

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份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。



## CHINA MENGNIU DAIRY COMPANY LIMITED

### 中國蒙牛乳業有限公司\*

(在開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2319)

截至二零一零年十二月三十一日止年度的  
全年業績公佈

#### 財務摘要：

截至十二月三十一日止年度	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
收入	<b>30,265,415</b>	25,710,460
本公司擁有人應佔淨利潤	<b>1,237,273</b>	1,115,799
經營業務所得淨現金流入	<b>2,485,117</b>	2,131,571
淨現金	<b>5,997,027</b>	5,476,428
每股基本盈利(人民幣元)	<b>0.712</b>	0.681
擬派每股期末股息(人民幣元)	<b>0.16</b>	0.1413

- 本集團持續優化產品組合，鞏固高端產品市場份額，於回顧年內之收入為人民幣302.654億元，較二零零九年增加17.7%。本公司擁有人應佔利潤為人民幣12.373億元。
- 本集團持續擴張產能，於二零一零年十二月年產能達到650萬噸。
- 在荷蘭合作銀行發佈的世界乳業20強排名上，蒙牛上升至16強，企業實力進一步受到國際認可。
- 於二零一零年十一月，蒙牛成功收購華北最大酸奶生產商石家莊君樂寶乳業有限公司，在局部競爭區域形成奶源、市場、渠道的協同發展效應，開啟了產業整合的發展方式，進一步鞏固了蒙牛在全國酸奶市場的領先地位。

\* 僅供識別

中國蒙牛乳業有限公司(「本公司」)之董事會(「董事」或「董事會」)欣然呈報本公司及其子公司(「本集團」)截至二零一零年十二月三十一日止年度的業績連同比較數字。

## 綜合利潤表

截至二零一零年十二月三十一日止年度

	附註	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
收入	3	30,265,415	25,710,460
銷售成本		<u>(22,478,979)</u>	<u>(18,858,229)</u>
毛利		7,786,436	6,852,231
其他收入及收益		193,472	80,959
銷售及經銷費用		(5,429,141)	(4,653,460)
行政費用		(1,036,039)	(863,750)
其他經營費用		<u>(59,745)</u>	<u>(113,045)</u>
經營業務利潤		1,454,983	1,302,935
利息收入		87,884	85,042
融資成本	5	(45,203)	(61,153)
應佔聯營公司利潤及虧損		<u>40,438</u>	<u>19,522</u>
稅前利潤	4	1,538,102	1,346,346
所得稅支出	6	<u>(182,185)</u>	<u>(126,240)</u>
本年利潤		<u>1,355,917</u>	<u>1,220,106</u>
以下各方應佔：			
本公司擁有人		1,237,273	1,115,799
非控股股東		<u>118,644</u>	<u>104,307</u>
		<u>1,355,917</u>	<u>1,220,106</u>
本公司普通股擁有人應佔每股盈利 (以每股人民幣元計)	8		
—基本		0.712	0.681
—攤薄		<u>0.711</u>	<u>不適用</u>

本年應付及建議派付股息的詳情於財務報表附註7披露。

## 綜合財務狀況表

於二零一零年十二月三十一日

	附註	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		5,380,385	4,919,608
在建工程		535,104	326,679
土地使用權		484,572	367,191
商譽		451,613	199,143
其他無形資產		221,508	31,637
於聯營公司之投資		113,857	67,383
可供出售投資		301,681	17,409
遞延所得稅資產		81,060	131,741
其他金融資產		71,754	20,868
		<u>7,641,534</u>	<u>6,081,659</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		1,176,423	714,897
應收票據	9	20,539	52,449
應收賬款	10	554,933	527,303
預付款及按金		942,303	272,627
其他應收款項		169,897	66,202
保證金存款		102,399	230,968
現金及銀行結存		6,697,813	6,150,021
		<u>9,664,307</u>	<u>8,014,467</u>
<b>流動負債</b>			
應付賬款	11	2,061,193	1,531,366
應付票據	12	1,487,302	808,409
遞延收益		15,082	13,162
預提費用及客戶訂金		880,142	559,291
其他應付款項		1,061,253	1,211,172
計息銀行貸款		550,786	323,593
其他貸款		140,018	106,947
應付所得稅		42,513	—
		<u>6,238,289</u>	<u>4,553,940</u>
<b>淨流動資產</b>		<u>3,426,018</u>	<u>3,460,527</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>11,067,552</u>	<u>9,542,186</u>

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
<b>非流動負債</b>		
計息銀行貸款	150,000	350,000
長期應付款項	14,102	49,879
遞延收益	226,049	230,613
遞延稅項負債	39,865	—
其他金融負債	420,027	—
	<u>850,043</u>	<u>630,492</u>
<b>淨資產</b>	<u>10,217,509</u>	<u>8,911,694</u>
<b>權益</b>		
本公司擁有人應佔權益		
已發行股本	178,679	178,611
保留利潤	2,050,216	1,294,766
其他儲備	7,529,169	7,102,301
	<u>9,758,064</u>	<u>8,575,678</u>
非控股股東權益	459,445	336,016
<b>總權益</b>	<u>10,217,509</u>	<u>8,911,694</u>

## 附註：

### 1. 公司資料

本公司為在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司。本公司乃一家投資控股公司，而其子公司主要在中華人民共和國(「中國」)從事乳製品生產及經銷業務。

### 2.1 編製基準

該等財務報表是按照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」)及香港公司法的披露規定編製而成。財務報表以歷史成本法編製，惟購股權及若干可供出售權益投資以公允值計量。財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，而所有數值除另有指明外，均調整至最接近的千位。

#### 綜合基準

綜合財務報表包括本公司及其子公司(統稱「本集團」)截至二零一零年十二月三十一日止年度的財務報表。編製子公司財務報表的呈報年度與本公司相同，會計政策亦貫徹一致。所有集團內公司間結餘、交易、因集團內公司間交易產生的未變現盈虧及股息均已於綜合入賬時全數對銷。子公司業績由收購日期(即本集團取得控制權當日)起綜合入賬，直至控制權不再存在當日為止。

子公司的虧損乃歸屬於非控股股東權益，即使此舉引致結餘為負數。

子公司的所有權變動(並無失去控制權)按權益交易入賬。

倘本集團失去對子公司的控制權，則其終止確認(i)該子公司的資產(包括商譽)及負債、(ii)任何非控股股東權益的賬面值及(iii)於權益內記錄的累計換算差額；及確認(i)所收代價的公允值、(ii)所保留任何投資的公允值及(iii)損益賬中任何因此產生的盈餘或虧損。先前於其他全面收益內確認的本集團應佔部分重新分類為損益或保留利潤(如適用)。

### 2.2 新頒佈及經修訂國際財務報告準則的影響

本集團已於本年度的財務報表首次採納以下新頒佈及經修訂國際財務報告準則。

國際財務報告準則第1號(經修訂)	首次採納國際財務報告準則
國際財務報告準則第1號的修訂	國際財務報告準則第1號 「首次採納國際財務報告準則—首次採納者的額外豁免」的修訂
國際財務報告準則第2號的修訂	國際財務報告準則第2號 「以股份為基礎的支付—集團以現金結算的股份支付款項的交易」的修訂
國際會計準則第39號的修訂	國際會計準則第39號「金融工具：確認和計量—符合條件的對沖項目」的修訂
國際財務報告詮釋委員會—第17號 包含在國際財務報告準則的改進 (二零零八年五月)內的國際會計準則 第5號的修訂	向擁有人分配非現金資產 國際財務報告準則第5號「持有待售非流動資產及已終止經營業務—計劃出售於子公司的控制權益」的修訂
國際財務報告準則的改進 (二零零九年四月)	國際財務報告準則的改進

## 2.2 新頒佈及經修訂國際財務報告準則的影響(續)

除於下文作進一步詮釋者外，採納該等新頒佈及經修訂國際財務報告準則對該等財務報表並無重大財務影響。

採納該等新頒佈及經修訂國際財務報告準則的主要影響如下：

### 國際財務報告準則的改進(二零零九年四月)

於二零零九年四月，國際會計準則委員會發佈了對準則的第二次綜合修改，主要是為了刪去不一致性和澄清措辭。每項準則均有各自的過渡條款。採納以下修訂導致本集團的會計政策發生變動，但不會對本集團的財務狀況或業績產生重大影響。

- 國際財務報告準則第8號「經營分部」：闡明分部資產及負債僅須於主要經營決策者所採用的衡量方法包括該等資產及負債時方會呈報。由於本集團的主要經營決策者負責審閱分部資產及負債，故本集團已於附註3繼續披露有關資料。
- 國際會計準則第7號「現金流量表」：規定僅導致確認一項資產的支出可被歸類為投資活動現金流量。該項修訂將對(其中包括)於二零一零年完成的採用現金結算的業務合併的或然代價在現金流量表的呈列產生影響。
- 國際會計準則第36號「資產減值」：闡明了分配因業務合併所得的商譽所允許的最大單位為於報告合併前國際財務報告準則第8號所界定的經營分部。該項修訂對本集團並無影響，因為年度減值測試乃於合併前進行。

因國際財務報告準則的改進所導致的其他修訂對本集團的會計政策、財務狀況或業績並無任何影響。

## 3. 收入及經營分部資料

出於管理需要，本集團按產品及服務構組業務單元，共有下列三個可報告經營分部：

- 液體奶產品分部—生產及經銷超高溫滅菌奶(「UHT奶」)、乳飲料及酸奶；
- 冰淇淋產品分部—生產及經銷冰淇淋；及
- 其他乳製產品分部—主要生產及經銷奶粉。

管理層獨立監察各經營分部的業績，以作出有關資源分配及表現評估的決策。分部表現乃根據可報告分部利潤/(虧損)(其為對持續經營業務經調整稅前利潤/(虧損)的一種計量)予以評估。持續經營業務的經調整稅前利潤/(虧損)乃貫徹以本集團的持續經營業務稅前利潤/(虧損)計量，惟利息收入、融資成本、股息收入及總部及公司支出不包含於該計量內。

分部資產並無包括按成本計值的股本投資，以及其他不分部的總部及公司資產，因該等資產按集團層面管理。

分部負債並無包括其他不分部的總部及公司負債，因該等負債按集團層面管理。

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。

### 3. 收入及經營分部資料(續)

截至二零一零年十二月三十一日止年度

	液體奶產品 人民幣千元	冰淇淋產品 人民幣千元	其他乳製品 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收入：				
銷售予外部客戶	26,871,834	3,111,521	282,060	30,265,415
分部間銷售	75,917	736	250,196	326,849
	<u>26,947,751</u>	<u>3,112,257</u>	<u>532,256</u>	<u>30,592,264</u>
調整：				
對銷分部間銷售				(326,849)
收入				<u>30,265,415</u>
分部業績	1,836,040	17,125	(25,181)	1,827,984
利息收入				87,884
融資成本				(45,203)
應佔聯營公司利潤及虧損				40,438
不分部的公司支出				(373,001)
稅前利潤				<u>1,538,102</u>
所得稅支出				(182,185)
本年利潤				<u>1,355,917</u>
分部資產	11,499,448	1,387,524	372,228	13,259,200
調整：				
對銷分部間應收款項				(3,938,771)
不分部的公司資產				<u>7,985,412</u>
總資產				<u>17,305,841</u>
分部負債	8,995,050	848,956	275,372	10,119,378
調整：				
對銷分部間應付款項				(3,938,771)
不分部的公司負債				<u>907,725</u>
總負債				<u>7,088,332</u>
其他分部資料：				
折舊及攤銷 不分部款項	569,016	83,855	22,727	675,598
				<u>37,178</u>
折舊及攤銷總額				<u>712,776</u>
資本開支 不分部款項	1,305,886	70,429	4,325	1,380,640
				<u>45,423</u>
資本開支總額				<u>1,426,063*</u>
於綜合利潤表確認的減值 虧損	(889)	178	563	(148)
其他非現金支出 不分部款項	147,262	8,814	4,140	160,216
				<u>205,967</u>
非現金支出總額				<u>366,035</u>

\* 資本開支包括添置物業、廠房及設備、在建工程、無形資產、土地使用權及收購聯營公司和子公司獲得的資產。

### 3. 收入及經營分部資料(續)

截至二零零九年十二月三十一日止年度

	液體奶產品 人民幣千元	冰淇淋產品 人民幣千元	其他乳製品 人民幣千元	總計 人民幣千元
<b>分部收入：</b>				
銷售予外部客戶	22,736,162	2,685,056	289,242	25,710,460
分部間銷售	61,408	16,115	4,633	82,156
	<u>22,797,570</u>	<u>2,701,171</u>	<u>293,875</u>	<u>25,792,616</u>
調整： 對銷分部間銷售				(82,156)
收入				<u>25,710,460</u>
<b>分部業績</b>	1,648,996	29,149	(11,901)	1,666,244
利息收入				85,042
融資成本				(61,153)
應佔聯營公司利潤及虧損				19,522
不分部的公司支出				(363,309)
稅前利潤				1,346,346
所得稅支出				(126,240)
本年利潤				<u>1,220,106</u>
<b>分部資產</b>	8,398,855	1,172,153	336,725	9,907,733
調整： 對銷分部間應收款項				(2,870,958)
不分部的公司資產				7,059,351
總資產				<u>14,096,126</u>
<b>分部負債</b>	5,139,046	766,052	216,681	6,121,779
調整： 對銷分部間應付款項				(2,870,958)
不分部的公司負債				1,933,611
總負債				<u>5,184,432</u>
<b>其他分部資料：</b>				
折舊及攤銷 不分部款項	530,942	87,577	22,357	640,876
				34,522
折舊及攤銷總額				<u>675,398</u>
資本開支 不分部款項	556,128	16,049	11,913	584,090
				56,115
資本開支總額				<u>640,205*</u>
於綜合利潤表確認的減值 虧損	15,631	233	1,149	17,013
其他非現金支出 不分部款項	110,786	26,419	4,063	141,268
				143,378
非現金支出總額				<u>301,659</u>

\* 資本開支包括添置物業、廠房及設備、在建工程、無形資產、土地使用權及收購聯營公司和子公司獲得的資產。

### 3. 收入及經營分部資料(續)

#### 地區資料

##### (a) 來自外部客戶的收入

90%以上的收入來自位於中國大陸的客戶。

##### (b) 非流動資產

本集團90%以上的非流動資產均位於中國大陸。

### 4. 稅前利潤

本集團的稅前利潤乃經扣除／(計入)下列各項後計算所得：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
銷售存貨成本	22,478,979	18,858,229
僱員福利費用(不包括董事酬金)		
—工資、薪金、住房福利及其他津貼	1,172,323	1,021,717
—退休福利供款	93,941	71,695
—以股份為基礎的支付	290,587	223,902
	<u>1,556,851</u>	<u>1,317,314</u>
處置物業、廠房及設備虧損	18,661	7,834
物業、廠房及設備折舊	697,996	663,863
土地使用權攤銷	9,172	7,231
其他無形資產攤銷	5,608	4,304
當年研究開發費用	37,111	42,158
應收賬款及其他應收款項撥備／(撥備撥回)	(1,013)	15,980
房屋及若干生產設備的經營租賃最低租金	252,888	222,429
陳列空間租賃費	495,076	172,306
核數師酬金	3,940	3,790

### 5. 融資成本

融資成本的分析如下：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
長期應付款項利息	6,339	10,543
須於五年內全數償還的銀行貸款利息	38,864	50,610
	<u>45,203</u>	<u>61,153</u>

## 6. 所得稅支出

本集團在本年度並無在香港產生任何應課稅利潤，故無計提香港利得稅撥備。稅項支出指在本年內計提的中國企業所得稅(「企業所得稅」)及遞延所得稅撥備。

根據中國所得稅法，除了本集團二十三間(二零零九年：二十一間)子公司及一間共同控制實體獲得若干稅務優惠外，本集團旗下的企業應就其法定賬目所呈報應課稅利潤按25%(二零零九年：25%)之稅率交納企業所得稅，法定賬目是按照中國會計準則及財務法規編製。

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
<b>即期所得稅</b>		
即期所得稅支出	131,504	71,100
<b>遞延所得稅</b>		
有關稅項虧損及暫時性差異的產生及回撥	50,681	55,140
	<b>182,185</b>	<b>126,240</b>

在年度內，就稅前利潤按法定所得稅稅率計算的所得稅支出，與按照本集團實際所得稅稅率計算的所得稅支出，調節如下：

	附註	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
稅前利潤		<b>1,538,102</b>	<b>1,346,346</b>
按25%(二零零九年：25%)中國企業所得稅稅率計算		384,525	336,587
不可抵扣稅的項目及其他(淨額)		55,376	63,888
年內就往年當期所得稅確認的調整		953	1,017
優惠稅率的影響	(a)	(148,950)	(173,623)
稅務減免的影響	(a)	(68,368)	(55,432)
未確認稅務虧損		7,514	1,092
使用先前未確認的稅務抵免		(48,865)	(47,289)
按11.8%(二零零九年：9.4%)實際所得稅稅率計算		<b>182,185</b>	<b>126,240</b>

附註：

- (a) 於二零一零年，二十三間(二零零九年：二十一間)子公司及共同控制實體享受稅務減免。該等獲稅務減免的子公司的應課稅利潤合計約人民幣804,315,000元(二零零九年：人民幣792,749,000元)。二十三間子公司中，有十四間(二零零九年：十六間)子公司及共同控制實體的稅務減免以新稅法及有關稅收優惠過渡條例及《財政部、國家稅務總局、海關總署關於西部大開發優惠政策問題的通知》的政策為據。九間(二零零九年：五間)子公司的稅務減免以《關於發佈享受企業所得稅優惠政策的農產品初加工範圍(試行)的通知》的政策為據。
- (b) 聯營公司應佔稅項約為人民幣9,948,000元(二零零九年：人民幣8,178,000元)，已計入綜合利潤表的應佔聯營公司利潤及虧損內。

## 7. 股息

	附註	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
本年度宣派及支付			
普通股股息		<u>245,445</u>	<u>-</u>
建議提呈於股東週年大會批准			
普通股股息：			
擬派期末股息—每股普通股0.16元 (二零零九年：0.1413元)	(a)/(b)	<u>278,078</u>	<u>245,465</u>

附註：

- (a) 擬派年度末期股息須由本公司的股東在應屆股東週年大會(「股東週年大會」)批准。該等股息並未在二零一零年十二月三十一日的綜合財務報表確認為負債，但已反映為截至二零一一年十二月三十一日止年度的保留利潤分配。
- (b) 擬派年度末期股息從二零零八年一月一日前所獲得的未分配利潤中撥出。

## 8. 本公司普通股擁有人應佔的每股盈利

本年度的每股基本盈利乃根據年內本公司普通股擁有人應佔利潤除以年內已發行普通股的加權平均數計算。

每股攤薄盈利乃根據年內本公司普通股擁有人應佔淨利潤除以用作計算每股基本盈利所採用的年內已發行普通股加權平均數並假設年內所有購股權獲行使並根據國際會計準則第33號「每股盈利」的或然普通股撥備按無代價發行的普通股加權平均數計算。

未行使購股權對計算二零零九年度每股攤薄盈利概無攤薄影響。

計算每股基本及攤薄盈利時所用加權平均數股份數目調節如下：

	二零一零年 股份數目 千股	二零零九年 股份數目 千股
計算每股基本盈利所用的普通股加權平均數	1,737,398	1,637,304
假設年內所有購股權獲行使並按無代價發行之 普通股加權平均數	<u>3,443</u>	<u>-</u>
計算每股攤薄盈利所用的普通股加權平均數	<u>1,740,841</u>	<u>1,637,304</u>

## 9. 應收票據

本集團於報告期末的應收票據按發票日期的賬齡分析如下：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
3個月以內	19,439	51,949
4至6個月	1,100	500
	<u>20,539</u>	<u>52,449</u>

## 10. 應收賬款

本集團一般給予客戶不超過30天的信貸期，在特定情況下可延長。本集團密切留意逾期未償還結餘。鑒於上文所述及本集團的應收賬款乃與大量不同類別的客戶有關，故並無重大信貸集中風險。應收賬款並無附帶利息。

本集團經扣除呆賬撥備的應收賬款按發票日期的賬齡分析如下：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
3個月以內	444,546	471,122
4至6個月	101,423	46,112
7至12個月	8,205	7,243
1年以上	759	2,826
	<u>554,933</u>	<u>527,303</u>

## 11. 應付賬款

本集團應付賬款根據發票日期的賬齡分析如下：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
3個月以內	1,994,978	1,463,848
4至6個月	51,315	63,708
7至12個月	13,909	2,868
1年以上	991	942
	<u>2,061,193</u>	<u>1,531,366</u>

## 12. 應付票據

本集團應付票據根據發票日期的賬齡分析如下：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
3個月內	493,824	712,105
4至6個月	993,478	96,304
	<u>1,487,302</u>	<u>808,409</u>

## 管理層討論及分析

### 財務回顧

隨著國民消費水平日益提高，本集團持續優化產品組合，鞏固高端產品市場份額，同時通過加強成本控制和因應市場環境調整部分產品銷售價格等措施，使本集團錄得令人滿意的成績。本集團於回顧年內之收入為人民幣302.654億元，較二零零九年的人民幣257.105億元增加17.7%。本公司擁有人應佔淨利潤為人民幣12.373億元(二零零九年：人民幣11.158億元)。每股基本盈利為人民幣0.712元(二零零九年：人民幣0.681元)。

### 毛利

本集團於回顧年內的毛利較二零零九年之人民幣68.522億元，增長13.6%至人民幣77.864億元。雖然內地通脹不斷加劇致使原材料價格持續上升，但本集團透過進一步提升高端產品比例，積極優化產品組合、成本精準化控制以及調整部分產品價格，有效抵銷原材料上漲的影響，全年整體毛利率控制在25.7%水平(二零零九年：26.7%)。

### 經營費用

隨著本集團經營規模的不斷擴大，二零一零年的經營費用上升至人民幣65.249億元(二零零九年：人民幣56.303億元)，但通過精細化管理和有效的成本控制，其佔本集團收入比例下降至21.6%(二零零九年：21.9%)。

全年銷售及經銷費用佔本集團收入比例由二零零九年的18.1%下降到二零一零的17.9%。其中，本集團通過具有針對性的產品宣傳活動，最大化利用營銷資源，在確保提升蒙牛品牌形象，提高本集團的市場份額的同時，亦有效降低了相關成本，全年的廣告及宣傳費用佔收入比例由二零零九年的10.3%下降至回顧年內的7.8%。

本集團通過內部架構重整以及嚴控相關支出，將行政及其他經營費用佔本集團收入的比例有效降低至3.7%（二零零九年：3.8%）。

### 經營業務利潤及本公司擁有人應佔淨利潤

本集團於年內的息稅折舊攤銷前利潤(EBITDA)為人民幣22.082億元(二零零九年：人民幣19.979億元)。由於原材料價格的大幅上漲，給本集團帶來成本壓力，但通過產品組合升級及有效的成本控制措施，使EBITDA利潤率略為調至7.3%（二零零九年：7.8%）。回顧年內，本公司擁有人應佔淨利潤錄得人民幣12.373億元，（二零零九年：人民幣11.158億元），全年本公司擁有人應佔淨利潤率為4.1%（二零零九年：4.3%）。

### 資本架構、流動資金及財務資源

截至二零一零年十二月三十一日止年度，本集團的經營業務所得現金淨額為人民幣24.851億元(二零零九年：人民幣21.316億元)，而本集團於二零一零年十二月三十一日之淨現金(現金及銀行存款扣除銀行貸款總額)為人民幣59.97億元(二零零九年十二月三十一日：人民幣54.764億元)，顯示本集團之財務狀況穩健，且現金流量非常健康。

於二零一零年十二月三十一日，本集團的尚未償還銀行貸款為人民幣7.008億元(二零零九年十二月三十一日：人民幣6.736億元)，其中人民幣5.508億元(二零零九年十二月三十一日：人民幣3.236億元)須於一年內償還，而人民幣1.5億元(二零零九年十二月三十一日：人民幣3.5億元)的償還期則為一年以上。另外，其中人民幣2.708億元之銀行貸款(二零零九年十二月三十一日：人民幣3.236億元)為按固定利率計算。

本集團於二零一零年十二月三十一日的總權益為人民幣102.175億元(二零零九年十二月三十一日：人民幣89.117億元)，及債務權益比率(銀行貸款總額除以總權益)為6.9%(二零零九年十二月三十一日：7.6%)。

截至二零一零年十二月三十一日止年度，本集團的融資成本為人民幣4,520萬元(二零零九年：人民幣6,115萬元)，佔本集團收入約0.1%(二零零九年：0.2%)。

### 市場回顧

二零一零年，對中國乳製品企業來說，是在充滿機遇與挑戰的市場環境中奮力前行的一年。

一方面，在「調結構、促消費」的發展主題下，國家以推進城鎮化、擴大內需等手段有力地刺激了消費需求和促進了經濟穩定發展。中國居民用於食品消費的支出及對消費質量的要求不斷提高，推動了中國乳製品行業在二零一零年的穩健發展。同時，國家繼續加強對乳製品行業的安全監管，於二零一零年修

訂及重新頒布《生乳》等66項食品安全國家標準，並發佈《關於進一步加強乳品質量安全工作的通知》和《乳製品生產許可審查細則》，規範乳製品市場，加速行業整合。

另一方面，中國通貨膨脹和居民消費指數上漲超過預期，原料鮮奶及其他原輔材料價格亦一路走高，給乳製品企業帶來了巨大的成本壓力。而行業競爭使乳製品企業紛紛擴張佈局。面對原料價格高企和市場競爭的環境，蒙牛通過嚴謹執行成本控制、產品結構調整及調整銷售價格等相應措施，有效緩解了成本上漲造成的壓力。本集團亦開展了組織架構重組、制定五年發展規劃，為鞏固本集團的行業領先地位和未來發展奠定堅實基礎。

## 業務回顧

敏銳獨到的市場眼光和高瞻遠矚的發展戰略，是本集團於年內順利化解乳製品行業困境的致勝關鍵。

蒙牛以成本精準化管理為基礎，逐一梳理成本原始可控點，從原料、採購、生產、物流、營銷、行政管理等各項環節推進成本立項改善，針對性出台成本節約方案及適時將旗下部分產品價格進行調整，充分保障盈利水平。

參照國際化企業設置，蒙牛進行了組織架構變革，按業務模塊重新劃分，按系統分工及管理，推動不同部門之間的交流合作，實現資源最優配置，逐年發揮出整體協同效應，為本集團有效節約了成本。

為配合開發功能性高端乳製品的發展戰略，本集團在繼續加強奶源建設、提升產品質量的同時，促進高附加值產品的開發和推廣，並且把握市場機遇為本集團業務發展增添新力量。於二零一零年十一月，本集團成功收購華北最大酸奶生產商石家莊君樂寶乳業有限公司51%股權，成為其最大股東。通過此次併購，蒙牛將競爭對手轉為合作夥伴，在局部競爭區域形成奶源、市場、渠道的協同發展效應，開啓了產業整合的發展方式，進一步鞏固了蒙牛在全國酸奶市場的領先地位。這一收購有利於本集團的整體佈局，對長遠發展發揮積極作用。

通過提前佈局和及時有效的調整措施，蒙牛在激烈競爭中脫穎而出，於本年度取得高於行業平均水平的優秀業績。根據國家統計局中國行業企業信息中心發佈的資料，蒙牛的乳製品產品於二零一零年所佔市場份額再次獨佔鰲頭，

第五度榮列全國市場同類產品銷量、銷售額第一名。根據尼爾森公司的監測數據，本集團之液體奶市場份額及酸奶市場份額亦均穩居市場佔有率第一位，彰顯本集團行業領導者的地位。

### 品牌及市場推廣

二零一零年，蒙牛以「好品質，綠生活」的嶄新品牌形象出現，標誌本集團致力成為綠色企業、提供綠色產品及倡導綠色消費的決心。本集團還放眼社會及未來，為探索低碳經濟發展模式貢獻自身力量。這是蒙牛作為草原品牌的綠色基因的延續，也是蒙牛作為民族領先乳企必須履行的責任和使命。

蒙牛在國內發起多個大型生態體驗活動的同時，亦針對主推產品展開大型營銷活動，如大型音樂人才培養計劃「蒙牛酸酸乳音樂夢想學院」、旨在普及健康知識的「膽固醇健康傳播行動專家巡講」，以及在上海世博會期間宣傳產品高科技價值的「冠益乳科技館」，為產品銷售造勢的同時亦提升消費者對品牌的認知度。

通過一系列具有針對性的活動，企業品牌形象再度獲得昇華，並第五次成為博鰲亞洲論壇唯一乳品合作夥伴。在荷蘭合作銀行於二零一零年六月發佈的世界乳業20強排名上，蒙牛上升至16強，企業實力進一步受到國際認可。蒙牛亦連續五年上榜「亞洲品牌500強」，攀升41位名列第132位，成為亞洲第二乳業品牌。蒙牛作為中國唯一乳品企業，率先進入福布斯「亞洲上市公司50強」，並在國際權威品牌溝通服務集團WPP首次發佈的「2010年中國最具價值品牌公司50強」上名列第20強，品牌價值受到肯定。

### 產品

消費者對健康生活及產品素質的追求隨著社會水平日益提升，本集團繼續加大奶源建設力度，全面提高原奶供應水平，為好產品源自好牛奶提供充分保證；同時，蒙牛亦更加專注市場細分、產品研發及提升，致力提高產品質素，豐富產品品類以符合市場的需要，蒙牛通過為消費者提供優質天然的乳製品，提倡綠色生活主義，以創新品質和健康的生活理念領先市場。

## 液體奶

液體奶收入為人民幣268.718億元，較二零零九年的人民幣227.362億元增長18.2%，佔本集團收入的88.8%（二零零九年：88.4%），繼續成為本集團的主要收入來源。

## UHT奶

UHT奶收入增長18.3%至人民幣167.904億元（二零零九年：人民幣141.962億元），佔液體奶收入的62.5%（二零零九年：62.4%）。

未來星兒童奶系列整體升級，透過領先技術增添DHA藻油，並根據孩子不同階段的成長需求，推出升級智慧型、升級活力型及升級優護型系列。未來星兒童奶於年內獲得多個獎項，包括法國SIAL國際食品展創新產品大獎、比利時世界食品品鑒大會頒發的Monde Selection獎—食品界諾貝爾獎，成績有目共睹。特侖蘇繼續成為高端奶的主打產品，推出了添加植物甾醇酯並搭配膳食纖維的醇纖特侖蘇，有效平衡體內膽固醇水平，促進健康及消化吸收，成為白領新寵兒。特侖蘇高端產品系列舉行了「與郎朗同台，卓越特侖蘇人生」，借助郎朗的卓越音樂成就及國際化的精英形象，充分突出了特侖蘇的頂尖品牌形象；而特侖蘇名仕會會員人數目前已經達到122萬人，集合了一個具有較大影響力的追求高端品質生活的社會群體。蒙牛推出的國內首款專為女性研製補血養顏的新養道珍養牛奶，萃取優質阿膠、枸杞及紅棗三種補血食材精華，是為女性消費者量身打造的中高端產品。

## 乳飲料

乳飲料產品收入為人民幣73.362億元（二零零九年：人民幣63.873億元），較去年增長14.9%，佔液體奶收入的27.3%（二零零九年：28.1%）。

憑藉蒙牛不斷創新及研發，主打高端時尚營養路線的真果粒先後獲得全球三項獨立自主知識產權專利，包括一項配方發明專利和兩項生產工藝專利，產品廣受市場認同及肯定。酸酸乳透過「蒙牛酸酸乳音樂夢想學院」強化品牌的公益感及親和力，讓「音樂、夢想、公益」的正面品牌形象滲透市場。同時旗下的果蔬酸酸乳含有各種營養元素，為追求健康的消費者築起「膳食寶塔」，補充每日所需營養。專為兒童特製的妙妙果蔬，主推草莓及菠蘿兩種新口味，產品添

加低聚異麥芽糖，有效促進腸胃蠕動，既符合小朋友的口味需求，亦有助兒童吸收均衡營養，健康成長。另外，蒙牛還創新推出了採用塑膠包裝的益優特系列產品，特別添加源於品質牛奶的呵護營養群(低聚半乳糖、乳清蛋白粉、乳礦物鹽)及維生素群，進一步豐富了產品種類。

## 酸奶

酸奶收入增加27.5%至人民幣27.452億元(二零零九年：人民幣21.527億元)，佔液體奶收入的10.2%(二零零九年：9.5%)。

在酸奶市場中一枝獨秀的雙功能酸奶冠益乳，不但獲得法國SIAL國際食品展創新產品大獎、國際食品科技聯盟頒發的國際食品工業大獎及中國國際健康品牌推介大會頒發的最具創新意識產品獎，更成為蒙牛旗下首個獲批「國食健字號」的保健酸奶品牌，產品獲市場一致好評。此外，冠益乳亦通過上海世博會期間的冠益乳科學館，有效加深消費者對產品的了解及認識，進一步提升酸奶第一品牌的形象。自然純高品質的內蒙古老酸奶，配合蒙牛現代技術，口感爽滑細膩，成為年內最暢銷酸奶產品之一。而有助腸道蠕動的優益C，添加豐富益生C菌，不含脂肪，深受健康一族喜愛。

## 冰淇淋

冰淇淋收入為人民幣31.115億元(二零零九年：人民幣26.851億元)，較去年增長15.9%，佔本集團收入的10.3%(二零零九年：10.5%)。

透過豐富產品種類、加強中高端產品的發展及擴大市場的覆蓋率，產品銷售持續增長。蒙牛繼續圍繞隨變、冰+及綠色心情三大品牌，豐富其產品線。隨變維持「勇於改變」的品牌形象，再次以「歡樂無限，再來一支」刺激消費市場，新推的歐羅系列，添加大塊巧克力，口感獨特，讓消費者享受雙重美味。冰+推出蔓越莓+酸奶口味冰棒，為消費者帶來夏天清涼的新體驗。綠色心情推出綠莎莎，為純正的綠豆口味雪糕，不添加蔗糖，以滿足追求健康的消費群。

## 其他乳製品

其他乳製品收入達人民幣2.821億元(二零零九年：人民幣2.892億元)，佔本集團收入的0.9%(二零零九年：1.1%)。

奶粉方面，蒙牛阿拉推出超金裝智佳益產品，提升四倍益生元，為寶寶提供足夠的營養，提升免疫力及有助全方位發展。目前市場對國際品牌奶粉的需求不斷增加，為抓緊契機，蒙牛重整了內部架構，為品牌的發展作出全新部署。此外，蒙牛亦於年內進行了市場調研，深入了解市場看法。為緊貼市場發展趨勢，蒙牛阿拉已於二零一零年十二月將中文名字改為歐世蒙牛，並將專注於高端市場。歐世蒙牛將全面提升產品質素，並以煥然一新的包裝推出市場，旨在建立明確的國際品牌形象，推高蒙牛奶粉在高端市場的地位。

乳酪方面，本集團持續研發適合中國人口味的乳酪產品，主推家庭早餐、兒童成長及軟質乳酪三大產品系列，進一步提高市場滲透率。其中，蒙牛重點推進兒童成長乳酪系列產品，透過舉行「帶你暢游《烏龍學院》」活動，提高產品的曝光率，增加消費者對產品的認識，搶佔不斷擴大的兒童乳酪市場份額。

## 品質監控

為回應國家進一步出台各項政策加強乳製品安全性的監測和審核，本集團秉持嚴謹認真的態度，將品質監控落實到所有生產環節，更不斷提升檢驗水平、加強食品安全監控能力。本集團在原有品質管制體系、環境管理體系、職業健康安全管理体系及食品安全管理系統的認證基礎上，繼續開展乳製品GMP的推行工作，並獲得了七個工廠的乳製品GMP證書。本集團位於北京、焦作、馬鞍山、武漢及沈陽的五個實驗室亦通過評審，取得認可證書，為本集團產品的日常檢驗提供了良好的技術保證。為積極推動實驗室檢測項目的合作，本集團與中國檢驗檢疫科學研究院聯合成立「乳品聯合實驗室」，共同開發研究新的食品安全監控檢測方法。本集團還特別成立供應商質量管理部，通過定期開展供應商審核指導工作，加強供應商質量管理能力，確保本集團原輔材料的質量安全。

## 生產和運營

本集團年內繼續致力於產能擴充，於二零二零年十二月，合計年產能提升至650萬噸(二零零九年：576萬噸)。

通過引進法國和意大利的全自動高速灌裝機、全自動裹包機等國外先進生產設備，本集團的人均產能和勞動生產率得到有效提高。以「產地銷」為方向，本集團根據區域化奶源供應量和市場需求量的不同，於東北部區域增設液體奶生產基地，於華南區域新增乳飲料生產基地，並將工廠設備進行二次佈局，提高設備使用率，實現產能銷量的互相匹配，使資源獲得最優配置，並且在新建工廠項目中，將注重採用節能降耗設備，以降低運營成本。

經過本集團的內部組織架構改革，原本獨立運作的各生產部門整合在營運系統的統一規劃之下，為資源共享和成本節省提供了有利條件。同時，本集團亦開展資產優化項目，通過調撥、轉售退廠、報廢等方式處理營運系統閑置設備和呆滯備件。另外，本集團於高科事業部試行運營管理成本改善(OCR)項目，旨在削減運營成本、提高運營管理水平，已取得初步成效，並計劃於各生產區域進行推廣。

## 奶源建設

蒙牛視奶源建設為領先行業的制高點，持續多年大力度加強奶源建設，強調原奶生產的現代化和來源的可追溯性，為生產安全可靠的乳製品提供了根本保障。年內，本集團在奶源支持及建設方面的投入超過人民幣7億元，包括提供委托貸款、預支奶款、參股大型牧場及投資建設現代化牧場設備。牧場均配備標準化專業設備，並鼓勵推行現代化養殖技術，為穩定原奶產量和質量提供有利條件，進一步將本集團的牧場奶源和養殖小區規模化奶源比例於二零二零年提升到超過70%，處於行業領先水平。此外，本集團深入奶戶提供技術服務，設立了奶農技術服務中心，為養殖戶科學飼養、疫病防治等方面提供全方位服務，並主動提升飼料、獸藥安全監管力度，監測奶戶清洗設備的使用和牛隻健康的檢查，調整壓縮奶車在途時間以提升原奶新鮮度，從源頭充分保證了蒙牛乳製品的「好品質」。

## 研發成果

本集團一直十分重視在研發方面的投入，研發費用投入能實現本集團技術水平持續上升，遠居行業內領先水平。蒙牛年內建立位於巴黎的海外研發工作站以及位於日內瓦和東京的海外信息站，致力於緊密跟蹤國際技術發展趨勢，及時引進國際領先技術。同時，蒙牛亦加強自主創新研發能力的建設，於年內獲得國家人力資源和社會保障部批准設立博士後科研工作站，並且與哈爾濱工業大學聯合進行的「開發自主知識產權乳酸菌及發酵劑」科研項目取得突破性進展，中國食品科學技術學會組織專家鑒定認為該成果對於打破國內乳製品企業使用「洋菌種」的格局意義重大，且有利於本集團研發更適合國人體質現狀的酸奶產品。截至二零二零年十二月三十一日止，蒙牛累計申請專利1,012件，授權專利750件，其中於年內申請專利88件，授權專利83件。豐碩的技術成果被廣泛應用於產品開發，為蒙牛以技術領先市場提供了源源不斷的動力。

## 環境保護

本集團切實踐行綠色低碳經濟，處處注重資源保護，將環保意識深入到本集團的每一個細節，並致力於將綠色理念推廣至社會層面。

在生產運營方面，本集團在各個系統廣泛推行節能減排措施，其中包括節約用電、改造設備以降低能耗，在自建牧場採用製冷熱水回收系統，有效提高資源的利用率，並將沼氣發電、污水處理、荒山綠化等環保項目納入生產環節。蒙牛成為中國乳業第一家全面對生產環節開展碳排查的企業，希望為行業探索一條低碳發展的新模式。

在品牌活動方面，本集團將企業形象與綠色概念緊密結合，倡導社會對環保理念的普遍認同。本集團致力於將生態中國夢想全民化，於年內在國內30個城市發起了90次「生態行動，助力中國」的大型生態體驗活動，並與網絡合作夥伴聯合推出線上「碳測試」，讓不同地方的消費者，隨時隨地都能計算自己的碳足跡。蒙牛發出了乳業建立綠色生態產業鏈的倡議，率先在行業內啓用了FSC認證包材，並在上海成功開展「喝完壓扁，支持回收」包裝回收活動。蒙牛還與聯

想、海爾集團、搜狐等十家各行業領袖企業聯合發起為期三年的「低碳企業責任行動」，集合各行業的先鋒企業力量，共同推動中國低碳經濟的實踐和發展。

蒙牛憑藉低碳循環經濟所取得的成就以及長期延續的綠色公益行動受到社會各界的廣泛認可和贊譽。年內，蒙牛在國內最權威、出席規格最高的低碳領域論壇「低碳中國論壇首屆年會」上榮獲「最受關注的低碳貢獻企業」大獎；在第十三屆科博會中國高新企業發展國際論壇上榮獲「中國低碳節能優秀企業獎」；榮獲「首屆生態中國論壇」的「生態中國貢獻獎」，成為各界認可的生態先鋒企業。

### 社會責任

本集團深信企業受惠於社會，亦應回饋社會，自始至終堅持關注社會問題，熱心公益事業。年內，蒙牛延伸「愛心禮物行動」，從北京光愛學校舉辦的「愛的新年禮」到上海大別山小學的「愛心禮物計劃」，再到四川綿陽市安縣茶坪鄉小學的「汶川的心願」，蒙牛與兒童少年基金會、中國牛奶愛心基金一起將千萬網友的愛帶到了孩子們的身邊，送去健康和祝福。從西南旱災捐款到玉樹抗震救災，從「蒙牛傳情草原圓夢」為三千孤兒尋親活動到聯合國家體育總局為呼倫貝爾小學捐款，從慰問上海世博護衛隊到探訪西昌衛星發射中心，蒙牛通過持續不斷的公益行動，著力回饋社會。

### 合營和聯盟

本集團於年內繼續開拓與不同行業內頂尖企業的合作關係，實現強強聯手，為蒙牛的發展開拓互惠互補的資源優勢。蒙牛與中國最大的乳牛畜牧公司及原料鮮奶生產商中國現代牧業控股有限公司（「現代牧業」）建立優先供應關係，擁有未來六年現代牧業絕大部分原料鮮奶的購買優先權，為蒙牛奶源的穩定性與安全性奠定了堅實的基礎。蒙牛牛奶還通過了中國探月工程辦公室的嚴

格考察，成為探月工程唯一指定乳製品，亦連續第八年成為「中國航天員專用牛奶」。蒙牛再次成為國家體育總局全體運動員備戰奧運會的「運動員專用產品」，並再度與美國國家籃球協會(NBA)中國展開官方合作，同時第五次成為博鳌亞洲論壇唯一乳品合作夥伴。

## 人力資源

於二零一零年十二月三十一日，本集團於中國大陸及香港合共聘用約21,500位僱員。年內僱員總成本(不包括董事酬金)約為人民幣15.569億元(二零零九年：人民幣13.173億元)。

本集團於二零一零年全面啓動任職資格體系，使員工清楚認識在工作中要達到的行為規範和必備知識技術，促進業務水平提高，令本集團更有依據性地對員工進行針對性培訓，發掘員工潛力，實現人力資源的合理配置。除繼續推進職前及在職培訓和專業知識考試以提升員工業務素質之外，人力資源中心還根據本集團整體戰略規劃及工作需要，於研發、營銷、戰略、法務、國際業務、投資合作等六個領域內招聘多名海外專才及乳品業專家，為本集團運作提供良好的促進作用。

## 展望

二零一一年，對於中國乳製品行業來說，是前景美好的一年，也將是充滿變革的一年，因此更需要企業全力以赴、靈活應變。

目前，中國乳製品行業已經回復以往約10%的穩定增速，且現時中國人均液體乳消費量尚處於國際人均液體乳消費量的較低水平，隨著城市化推進、城鄉居民收入增長和消費結構不斷改善，預計未來乳品消費需求發展空間巨大。自二零一一年開始施行的「十二五規劃」，提出堅持擴大內需戰略，推進農業現代化，為行業未來的發展提供了有利條件。蒙牛率先提出「綠色發展戰略」，打造綠色產業鏈，開展低碳經濟，順應了國家在十二五期間加快建設資源節約型社會、加大環境保護力度的政策方針。

中國政府於年內出台《乳製品生產許可審查細則》，責令未成功申請到生產許可證的企業退出乳製品市場。國家對乳製品行業食品安全監管日益嚴厲，為乳製品企業的發展塑造良性的行業環境，有利於增強消費者對品牌產品的信心。

肩負行業領軍重任，本集團將從企業和行業的長遠角度出發進行戰略部署，擬定蒙牛的五年發展規劃，並以進入世界乳業前10強為目標。為實現此戰略遠景，未來蒙牛將會以奶源建設、產品組合、研發能力、管理系統、品牌形象等五個方面為主要突破方向，全面提升自身實力，引領中國乳製品行業邁向全新階段。

### 一·奶源建設方面—深入開展牧場化戰略，加強奶源管理，把奶源優勢打造為企業發展的核心競爭力

為從源頭上保證產品的優良品質，本集團將會在目前奶源建設的基礎上，繼續推進牧場化戰略，通過自建牧場建設和參股牧場小區等形式，進一步提高規模化養殖生產的牧場奶在原奶收集中的比例。目前，本集團已經做到奶源質量相關環節的全面可控，牧場奶在原奶中的比例遠遠高於行業平均水平。在競爭激烈的乳製品市場，與產品品質息息相關的奶源將是企業核心競爭力，因此本集團將鞏固已有奶源優勢，繼續加大奶源開發力度，並採用多種形式，繼續加大擴大現代化牧場建設，大力推廣集約化健康養殖方法，為締造中國乳業現代化的原奶生產模式作出貢獻。

### 二·產品組合方面—繼續優化產品結構，增加高端產品比重，針對細分市場豐富產品線

在中國社會消費水平快速提高、消費需求顯著升級的大趨勢下，乳製品的高品質和功能性將成為未來市場的主要訴求。在原本優勢品類如常溫奶、低溫酸奶、冰淇淋方面，蒙牛將繼續加強市場影響力，保持領先地位。在高端產品方面，蒙牛將繼續針對不同人群細分市場，尤其是潛力巨大的兒童、老年市場，開發高附加值功能性產品，搶佔高端市場。本集團將一方面優化產品結構提高盈利能力，一方面通過精益求精的創新品質鞏固市場領導地位，塑造高端品牌形象。蒙牛將時刻緊貼市場脈搏，積極探索市場需求，不斷推陳出新，為中國消費者提供多元化的乳品選擇和高品質的健康生活。

### 三·研發能力方面—引進國外先進技術，提升自主研發能力，確保技術領先地位

研發能力是企業長足發展的後續力量，作為中國乳製品行業的領先代表，蒙牛將致力培養國內領先、世界一流的乳業研發能力。因此，本集團將繼續增設海外研發工作站，並加強對海外信息站的管理，與國際頂尖乳品技術研發力量展

開強強合作，緊密跟踪國際行業先進技術和發展趨勢，借助海外技術實力帶動企業核心競爭能力的提升，實現本集團研發實力比肩國際領先水平。另外，本集團亦強調基礎類技術的研究和自主研發能力的提升，為產品研發創新奠定技術基礎，並通過提升自身科技能力引導整個行業水平的發展。

#### 四·管理系統方面—推進組織架構變革，深化任職資格體系，強調精細化管理

在不斷發展壯大的過程中，蒙牛以人為本，堅持內部系統改革以提升管理水平，為奠造百年基業打下堅實基礎。蒙牛二零一零年初步完成的組織架構變革，將在未來繼續有序推進，務求充分發揮出各系統整合之後的協同效應。已建立的任職資格體系，其作用亦將得到深化實踐，實現人才專業化發展，為本集團發展搭建良好的人力資源平台。蒙牛亦將繼續提升精細化管理水平作為工作重點之一，梳理生產、採購、運營、營銷、研發等領域的各個環節，提升管理規範性，在牧場建設、品質檢驗等各方面嚴格按照世界級領先乳品企業的標準來進行管理，確保內部體制可以高度配合蒙牛作為中國領先乳製品企業的發展規模，並為未來發展充分提供體制上的保障。

#### 五·品牌形象方面—圍繞「好品質，綠生活」，推行低碳主張，打造具有社會責任感的國際品牌形象

在全球對環境保護日益關注的今天，「綠色」、「生態」將是未來經濟發展過程中的重要標籤，亦是中國「十二五規劃」經濟轉軌的重要方向。蒙牛提出的「好品質，綠生活」也將會是未來數年本集團發展過程中的長期主題，以此為中心進行深度解讀與剖析，堅持綠色戰略，樹立關愛社會、關愛環境的品牌形象，努力成長為中國前五位最具價值、最具影響力的快速消費品品牌。蒙牛不僅努力提高產品水平，堅持天然生態的「好品質」，並將以強烈的社會責任感，通過在生產過程中節能減排、在營銷活動中宣傳環境保護，以行動實踐低碳經濟，以引領中國全民生態的探索為己任，將蒙牛的成長融入社會發展的宏觀背景下，藉此形成良好的品牌效應，實現企業與社會的雙贏。

面對極具增長潛力的中國乳製品消費市場，蒙牛對未來充滿信心。針對市場發展趨勢，本集團將圍繞五年規劃的藍圖堅持改革創新，提升管理水平，推動企業進一步向國際化發展，實現進入「世界乳業前10強」的宏偉目標。

## 企業管治常規守則

本公司已採納香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄十四所載企業管治常規守則（「企業管治守則」）的守則條文，作為其本身的企業管治常規守則。

董事會已審閱本公司之企業管治守則，並信納本公司已於截至二零一零年十二月三十一日止年度內一直遵守企業管治守則所載之所有適用守則條文。

## 董事的證券交易

本公司已採納上市規則附錄十所載之《上市公司董事進行證券交易的標準守則》（「標準守則」）作為全體董事買賣本公司證券之行為守則及規則。經本公司作出特定查詢後，董事確認，彼等於年內一直遵守標準守則所載之所需準則。

## 購買、出售或贖回本公司之上市證券

本公司或其任何附屬公司於截至二零一零年十二月三十一日止年度內概無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

## 審核委員會

審核委員會與本公司管理層以及外部核數師審閱本公司採納的會計原則與慣例，並討論審核、內部監控以及財務報告事宜，其中包括審閱截至二零一零年十二月三十一日止年度內經審核之財務報表。

## 安永會計師事務所的工作範圍

本集團截至二零一零年十二月三十一日止年度之初步業績公佈所列之財務數字，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初步業績公佈發表任何保證。

## 擬派期末股息

董事會建議派發截至二零一零年十二月三十一日止年度之期末股息每股普通股人民幣0.16元(二零零九年：人民0.1413幣元)。待於即將召開的股東週年大會上獲股東批准後，擬派期末股息將於二零一一年六月二十日或前後派付予二零一一年六月十日登記在本公司股東名冊上之股東。

## 暫停辦理股份過戶登記

本公司將自二零一一年六月七日起至二零一一年六月九日止(包括首尾兩天在內)暫停辦理股份過戶登記手續，於該段期間內概不會辦理任何本公司股份過戶登記。為了符合資格獲派上述的擬派期末股息，股份持有人須於二零一一年六月三日下午四時三十分前，將所有股份過戶文件連同有關股票交回本公司股份過戶登記分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至1716室。

## 全年業績公告及年度報告之刊載

本業績公告刊載於本公司投資者關係網站([www.mengniuir.com](http://www.mengniuir.com))及香港交易及結算所有限公司網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))。本公司之年度報告將於稍後時間發予股東及刊載於上述網站。

## 董事會

於本公佈刊發當日，執行董事計有楊文俊先生、白瑛先生、吳景水先生及丁聖先生。非執行董事計有牛根生先生、寧高寧先生、焦樹閣(又名焦震)先生、Julian Juul Wolhardt先生、於旭波先生、馬建平先生、方風雷先生及馬王軍先生。獨立非執行董事計有張巨林先生、劉福春先生及張曉亞先生。

## 致謝

藉此機會，董事會衷心感謝各股東和社會各界對本集團的一貫支援，以及全體員工的勤奮工作和忠誠服務。

承董事會命  
總裁  
楊文俊

香港，二零一一年三月三十一日