

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之內容概不負責，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。



## AUSNUTRIA DAIRY CORPORATION LTD

### 澳優乳業股份有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份編號：1717)

#### 盈利警告

本公告乃澳優乳業股份有限公司(「本公司」)(連同其附屬公司統稱「本集團」)董事(「董事」)會(「董事會」)根據香港法例第571章證券及期貨條例第XIVA部之內幕消息條文及香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)第13.09條發佈。

#### 二零二二財政年度之財務表現

董事會謹此知會本公司股東(「股東」)及潛在投資者，基於目前可得資料，與本公司截至二零二一年十二月三十一日止年度年報(「二零二一年年報」)所披露之數據比較，本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度(「二零二二財政年度」)將錄得本公司權益持有人應佔利潤顯著減少。本集團二零二二財政年度之初步關鍵財務數字及截至二零二一年十二月三十一日止年度(「二零二一財政年度」)之比較數字(已於二零二一年年報披露)如下：

收入	約人民幣7,780.0百萬元至人民幣7,850.0百萬元，同比減少11.5%至12.3% (二零二一財政年度：人民幣8,873.3百萬元)，其中：
	自家品牌配方牛奶粉 (「自家牛奶粉」) — 約人民幣2,900.0百萬元至人民幣2,950.0百萬元，同比減少33.2%至34.3% (二零二一財政年度：人民幣4,414.1百萬元)
	自家品牌配方羊奶粉 (「自家羊奶粉」) — 約人民幣3,585.0百萬元至人民幣3,635.0百萬元，同比增加7.1%至8.6% (二零二一財政年度：人民幣3,348.2百萬元)
	其他 — 約人民幣1,281.0百萬元，同比增加15.3% (二零二一財政年度：人民幣1,111.0百萬元)

經調整本公司權益持有人應佔利潤*	約人民幣455.0百萬元至人民幣515.0百萬元，同比減少50.5%至56.3% (二零二一財政年度：人民幣1,040.3百萬元)
本公司權益持有人應佔利潤	約人民幣205.0百萬元至人民幣265.0百萬元，同比減少74.5%至80.3% (二零二一財政年度：人民幣1,040.3百萬元)

\* 已就撤銷若干商譽及一次性撤銷若干資產作出調整

二零二二財政年度全年，中華人民共和國(「中國」)嬰幼兒配方奶粉行業因出生率下跌及受全球疫情的不利影響而面對激烈競爭。根據AC尼爾森數據顯示，二零二二財政年度行業整體銷售同比減少中單位數百分點。因此，本集團未能獨善其身，整體銷售表現受壓。

誠如本公司截至二零二二年六月三十日止六個月之中期報告(「二零二二年中期報告」)所披露，本集團自二零二一財政年度年底起積極主動對核心奶粉品牌海普諾凱1897進行一系列銷售策略調整，為客戶提供更新鮮更優質的產品，同時減少分銷渠道的庫存壓力，並保證本集團核心產品的長遠健康發展及競爭力。作為調整之一部分，本集團進一步梳理分銷渠道，對分銷渠道之整體庫存水平實行更嚴格控制。此等舉措延續至二零二二財政年度下半年。因此，二零二二財政年度本集團自家牛奶粉之銷售收入同比減少不少於33.2%。與此同時，為與合作夥伴共度行業下行難關，本集團在政策和費用方面進一步加強對分銷商的支持。疊加海外原奶價格持續高企以及歐洲高通脹推高原材料成本，本集團毛利率同時受壓，因此利潤預期同比下降。

儘管本集團財務報表數據所報之銷售數字有所下滑，惟根據AC尼爾森數據顯示，於二零二二財政年度，海普諾凱1897的市場份額同比提升0.2個百分點。本集團認為，市場份額提升得益於其優質產品質量及過往多年成功品牌建設，令海普諾凱1897的實際零售銷售健康發展，市場份額持續提升。

雖然挑戰重重，但本集團自家牛奶粉事業部於回顧期內亦做了多方面的努力工作，包括(1)海普諾凱1897品牌理念換新，升級為「全面營養，百年精研」，更加精準化傳達品牌特性；(2)豐富本集團產品組合，提高產能，並通過新品上市及現品升級協助營銷工作：海普諾凱1897首款無乳糖特醫嬰配食品「稚舒」、首款母乳低聚糖(HMO)混合配方奶粉「未來版」、首款A2蛋白\*奶源產品「喜致」全新亮相及全新升級更易吸收的A2蛋白\*奶源「萃護」；澳優能立多推出「澳優愛優」、「能立多睿優」、「睿活」三大全新嬰幼兒奶粉產品，佔位國產奶粉板塊；及(3)渠道重塑，盤活動銷。提升母嬰連鎖店比例、渠道布建、梳理優化渠道價值鏈、管控產品物流等，從而更好保障渠道利益。

儘管整體嬰幼兒配方奶粉行業之表現不理想，本集團自家羊奶粉之銷售額於二零二二財政年度同比增長不少於7.1%，而中國及海外市場則分別增長不少於6.0%及20.0%。二零二二財政年度下半年，中國區銷售重歸雙位數同比增長軌道。這歸因於佳貝艾特堅持(1)精耕羊奶科研：聯合權威機構，組織醫學營養領域專家進行嬰幼兒營養及餵養效果研討，開展全國各級學術合作會議及品牌學術活動，以此提升品牌專業口碑、強化品牌專業渠道行業的影響力；(2)在品牌力建設及傳播上繼續加大投入，通過唐嫣女士及黃磊先生雙代言模式，每月熱劇、重點城市梯媒、商圈大屏、新媒體平台等媒介組合投放，實現目標消費者的多點觸達；(3)聚焦重點母嬰連鎖店提升、升級迭代渠道價值鏈、管控產品流向等，從而更好保障渠道利益，以長期主義與渠道共生共贏；(4)消費者場景活動以「創新多樣、提質驅效」方針貫徹全年；及(5)多元新品換新升級：推出了「向揚」兒童成長營養配方羊奶粉、「悅白」有機羊奶粉、「營嘉葆護」中老年羊奶粉、「營嘉滢心」配方羊奶粉及「營嘉」有機純羊奶粉(首款有機成人羊奶粉)。

據相關行業數據顯示，二零二二年以實際終端銷售數據計算，佳貝艾特在中國嬰幼兒羊奶粉市場份額進一步提升逾5個百分點，穩佔「領頭羊」地位。根據AC尼爾森數據顯示，在進口嬰幼兒羊奶粉方面，佳貝艾特於中國進口嬰幼兒羊奶粉市場所佔份額於二零一八年至二零二一年連續4年超過6成。

未來，面對品牌集中化日益加劇，佳貝艾特將持續堅持現有品牌渠道雙擎驅動策略，以專業的產品和服務滿足消費者及渠道需求，不斷擴大全球羊奶第一品牌的領先優勢。

## 有關二零二一財政年度財務資料之最新情況

誠如二零二二中期報告所披露，於編製本集團截至二零二二年六月三十日止六個月之中期簡明綜合財務報表時，本集團識別出比較財務報表中有關客戶忠誠計劃及分銷商獎勵計劃之若干調整，因而於二零二二中期報告中作出若干往年調整。

就此，本公司於發佈二零二二中期報告後對其客戶忠誠計劃及分銷商獎勵計劃之財務報告機制進行徹底檢討。於上述檢討過程中，本集團識別出有關其分銷商獎勵計劃及企業所得稅等之若干會計錯誤(「會計錯誤」)。本集團預計將須針對所識別出之會計錯誤，於本公司即將刊發之二零二二財政年度年報中作出進一步往年調整(「往年調整」)。

根據現行財務報告準則，往年調整將僅於本集團二零二一財政年度之財務報表中作出。根據截至本公告日期可得之資料，往年調整對本集團二零二一財政年度之主要財務數字之影響如下：

## 重列

收入	減少人民幣290.0百萬元至人民幣310.0百萬元
本公司權益持有人應佔利潤	減少人民幣265.0百萬元至人民幣285.0百萬元
資產淨值	
—於二零二一年一月一日	減少人民幣245.0百萬元至人民幣285.0百萬元
—於二零二一年十二月三十一日	減少人民幣530.0百萬元至人民幣570.0百萬元

本集團謹此強調，除於截至二零二二年六月三十日止六個月為處理會計錯誤而作出之相應變動（將於本公司截至二零二三年六月三十日止六個月中期報告內之比較數字反映）外，會計錯誤對本集團二零二二財政年度之綜合財務報表並無重大影響。有關相關往年調整之進一步詳情將於本公司即將發表之二零二二財政年度全年業績公告內披露，該全年業績公告預訂於二零二三年三月底或之前發表。

董事會謹此提醒股東及潛在投資者，本公告所載資料建基於董事會經參考本集團二零二二財政年度之未經審核綜合管理賬目及其目前可得之其他資料後作出之初步評估，而有關賬目及資料有待董事會轄下之審核委員會審閱。

股東及潛在投資者於買賣本公司股份時務請審慎行事。

承董事會命  
澳優乳業股份有限公司  
主席  
顏衛彬

中國，二零二三年三月十日

於本公告日期，董事會包括三名執行董事顏衛彬先生（主席兼行政總裁）、*Bartle van der Meer*先生及吳少虹女士；三名非執行董事孫東宏先生（副主席）、張占強先生及張令奇先生；以及三名獨立非執行董事馬驥先生、宋昆岡先生及*Aidan Maurice Coleman*先生。