

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：1230)

**截至2017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
	2017 人民幣百萬元	2016 人民幣百萬元	
收入	966.7	1,146.5	(15.7%)
毛利	447.6	580.5	(22.9%)
母公司股權持有人應佔利潤	(121.9)	15.1	(907.3%)
每股盈利(人民幣分)			
—基本及攤薄	(2.6)	0.3	(966.7%)

截至2017年6月30日止六個月，本集團之收入達人民幣966.7百萬元(2016年同期：人民幣1,146.5百萬元)，較2016年同期下降15.7%。本集團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，本集團撤出部分低效的現代和傳統渠道的經營；(二)本集團於2017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；(三)本集團於2017年上半年加大促銷力度以應對激烈的市場競爭；以及(四)本集團正在積極整合產品線應對《嬰幼兒配方乳粉產品配方註冊管理辦法》(「配方註冊制」)帶來的影響，而整合會在一定程度上影響部分產品的銷售達成。

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2017年6月30日止中期的未經審核合併業績連同2016年同期比較數字如下：

未經審核中期簡明合併損益表

	附註	未經審核	
		截至6月30日止6個月	
		二零一七年 人民幣千元	二零一六年 人民幣千元
收入	3	966,694	1,146,511
銷售成本	4	(519,103)	(566,042)
毛利		447,591	580,469
其他收入及收益	3	52,152	39,414
銷售及經銷開支		(490,667)	(493,429)
行政開支		(113,972)	(159,886)
其他開支		(109,243)	(50,075)
經營虧損		(214,139)	(83,507)
財務收入	4	64,825	77,032
財務成本		(10,366)	(6,188)
淨財務收入		54,459	70,844
除稅前虧損		(159,680)	(12,663)
所得稅抵減	5	37,742	27,736
本期(虧損)/溢利		(121,938)	15,073
以下各方應佔：			
母公司擁有人	6	(121,938)	15,073
		人民幣分	人民幣分
母公司普通股擁有人應佔每股(虧損)/盈利			
基本及攤薄	6	(2.6)	0.3

未經審核中期簡明合併全面收益表

	未經審核	
	截至6月30日止6個月	
	二零一七年	二零一六年
	人民幣千元	人民幣千元
本期(虧損)/溢利	<u>(121,938)</u>	<u>15,073</u>
其他全面收益		
海外子公司外幣報表折算差額	<u>40,508</u>	<u>65,897</u>
本期其他全面收益	<u>40,508</u>	<u>65,897</u>
本期全面(損失)/收益總額	<u>(81,430)</u>	<u>80,970</u>
以下各方應佔：		
母公司擁有人	<u>(81,430)</u>	<u>80,970</u>

未經審核中期簡明合併財務狀況表

	附註	未經審核 二零一七年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一六年 十二月三十一日 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,758,391	1,788,658
在建工程		52,895	38,812
投資物業		30,629	67,486
土地使用權		88,928	93,734
無形資產		297,289	297,801
商譽		991,236	991,236
遞延稅項資產		249,872	202,950
長期銀行存款		—	379,927
預付款項、押金及其他應收款項		4,116	5,496
非流動資產總額		3,473,356	3,866,100
流動資產			
存貨	7	678,576	619,876
貿易應收款及票據	8	161,956	161,391
預付款項、押金及其他應收款項	9	227,938	191,230
其他金融資產		413,706	476,994
受限制銀行存款	10	833,030	803,123
現金及銀行結餘	10	1,922,190	1,642,818
		4,237,396	3,895,432
分類為持有待售的處置組資產		203,891	204,459
流動資產總額		4,441,287	4,099,891
流動負債			
貿易應付款	11	337,479	237,621
其他應付款及應計費用		821,294	862,233
計息銀行借款	13	1,115,761	1,143,091
應付所得稅		3,192	5,602
		2,277,726	2,248,547
與分類為持有待售資產直接相關的負債		4,345	4,988
流動負債總額		2,282,071	2,253,535
流動資產淨值		2,159,216	1,846,356
資產總值減流動負債		5,632,572	5,712,456

未經審核中期簡明合併財務狀況表(續)

	未經審核 二零一七年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一六年 十二月三十一日 人民幣千元
非流動負債		
遞延收益	2,787	3,329
遞延所得稅負債	<u>9,601</u>	<u>7,513</u>
非流動負債總額	<u>12,388</u>	<u>10,842</u>
資產淨額	<u>5,620,184</u>	<u>5,701,614</u>
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	399,352	399,352
儲備	<u>5,220,832</u>	<u>5,302,262</u>
權益總額	<u>5,620,184</u>	<u>5,701,614</u>

未經審核中期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

1.1 編製基礎

截至2017年6月30日止六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理事會頒佈的國際會計準則第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2016年12月31日止年度的財務報表一併閱覽。

1.2 本集團已採納的新準則和修訂

除因採納以下截至2017年1月1日生效的新頒布及經修訂的國際財務報告準則外，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2016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2017年首次應用以下修訂，但是沒有實質性影響年度合併財務報表組或未經審核中期簡明合併財務報表。每個修訂的性質和影響或修改描述如下：

國際會計準則第7號之修訂：「現金流量表之披露動議」

該等修訂要求企業披露其融資活動引起的負債的變動，無論該等變動是由現金流還是非現金流活動（譬如匯兌損益）引起的。於初步實行該等修訂時，企業無需提供前期比較信息。本集團無需在中期簡要合併財務報告中提供額外信息，但將在2017年12月31日止年度合併財務報告中予以披露。

1. 編製基礎及本集團會計政策變動(續)

1.2 本集團已採納的新準則和修訂(續)

國際會計準則第12號之修訂：「所得稅：未實現虧損之遞延所得稅資產之確認」

該等修訂釐清，當對可抵扣暫時性予以抵扣時，企業需考慮稅法是否限制該等應納稅所得的來源。此外，該等修訂對於企業如何確定未來應納稅所得額提供了指引，並闡釋了應納稅所得額可能包含某些資產其高於賬面價值的部分。

該等修訂需追溯應用。但初步應用該等修訂時，最早可比期間期初權益的變動可能確認在期初留存收益(或權益的其他合適科目)，而沒有在期初留存收益和其他權益科目間進行分配。企業若實行該等簡化方法需進行相關披露。

本集團追溯應用了該等修訂。但因本集團無該等修訂範圍內的可抵扣暫時性差異或相關資產，該等修訂的應用對本集團的財務狀況及其表現沒有影響。

2014–2016週期的年度改進國際財務報告準則第12號「披露其他實體中的權益之修訂：釐清國際財務報告準則第12號披露要求中的披露範圍」

該等修訂釐清了國際財務報告準則第12號應用於除B10–B16段中包含的項目，企業被劃分為(或包含在處置組中被劃分為)持有待售的子公司、聯營或合營企業(或聯營或合營企業中一定比例的權益)。

本集團追溯應用了該等修訂。因國際財務報告準則第12號未特別應用於中期簡要財務報告，本集團的全資子公司施恩(中國)嬰幼兒營養品有限公司在2017年6月30日被劃分為持有待售資產，而本集團並未披露相關權益資訊。本集團將於2017年12月31日止的年度合併財務報告中披露該等資訊。

2. 經營分部資料

自從2015年收購內蒙古歐世蒙牛乳製品有限責任公司(「歐世蒙牛」)、2016年收購多美滋嬰幼兒食品有限公司(「多美滋中國」)，以及2015年底新西蘭雅士利乳業有限公司(「新西蘭乳業」)的運營，本集團經歷了數次集團重組，包括採購、生產及銷售功能。

自2016年下半年，本集團根據產品和服務對經營分部進行重新分類，共有下列三個可報告經營分部：

- (a) 生產及銷售嬰幼兒配方奶粉產品—該分部包括在中國及海外開發、製造及銷售嬰幼兒配方奶粉產品及其使用的包裝材料。
- (b) 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、米粉及麥片產品及其使用的包裝材料。

2. 經營分部資料(續)

(c) 其他業務主要包括銷售盈餘原材料及生產及出售基粉。該等業務的業績載於「其他」一欄。

經營分部的改變是為了優化業務單元的管理。經營分部資料的比較數字已經過追溯調整。

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，此等簡明合併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2017年6月30日止6個月(未經審核)			
	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	673,884	246,650	46,160	966,694
分部間銷售	<u>3,948</u>	<u>4,748</u>	<u>—</u>	<u>8,696</u>
	677,832	251,398	46,160	975,390
對賬：				
抵銷分部間銷售	(3,948)	(4,748)	—	<u>(8,696)</u>
總收入				<u>966,694</u>
分部業績	(11,750)	(32,458)	2,469	(41,739)
對賬：				
財務收入				64,825
財務成本				(10,366)
其他收入及收益				52,152
未分配的其他支出				<u>(224,552)</u>
除稅前虧損				<u>(159,680)</u>

2. 經營分部資料(續)

截至2016年6月30日止6個月(未經審核)

	嬰幼兒配方 奶粉產品 人民幣千元 經重述	營養品 人民幣千元 經重述	其他 人民幣千元 經重述	合計 人民幣千元 經重述
分部收入：				
銷售予外部客戶	825,210	312,204	9,097	1,146,511
分部間銷售	<u>16,327</u>	<u>7,844</u>	<u>—</u>	<u>24,171</u>
	841,537	320,048	9,097	1,170,682
對賬：				
抵銷分部間銷售	(16,327)	(7,844)	—	<u>(24,171)</u>
總收入				<u><u>1,146,511</u></u>
分部業績	65,888	31,972	(1,012)	96,848
對賬：				
財務收入				77,032
財務成本				(6,188)
其他收入及收益				39,414
未分配的其他支出				<u>(219,769)</u>
除稅前虧損				<u><u>(12,663)</u></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 二零一七年 人民幣千元	二零一六年 人民幣千元
收入			
商品銷售	(a)	<u>966,694</u>	<u>1,146,511</u>
其他收入及收益			
政府補助			
—對已產生支出的補償		30	555
—對購買資產的補償		542	542
其他收入			
—罰款收入	(b)	100	735
—委託加工收入	(c)	32,503	22,591
匯兌收益		10,200	11,546
固定資產處置收益		2,881	—
其他		<u>5,896</u>	<u>3,445</u>
		<u>52,152</u>	<u>39,414</u>

附註：

- (a) 營業額，是指向客戶銷售貨品的開票淨額，已經扣除任何銷售退回（如有）及銷售折扣。
- (b) 罰款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。
- (c) 委託加工收入是指受內蒙古蒙牛乳業（集團）股份有限公司（本公司的同系附屬公司）委託加工乳粉的收入。

4. 除稅前虧損

本集團的稅前虧損乃經扣除／(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	
	二零一七年	二零一六年
	人民幣千元	人民幣千元
貨品銷售成本	519,103	566,042
物業、廠房及設備折舊*	79,248	81,917
投資物業折舊	1,293	2,474
預付土地租賃款項攤銷*	2,260	767
其他非流動資產攤銷*	2,107	1,477
無形資產攤銷*	1,300	1,362
折舊及攤銷總額	86,208	87,997
房屋的經營租賃最低租金	9,613	5,166
僱員福利費*(不包括董事及主要行政人員的酬金)：		
工資、薪金及津貼	226,681	192,213
辭退福利	26,778	1,414
退休金計劃供款(定額供款計劃)	18,517	16,042
	271,976	209,669
利息收入	(58,195)	(57,352)
其他金融資產收益	(6,630)	(19,680)
財務收入總額	(64,825)	(77,032)

* 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. 所得稅抵減

未經審核中期簡明合併損益表內所得稅抵減的主要成分為：

	未經審核	
	截至6月30日止6個月	
	二零一七年	二零一六年
	人民幣千元	人民幣千元
即期稅項		
期間撥備	1,155	15,471
本期內確認以往年度的稅收調整	4,794	1,697
遞延稅項	<u>(43,691)</u>	<u>(44,904)</u>
所得稅抵減總額	<u><u>(37,742)</u></u>	<u><u>(27,736)</u></u>

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》(「所得稅法」)，本集團位於中國大陸的附屬公司的法定所得稅稅率為25%。根據「關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知」，歐世蒙牛享有15%的優惠稅率。

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2017年6月30日止六個月期間香港利得稅撥備是以本期間的應課稅溢利，按照16.5%(截至2016年6月30日止六個月期間：16.5%)的稅率計提。

根據新西蘭的法律法規，本集團位於新西蘭的子公司截至2017年6月30日止六個月期間按照28%的所得稅率計繳所得稅(截至2016年6月30日止六個月期間：28%)。

6. 母公司普通股擁有人應佔每股(虧損)/盈利

本期的每股基本(虧損)/盈利乃根據期內母公司普通股擁有人應佔(虧損)/利潤除以期內已發行普通股的加權平均數計算。

母公司期內無潛在攤薄股份。

每股基本及攤薄(虧損)/盈利的計算基於如下：

	未經審核 截至6月30日止6個月	
	二零一七年 人民幣千元	二零一六年 人民幣千元
(虧損)/盈利：		
用於計算每股基本(虧損)/盈利的母公司普通權益持有人 應佔(損失)/利潤	<u>(121,938)</u>	<u>15,073</u>
	股份數量 (千股)	(千股)
股份：		
計算每股基本(虧損)/盈利所用的普通股加權平均數	<u>4,745,560</u>	<u>4,745,560</u>

7. 存貨

	未經審核 二零一七年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一六年 十二月三十一日 人民幣千元
原材料	178,042	208,030
成品	255,307	232,761
半成品	252,642	180,259
包裝材料	33,781	29,297
低價消耗品	<u>920</u>	<u>893</u>
	<u>720,692</u>	<u>651,240</u>
跌價準備	<u>(42,116)</u>	<u>(31,364)</u>
	<u>678,576</u>	<u>619,876</u>

8. 貿易應收款及票據

	未經審核 二零一七年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一六年 十二月三十一日 人民幣千元
貿易應收款及票據	162,571	162,138
撥備	<u>(615)</u>	<u>(747)</u>
	<u>161,956</u>	<u>161,391</u>

本集團通常給予客戶特定信貸額度和信貸期限，並可在特定情況下調整。鑒於上文所述及本集團的貿易應收款與大量不同類別的客戶有關，故並無重大信貸集中風險。貿易應收款並無附帶利息。

於報告期末，經扣除撥備的應收賬款及票據按發票日期的賬齡分析如下：

	未經審核 二零一七年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一六年 十二月三十一日 人民幣千元
三個月以內	94,666	117,057
三至六個月	14,147	38,521
六個月以上	<u>53,143</u>	<u>5,813</u>
	<u>161,956</u>	<u>161,391</u>

到期未付但並無減值之貿易應收款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。

截止2017年6月30日，新西蘭乳業的全部資產包括價值人民幣29,478,986元的貿易應收款處於一般保證協議下，以獲取數額約為人民幣97,825,000元的銀行貸款。

列入貿易應收款的應收本集團關聯方款項如下：

	未經審核 二零一七年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一六年 十二月三十一日 人民幣千元
最終控股股東的子公司	38,090	9,953
對本集團有重大影響的投資方及其附屬公司	<u>18,987</u>	<u>—</u>
	<u>57,077</u>	<u>9,953</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. 預付款項、押金及其他應收款項

	未經審核 二零一七年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一六年 十二月三十一日 人民幣千元
應收利息	64,105	10,796
應收市場推廣費用	63,755	91,999
待抵扣增值稅	34,477	35,098
購買原材料的預付款	21,570	10,886
預付廣告開支	—	2,802
其他	48,147	45,145
	<u>232,054</u>	<u>196,726</u>
減：長期待攤費用	4,116	5,496
	<u>227,938</u>	<u>191,230</u>

列入預付款項，押金及其他應收款項的應收關聯方款項如下：

	未經審核 二零一七年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一六年 十二月三十一日 人民幣千元
最終控股股東的子公司	3,677	3,600
對本集團有重大影響的投資方及其附屬公司	66,858	70,296
	<u>70,535</u>	<u>73,896</u>

上述結餘均為無抵押及免息，沒有固定還款日期。

10. 現金及銀行結存和長期銀行存款和受限制銀行存款

	未經審核 二零一七年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一六年 十二月三十一日 人民幣千元
現金及現金等價物	433,864	581,491
受限制銀行存款	833,030	803,123
到期日為三個月以上的定期存款	<u>1,488,326</u>	<u>1,441,254</u>
	2,755,220	2,825,868
減：受限制銀行存款	(a) 833,030	803,123
減：長期銀行存款	<u>—</u>	<u>379,927</u>
現金及銀行結餘	<u>1,922,190</u>	<u>1,642,818</u>

附註：

- (a) 於2017年6月30日，除了一些銀行貸款是通過定期存款人民幣802,927,000元(2016年12月31日：人民幣798,905,000元)進行抵押，尚有人民幣30,103,000元存款為開具信用證進行抵押(2016年12月31日：人民幣4,218,000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款的賬齡分析如下：

	未經審核 二零一七年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一六年 十二月三十一日 人民幣千元
三個月以內	283,324	222,504
三個月至六個月	26,474	12,356
六個月以上	<u>27,681</u>	<u>2,761</u>
	<u>337,479</u>	<u>237,621</u>

11. 貿易應付款(續)

列入貿易應付款的應付關聯方的款項如下：

	未經審核 二零一七年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一六年 十二月三十一日 人民幣千元
最終控股股東的子公司	33,603	2,997
最終控股公司的主要股東的聯屬公司	11,216	9,758
對本集團有重大影響的投資方的附屬公司	<u>229</u>	<u>—</u>
	<u>45,048</u>	<u>12,755</u>

貿易應付款，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

董事不建議派發截至2017年6月30日止六個月的中期股息(截至2016年6月30日止六個月：無)。

截至2017年6月30日止六個月，本公司未向本公司股東宣派及派付股息。(截至2016年6月30日止六個月：截至2015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約人民幣0.75分)。

13. 計息銀行借款

	附註	未經審核 於2017年6月30日			經審核 於2016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	(a)	LIBOR+0.9/ HIBOR+0.9/ EURIBOR*+0.9	2017	717,936	LIBOR+0.9/ HIBOR+0.9	2017	743,091
— 擔保借款	(b)	1.47	2017	200,000	1.47 to 3.915	2017	300,000
— 質押借款及 擔保借款	(c)	BKBM**+0.85	2017	97,825	—	—	—
— 信用借款		3.915	2017	100,000	3.915	2017	100,000
				<u>1,115,761</u>			<u>1,143,091</u>

13. 計息銀行借款(續)

	未經審核 二零一七年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一六年 十二月三十一日 人民幣千元
銀行借款		
—以美元計值	20,355	673,767
—以人民幣計值	300,000	400,000
—以港幣計值	694,184	69,324
—以歐元計值	14,682	—
—以紐幣計值	86,540	—
	<u>1,115,761</u>	<u>1,143,091</u>

附註：

- (a) 於2017年6月30日，數額約為人民幣717,936,000元(2016年12月31日：人民幣743,091,000元)的銀行借款以人民幣802,927,000元(2016年12月31日：人民幣798,905,000元)的定期存款進行抵押。
- (b) 於2017年6月30日，數額為人民幣200,000,000元(2016年12月31日：人民幣200,000,000元)的銀行借款由雅士利國際集團有限公司(「雅士利(廣東)」)擔保。於2017年6月30日，無銀行借款(2016年12月31日：人民幣100,000,000元)由山西雅士利乳業有限公司擔保。
- (c) 於2017年6月30日，數額為人民幣97,825,000元(2016年12月31日：零)的銀行借款由雅士利(廣東)進行擔保，同時新西蘭乳業截至2017年6月30日價值約為人民幣1,543,216,000元的全部資產處於一般保證協議下，以獲取該借款。

* EURIBOR：歐元銀行間利率為歐洲貨幣市場署發佈的每日參考匯率。

** BKBM：新西蘭銀行票據基準利率為新西蘭的基礎參考匯率。

管理層討論與分析

行業回顧

2017年上半年，世界經濟繼續改善。發達經濟體總體復蘇平穩；新興經濟體中，中國和印度繼續引領增長。但全球復蘇並不平衡，結構性強勁增長仍未出現，依然面臨風險和不確定因素。

中國經濟運行保持在合理區間，穩中向好態勢趨於明顯，呈現增長平穩、就業向好、物價穩定、收入增加、結構優化的良好格局，經濟發展的穩定性、協調性和可持續性增強。中國國家統計局公佈的初步核算數據顯示，上半年國內生產總值人民幣381,490億元，按可比價格計算，同比增長6.9%；全國居民人均可支配收入人民幣12,932元，同比名義比2016年同期增長8.8%，扣除價格因素實際增長7.3%。全國居民人均消費支出人民幣8,834元，同比名義增長7.6%，扣除價格因素，實際增長6.1%。

2016年10月1日《嬰幼兒配方乳粉產品配方註冊管理辦法》（「配方註冊制」）正式實行，對企業申請的配方數量做出限制，每個企業原則上不得超過3個配方系列9種產品配方，並且在申請對產品配方註冊時，要對標籤、說明書與配方相關的聲稱內容一併審查，為確保嬰幼兒配方乳粉標籤、說明書真實準確、科學規範，避免企業通過標籤、說明書誇大宣傳、誤導消費者。2018年1月1日是現有產品和品牌的註冊期限。在此背景下，母嬰連鎖系統對品牌的選擇更加慎重，更加關注廠家的綜合實力，如品牌、供應鏈、管理、支持和服務等。人口政策方面，全面二胎政策開放後，人口紅利在2017年上半年逐步體現，嬰幼兒配方奶粉行業回暖升溫，企業及市場迎來發展新機遇。

2017年上半年國內嬰幼兒配方奶粉市場規模相比2016年同期成長7%，量價齊增。母嬰渠道保持較強增速，渠道銷售量價齊升，為市場佔比最大渠道，市場份額54%；互聯網繼續影響消費者的消費行為和購買習慣，電商渠道停止增長，海淘、海外代購及跨境電商的發展進入盤整和規範期，受奶粉新政影響，部分品牌線上低價甩貨，對消費者認知有所影響；商超渠道銷量繼續萎縮，但價格有所回升，依賴於該渠道的國產品牌仍然承受較大競爭壓力而加速向母嬰渠道轉變。

業務回顧

2013年，蒙牛集團以全面股權要約收購形式實現了與本集團戰略合作，成為本集團控股股東。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於2015年2月完成交割，達能亞洲正式成為本集團第二大股東。2015年12月，本集團完成對蒙牛集團旗下歐世蒙牛全部股權的收購，正式成為蒙牛集團旗下唯一奶粉業務平台。2016年5月，本集團完成對達能集團旗下多美滋中國全部股權的收購，初步完成品牌整合及國內產能新佈局。

本集團致力於開發值得消費者信賴的營養產品，包括促進嬰幼兒健康成長的雅士利、瑞哺恩、多美滋、Arla、施恩等品牌產品系列，以及滿足成人營養需要的優怡、煥輕、正味等品牌產品系列。本集團的業務模式結合了進口優質乳品原材料、進口優質原裝嬰幼兒配方奶粉產品、自主研發配方、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喂哺的健康營養需求，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進口優質原料，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。多美滋「致粹」、「精確盈養」經過升級後則主要致力於打造系統的兒科解決方案。本集團蒙牛「瑞哺恩」作為集團戰略品牌，主要針對高端消費者，其中有機系列產品將作為「瑞哺恩」品牌下主推產品，力將其打造成為有機市場專業領導品牌；蒙牛「白金佳智」主要針對中端消費者，全面營養給寶寶全面的呵護；「美蕾茲」、「美萌益」等系列產品主要針對中端消費群，以細分母

嬰渠道為主。雅士利「超級α金裝」定位中高端，新西蘭原罐進口，匯聚全球資源，其動態活力系統提升寶寶自身益生菌群生長，釋放內在腸道活力；雅士利「α金裝」定位中端，新西蘭原罐進口，含1+1營養組合包，補充體格智力發展關鍵營養素。雅士利「超級金裝」定位於中端消費者，是雅士利研發團隊根據嬰幼兒的生長特點和營養需求精心調配而成的配方奶粉，為寶寶提供所需營養，均衡營養，使寶寶優良發展。雅士利「金裝」定位於中低端消費者，專注營養，提供無憂成長力。雅士利「新配方」促進智力發展及激發免疫細胞活性，主要針對中低端消費者。

嬰幼兒特殊配方奶粉

隨著中國加速的現代化、工業化建設的發展，環境、生活方式、飲食的變化，使中國嬰幼兒面臨日益增加的健康挑戰。本集團作為嬰幼兒營養專家，除了滿足嬰幼兒營養需求外，旗下多美滋更有專業配方系列產品，滿足特殊嬰幼兒的特殊營養需求。目前本集團多美滋旗下有三大系列專業配方產品：

- 過敏系列產品：目前包括過敏預防產品(HA)和過敏治療產品(PEPTI)。HA產品通過部分水解工藝，有效預防過敏高風險嬰兒的過敏風險；PEPTI產品，通過深度水解工藝，有效治療嬰兒食物蛋白過敏。
- 消化系列產品：目前包括無乳糖配方產品(LF)，可以有效避免乳糖不耐受引起的腹瀉惡性循環。
- 低體重兒系列產品：目前包括低出生體重兒配方產品(LBW)，滿足低出生體重兒追趕式生長的需求。

營養食品

本集團亦生產銷售多種營養食品，包括：大眾型全家營養奶粉—「蒙牛」品牌成人奶粉、「優怡」品牌成人奶粉；中老年高端功能性奶粉—「煥輕」品牌中老年奶粉；兒童配方的營養奶粉—「未來星」兒童成長奶粉；健康美味的沖調產品—「正味」品牌麥片；嬰幼兒輔食—「雅士利」品牌嬰幼兒營養米粉等。形成了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組合。

「蒙牛」品牌成人奶粉，針對有日常營養補充需求的中老年人、學生、女士等消費者，100%優質奶源，採用北歐技術，產品科學配方，層層嚴格監管，讓中國消費者享有國際品質的奶粉。

「優怡」品牌成人奶粉，上市17載，為中老年、學生、女士等消費者研製，含鈣、維生素A/D/E、膳食纖維等有益成分，國際標準生產，品質值得信賴。

「煥輕」品牌中老年奶粉，為具有骨骼與心血管健康需求的中老年人研製，分別含有初乳鹼性蛋白、維生素D、富含鈣等骨骼健康配方，植物甾醇脂、亞油酸($\omega-3$)、亞麻酸($\omega-6$)心血管健康配方，採用100%進口奶源，零白砂糖、添加菊粉，健康無負擔，適合中老年人體質。

「未來星」兒童成長奶粉，含有58種膳食組合：28種果蔬粉、益生菌+益生元及DHA；適合吃得少、吃得挑、吃得慢的寶寶使用。

「正味」品牌麥片，致力於為消費者提供優質的營養組合。麥片自然純正，補充每日膳食纖維攝入，適合全家人日常飲用。

「雅士利」嬰幼兒營養奶米粉，根據寶寶成長發育特點，精選大米為主要原料，為中國寶寶研製，採用高速生產線、封閉式設備及精細包裝工藝，確保產品質量穩定、安全。

品牌策略

2017年上半年是本集團品牌最為關鍵時刻，各業務部門開始逐步推進2016年年底至2017年年初訂立的差異化業務模式及品牌佈局：「雅士利」品牌側重於基礎營養方向；蒙牛「瑞哺恩」致力於差異化競爭，主攻有機市場；「多美滋」定位於建立專業形象，致力於研究兒科解決方案；Arla作為股東戰略品牌，突出皇室御用概念。其中，超高端有「寶貝與我」，中高端有「多美滋」、蒙牛「瑞哺恩」，中端有「雅士利」。從價格區間上看，每個系列產品跟其他產品相比均有競爭優勢。從地域策略上，「寶貝與我」和「多美滋」專攻一二線城市，開始滲透東部地區；「雅士利」和蒙牛「瑞哺恩」主攻三四線市場，滲透中部地區。如此配合使本集團形成緊密品牌矩陣，產品覆蓋全市場網絡，為未來嬰配市場高端化、品牌化的激烈競爭打下良好基礎。

從消費者消費習慣看，消費升級表現明顯。基於第三方數據，超高端市場(人民幣430元/公斤)容量與2016年同期相比錄得較大幅增長。1985年後至1990年後出生的消費者不再只考慮價格因素，其注重選擇更優質、甚至更細分專業產品，於三四線市場情況也是如此，因此近幾年奶粉高端市場增長尤為明顯，消費者願意付出更多錢購買更專業配方奶粉及原產地質量安全更令人放心之產品。因此對於本集團，佈局高端市場正切合時機。

再者，對外溝通的媒體形式也在發生改變。消費者在選購產品時，除身邊朋友推薦，很多人會在網上搜索、查看他人口碑，而傳統媒體對消費者的影響則越來越弱，因此本集團將媒體費用側重通過數字營銷來影響購買人群。本集團希望能植根本土市場，做好消費者洞察，通過產出能觸發目標人群共鳴的口碑內容來影響消費者，在內容的基礎上，探索精準化營銷，高效地觸達消費者，同時非常注重會員營銷和社群營銷，讓消費者成為品牌的代言人，讓消費者自發擴散品牌口碑。

產品研發

2017年，在各嬰幼兒配方乳品企業積極備戰配方註冊制的形勢下，本集團也不例外。年內，本集團研發管理中心的重點任務是做好嬰幼兒產品的配方註冊，將科學、安全、營養的嬰幼兒乳粉配方的研製過程上報國家食品藥品監督管理總局(「國家食藥局」)，積極配合專家的審核。在本集團公司各相關部門積極配合下，本集團旗下多家工廠已提交系列產品配方註冊備案申請，並獲國家食藥局受理。8月份，本集團成為首批獲得國家食藥局配方註冊企業，共有7個系列21個配方獲註冊備案，是首批名單中獲批配方數量最多的企業。

在產品包裝方面，本集團研發團隊也在積極地對現有罐裝產品的蓋子的設計改進，實現新穎實用性，同時準備著手申請相關專利保護。

對於成人產品，本集團研發團隊完成了有機孕產婦調製乳粉的開發研製工作，目前進入產品上市的後續準備階段。

2017年，本集團研發中心大力投入基礎營養研究，與中國疾病預防控制中心營養與健康所聯合申請國家十三五項目「基於我國母乳組分的特需乳製品創制及共性關鍵技術研究」，本集團旗下的歐世蒙牛作為牽頭單位承擔了項目中課題五《新一代嬰幼兒乳製品和乳基特殊醫學用途食品的創製》的研究任務。

銷售渠道

2017年上半年，本集團通過深度推動渠道轉型和創新業務，迅速提高母嬰渠道佔比和電商業務成長。根據本集團內部渠道管理部依據會員系統及門店POS機實銷統計分析(非財務數據)，於2017年6月當月，嬰幼兒配方奶粉的終端銷售中，母嬰渠道佔比76%，商超渠道佔比20%，電商渠道佔比4%(2017年初：母嬰渠道佔比64%，商超渠道佔比35%，電商渠道佔比1%)。為此，組織架構從原有的品牌事業部轉變為以渠道和品類切割的CBU架構，其中「母嬰CBU」承載了品牌升級和渠道轉型的戰略目標；「商超CBU」著力改變「下滑渠道、下滑品類、下滑價格帶」問題；「高端母嬰CBU」立足於使多美滋重回外資四大品牌之列、Arla成為品牌金字塔上的皇冠；「創新CBU」則以原有電商為基礎，拓展社群營銷、整合內部市場資源、發展TP業務以抓取新客等；同時組建由品牌商、渠道商、銷售團隊合夥創業的施恩項目部。

本集團組建的「母嬰CBU」通過合夥提成激勵機制，釋放團隊潛能，加速開拓母嬰連鎖，上半年母嬰渠道佔比同比錄得高雙位數增長，業績同比成長50%以上；「高端母嬰CBU」則通過大力度控制商超渠道費用(低效無效導購、合同費用等)及強化母嬰連鎖拓展，穩定了銷量；「商超CBU」則通過推動母嬰門店直供完成局部轉型，KA止血減虧也效果顯著；「創新CBU」電商銷售方面，線上業務佈局已全面展開，為下半年打下良好基礎；創新業務方面，重新梳理員工歡樂購業務模式，獨立核算實現營利，新媒體、社群、TP運營三個純新業務方向，均已啟動，並達到預定目標，為互聯網領域的新能力建設做出了良好開局。

營銷內部管理方面，本集團已組建營銷支持本部，主抓渠道管理、巡查防竄、會員系統。本集團重新梳理了營銷制度流程、權責矩陣，建立強有力的巡查體系，對市場費用巡查檢核，提高費用使用效率；查處竄貨砸價，維護市場秩序。本集團參與SAP問題解決和優化，打造會員管理系統，並與外勤助手打通，從採購、生產、入庫、出庫、進店、動銷，一直到消費者互動，達到全流程信息化管理，實現全面預算管理、費用精準投放、業務高效運轉、進銷存管理、防竄管理、消費者實時互動等綜合功能。會員管理系統還實現了母嬰直營門店的訂單及結算功能。組建市場BP支持各CBU進行品牌推廣服務和消費者促銷活動，整體上形成了完善且高效的營銷管理體系。

質量管理

質量是企業的生命之源，是企業佔領市場的唯一出路。本集團持續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。

本集團從供應鏈源頭開始嚴格對供應商進行篩選管理，2017年上半年統一了供應商審核流程，並定期對供應商進行評價和考核，確保供應商審核的完整和全面。同時根據新發佈生效的原料和包裝材料國家標準及新的風險監控要求，更新了相關原輔料標準，並進行嚴格的進貨查驗，確保採購物料的高標準及高質量。

上半年，本集團組建了新的質量中心，優化集團資源，指導集團各層面質量工作的良好運作。

實驗室檢測方面，各工廠實驗室根據測試需求購買了先進的檢測分析設備，包括電感耦合等離子質譜儀、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、氣相色譜儀等。上半年和林工廠已完成相關資源配備並開展了成品的全分析測試。本集團工廠所有的產品全分析檢測結果顯示均符合相關國家標準。在上半年國家嚴格的抽檢中，雅士利、蒙牛、多美滋、施恩品牌產品檢測結果100%合格，加強了消費者使用本集團產品的信心。

本集團各工廠持續對基礎設施進行升級改造，確保全面符合嬰幼兒配方乳粉生產許可的各項要求。其中包括和林工廠的乾燥濃縮分區，乾燥塔乾燥空調更衣室入口改造及新增噸包及包材風淋殺菌設施，脫包間，原料庫房卸貨雨棚等；山西工廠條包包裝生產車間的改造及上海工廠更衣室改造等。目前大部分改進工作基本完成。為改善質量追溯系統，今年上半年從潮州工廠開始，開展了GBT產品質量追溯項目的設備升級改造。

本集團各工廠根據審核計劃要求順利完成包括ISO9001、HACCP、FSSC22000、誠信、CNAS等管理體系的監督審核或複評審，同時，根據生產許可的相關要求，按時完成了相關生產許可的獲證工作，確保質量系統的良好運行，為生產優質產品提供了堅實保障。

本集團質量中心針對國家風險監控計劃及市場關注熱點建立了本集團產品風險監控計劃，風險監控共測試包括嬰幼兒配方乳粉，調製乳粉及奶米粉等品類32批次產品，監控結果表明整體情況良好。

本集團各工廠根據嬰幼兒配方註冊要求完成了相關質量文件的編寫提交，確保配方註冊工作順利進行。

應用系統方面，上海工廠已順利完成蒙牛LIMS系統的切換，本集團各工廠也開始使用蒙牛SAP系統，通過系統質量模塊確保質量相關工作的有效運行及產品追溯的有效性。

資源整合

2017年上半年，供應鏈管理中心根據本集團整體部署和未來商業需求，深化整合和重組。

戰略方面，本集團剝離龍江工廠和廣州工廠，盤活固定資產，提高產能利用率；聚焦主營業務，即嬰配奶粉，並將其他非主營業務外包專業公司供應；扁平化組織結構，提高效率並降低人力費用。

計劃方面，成立專門的計劃管理部，獨立於原計劃物流部，加強中央S&OP協調，建模需求預測，提高訂單滿足率。

採購方面，本集團按照不同業務職能劃分，完善了採招制度和流程，實現大幅節約：原料採購方面，大宗物料利用蒙牛集採優勢，監控市場機會進行價格鎖定或囤貨，避免了價格波動對成本的影響，針對重點物料，進行供應商梳理和戰略供應商的評選，向生產商直採，以建立長期供應商關係；包材採購方面，主要包材將進行集團內部對標，規格統一，集中需求進行採招，降本增效。市場採購方面，從價格、服務及質量三方面梳理供應商並減少供應商數量，以利用集採規模效應，調動供應商積極性，降低成本，提高服務，減低日常管理成本；固定資產採購及綜合採購方面，建立並推動了綜合類泛採購的工作流程，為各需求部門提供專業的供應商尋源，採招，議價及合同服務。本集團通過消減採購品種，對標統一，供應商整合，減少供應商數量，實現集體內供應商資源優化和共享，降低採購及運營成本。

製造方面，本集團已抽調各工廠專業人員，組建了工程委員會與安全委員會。工程委員會著力工程項目預算控制、項目可行性與工程技術方案深入溝通，以實現資源、信息、技術互通，進一步完善資本性支出項目管理。安全委員會通過安全評估指導工具，識別風險源並出具詳細應對方案；同時分享各類日常安全管理工具、理念和方法，各工廠定期回顧與分享案例，將安全工作開展往更深入、專業的方向發展，切實提高工廠人員安全意識，識別並消除安全隱患，實現上半年0重大安全事故。

物流方面，本集團根據銷售集中區域，選取合適的再配送中心，提高整體配送效率，降低運輸成本。優化物流服務模式及現有承運商結構，提高對業務支持的能力和效率，銷售物流成本及生產物流成本雙雙下降。

財務回顧

收入

截至2017年6月30日止六個月，本集團之收入達人民幣966.7百萬元(2016年同期：人民幣1,146.5百萬元)，較2016年同期下降15.7%。

按產品類別劃分之收入

	截至6月30日止6個月		變動比例
	2017 人民幣百萬元	2016 人民幣百萬元	
按產品類別劃分			
嬰幼兒配方奶粉產品	673.9	825.2	(18.3%)
營養食品	246.6	312.2	(21.0%)
其他	46.2	9.1	407.7%
總計	<u>966.7</u>	<u>1,146.5</u>	<u>(15.7%)</u>

截至2017年6月30日止六個月，嬰幼兒配方奶粉產品實現收入人民幣673.9百萬元(2016年同期：人民幣825.2百萬元)，較2016年同期減少18.3%；其中，高端嬰幼兒奶粉(包括瑞哺恩品牌以及Arla有機)銷售佔比從2016年上半年的9.4%，2016年下半年的13.3%提升至2017年上半年的22.5%；而營養品實現收入人民幣246.6百萬元(2016年同期：人民幣312.2百萬元)，較2016年同期減少21.0%；其他產品實現收入人民幣46.2百萬元(2016年同期：人民幣9.1百萬元)，較2016年同期增加407.7%，主要是子公司新西蘭乳業銷售基粉給達能集團成員產生。

本集團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，本集團撤出部分低效的現代和傳統渠道的經營；(二)本集團於2017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；(三)本集團於2017年上半年加大促銷力度以應對激烈的市場競爭；以及(四)本集團正在積極整合產品線應對配方註冊制帶來的影響，而整合會在一定程度上影響部分產品的銷售達成。

本集團上半年已引進經驗豐富的營銷管理團隊，團隊正加緊融合，並採取積極行動，包括營銷內部管理強化、銷售模式優化、渠道轉型深入、產品不斷聚焦；同時本集團後台管理、供應鏈的整合也取得新進展，整合產生的效益預計將在下半年逐步體現。

毛利

截至2017年6月30日止六個月，本集團錄得毛利為人民幣447.6百萬元（2016年同期：人民幣580.5百萬元），較2016年同期下降22.9%。毛利率為46.3%，毛利率較2016年同期下降4.33%，下降原因在於本期加大本品搭贈力度。

銷售及經銷開支

截至2017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490.7百萬元（2016年同期：人民幣493.4百萬元），較2016年同期下降了0.5%；就收益百分比而言，銷售及經銷開支2017年上半年為50.8%（2016年同期：43.0%），較2016年同期上升了7.8%，上升的主要原因為收入下降，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2017年6月30日止六個月，行政開支為人民幣114.0百萬元（2016年同期：人民幣159.9百萬元），較2016年同期下降了28.7%，主要是2017年上半年產生的停工損失較2016年同期減少人民幣34.0百萬元。

淨財務收入

截至2017年6月30日止六個月，財務收入淨額為人民幣54.5百萬元（2016年同期：人民幣70.8百萬元）。財務收入淨額有下降23.0%，主要由於收購多美滋中國（於2016年5月完成）導致可用於投資的流動資金減少。

所得稅抵減

截至2017年6月30日止六個月，本集團的所得稅抵減為人民幣37.7百萬元（2016年同期：人民幣27.7百萬元），實際所得稅率為-23.6%（2016年同期：-218.1%）。所得稅抵減上升的原因主要是2016年同期盈利的子公司產生的所得稅費用拉低遞延所得稅費用所導致。

存貨

於2017年6月30日，本集團存貨餘額為人民幣678.6百萬元(2016年12月31日：人民幣619.9百萬元)，存貨增加主要是為下半年銷售而儲備的半成品增加所致。

其他金融資產

於2017年6月30日，其他金融資產包含穩健型保本保收益理財產品人民幣50.8百萬元，年化收益率為3.1%(2016年12月31日：3.1%)；浮動收益理財產品人民幣362.9百萬元，預期年化收益率為3.55%至4.65%(2016年12月31日：3.50%至4.00%)。

貿易應收款及票據

於2017年6月30日，本集團貿易應收款及應收票據為人民幣162.0百萬元(2016年12月31日：人民幣161.4百萬元)。於2017年上半年，貿易應收款周轉天數為30天(2016年同期：25天)，周轉天數較2016年同期增加5天，原因在於2016年6月併入的多美滋中國周轉天數較長所致。

人力資源及僱員薪酬

於2017年6月30日，本集團共有全職僱員2,634名(2016年6月30日：4,362名)。僱員於2017年上半年總成本約為人民幣272.0百萬元(2016年同期：人民幣209.7百萬元)。僱員總成本的增加主要是2016年6月起多美滋中國開始併表，故2016年同期僅含多美滋中國1個月工資成本；此外，辭退福利增加亦導致僱員總成本的上升。

或然負債

於2017年6月30日，本集團並無重大或然負債(2016年12月31日：無)。

資本承擔

於2017年6月30日，本集團資本承擔額為人民幣24.2百萬元(2016年12月31日：人民幣36.3百萬元)，主要為配方註冊制整改項目及購置奶粉生產設備。

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2017年6月30日所得款項淨額用途如下：

項目	於 2016年底 可動用 人民幣千元	於 截至2017年 6月30日止 6個月動用 人民幣千元	於 截至2017年 6月30日止 6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	150,271	27,456	122,815
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	—	—	—
提高本集團的研發能力	14,356	7,660	6,696
總計	<u>164,627</u>	<u>35,116</u>	<u>129,511</u>

人力資源

2017年上半年，緊緊圍繞戰略規劃與2017年必贏之戰，本集團人力資源管理中心圍繞以下項目開展工作助力集團聚勢重整、亮劍重生、在行業競爭中搶佔先機：

- 一、組織轉型方面，本集團在完成四大CBU營銷架構落地運營及供應鏈梳理的基礎上，積極推動完成中後台職能整合，有效進行資源梳理及最優配置，將原雅士利、歐世蒙牛、多美滋有效融合，實現供應鏈、營銷、人力、財務、法務審計等全鏈條整合，形成適合奶粉業務板塊發展的架構模式，完成新形勢下的人才配置，保證集團良性運轉。

- 二、完善激勵方面，進行職級、薪酬福利及績效的整合，為統一管理奠定良好的基礎；針對高績效等員工進行調薪，對高潛等員工實施保留計劃，調動員工積極性；設計多重激勵方案，覆蓋全員，尤其是富有特色的銷售激勵政策，有效激發員工潛能，促進業務發展；優化和提升福利項目，更全面覆蓋和更體現員工關懷，增強員工幸福感。
- 三、人才梯隊建設方面，通過一系列人才與組織發展項目推動人才培養，如進行組織與人才盤點，識別高潛人才，逐步完善高潛人才的發展與培養計劃，為本公司未來業務的開展提供了人才儲備的支持；同時加大培訓資源的投入，聚焦在高潛人才的培養、營銷團隊能力提升和新員工的培訓上，實施新員工集訓營、營銷系列培訓、營銷內訓師培養等項目，促進建設學習型組織，助力營銷人員業務技能的提升。
- 四、簡政增效。梳理並優化流程，完成整個集團及各個中心一級、二級權責矩陣的發佈，加速放權，提升業務決策速度。
- 五、文化建設方面，本集團舉辦戰略共識會等契機加強戰略的宣導，提升戰略共識度，做到上下同欲，凝聚力量，聚焦於「激情」和「開放」兩個重要的價值觀，通過年度常規和季度富有特色的員工活動，加大對企業文化核心價值觀的推廣，並持續推動員工溝通交流，不斷強化本集團的文化特徵，通過文化來凝聚人心，打造富有激情的高管與執行團隊。同時建立並完善與貫徹文化相關的制度，統一文化和認知，形成有激情、團隊協作有擔當的企業文化。

社會責任

2017年，本集團在社會公益活動中再接再勵，將愛心擴大傳播。

3月份，本集團向中國華僑公益基金會捐贈了價值約人民幣41.9萬元的奶粉，送到全國各地需要愛心關注的貧困人群手中，借此活動，為困境中的兒童照亮前行之路；向廣東省紅十字會捐贈了價值約人民幣5.6萬元的奶粉，通過廣東省紅十字會及河源市紅十字會發放給河源當地困難家庭的孩子，此次捐贈的小孩多為父母外出務工、由爺爺奶奶或者其他親戚照看的留守兒童。希望通過此次捐贈，不僅給這些小孩帶去口糧，還能帶去家的溫暖，讓他們感受到社會的關懷。

4月份，盲妻為保住腹中胎兒，堅持放棄治療，卻讓家庭陷入兩難。新生命到來的短暫喜悅後，一貧如洗的家庭面臨新困境：母親接受化療無法母乳餵養，可家裡連奶粉錢都出不起。本公司得知該消息後，通過紅十字會向困難殘疾人、盲人捐贈了奶粉，希望能幫助這個苦難的家庭，幫助他們渡過難關。

7月份，本集團向重慶、四川眉山市洪雅縣、四川甘孜瀘定縣、四川阿壩馬爾康縣、江蘇徐州等山區貧困家庭捐贈了奶粉。希望這些孩子將來能提高身體素質，擁有更強健的體魄和充沛的活力，無憂無慮、健康快樂成長。

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信息並與各宣傳部門、機構保持良好地溝通關係，及時更新並發佈公司最新信息，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，對行業事件及時做出反應。通過與公眾及媒體有效溝通，公佈信息，消除負面影響，樹立在行業中良好地位。

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瞭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。

未來展望

政策影響

配方註冊制已於2016年10月1日正式施行，其落地將對行業產生深遠影響。2018年1月1日後，僅有取得註冊制證書的國內外嬰幼兒奶粉品牌可在我國境內生產、銷售和進口。嬰幼兒奶粉品牌數量將由2,000個下降至500多個，預計淘汰70%以上的品牌。雜牌、貼牌、小品牌大概率被清出市場，空出部分三線城市及以下城市的市場空間。

全面二胎政策效果開始體現，2017至2019年可能是國內生育高峰時期。根據中國國家統計局數據，2016年新生兒增加17.86百萬人，實現7.6%的高增長。國家衛生計生委估算十三五期間每年出生人口將在17.5百萬至21百萬人之間。綜合來看，預計2017年新生兒約20百萬人，2017至2019年新生兒增長率在10%左右。

全面二胎政策料將逐漸發揮效應，生活壓力較輕的三四線城市及鄉鎮地區有望釋放一定出生人口，提振當地奶粉需求，繼而推動在該類地區商超渠道享有競爭優勢的本土奶粉品牌的銷售。

行業趨勢

2017年下半年，中國嬰幼兒配方奶粉市場繼續回暖，呈加速整合趨勢，國產品牌迅速洗牌，線上與線下渠道融合，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、轉型的轉折點。

隨著配方註冊制的深入實施，未能通過配方註冊的品牌上半年已經出現清倉甩貨。渠道商將會更加審慎地選擇合作品牌。已經做好全球全國基地佈局、做好品牌戰略規劃、做好渠道策略規劃的品牌將具有優勢。

國際品牌繼續強化品牌優勢，同時也在渠道下沉方面有所作為；國產品牌則借助扎實的渠道功底，加上符合國情的品牌推廣服務，逐步提升品牌形象並增強客戶黏性；以母嬰渠道為主體的品牌，通過其創新的合夥人模式，正成為最有競爭力的品牌。電商渠道仍然以國際品牌為主導，但是由於線上線下缺乏價格管控，市場秩序混亂，逐漸導致其品牌受損、渠道受傷；國產品牌在解決用戶體驗、品牌推廣服務方面，正在探索線上線下結合的模式。

國際原料奶粉價格高位運行，將導致奶粉企業普遍提價。與日俱增的渠道費用和品牌推廣費用仍會壓縮企業的盈利空間。品牌升級和差異化競爭的必要性進一步突顯，高端功能性產品、有機嬰兒配方奶粉，特別是純羊乳蛋白嬰幼兒配方奶粉將以其技術壁壘和資源的稀缺性，成為市場的新寵。

整個行業急需通過模式創新來重新盤活現有資源，創造廠商供應的典範，營造健康良性的市場氛圍。

公司策略

品牌策略

2017年下半年，本集團將延續上半年的品牌策略不變：「雅士利」品牌將定位側重於基礎營養方向；蒙牛「瑞哺恩」致力於差異化競爭，主攻有機市場；「多美滋」定位於建立專業形象，致力於研究兒科解決方案；Arla作為股東戰略品牌，突出皇室御用概念，為中國寶寶提供全方位的營養解決方案。

基於消費升級的明顯上升，本集團會加快將蒙牛「瑞哺恩」及Arla「寶貝與我」介紹給目標消費群：例如，2017年年中開始，蒙牛「瑞哺恩」已經開展了覆蓋三、四線城市的大規模路演活動，結合產品試用及促銷活動，可在短期內快速提升品牌知名度及試用率，帶動銷量；Arla將繼續推動在一線城市母嬰店的滲透率，加大陳列及促銷力度，預期下半年的銷售增長較上半年會更加明顯。通過上半年在商超渠道淘汰部分低產出的門店，「雅士利」和「多美滋」的資源分配將會更精準，產出效率會明顯提升。隨著整體調整及投入的加大，下半年本集團的銷售目標更為奮進。

2017年本集團整體媒體溝通策略將以「瑞哺恩」模式為藍本，線上傳播和線下推廣貼近媽媽，品牌費用精準投放，以較低的投入帶來更高的產出，實現品牌成長和企業盈利雙重目標。同時依託達能、Arla及新西蘭乳業基地，進一步強化國際化品牌形象；繼續通過中國八大城市母乳營養成分研究項目，以公益活動的形式表達本集團一直致力於中國母乳研究，並傳達本集團的社會責任感以及對消費者的關愛，全面提升品牌美譽度。

產品研發

2017年下半年，本集團研發中心將積極準備其他新系列嬰幼兒配方產品的研製，按照配方註冊制相關要求準備資料，主要聚焦在嬰幼兒羊奶配方。作為新興的一種奶粉品種，羊奶粉近年來逐漸受到市場的追捧。中國漸漸已成為羊奶粉的消費大國，涉足羊奶粉的企業，這幾年的業績也是蒸蒸日上。而隨著羊奶粉市場的不斷升溫，不少乳企紛紛發力羊奶領域。隨著配方註冊制的正式實施，國內羊奶粉市場也將加速行業洗牌，騰出一定空間為新進入的品牌和已經做大的品牌提供機會。本集團也會抓住此時機，研製羊奶嬰配產品，進入羊奶嬰配市場，拓展集團產品線，為集團公司的利潤增長提供新機會，也為廣大消費者提供更豐富的產品及更多的選擇。

研發中心將繼續保持產品創新理念，拓展本集團產品線，選用國外優質的有機原料。不僅開發國產有機產品，還將開發原裝進口版的有機產品，產品類別將涉及嬰幼兒輔食和兒童產品。

銷售渠道

2017年下半年，本集團將繼續應對奶粉新政帶來的行業變局，利用上半年已打造的全球供應鏈和多品牌優勢，結合已成功運轉的CBU業務架構，堅定不移地推動渠道轉型。

「母嬰CBU」承載品牌升級和渠道轉型的戰略目標，戰略品牌「瑞哺恩」將向大中型母嬰連鎖和高端市場發起衝擊，戰術品牌實現快速成長和持續增長，繼續發揮快速靈活的優勢，搶佔中小母嬰連鎖和單體權重門店。在渠道拓展的同時，本集團將更加注重門店質量、單點賣力的提升和新客的積累。

「商超CBU」將全部退出邊際貢獻為負的連鎖系統，在有利潤貢獻的KA，下半年將抓住中秋、國慶、春節備貨，通過爆款特價、特殊陳列提升銷量。以新西蘭生產的「超級α金裝」和雅士利「新配方」大力拓展小型連鎖和單體母嬰門店，強化局部轉型。流通渠道則加強成人粉和沖調類鋪貨，執行秋季學區試飲和中秋前訂貨會。

「高端母嬰CBU」繼續立足於使「多美滋」重回外資四大品牌之列、Arla成為品牌金字塔上的皇冠。下半年本集團將繼續強化銷售執行團隊，使之更加接近一線、更加落地，對現有產品不斷進行渠道下沉（從一二線市場下沉到三四線），同時渠道管控能力加強，引入系統平台、費用精準投放、費用使用效率提高、防竄控價管理到位，將國產奶粉優秀的渠道經營能力移植到「多美滋」和Arla，與之作為外資品牌較強的品牌力結合起來，形成競爭優勢。

「創新CBU」在電商業務穩步提升的基礎上，繼續探索創新業務並形成模式：拓展社群營銷、整合內部市場資源、發展公眾號運營及粉絲轉化等。持續探索基於互聯網的新型業務模式，為打造本集團未來新型業務模式奠定基礎。

供應鏈

在2017年下半年以及可預見的未來2至3年，本集團整體供應鏈將沿著既定中心戰略繼續前進一「以滿足客戶需求為導向，以降低供應鏈總成本為目的，通過專業分工、團隊協作與持續改善，打造端到端、績效驅動的新雅士利供應鏈管理模式」。

本集團將進一步梳理供應鏈管理的框架，即從客戶需求開始，直至滿足需求，端到端的全過程精細化控制，包括五大專業性職能：策略、計劃、採購、製造及物流，四大基礎性工作：團隊及人才發展、卓越運營及持續改善的理念、方法和工具、EQSA（環境、質量、安全、審計）紅線及風險控制、CAPEX持續的硬件及資本性投資和改善。

本集團將據此需求設計供應鏈組織構架，將合適的人放在合適的位置，讓專業的人做專業的事。同時配套清晰定義的績效指標，通過績效驅動改善。績效的設計分為三大部分，包括共享指標、專有指標及紅線指標：共享，旨在強調團隊協作；專有，強調專業化管理及分工，而紅線，體現底線意識，一票否決。接下來本集團將進一步制定具體改善項目及行動計劃，確保目標的實現及同時跟進。

一手嚴抓管理，一手則需要配套團隊的激勵，本集團供應鏈管理中心已聯合人力資源部門一起制定團隊激勵方案，鼓勵團隊取得好結果的同時更有動力持續改善，從優秀到卓越！

人力資源

人力資源管理中心將從多個方面支撐本集團在2017年下半年企穩銷售、提升效率：

- 一、持續轉型，簡政增效。持續推動組織轉型，結合業務進行有效的資源梳理及最優配置，完善供應鏈體系建設，加速轉型。統一工作標準，加速流程優化，實施相關培訓與工作坊，協助業務梳理和簡化流程，不斷提升整體組織運營效率，同時進行內外部對標，降低成本，精兵簡政，打造高效團隊。
- 二、績效導向，激勵落地。以績效結果為導向，落地實施更富創業激情的長短期激勵計劃以及富有特色的專項激勵制度，以行之有效的機制激發員工積極性，助力業務發展；進一步整合完善集團的薪酬福利體系，覆蓋全員，增強員工滿意度和幸福感。
- 三、培養人才，提升能力。持續加強高潛人才培養、營銷團隊能力提升及新員工培訓，根據高潛人才的能力地圖實施針對性的培養，加強人才梯隊建設。實施針對性的專業培訓，特別是通過一系列的營銷類培訓，提升營銷團隊能力，加強一線業務人員的銷售推廣能力，建設營銷內訓師隊伍，打造學習型組織，推動營銷業務的提升。
- 四、強化文化，凝聚人心。實施季度及年度有特色的員工活動，持續加強企業文化核心價值觀的宣貫和滲透，多形式多渠道與員工溝通交流，打造「激情」及「開放」的文化氛圍，舉辦文化工作坊及團建等活動，加強文化融合，以文化凝聚人心，形成鮮明的雅士利企業文化。

中期股息

董事會不建議派發截至2017年6月30日止六個月中期股息(截至2016年6月30日止六個月：無)。

於2017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2017年6月30日，本公司董事或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、相關股份或債權證中，概無擁有須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」)的權益或淡倉(包括本公司董事及最高行政人員根據該等證券及期貨條例條文被當作或被視為擁有的任何權益或淡倉)，或須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的權益或淡倉，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」)另行知會本公司及聯交所的權益或淡倉。

此外，於截至2017年6月30日止六個月期間內任何時間，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2017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深知，於2017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，或須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	股份數目	佔已發行股本 概約百分比 ⁽⁷⁾
蒙牛乳業 ⁽¹⁾	受控制法團之權益	2,422,150,437 ⁽⁶⁾	51.04%
蒙牛國際 ⁽²⁾	實益擁有人	2,422,150,437 ⁽⁶⁾	51.04%
達能SA ⁽³⁾	受控制法團之權益	1,186,390,074 ⁽⁶⁾	25.00%
Danone Baby and Medical Holding ⁽³⁾	受控制法團之權益	1,186,390,074 ⁽⁶⁾	25.00%
Danone Baby and Medical Nutrition BV ⁽³⁾	受控制法團之權益	1,186,390,074 ⁽⁶⁾	25.00%
Nutricia International BV ⁽³⁾	受控制法團之權益	1,186,390,074 ⁽⁶⁾	25.00%
達能亞洲 ⁽⁴⁾	實益擁有人	1,186,390,074 ⁽⁶⁾	25.00%
張氏國際投資有限公司 ⁽⁵⁾	實益擁有人	303,462,119 ⁽⁶⁾	6.39%

附註：

- (1) 於2017年6月30日，蒙牛乳業持有蒙牛國際的99.95%權益。
- (2) 於2017年6月30日，蒙牛國際直接持有有關股份。
- (3) 於2017年6月30日，達能SA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持有達能亞洲的100%權益。
- (4) 於2017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) 以上所持股份皆屬好倉(定義見證券及期貨條例第XV部)。

(7) 於2017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2017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尚未行使購股權。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，而所有尚未行使的購股權亦已自動失效。

於2017年1月1日至2017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購股權。

外幣風險

本集團面對的外幣風險主要來自以外幣(即與營運相關交易之功能貨幣以外的貨幣)計價之銀行存款、其他應收款及銀行貸款。引致該項風險之貨幣主要為港元，美元及新西蘭元。

已抵押資產

於2017年6月30日，本集團已抵押之銀行存款、其他金融資產及非流動資產合共約為人民幣2,337.9百萬元(2016年12月31日：人民幣803.1百萬元)。

流動資金及資本資源

於2017年6月30日，本集團的流動資金包括現金及現金等價物、於一年內解除的有抵押銀行存款、長期銀行存款及其他金融資產合計人民幣3,168.9百萬元(2016年12月31日：人民幣3,302.9百萬元)，下降4.08%。下降的原因主要是由於經營活動現金淨流出人民幣119.1百萬元所致。

經營活動

截至2017年6月30日止六個月內，本集團的經營活動現金淨流出額為人民幣119.1百萬元(截至2016年6月30日止六個月：淨流出額人民幣107.5百萬元)。經營活動現金淨流出額較2016年同期增加主要由於半成品備貨額增加佔用資金所致。

投資活動

截至2017年6月30日止六個月內，投資活動所用現金淨流出額為人民幣13.5百萬元(截至2016年6月30日止六個月：淨流出額人民幣353.0百萬元)，主要是2016年同期收購附屬公司所支付款項以及到期收回理財投資所導致。

融資活動

截至2017年6月30日止六個月內，融資活動所得現金淨流出額為人民幣20.8百萬元(截至2016年6月30日止六個月：淨流出額人民幣107.4百萬元)。融資活動現金淨流出額較2016年同期減少的主要原因是貸款所得款項增加以及支付股息減少所致。

貸款及借款

於2017年6月30日，本集團的銀行貸款為人民幣1,115.8百萬元(2016年12月31日：人民幣1,143.1百萬元)，須按要求償還。

於2017年6月30日，本集團的總權益為人民幣5,620.2百萬元(2016年12月31日：人民幣5,701.6百萬元)，而資產負債比率(銀行貸款期末總額除以總資產)則為14.1%(2016年12月31日：14.3%)。

由董事會每年審閱本集團資本結構，包括本集團股息政策及股份回購活動。

企業管治

本集團致力確保企業管治達致高水平，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2017年1月1日至2017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2017年6月30日止六個月內，董事會組成有以下變更：

- (1) 黃曉軍先生自2017年6月5日起辭任非執行董事；及
- (2) 林碧寶女士自2017年6月5日起獲委任為非執行董事。

於2017年6月30日，董事會由四位非執行董事、兩位執行董事及三位獨立非執行董事組成。非執行董事為盧敏放先生(主席)、秦鵬先生、張平先生及林碧寶女士；執行董事為張平(Chopin Zhang)先生及華力先生；及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

根據上市規則第3.10A條，獨立非執行董事應最少佔董事會成員的三分之一。於2017年1月1日至2017年6月30日期間，本公司董事會由九名成員組成，其中三名為獨立非執行董事。因此，本公司於上述期間已妥為遵守第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

除本公司日期為2017年6月1日之公告所披露者外，自本公司2016年年報刊發日期以來，概無根據上市規則第13.51(2)及13.51(B)(1)條須予披露的各董事履歷詳情變動。

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2017年6月30日止六個月內已遵守標準守則所載之規定準則。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2017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

自李躍進先生於2016年10月11日獲委任為聯席公司秘書後，李躍進先生與何小碧女士為本公司之聯席公司秘書。自李躍進先生於2017年7月6日辭任聯席公司秘書後，何小碧女士成為本公司唯一公司秘書。何女士為卓佳專業商務有限公司的企業服務部董事，並非本公司僱員。在新聯席公司秘書獲委任前的過渡期間，何小碧女士將在有需要時根據上市規則附錄十四企業管治守則所載的守則條文透過本公司投資管理部方紹東先生與本公司管理層聯繫，並報告董事會主席及／或本公司行政總裁。

審核委員會

於2017年8月29日，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）。

審核委員會連同管理層已審閱本集團所採納之會計原則及政策及本集團截至2017年6月30日止六個月之未經審核中期業績，認為有關中期業績乃遵照適用會計準則及規定編製並已作出充足披露。

此外，本公司獨立核數師安永會計師事務所已根據香港會計師公會頒佈的《香港審閱聘用協定準則》第2410號「由實體的獨立核數師執行的中期財務資料審閱」審閱截至2017年6月30日止六個月之未經審核中期業績。

安永會計師事務所的工作範圍

本集團截至2017年6月30日止六個月之中期業績公告所列之財務數字，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告發表任何保證。

刊登中期報告

載有上市規則規定的所有適用數據的本公司截至2017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
Yashili International Holdings Ltd
雅士利國際控股有限公司
主席
盧敏放

香港，二零一七年八月二十九日

於本公告日期，本公司董事會成員包括：非執行董事盧敏放先生(主席)、秦鵬先生、張平先生及林碧寶女士；執行董事張平(Chopin Zhang)先生及華力先生；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。