

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佈之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致之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2010年12月31日止之年度業績公告

#### 挑選的財務數據

截至12月31日止年度	2010	2009	變動
-------------	------	------	----

(除每股數據外，以百萬元列示)

#### 營運摘要

營業額	人民幣 2,954	人民幣 2,586	+14%
本公司股權持有人應佔溢利	502	405	+24%
經營現金流量淨額	313	(105)	不適用

#### 每股數據

每股基本盈利	人民幣 0.17	人民幣 0.14	+21%
每股攤薄盈利	0.16	0.14	+14%
建議每股末期股息	0.07	—	不適用
股息分派比率*	49%	—	不適用
每股淨資產	1.07	0.44	+143%

#### 資產負債表數據

總資產	人民幣 4,481	人民幣 2,223	+102%
淨資產	3,730	1,290	+189%

\* 擬派末期股息每股人民幣0.07元乘以3,518,920,081股除以本公司股東應佔溢利人民幣502,354,000

雅士利國際控股有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然提呈本公司及附屬公司(「本集團」)截至2010年12月31日止年度的經審核合併業績連同2009年的比較數字如下：

## 合併收益表

截至2010年12月31日止年度

	附註	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
營業額	3, 4	2,954,370	2,585,973
銷售成本		<u>(1,272,624)</u>	<u>(1,095,617)</u>
毛利		1,681,746	1,490,356
其他收入		61,234	34,706
其他(虧損)/收益淨額		(585)	128
銷售及經銷開支		(957,468)	(891,938)
行政開支		(182,823)	(129,078)
其他開支		<u>(11,536)</u>	<u>(14,221)</u>
經營溢利		<u>590,568</u>	<u>489,953</u>
財務收入	5	11,909	3,385
財務成本	5	<u>(13,024)</u>	<u>(22,051)</u>
財務成本淨額		<u>(1,115)</u>	<u>(18,666)</u>
除稅前溢利	5	589,453	471,287
所得稅開支	6	<u>(86,312)</u>	<u>(68,874)</u>
年度溢利		<u>503,141</u>	<u>402,413</u>
以下人士應佔溢利：			
本公司股權持有人	7	502,354	404,665
非控股權益		<u>787</u>	<u>(2,252)</u>
年度溢利		<u>503,141</u>	<u>402,413</u>
每股盈利(人民幣)			
基本	8(a)	<u>0.17</u>	<u>0.14</u>
攤薄	8(b)	<u>0.16</u>	<u>0.14</u>

應付及建議派發本公司股權持有人本年度股息之詳情載於附註9。

## 合併綜合收益表

截至2010年12月31日止年度

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
年度溢利	503,141	402,413
其他綜合收益		
換算海外附屬公司的財務報表 所產生的匯兌差額	<u>(19,480)</u>	<u>(2)</u>
年度綜合收益	<u><u>483,661</u></u>	<u><u>402,411</u></u>
以下人士應佔綜合收益：		
本公司股權持有人	482,874	404,663
非控股權益	<u>787</u>	<u>(2,252)</u>
	<u><u>483,661</u></u>	<u><u>402,411</u></u>

合併資產負債表  
於2010年12月31日

	附註	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		706,550	762,078
無形資產		7,278	3,429
投資物業		71,752	44,886
預付租金		136,302	113,450
遞延稅項資產		50,780	67,240
收購物業、廠房及設備的預付款		16,525	12,364
其他非流動資產		3,342	3,646
		<u>992,529</u>	<u>1,007,093</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		390,815	292,008
貿易應收款及應收票據	10	192,312	79,059
預付款及其他應收款		102,000	143,312
應收關連方款項		1,456	21,159
即期稅項資產		—	506
受限制銀行存款		42,310	19,695
現金及現金等價物		2,759,273	660,628
		<u>3,488,166</u>	<u>1,216,367</u>
<b>流動負債</b>			
貿易及其他應付款	11	499,948	643,242
貸款及借款		158,440	230,000
應付關連方款項		4,566	10,127
即期稅項負債		33,200	3,796
銷售退回撥備		—	9,023
		<u>696,154</u>	<u>896,188</u>
<b>流動資產淨額</b>		<u>2,792,012</u>	<u>320,179</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>3,784,541</u>	<u>1,327,272</u>
<b>非流動負債</b>			
遞延收益		42,928	37,045
遞延稅項負債		11,664	—
		<u>54,592</u>	<u>37,045</u>
<b>資產淨額</b>		<u>3,729,949</u>	<u>1,290,227</u>
<b>資本及儲備</b>			
股本		300,685	592,105
儲備		3,430,130	686,821
本公司股權持有人應佔權益總額		3,730,815	1,278,926
非控股權益		(866)	11,301
<b>權益總額</b>		<u>3,729,949</u>	<u>1,290,227</u>

## 附註

### 1. 一般資料及呈列基準

雅士利國際控股有限公司(「本公司」)於2010年6月3日根據開曼群島公司法第22章(1961年第三號法例，經綜合及修訂)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，其註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。

根據本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」)為籌備本公司股份於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市而進行的重組(「重組」)以理順集團架構，本公司成為本集團現時旗下附屬公司的控股公司。有關重組的詳情載於本公司日期為2010年10月20日的招股章程(「招股章程」)。本公司的股份於2010年11月1日在聯交所上市。

由於所有參與重組的實體均受一組最終股權持有人共同控制，故本集團被視為因受共同控制實體重組而形成的持續經營實體。此等財務報表乃按現時集團架構於所呈報最早期間開始時已存在的基準而編製。因此，本集團截至2009年及2010年12月31日止年度的合併業績包括本公司及其附屬公司自2009年1月1日或各自註冊成立／收購日期(以較後者為準)起的業績，猶如現有集團架構於呈報的兩年間一直存在。於2009年及2010年12月31日的合併資產負債表乃假設現有集團架構自有關日期起一直存在而編製。所有重大集團內公司間交易及結餘已於合併賬目時抵銷。

### 2. 重大會計政策

#### (a) 合規聲明

本公告內的合併業績不構成本集團截至2010年12月31日止年度的合併財務報表，然而合併業績擇錄自經審核的合併財務報表。

此等財務報表已按照所有適用的國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)(其包括國際會計準則委員會(「國際會計準則委員會」)頒佈的所有適用的個別國際財務報告準則、國際會計準則及詮釋)以及香港公司條例的披露規定編製。此等財務報表

亦符合聯交所證券上市規則適用的披露規定。本集團所採納的重大會計政策的概要載於下文。

國際財務準則委員會已頒佈在本集團及本公司的現行會計期間首次生效的兩項新訂國際財務報告準則、多項國際財務報告準則的修訂本及兩項新的詮釋。其中，與本集團財務報表有關的發展如下：

- 國際財務報告準則第3號(於2008年修訂)，業務合併
- 國際會計準則第27號(修訂本)，合併及獨立財務報表

本集團並無應用在現行會計期間尚未生效的任何新準則或修訂。

由於以上經修訂的準則及修訂本與本集團已採納的政策一致，有關準則及修訂本並無對本集團的財務報表造成重大影響。

## (b) 計量基準

財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列(「呈列貨幣」)。除每股數據外，有關金額均湊整至最接近的千位數。

編製財務資料所採用的計量基準為歷史成本基準，惟被公允價值於損益入賬的金融資產則按公允值列報。

## (c) 合併基準

### (i) 附屬公司及非控股權益

附屬公司乃指受本集團控制的實體。控制乃指本集團有權支配一家實體的財務及經營政策，並藉此從其業務中取得利益。在評估控制存在與否時，須考慮目前可行使的潛在表決權。

於附屬公司的投資自控制開始日期起至控制終止日期於合併財務報表列賬。集團內公司間的結餘及交易以及集團內公司間交易所產生的任何未變現溢利，於編製合併財務報表時悉數對銷。集團內公司間交易所產生的未變現虧損按照未變現收益的相同方法予以對銷，惟僅限於沒有出現減值跡象的情況下。

非控股權益乃指非由本公司直接或間接應佔附屬公司的權益，且本集團並無與相關權益持有人另行訂立任何條款而導致本集團整體須根據其所佔權益承擔符合金融負債定義的合約責任。

非控股權益於合併資產負債表內的權益中呈列，惟與本公司股權持有人應佔的權益分開呈列。本集團業績的非控股權益被納入合併收益表和合併綜合收益表呈報，作為年內本公司的非控股權益及股權持有人就年度溢利或虧損總額及年度綜合收益總額的貢獻。

倘本集團於附屬公司的權益變動不會導致喪失控制權，則作為股權交易入賬，而於合併權益的控股權益及非控股權益將會被調整，以反映其權益轉變，惟不會調整商譽及確認收益或損失。

於本公司資產負債表內，投資於附屬公司按成本減去減值準備列示。

## (ii) 業務合併

收購會計法乃用於本集團收購附屬公司事項的入賬。根據收購會計法，附屬公司自控制權轉入本集團當日起全面合併入賬。收購成本按轉換日期當日所給予資產的公允價值、所發行股權工具及所產生或所承擔的負債計量。業務合併中所購入的可識別資產及所承擔的負債及或然負債，初步按收購當日的公允價值計量。與業務合併相關的交易成本乃於產生時支銷。

## 3. 營業額

本集團主要從事乳製品及營養品生產及銷售。營業額指向客戶供應的貨品的銷售價值。營業額不包括銷售稅及附加稅，並經扣除任何銷售折扣。

本集團的客戶基礎多元化，於本年度並無任何單一客戶的交易所帶來的收入佔本集團總收入的10%或以上。

#### 4. 報告分部

本集團按產品種類劃分管理業務，同本集團內部為分配資源和評定表現目的向高級管理層（即主要營運決策人）匯報的方式一致。本集團列出以下三個可呈報分部。下列的可呈報分部形成時，沒有合併各個分部的營運：

- 生產及銷售雅士利嬰幼兒配方奶粉產品：包括在中國開發、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。
- 生產及銷售施恩嬰幼兒配方奶粉產品：包括在中國開發、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。
- 生產及銷售營養品：包括在中國開發、製造及銷售成人及青少年奶粉、豆奶粉、米粉及麥片產品。

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，高級管理層會根據「可呈報分部溢利」的方法（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、其他收益或虧損淨額、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，原因是高級管理層隊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層匯報分部資產及負債，因此，財務報表內並未列出可呈報分部資產及負債的資料。

(a) 有關可呈報分部的資料

截至2010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	營養品 人民幣千元	其他 人民幣千元	合計 人民幣千元
來自外部客戶的收入	1,816,133	624,344	466,719	47,174	2,954,370
分部間收入	—	—	—	118,893	118,893
可呈報分部收入	<u>1,816,133</u>	<u>624,344</u>	<u>466,719</u>	<u>166,067</u>	<u>3,073,263</u>
可呈報分部溢利	<u>636,482</u>	<u>56,393</u>	<u>132,953</u>	<u>5,368</u>	<u>831,196</u>
分部折舊及攤銷	<u>25,462</u>	<u>20,691</u>	<u>7,032</u>	<u>2,474</u>	<u>55,659</u>

截至2009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	營養品 人民幣千元	其他 人民幣千元	合計 人民幣千元
來自外部客戶的收入	1,540,420	521,283	507,599	16,671	2,585,973
分部間收入	—	—	—	99,777	99,777
可呈報分部收入	<u>1,540,420</u>	<u>521,283</u>	<u>507,599</u>	<u>116,448</u>	<u>2,685,750</u>
可呈報分部溢利／(虧損)	<u>520,734</u>	<u>(11,550)</u>	<u>181,024</u>	<u>3,217</u>	<u>693,425</u>
分部折舊及攤銷	<u>23,571</u>	<u>20,890</u>	<u>6,985</u>	<u>2,216</u>	<u>53,662</u>

(b) 可呈報分部收入與損益的對賬

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
可呈報分部收入總額	3,073,263	2,685,750
對銷分部間收入	<u>(118,893)</u>	<u>(99,777)</u>
<b>營業額</b>	<b><u>2,954,370</u></b>	<b><u>2,585,973</u></b>
可呈報分部溢利	831,196	693,425
其他收入及其他收益／(虧損)淨額	60,649	34,834
未分配金額：		
銷售及經銷開支	(106,918)	(95,007)
行政開支	(182,823)	(129,078)
財務成本淨額	(1,115)	(18,666)
其他開支	<u>(11,536)</u>	<u>(14,221)</u>
<b>除稅前溢利</b>	<b><u>589,453</u></b>	<b><u>471,287</u></b>

(c) 地區資料

本集團的收入全部源自年內的內銷。截至2009年及2010年12月31日止年度均無錄得出口銷售記錄。本集團的高級行政管理人員定期審閱雅士利及施恩嬰幼兒配方奶粉產品所產生的收入的地區性分析，其中按本集團客戶不同所在地總結了各城市級別的收入。級別的劃分如下：

- 一線城市一般包括直轄市，由中國中央政府直接管轄的最高層級城市，及省會城市，包括但不限於北京、上海、南昌、重慶、石家莊及廣州。由於沒有官方分類，該等分類由本集團董事根據其知識及經驗釐定；
- 二線城市泛指中國行政區劃的地級市，於中國的行政架構中低於省高於縣，包括但不限於東莞、南陽、深圳、九江及佛山。由於沒有官方分類，該等分類由本集團董事根據其知識及經驗釐定；

- 三線城市泛指中國縣級行政區劃的縣級市，包括但不限於晉江、雲夢、亳州、  
 昆山及漯河。由於沒有官方分類，該等分類由本集團董事根據其知識及經驗釐  
 定。

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
<i>雅士利嬰幼兒配方奶粉產品</i>		
來自以下地區的收入		
— 一線城市	306,715	304,060
— 二線城市	1,005,652	865,763
— 三線城市及其他	<u>503,766</u>	<u>370,597</u>
合計	<u><u>1,816,133</u></u>	<u><u>1,540,420</u></u>
<i>施恩嬰幼兒配方奶粉產品</i>		
來自以下地區的收入		
— 一線城市	90,879	95,010
— 二線城市	465,895	379,077
— 三線城市及其他	<u>67,570</u>	<u>47,196</u>
合計	<u><u>624,344</u></u>	<u><u>521,283</u></u>

## 5. 除稅前溢利

除稅前溢利乃經扣除以下各項後得出：

### (a) 財務(收入)／成本

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
<b>財務收入</b>		
利息收入	(11,447)	(3,362)
匯兌收益淨額	(139)	—
交易性資產已實現及未實現的收益淨額	(255)	(23)
遠期合同未實現的收益淨額	(68)	—
小計	<u>(11,909)</u>	<u>(3,385)</u>
<b>財務成本</b>		
須於五年內全數償還的借款的利息開支	13,024	23,848
減：資本化利息開支	<u>—</u>	<u>(1,813)</u>
利息開支	13,024	22,035
匯兌虧損淨額	<u>—</u>	<u>16</u>
小計	<u>13,024</u>	<u>22,051</u>
財務成本淨額	<u>1,115</u>	<u>18,666</u>

### (b) 員工成本

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
薪金、工資及其他福利	181,280	156,611
界定供款退休計劃的供款	12,106	9,599
股權結算股份支付的開支	<u>4,536</u>	<u>2,853</u>
	<u>197,922</u>	<u>169,063</u>

員工成本包括董事及高級管理人員的酬金。

根據中國相關的勞動法律法規，本公司的中國附屬公司已參加由地方政府統籌的界定供款退休福利計劃（「該計劃」）。根據該計劃，本公司的中國附屬公司須按照合資格員工的薪金的一定百分比，為員工繳納該計劃的供款。地方政府機構負責向退休僱員支付所有養老金。本集團除按上文所述繳納的供款以外，不承擔支付退休金或其他退休後福利的責任。

(c) 其他項目

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
存貨成本 (i)	1,426,388	1,266,493
折舊：		
— 物業、廠房及設備 (i)	68,881	65,218
— 投資物業	1,271	301
攤銷：		
— 預付租金	2,485	2,810
— 無形資產	2,044	900
— 其他非流動資產	757	338
經營租賃費用		
— 租用廠房、機器及物業	12,074	13,772
核數師酬金		
— 審計服務	2,000	550
研發成本	1,445	950
出售廠房及設備的虧損／(收益)淨額	585	(128)
減值損失／(撥回)		
— 貿易應收款	1,170	168
— 其他應收款	(234)	(166)
銷售退回撥備增加	—	1,923
投資物業應收租金減去直接支出 (ii)	<u>(4,115)</u>	<u>(1,062)</u>

(i) 存貨成本包括截至2010年12月31日止年度的人民幣77,745,000元，乃與員工成本及折舊有關（2009年：人民幣77,577,000元），而上述金額亦計入在上文或附註5(b)另外披露的各項相應開支總額中。

(ii) 截至2010年12月31日止年度，投資物業的直接支出為人民幣91,000元（2009年：人民幣421,000元）。

## 6. 所得稅開支

(a) 合併綜合收益表內的所得稅開支為：

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
即期稅項 — 中國所得稅		
年度撥備	58,126	5,275
以往年度超額撥備	(15)	—
遞延稅項 — 中國所得稅	<u>28,201</u>	<u>63,599</u>
所得稅開支總額	<u><u>86,312</u></u>	<u><u>68,874</u></u>

(b) 稅項開支與按適用稅率計算的會計溢利的對賬：

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
除稅前溢利	<u>589,453</u>	<u>471,287</u>
按涉及(i)至(iii)的稅務管轄區的溢利適用的稅率 計算所得的除稅前溢利名義稅項	147,363	117,822
以往年度超額撥備	(15)	—
不可扣稅開支的影響	3,260	2,654
優惠稅率對即期應付稅項的影響(iii)	(64,666)	—
稅率差異的影響(iii)	(11,018)	(62,502)
未確認的暫時差額及稅項虧損的影響	1,181	10,900
動用以往年度未確認稅項虧損的影響	(1,218)	—
預提所得稅的影響(iv)	11,664	—
不徵稅收入的影響	<u>(239)</u>	<u>—</u>
所得稅開支	<u><u>86,312</u></u>	<u><u>68,874</u></u>

(i) 根據開曼群島及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。

(ii) 由於本集團在截至2009年及2010年12月31日止年度並無賺取須繳納香港利得稅的收入，因此沒有計提香港利得稅撥備。

- (iii) 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%。新稅法及其相關法規訂有過渡性質的稅務優惠待遇。

廣東雅士利集團有限公司(「廣東雅士利」)為生產型外商投資企業，可享受免徵全部所得稅兩年，其後三年減半徵收所得稅(「兩免三減半免稅期」)的優惠。廣東雅士利自2006年開始免稅期，該免稅期不受新稅法的限制。因此，廣東雅士利於2009年及2010年可按12.5%稅率徵稅，自2011年起則按25%稅率徵稅。

施恩(廣州)嬰幼兒營養品有限公司(「施恩(廣州)」)為在廣州經濟技術開發區成立的生產型外商投資企業，享有兩免三減半免稅期及15%的優惠稅率。根據新稅法及其相關法規，於2009年、2010年、2011年及2012年後的過渡所得稅稅率分別為20%、22%、24%及25%(「過渡稅率」)。

雅士利(鄭州)營養品有限公司(「雅士利(鄭州)」)為在鄭州經濟技術開發區成立的生產型外商投資企業，享有兩免三減半免稅期及15%的優惠稅率。雅士利(鄭州)的免稅期不受新稅法的限制，可享有上述的過渡稅率。雅士利(鄭州)已於2008年開始免稅期，並於2009年免徵所得稅，而於2010年、2011年、2012年及2013後的所得稅稅率則分別為11%、12%、12.5%及25%。

- (iv) 依據新稅法及其相關法規，中國居民企業就2008年1月1日起賺取的溢利向非中國居民企業投資者派發股息，須徵收10%預提所得稅。根據內地和香港避免雙重徵稅安排及其相關法規，合資格香港稅務居民如屬「實益擁有人」，並持有一家中國企業25%或以上的股權，則可適用扣減至5%的預提稅率。按此基準，本集團已就中國附屬公司產生的可供分派溢利作出預提所得稅撥備。

## 7. 本公司股權持有人應佔溢利

本公司股權持有人應佔溢利包括一項於本公司財務報表記錄的虧損人民幣3,975,000元。

## 8. 每股盈利

### (a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃按本公司股權持有人應佔溢利人民幣502,354,000元(2009年：人民幣404,665,000元)及年內已發行的3,021,928,767普通股(2009年：2,926,000,000)的加權平均數計算如下：

普通股的加權平均數

	2010 股份數目	2009 股份數目
於註冊成立時發行的股份	1	1
於重組時發行的股份	99,999	99,999
資本化發行	2,925,900,000	2,925,900,000
透過股份發售發行股份的影響	<u>95,928,767</u>	<u>—</u>
於年內的普通股加權平均數	<u><u>3,021,928,767</u></u>	<u><u>2,926,000,000</u></u>

於截至2009年12月31日止已發行股份的加權平均數為在股份於聯交所上市前已發行的2,926,000,000股，猶如該等股份於2009年已發行。

### (b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃按本公司股權持有人應佔溢利人民幣502,354,000元(2009年：人民幣404,665,000元)及3,093,138,808普通股(2009年：2,982,897,338)的加權平均數(攤薄)計算如下：

普通股的加權平均數

	2010 股份數目	2009 股份數目
於年內攤薄前的普通股的加權平均數	3,021,928,767	2,926,000,000
被視作根據本公司的購股權計劃以零代價發行股份的影響	<u>71,210,041</u>	<u>56,897,338</u>
於年內攤薄後的普通股的加權平均數	<u><u>3,093,138,808</u></u>	<u><u>2,982,897,338</u></u>

## 9. 股息

應付及建議派發本公司股權持有人本年度股息如下：

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
於結算日後擬派末期股息每股 普通股人民幣0.07元(2009年：無)	<u>246,324</u>	<u>—</u>

於年結日後擬派末期股息並未在年結日確認為負債。

## 10. 貿易應收款及應收票據

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
應收票據	1,703	887
貿易應收款	192,172	79,489
減：呆賬備抵	<u>(1,563)</u>	<u>(1,317)</u>
	<u>192,312</u>	<u>79,059</u>

貿易應收款及應收票據(扣除備抵後)按到期日的賬齡分析如下：

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
即期	<u>186,600</u>	<u>67,338</u>
逾期不足3個月	4,115	3,231
逾期超過3個月但不足6個月	174	138
逾期超過6個月但不足12個月	244	1,231
逾期超過12個月但不足24個月	<u>1,179</u>	<u>7,121</u>
	<u>5,712</u>	<u>11,721</u>
	<u>192,312</u>	<u>79,059</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有良好交易紀錄的經銷商客戶提出

介乎10至90日的臨時信貸。在推廣某些產品時，本集團會向信譽良好的經銷商提供特別信貸。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。

於年內，呆賬備抵的變動如下：

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
於1月1日	1,317	4,905
已確認減值損失	1,170	168
撇銷	<u>(924)</u>	<u>(3,756)</u>
於12月31日	<u><u>1,563</u></u>	<u><u>1,317</u></u>

## 11. 貿易及其他應付款

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
貿易應付款 (i)	231,421	265,836
應付票據 (ii)	11,124	8,988
客戶預付款	71,651	154,561
應計薪金	37,936	26,360
其他應付稅項	38,870	62,961
地方政府借款 (iii)	30,000	50,000
客戶的有抵押保證金	30,205	27,115
其他應付款及應計費用 (iv)	<u>48,741</u>	<u>47,421</u>
	<u><u>499,948</u></u>	<u><u>643,242</u></u>

(i) 供應商授出的信貸期介乎30日至90日不等。貿易應付款按到期日的賬齡分析如下：

	2010 人民幣千元	2009 人民幣千元
一個月內或按要求	66,940	86,704
一個月後但三個月內	147,153	150,878
三個月後但六個月內	<u>17,328</u>	<u>28,254</u>
	<u><u>231,421</u></u>	<u><u>265,836</u></u>

- (ii) 於2009年及2010年12月31日，應付票據以銀行的已質押存款作為抵押。
- (iii) 於2010年12月31日，來自應縣人民政府的人民幣30,000,000元借款(2009年：人民幣30,000,000元)，按固定年利率5.76%計息，並以山西雅士利乳業有限公司(「山西雅士利」)的廠房及機器作抵押，於2010年12月31日該等借款並無固定還款期。
- 於2009年12月31日，餘下借款人民幣20,000,000元乃來自潮安縣人民政府，為免息借款，並無須任何擔保或抵押。該借款已於2010年償還。
- (iv) 其他應付款及應計費用主要包括收購非流動資產及其他應計開支的應付款。

## 管理層討論與分析

### 嬰幼兒奶粉行業回顧

2010年，中國經濟在調整中得以穩步增長，城鄉居民收入普遍呈現一定增長，中國的消費市場具有極大的廣度和深度，消費拉動經濟效益越來越明顯。同時，人民幣升值也增強了居民對商品的消費購買力。這都為中國乳製品企業提供了前所未有的市場機遇。此外，中國政府也出臺了相關政策，對乳製品行業進行了整頓和規範，以切實保證產品的質量安全，維護消費者的切身利益，促進中國乳製品行業健康發展。

嬰幼兒配方奶粉是母乳的主要替代品，屬於一類為支持嬰兒充分成長而製造的食品。中國是全球人口最多的國家，並擁有全球嬰幼兒配方奶粉增長最迅猛的市場之一。中國雙薪家庭的數目上升加上嬰幼兒配方奶粉產品提供的便利及完備營養優勢，使中國婦女日益接納嬰幼兒配方奶粉作為喂哺嬰兒的母乳替代品。

本集團為中國嬰幼兒配方奶粉行業的領導企業，在中國的豆奶粉市場亦屬領導地位。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、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、生產和經銷鏈等各方面，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產品。

## 公司基本情況簡介

本集團於1983年成立，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。本集團總部位於廣東潮州市，在廣東、山西、黑龍江等地擁有工廠。

本集團有兩大廣受認同的品牌生產、營銷及銷售旗下的產品系列，針對不同消費群體，其中雅士利主要面向中端及中高端消費群體，而施恩則面向高端消費者。本集團亦出售四種營養食品，即雅士利品牌豆奶粉、嬰幼兒米粉和正味品牌麥片，以及優怡品牌的成人及青少年奶粉。

本集團於2010年10月20日起在香港公開招股並在2010年11月1日在香港聯交所主板正式掛牌上市。本集團招股總數6.44億股，當中5.74億股為新股，招股價定為每股4.2港元，集資總額為24.108億港元。

本集團在香港成功上市，使本集團完成了從生產企業到上市公司的轉變、從間接融資到直接融資的轉變，實現了本集團品牌國際化，標誌著本集團從此登上國際資本市場舞臺。

## 業務摘要

本集團憑藉廣受認同的雅士利、施恩、正味及優怡等品牌的產品系列，致力於開發值得用戶信賴的營養產品，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、頂級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。

本集團於2010年度之銷售收入取得強勁增長，實現銷售收入人民幣2,954.4百萬元，較去年增加14.2%。歸屬於上市公司股東的淨利潤為人民幣502.4百萬元，較2009年度亦大幅增長了24.1%。

### 1. 分產品介紹

- 嬰幼兒配方奶粉產品

本集團開發的嬰幼兒配方奶粉產品主要滿足嬰幼兒日常哺餵的健康營養需求。本集團的嬰幼兒配方奶粉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來自新西蘭及澳洲採購的優質進口原料奶粉，本集團部分施恩系列嬰幼兒配方奶粉產品亦自美國原裝進口。本集團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。本集團施恩品牌及雅士利旗下子品牌安貝慧的嬰幼兒配方奶粉系列產品，具備優質營養元素，針對高端市場消費者。本集團核心品牌雅士利金裝主要針對中高端消費群，本集團雅士利旗下子品牌能慧主要針對中端消費群。

- **營養食品**

本集團亦出售四種營養食物產品，即優怡品牌的成人及青少年奶粉、雅士利品牌的豆奶粉、米粉、麥片及正味麥片系列。

本集團生產銷售專為具有特殊需要的消費者而設的不同營養組合奶粉產品，例如需要補充鐵質及鈣質的成人奶粉，以及適合一般人士的添加維生素及礦物質產品。

本集團的豆奶粉系列包括六項產品，營養配方因需而制，既適合特定消費群，例如中老年及成年女士，亦適合尋求健康營養產品消費群。

本集團米粉系列包括不同配方多種口味的營養品，可供6至36個月的嬰幼兒成長所需。

本集團的麥片產品包括燕麥片及混合型麥片，以迎合特殊成人及一般消費者的需要。

## 2. 銷售策略及版圖

- **本集團具備完整高效的全國銷售與分銷網絡**

本集團通過全面的全國銷售與分銷網絡進行產品銷售，該銷售與分銷網絡覆蓋了中國大陸所有地區。該網絡由約1,300家一級經銷商構成，這些經銷商進一步直接或間接將本集團的產品分銷予超過90,000家零售點，包括超級市場、百貨公司、專賣店及大型會員連鎖超市以及雜貨店。本集團廣闊的分銷網絡由超過2,000人組成的營銷人員，290個聯絡點與派駐在超過20,000個中大型零售點的超過28,000人的零售

點導購人員支持。本集團雄厚的分銷能力使本集團在全國各級市場都有較高的滲透率，特別是在二三線城市、甚至縣、鄉鎮地區的市場取得更高的滲透率。鑒於預期二三線城市的嬰幼兒配方奶粉市場將會按遠超一線城市的幅度增長，本集團認為本集團在二三線城市的普及率使本集團與跨國品牌競爭對手相比具有競爭優勢。

本集團實施了嚴格的銷售管理體系和高效的獎勵架構，不斷吸納優秀的經銷商和人員，以調動他們的積極性，去提升本集團的收益和市場份額。本集團嚴格的分銷網絡控制體系確保所有經分銷商按照本集團的分銷政策及銷售策略在其劃定經銷區域對銷售與客戶脈絡進行管理。本集團高效的產品追蹤系統是在各個包裝的內外部印上獨有的二維產品編碼，使產品的質量信息具備可追溯性，本集團亦可根據此編碼準確地追蹤每件成品的詳情和變動並成功的防止經銷商竄貨。本集團在長期的營運歷史中，憑藉高效的銷售管理及出色的銷售及營銷網絡，已發展出穩定的經銷商網絡，彼此合作無間。本集團經銷商中約31%與本集團已建立五年以上的業務關係，一些經銷商與本集團甚至已建立20年以上的合作關係。在對廣泛的銷售與分銷網絡進行管理方面，本集團有著豐富經驗，這使本集團能夠成功滲透二三線城市並確立市場的領先地位。本集團相信，同時具備廣度和深度的銷售及營銷體系及對經銷商多重支持的策略，使本集團可快速擴闊銷售版圖，高效地向消費者提供優質產品和服務。

- *擴大並鞏固銷售和營銷渠道*

隨著中國經濟快速發展、可支配收入上升、中國巨大的人口基礎及穩定的出生率，本集團相信擴張的銷售及營銷網絡將使本集團有能力把握國內市場的重要增長契機。在產品方面，本集團的目標是提升在二三線城市以及鄉鎮的零售市場的滲透，此等層級的地方經濟增長將會受惠於政府的利好政策。本集團瞄準除一線城市以外的市場，藉以在跨國品牌相對較弱勢的地方建立領導地位，本集團還將持續加大一線城市零售點的銷售與營銷力度，以此提升全國性品牌價值。對於施恩品牌下的高端產品，本集團則計劃更多地側重於一二線城市，當地消費者普遍具有較強的購買力並對高端嬰幼兒營養產品的重要性有較佳認識。

為進一步擴大分銷網絡，本集團計劃增加合乎資格一級經銷商及零售點的數目，以擴大銷售版圖。本集團計劃通過減少二級經銷商數目，加強對銷售渠道的直接控制，改善對經銷商的管理及提高成本效益，藉以優化分銷網絡。除現有銷售渠道外，本集團亦將拓展各類新型的銷售渠道，如電話營銷或網上銷售，使本集團銷售渠道多元化，不斷滿足各類消費群體的需求和偏好。本集團將善用產品開發專長和優質進口原奶粉，去開拓能吸引較高端客戶群的高端營養產品。此外，通過對各類消費群體的消費需求及消費能力不斷進行分析研究，本集團亦將繼續開發不同類型的產品，滿足多類消費群體的需要和喜好。

- 銷售團隊

本集團的管理層團隊經驗豐富、全心奉獻於嬰幼兒營養事業，形成了獨特的企業文化。

本集團的共同創辦人兼董事會主席張利鈿先生以及本集團的共同創辦人兼廣東雅士利董事長張利坤先生，擁有超過25年食品行業經驗、超過15年營養及乳製品行業經驗和超過10年嬰幼兒營養及乳製品行業經驗。此外，張利鈿先生在中國乳製品工業協會歷任多項要職。本集團認為張利鈿先生和張利坤先生在對市場的深度瞭解、企業管理以及執行能力方面展現出令人信服的業績記錄。

本集團認為本集團專注於嬰幼兒配方奶粉使本集團有別於許多主要競爭對手，他們業務範圍比較寬廣，其嬰幼兒配方奶粉產品通常在他們全部產品及銷售中佔相對小的份額。此外，董事及高級管理層在灌輸及確立獨特清晰的企業文化方面扮演主要角色，以提高責任感、爭取成就及創新，從而支持始終如一的優質產品。本集團提供具競爭力的薪酬，並制定培訓和職業發展計劃，這有助本集團持續吸引具備國內外背景的高技術和經驗豐富的管理人員加盟、驅動他們努力工作並留效本集團。

此外，在本集團管理層帶領下及本集團財務投資者凱雷及復星的大力支持下，本集團已經制定出一套公司治理方針及運營標準，涵蓋了國際最佳慣例的所有主要元素。本集團的董事、高級管理層及主要投資者的遠見及深入的行業知識使得本集團能夠制訂出色的業務策略、更好地評估及管理風險、適時預期消費者偏好的變動並

作出應對，並給予本集團策略性的定位，以掌握重大市場機遇。本集團認為本集團管理層團隊擁有強大的領導力、敬業精神以及專業資格，可以確保本集團業務持續發展，帶動未來業務增長。

### 3. 品質監控

產品的高質量和安全性對本集團的增長十分重要。於2010年，本集團已推行兩項措施：

- (i) 自2010年6月底開始，本集團嬰幼兒配方奶粉已採用百分之一百進口優質奶源(主要是新西蘭)，以生產本集團的嬰幼兒配方奶粉產品。本集團相信此措施能令本集團有別於其他國內奶粉生產商。
- (ii) 於2010年8月，本集團率先成立由來自世界各地的專家組成的食品質量安全委員會，向董事會直接彙報。委員會引進業內最佳運作模式、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信息及評估本集團之質量控制系統，以確保本集團質量安全管理體系與國際一流水平保持一致，委員會亦可隨時就本集團的質量安全體系進行獨立調查。

本集團計劃就現有生產設施進行升級，以達到美國的嬰幼兒配方奶粉生產線準則。本集團亦計劃通過建立垂直整合的生產設施在海外拓展上游業務，本集團相信因而可較佳地控制原奶粉的供應及質量。

### 4. 品牌建設

品牌知名度對維持本集團增長十分重要。本集團的目標是通過將本集團的品牌與優質及安全掛鉤，提高本集團品牌的認知及接受程度，及加強品牌忠誠度。年內，本集團持續加強了線上及線下的品牌宣傳整合以提高宣傳效益。

於2010年，本集團在全國性主要電視台以及地方電視台網絡播出廣告，並邀請明星出任品牌代言人。本集團推出了廣告及新包裝，宣傳高質和百分百進口原奶粉。本集團於印刷媒體投放資源加強品牌形象。本集團亦贊助慈善公益團體，以向公眾推廣具社會責任感的品牌形象。

借助互聯網的影響力，本集團已在知名網站及育嬰論壇發佈廣告及進行宣傳活動，以進一步接觸更多的年輕父母，例如：

雅士利品牌方面，本集團已建立一個免費入會的忠誠計劃，名為「愛嬰家園會員計劃」。計劃提供客戶服務熱線、網上消費者小區，及刊物贈送。本集團的客戶服務熱線提供嬰兒護理專家的諮詢服務，而本集團的網上消費者小區為客戶提供平台分享經驗及提供產品反饋。

## 5. 產品研發

- 研發團隊和合作機構

於2010年，本集團與新西蘭梅西大學合作研發嬰幼兒配方、技術及功能性原材料。本集團亦與中國農業大學訂立合作安排，以研發高蛋白質的中老年配方奶粉。

本集團計劃新建一座配備新型實驗室設備與設施的食品研發中心，集中本集團的研發工作，該研發中心將致力研發嬰幼兒配方奶粉，豆製品及其他營養食品。

- 新產品開發

本集團著重產品創新，不斷投資研發營養成分接近母乳的產品和配方，本集團投資於開發豆製品其他產品和其他中老年產品。

## 6. 業務展望

- 政策影響

2010年末以來，中國政府監管機構對於嬰幼兒奶粉市場先後出台一系列的政策制度，客觀上淘汰了一些不規範的小企業，競爭品牌數量將集中在大型的乳品企業中，這是國家堅持現代化產業體系的一個必然結果。

嬰幼兒奶粉是高科技高標準的生產製造性行業，中國政府監管機構對行業嚴格的執法監督，使得整個行業經營秩序和質量品控更加安全保障。嬰幼兒奶粉行業不再會因為個別不規範小企業而影響整個行業的信譽，行業生產及競爭環境將更加規範，本集團在新的國家產業政策下，繼續堅持採集優質的奶源，加之嚴格奶源管理；採用國際先進生產設備進行生產；吸納優秀管理人才；嚴格的過程品質管理，嚴謹檢測制度和先進完善的檢測設備；採用全面合理的營養安全配方進行生產；保證從奶源到生產、檢測到流通的整個供應鏈科學的管理，保證產品的日期新鮮度。本集團有信心隨時接受第三方不定期的抽查，本著品質是一切的根本，製造高品質的奶粉回饋消費者。加之本集團自身的高度自律，本集團必將在這種行業政策中闊步向前。

- 行業趨勢

據相關機構預測，大型國內品牌已經佔據了五成以上市場份額，未來3-5年中國嬰幼兒乳品市場將保持年均15%成長，加之中國GDP的飛速增長，人均可支配收入的增加，高端市場的需求日益明顯，高端嬰幼兒奶粉成長率高於整體品類成長水平，高端系列產品成為企業利潤及品牌形象的重要增長點。

中國在未來的3-5年將迎來第四次生育高峰，隨著我國工業化、城市化進程的加快，城市市場逐漸成為勞動力資源的配置機制，大規模的城市間人口流動日益明顯。特別是中國4萬多個鄉鎮中的中國寶貝基本依靠本集團等大型國內品牌奶粉企業承擔起餵養責任。

2010年中國網絡購物規模達到7,230億，預計至2014年，網絡購物的增幅高達220%。其中，二三線城市的消費者在網購的增幅更大於一級城市。本集團將憑藉網絡的強大覆蓋優勢，增設網絡電子商務團隊，讓更多的二三四線城市的年輕消費者同樣可以參與任何產品的在線活動。

在未來的嬰幼兒奶粉銷售市場中，國際性連鎖賣場的壟斷優勢不再明顯，母嬰店已經成為嬰幼兒奶粉銷售的重要零售終端，受一二線城市連鎖影響，二三線城鎮的母嬰門店開發數量增長更加迅猛，這將給予本集團更廣寬的銷售平台。

- 公司策略

本集團認為品牌的競爭就是品質的管理力和品牌力的綜合競爭。

注重產品的質量和安全性，努力成為生產嬰幼兒配方奶粉最卓越的公司是本集團的終極目標。為此，本集團堅持採用進口優質乳品材料的政策，使本集團成為區別於一般國內採購所有或大部分乳品材料的其他中國嬰幼兒配方奶粉生產商；本集團堅持每個產品從奶源到成品的品質管理要嚴格按照以下五項原則進行生產管理：

第一、採集優質奶源，加之嚴格奶源管理；

第二、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；

第三、嚴格的過程品質管理，嚴謹檢測制度和先進完善的檢測設備；

第四、嚴格保證從奶源到生產、檢測到流通的整個供應鏈科學的管理；

第五、持續吸納優秀人才進行高效生產管理。

加上政府不定期的抽查，確保每個銷售出去的產品都安全合格並具有可追溯性，每個產品都令消費者放心購買。

創造更多的好產品建立專業的品牌形象也是本集團致力的工作重點。搭建完整的產品結構，滿足各類細分市場消費者的需求。在堅持推動中高端產品基礎上，不斷推出超高端及高端產品的上市，同時加大中端平價產品在鄉鎮市場的滲透；同時建立專業團隊服務於流通產品的渠道擴張，確保流通產品快速滲透；在提升市場佔有率的同時，增強本集團整體獲利能力。

與此同時，本集團將建立專業團隊，針對性地開發專業性產品，致力母嬰渠道及電子商務的開發。在保持三四線市場的優勢同時，加大一二線城市國際型賣場維護，積極採用包括網絡營銷等營銷新手法，掌握消費者新的消費購買習慣。

選用形象健康的明星為品牌代言，強化品牌形象的親和力，引進專業的策劃團隊執行品牌的整合營銷傳播，制定、優化品牌傳播計劃，將廣告、促銷、事件營銷、包裝等元素整合，以提高品牌傳播的綜效，以深刻強化目標消費群關於品牌的信息或印象，通過這些手段及策略向消費者傳達同樣的品牌信息，從而累積品牌資產，提升品牌美譽度。

## 我們的財務業績

本集團之主要業績及業績比率載列如下：

截至12月31日止年度	2010	2009	變動
(除特別列明外，所有金額以人民幣百萬元列示)			
<b>主要業績</b>			
營業額	<b>2,954.4</b>	2,586.0	+14.2%
毛利	<b>1,681.7</b>	1,490.4	+12.8%
經營溢利	<b>590.6</b>	490.0	+20.5%
本公司股權持有人應佔溢利	<b>502.4</b>	404.7	+24.1%
經營現金流量淨額(附註1)	<b>313.0</b>	(105.5)	不適用
每股基本盈利(人民幣)(附註2)	<b>0.17</b>	0.14	+21.4%
每股攤薄盈利(人民幣)(附註3)	<b>0.16</b>	0.14	+14.3%
每股資產淨值(人民幣)	<b>1.07</b>	0.44	+143.2%
<b>主要業績比率</b>			
<b>盈利比率</b>			
毛利率	<b>56.9%</b>	57.6%	
經營溢利率	<b>20.0%</b>	18.9%	
純利率	<b>17.0%</b>	15.6%	
股權持有人應佔溢利率	<b>17.0%</b>	15.6%	
淨資產回報率	<b>13.5%</b>	31.2%	
總資產回報率	<b>11.2%</b>	18.1%	
<b>資產比率</b>			
流動比率(附註4)	<b>5.0</b>	1.4	
存貨周轉天數(附註5)	<b>112天</b>	97天	
貿易應收款周轉天數(附註6)	<b>24天</b>	11天	
貿易應付款周轉天數(附註7)	<b>70天</b>	92天	
負債對權益比率(附註8)	<b>20.1%</b>	72.3%	
資產負債比率(附註9)	<b>3.5%</b>	10.3%	

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攤薄前已發行普通股之加權平均數。
3. 年內本公司股權持有人應佔溢利除以年內攤薄後已發行普通股之加權平均數。
4. 年末流動資產總額除以年末流動負債總額。
5. 年末存貨結餘除以年內銷售成本，再乘以365天。
6. 年末貿易應收款及年末應收票據結餘除以年內營業額，再乘以365天。
7. 年末貿易應付款及年末應付票據結餘除以年內銷售成本，再乘以365天。
8. 年末負債總額除以年末本公司股權持有人應佔股權總額。
9. 年末計息銀行貸款總額除以年末資產總額。

## 營業額

本集團於2010年度之收入為人民幣2,954.4百萬元，較去年增加14.2%。

### 按品牌及產品類別劃分之收入

	2010		2009		變動
	人民幣百萬元	%	人民幣百萬元	%	
雅士利嬰幼兒配方奶粉	<b>1,816.1</b>	<b>61.5</b>	1,540.4	59.6	+17.9%
施恩嬰幼兒配方奶粉	<b>624.3</b>	<b>21.1</b>	521.3	20.2	+19.8%
營養食品	<b>466.7</b>	<b>15.8</b>	507.6	19.6	-8.1%
其他	<b>47.3</b>	<b>1.6</b>	16.7	0.6	+183.2%
總計	<b><u>2,954.4</u></b>	<b><u>100.0</u></b>	<b><u>2,586.0</u></b>	<b><u>100.0</u></b>	<b><u>+14.2%</u></b>

雅士利嬰幼兒配方奶粉產品的收入自2009年的人民幣1,540.4百萬元增加17.9%至2010年的人民幣1,816.1百萬元。主要由於產品銷售價格提升及產品結構優化。

施恩嬰幼兒配方奶粉的收入自2009年的人民幣521.3百萬元增加19.8%至2010年的人民幣624.3百萬元。主要由於產品銷售價格提升、銷量增加及產品結構優化。

營養食品的收入由2009年人民幣507.6百萬元減少至2010年人民幣466.7百萬元。主要由於豆奶粉的銷售價格提升導致銷量下降。

其他產品的收入由2009年人民幣16.7百萬元增加至2010年人民幣47.3百萬元，主要由於剩餘原材料銷售增加。

### 按銷售渠道劃分之收入百分比

	2010	2009	變動
批發予經銷商	<b>98.4%</b>	99.1%	-0.7%
零售店直銷	<b>1.6%</b>	0.9%	+0.7%
	<b><u>100.0%</u></b>	<b><u>100.0%</u></b>	<b><u>0.0%</u></b>

## 按地理位置劃分之收入百分比

### — 雅士利嬰幼兒配方奶粉及營養食品：

	2010	2009	變動
華東 <sup>(1)</sup>	36.8 %	36.8 %	0.0 %
華南 <sup>(2)</sup>	34.8 %	33.6 %	+1.2 %
華北 <sup>(3)</sup>	14.0 %	14.9 %	-0.9 %
華西 <sup>(4)</sup>	<u>14.4 %</u>	<u>14.7 %</u>	<u>-0.3 %</u>
總計	<u><u>100.0 %</u></u>	<u><u>100.0 %</u></u>	<u><u>0.0 %</u></u>

(1) 包括山東、江蘇、河南、安徽、湖北、浙江及上海。

(2) 包括福建、海南、廣東、廣西、貴州、湖南及江西。

(3) 包括北京、天津、河北、吉林、遼寧、黑龍江、山西及內蒙古。

(4) 包括四川、陝西、甘肅、青海、雲南、新疆、重慶、寧夏及西藏。

### — 施恩嬰幼兒配方奶粉產品：

	2010	2009	變動
華東 <sup>(1)</sup>	27.9 %	28.9 %	-1.0 %
華南 <sup>(2)</sup>	30.5 %	28.5 %	+2.0 %
華北 <sup>(3)</sup>	22.6 %	22.4 %	+0.2 %
華西 <sup>(4)</sup>	<u>19.0 %</u>	<u>20.2 %</u>	<u>-1.2 %</u>
總計	<u><u>100.0 %</u></u>	<u><u>100.0 %</u></u>	<u><u>0.0 %</u></u>

(1) 包括湖南、湖北、安徽、浙江、江蘇及上海。

(2) 包括廣東、福建、海南及江西。

(3) 包括山東、河南、河北、遼寧、黑龍江、吉林、北京及天津。

(4) 包括廣西、貴州、雲南、陝西、山西、四川、甘肅、新疆及重慶。

## 按城市級別劃分之收入百分比

### 一 雅士利嬰幼兒配方奶粉：

	2010	2009	變動
一線城市 <sup>(1)</sup>	16.9 %	19.7 %	-2.8 %
二線城市 <sup>(2)</sup>	55.4 %	56.2 %	-0.8 %
三線城市及其他 <sup>(3)</sup>	<u>27.7 %</u>	<u>24.1 %</u>	<u>+3.6 %</u>
總計	<u>100.0 %</u>	<u>100.0 %</u>	<u>0.0 %</u>

(1) 包括北京、上海、南昌、重慶、石家莊及廣州。

(2) 包括東莞、南陽、九江、深圳及佛山。

(3) 包括晉江、雲夢、亳州、昆山及漯河。

### 一 施恩嬰幼兒配方奶粉：

	2010	2009	變動
一線城市 <sup>(1)</sup>	14.6 %	18.2 %	-3.6 %
二線城市 <sup>(2)</sup>	74.6 %	72.7 %	+1.9 %
三線城市及其他 <sup>(3)</sup>	<u>10.8 %</u>	<u>9.1 %</u>	<u>+1.7 %</u>
總計	<u>100.0 %</u>	<u>100.0 %</u>	<u>0.0 %</u>

(1) 包括北京、上海、南昌、重慶、石家莊及廣州。

(2) 包括東莞、南陽、九江、深圳及佛山。

(3) 包括晉江、雲夢、亳州、昆山及漯河。

## 銷售成本及毛利

本集團於2010年度之銷售成本為人民幣1,272.6百萬元，較去年增加16.2%。

本集團2010年度的毛利為人民幣1,681.7百萬元，較2009年增加12.8%。本集團2010年度的毛利率為56.9%，較2009年下降0.7個百分點。

毛利金額增加主要由於銷售增長及產品結構優化。儘管成本上升，但由於我們繼續努力優化產品價格及結構和提高效率，毛利率基本維持在2009水平。

## 其他收入

其他收入為人民幣61.2百萬，較去年增加76.4%。

其他收入主要包括政府補助、補償收入、撇銷的應付貿易款項、租金收入、增值稅費用豁免及其他。增加主要由於本年度獲豁免以前年度發生的增值稅費用達人民幣22.8百萬元(2009年：無)。

### 銷售及經銷開支

本集團的銷售及經銷開支為人民幣957.5百萬元，較去年增加7.3%。銷售及經銷開支佔本集團收入32.4%(2009年：34.5%)。溫和的增長主要由於銷售增長及效率持續提升。

銷售及經銷開支主要包括廣告費、宣傳費、交通費、銷售人員薪金及相關福利和其他相關費用。

### 行政開支

本集團的行政開支達人民幣182.8百萬元，較去年增加41.6%。行政開支佔本集團收入6.2%(2009年：5.0%)。

行政開支主要包括行政及管理員工的薪金及福利、折舊及攤銷費用、交通及交際費用、核數費用、研發開支、應收呆賬撥備、辦公室租金費用以及其他相關費用。

增加的主要原因是加強管理層導致的員工成本增加和本年度上市費用的發生。

### 財務收入

本集團財務收入達人民幣11.9百萬元，較去年增加251.8%。財務收入主要包括銀行利息收入。增加的主要原因是經營性現金流改善和來自上市所得款項產生的利息收入。

### 財務成本

本集團財務成本為人民幣13.0百萬元，較去年減少40.9%。財務成本主要包括銀行借款利息開支。

減少的主要原因是由於本集團未償還銀行借款的加權平均結餘減少。

### 所得稅開支

本集團的所得稅開支為人民幣86.3百萬元，實際有效稅率為14.6%，大致維持在去年水平。

## 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502.4百萬元，較去年增加24.1%。股權持有人應佔之溢利率為17.0%，較去年增加1.4個百分點。該增加主要由於銷售增長及效率持續提升。

## 呆帳撥備

於2010年12月31日，本集團的呆賬撥備為人民幣1.6百萬元(2009年：人民幣1.3百萬元)。該等撥備是與拖欠付款的客戶有關的個別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2010年12月31日，本集團存貨減值撥備結餘為人民幣0.7百萬元(2009年：人民幣30.6百萬元)。此外，本集團亦錄得存貨報廢虧損人民幣8.0百萬元(2009年：人民幣9.5百萬元)，主要由於一般盤點損失、報廢已因潮濕而損壞或已變質的存貨以及處置不適用的包裝物料。

## 已抵押資產

於2010年12月31日，本集團已抵押賬面值為人民幣108.6百萬元(2009年：人民幣195.5百萬元)的物業、廠房及設備、賬面值為人民幣70.1百萬元(2009年：人民幣43.1百萬元)的投資物業、賬面值為人民幣38.4百萬元(2009年：人民幣42.3百萬元)的預付租金及賬面值為人民幣32.9百萬元(2009年：人民幣9.0百萬元)的銀行存款，以獲得本集團若干銀行借款及服務。除此之外，由於一些未決訴訟，而被中國法院凍結的銀行存款為賬面值人民幣9.4百萬元(2009年：人民幣10.7百萬元)。

## 本集團流動資金及資本資源

由於成功在香港上市，本集團流動資金得到加強。由上市收取的款項淨額為人民幣1,981.5百萬元。

## 經營活動

於2010年，我們的業務帶來人民幣313.0百萬元現金，去年則為淨現金支出人民幣105.5百萬元。強勁的現金流入主要由於本集團大部分銷售是取得預付款及與營運資金流量回復正常所致。

由於中國2010年下半年的宏觀經濟政策，我們的貿易應收款周轉天數及貿易應付款周轉天數略受影響。我們預計情況在未來一年將有所改善。

### 投資活動

於2010年，投資活動所用現金淨額為人民幣51.0百萬元，主要包括物業、廠房及設備的資本開支。

### 融資活動

於2010年，融資活動產生的現金淨額為人民幣1,840.4百萬元，主要反映收取上市所得款項人民幣1,965.8百萬元(已扣除轉換部分上市所得款項所產生的匯兌損失)、貸款及借款所得款項人民幣173.1百萬元，釋放有關銀行貸款的受限制銀行存款人民幣90.2百萬元，支付收購非控股權益人民幣30.7百萬元，償還銀行貸款人民幣345.2百萬元及支付利息費用人民幣12.9百萬元。

### 貸款及借款

於2010年12月31日，本集團銀行的貸款為人民幣158.4百萬元(2009年：人民幣230.0百萬元)需於一年內按要求償還。

本集團每年與董事會審閱資本結構，包括本集團股息政策以及股份購回活動。本集團於2010年並無購回任何股份。

### 上市所得款項用途

本公司的股份於2010年11月1日在聯交所上市。於2010年12月31日，上市所得款項淨額的全數人民幣1,981.5百萬元。擬定的用途詳列如下：

- 擴大嬰幼兒配方奶粉及營養食品之產能，包括於廣東省潮州興建新生產廠房，復建河南省鄭州的生產廠房，以及對於廣東省潮州現有的生產設施進行升級；
- 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；
- 於隨後三年透過增加於主要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，進一步提升本集團現有品牌的實力及推廣本集團新的子品牌的知名度；

- 提高本集團的研發能力，包括在廣東省汕頭建立新的食品研究院，及採購尖端技術及實驗室設備，並聘請額外的專業工程師、營養師專家及研究人員，以及資助中國主要的大學、生物科技公司及知名的第三方研究所的研究計劃；
- 開發及推銷現有產品及新產品（包括進口嬰幼兒配方奶粉產品、中老年配方奶粉及其他營養產品），以及不斷擴充及優化經銷網絡為下列項目提供資金：(i)維持及優化經銷網絡；(ii)增加銷售渠道的滲入及擴大地理版圖；(iii)將本集團的及經銷商的存貨及銷售管理系統整合；及(iv)於隨後三年增加銷售人員及現場導購人員；及
- 營運資金及一般企業用途。

從2010年11月1日（上市日）至2010年12月31日期間，本公司已開始為擬定的用途籌備相關工作。我們估計我們快將開始使用約人民幣200百萬元在河南鄭州的生產廠房。

## 管理體系

### 1. 總體情況

2010年本集團各部門認真貫徹執行集團關於全面提升管理能力的精神，優化業務結構，提高經濟效益，實現集團內部管理持續健康發展。具體措施包括：提高認識，增強員工「主人翁」意識，自覺維護集團信譽和品牌，加強了集團發展的基礎性保障；明確模式，繼續推進集團ERP體系建設和實施，強化各項基礎管理；精心部署，創新經營，實現了業務規模的較快增長；調整結構，統一步調，促進了各部門協調發展，形成合力；夯實基礎，提升集團對各部門及子公司的管控能力；加強支撐，營造了更加良好的發展氛圍。

### 2. 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、機構保持良好的溝通關係，及時更新公司最新信息，積極參與社會公共事業和各項慈善活動。

本集團內部制定了一套完整的危機管理辦法及應對機制，並通過本集團危機處理團隊及時、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。

### 3. 員工情況

於2010年12月31日，本集團共有5,194名全職僱員。

本集團注重員工的激勵，建立健全具有競爭性和公平性的薪酬管理體系。僱員薪酬包括基本薪金、績效花紅、福利利益，如醫療、失業、工傷保險和退休金；本集團已採納購股權計劃，其目的是為使本集團的利益與僱員利益一致，以吸引和挽留更多的優秀人才。

本集團強調僱員的長期培訓，注重僱員能力的開發和有效使用，並建立起三級培訓體系，為僱員制訂出定期的培訓計劃，長期為全體僱員提供專業知識和管理技能的專業培訓。

為不斷提高人力資源管理水平，本集團已聘請專業的管理諮詢公司，重點對管控模式、組織架構、職位職責以及績效管理系統和薪酬福利政策進行優化，從而實現人力資源管理平台的升級，進一步推動本集團人力資源管理效能的提高。

## 公司治理情況及投資者關係

本集團致力達致高水平的企業管治，以保障股東利益以及提升企業價值及問責性。本集團亦深明適合本公司業務的進行及增長的良好企業管治對本集團的成功與持續經營極為重要。本集團應用和遵守香港上市規則的企業管治常規守則中所載的原則。此外，本集團的董事會成員均須輪席退任，而三成董事會成員是獨立董事。

本集團認為與股東有效溝通有助加強投資者關係以及加強投資者瞭解本集團的業務策略及表現。本公司亦深明透明度及適時披露公司資料的重要性，其將有助投資者作出最佳投資決定。

為促進有效溝通，本集團設有網站 [www.yashili.hk](http://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。本集團將通過電話會議、會談、路演以及實地考察與股東及投資者定期溝通。在有需要時，本集團將主動組織投資者簡報會及公關活動。

## 企業公民及社會責任

「世間因為有愛，本集團才靠得更近；因為有愛，本集團才彼此交融。」作為一個有高度社會責任感的企業公民，本集團一直實踐著這樣的愛心宣言。

2010年4月20日，廣東雅士利集團通過中華慈善總會、中華慈善國際互聯網救助中心和青海省慈善總會向青海玉樹地震災區捐贈嬰幼兒奶粉。

2010年6月30日，潮州市委市政府和「扶貧濟困」領導小組舉行了「扶貧濟困日」捐贈活動，集團也慷慨解囊，捐贈物資，支持家鄉的扶貧濟困工作。

2010年10月31日，本集團捐贈現金予廣東省扶貧基金會，以顯示支持扶貧工作。

未來，本集團將展開更多愛心計劃和活動，將社會責任感融入企業的商業模式和基因之中，履行自己作為企業公民的責任回報社會。

## 末期股息

董事會建議向於2011年6月2日登記為股東的人士派發本年度末期股息，金額為每普通股人民幣7分。建議派發之末期股息在股東週年大會批准後，於2011年6月10日派發。

## 暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於2011年6月1日至2011年6月2日（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續。為符合資格享有末期股息，所有過戶連同有關之股票最遲須於2011年5月31日下午四時三十分正前送達本公司於香港之股份過戶登記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號舖。

## 購買、出售或贖回本公司上市股份

在年內，本公司或其任何附屬公司概無於本年度購買、出售或贖回本公司的任何上市股份。

## 遵守《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「標準守則」）

本公司已採用上市規則附錄十所載之「標準守則」作為董事進行證券交易行為的標準。本公司的全體董事確認於本年度期間皆有遵守「標準守則」。

## 遵守企業管治常規守則

本公司於本年度內已遵守上市規則附錄十四所載之企業管治常規守則所有守則條文，惟有下列偏離：

- 本公司沒有安排任何人員擔任「行政總裁」職務。董事會主席主要負責本集團的整體企業策略性規劃及業務發展。日常管理由執行董事及高級管理層共同分擔。

## 審閱財務報表

本公司及其附屬公司截至2010年12月31日止年度的合併財務報表已經本公司的審核委員會審閱。

## 週年股東大會

本公司週年股東大會將於2011年6月2日舉行。該週年股東大會的通告將於適當時候發佈，並寄發給股東。

承董事會命  
雅士利國際控股有限公司  
主席  
張利鈿

香港，2011年3月21日

於本公佈日期，本公司執行董事為張利鈿先生(主席)、張利坤先生、張利明先生、張利波先生及吳曉南先生；本公司非執行董事為羅一先生和張弛先生；和本公司獨立非執行董事為余世茂先生、陳永泉先生及黃敬安先生。