

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)

截至二零一二年六月三十日止 六個月之中期業績公告

財務摘要

截至二零一二年六月三十日止六個月 — 未經審核

	截至六月三十日止六個月		變動比例
	二零一二年 人民幣百萬元	二零一一年 人民幣百萬元	
營業額	1,689.1	1,443.9	17.0%
毛利	917.0	782.0	17.3%
本公司股權持有人應佔利潤	218.9	150.1	45.8%
經營活動所得淨現金流入	218.3	237.1	-7.9%
每股盈利(人民幣：分)			
— 基本	<u>6.2</u>	<u>4.3</u>	<u>44.2%</u>
— 攤薄	<u>6.2</u>	<u>4.2</u>	<u>47.6%</u>

- 集團於截至二零一二年六月三十日止六個月內共實現銷售收入人民幣1,689.1百萬元，較二零一一年同期增加17.0%。
- 截至二零一二年六月三十日止六個月內，主要由於營業額增長17.0%，拉動毛利增長17.3%，銷售費用率從截至二零一一年六月三十日止六個月的35.8%下降至二零一二年同期的33.5%，財務收入則較二零一一年同期增加人民幣21.0百萬元，綜合上述因素後，本公司於截至二零一二年六月三十日止六個月歸屬於股權持有人的淨利潤為人民幣218.9百萬元，較二零一一年同期增加了人民幣68.8百萬元。
- 集團於截至二零一二年六月三十日止六個月內每股基本盈利為人民幣6.2分，較二零一一年同期上升了44.2%，於截至二零一二年六月三十日止六個月內每股攤薄盈利為人民幣6.2分，較二零一一年同期上升了47.6%。

雅士利國際控股有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)謹此提呈本公司及附屬公司(「本集團」)截至二零一二年六月三十日止中期的未經審核合併業績連同二零一一年同期比較數字如下，該等合併中期財務數據未經審核，但已由本公司獨立核數師和本公司審核委員會審閱：

合併收益表

截至二零一二年六月三十日止六個月 — 未經審核

	附註	截至六月三十日止六個月 二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
營業額	4	1,689,114	1,443,866
銷售成本		<u>(772,151)</u>	<u>(661,819)</u>
毛利		916,963	782,047
其他收入		18,563	12,487
其他虧損淨額		(204)	(201)
銷售及經銷成本		(565,827)	(517,498)
行政開支		(98,270)	(85,704)
其他開支		<u>(12,513)</u>	<u>(7,376)</u>
經營溢利		258,712	183,755
財務收入	5(a)	47,562	26,611
財務成本	5(a)	<u>(690)</u>	<u>(2,553)</u>
財務收入淨額		<u>46,872</u>	<u>24,058</u>
除稅前溢利	5	305,584	207,813
所得稅開支	6	<u>(86,039)</u>	<u>(56,953)</u>
期間溢利		<u>219,545</u>	<u>150,860</u>
以下人士分佔：			
本公司股權持有人		218,903	150,132
非控股權益		<u>642</u>	<u>728</u>
期間溢利		<u>219,545</u>	<u>150,860</u>
		人民幣分	人民幣分
每股盈利			
基本	7(a)	<u>6.2</u>	<u>4.3</u>
攤薄	7(b)	<u>6.2</u>	<u>4.2</u>

應付本公司股權持有人股息的詳情載於附註12。

合併綜合收益表

截至二零一二年六月三十日止六個月 — 未經審核

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年	二零一一年
	人民幣千元	人民幣千元
期間溢利	<u>219,545</u>	<u>150,860</u>
期間其他綜合收益		
以外幣換算海外附屬公司的財務報表 所產生的匯兌差額	<u>(1,831)</u>	<u>(3,196)</u>
期間綜合收益總額	<u>217,714</u>	<u>147,664</u>
以下人士分佔：		
本公司股權持有人	217,072	146,936
非控股權益	<u>642</u>	<u>728</u>
期間綜合收益總額	<u>217,714</u>	<u>147,664</u>

合併資產負債表

於二零一二年六月三十日 — 未經審核

	附註	於二零一二年 六月三十日 人民幣千元	於二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		753,686	729,525
無形資產		4,355	5,346
投資物業		75,466	76,334
預付租金		131,899	133,367
遞延稅項資產		73,189	77,048
收購物業、廠房及設備的預付款		19,616	11,016
其他非流動資產		7,946	6,875
		<u>1,066,157</u>	<u>1,039,511</u>
流動資產			
存貨	8	668,127	577,731
貿易應收款及應收票據	9	22,686	52,344
預付款及其他應收款		137,832	138,148
受限制銀行存款		35,033	72,456
現金及現金等價物		1,625,471	2,581,563
應收關連方款項		2,063	1,816
其他投資		1,166,538	180,000
		<u>3,657,750</u>	<u>3,604,058</u>
流動負債			
貿易及其他應付款	10	730,429	720,118
貸款及借款	11	81,833	31,359
應付關連方款項		2,510	1,722
應付所得稅		44,531	53,102
		<u>859,303</u>	<u>806,301</u>
流動資產淨額		<u>2,798,447</u>	<u>2,797,757</u>
總資產減流動負債		<u>3,864,604</u>	<u>3,837,268</u>

合併資產負債表

於二零一二年六月三十日 — 未經審核(續)

	於二零一二年 六月三十日 人民幣千元	於二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
非流動負債		
遞延收益	24,648	30,669
遞延稅項負債	<u>13,018</u>	<u>2,600</u>
	<u>37,666</u>	<u>33,269</u>
資產淨額	<u><u>3,826,938</u></u>	<u><u>3,803,999</u></u>
資本及儲備		
資本	302,601	301,463
儲備	<u>3,522,394</u>	<u>3,501,235</u>
本公司股權持有人應佔權益總額	3,824,995	3,802,698
非控股權益	<u>1,943</u>	<u>1,301</u>
權益總額	<u><u>3,826,938</u></u>	<u><u>3,803,999</u></u>

附註：
(除另有指明外，以人民幣列值)

1 編製基準

雅士利國際控股有限公司(「本公司」)乃於開曼群島註冊成立。本公司於二零一二年六月三十日及截至該日止六個月的中期財務報告包括本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」)。

本中期財務報告乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則的適用披露規定編製，包括遵循國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的國際會計準則(「國際會計準則」)第34號「中期財務報告」。本中期財務報告已於二零一二年八月十六日獲准刊發。

除預期於二零一二年年度財務報表反映的會計政策變更外，本中期財務報告所採用的會計政策與二零一一年年度財務報表所採用者相同。上述會計政策變更詳情載於附註2。

編製符合國際會計準則第34號的中期財務報告時需要管理層作出判斷、估計及假設，而該等判斷、估計及假設會影響本年度截至現時為止所採用的政策及所呈報的資產、負債、收入及開支金額。實際結果或有別於此等估計。於編製本中期財務報告時，管理層對應用本集團會計政策及主要不確定估計因素作出的重大判斷，與應用於二零一一年年度財務報表者相同。

本中期財務報告載有簡明合併財務報表及相關解釋附註。附註載有對了解本集團在編製二零一一年年度財務報表後的財政狀況及表現的變動十分重要的事項及交易之闡釋。簡明合併中期財務報表及其附註並不包括根據國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製整份財務報表須呈報的所有資料。

本中期財務報告乃未經審核，惟已由畢馬威會計師事務所根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的《香港審閱工作準則》第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」進行審閱。

載入本中期財務報告中的屬於之前已呈報資料的截至二零一一年十二月三十一日止財政年度財務資料並不構成本公司該財政年度的法定財務報表，惟乃摘錄自法定財務報表。截至二零一一年十二月三十一日止財政年度的財務報表可以從本公司之註冊辦事處索取。核數師於二零一二年三月二十日出具的報告中，對該等財務報表發表無保留意見。

2 會計政策變更

國際會計準則理事會已頒佈個別國際財務報告準則的修訂，於本集團及本公司的本會計期間首次生效。該等變更並不適用於本集團財務報表的詮釋。本集團並未採納任何尚未於本會計期間生效的新訂準則或詮釋。

3 分部呈報

本集團按產品種類劃分管理業務。本集團按與就資源分配及表現評估向本集團高級行政管理人員(確定為主要營運決策人)內部呈報資料方式一致的方式，呈列以下三個可呈報分部。概無將任何經營分部合併，以構成下列的可呈報分部：

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

其他業務包括生產及銷售包裝材料(主要供本集團內部使用)及銷售盈餘原材料。該等業務的業績載於「其他」一欄。

為便於評估分部表現以及在分部之間分配資源，高級行政管理人員會根據「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成本」)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、財務收入淨額、銷售及經銷成本以外的開支分配至分部中，原因是高級行政管理團隊並不會使用上述資料分配經營分部的資源或評估其表現。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，該等財務報表內並無呈列可呈報分部資產及負債的資料。

(a) 有關可呈報分部的資料

截至二零一二年六月三十日止六個月

	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	1,144,153	304,752	227,396	12,813	1,689,114
分部間收入	—	—	—	63,554	63,554
可呈報分部收入	<u>1,144,153</u>	<u>304,752</u>	<u>227,396</u>	<u>76,367</u>	<u>1,752,668</u>
可呈報分部溢利	<u>341,362</u>	<u>37,158</u>	<u>64,278</u>	<u>1,241</u>	<u>444,039</u>
分部折舊及攤銷	<u>16,580</u>	<u>10,564</u>	<u>2,598</u>	<u>1,506</u>	<u>31,248</u>

截至二零一一年六月三十日止六個月

	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	899,009	307,213	223,361	14,283	1,443,866
分部間收入	—	—	—	58,771	58,771
可呈報分部收入	<u>899,009</u>	<u>307,213</u>	<u>223,361</u>	<u>73,054</u>	<u>1,502,637</u>
可呈報分部溢利	<u>222,569</u>	<u>37,456</u>	<u>64,957</u>	<u>1,064</u>	<u>326,046</u>
分部折舊及攤銷	<u>14,061</u>	<u>9,909</u>	<u>3,172</u>	<u>1,449</u>	<u>28,591</u>

(b) 可呈報分部收入與損益的對賬

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
收入		
可呈報分部收入總額	1,752,668	1,502,637
抵銷分部間收入	<u>(63,554)</u>	<u>(58,771)</u>
合併收入	<u>1,689,114</u>	<u>1,443,866</u>
損益		
可呈報分部溢利	444,039	326,046
其他收入及收益淨額	18,359	12,286
未分配金額：		
銷售及經銷成本	(92,903)	(61,497)
行政開支	(98,270)	(85,704)
財務收入淨額	46,872	24,058
其他開支	<u>(12,513)</u>	<u>(7,376)</u>
除所得稅前合併溢利	<u>305,584</u>	<u>207,813</u>

(c) 地區資料

於本期間，本集團的收入全部源自內銷。截至二零一一年及二零一二年六月三十日止各期間，均無錄得出口銷售。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分析，當中概列本集團客戶經營所在的不同等級城市的收入。等級劃分如下：

- 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，該等分類乃根據本集團董事的知識及經驗釐定；
- 二線城市泛指地級城市，於中國的行政架構中低於省、高於縣的行政區，包括但不限於東莞、南陽、九江、綿陽及佛山。由於沒有官方分類，該等分類乃根據本集團董事的知識及經驗釐定；
- 三線城市泛指縣級市（即中國的縣級行政區），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，該等分類乃根據本集團董事的知識及經驗釐定。

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年	二零一一年
	人民幣千元	人民幣千元
雅士利嬰幼兒配方奶粉產品		
來自以下地區的收入		
— 一線城市	155,475	131,983
— 二線城市	530,490	469,960
— 三線城市及其他	<u>458,188</u>	<u>297,066</u>
合計	<u><u>1,144,153</u></u>	<u><u>899,009</u></u>
施恩嬰幼兒配方奶粉產品		
來自以下地區的收入		
— 一線城市	31,163	36,424
— 二線城市	203,975	221,913
— 三線城市及其他	<u>69,614</u>	<u>48,876</u>
合計	<u><u>304,752</u></u>	<u><u>307,213</u></u>

4 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，並經扣除任何銷售折扣。

本集團的客戶基礎多元化，於本期間，並無任何與單一客戶的交易所帶來的收入佔本集團總營業額的10%或以上。

5 除稅前溢利

除稅前溢利乃經(計入)／扣除以下各項後達致：

(a) 財務(收入)／成本

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
財務收入		
利息收入	(17,970)	(21,666)
匯兌收益淨額	(622)	(1,659)
其他投資的已實現及未實現收益淨額	<u>(28,970)</u>	<u>(3,286)</u>
小計	<u>(47,562)</u>	<u>(26,611)</u>
財務成本		
利息開支	649	1,924
匯兌虧損淨額	41	535
遠期合約的未實現虧損淨額	<u>—</u>	<u>94</u>
小計	<u>690</u>	<u>2,553</u>
財務收入淨額	<u>(46,872)</u>	<u>(24,058)</u>

(b) 員工成本

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
薪金、工資及其他福利	133,865	102,011
界定供款退休計劃供款	13,069	7,044
股權結算股份支付開支	<u>3,786</u>	<u>2,655</u>
合計	<u>150,720</u>	<u>111,710</u>

員工成本包括董事及高級管理人員的酬金。

根據中國相關的勞工規定及法規，中國附屬公司參與一項由地方政府營辦的界定供款退休福利計劃(「該計劃」)，據此，中國附屬公司須按照合資格僱員的薪金的特定百分比，向該計劃作出供款。地方政府機構須負責向退休僱員支付所有退休金。本集團除按上文所述作出供款外，概不就支付僱員的退休金及其他退休後福利承擔任何其他責任。

(c) 其他項目：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年	二零一一年
	人民幣千元	人民幣千元
存貨成本(i)	876,884	669,004
折舊：		
— 物業、廠房及設備(i)	35,858	35,467
— 投資物業	869	699
攤銷：		
— 預付租金	1,467	1,468
— 無形資產	992	1,065
— 其他非流動資產	1,169	509
經營租賃費用		
— 租用廠房、機器及物業	6,245	6,525
核數師酬金	1,200	1,965
出售廠房及設備的虧損淨額	204	201
減值轉回		
— 貿易應收款	(6)	(184)
投資物業應收租金減去直接支出(ii)	<u>(2,380)</u>	<u>(2,491)</u>

(i) 存貨成本包括截至二零一二年六月三十日止六個月的人民幣54,421,000元，乃與員工成本及折舊有關(截至二零一一年六月三十日止六個月：人民幣48,282,500元)，而該筆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) 截至二零一二年六月三十日止六個月的投資物業未有錄得直接支出(不含折舊)(截至二零一一年六月三十日止六個月：人民幣零元)。

6 所得稅開支

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年	二零一一年
	人民幣千元	人民幣千元
即期稅項 — 中國所得稅		
期間撥備	72,019	47,656
過往年度超額撥備	(257)	(534)
遞延稅項 — 中國所得稅	<u>14,277</u>	<u>9,831</u>
所得稅開支總額	<u>86,039</u>	<u>56,953</u>

7 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃根據本公司普通股持有人於截至二零一二年六月三十日止六個月應佔合併溢利人民幣218,903,000元(截至二零一一年六月三十日止六個月：人民幣150,132,000元)，以及中期期間已發行3,522,946,132股普通股(截至二零一一年六月三十日止六個月：3,517,909,152股普通股)的加權平均數計算。

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃根據本公司普通股持有人於截至二零一二年六月三十日止六個月應佔合併溢利人民幣218,903,000元(截至二零一一年六月三十日止六個月：人民幣150,132,000元)，以及普通股(攤薄)加權平均數3,557,618,354股(截至二零一一年六月三十日止六個月：3,582,231,715股)計算(已就本公司購股權計劃項下的被視為以零代價發行股份的影響作出調整)。

本公司的三項員工購股權計劃分別於二零零九年一月一日、二零一零年八月一日及二零一一年八月二十九日授出。

8 存貨

	於二零一二年 六月三十日 人民幣千元	於二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元
原材料	398,142	303,468
成品	139,429	156,579
在製品	94,906	78,274
包裝材料	28,314	31,172
低值易耗品	7,336	8,238
	<u>668,127</u>	<u>577,731</u>

於截至二零一二年六月三十日止六個月，人民幣8,755,000元(截至二零一一年六月三十日止六個月：人民幣7,074,000元)於本期間損益確認為開支，即將存貨撇減至估計可變現淨值的金額。

9 貿易應收款及應收票據

	於二零一二年 六月三十日 人民幣千元	於二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元
應收票據	1,987	1,021
貿易應收款	22,233	52,863
減：呆賬撥備	<u>(1,534)</u>	<u>(1,540)</u>
	<u>22,686</u>	<u>52,344</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具有良好交易紀錄的經銷商客戶提供介乎10至90日的臨時信貸。倘本集團推廣某系列產品，信用良好的經銷商客戶可獲得特別信貸。

貿易應收款及應收票據(扣除撥備後)按到期日的賬齡分析如下：

	於二零一二年 六月三十日 人民幣千元	於二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元
即期	20,354	49,456
逾期不足3個月	1,994	1,100
逾期超過3個月	<u>338</u>	<u>1,788</u>
	<u>22,686</u>	<u>52,344</u>

逾期但並無作出減值的應收款與多名獨立客戶有關，該等客戶與本集團維持良好業績記錄。根據過往經驗，管理層認為毋須就此等結餘作出減值撥備，原因是信貸質素並無重大變動，且結餘仍被視為可以全數收回。本集團並無就此等結餘持有任何抵押品。

10 貿易及其他應付款

	於二零一二年 六月三十日 人民幣千元	於二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元
貿易應付款	318,021	287,807
客戶預付款	234,943	255,465
應計薪金	34,445	43,274
其他應付稅項	36,318	29,245
地方政府借款	33,521	31,000
客戶的有抵押保證金	30,547	29,625
其他應付款及應計費用	42,634	43,702
	<u>730,429</u>	<u>720,118</u>

11 貸款及借款

銀行貸款的償還方式如下：

	於二零一二年 六月三十日 人民幣千元	於二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元
一年內或按要求	<u>81,833</u>	<u>31,359</u>

貸款及借款的詳情如下：

	於二零一二年 六月三十日 人民幣千元	於二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元
銀行貸款		
— 以美元計值	—	31,359
— 以港幣計值	<u>81,833</u>	<u>—</u>

於二零一二年六月三十日，銀行貸款按加權平均年利率1.49%（於二零一一年十二月三十一日：3.43%）計息。

12 股息

本中期期間已批准及派付的應付本公司股權持有人的過往財政年度股息

截至六月三十日止六個月
二零一二年 二零一一年
人民幣千元 人民幣千元

於其後之中期期間批准及派付的過往財政年度終期股息每股普通股
人民幣5.68分(按等值港幣6.97仙派發)(截至二零一一年六月
三十日止六個月：每股普通股人民幣7分(按等值港幣8仙派發))

200,103

234,692

管理層討論及分析

行業回顧

根據國家統計局的統計數據，二零一二年上半年，我國經濟增長呈現放緩趨勢，上半年國內GDP同比增長7.8%，較去年同期增速有所放緩，全國居民消費價格總水平比去年同期上漲3.3%。在拉動內需，促進增長，增強人民消費能力的政策指引下，上半年社會消費品零售總額達人民幣98,222億元，同比扣除價格因素後實際增長11.24%。城鎮居民人均收入增長扣除價格因素實際增長9.7%，農村居民人均收入實際增長12.4%。農村居民收入增速超過城鎮居民收入增速及GDP增速，農村消費市場發展潛力日益彰顯。

隨著人民收入的不斷增加，無論身處城鎮還是農村，家長越來越重視寶寶的營養和健康，對食品品質要求越來越高，嬰幼兒食品市場呈現高端化發展趨勢。和以前低端的價格競爭不同，中高端嬰幼兒奶粉的市場競爭主要集中在品牌和質量競爭，產品毛利率較高。同時，企業在產品生產、品牌建設、渠道拓展及銷售推廣方面投入資源較多。隨著市場競爭日趨激烈，具有品牌號召力、渠道優勢突出、產品質量過硬、資金實力雄厚的企業獲得了更廣闊的發展空間。因此加強品牌和質量體系建設，著力培育消費者忠誠度，正在取代傳統價格競爭，成為行業內企業塑造核心競爭力的主要手段。

此外，據聯合國糧食農業組織(Food and Agriculture Organization of the United Nations)發布的《全球糧食展望》報告稱，從二零一一年年中開始，國際市場供應得到改善，再加上有利的氣候條件使產奶量增加，導致二零一二年上半年全球乳製品價格下跌。根據美國農業部(the US Department of Agriculture (USDA))預測，全球乳品出口大國新西蘭2011/2012奶季產奶量將上漲，其他主要產奶大國二零一二年供應量也將保持穩定增長。這對嬰幼兒配方奶粉行業是利好現象。

公司基本情況

本集團始創於一九八三年，自一九九八年起主要專注於生產和銷售嬰幼兒配方奶粉產品及營養品業務。二零零二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，努力發展成為研制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的產品。

本集團有兩大廣受認同的品牌銷售旗下嬰幼兒奶粉產品，針對不同消費群體。本集團亦出售四種營養品，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。

業務摘要

本集團憑藉雅士利、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、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哺喂的健康營養需求，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來自新西蘭採購的優質進口原料，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。本集團雅士利旗下子產品金裝安貝慧以及施恩旗下美兒樂系列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。核心產品雅士利 a 金裝系列以及施恩金裝系列主要針對中

高端消費群，雅士利旗下能慧系列以及施恩普裝系列主要針對中端消費群。雅士利旗下新配方系列主要針對中低端消費群。

營養品

本集團亦出售四種營養食品，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。產品包括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。

市場推廣

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。奶粉銷售網絡由超過1,500家經銷商構成，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105,000家零售點，包括超級市場、百貨公司、母嬰產品專賣店及大型會員連鎖超市、雜貨店。其中，二零一二年上半年，本公司在母嬰渠道的開拓方面取得了明顯成效，新開拓母嬰店15,000家，有效推高在此渠道的市場佔有率，帶來了業績的新增長點。本集團廣闊的奶粉分銷網絡由超過2,300人組成的營銷人員，超過600個聯絡點組成。

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網絡進行管理。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，並防止經銷商竄貨。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。本集團經銷商中超過四成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。

為了更精細服務好市場，實現專業化的經營，二零一一年起本集團重整、拆分，組建成的奶粉事業部、沖調事業部、液態事業部和營養部營銷組織架構，於二零一二年上半年產生了較大的績效，各項管理指標都有較大的提升。目前奶粉事業部主要負責經營嬰幼兒奶粉，米粉以及成人奶粉；沖調事業部主要負責經營豆奶粉及麥片；液態事業部主要負責液

態新品的開發與銷售；營養部主要負責產品和營養元素的宣傳及推廣，通過舉辦醫學沙龍等學術活動等方式，加強與消費者的互動及育嬰知識的教育。

二零一二年上半年，啟用全新的品牌宣傳口號「純淨新西蘭，真愛雅士利」，向消費者更直接地傳播雅士利嬰幼兒奶粉均來自於新西蘭的好奶源。

品牌建設

在品牌建設方面，我們不斷強化優質奶源、專業製造、專業服務的投入和宣傳，惠及消費者生養教方面的活動持續開展，以樹立安全奶源、專業服務、高品質的形象，以真愛回饋消費者。

為此我們持續進行品牌建設，重新梳理雅士利的品牌定位及形象，品牌策略上宣傳高質量和百分百進口奶源，以增強消費者對公司品牌和產品的信任度；純淨新西蘭，真愛雅士利的新品牌口號及純淨百分百，信任百分百，愛百分百的品牌內涵通過央視、衛視及主流省級地面頻道、網絡及平面媒體的立體交叉覆蓋組合傳播。我們同時強化線上及線下的互動，線上今年再次啟動升級版的大型網絡互動活動「體驗好奶源，玩轉新西蘭」，參與人數500萬人，反應熱烈。線下從一線城市到二、三線城市，已舉辦超過2,000場親子路演活動，中獎消費者獲邀參加「新西蘭奶源體驗6日游」充分地拉近了公司與千萬消費者的距離，取得了良好宣傳效果，藉此，二零一二年五月雅士利在「中國第一屆娛樂營銷高峰論壇」活動中獲得唯一的「年度最佳營銷創新獎」。提高了品牌的價值和消費者的信心，直接促進了品牌資產的積累和市場份額的提升。

雅士利深信，母嬰健康關乎民族的根基與國家的未來，雅士利作為民族著名品牌，也是國內嬰幼兒奶粉生產廠家的領軍企業，肩負著發展中國母嬰健康事業的使命。基於此，集團攜手中國優生科學協會，在全國各地舉辦了超過1萬名婦幼醫護人員參加的「中國母嬰健康

主題醫學沙龍」，同時不斷開展消費者教育活動，對優生、養、教知識推行宣傳和普及。並於二零一二年五月在中國蘭州市協辦了「第七屆全國優生科學大會」，為推廣優生科學育兒理念，提升中華民族的整體素質、實現雅士利產業報國的宏偉目標作出了應有的貢獻，這些活動也為雅士利品牌注入了新的活力和影響力。

雅士利的品牌建設成果，除了獲得市場的回報、消費者的認可以外，還被大量社會組織和世界權威的品牌評估和研究機構所認可。比如二零一二年三月在北京舉辦的「二零一一年中國品牌競爭力年會暨第三屆中國品牌與品牌領袖峰會」，雅士利榮獲「二零一一年度中國最具影響力品牌獎」。二零一二年七月，「雅士利」再次榮膺中國500最具價值品牌，品牌價值人民幣98.65億元，排行第154位，連續九次登榜，相比二零一一年，品牌價值提升了人民幣20.9億元，排位提升了9位。

為改善嬰幼兒營養吸收，促進中國寶寶健康成長，二零一二年五月，施恩携手清新可人的青年公益明星董潔推出為嬰幼兒更好營養吸收而精心研發高端新產品—施恩美兒樂系列配方奶粉。美兒樂系列奶粉配方參照聯合國糧食農業組織／世界衛生組織(FAO／WHO)食品法典委員會(CAC)標準及中國乳業新標準精心配製而成。施恩還聯合中國優生科學協會發起了名為「見證吸收，成就未來」嬰幼兒營養的改善計劃。

品質監控

本集團致力建立起一套從採購至零售的整條價值鏈的全面質量監控系統並不斷改良。由於乳品材料是嬰幼兒配方奶粉的主要成份，本集團精挑細選境外的新西蘭恒天然(Fonterra Limited)、新萊特(Synlait Milk Limited)等知名供貨商為本集團提供可靠和優質的原料。僅在日常檢測上，集團總部連同各子公司每年就要花費巨資，全面引進了包括高效液相色譜儀、原子吸收儀等各種先進檢測分析設備。公司嚴格執行批批抽查自檢，每批次產品抽樣不少於5份，對每批奶粉進行64項檢驗，層層篩查，確保安全，嚴格按照國際標準來指導產品的質量生產。

我們堅持每個產品從奶源到成品的質量管理要嚴格按照以下五項原則進行生產管理：第一、採購優質進口乳品原料，加之嚴格原料驗收管理；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、嚴格的過程質量管理，嚴謹檢測制度和先進完善的檢測設備；第四、嚴格保證從原料到生產、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。

於二零一零年八月，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。委員會是專門針對食品安全的監管機構，聘請六位來自美國、新西蘭、澳大利亞、中國、香港等國家和地區，涵蓋食品研究、乳品業研究、食品監管、微生物和理化研究、嬰幼兒營養等學術領域的頂級權威專家。委員會引進業內先進的運作模式、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的質量控制系統，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。

今年上半年，委員會審查了奶粉生產車間和實驗室運作情況，針對集團的生產管理、質量控制及產品研發方向提供了專業性意見。此外，委員會還致力於引導本集團參與更多國際食品安全標準和優良操作規範方面的培訓，以確保其食品安全規則與國際標準接軌。委員會將幫助本集團繼續積極參與亞太經貿組織的食品安全項目及活動，以提高其國際視野和食品安全控制水平。

由中國乳製品工業協會委託國家乳製品質量監督檢驗中心進行的「月月抽檢計劃」也顯示，本集團嬰幼兒配方奶粉產品質量穩定可靠，符合我國現行的強制性國家標準的要求。

二零一一年，工業和信息化部組織指導包括所有嬰幼兒配方奶粉生產企業在內的全國4,000家食品企業建立誠信管理體系。誠信管理體系專家組主要對食品企業的採購源頭、檢驗過程、生產過程、行政活動、財務工作、研發成果等方面進行考核，並邀請國家認可委技術研究所專家組進行現場評審，誠信專家組依據誠信管理體系標準進行了詳細的審查並現場評價。二零一一年十一月，本集團旗下子公司廣東雅士利通過了國家食品工業企業誠信管理體系(CMS)評審，成為廣東省首家參加誠信評價並最終獲得證書的食品生產企業。施恩(廣州)嬰幼兒營養品有限公司也在二零一二年初獲得誠信管理體系證書。

研發

本集團新品開發採用了「裝備一代，研發一代，預研一代」的理念，二零一二年加大新產品研發力度，針對不同系列產品進行細分和重新規劃，調整產品結構和優化產品配方，增強了產品競爭力。針對高端消費者雅士利推出了金裝安貝慧系列，該系列產品以消化吸收為主要訴求，配方以結構性油脂、 α -乳清蛋白、益生元組合為主要特點，是目前中國市場上高端的嬰兒奶粉配方，為嬰兒提供充足營養的同時促進嬰兒消化吸收，降低腹瀉及嬰兒便秘的幾率。

針對原有產品雅士利集團將使用新一代配方進行產品升級開發，結合蛋白質、脂肪、維生素、礦物質的調整使產品更加接近母乳的餵養效果，全面提升產品品質，新一代產品將在下半年逐步投入市場。

與中國農業大學合作開發的高蛋白中老年營養奶粉項目已經完成，雅士利集團將根據市場需要適時推廣該產品。

為適應中國市場及消費者對奶粉安全性和營養性的全面要求，豐富雅士利嬰兒系列奶粉的產品線，雅士利集團將新推出與新西蘭知名奶粉廠商合作開發的原裝進口系列嬰幼兒奶粉，利用適合中國人的產品配方和外國優質奶源的結合提升整體嬰兒奶粉品質。

豆奶粉及麥片產品市場競爭激烈，雅士利集團力爭在產品功能和產品口味上進行雙向突破，二零一二年陸續推出了多款以維生素為主全面營養的豆奶粉和以豐富產品口味為主的麥片產品，全面提升了豆奶粉及麥片產品的檔次豐富了產品線，其中，麥片方面推出真果仁高端系列。

社會責任

本集團作為國內嬰幼兒奶粉的領軍企業，具備高度的社會責任感，在企業發展的同時，積極、熱心履行企業社會責任，截至二零一二年六月三十日止六個月，集團在「廣東扶貧濟

困日」捐贈了現金；在「世界牛奶日」向中國扶貧基金會捐贈了優質乳製品及現金；「全國助殘日」期間向潮州受助者發放了慰問物品，上半年合計捐款捐物超過人民幣2.3百萬元。

投資者關係

本集團認為，與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、電話會議及非交易路演等多種渠道和方式與投資者進行良好地溝通和交流。

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資料的最新情況，以供公眾查閱。

未來展望

嬰幼兒奶粉市場未來仍有樂觀的成長空間。據媒體報道，Euromonitor統計和預測，二零一一年我國嬰幼兒配方奶粉市場終端銷售額已達到人民幣621億元。二零一一至二零一六年，複合增長率預計將達到15.6%，二零一六年市場規模將達到人民幣1,284億元。

二零一二龍年，會有較高的嬰兒出生率，從而刺激包括嬰幼兒奶粉在內的嬰童用品在二零一二至二零一五年的需求。此外，近年以來農村居民平均收入增速遠超GDP增速，並且遠超城市居民平均收入增速，所以我們預期二三線城市的嬰幼兒食品市場將會遠超一線城市的幅度增長，我們認為雅士利集團在二三線城市的普及率使雅士利與跨國品牌競爭對手相比將會繼續保持競爭優勢。未來本集團的營銷策略圍繞以下幾個重點方面開展：

品牌建設

「塑造強勢品牌，積累品牌資產」是一項長期的工作，對於雅士利集團這樣的生產銷售型企業來說，是核心競爭力的重要組成要素。集團持續在品牌建設方面進行投資，增加了市場覆蓋和媒體音量水平，在重要的核心市場要求超越主要競爭對手，從而保證優勢地位。今年下半年以及明年，本集團將繼續加強「純淨新西蘭，真愛雅士利」品牌口號的傳播以進一步強化品牌的美譽度；加大省級、衛視及地方主要頻道的投入；加強對消費者生、養、教知識的專業教育，提升品牌的專業形象；加大線上線下主題品牌活動的開展和投入。網絡投放方面，將推出「奶粉沖沖沖」、雅士利魔法卡片遊戲，植入雅士利的「新西蘭來源」、「三優寶寶」、「純淨草原」等元素，通過官方微博舉辦活動擴大吸引力和影響力。除此之外，網絡廣告同時推出配合線下推廣的「體驗好奶源，玩轉新西蘭第三季」活動。

按品牌及事業部模塊的拓展

雅士利品牌：奶粉事業部方面，憑據集團雄厚的分銷能力，雅士利於上半年上市高端價位產品，至今已取得較高鋪市率，預計在我們強勢的二三線城市將會取得好的銷售，籍該高端價位產品的上市，下半年我們將加大對一二線城市的終端投入，提高鋪市率，預計將帶來新的業績增長，前景看好；下半年本集團將再接再厲，抓住機遇再推出全新的「原裝新西蘭進口」奶粉產品，該產品將採用OPO等較高端營養配方，在一二三線城市全面展開，積極拓展市場，擴大本品銷售份額。沖調事業部方面，麥片系列將不斷推出新品，加強市場的鋪市率，提升單點賣力。此外，集團將對正味麥片進行品牌推廣，相關的廣告創意和設計工作已經在積極開展，預計本年度的第四季度我們將在部分市場進行廣告投放，未來的目標是將正味打造成麥片市場的第一品牌，建立領先的市場地位。

施恩品牌：上半年強勢推出美兒樂高端產品系列，提出具有創新及領先意義的產品包裝及配方，產品利益點也匹配行業發展趨勢，在超高端市場日益體現了其積極進取的開拓精神，更攜手中國優生科學協會及影視明星董潔推出「嬰幼兒營養吸收改善計劃」，得到了高度讚譽與支持，很大程度提升品牌的形象及價值，也優化整個產品結構，美兒樂的推出將令施恩把握住嬰幼兒奶粉市場高端化的進程，下半年將持續進行媒介投資，進一步擴大知名度，並積極規劃施恩原裝進口產品系列，豐富產品線的同時，增加產品盈利能力，並給予消費者購買信心。

液態飲料新品：本集團上半年已完成產品第二次中試以及消費者接受度調查，結果令人滿意。相關產品的開發、包裝設計、廣告創意和製作都已經積極展開。本集團將於下半年利用上市募集資金積極推進中國河南省鄭州的生產廠房及設備建設。預計液態產品於二零一三年上半年投放市場。

經營網絡渠道的拓展

在城市級別發展方面，在鞏固二三線市場的同時，加大一二線城市的投入；在終端銷售渠道方面，在鞏固大中小商超的強勢的基礎上，強化一二線城市大賣場投入以及重點進行婦嬰店渠道的網絡建設；在產品方面，繼續加強中高端產品的鋪市，強化金裝安貝慧以及美兒樂的推廣並引入新西蘭原裝進口的高端產品「超級 a 金裝」，以強力搶佔高端市場，以拉高產品的平均單價，從而提升市場份額。

此外，本集團已成立專門的團隊利用上市募集資金推進海外生產基地建設或合作項目，提升本集團的綜合競爭力。

展望未來，本集團將繼續圍繞提升銷售管理水平、品牌建設、研究與開發、提高生產能力、強化集團內部管理能力昇華集團文化以及推進海外生產基地項目，有序推進二零一二年的經營目標並為本集團的可持續發展道路建設添磚加瓦。

財務回顧

收入

截至二零一二年六月三十日止六個月，本集團之收入達人民幣1,689.1百萬元(二零一一年同期：人民幣1,443.9百萬元)，較去年同期增長17.0%。

按品牌及產品類別劃分之收入

截至二零一二年六月三十日止六個月 — 未經審核

	截至六月三十日止六個月		變動比例
	二零一二年 人民幣百萬元	二零一一年 人民幣百萬元	
雅士利嬰幼兒配方奶粉	1,144.2	899.0	27.3%
施恩嬰幼兒配方奶粉	304.7	307.2	-0.8%
營養品	227.4	223.4	1.8%
其他	12.8	14.3	-10.5%
總計	<u>1,689.1</u>	<u>1,443.9</u>	17.0%

截至二零一二年六月三十日止六個月，雅士利品牌嬰幼兒配方奶粉產品實現銷售收入人民幣1,144.2百萬元(二零一一年同期：人民幣899.0百萬元)，較去年同期增長27.3%，增長主要源自成功的銷售策略拉動的銷售量增長；而施恩品牌嬰幼兒配方奶粉產品則實現銷售收入人民幣304.7百萬元(二零一一年同期：人民幣307.2百萬元)，相比去年同期稍下降了0.8%。

截至二零一二年六月三十日止六個月，營養品實現銷售收入人民幣227.4百萬元(二零一一年同期：人民幣223.4百萬元)，較去年同期增長1.8%，增長主要來自於市場業務增加而拉動的麥片以及成人系列奶粉銷售收入的增長。

按城市級別劃分之收入

一 雅士利嬰幼兒配方奶粉

	截至六月三十日止六個月		變動比例
	二零一二年 人民幣百萬元	二零一一年 人民幣百萬元	
一線城市 ⁽¹⁾	155.5	132.0	17.8%
二線城市 ⁽²⁾	530.5	470.0	12.9%
三線城市及其他 ⁽³⁾	<u>458.2</u>	<u>297.1</u>	54.2%
總計	<u>1,144.2</u>	<u>899.0</u>	27.3%

一 施恩嬰幼兒配方奶粉

	截至六月三十日止六個月		變動比例
	二零一二年 人民幣百萬元	二零一一年 人民幣百萬元	
一線城市 ⁽¹⁾	31.2	36.4	-14.3%
二線城市 ⁽²⁾	204.0	227.9	-8.1%
三線城市及其他 ⁽³⁾	<u>69.5</u>	<u>48.9</u>	42.1%
總計	<u>304.7</u>	<u>307.2</u>	-0.8%

⁽¹⁾ 包括北京、上海、廣州、重慶、南昌及石家莊等直轄市、省會城市及自治區首府。

⁽²⁾ 包括東莞、南陽、九江、綿陽及佛山等地級市。

⁽³⁾ 包括晉江、雲夢、亳州、昆山及漯河等縣級市。

上述銷售是以經銷商註冊所在地歸屬的城市級別劃分的。

在成功的銷售策略拉動下，雅士利嬰幼兒奶粉實現了全線上漲。此外，三線城市及其他市場增速較快，雅士利品牌嬰幼兒奶粉在此區域的提升也更為迅速。

於二零一二年上半年，施恩進一步進行分銷渠道下沉，部份的原由一二線城市經銷商覆蓋的三線城市及其他市場由當地的經銷商經營。由於上述原因，施恩品牌一二線城市銷售有所下降而三線城市及其他銷售有所上升。

毛利

截至二零一二年六月三十日止六個月，本集團錄得毛利為人民幣917.0百萬元(二零一一年同期：人民幣782.0百萬元)，較去年同期上升17.3%，毛利率為54.3%(二零一一年同期：54.2%)。為了拉動市場進一步發展，本集團於本期給與了更多銷售折扣，該影響被產品優化結構以及原料粉平均成本均有所下降對毛利率的影響所抵消。綜合影響下，毛利率較去年同期略有上升。

銷售及經銷成本

截至二零一二年六月三十日止六個月，本集團發生銷售及經銷成本為人民幣565.8百萬元(二零一一年同期：人民幣517.5百萬元)，較去年同期增加了9.3%，主要由於工資社保費以及推廣促銷費用的增加所致。主要是因為本期銷售額增長17.0%，而銷售及經銷開支增幅只有9.3%，銷售及經銷開支佔本集團收入的比例下降至33.5%(二零一一年同期：35.8%)。

行政開支

截至二零一二年六月三十日止六個月，管理費用為人民幣98.3百萬元(二零一一年同期：人民幣85.7百萬元)，較去年同期增加了14.7%，主要由於工資福利社保費用以及稅費增加所致。

財務收入淨額

截至二零一二年六月三十日止六個月，財務淨收入為人民幣46.9百萬元(二零一一年同期：財務淨收入為人民幣24.1百萬元)。主要是由於本集團於本期來自穩健型理財產品的投資收益及於二零一二年六月三十日的公允價值變動收益增加。

所得稅開支

截至二零一二年六月三十日止六個月，本集團計提的所得稅費用為人民幣86.0百萬元(二零一一年同期：人民幣57.0百萬元)，實際所得稅率為28.1%(二零一一年同期：27.4%)。所得稅費用的增加主要是因為稅前利潤總額的增長。

存貨

於二零一二年六月三十日，本集團存貨餘額為人民幣668.1百萬元(二零一一年十二月三十一日：人民幣577.7百萬元)，其中原材料從二零一一年十二月三十一日人民幣303.5百萬元增加至本期末的人民幣398.1百萬元。為保障下半年更加旺盛的生產需求，本集團增加了原料的庫存儲備。此外，有一部分的原材料供應不穩定，本集團於上半年實施了策略增加採購，原材料庫存相應增加。

其他投資

於二零一二年六月三十日，其他投資為穩健型理財產品。於二零一二年七月三十一日，人民幣348.9百萬元的理財產品已到期購回並取得平均年化收益2.7%至6.0%。於二零一二年七月三十一日，其餘尚未購回的金額均為短期保本理財產品，亦會於一年內到期，預期年化收益率為2.8%到7.8%。收益不同主要因投資期限而有所不同。

貿易應收款及應收票據

於二零一二年六月三十日，本集團貿易應收款及應收票據金額為人民幣22.7百萬元(二零一一年十二月三十一日：人民幣52.3百萬元)，主要由於本集團更完善的信限控制。於二零一二年上半年，貿易應收款周轉天數為2.4天(二零一一年同期：6.5天)。

人力資源及僱員薪酬

於二零一二年六月三十日，本集團共有5,576名全職僱員(二零一一年六月三十日：5,035名)。僱員本期總成本約為人民幣150.7百萬元(二零一一年同期：人民幣111.7百萬元)。僱員總成本的增加主要是因為員工人數的增加以及員工平均薪酬及社保費用增加。

本集團注重員工激勵，建立健全基於業績和能力的績效評價與薪酬激勵體系，將僱員的收益和個人工作成效正向匹配，為僱員的職業發展和能力的有效提升提供方向指引，同時結合基本薪金、績效花紅及福利等基礎激勵，股權計劃的長期激勵，以吸引和保留更多優秀人才。

本集團貫徹「人才是公司最重要資產」的理念，結合未來戰略發展需要建立中長期人力規劃，推進人才梯隊建設，並為優秀人才提供系統及針對性的培養計劃。集團還將持續推動培訓體系的精進，以期建立配合未來企業發展的強大人才發展系統。

本集團還致力於深化企業文化建設，通過建立核心文化與共享價值理念，匹配戰略、並指引公司制度與人力資源體系建設，充分發揮軟實力功能，激發員工的工作源動力與積極性，建設富於激情、追求卓越的職業化團隊，從而提高企業的整體運營效率員工向心力和整體盈利能力。

或然負債

於二零一二年六月三十日，本集團並無重大或然負債(二零一一年十二月三十一日：無)。

資本承擔

於二零一二年六月三十日，本集團資本承擔總額為人民幣47.5百萬元(二零一一年十二月三十一日：人民幣63.0百萬元)。

中期股息

董事會建議不派發截至二零一二年六月三十日止六個月的中期股息(截至二零一一年六月三十日止六個月：無)，並建議保留期內盈利。

資產抵押

於二零一二年六月三十日，本集團已抵押之銀行存款、其他投資及若干物業、廠房及設備合共約人民幣153.7百萬元(二零一一年十二月三十一日：人民幣92.5百萬元)。

資本結構、流動資金及財務資源

於二零一二年六月三十日，本集團的現金及現金等價物的餘額為人民幣1,625.5百萬元(二零一一年十二月三十一日：人民幣2,581.6百萬元)，下降37.0%。下跌的原因主要是因為用作其他投資的資金餘額增加人民幣986.5百萬元。

經營活動

截至二零一二年六月三十日止六個月內，本集團的業務帶來人民幣218.3百萬元現金(二零一一年同期：人民幣237.1百萬元)。強勁的現金流入主要來自截至二零一二年六月三十日止六個月取得的利潤。

投資活動

截至二零一二年六月三十日止六個月內，投資活動所用現金淨額為人民幣1,022.3百萬元，投資活動現金流出主要用於購買穩健型理財產品及設備及廠房的購建。

融資活動

截至二零一二年六月三十日止六個月內，融資活動所用現金淨額為人民幣150.3百萬元，主要反映貸款及借款所得款項人民幣112.2百萬元，和償還銀行貸款人民幣61.8百萬元及派發股息人民幣200.1百萬元。

貸款及借款

於二零一二年六月三十日，本集團銀行的貸款為人民幣81.8百萬元(二零一一年十二月三十一日：人民幣31.4百萬元)需於一年內按要求償還。

於二零一二年六月三十日，本集團的總權益為人民幣3,826.9百萬元(二零一一年十二月三十一日：人民幣3,804.0百萬元)，債務權益比率(銀行貸款期末總額除以權益期末總額)為2.14%(二零一一年十二月三十一日：0.8%)。

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。

企業管治

本集團致力確保企業管治達致高水平，尤其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問責性。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。

除下文所披露者外，本公司已於二零一二年一月一日至二零一二年三月三十一日期間採納該等原則，並已遵守企業管治常規守則的所有守則條文及已於二零一二年四月一日至二零一二年六月三十日期間內遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄十四所載的企業管治守則(「守則」)。就守則的守則條文第A.2.1條而言，本公司並無任何人員擔任「行政總裁」職務。董事會主席張利鈿先生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。

董事會

截至二零一二年六月三十日止六個月內，董事會由五位執行董事、兩位非執行董事及三位獨立非執行董事組成。其中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、張雁鵬先生；非執行董事為張弛先生、張淑國先生；獨立非執行董事為余世茂先生、陳永泉先生、黃敬安先生。

董事名單(按類別排列)亦不時根據上市規則披露於本集團發出的所有企業通訊中。根據上市規則，獨立非執行董事會於所有企業通訊中明確識別。

根據本集團的組織章程細則，本集團全體董事須至少每三年輪值告退一次，而任何獲委任以填補臨時空缺或加入董事會的新增董事須於獲委任後的下一次股東大會上接受股東重選。張利坤先生、張淑國先生、張弛先生及余世茂先生已於二零一二年五月三十日股東周年大會上輪值退任，並在二零一二年股東周年大會重選連任。

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。目前，本公司董事會由10名成員組成，當中僅3人為獨立非執行董事。董事會將考慮額外委任一名獨立非執行董事，以於二零一二年十二月三十一日前遵守上述規則。

董事的證券交易

本集團已採納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」)，作為本集團董事進行本集團證券交易的行為守則及規則。經本集團作出特定查詢後，董事確認，彼等於截至二零一二年六月三十日止六個月內一直遵守標準守則所載之所需準則。

購買、出售或贖回本集團上市股份

截至二零一二年六月三十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。

審核委員會

本集團審核委員會包括兩名獨立非執行董事(即黃敬安先生(主席)及余世茂先生)及一名非執行董事(即張弛先生)(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)。概無審核委員會成員為本集團現任外聘核數師的前合夥人。

審核委員會已審閱截至二零一二年六月三十日止六個月的未經審核財務報表，並認為結果符合相關會計準則且本公司已作出適當披露。

刊登中期報告

載有上市規則規定的所有適用資料的本公司截至二零一二年六月三十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
雅士利國際控股有限公司
張利鈿
主席

香港，二零一二年八月十六日

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、張利波先生及張雁鵬先生；本公司非執行董事為張淑國先生和張弛先生；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。