富友聯合聖牧**」)，預計將在二零一八年下半年投產，投產後會更加豐富聖牧系列產品。合作開發的產品以兒童為消費對象，滿足國際化的流行需求，推出合適兒童的高端低溫液態奶產品，讓聖牧進一步和國際接軌。此次戰略合作通過引進國際先進工藝，將加快公司國際化水平，打造國際品牌形象。

企業管治常規

本公司確保本公司及其附屬公司實現及保持高水平的企業管治。董事會深知實現高水平的企業管治對公司的價值影響及重要性，良好的企業管治對本集團及股東有利。

於截至二零一七年十二月三十一日止年度，除下文所披露企業管治守則的守則條文 A2.1 外，我們已採納、應用並遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）（經不時修訂）附錄十四所載《企業管治守則》及《企業管治報告》（「守則」）載列的守則條文規定。

根據企業管治守則條文第 A2.1 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。然而，我們並未區分董事長及首席執行官，邵根夥先生現時擔任該兩個職務（董事長與首席執行官）。董事會相信由同一人擔任董事長及首席執行官兩個職務有利於確保本集團的領導貫徹一致，並有助於本集團更有效及高效地制訂策略規劃並執行。董事會認為現時的安排並不會損害權力及權責的平衡，而此結構將使本公司能夠迅速及有效地作出及執行決策。董事會經計及本集團的整體情況後，將繼續檢討及考慮於適當時候將董事長及首席執行官的職務分開。

董事進行證券交易之標準守則

本公司已採納一套有關進行證券交易的行為守則，其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」）所規定的交易標準守則。經向董事作出具體查詢後，全體董事均已確認彼等於截至二零一七年十二月三十一日止年度一直遵守標準守則所載的規定標準。

購買、贖回或出售本公司的上市證券

截至二零一七年十二月三十一日止年度，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。

全球發售事項所得款項淨額用途

來自本公司全球發售事項的所得款項淨額約為人民幣801.2百萬元。有關所得款項淨額擬或已根據本公司日期為二零一四年六月三十日之招股章程的「未來計劃及所得款項用途」一節所載的建議用途所應用。

截至二零一七年十二月三十一日，所得款項淨額之應用如下：

	截至二零一七年 十二月三十一日 已使用之資金 人民幣千元
建造額外六個有機牧場	182,525
在國內以及向海外收購奶牛	145,644
銷售及營銷活動及擴充分銷網絡	40,102
擴大本集團液態奶產能	120,306
償還貸款	120,306
額外運營資金及一般公司用途	80,204
總計：	<u><u>689,087</u></u>

審核委員會

本公司於二零一四年六月十八日根據上市規則附錄十四所載《企業管治守則》的規定成立審核委員會，並制訂了符合企業管治守則的書面職權範圍。審核委員會的主要職責為檢討及監督本集團的財務報告程序及內部控制體系。本公司於二零一六年一月一日修訂了審核委員會的職權範圍。於二零一七年十二月三十一日，審核委員會由三名獨立非執行董事(葛曉萍女士、李長青先生及王立彥先生)組成，並由葛曉萍女士擔任審核委員會的主席。

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的年度業績。

安永會計師事務所的工作範圍

本集團截至二零一七年十二月三十一日止年度之業績公佈所列之財務資料，已得到本集團之核數師安永會計師事務所同意，該等數字乃本集團之年度綜合財務報表草擬本所列之數字。安永會計師事務所就此進行的工作，並不構成根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱業務準則或香港核證業務準則而進行的核證服務，故此安永會計師事務所概不就業績公佈發表任何保證。

股息分派

董事會不建議就二零一七年十二月三十一日止派付末期股息(二零一六年度：無)。

年度股東大會

二零一八年股東週年大會將於二零一八年六月三十日或之前舉行。一份召開二零一八年股東週年大會之通告將於稍後時間於聯交所及本公司網站刊載及寄發予股東。

刊發全年業績公佈及年度報告

本全年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)。本公司有關二零一七年度的年度報告載有上市規則規定的所有資料，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
董事長
邵根夥

香港，二零一八年三月二十九日

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。