

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：01230)

**截至2014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日止六個月		變動比例
	2014年 人民幣百萬元	2013年 人民幣百萬元	
營業額	1,545.7	2,152.9	-28.2%
毛利	819.9	1,192.1	-31.2%
本公司股權持有人 應佔利潤	209.4	293.6	-28.7%
每股盈利(人民幣：分)			
— 基本	5.9	8.3	-28.9%
— 攤薄	不適用	8.2	不適用

截至2014年6月30日止六個月，本集團之收入達人民幣1,545.7百萬元(2013年同期：人民幣2,152.9百萬元)，較去年同期下降28.2%。

本集團銷售收入下降主要是由於(i)本集團自2014年上半年開始梳理銷售渠道，變革營銷模式，經銷商及消費者需要一段時間的接受過程；(ii)應對2014年上半年激烈的市場競爭格局，本集團加大產品折扣力度，雅士利及施恩品牌嬰幼兒奶粉銷售收入均因此較去年同期下降；及(iii)2013年恒天然的烏龍事件對雅士利品牌銷售的影響仍然持續。因此，雅士利嬰幼兒奶粉銷售下降的幅度較大。

本集團於截至2014年6月30日止六個月內每股基本盈利為人民幣5.9分，較2013年同期下降了28.9%。

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2014年6月30日止中期的未經審核合併業績連同2013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：

簡明合併損益表

	附註	未經審核	
		截至6月30日止六個月 2014年 人民幣千元	2013年 人民幣千元
收入	3	1,545,698	2,152,874
銷售成本	4	<u>(725,826)</u>	<u>(960,783)</u>
毛利		819,872	1,192,091
其他收入及收益	3	71,375	13,758
銷售及經銷開支		(571,975)	(712,180)
行政開支		(101,254)	(113,836)
其他開支		<u>(5,595)</u>	<u>(8,024)</u>
經營溢利		212,423	371,809
財務收入	4	29,111	41,545
財務成本		<u>(2,831)</u>	<u>(2,874)</u>
淨財務收入		<u>26,280</u>	<u>38,671</u>
除稅前溢利	4	238,703	410,480
所得稅開支	5	<u>(29,274)</u>	<u>(115,190)</u>
本期溢利		<u>209,429</u>	<u>295,290</u>
以下各方應佔：			
本公司擁有人		209,429	293,580
非控股股東		<u>—</u>	<u>1,710</u>
		<u>209,429</u>	<u>295,290</u>
		人民幣分	人民幣分
本公司普通股擁有人應佔			
每股盈利	6		
基本		<u>5.9</u>	<u>8.3</u>
攤薄		<u>不適用</u>	<u>8.2</u>

應付本公司股本持有人股息的詳情載於附註13。

簡明合併全面收益表

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2014年 人民幣千元	2013年 人民幣千元
本期溢利	209,429	295,290
其他全面收益		
可於以後期間重新分類至損益之 其他全面收益：		
海外子公司外幣報表折算差額	26,343	7,948
於處置海外子公司時的外幣折算儲備 轉入本期損益	<u>(9,510)</u>	<u>—</u>
本期其他全面收益	<u>16,833</u>	<u>7,948</u>
本期全面收益總額	<u><u>226,262</u></u>	<u><u>303,238</u></u>
以下各方應佔：		
本公司擁有人	226,262	301,528
非控股股東	<u>—</u>	<u>1,710</u>
	<u><u>226,262</u></u>	<u><u>303,238</u></u>

簡明合併財務狀況表

	附註	未經審核 於2014年 6月30日 人民幣千元	經審核 於2013年 12月31日 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		619,551	802,751
在建工程		579,627	418,996
投資物業		112,487	115,816
土地使用權		164,150	216,465
無形資產		2,464	6,137
長期保證金存款	10	150,000	150,000
長期銀行存款	10	338,325	327,887
遞延稅項資產		82,515	84,575
其他非流動資產		—	7,117
非流動資產總額		<u>2,049,119</u>	<u>2,129,744</u>
流動資產			
預付款及按金		156,579	140,880
可供出售投資		150,000	—
存貨	7	865,136	886,229
貿易應收款	8	26,859	32,068
其他應收款	9	67,569	22,662
應收利息		10,397	7,870
其他投資		434,714	444,508
保證金存款	10	26,100	42,311
現金及銀行結存	10	905,804	810,384
流動資產總額		<u>2,643,158</u>	<u>2,386,912</u>
流動負債			
貿易應付款	11	285,758	346,469
其他應付款	12	196,256	207,622
應付利息		9,792	8,928
預提費用及客戶訂金		368,362	543,171
計息銀行借款	14	507,606	154,464
其他借款	15	33,500	33,500
應付所得稅		30,282	40,838
流動負債總額		<u>1,431,556</u>	<u>1,334,992</u>
流動資產淨值		<u>1,211,602</u>	<u>1,051,920</u>
資產總值減流動負債		<u>3,260,721</u>	<u>3,181,664</u>

簡明合併財務狀況表(續)

		未經審核 於2014年 6月30日 人民幣千元	經審核 於2013年 12月31日 人民幣千元
	附註		
非流動負債			
計息銀行借款	14	46,719	47,084
遞延收益		9,078	12,085
遞延所得稅負債		<u>31</u>	<u>12,531</u>
 非流動負債總額		 <u>55,828</u>	 <u>71,700</u>
 資產淨額		 <u>3,204,893</u>	 <u>3,109,964</u>
 權益			
股本		305,532	305,532
儲備		<u>2,899,361</u>	<u>2,804,432</u>
		<u>3,204,893</u>	<u>3,109,964</u>
 權益總額		 <u>3,204,893</u>	 <u>3,109,964</u>

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

編製基礎

截至2014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》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信息和披露，故應與本集團截至2013年12月31日止年度的財務報表一併閱覽。

本集團已採納的新準則、解釋和修訂

除因採納以下截至2014年1月1日生效的新頒布及經修訂的國際財務報告準則及詮釋外，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2013年12月31日止年度的財務報表所採納者保持一致。

投資實體 — 對國際財務報告準則第十號、第十二號和國際會計準則二十七號的修訂

這些修訂對符合國際財務報告準則第十號合並財務報表定義的投資實體的合並要求提出了一種例外情況。合並例外要求投資實體對子公司採用公允價值變動列入損益的會計計量。這些修訂對本集團沒有影響，因為本集團沒有符合國際財務報告準則第十號定義的投資實體。

金融資產和金融負債的抵銷 — 對國際會計準則第三十二號的修訂

這些修訂闡明了「現時法律強制抵銷權」的含義，以及結算所並非即時結算機制的符合抵銷的條件。這些修訂對本集團沒有影響。

非金融資產可收回金額的披露 — 對國際會計準則第三十六號的修訂

這些修訂刪除了國際財務報告準則第十三號公允價值計量對按照國際會計準則第三十六號資產減值要求披露所產生的無意後果。此外，這些修訂要求對本期確認或轉回減值的資產或現金產生單位的可收回金額進行披露。這些修訂對本集團沒有影響。

2 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，共有下列四個可報告經營分部：

- (a) 生產及銷售雅士利嬰幼兒配方奶粉產品：該部分包括在中國及海外開發、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。
- (b) 生產及銷售施恩嬰幼兒配方奶粉產品：該部分包括在中國及海外開發、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。
- (c) 生產及銷售營養品：該部分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。
- (d) 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益、虧損淨額、財務成本淨額、部分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團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人員匯報分部資產及負債，因此，此等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。

2 經營分部資料(續)

	截至2014年6月30日止六個月(未經審核)				合計 人民幣千元
	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	
分部收入：					
銷售予外部客戶	1,029,870	273,781	235,249	6,798	1,545,698
分部間銷售	—	—	—	44,527	44,527
	<u>1,029,870</u>	<u>273,781</u>	<u>235,249</u>	<u>51,325</u>	<u>1,590,225</u>
對賬：					
對銷分部間銷售					<u>(44,527)</u>
總收入					<u>1,545,698</u>
分部業績	232,719	20,263	42,233	4,717	299,932
對賬：					
財務收入					29,111
財務成本					(2,831)
不可分的其他收益及 其他淨虧損					71,375
不可分的其他支出					<u>(158,884)</u>
除稅前溢利					238,703
所得稅開支					<u>(29,274)</u>
本期溢利					<u>209,429</u>
其他分部資料					
折舊及攤銷	22,050	11,674	2,990	1,448	38,162
不可分金額					<u>7,334</u>
折舊及攤銷總額					<u>45,496</u>

2 經營分部資料(續)

	截至2013年6月30日止六個月(未經審核)				合計 人民幣千元
	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	
分部收入：					
銷售予外部客戶	1,520,486	369,041	258,376	4,971	2,152,874
分部間銷售	—	—	—	68,586	68,586
	<u>1,520,486</u>	<u>369,041</u>	<u>258,376</u>	<u>73,557</u>	<u>2,221,460</u>
對賬：					
對銷分部間銷售					<u>(68,586)</u>
總收入					<u>2,152,874</u>
分部業績	384,078	80,124	65,357	394	529,953
對賬：					
財務收入					41,545
財務成本					(2,874)
不可分的其他收益及 其他淨虧損					13,758
不可分的其他支出					<u>(171,902)</u>
除稅前溢利					410,480
所得稅開支					<u>(115,190)</u>
本期溢利					<u>295,290</u>
其他分部資料					
折舊及攤銷	23,014	12,154	1,742	1,344	38,254
不可分金額					<u>1,614</u>
折舊及攤銷總額					<u>39,868</u>

2 經營分部資料(續)

地區資料

本期本集團的收入全部源自內銷。截至2013年及2014年6月30日止六個月期間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，該等分類由本公司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、九江及佛山。由於沒有官方分類，該等分類由本公司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，該等分類由本公司董事根據其知識及經驗釐定。

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013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	101,797	152,508
— 二線城市	383,342	603,037
— 三線城市及其他	544,731	764,941
	<u>1,029,870</u>	<u>1,520,486</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	31,164	37,811
— 二線城市	153,614	239,526
— 三線城市及其他	89,003	91,704
	<u>273,781</u>	<u>369,041</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日止六個月	
		2014年	2013年
		人民幣千元	人民幣千元
收入			
商品銷售	(a)	<u>1,545,698</u>	<u>2,152,874</u>
其他收入及收益			
政府補助	(b)	3,008	4,592
補償收入	(c)	337	1,632
租金收入		2,430	3,810
處置子公司淨收益		65,031	—
匯兌收益		—	3,160
其他		<u>569</u>	<u>564</u>
		<u>71,375</u>	<u>13,758</u>

附註：

- (a) 本集團主要從事乳製品及營養品生產及銷售。營業額，是指本集團的營業收入，即向客戶供應的貨品的銷售價值。營業額已經扣除任何銷售折扣。

本集團的客戶基礎多元化，本期內，並無任何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。

- (b) 政府補助主要指對購買資產的補償和退稅。

- (c) 補償收入主要指於本期就違反經銷協議條款的違約而從經銷商客戶沒收的款項。

4 除稅前溢利

本集團的稅前利潤乃經扣除／(增加)下列各項後計算所得：

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
	人民幣千元	人民幣千元
貨品銷售成本	725,826	960,783
物業、廠房及設備折舊*	37,881	34,090
投資物業折舊	1,693	1,670
預付土地租賃款項攤銷	3,039	1,467
其他非流動資產攤銷	1,745	1,606
無形資產攤銷	1,138	1,035
折舊及攤銷總額	45,496	39,868
房屋的經營租賃最低租金	6,487	7,091
僱員福利費*(不包括董事及主要行政人員薪酬)：		
工資、薪金及津貼	196,188	186,683
退休金計劃供款(定額供款計劃)	12,694	10,798
股權結算股份支付開支	—	3,104
	208,882	200,585
利息收入	(18,531)	(23,805)
其他投資的收益	(10,580)	(17,740)
財務收入總額	(29,111)	(41,545)
出售物業、廠房及設備項目的虧損淨額	2,615	322
貿易應收賬款減值損失／(轉回)	(67)	121
投資物業應收租金	(2,430)	(3,810)

* 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 所得稅開支

簡明合併損益表內所得稅開支的主要成分為：

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
	人民幣千元	人民幣千元
即期稅項		
期間撥備	37,690	121,117
本期內確認以往年度的稅收調整	2,024	2,349
遞延稅項	<u>(10,440)</u>	<u>(8,276)</u>
所得稅開支總額	<u>29,274</u>	<u>115,190</u>

本集團於中國的所有子公司於截至2014年6月30日止六個月期間的所得稅稅率均為25%。

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2014年6月30日止六個月期間香港利得稅撥備是以本年度的估計應課稅溢利，按照16.5%(截至2013年6月30日止六個月期間：16.5%)的稅率計提。

6 本公司普通股擁有人應佔每股盈利

本期的每股基本盈利乃根據期內本公司普通股擁有人應佔利潤除以期內已發行普通股的加權平均數計算。

每股攤薄盈利乃根據期內本公司普通股擁有人應佔利潤除以用作計算每股基本盈利所採用的期內已發行普通股加權平均數並假設期內所有購股權獲行使或所有潛在攤薄股份轉換按無代價發行的普通股加權平均數計算。

6 本公司普通股擁有人應佔每股盈利(續)

計算每股基本及攤薄盈利時所用加權平均股份數目調節如下：

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
	人民幣千元	人民幣千元
用於計算每股基本盈利的		
本公司普通權益持有人應佔利潤	<u>209,429</u>	<u>293,580</u>
	股份數量	
	(千股)	(千股)
股份：		
計算每股基本盈利所用的普通股加權平均數	3,559,170	3,539,521
假設期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>不適用</u>	<u>35,524</u>
計算每股攤薄盈利所用的普通股加權平均數	<u>不適用</u>	<u>3,575,045</u>

7 存貨

	未經審核	經審核
	2014年	2013年
	6月30日	12月31日
	人民幣千元	人民幣千元
原材料	576,115	537,761
成品	134,403	191,233
半成品	118,642	122,684
包裝材料	28,536	26,456
低價消耗品	<u>7,440</u>	<u>8,095</u>
	<u>865,136</u>	<u>886,229</u>

8 貿易應收款

	未經審核 2014年 6月30日 人民幣千元	經審核 2013年 12月31日 人民幣千元
貿易應收款	27,960	33,236
減值	(1,101)	(1,168)
	<u>26,859</u>	<u>32,068</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。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。

於報告期末，經扣除撥備的應收款及應收票據按發票日期的賬齡分析如下：

	未經審核 2014年 6月30日 人民幣千元	經審核 2013年 12月31日 人民幣千元
三個月以內	21,079	28,782
三至六個月	4,663	2,302
六個月以上	1,117	984
	<u>26,859</u>	<u>32,068</u>

於2014年6月30日，上述結餘包括應收一家本公司同系附屬公司款項約人民幣1,266,000元（2013年12月31日：人民幣1,207,000元）。該等結餘為無抵押及免息，償還信貸期與給予本集團其他主要客戶的信貸期相若。

到期未付但並無減值之應收款項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。

9 其他應收款

於2014年6月30日，上述結餘包括應收一家本公司同系附屬公司款項約人民幣44,095,000元（2013年12月31日：人民幣54,000元）。其中人民幣40,000,000元按5.76%計息並於4個月到期，剩餘款項約人民幣4,095,000元為無抵押及免息，沒有固定還款日期。

10 現金及銀行結存和其他銀行存款和保證金存款

	未經審核 2014年 6月30日 人民幣千元	經審核 2013年 12月31日 人民幣千元
現金及現金等價物	905,776	710,384
受限制的銀行存款	176,100	192,311
到期日為三個月以上的定期存款	<u>338,353</u>	<u>427,887</u>
	<u>1,420,229</u>	<u>1,330,582</u>
減：銀行融資之短期保證金存款	26,100	42,311
減：銀行融資之長期保證金存款	150,000	150,000
減：長期銀行存款	<u>338,325</u>	<u>327,887</u>
現金及銀行結存	<u><u>905,804</u></u>	<u><u>810,384</u></u>

銀行現金按基於通行市場利率計息。於2014年6月30日，短期定期銀行存單有效年利率約為2.86%至4.125%（2013年12月31日：2.28%至4.125%），並將於一年內到期。長期定期銀行存單有效年利率約為4.675%（2013年12月31日：4.675%），並將於一至兩年到期。銀行結餘及已抵押存款於近期無違約歷史且信譽良好的銀行儲存。

於2014年6月30日，除了一些銀行貸款是通過定期存款人民幣150,000,000元（2013年12月31日：人民幣150,000,000元）進行擔保，尚有人民幣26,100,000元定期存款（2013年12月31日：人民幣42,311,000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賬款的賬齡分析如下：

	未經審核 2014年 6月30日 人民幣千元	經審核 2013年 12月31日 人民幣千元
三個月以內	264,053	308,525
三個月至六個月	8,787	34,226
六個月以上	<u>12,918</u>	<u>3,718</u>
	<u><u>285,758</u></u>	<u><u>346,469</u></u>

11 貿易應付款(續)

列入貿易應付賬款的應付關聯方的款項如下：

	未經審核 2014年 6月30日 人民幣千元	經審核 2013年 12月31日 人民幣千元
受本集團主要管理人員施加重大影響的公司	324	409
一家同系附屬公司	<u>977</u>	<u>—</u>
	<u>1,301</u>	<u>409</u>

貿易應付賬款，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 其他應付款

	附註	未經審核 2014年 6月30日 人民幣千元	經審核 2013年 12月31日 人民幣千元
其他應付稅項		23,292	55,201
收取客戶的保證金		41,818	40,227
客戶忠誠計劃	(a)	22,384	—
其他	(b)	<u>108,762</u>	<u>112,194</u>
		<u>196,256</u>	<u>207,622</u>

(a) 客戶忠誠計劃

	未經審核 2014年 6月30日 人民幣千元	經審核 2013年 12月31日 人民幣千元
於1月1日	—	—
增加	31,223	—
期內已確認收入	<u>(8,839)</u>	<u>—</u>
於6月30日	<u>22,384</u>	<u>—</u>

(b) 其他主要包括應付工程款。

於2014年6月30日，上述結餘包括應付一家本公司同系附屬公司款項約人民幣34,000元(2013年12月31日：人民幣16,000元)。

13 股息

董事並未建議派發截至2014年6月30日止六個月的中期股息(截至2013年6月30日止六個月：特別股息每股普通股人民幣28.25分)。

截至2014年6月30日止六個月，本公司就截至2013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人民幣3.69分(截至2013年6月30日止六個月：人民幣11.31分)。

14 計息銀行借款

	未經審核 於2014年6月30日			經審核 於2013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：						
—無抵押	LIBOR+0.70	2014	49,223			—
—有抵押	LIBOR+0.70	2014	95,368	LIBOR+0.70	2014	154,464
—有擔保	LIBOR+1.00	2014	<u>363,015</u>			<u>—</u>
			<u>507,606</u>			<u>154,464</u>
長期						
長期銀行貸款：						
—有抵押	LIBOR+0.85	2015	<u>46,719</u>	LIBOR+0.85	2015	<u>47,084</u>
				未經審核 2014年 6月30日 人民幣千元		經審核 2013年 12月31日 人民幣千元
銀行貸款						
—以美元計值				<u>554,325</u>		<u>201,548</u>

一些總金額大約為人民幣142,087,000元(2013年12月31日：人民幣140,974,000元)的銀行貸款以人民幣150,000,000元(2013年12月31日：人民幣150,000,000元)的定期存款進行抵押。

一些總金額大約為人民幣363,015,000元(2013年12月31日：無)的銀行貸款由雅士利國際集團有限公司進行擔保。

15 其他借款

於2014年6月30日，來自應縣人民政府的人民幣30,000,000元借款(2013年12月31日：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的廠房及機器作抵押。於2014年6月30日該等借款並無固定還款期。

管理層討論與分析

行業回顧

2014年上半年，中國經濟持續2013年的調整態勢，總體運行平穩，穩中有進，穩中有升。中國國內生產總值(GDP)為26.9萬億元人民幣，同比增長7.4%，社會消費品零售總額同比增長12.4%。居民消費價格總水平與去年同期相比上漲2.3%，其中，城市上漲2.3%，農村上漲2.0%，居民消費對經濟增長的貢獻率有所提升。隨著城鎮化水平的深化，二、三線城市的消費和投資穩定增長。居民收入穩定增長，農村居民收入增速快於城鎮。

2014年上半年，中國政府在緊接2013年推出的一系列嚴格政策以及對部分乳粉企業開展反壟斷調查後，又陸續推出多項加強嬰幼兒配方乳粉安全的政策和措施。2014年5月，國家食品藥品監管總局按照《嬰幼兒配方乳粉生產許可審查細則(2013版)》要求，對全國133家嬰幼兒配方乳粉生產企業開展了生產許可審查工作，共有82家企業獲得新的生產許可證，其餘51家企業則未通過審查、申請延期或注銷。2014年6月，國務院公布《嬰幼兒配方乳粉企業兼併重組工作方案》(「兼併重組工作方案」)，方案指出：於2015年年底，爭取形成大約10家年銷售收入超過20億元的大型嬰幼兒配方乳粉企業集團；前10家國產品牌企業的行業集中度達到65%；並對於2018年年底達到的目標提出了要求。各項政策和措施均旨在提高中國嬰幼兒奶粉產業的集中度及行業門檻，嚴格把控嬰幼兒奶粉質量，以恢復國人對國產奶粉的信心。

2014年上半年，移動互聯網逐漸影響消費者的消費行為和購買習慣，使線上渠道發展迅速、增長明顯，而傳統渠道則出現了萎縮，以至於整個奶粉市場的增速有所放緩。另外，新一批奶粉企業的加入以及原有奶粉企業陸續推出新品搶佔市場，並競相開展促銷和折讓活動，也使整個奶粉市場的競爭愈發激烈，產品售價回歸理性的趨勢明顯。

概而言之，2014年上半年，中國嬰幼兒配方奶粉行業正處於變革期，存在諸多變數。但隨著中國政府對奶粉質量的持續關注和嚴格管控，嬰幼兒奶粉企業整合和管理的加強，以及市場競爭環境的不斷改善，中國奶粉市場總體會朝著利好的形勢發展。

公司簡介

本集團始創於1983年，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，於2002年推出了施恩品牌嬰幼兒配方奶粉。本集團總部位於廣東省潮州市，在廣東、山西、黑龍江等地擁有工廠，新西蘭工廠目前正處於建設中。2013年，中國蒙牛乳業有限公司及其附屬公司（「蒙牛集團」或「蒙牛」）以全面股權要約收購的形式實現了與本集團戰略合作，以期通過雙方資源整合與優勢互補，將本集團發展成為一家更具國際化的奶粉企業。

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障體系。在供應、生產和銷售渠道等各方面，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。

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，致力於開發值得消費者信賴的營養產品，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布的目標客戶的嬰幼兒配方奶粉產品線。本集團雅士利旗下之嬰幼兒配方奶粉產品安貝慧金裝系列和施恩旗下美兒樂系列，具備優質營養元素，針對高端市場消費者。核心產品雅士利 α -金裝系列以及施恩金裝系列嬰幼兒配方奶粉產品

主要針對中高端消費群。雅士利旗下能慧金裝系列、施恩普裝系列、超級金裝系列及金裝系列嬰幼兒配方奶粉產品主要針對中端消費群。雅士利旗下新配方系列嬰幼兒配方奶粉產品主要針對中低端消費群。2014年上半年，本集團推出了雅士利新品 α -金裝+嬰幼兒配方奶粉，專供線上渠道。

營養食品

本集團亦出售四種營養食品，即雅士利品牌的豆奶粉、嬰幼兒米粉和正味麥片，以及優怡品牌的成人及青少年奶粉。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

2014上半年，本集團進行營銷模式的變革，積極推行會員積分系統，以期借助技術和數據平台的支持，重新梳理產品價值鏈，獲取與消費者更多的互動機會，夯實經營專業化的基礎，提升服務精準化的能力，進而覆蓋更為廣泛的消費群體，鞏固本集團更有利的市場地位。2014年上半年，本集團共建立約29,000多家會員店，吸納會員約40多萬人。同時，本集團也積極進行渠道的開發和梳理，在母嬰渠道的經營方面，累計開拓超過30,000多家門店，有效地提高產品在該渠道的市場佔有率；在線上渠道的開拓方面，本集團也成立了專門團隊致力於網購業務的拓展，並推出區別於線下渠道的線上專供產品，為打造未來新的業績增長點創造條件。

在系統管理層面上，本集團實施了嚴格的銷售管理體系和高效的激勵機制，不斷優化經銷商、終端門店和業務人員，充分調動彼此的積極性，確保分銷政策及銷售策略及時貫徹與執行，目的在於提升本集團總體收益及市場份額。本集團借助EMP信息平台和會員積分系統進行精細化管理，在費用投入、預算控制、績效指針管理、渠道貨流、銷售數據、庫存管理等方面實現高效、快速處理，提高了對經銷商的管控水平和對消費者的服務質量。

品牌建設

在品牌建設方面，本集團啟用白百何女士作為雅士利品牌的新代言人，並通過「為愛用心」為主題的電視廣告來詮釋雅士利品牌的溫馨關愛形象，有力地提升了品牌影響力。2014年上半年，本集團調整品牌傳播和推廣策略，集中資源在線上線下重點宣傳「超級α金裝」、「α金裝」等產品，並在中央電視台、多家衛視及主流省級地面頻道、網絡及平面媒體上進行了立體交叉覆蓋組合傳播，大大提升了雅士利品牌和產品的知名度和美譽度。

2014年上半年，本集團舉行的「雅媽寶貝為愛用心」大型系列品牌互動整合營銷活動更趨火熱。同時，本集團借助「雅媽寶貝積分商城」(vip.yashili.cn)的上線以及手機用戶端對APP的下載操作，順利實現了更多會員的註冊以及產品積分和兌換，在消費者獲得實惠同時亦加強了與會員間的溝通交流。為順應年輕媽媽的媒介接觸習慣的變化，本集團十分關注內容營銷的重要性，並通過微信平台進行內容的完善優化以及持續更新。同時推出生動活潑的動物動畫以呈現雅士利品牌在奶源品質、生產管理、質量追溯等方面優勢；通過溫暖感人的微電影的形式，倡導親情和人文關懷，引發新生代父母的共鳴。

基於本集團多年的品牌積累和持續影響力，本集團被列為「2013-2015年度廣東省直通車服務重點企業」，並再次獲得「中國最有價值品牌500強」。本集團在第五屆中國行業標誌性品牌評選活動中，以品牌價值126.26億元人民幣入選，在國內乳企品牌中排名第4位。

品質監控

本集團以產品質量為企業生命，並致力於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。在內部質量管控方面，本集團堅持從原料到成品全流程各環節的全面質量管理，實行層層篩查、批批檢測，以確保產品安全。從境外精挑細選國際知名供貨商為本集團提供安全和優質的原料；同時透過嚴格的過程控制管理、檢測制度並利用先進的檢測設備對原料及成品進行嚴格檢測；採用營養安全科學的配方並結合國際先進生產設備和工藝進行生產；保證從原料到成品整個供應鏈的科學管理；聘請專業優秀的人才進行高效的生產管理。

本集團先後投入巨資，建立一整套完善的嬰幼兒配方乳粉產品質量追溯體系，為雅士利產品提供了最有力的保障。消費者可通過產品包裝上標識的二維碼或序列碼(防偽碼)，在本集團官方網站和微信服務號實現十多項信息的產品實時追溯，了解與產品相關的完整過程信息。

2014年3月，本集團順利通過了近年來最為嚴格的嬰幼兒配方乳粉的生產許可審查，成為了廣東省第一家通過此項審核的企業。

在專業獨立監查方面，本集團在2010年8月整合世界各地頂級權威的專家資源組成的食品質量安全委員會，專門負責對食品安全及質量控制進行獨立調查和監管，並直接向董事會報告。委員會每年均對本集團的奶粉及其他生產車間和中心實驗室運作情況進行審查並對本集團的生產管理、質量控制及產品研發方向提供了專業性指導意見。此外，委員會還加強了對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，使得本集團食品安全規則更好地與國際標準接軌。在委員會幫助下，本集團將繼續加強與亞太經貿組織的食品安全項目和活動交流及合作，以提高本集團國際視野和食品安全控制水平。

產品研發

嬰幼兒奶粉方面，本集團完成了 α -金裝⁺嬰幼兒配方奶粉、強化CPP嬰幼兒配方奶粉和添加益生菌的奶粉的產品開發，其中 α -金裝⁺嬰幼兒配方奶粉已經上市。

嬰幼兒米粉方面，本集團完成了多維果蔬營養奶米粉的研發工作，該系列米粉特別添加了多種維生素，更能滿足嬰幼兒輔食的營養需求。

成人系列奶粉方面，本集團完成了以優質蛋白和多維生素為主要賣點的兩個中老年奶粉新品的開發，豐富了本集團成人奶粉的產品系列，更符合消費人群的保健需要，提升本集團成人奶粉的產品品質。

豆奶粉及麥片沖調類產品市場競爭激烈，本集團通過對生產工藝和配方的改進，大大提升豆奶粉的口感；麥片方面，著手開發添加菊粉的紫薯高纖燕麥片、銀耳枸杞燕麥片和紅棗高鈣燕麥片等新產品，強化在沖調類產品上的優勢。

社會責任

本集團作為國內著名的奶粉企業，一直保持高度的社會責任感，積極參與扶貧濟困、救弱扶殘等公益活動。2014年上半年，本集團在「廣東扶貧濟困日」向潮州市潮安區民政局捐款；在「世界牛奶日」向中國扶貧基金會捐贈了物資及現金；在「全國助殘日」期間向潮州集德福利會捐贈助殘物品；在「廣東扶貧濟困日暨廣州慈善日」向廣州市蘿崗區慈善會捐款；此外，本集團還特別向河北邯鄲一家庭捐贈了物品，致力推廣母嬰事業。

2014年上半年，本集團為慈善公益事業捐款捐物合計價值約為人民幣2.3百萬元。

人力資源

截至2014年6月30日，本集團共有5,654名全職僱員。本集團通過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，並為僱員的職業發展和能力提升提供方向指引，同時結合基本薪金、效益獎金及福利等基礎激勵和購股權計劃的長期激勵，以吸引和保留更多優秀人才。

本集團堅持貫徹「人才是本公司最重要資產」的理念與「激情•責任•創新•共贏」的核心價值觀，引領本公司全體員工激發鬥志、開創未來；並應本公司戰略及業務發展的需要，建立起關鍵崗位人才儲備及發展計劃；借助E-learning學習平台及內外部人才資源整合，持續建設人才梯隊；同時積極推進引進國際化人才，為集團國際化運作奠定基礎。

企業管治和投資者關係

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了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。

內部優化整合

2014年上半年，本集團依托蒙牛集團和中糧集團有限公司(「中糧集團」)的強力支援和更高平台，積極開展資源優化和優勢整合的工作，充分發揮協同效應。2014年上半年，本集團將雅士利(鄭州)營養品有限公司(「雅士利(鄭州)」)100%股權出售給更具市場經驗和渠道優勢的中國蒙牛投資有限公司與WhiteWave Hong Kong Ltd.共同投資成立的合資公司，實現本集團非核心營養飲品業務的價值，也使得本集團得以專注於更擅長的奶粉產品的生產和銷售，更有利於本集團的長遠發展。

未來展望

環境影響

從2014年下半年的情況來看，中國經濟在正處於轉型升級、結構調整的關鍵階段，總體形勢仍然錯綜複雜，但綜合來看，中國經濟發展的基本面沒有變，支撐經濟增長的動力要遠大於下行的壓力，因此，中國經濟仍有條件保持持續較快地發展。

中國工業化、城鎮化進程的進一步加深將拉動二、三線以及三、四線城市的消費結構和需求水平；在新的國家標準和政策指引下，國產嬰幼兒奶粉行業的生產和競爭環境日趨優質，消費者信心指數也會逐步回升，這也為奶粉市場提供一定的機會。

行業趨勢

中國政府對嬰幼兒奶粉行業更加關注重視，也將持續出台進一步加強奶粉行業的監管措施及政策制度，嚴格監督和管控。伴隨兼併重組工作方案的出台，中國將進一步鼓勵和加強

行業間的合作和整合，整頓淘汰不規範的中小企業，規範乳製品企業管理和行業秩序，提供行業水平並產生規模效應。

基於「單獨二胎政策」逐步實施和推廣，預計中國新生兒出生率仍保持在較高水平，並在未來幾年保持相對穩定。出生率的提升有助於奶粉需求的增加，為市場提供了良好的發展空間。

移動互聯網時代的到來改變了奶粉行業消費者的購買行為和消費習慣，使得線上渠道異軍崛起並快速發展，相反傳統渠道逐漸萎縮，而母嬰渠道正向連鎖化發展。

奶粉企業間的競爭也愈演愈烈，各家奶粉企業不斷地通過改變營銷策略、強化經營管理、推出差異化的產品、加強渠道開拓發展等措施，以期獲取有利的市場空間和競爭地位。

公司策略

2014年下半年，本集團將針對環境影響和行業趨勢的變化，採取更加積極有效的發展策略，繼續致力於營銷模式的變革和渠道拓展、品牌的精細化建設、加大產品的研發實力、加強海外項目建設、加強內部優化、強化績效評價管理等工作。在繼續提升市場佔有率的同時，增強本集團整體盈利能力，把企業繼續做強做大。主要舉措如下：

一 繼續營銷模式變革和渠道拓展

2014年下半年，本集團憑藉豐富的渠道管理經驗和強大的終端掌控能力，繼續保持在二、三線市場的競爭優勢。依托強勢的產品和品牌對各渠道加大開發力度，在增加門店鋪貨力度的同時，進一步鞏固和拉升單店銷量。對於城區高銷量母嬰渠道，將進一步加大投入，拓展成母嬰渠道會員店，做到產品管理到位、渠道費用共管、消費者黏著度高。協調線上線下各類資源，優化貨物通路和強化產品展示，提升產品品牌認知力。同時加強線上渠道的活動頻次，提升品牌活躍度。

2014年下半年，本集團將繼續加大對經銷商的管理和政策執行力，通過系統軟件對渠道產品的進銷存進行監控和管理，並由專業化的營銷團隊和龐大的導購系統實時對接，為經銷商提供更加精準的服務和管理，確保產品快速推廣、分銷和流通。繼續深化渠道經營模式的創新，由傳統粗放型到精細化管理型，再到精準渠道經營模式創新化管理型轉變。繼續加強和優化會員積分營銷系統，強化終端門店管理的同時，亦能採集消費者實時銷售數據，導入CRM數據管理系統進行深度分析運用，實現精準營銷。通過向消費者進行品牌傳播與深度互動，加強消費者體驗，從而增強消費者的品牌忠誠度。

2014年下半年，本集團將繼續提升產品核心競爭力，堅固和優化產品結構。在有效推動中高端產品的基礎上，積極推進新產品上市，以滿足消費者不同層次的需求，進一步擴大市場份額。針對產品不同而分渠道經營，在母嬰渠道與電子商務開發專銷精品。同時，本集團將繼續強化「採用來自全世界公認純淨、優質的百分百進口奶源，實行高於國家標準的產品認證」的宣傳，增強消費者對我們產品質量、安全的信心，拉動市場銷量的提升。

2014年下半年，本集團將繼續加強內部營銷團隊的管理水平和組織機能建設，加強對奶粉事業部團隊的精細化和精準化管理，把電子商務營銷模式提高到本公司戰略經營層面，壯大銷售事業部，加大投入經營及會員管理。同時，配套具有競爭力的激勵考核管理辦法和薪酬體系，以更有效地推動銷售的快速增長，獲取更佳的市場表現。

一 加強品牌精細化建設

品牌的競爭就是質量管理力和品牌力的綜合競爭。2014年下半年，本集團將繼續宣傳「為愛用心」核心品牌價值，以支持現有產品銷售的不斷增長。

傳統媒體方面，精選優質傳播平台，透過央視這一核心電視傳播平台的優質資源，結合其他優勢電視媒體，對白百何女士代言的「為愛用心」廣告篇進行傳播推廣。

在新媒體方面，採用創新的傳播手法，加大重視微博與微信的內容輸出、網絡視頻創意營銷等方面的力度，以創新傳播手法提升雅士利品牌在新生代父母中的影響力。

專業形象樹立方面，通過專業的育兒專家與育兒測評，對消費者進行從優生優育、母乳喂養、早教、國際新技術等經驗的分享和培訓，以提升專業品牌形象。

品牌重塑方面，與知名廣告諮詢公司合作，全程參與品牌建設與產品梳理，重點對安貝慧與雅士利 α -金裝產品進行品牌梳理；並對新西蘭雅士利進行新品牌定位與核心價值提煉，實施創新研發與創新品牌並舉。

2014年下半年，本集團將繼續進行品牌整合營銷，集合市場情況和消費者訴求，使線上線下的營銷動作相互配合，保持步調一致，以深刻強化目標消費群對於品牌的印象。通過各種品牌活動與媒介投放組合，配合新品上市，向消費者傳達「活力•健康」的品牌形象，持續累積品牌資產，提升品牌美譽度。

一 加大產品研發和新品推廣

2014年下半年，本集團將持續加強對產品研發的投入，鞏固和完善完整的產品結構，提升製造工藝，優化產品配方，為中國消費者提供更多更優質、更安全的系列產品。

嬰幼兒奶粉方面，2014年下半年，本集團將繼續開發添加水解蛋白類嬰幼兒配方奶粉，豐富產品種類，滿足蛋白過敏嬰幼兒群體的需求。

嬰幼兒米粉方面，深度拓展嬰幼兒輔食所需的輔助性食料，2014年下半年，本集團計劃開發牛肉西紅柿營養奶米粉，以豐富產品種類，滿足消費者對不同口味、不同營養的產品需求。

成人奶粉方面，本集團主要開發金裝多纖維中老年奶粉；並開發添加水果粉的兒童奶粉，豐富營養元素並與幼兒配方乳粉水果粉的產品形成延續性。

麥片方面，本集團繼續開發有市場潛力的新產品。根據市場需求不斷變化，對原有產品進行配方升級並持續改進。

一 加強海外項目建設

預計2014年年底新西蘭工廠項目建設基本完成，2015年年初進入試生產階段。本集團將繼續穩固和擴大與國內其他嬰幼兒配方奶粉生產商的競爭優勢，不斷整合國際資源強化產品質量和安全，將本集團打造成為國際化、專業化和規範化的國際企業。

一 資源整合與共享

2014年下半年，本集團將繼續依托蒙牛集團和中糧集團的強力支持和更高平台，進一步提升本集團品牌的影響力。蒙牛與Arla Foods Amba(「Aria Foods」)於2014年3月簽署擴展協議，Arla Foods將與雅士利合作推出全新的嬰幼兒奶粉系列，以Arla Foods品牌為雅士利旗下施恩品牌的高端系列美兒樂背書，推出阿拉美兒樂，預計2014年年底以原裝進口的形式引入市場，更好地滿足高端消費者的需求。

一 強化績效評價管理

2014年下半年，本集團強化預算管理，加強過程管控，通過有效的激勵機制提高目標的達成率；持續加強對內部組織的精細化管理，深化團隊主要績效指標(「KPI」)的制定和執行；將過程管理指標與執行團隊的薪酬、獎金掛鉤，藉此提高團隊執行力，促使本集團經營目標的實現。

管理體系

2014年上半年，適應內外部經營環境的劇烈變化，本集團積極探索，從戰略引導、過程運營及人才支持等多方面進行不斷調整和優化，以迎接移動互聯網時代的全面到來，確保本集團在未來的競爭中始終佔據主動。首先，根據行業趨勢及公司發展的需要，攜手北大縱

橫、埃森哲兩家諮詢機構對企業戰略和組織架構進行梳理，並結合本集團實際情況，逐步調整和優化；其次，加強內部授權體系建設，賦予各級部門充分的資源權和決策權；同時，強化責任意識，完善監控機制，防範經營風險；再次，完善人才結構，加大專才引進力度，以積極配合重點業務的執行和戰略規劃的實施。

財務回顧

收入

截至2014年6月30日止六個月，本集團之收入達人民幣1,545.7百萬元(2013年同期：人民幣2,152.9百萬元)，較去年同期下降28.2%。

按品牌及產品類別劃分之收入

	截至6月30日止六個月		變動比例
	2014年 人民幣百萬元	2013年 人民幣百萬元	
雅士利嬰幼兒配方奶粉	1,029.9	1,520.5	-32.3%
施恩嬰幼兒配方奶粉	273.8	369.0	-25.8%
營養食品	235.2	258.4	-9.0%
其他	6.8	5.0	36.0%
總計	<u>1,545.7</u>	<u>2,152.9</u>	<u>-28.2%</u>

截至2014年6月30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1,029.9百萬元(2013年同期：人民幣1,520.5百萬元)，較去年同期下降32.3%，而施恩品牌嬰幼兒配方奶粉產品則實現銷售收入人民幣273.8百萬元(2013年同期：人民幣369.0百萬元)，相比去年同期下降25.8%。

截至2014年6月30日止六個月，營養食品實現銷售收入人民幣235.2百萬元(2013年同期：人民幣258.4百萬元)，較去年同期下降9.0%。

本集團銷售收入下降主要是由於(i)本集團自2014年上半年開始梳理銷售渠道，變革營銷模式，經銷商及消費者需要一段時間的接受過程；(ii)應對2014年上半年激烈的市場競爭格局，本集團加大產品折扣力度，雅士利及施恩品牌嬰幼兒奶粉銷售收入均因此較去年同期下降；及(iii)2013年恒天然的烏龍事件對雅士利品牌銷售的影響仍然持續。因此，雅士利嬰幼兒奶粉銷售下降的幅度較大。

鑒於2014上半年的疲弱表現，本集團的整體營運及財務狀況仍面臨挑戰。本集團穩定的核心管理團隊已採取行動以緩解本集團的財務資源及營運壓力，包括優化銷售模式、精耕母乳管道及令產品多元化等，為應對市場競爭和未來長遠發展奠定堅實基礎。

按城市級別劃分之收入

一 雅士利嬰幼兒配方奶粉

	截至6月30日止六個月		變動比例
	2014年 人民幣百萬元	2013年 人民幣百萬元	
一線城市 ⁽¹⁾	101.8	152.5	-33.2%
二線城市 ⁽²⁾	383.3	603.1	-36.4%
三線城市及其他 ⁽³⁾	544.7	764.9	-28.8%
總計	<u>1,029.8</u>	<u>1,520.5</u>	<u>-32.3%</u>

一 施恩嬰幼兒配方奶粉

	截至6月30日止六個月		變動比例
	2014年 人民幣百萬元	2013年 人民幣百萬元	
一線城市 ⁽¹⁾	31.2	37.8	-17.5%
二線城市 ⁽²⁾	153.6	239.5	-35.9%
三線城市及其他 ⁽³⁾	89.0	91.7	-2.9%
總計	<u>273.8</u>	<u>369.0</u>	<u>-25.8%</u>

附註：

(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。

毛利

截至2014年6月30日止六個月，本集團錄得毛利為人民幣819.9百萬元(2013年同期：人民幣1,192.1百萬元)，較去年同期下降31.2%，毛利率為53.0%(2013年同期：55.4%)。毛利率的下降主要是由於本集團於2014年上半年開始採用積分模式取代原直接計入銷售及經銷開支的贈品方式，積分的相關投入扣減毛利率，毛利率相應減少，以及原材料奶粉平均成本較去年同期有所增加，也是毛利下降的原因。

銷售及經銷開支

截至2014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572.0百萬元(2013年同期：人民幣712.2百萬元)，較去年同期下降了19.7%，主要是由於銷售額下降28.2%及更精準地通過積分模式投放。

行政開支

截至2014年6月30日止六個月，行政開支為人民幣101.3百萬元(2013年同期：人民幣113.8百萬元)，較去年同期下降了11.0%，主要是因為2014年期權分攤費用降至為零。

淨財務收入

截至2014年6月30日止六個月，財務收入淨額為人民幣26.3百萬元(2013年同期：人民幣38.7百萬元)。財務收入淨額有所下降主要是因為2013年發放特別股息導致用於本集團理財及定期存款資金下降。

所得稅開支

截至2014年6月30日止六個月，本集團計提的所得稅開支為人民幣29.3百萬元(2013年同期：人民幣115.2百萬元)，有效所得稅率為12.3%(2013年同期：28.1%)。所得稅費用下降的原因主要是2014年上半年本集團處置雅士利(鄭州)的會計收益約人民幣65.0百萬元，稅務上主要按對價與當年實際投入之間的差額繳納所得稅，相應繳納所得稅額為人民幣1.6百萬元。此外，本集團決定2013年及以前國內利潤不用作以後境外派息所用。2013年計提的從中國境內向境外派息所需的預提所得稅約人民幣12.5百萬元於本期轉回。

存貨

於2014年6月30日，本集團存貨餘額為人民幣865.1百萬元(2013年12月31日：人民幣886.2百萬元)，減少主要是由於2014年上半年銷售下降及2013年末庫存儲備導致採購支出相應減少。

投資存款

於2014年6月30日，其他投資包含穩健型保本理財產品人民幣434.7百萬元，預期年化收益率為5.09%–5.5%(於2013年12月31日：5.1%至5.8%)；此外還包括通過中糧信託有限責任公司購買的非保本型的理財產品人民幣150.0百萬元，預期年化收益為9.5%。

貿易應收款及應收票據

於2014年6月30日，本集團貿易應收款及應收票據金額為人民幣26.9百萬元(2013年12月31日：人民幣32.1百萬元)，於2014年上半年，貿易應收款周轉天數為3.1天(2013年同期：2.1天)。

人力資源及僱員薪酬

於2014年6月30日，本集團共有名全職僱員5,654名(2013年6月30日：6,222名)。僱員本期總成本約為人民幣208.9百萬元(2013年同期：人民幣200.6百萬元)。僱員總成本的增加主要是因為員工平均薪酬及社保費用增加所致。

或然負債

於2014年6月30日，本集團並無重大或然負債(2013年12月31日：無)。

資本承擔

於2014年6月30日，本集團資本承擔總額為人民幣613.7百萬元(2013年12月31日：人民幣994.0百萬元)，主要為在新西蘭建設廠房而產生。

外幣風險

本集團的外匯風險主要來自以外幣計價之銀行存款、其他應收款以及銀行貸款，即與營運相關交易之功能貨幣以外的貨幣，引致風險之貨幣主要為港幣及美元。

已抵押資產

於2014年6月30日，本集團已抵押之銀行存款及若干物業、廠房及設備合共約人民幣189.5百萬元(2013年12月31日：人民幣271.0百萬元)。

資本結構、流動資金及財務資源

於2014年6月30日，本集團的流動資金包括現金及現金等價物，一年內解除限制的受限銀行存款、銀行存款及投資存款合計人民幣1,366.6百萬元(2013年12月31日：人民幣1,297.2百萬元)，增長5.3%。增長的原因主要是因為出售雅士利(鄭州)全部股權收到的資金足以支付物業、廠房及設備的投資和償還借款。

經營活動

截至2014年6月30日止六個月內，本集團的業務帶來人民幣-32.0百萬元現金(截至2013年6月30日止六個月：人民幣14.1百萬元)。經營現金淨流入下降主要因為2014上半年收入減少所導致。

投資活動

截至2014年6月30日止六個月內，投資活動所得現金淨額為人民幣-22.7百萬元(截至2013年6月30日止六個月：人民幣1.6百萬元)，主要是出售雅士利(鄭州)所得人民幣368.8百萬元，物業、廠房及機器設備各投資人民幣407.6百萬元。

融資活動

截至2014年6月30日止六個月內，融資活動所得現金淨額為人民幣219.4百萬元(截至2013年6月30日止六個月：人民幣-147.6百萬元)，主要是增加銀行貸款人民幣363.0百萬元及支付2013年末期股息人民幣131.3百萬元。

貸款及借款

於2014年6月30日，本集團的銀行貸款為人民幣554.3百萬元(2013年12月31日：人民幣201.5百萬元)，須到期償還。

於2014年6月30日，本集團的總權益為人民幣3,204.9百萬元(2013年12月31日：人民幣3,110.0百萬元)，債務權益比率(銀行貸款期末總額除以權益期末總額)為17.3%(2013年12月31日：6.5%)。

本集團每年與董事會審閱資本結構，包括本集團股息政策及股份購回活動。

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。

除下文所披露者外，本公司已採納，並已於2014年1月1日至2014年6月30日期間內遵守上市規則附錄十四所載的企業管治守則（「企業管治守則」）的所有守則條文。就企業管治守則的守則條文第A.2.1條而言，本公司已於2014年6月5日委任張利鈿先生擔任行政總裁職務，主要負責本集團的整體企業策略性規劃及業務發展。在此之前，本公司並無任何職銜為「行政總裁」的高級職員。本公司的日常管理由執行董事及高級管理層共同分擔。於2014年1月1日至2014年6月30日期間，孫伊萍女士為董事會主席，主要從董事會層面對公司的經營戰略和預算規劃進行決策，並就本公司提出的其他事項提供意見和建議。自2014年6月5日委任張利鈿先生為行政總裁後，本公司已遵守企業管治守則的所有守則條文。

董事會

截至2014年6月30日止六個月內，董事會由3位非執行董事、3位執行董事及3位獨立非執行董事組成。於2014年6月30日，本公司非執行董事為孫伊萍女士（主席）、白瑛先生及吳景水先生；執行董事為張利鈿先生（行政總裁）、李東明先生及張雁鵬先生；獨立非執行董事為程守太先生、莫衛斌先生及李港衛先生。

委任行政總裁

根據企業管治守則的守則條文第A.2.1條，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。

於2014年6月5日，張利鈿先生獲委任為本公司的行政總裁。因此，本公司已妥為遵守該守則條文。

獨立非執行董事

根據上市規則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2014年1月1日至2014年6月30日期間，本公司董事會由9名成員組成，當中3人為獨立非執行董事。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

自本公司2013年報刊發以來，根據上市規則第13.51(2)及13.51(B)(1)條而須予披露的董事履歷變動載列如下：

- 於2014年6月5日，張利鈿先生獲委任為本集團的行政總裁
- 於2014年6月6日，丁聖先生辭任本集團的非執行董事
- 於2014年6月6日，白瑛先生獲委任為本集團的非執行董事

除上文所述者外，自本公司的2013年年度報告刊發以來，概無根據上市規則第13.51(2)及13.51B(1)條須予披露的各董事資料的變動。

董事的證券交易

董事會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」），作為本公司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2014年6月30日止六個月內一直遵守標準守則所載之所需準則。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2014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

何小碧女士為本公司公司秘書。

吳曉南先生已於2014年3月25日辭任本公司聯席公司秘書職務。

審核委員會

於2014年8月26日，本公司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吳景水先生（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公司現任外聘核數師的前合夥人。

審核委員會與本公司管理層已審閱本集團截至2014年6月30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2014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
雅士利國際控股有限公司
主席
孫伊萍

香港，二零一四年八月二十六日

於本公告日期，本公司董事會成員包括：非執行董事孫伊萍女士(主席)、白瑛先生及吳景水先生；執行董事李東明先生、張利鈿先生及張雁鵬先生；以及獨立非執行董事程守太先生、李港衛先生及莫衛斌先生。