

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，並明確表示概不就因本公告全部或任何部份內容而產生或因依賴該等內容而引致之任何損失承擔責任。



*Huishan*

**CHINA HUIZHAN DAIRY HOLDINGS COMPANY LIMITED**

**中國輝山乳業控股有限公司**

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：06863)

截至二零一五年三月三十一日止年度之全年業績公布

**財務摘要**

**經營業績**

	截至三月三十一日止年度			
	二零一五年		二零一四年	
	於生物資產 公平值 調整前的業績	於生物資產 公平值 調整後的業績	於生物資產 公平值 調整前的業績	於生物資產 公平值 調整後的業績
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
營業額	<b>3,923,384</b>	<b>3,923,384</b>	3,530,419	3,530,419
毛利率	<b>57.6 %</b>	<b>22.7 %</b>	62.4 %	20.1 %
歸屬於本公司權益股東的 年度溢利	<b>907,636</b>	<b>877,075</b>	1,249,410	1,249,229
每股盈利(人民幣元) <sup>(1)</sup>		<b>0.06</b>		0.10
每股建議股息(人民幣)		<b>1.53分</b>		2.16分

- 營業額比二零一四年同期增長11.1%
- 毛利率由二零一四年同期的20.1%增長到22.7%
- 歸屬於本公司權益股東的年度溢利比二零一四年同期下降29.8%

<sup>(1)</sup> 關於每股盈利的計算請參考第14頁的註釋7(a)。

中國輝山乳業控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然提呈本公司及其附屬公司(「本集團」或「輝山」)截至二零一五年三月三十一日止年度(「報告年度」)經審核合併年度業績連同上一年度比較數字。

## 合併損益表

截至二零一五年三月三十一日止年度

	附註	截至二零一五年三月三十一日止年度			截至二零一四年三月三十一日止年度		
		於生物資產 公平值調整前 的業績 人民幣千元	生物資產 公平值調整	總計 人民幣千元	於生物資產 公平值調整前 的業績 人民幣千元	生物資產 公平值調整	總計 人民幣千元
營業額	3	3,923,384	—	3,923,384	3,530,419	—	3,530,419
銷售成本		(1,662,739)	(1,370,404)	(3,033,143)	(1,325,808)	(1,495,629)	(2,821,437)
毛利		2,260,645	(1,370,404)	890,241	2,204,611	(1,495,629)	708,982
於收獲時按公平值減銷售成本初始確 認農產品產生的收益		—	1,789,708	1,789,708	—	1,563,881	1,563,881
生物資產公平值減出售成本的變動產 生的虧損		—	(449,865)	(449,865)	—	(68,433)	(68,433)
其他收益淨額	4	34,247	—	34,247	9,298	—	9,298
分銷成本		(595,037)	—	(595,037)	(344,228)	—	(344,228)
行政開支		(410,414)	—	(410,414)	(369,547)	—	(369,547)
經營溢利		1,289,441	(30,561)	1,258,880	1,500,134	(181)	1,499,953
融資收益		101,109	—	101,109	60,522	—	60,522
融資成本		(423,939)	—	(423,939)	(266,172)	—	(266,172)
融資成本淨額	5(a)	(322,830)	—	(322,830)	(205,650)	—	(205,650)
除稅前溢利		966,611	(30,561)	936,050	1,294,484	(181)	1,294,303
所得稅	6	(60,122)	—	(60,122)	(45,074)	—	(45,074)
年度溢利		906,489	(30,561)	875,928	1,249,410	(181)	1,249,229
以下人士應佔：							
本公司權益股東				877,075			1,249,229
非控股權益				(1,147)			—
年度溢利				875,928			1,249,229
每股盈利							
—基本及攤薄(人民幣元)	7			0.06			0.10

## 合併損益及其他全面收益表

截至二零一五年三月三十一日止年度

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
年度溢利	875,928	1,249,229
年度其他全面收益(除稅後)		
其後可能會重新分類至損益的項目：		
— 換算成呈報貨幣的外匯差額	<u>(34,113)</u>	<u>(17,956)</u>
年度全面收益總額	<u>841,815</u>	<u>1,231,273</u>
以下人士應佔：		
本公司權益股東	842,962	1,231,273
非控股權益	<u>(1,147)</u>	<u>—</u>
年度全面收益總額	<u>841,815</u>	<u>1,231,273</u>

## 合併財務狀況表

於二零一五年三月三十一日

	附註	於三月三十一日	
		二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備	8	6,355,669	4,317,163
預付購置物業、廠房及設備款項		965,947	1,019,766
商譽	9	—	931,985
預付租賃款	10	3,823,583	3,043,258
生物資產	11	5,358,770	4,297,651
預付購買生物資產款項		5,943	61,647
遞延稅項資產		17,110	66,064
		<u>16,527,022</u>	<u>13,737,534</u>
<b>流動資產</b>			
存貨	12	1,581,803	915,383
貿易應收款項	13	270,933	220,375
按金、預付款項及其他應收款項	14	1,011,613	784,169
定期存款		527,050	300,000
現金及現金等價物	15	2,610,552	5,062,619
持作待售資產	16	1,805,121	—
		<u>7,807,072</u>	<u>7,282,546</u>
<b>流動負債</b>			
貿易應付款項及應付票據	17	1,400,617	737,711
預收款項		41,133	26,059
應計開支及其他應付款項	18	532,830	489,664
銀行貸款	19	2,867,199	1,641,192
應付所得稅		10,963	24,527
持作待售負債	16	401,216	—
		<u>5,253,958</u>	<u>2,919,153</u>
<b>流動資產淨額</b>		<u>2,553,114</u>	<u>4,363,393</u>
<b>資產總額減流動負債</b>		<u>19,080,136</u>	<u>18,100,927</u>

		於三月三十一日	
		二零一五年	二零一四年
	附註	人民幣千元	人民幣千元
<b>非流動負債</b>			
銀行貸款	19	5,139,808	4,679,156
遞延收入	20	<u>255,287</u>	<u>226,577</u>
		<u><b>5,395,095</b></u>	<u><b>4,905,733</b></u>
<b>資產淨值</b>			
		<u><b>13,685,041</b></u>	<u><b>13,195,194</b></u>
<b>股本及儲備</b>			
股本		1,135,678	1,142,619
儲備		<u>12,550,488</u>	<u>12,052,575</u>
<b>本公司權益股東應佔總權益</b>			
非控股權益		<u>13,686,166</u>	<u>13,195,194</u>
		<u><b>(1,125)</b></u>	<u>—</u>
<b>總權益</b>			
		<u><b>13,685,041</b></u>	<u><b>13,195,194</b></u>

## 財務資料附註

### 1 編製基準

本公佈所載年度業績並不構成本集團截至二零一五年三月三十一日止年度之財務報表，惟摘錄自該等財務報表。

該等財務報表乃根據所有適用的國際財務報告準則（「國際財務報告準則」），其集合條款包括國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈的所有適用個別國際財務報告準則、國際會計準則（「國際會計準則」）及相關詮釋而編製。此等財務報表符合聯交所證券上市規則的適用披露條文（「上市規則」）亦符合香港公司條例適用的披露規定，根據上市規則的允許，本財政年度及比較期間的財務報表繼續適用前香港公司條例第32章的披露規定。

本公司的合併財務報表包含本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）的資料。

編製財務報表以歷史成本為計量基準，惟以下於財務狀況表內的項目除外：

- 生物資產按公平值減出售成本計量；
- 農產品於收獲時以公平值減去銷售成本初始確認為存貨；及
- 衍生金融工具按公平值計量。

持作待售之非流動資產及出售組乃按賬面值及公平值減出售成本之較低者計量。

財務報表乃與國際財務報告準則一致編製，其規定管理層作出影響政策應用及資產、負債、收入及開支的申報金額的判斷、估計及假設。此等估計及相關假設乃按過往經驗及多項其他相信按情況下屬於合理的因素得出，其結果組成作出有關不可自其他來源即時得出的資產及負債賬面值的判斷的基準。實際結果可能與此等估計有所不同。

此等估計及相關假設乃按持續基準審閱。會計估計的修訂乃於對估計作出修訂期間確認（倘該修訂僅影響該期間）或於修訂期間及未來期間確認（倘該修訂影響當前及未來期間）。

### 2 會計政策的變動

國際會計準則理事會已頒佈下列對國際財務報告準則的若干修訂及一項新訂詮釋，並於本集團及本公司現行會計期間首次生效。其中，下述變動乃與本集團財務報表相關：

- 國際會計準則第32號的修訂，抵銷金融資產及金融負債

- 國際會計準則第36號的修訂，非金融資產可收回金額披露
- 國際財務報告解釋公告第21號，徵稅

該等變動概無對本集團當前或過往期間業績及財務狀況的編製或呈列方式有重大影響。本集團並無應用任何於本會計期間並未生效的新準則或詮釋。

### 3 分部報告

本集團按產品線管理其業務。本集團以與向本集團最高管理層內部呈報資料以作資源配置及表現評估之用的方法一致的方式呈列以下三個可呈報分部，即奶牛養殖、液態奶產品生產以及奶粉生產分部。各呈報分部為提供不同產品的獨立業務單元，而由於其技術及行銷策略要求各異，須分開管理。不同分部的財務資料由本集團管理層定期審閱，以決定將分配至各分部的資源及評估其業績。

- 奶牛養殖-種植及收割苜蓿草及其他飼料作物、飼料加工以及飼養奶牛用以生產及銷售原料奶。
- 液態奶產品生產-生產及銷售巴氏奶、UHT奶、酸奶及乳飲料。
- 奶粉生產-生產及銷售嬰幼兒配方粉產品及乳品原料產品。

(a) 分部業績、資產及負債

為評估分部表現及在分部間分配資源，本集團的最高行政管理層按照本集團財務報表呈列的基準監控各可呈報分部應佔的業績、資產及負債。截至二零一五年及二零一四年三月三十一日止年度各年，有關提供予本集團最高行政管理層以分配資源及評估分部表現的本集團可呈報分部資料載列如下。

	截至二零一五年三月三十一日止年度			
	奶牛養殖 人民幣千元	液態奶 產品生產 人民幣千元	奶粉生產 人民幣千元	總計 人民幣千元
來自外部客戶的收入	1,028,336	2,421,709	473,339	3,923,384
分部間收入	<u>1,783,966</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>1,783,966</u>
可呈報分部收入	<u>2,812,302</u>	<u>2,421,709</u>	<u>473,339</u>	<u>5,707,350</u>
有關來自外部客戶的收入的銷售成本	451,220	1,705,559	332,250	2,489,029
分部間銷售成本	<u>795,554</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>795,554</u>
可呈報分部銷售成本(生物資產公平值 調整前銷售成本)	<u>1,246,774</u>	<u>1,705,559</u>	<u>332,250</u>	<u>3,284,583</u>
可呈報分部毛利(生物資產公平值 調整前毛利)	<u>1,565,528</u>	<u>716,150</u>	<u>141,089</u>	<u>2,422,767</u>
可呈報分部溢利/(虧損) (經調整EBITDA)	<u>1,548,471</u>	<u>373,520</u>	<u>(58,675)</u>	<u>1,863,316</u>
利息收入	<u>4,406</u>	<u>33,392</u>	<u>2,989</u>	<u>40,787</u>
利息開支	<u>283,648</u>	<u>22,784</u>	<u>50,948</u>	<u>357,380</u>
折舊及攤銷	<u>157,014</u>	<u>23,902</u>	<u>38,725</u>	<u>219,641</u>
可呈報分部資產	<u>19,480,468</u>	<u>9,046,946</u>	<u>2,651,002</u>	<u>31,178,416</u>
年內非流動分部資產賬面值的增加	<u>3,706,606</u>	<u>721,621</u>	<u>1,725</u>	<u>4,429,952</u>
資本開支	<u>3,620,087</u>	<u>640,796</u>	<u>210,705</u>	<u>4,471,588</u>
可呈報分部負債	<u>12,621,544</u>	<u>2,611,343</u>	<u>1,786,646</u>	<u>17,019,533</u>



截至二零一四年三月三十一日止年度

	奶牛養殖 人民幣千元	液態奶 產品生產 人民幣千元	奶粉生產 人民幣千元	總計 人民幣千元
來自外部客戶的收入	988,862	2,287,789	253,768	3,530,419
分部間收入	<u>1,431,699</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>1,431,699</u>
可呈報分部收入	<u>2,420,561</u>	<u>2,287,789</u>	<u>253,768</u>	<u>4,962,118</u>
有關來自外部客戶的收入的銷售成本	375,305	1,635,358	205,891	2,216,554
分部間銷售成本	<u>540,953</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>540,953</u>
可呈報分部銷售成本(生物資產公平值 調整前銷售成本)	<u>916,258</u>	<u>1,635,358</u>	<u>205,891</u>	<u>2,757,507</u>
可呈報分部毛利(生物資產公平值 調整前毛利)	<u>1,504,303</u>	<u>652,431</u>	<u>47,877</u>	<u>2,204,611</u>
可呈報分部溢利/(虧損) (經調整EBITDA)	<u>1,482,550</u>	<u>410,398</u>	<u>(43,512)</u>	<u>1,849,436</u>
利息收入	<u>3,824</u>	<u>5,482</u>	<u>1,586</u>	<u>10,892</u>
利息開支	<u>153,887</u>	<u>21,078</u>	<u>48,812</u>	<u>223,777</u>
折舊及攤銷	<u>105,733</u>	<u>14,308</u>	<u>43,282</u>	<u>163,323</u>
可呈報分部資產	<u>13,953,422</u>	<u>6,643,513</u>	<u>2,589,001</u>	<u>23,185,936</u>
年內非流動分部資產賬面值的增加	<u>4,438,156</u>	<u>135,247</u>	<u>179,658</u>	<u>4,753,061</u>
資本開支	<u>3,906,820</u>	<u>145,887</u>	<u>220,266</u>	<u>4,272,973</u>
可呈報分部負債	<u>9,064,279</u>	<u>852,676</u>	<u>1,510,217</u>	<u>11,427,172</u>

(b) 可呈報分部收入、銷售成本、毛利、溢利、資產及負債的對賬

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年	二零一四年
	人民幣千元	人民幣千元
收入		
可呈報分部收入	5,707,350	4,962,118
分部間收入對銷	<u>(1,783,966)</u>	<u>(1,431,699)</u>
合併營業額	<u>3,923,384</u>	<u>3,530,419</u>
	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年	二零一四年
	人民幣千元	人民幣千元
銷售成本		
可呈報分部銷售成本	3,284,583	2,757,507
計及記入銷售成本的於收穫時按公平值減銷售成本 初始確認農產品產生的收益	1,370,404	1,495,629
分部間銷售成本對銷	<u>(1,621,844)</u>	<u>(1,431,699)</u>
合併銷售成本	<u>3,033,143</u>	<u>2,821,437</u>
	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年	二零一四年
	人民幣千元	人民幣千元
毛利		
可呈報分部毛利	2,422,767	2,204,611
計及記入銷售成本的於收穫時按公平值減銷售成本 初始確認農產品產生的收益	(1,370,404)	(1,495,629)
分部間毛利對銷	<u>(162,122)</u>	<u>—</u>
合併毛利	<u>890,241</u>	<u>708,982</u>

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
<b>溢利</b>		
可呈報分部溢利	1,863,316	1,849,436
利息收入	101,109	60,522
利息開支	(414,620)	(238,368)
折舊及攤銷	(222,314)	(163,679)
未分配總部及公司開支	(198,758)	(213,443)
於收穫時按公平值減銷售成本初始確認農產品產生的收益， 扣除已計入銷售成本的金額	419,304	68,252
生物資產公平值減出售成本的變動產生的虧損	(449,865)	(68,433)
衍生金融負債公平值變動	—	16
分部間毛利對銷	(162,122)	—
合併除稅前溢利	<u>936,050</u>	<u>1,294,303</u>
於三月三十一日		
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
<b>資產</b>		
可呈報分部資產	31,178,416	23,185,936
商譽	—	931,985
遞延稅項資產	17,110	66,064
分類為持作待售的商譽和遞延稅項資產	975,548	—
未分配總部及公司資產	7,146,182	7,047,149
分部間對銷	(14,983,162)	(10,211,054)
合併總資產	<u>24,334,094</u>	<u>21,020,080</u>
於三月三十一日		
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
<b>負債</b>		
可呈報分部負債	17,019,533	11,427,172
未分配總部及公司負債	8,612,682	6,608,768
分部間對銷	(14,983,162)	(10,211,054)
合併負債總額	<u>10,649,053</u>	<u>7,824,886</u>

(c) 地域資料

由於來自外部客戶的收入均來自位於中華人民共和國(「中國」)內地的客戶且非流動資產均取自及位於中國內地，而所有分部因客戶類別或分類相近及全部地區的監管環境相似而按全國基準管理，故並無向本集團管理層提供按中國內地各不同地域劃分的資料。

4 其他收益淨額

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
政府補助	17,253	14,027
銷售原材料產生的虧損	(4,433)	(3,685)
銀行理財產品投資收益	16,243	1,423
衍生金融負債公平值變動	—	16
應付款項的豁免產生的收益	6,203	—
出售非流動資產的收益／(虧損)淨額	3	(1,344)
捐款	(72)	(1,000)
其他	(950)	(139)
	<u>34,247</u>	<u>9,298</u>

5 除稅前溢利

除稅前溢利經扣除／(計入)以下各項後得出：

(a) 融資成本淨額：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
融資收益—利息收入	<u>(101,109)</u>	<u>(60,522)</u>
銀行貸款利息		
—須於五年內全數償清的銀行貸款利息	371,182	239,541
—須於五年後償清的銀行貸款利息	112,622	24,823
減：已撥充資本的利息開支*	(69,184)	(25,996)
銀行開支及其他融資成本	10,402	7,641
外匯虧損淨額	<u>(1,083)</u>	<u>20,163</u>
融資成本	<u>423,939</u>	<u>266,172</u>
融資成本淨額	<u>322,830</u>	<u>205,650</u>

\* 借貸成本已按年利率2.25%至7.58%(截至二零一四年三月三十一日止年度：3.55%至7.32%)予以資本化。

(b) 員工成本：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
工資、花紅及津貼	233,097	128,090
養老保險	36,558	20,810
其他社會保險	33,147	20,472
向勞務派遣公司僱用工人所支付的費用	130,318	103,814
員工福利	28,102	13,175
	<u>461,222</u>	<u>286,361</u>

(c) 其他項目：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
折舊及攤銷	222,314	163,679
首次公開發行開支	—	35,039
以股權結算之購股權開支	70,759	117,040
核數師酬金—審核服務	7,308	5,858
顧問酬金	21,055	6,007
貿易應收款項撇銷	5,530	—
	<u>5,530</u>	<u>—</u>

## 6 合併損益表內的所得稅

合併損益表內的所得稅代表：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
即期稅項：		
中國所得稅	54,731	73,354
遞延稅項：		
暫時差額的產生及撥回	<u>5,391</u>	<u>(28,280)</u>
	<u>60,122</u>	<u>45,074</u>

## 7 每股盈利

### (a) 每股基本盈利

截至二零一五年三月三十一日止年度的每股基本盈利根據本公司權益股東應佔溢利人民幣877.08百萬元(截至二零一四年三月三十一日止年度：溢利人民幣1,249.23百萬元)，以及按附註7(b)所載方式計算的年內本公司已發行普通股加權平均股數14,374,288,184股(截至二零一四年三月三十一日止年度：12,978,958,997股)計算。

### (b) 加權平均普通股數

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年	二零一四年
於4月1日發行在外普通股股數	14,407,788,000	11,494,254
當年股份拆分及股份轉換的影響 (由當時發行在外的每股面值為美元0.001元的 共11,494,254股轉換為每股面值為港元0.10元的 共896,552股)	—	(10,597,702)
資本化發行的影響	—	11,493,357,448
首次公開發行股份的影響	—	1,484,704,997
本年購回自身股份的影響	<u>(33,499,816)</u>	<u>—</u>
加權平均普通股數	<u>14,374,288,184</u>	<u>12,978,958,997</u>

### (c) 每股攤薄盈利

截至二零一五年及二零一四年三月三十一日止年度無發行在外的潛在攤薄股份。截至二零一五年及二零一四年三月三十一日止年度，因本公司普通股於該年內平均股價低於購股權之行權價及本集團自授予該購股權的僱員處獲取的服務的公平值(即授予日該購股權的公平值)之和，該購股權無潛在攤薄影響。

## 8 物業、廠房及設備

	廠房及 樓宇 人民幣千元	機器及 設備 人民幣千元	辦公及 其他設備 人民幣千元	汽車 人民幣千元	在建工程 人民幣千元	總計 人民幣千元
<b>成本：</b>						
於二零一三年四月一日	2,217,581	764,484	68,984	101,455	657,534	3,810,038
添置	11,877	130,236	30,533	43,044	627,587	843,277
轉入／(轉出)	762,669	209,443	—	—	(972,112)	—
出售	—	(4,824)	(651)	(12,698)	—	(18,173)
於二零一四年三月三十一日	<u>2,992,127</u>	<u>1,099,339</u>	<u>98,866</u>	<u>131,801</u>	<u>313,009</u>	<u>4,635,142</u>
<b>累計折舊及減值虧損：</b>						
於二零一三年四月一日	(77,156)	(65,715)	(15,678)	(14,736)	—	(173,285)
年內折舊	(57,303)	(64,233)	(11,641)	(14,603)	—	(147,780)
減值虧損	—	—	—	—	—	—
出售	—	133	25	2,928	—	3,086
於二零一四年三月三十一日	<u>(134,459)</u>	<u>(129,815)</u>	<u>(27,294)</u>	<u>(26,411)</u>	<u>—</u>	<u>(317,979)</u>
<b>賬面淨值：</b>						
於二零一四年三月三十一日	<u>2,857,668</u>	<u>969,524</u>	<u>71,572</u>	<u>105,390</u>	<u>313,009</u>	<u>4,317,163</u>
<b>成本：</b>						
於二零一四年四月一日	2,992,127	1,099,339	98,866	131,801	313,009	4,635,142
添置	3,703	376,279	65,713	71,248	2,315,610	2,832,553
轉入／(轉出)	418,390	94,948	—	—	(513,338)	—
出售	—	—	(2,017)	(1,733)	—	(3,750)
其他減少	(29,005)	—	—	—	—	(29,005)
分類為持作待售資產 (附註16)	(303,816)	(289,162)	(13,168)	(6,018)	(4,089)	(616,253)
於二零一五年三月三十一日	<u>3,081,399</u>	<u>1,281,404</u>	<u>149,394</u>	<u>195,298</u>	<u>2,111,192</u>	<u>6,818,687</u>
<b>累計折舊及減值虧損：</b>						
於二零一四年四月一日	(134,459)	(129,815)	(27,294)	(26,411)	—	(317,979)
年內折舊	(72,214)	(99,731)	(23,410)	(20,361)	—	(215,716)
減值虧損	—	—	—	—	—	—
出售	—	—	765	1,200	—	1,965
分類為持作待售資產 (附註16)	16,904	44,704	5,191	1,913	—	68,712
於二零一五年三月三十一日	<u>(189,769)</u>	<u>(184,842)</u>	<u>(44,748)</u>	<u>(43,659)</u>	<u>—</u>	<u>(463,018)</u>
<b>賬面淨值：</b>						
於二零一五年三月三十一日	<u>2,891,630</u>	<u>1,096,562</u>	<u>104,646</u>	<u>151,639</u>	<u>2,111,192</u>	<u>6,355,669</u>

## 9 商譽

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
成本：		
於年初	931,985	931,985
分類為持作待售資產(附註16)	<u>(931,985)</u>	<u>—</u>
於年末	-----	----- 931,985
累計減值虧損：		
於年初及年末	<u>—</u>	<u>—</u>
賬面淨值：		
於年初	<u>931,985</u>	<u>931,985</u>
於年末	<u>—</u>	<u>931,985</u>

商譽指收購成本超過本集團於自被收購方中國輝山乳業投資國際有限公司及其附屬公司中國輝山乳業投資(香港)有限公司及遼寧輝山乳業集團(秀水)有限公司收購的可識別資產及負債公平值淨值的權益的部分，即本集團預計於合併中未單獨識別及確認的資產產生的未來經濟利益。

因中國輝山乳業投資(香港)有限公司及遼寧輝山乳業集團(秀水)有限公司的資產及負債已於二零一五年三月三十一日分類至持作待售處置組(載於附註16)，上述分配至遼寧輝山乳業集團(秀水)有限公司現金產出單位的商譽已於二零一五年三月三十一日分類至持作待售資產。



## 10 預付租賃款

截至三月三十一日止年度  
二零一五年 二零一四年  
人民幣千元 人民幣千元

成本：		
於年初	3,201,535	568,762
添置	1,179,641	2,639,961
出售	—	(7,188)
分類為持作待售資產(附註16)	<u>(90,049)</u>	<u>—</u>
於年末	<u>4,291,127</u>	<u>3,201,535</u>
累計攤銷及減值虧損：		
於年初	(158,277)	(47,453)
年內攤銷	(318,765)	(111,327)
出售	—	503
分類為持作待售資產(附註16)	9,498	—
減值虧損	<u>—</u>	<u>—</u>
於年末	<u>(467,544)</u>	<u>(158,277)</u>
賬面淨值：		
於年末	<u>3,823,583</u>	<u>3,043,258</u>

預付租賃款指就收購根據經營租約持有的牧場，加工廠以及苜蓿草及其他飼料作物種植土地而作出的付款。

## 11 生物資產

### (a) 本集團的農業活動屬性

本集團的生物資產為用作生產原料奶的奶牛以及為餵養奶牛而種植的苜蓿草及其他飼料作物。奶牛及苜蓿草被分類為生產性生物資產，其他飼料作物被分類為消耗性生物資產。

本集團於二零一五年及二零一四年三月三十一日擁有的奶牛數量如下所示。本集團的奶牛為生產原料奶的泌乳牛以及未達到生產原料奶年齡的育成牛及犢牛。

	於三月三十一日	
	二零一五年 頭	二零一四年 頭
泌乳牛	74,389	61,286
育成牛	79,951	68,087
犢牛	25,991	14,818
	<u>180,331</u>	<u>144,191</u>

### (b) 本集團生物資產的價值

	於三月三十一日	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
泌乳牛	2,884,696	2,309,180
育成牛	2,140,744	1,777,423
犢牛	328,054	204,802
苜蓿草	5,276	6,246
	<u>5,358,770</u>	<u>4,297,651</u>

## 12 存貨

	於三月三十一日	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
養殖奶牛的飼料及其他材料	1,029,474	599,258
生產乳製品的其他材料	82,558	126,345
半成品及成品	469,771	189,780
	<u>1,581,803</u>	<u>915,383</u>
減：存貨撇減	—	—
	<u>1,581,803</u>	<u>915,383</u>

### 13 貿易應收款項

	於三月三十一日	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
應收第三方貿易款項	270,933	220,375
減：呆賬減值撥備	—	—
	<u>270,933</u>	<u>220,375</u>

於報告期末，貿易應收款項(扣除呆賬撥備)按發票日期的賬齡分析如下：

	於三月三十一日	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
少於3個月	162,750	191,235
超過3個月但少於6個月	48,806	16,173
超過6個月但少於1年	53,903	12,967
超過1年但少於2年	5,474	—
	<u>270,933</u>	<u>220,375</u>

貿易應收款項於賬單開具日期起計十五至九十天內到期。

於二零一五年及二零一四年三月三十一日，無貿易應收款項被確認為減值。

並無個別或合計出現減值之貿易應收款項賬齡分析如下：

	於三月三十一日	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
並未逾期或減值	229,528	193,947
逾期1個月內	14,584	5,694
逾期超過1個月但少於3個月	12,077	6,812
逾期超過3個月但少於6個月	7,749	7,505
逾期超過6個月	6,995	6,417
	<u>41,405</u>	<u>26,428</u>
	<u>270,933</u>	<u>220,375</u>

## 14 按金、預付款項及其他應收款項

	於三月三十一日	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
就擔保應付票據付予銀行的按金	314,259	76,318
就擔保信用證付予銀行的按金	193,377	1,095
購買原材料的預付款	242,275	209,563
經營租賃項下所持有年付租金土地的預付款	10,050	9,914
向僱員墊款	21,055	19,611
待抵扣增值稅	54,818	84,599
預付所得稅	6,606	11,416
廣告開支的預付款	21,370	15,156
應收銀行存款利息	10,842	27,067
應收銀行理財產品款(超過3個月)(附註(i))	—	302,923
應收出售奶牛款	39,610	—
應收退回的取消購置的預付購置物業、廠房及設備款項	47,795	—
其他	49,556	26,507
	<b>1,011,613</b>	<b>784,169</b>
減：呆賬減值撥備	—	—
	<b>1,011,613</b>	<b>784,169</b>

附註：

- (i) 應收銀行理財產品款(超過3個月)指截至二零一四年三月三十一日止年度本集團自撫順銀行、華夏銀行、上海浦東發展銀行、中國廣發銀行及中國農業銀行購入的於報告期末未到期或未提早贖回的人民幣銀行理財產品。本金共計人民幣301.50百萬元，年化收益率為2.80%到5.80%。鑒於這些銀行理財產品的可收回金額可確定，本集團採用實際利率法按攤銷成本將其記錄于其他應收款項。

## 15 現金及現金等價物

	於三月三十一日	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
銀行及手頭現金	2,560,552	4,961,119
應收銀行理財產品款(少於3個月)(附註(i))	<u>50,000</u>	<u>101,500</u>
	<u><b>2,610,552</b></u>	<u><b>5,062,619</b></u>

附註:

- (i) 指截至二零一五年三月三十一日止年度本集團自中國廣發銀行購入的於報告期末未到期的人民幣銀行理財產品。本金共計人民幣50百萬元。鑒於該銀行理財產品的可收回金額可確定且期限少於3個月，本集團將其記錄於現金及現金等價物。

## 16 持作待售處置組

於二零一四年十月，本集團與FrieslandCampina Hong Kong Holding II B.V.訂立買賣協議，將其持有的中國輝山乳業投資(香港)有限公司及其全資子公司遼寧輝山乳業集團(秀水)有限公司50%的股權出售予FrieslandCampina，上述交易需達成或豁免包括已作出與合營企業有關的所有中國商務部通知及存檔并取得必要批文或批准在內的部分先決條件方可達成。

於二零一五年三月，中國商務部批准了上述交易。相應的於本集團截至二零一五年三月三十一日止年度的合併財務報表中，本集團將所屬奶粉生產分部的中國輝山乳業投資(香港)有限公司及遼寧輝山乳業集團(秀水)有限公司的資產及負債分類至持作待售處置組。上述交易已於二零一五年四月一日完成(見附註22(a))。股權轉讓成交價格以現金支付且高於本公司應佔的兩家公司淨資產賬面值的份額。

(a) 持作待售處置組的資產和負債

於二零一五年三月三十一日，持作待售處置組的公平值減處置費用高於賬面值，因此以賬面值列示，包括如下資產和負債：

	於二零一五年 三月三十一日 人民幣千元
物業、廠房及設備	547,541
預付購置物業、廠房及設備款項	1,389
商譽	931,985
預付租賃款	80,551
遞延稅項資產	43,563
存貨	114,064
貿易應收款項	4,393
按金、預付款項及其他應收款項	13,609
現金及現金等價物	<u>68,026</u>
<b>持作待售資產</b>	<b><u><u>1,805,121</u></u></b>
貿易應付款項及應付票據*	42,803
預收款項	1,135
應計開支及其他應付款項*	20,126
銀行貸款	220,000
遞延收入	<u>117,152</u>
<b>持作待售負債</b>	<b><u><u>401,216</u></u></b>

\* 貿易應付款項及應付票據以及應計開支及其他應付款項中未包括共計人民幣84.01百萬元的應付集團內其他子公司的款項。

(b) 包含在其他綜合收益中的累計收入項目

於二零一五年三月三十一日，與持作待售處置組相關的被包含在其他綜合收益中的累計收入為人民幣29.16百萬元。

## 17 貿易應付款項及應付票據

	於三月三十一日	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
購買原材料的貿易應付款項	566,920	546,917
應付票據	833,697	190,794
	<u>1,400,617</u>	<u>737,711</u>

於報告期間結算日，貿易應付款項及應付票據按收貨日的賬齡分析如下：

	於三月三十一日	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
1個月內	567,967	248,118
1個月後但3個月內	597,369	204,769
3個月後但6個月內	211,435	267,646
6個月後但1年內	14,677	12,326
1年後但2年內	4,339	4,852
2年後	4,830	—
	<u>1,400,617</u>	<u>737,711</u>

## 18 應計開支及其他應付款項

	於三月三十一日	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
收購物業、廠房及設備的應付款項		
— 第三方	244,468	143,417
— 控股股東的聯屬公司及人士	—	2,956
應付經營租賃款項		
— 第三方	16,334	3,647
— 控股股東的聯屬公司及人士	12,558	11,090
獲得技術支持服務的應付款項	—	6,762
有關經營租賃項下所持有土地的應付稅款	22,039	23,247
審核及諮詢服務應付款項	6,628	6,207
僱員福利應付款項	38,597	25,025
應計廣告及推廣開支	45,217	27,476
應付利息開支	10,337	10,613
應付增值稅及其他稅項	4,279	11,545
已收取但尚未確認的附帶條件的政府補助	59,370	160,033
建議首次公開發售本公司股份所產生開支的應付款	—	12,349
應付運輸開支	23,351	17,429
非控股股東已投入但尚未註冊資本	25,200	—
其他	24,452	27,868
	<u>532,830</u>	<u>489,664</u>

## 19 銀行貸款

(a) 於三月三十一日，本集團的銀行貸款的還款期如下：

	於三月三十一日	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
一年內	<u>2,867,199</u>	<u>1,641,192</u>
一年後但兩年內	2,062,497	1,483,185
兩年後但五年內	2,290,961	2,223,121
五年後	<u>786,350</u>	<u>972,850</u>
	<u><u>5,139,808</u></u>	<u><u>4,679,156</u></u>
	<u><u>8,007,007</u></u>	<u><u>6,320,348</u></u>

(b) 於三月三十一日，本集團的銀行貸款抵押如下：

	於三月三十一日	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
以本集團的預付租賃款及物業、廠房及設備及本集團的集團內實體的權益共同抵押並由集團內實體擔保	418,870	684,367
以本集團的預付租賃款抵押並由本集團的關鍵管理人員擔保	—	1,069,000
以本集團的物業、廠房及設備抵押並由第三方擔保	150,000	200,000
以本集團的物業、廠房及設備抵押並由集團內實體擔保	—	43,019
以本集團的預付租賃款及物業、廠房及設備抵押	1,265,250	721,250
以就擔保信用證付予銀行的按金抵押並由集團內實體擔保	644,590	31,000
以集團內實體的權益抵押並由集團內實體擔保	109,675	49,675
以集團內實體的權益抵押	532,000	794,000
由集團內實體擔保	3,797,802	2,057,037
由本集團的關鍵管理人員擔保	—	256,000
由第三方擔保	8,000	15,000
無擔保及無抵押	<u>1,080,820</u>	<u>400,000</u>
	<u><u>8,007,007</u></u>	<u><u>6,320,348</u></u>

本集團的若干銀行貸款一般須達成與金融機構訂立的貸款安排中的契諾後方可作實。如本集團違反契諾，則須應要求償還貸款。於二零一五年三月三十一日，概無違反任何與銀行貸款有關的契諾。



## 20 遞延收入

於三月三十一日  
二零一五年 二零一四年  
人民幣千元 人民幣千元

政府補助 255,287 226,577

本集團於截至二零一五年及二零一四年三月三十一日止年度獲發政府補助，該等補貼須在奶牛場設施的相關物業、廠房及設備建造及收購完成後方可作實。這些政府補助已確認為遞延收入，並按相關資產的可使用年期於損益表內其他收入中攤銷。

## 21 股息

### (a) 歸屬於年內的應付本公司股東股息

截至三月三十一日止年度  
二零一五年 二零一四年  
人民幣千元 人民幣千元

於報告期間結算日後建議末期股息  
每股普通股人民幣0.0153元  
(截至二零一四年三月三十一日止年度：  
每股普通股人民幣0.0216元) 219,097 311,208

於報告期間結算日後建議的末期股息並無於報告期間結算日確認為負債。

### (b) 過往財政年度應付本公司股東之股息於本年度批准及派付

截至三月三十一日止年度  
二零一五年 二零一四年  
人民幣千元 人民幣千元

上一財政年度的末期股息每股普通股人民幣0.0216元  
(截至二零一四年三月三十一日止年度：  
每股普通股人民幣零元)已於本年度批准及派付 311,208 —

## 22 結算日後事件

### (a) 處置附屬公司

附註16中提及的交易已於二零一五年四月一日完成，當日本集團根據該買賣協議收到付款且該協議下的權利及義務成為可強制執行。在計及收到的現金代價，相關淨資產當前的賬面值以及根據收到的現金對價確定的處置組中剩餘50%所有者權益的公平值後，該交易將產生除稅前收益約人民幣50百萬元。該收益將於截至二零一六年三月三十一日止年度計入本集團的損益。

### (b) 成立附屬公司

於二零一五年五月八日，本集團設立一家子公司輝山乳業發展(上海)有限公司以銷售乳製品。註冊資本總額為人民幣100百萬元。本集團享有該子公司的實際權益為65%。

### (c) 建議末期股息

於二零一五年六月二十二日，本集團董事建議派付末期股息。進一步詳情載於附註21(a)披露。

## 管理層討論及分析

### 行業回顧

二零一四年是中國乳業市場政策落地最多的一年，乳業朝著更健康有序的方向推進，然而却有國內乳業迎來「寒冬」一說。首先，進口大包粉於中國市場低價傾銷，「複原乳」類產品生產量加大，同時本土乳企海外併購或與國外牧場合作增多，原奶採購需求轉移至海外，國內原奶市場供求關係急速逆轉，僅一年之隔，由「奶荒」轉為「過剩」，引發國內原奶「降價潮」，多地頻現倒奶、殺牛事件，奶農關門倒閉數量增多。其次，二零一四年中國整體乳製品零售市場需求疲軟，進口乳製品，尤其是進口液態奶（主要是UHT奶）攀升，中國一二線城市超市貨櫃上進口液態奶數量大幅增加，對中國高端液態奶市場產生一定衝擊。嬰幼兒配方粉市場也被國外產品佔據了市場份額的半壁江山。再次，近年來電子商務的便捷及低成本的運營模式成就了擁有知名品牌的國外乳品在中國的快速發展。儘管他們尚未深層次理解如何細分中國消費者和解決紛繁複雜的渠道關係，但電子商務的普及無疑成為其快速擴張的主要銷售模式和渠道。

近年來，隨著健康理念的提升和城鎮化進程的加快，中國乳品市場增長迅速，消費者對高質量與健康的乳品的需求日益旺盛，中國乳品行業發展空間廣闊。然而二零一四年中國原奶價格的下滑，使上游奶源建設及供應問題凸顯，大批小養殖場及散戶退出中國奶牛養殖的歷史舞台，中國奶牛養殖業轉型升級，市場集中度將進一步提高。隨著國內乳品逐漸實現升級換代以及巴氏奶市場的崛起，中國乳企已經意識到發展的關鍵環節仍是奶源。隨著大型集約化牧場的增多，奶牛飼草、飼料安全持續的供給，飼料配方的不斷改進以及牛群的健康發展已引起行業重視。

中國城鎮居民的乳品消費仍以液態奶為主，中國消費者對於液態奶的需求在過去幾年保持著穩步的增長。從二零零九年到二零一四年，中國液態奶零售額從約人民幣934億元增長到約人民幣1,591億元，年均複合增長率為11.2%。消費者對乳品安全的關注度越來越高，其表現形式就是購買最新鮮的產品，而低溫奶產品（主要是巴氏奶和酸奶）可以滿足這樣的需

求。儘管目前中國液態奶市場UHT奶仍佔主體地位，但伴隨著乳品產業鏈前端牧場建設的發展及冷鏈體系的完善，以及居民可支配收入和健康意識的進一步提升，巴氏奶市場的增長速度預期將高於整體液態奶市場的增長，尤其在經濟更為發達的一、二線城市，巴氏奶的市場比例將越來越大。

根據弗若斯特沙利文的報告，東北三省的液態奶市場以零售額計保持著穩定的增長。從二零零九年到二零一四年，東北三省的液態奶市場總體零售額從約人民幣111億元人民幣增長到約人民幣175億元，高價位、高附加值的產品逐漸獲得市場青睞，增速加快，巴氏奶和酸奶在液態奶中的市場份額也在不斷增長，並成為東北地區液態奶市場的主要板塊。在東北三省的巴氏奶和酸奶市場中，遼寧省佔有最大的市場份額，以零售額計，遼寧省分別佔到50.2%和47.9%。巴氏奶的發展在很大程度上取決於區域經濟、民眾的生活水平，從全國範圍看，華東地區的巴氏奶市場份額普遍高於中國東北地區，尤其是上海地區，以零售額計，巴氏奶佔據了上海將近一半的液態奶市場。

村鎮和鄉村市場消費群體收入逐漸提高，人口眾多的鄉鎮市場已不可小覷，銷售渠道下沉成為液態奶市場當前最重要的銷售策略之一。在低級別市場通過調整產品結構，可能產生更高的銷售額和市場增長率。銷售渠道扁平化，減少從生產到消費者之間的環節，是近年來乳企特別是區域性乳企一直在做的事情，通過送奶上戶和自建乳品專營店不僅使區域型乳企建立了市場壁壘，而且能夠體現品牌和提升服務。

繼二零一三年一系列嚴格政策推出後，二零一四年，中國政府又陸續推出多項加強嬰幼兒配方粉安全的政策和措施，如加強對嬰幼兒配方粉生產企業生產許可審查的《嬰幼兒配方乳粉生產許可審查細則(2013版)》；鼓勵兼並重組和加強市場集中度的《嬰幼兒配方乳品企業兼併重組工作方案》等，均旨在提高中國嬰幼兒奶粉產業的集中度及行業門檻，嚴格把控及提升嬰幼兒奶粉質量，以增強國人信心。多項嬰幼兒配方粉新政的出台、新一批嬰幼兒配方粉企業的加入、外資品牌搶灘中國市場以及其他突發因素使二零一四年的國內乳粉市場競爭變得異常激烈，市場格局也在不斷發生變化。二零一四年，電商渠道成為發展速度最快的渠道，互聯網逐漸影響年輕媽媽的消費和購買習慣；母嬰店渠道比重亦有所提

高，嬰幼兒配方粉生產商相繼推出線上及母嬰渠道的特供產品以迎合行業發展需要。儘管目前國產品牌的嬰幼兒配方粉產品仍處於重塑信任和變革的時期，但隨著中國政府對嬰幼兒配方粉質量和安全的持續管控以及整個乳品行業下可追溯乳品安全控制體系的逐步完善，中國嬰幼兒配方粉市場將會朝著健康利好的方向發展。

## 業務回顧

我們是中國領先及垂直整合度最高的乳品公司。我們的業務模式覆蓋整個乳品產業鏈，包括苜蓿草、輔助飼料的種植和加工及精飼料的加工，奶牛養殖以及「輝山」品牌乳品的生產和銷售，目前，我們是中國唯一能100%以自營牧場生產的原奶滿足自有品牌液態奶生產及奶粉生產所需原奶的公司，我們優異的產品安全記錄和高質量的產品造就出安全及質量值得中國國民信賴的品牌。

報告年度，儘管國內乳品市場競爭異常激烈，我們的液態奶新增產能投產時間滯後，液態奶業務增速放緩，但我們通過憑藉上游資源所創造的低成本優勢以及獨特的產品營銷策略，仍使本集團的營業收入達到人民幣39.234億元(二零一四年同期：人民幣35.304億元)，同比增長11.1%；集團整體毛利率達到57.6%，遠高於行業平均水平。同時，我們於報告年度內繼續擴大全產業鏈建設規模，首次將其拓展至江蘇省鹽城市，著手布局華東地區龐大的低溫奶市場。我們積極進行國際合作，通過與FrieslandCampina(荷蘭皇家菲仕蘭有限公司，簡稱「菲仕蘭」)建立合營企業夥伴關係，引進菲仕蘭在嬰幼兒配方粉方面的成功管理和銷售經驗，致力於為中國消費者打造一個產自本土、擁有國際質量的嬰幼兒配方粉品牌。

## 飼草及飼料種植

本集團於報告年度內新租賃24萬畝土地，用於種植玉米青貯及其他飼料作物，而大部份土地租賃款以一次性付清為主。為確保本集團有充足營運資金以避免流動資金風險，我們通過增加銀行長期貸款支付上述土地租金，而使本集團財務費用相應加大。然而，我們通過擴大產業鏈前端資源，更有助於控制未來奶牛的飼料成本並從源頭保障原料奶的安全性和高品質。

## 巴氏奶產品

面對競爭激烈的市場環境，我們利用上游優質的原料奶資源，著力打造區域內競爭對手所難以企及的產品壁壘，通過優化產品結構，不斷豐富和升級產品矩陣，重點推廣我們的「鮮博士」巴氏奶產品。報告年度內，我們的巴氏奶銷售量達到91,244噸(二零一四年同期：66,654噸)，同比增長36.9%，平均售價由二零一四年同期的7,392元／噸增長至8,176元／噸。

## 銷售渠道及品牌建設

我們於報告年度內進一步開發東北市場及繼續布局全國重點區域市場，加強營銷網絡與品牌建設，先行投入較多的市場費用以贏得未來更多的銷量增長和更大的市場份額。報告年度，液態奶營銷網絡已包括373個經銷商、408個直營商超，送奶上戶數量約10萬戶。奶粉營銷網絡已擁有1,049個經銷商，621家「輝山紅裝」直營母嬰店，覆蓋8,785個銷售點。我們通過拍攝並於央視投放播出的「杰茜牧場」廣告作為消費群體認知「輝山」品牌的起始點，我們獨家冠名於央視播出的「少年中國強」節目，強化了「輝山」品牌在東北區域外的知名度，為產品布局全國重點區域市場奠定了基礎。

於報告年度，我們主要經營三大業務：(i)以生產和銷售原奶為主的奶牛養殖業務；(ii)以生產和銷售液態奶產品為主的液態奶業務；及(iii)以生產和銷售嬰幼兒配方粉產品和乳品原料為主的奶粉業務。

## 奶牛養殖

### ● 牛群規模

	於二零一五年 三月三十一日 頭	於二零一四年 三月三十一日 頭
泌乳牛	74,389	61,286
育成牛	79,951	68,087
犏牛	<u>25,991</u>	<u>14,818</u>
	<u><b>180,331</b></u>	<u><b>144,191</b></u>

於二零一五年三月三十一日，我們於中國遼寧省經營69座標準化奶牛養殖場(二零一四年三月三十一日：59座)其數量為中國最多，牛群規模180,331頭(二零一四年三月三十一日：144,191頭)。

- 產奶量

受益於我們泌乳牛數量的增加以及先進有效的牧場管理，截至二零一五年三月三十一日止年度，我們的原奶總產奶量為60.16萬噸(二零一四年同期：50.17萬噸)，同比增長19.9%。

於報告年度，我們錄得的平均每頭泌乳牛產奶量為9.1噸，與二零一四年同期水平相近。我們的牛群包括荷斯坦奶牛和娟姗奶牛，由於奶牛品種相異，不同種類的奶牛其產奶量水平亦不盡相同，相對於荷斯坦奶牛，原產於英吉利海峽澤西島的體型偏小的娟姗奶牛產奶量略低，產出的原奶最大特點是乳質濃厚，乳脂、乳蛋白含量高。我們僅使用這些更高質量的娟姗原奶加工「杰茜牧場」品牌的輝山系高端液奶產品和「金皇后」品牌的輝山系高端嬰幼兒配方粉產品，並不售予其他乳品公司。

- 原奶平均售價

我們擁有豐富的奶牛繁育和飼餵管理技術、充沛的優質自產飼料以及先進的飼料配方，我們的牛場處於優越的地理位置，我們的原奶品質遠高於行業平均水平，截至二零一五年三月三十一日止年度，我們的原奶平均售價在市場逆境中仍達到人民幣4,873元／噸(二零一四年同期：人民幣5,017元／噸)。

- 飼草、飼料種植及精飼料加工

飼料是決定原奶成本的關鍵因素，也是決定奶牛所產原奶質量的「第一關」。圍繞奶源建設，產業鏈前端的飼草種植、飼料加工等環節形成了對原奶安全和質量的基礎保障。我們作為以規模化「自營牧場」為基礎的全產業鏈乳品企業，秉承從最源頭做起的理念，我們以固定租金規模化大面積流轉農業種植土地的方法符合我國現代農業發展趨勢及特殊要求，保證了我們自控奶牛飼料供給率，從根本上保證了奶牛優質、安全的飼料供給，也有利於規避未來飼料價格上漲的風險。

我們的苜蓿草種植面積已合共超過14萬畝，是中國最大的商業苜蓿草種植基地，其中的6萬畝苜蓿草經過驗收評審，獲「國家高產優質苜蓿示範片區建設項目」。報告年度，我們的苜蓿草進行了三次收割，合共產量約13.4萬噸，生產成本為107美元／噸（二零一四年同期：92美元／噸），主要是由於報告年度少量種植地區受到中國遼寧省乾旱波及，導致苜蓿草的畝產略有下降，儘管如此，我們自種的苜蓿草由於避免了進口關稅、國外長途運費及中間流通環節的利潤留成等因素的影響，其生產成本還是遠低於進口苜蓿草價格。同時，由於我們的生產基地布局科學、合理，苜蓿草種植基地與牛場毗鄰，我們也節省了苜蓿草的國內運輸成本。根據弗若斯特沙利文的報告，進口苜蓿草到岸價格約為400美元／噸，到場價格更是高達人民幣3,247元／噸。

我們於二零一四年四月開始從位於中國遼寧省內的若干地區以固定租金租賃約24萬畝的土地用於玉米青貯等其他奶牛飼料作物的種植，連同過往年度已租賃的玉米青貯種植土地在內，合共玉米青貯種植土地面積已達到約34萬畝。玉米青貯是奶牛不可或缺的優質粗飼料，且其具有產量高、質量好、保存期長、加工工藝簡單等優點。在中國三大農作物中玉米青貯飼料價值最高，我們自己種植玉米青貯不僅從源頭上進一步加強了奶源的安全，通過固定土地租金成本、實施大規模機械化作業、引進墨西哥先進玉米青貯種植技術來獲得成本優勢及保證質量供應穩定；同時，我們自種玉米青貯所含的幹物質和營養成分較高，有利於我們優化和調整奶牛飼料配方，以降低奶牛飼餵成本。報告年度，連同上述苜蓿草種植土地在內，我們的飼料作物種植地面積已超過48萬畝，更具意義的是，我們利用其中約2萬畝的土地進行燕麥和玉米青貯的雙季種植試驗，成功實現了北方農業雙季種植的突破，此項試驗的成功，更有助於未來為我們自控奶牛飼料的種植節約成本，從源頭為我們全產業鏈經營模式創造更大的盈利空間。此外，我們的飼料種植土地亦分布於臨近牧場，一方面可以減少運輸距離，節省運費成本；另一方面可直接將牧場產生的糞肥灌溉於飼料種植土地，有效地解決了牧場環保問題，亦可為飼料種植土地提供肥料保障，保持飼料種植土地的土壤質量和水分處於優良狀態。



## 液態奶

二零一四年，受進口大包粉價格不斷走低的影响，國內乳品尤其是液態奶產品市場競爭異常激烈，面對此市場環境，我們憑藉奶源全部來自於自營牧場的資源優勢，以高質量的高蛋白乳品和新鮮低溫產品來不斷優化我們的產品結構，擴大差異化競爭優勢，在鞏固東北市場液態奶第一品牌地位的同時，加強推進華北區域市場。

- 優化液態奶產品結構

報告年度，我們從事巴氏奶、UHT奶、酸奶和乳飲料四類液態奶產品的生產和銷售。憑藉行業領先的上游資源，我們以自營牧場優質、新鮮奶源作為差異化競爭的支柱，通過技術創新來優化升級我們的產品結構。二零一四年六月，憑藉輝山自營牧場的娟姍奶源，我們推出「杰茜牧場」3.6克乳蛋白高質量牛奶。「杰茜牧場」系列產品是國內首家100%採用娟姍奶源生產的高端牛奶，實現了牛奶中優質乳蛋白含量高達3.6克（行業標準為2.9克，市場同類產品普遍為3.3克）的重大突破。報告年度，「杰茜牧場」系列產品主要在河北、山東等區域的重點城市和東北三省進行銷售。

近幾年，國內巴氏奶消費已經出現了理性的回歸，中國巴氏奶銷售額增長速度已遠遠大於UHT奶的增長速度，對消費者而言，巴氏工藝更好地保護了營養，保護了活性物質，越來越多人認識到了巴氏奶的好處，巴氏奶的消費正在逐步上升。巴氏奶的生產必須採用高質量的新鮮奶源，只能以生牛乳為原料，只有擁有奶源基地，擁有達到歐盟標準的原料奶的企業才能規模化生產巴氏奶，質量安全才更有保證。多年來，我們始終堅持「好牛、好草、好奶源」的經營理念，打造了國內最集中的奶源基地，實現了奶源100%來自於現代化自營牧場，在奶源方面擁有絕對優勢，依託輝山自營牧場的優質奶源，我們採用嚴苛的標準生產巴氏奶。

繼「十天」酸奶開創短保質期酸奶新領域後，我們的「兒童十天」酸奶產品同樣憑藉奶源優勢一改競品普遍採用的添加劑路線，採用適合兒童腸胃的專利菌種，產品內不添加任何防腐劑、添加劑和香精，在遼寧區域佔據了兒童酸奶品類的首要位置。

- 市場擴展

截至二零一五年三月三十一日，我們的營銷網絡已包括373個經銷商，408個直營商超，送奶上戶數量約10萬戶。於報告年度，我們的液奶業務擴展至東北三省以外的地區，繼續加強對山東、北京、天津、河北、河南和重慶等新區域市場的初步布局。目前，我們在這些新區域有選擇性地選取重點城市和重點商超進行合作，未來幾年我們將逐步增加這些重點城市和商超數量，提升在新區域市場的佔有率。

根據弗若斯特沙利文的報告，二零一四年，以零售額計算，我們的液態奶產品在東北地區的市場佔有率由二零一三年的19.5%上升至20.9%，名列第一；在中國液態奶市場零售值排名中，輝山排名第五。

報告年度，我們注重強化鞏固在本地市場的領先地位，在東北市場加大了巴氏奶的宣傳和推廣力度，提升巴氏奶在整體液態奶中的銷售比重，在瀋陽、長春、大連開展首屆國際鮮奶節，不同的地區市場採用不同的市場滲透策略，持續進行消費者教育，引導消費者由常溫奶向巴氏奶轉移，同時重點推廣屋頂包產品以提升單位售價和盈利空間，進一步鞏固東北地區鮮奶第一品牌。

在東北外的區域市場，我們以超高端的特色產品「杰茜牧場」系列為主進行推廣，我們獨有的3.6克乳蛋白資源成為新市場消費者認知輝山品牌的起始點。「杰茜牧場」超高端的定位決定了其區別於普通產品的推廣方式，主要針對目標人群，配合產品發布會及央視廣告建立近百家形象店，主要選擇具有帶動性的門店及部分高檔小區店作為主要銷售渠道，隨著品牌影響力的提升逐步加大產品覆蓋率。除常規推廣外，更加注重與目標消費群體的互動，重點在各區域的高檔小區展開多場次的推廣活動。我們同時在各區域市場同與當地具有影響力的單位，例如銀行、機場等進行合作，借助合作單位的意見領導力爭取快速贏得目標消費群體。

我們充分利用並結合區域品牌優勢和渠道優勢，在送奶上戶渠道持續貫穿70天廣泛開展「輝山和您一起孝敬父母」大型產品推廣活動，以競品難以企及的促銷政策，將針對中老年的專屬產品，覆蓋到各個銷售區域和各級別市場。我們啟動低溫奶產品「藍色風暴」渠道建設，強化冷鏈配置和升級終端店形象，重點推廣巴氏奶和酸奶等王牌低溫奶產品，激發銷售渠道的活力和經銷商的積極性，以扁平化的營銷模式和王者的姿態統領東北低溫奶市場。

截至二零一五年三月三十一日止年度，我們的液態奶銷售額達到人民幣24.217億元，(二零一四年同期：人民幣22.878億元)，同比增長5.9%；於報告年度液態奶毛利率(抵銷內部原奶供應相關銷售成本前)達到29.6%(二零一四年同期：28.5%)。

## 奶粉 — 嬰幼兒配方奶粉及乳品原料

- 營銷網絡

於報告年度，我們致力於開發國產嬰幼兒奶粉潛在市場，並拓寬營銷網絡，擴大產品覆蓋面積，以東北、華中為核心市場，繼續加強對華東、華南、西南等多個市場的初步布局，已擁有1,049個經銷商(二零一四年同期：418個)，覆蓋了8,785家終端門店。目前，我們在河南、山東、河北等多個省區選擇重點城市和重點經銷商進行合作，我們將在未來幾年逐漸增加這些城市和經銷商數量，擴大產品的覆蓋面積。我們根據產品特點建立更具盈利性的營銷模式，我們推出「輝山紅裝」系列嬰幼兒配方奶粉新品，直接針對母嬰店進行直銷，並無任何市場推廣及中間商環節，提升了母嬰店的盈利能力。該等銷售模式充分發揮母嬰店直接面向廣大消費群體的優勢，於二零一五年三月三十一日，我們已有621家「輝山紅裝」直營母嬰店。

為應對互聯網銷售的挑戰，我們搭建多個微信公眾平臺，建立了公司與消費者直接溝通的渠道，拉近了與消費者的溝通距離，為消費者提供更貼心、及時、便捷的服務。我們完成了移動端「微商城」的搭建，並正式上線運營，快速地回應了消費者的購物新需求，致力於提供給消費者最佳的購物體驗。

我們全產業鏈業務模式下高度安全的自建、自控奶源得到了行業和消費市場的一致認可。我們已入選中國乳製品工業協會國產嬰幼兒配方粉新品發布企業；我們在上海和北京舉辦的多屆孕嬰童產品博覽會上吸引了眾多經銷商和消費者的駐足。我們邀請了來自江蘇、湖南、浙江、安徽和重慶的眾多經銷商及門店店主，親自見證了輝山嬰幼兒配方粉從原奶生產到加工成品的全過程，我們高產優質的苜蓿草種植基地、管理科學的自營牧場以及現代化的乳製品加工廠讓經銷商及門店店主倍感信心，極大提升了我們的品牌知名度並快速地搭建了產品的銷售渠道。二零一四年末至二零一五年初，我們圍繞遼寧、河南、山東等重點省區展開經銷商訂貨，單場次訂貨會訂貨金額達到千萬元以上。優秀的成績充分彰顯了經銷商對企業及產品的高度信心。

我們在關注渠道發展的同時，竭力滿足產品線多元化發展的實際需求。二零一五年一月，我們推出「輝智」系列產品，在廣受門店青睞的母嬰直營渠道銷售，深受各大母嬰連鎖系統的歡迎。我們同期推出全家福系列成人粉，豐富了成人營養粉產品線，在消費者市場引發了不小的反響。報告年度，我們共銷售2,938噸奶粉產品（含成人營養粉）（二零一四年同期：1,417噸）。

- **產品口碑**

二零一五年三月，中國統計信息服務中心(CSISC)發布《2014年中國品牌嬰幼兒奶粉口碑報告》（「報告」）。報告顯示，在國家食品藥品監督管理總局公布「嬰幼兒配方乳粉生產企業及產品名錄（含第二批）」的274個品牌中，「輝山」奶粉品牌知名度、品牌質量認可度、品牌企業美譽度均因表現突出而位列前十。在品牌健康度、品牌產品好評度單項排名中，我們更以強有力的品牌支持和產品優勢分別取得第一名和第四名佳績。在最終綜合各維度評價，「輝山」品牌奶粉成功位列「2014年中國品牌嬰幼兒奶粉口碑指數TOP10」，充分驗證了行業和市場對「輝山」品牌奶粉的安全性和創新性等方面的認可。

- 乳品原料

我們是國內首家具備脫鹽乳清粉商業化生產資格的公司，我們的「乳清粉脫鹽技術優化項目」於二零一四年年底在中國食品科學技術學會年會中獲評技術進步三等獎。我們對乳品原料市場展開深入研究，深入了解和分析餐飲和烘焙市場需求，挖掘潛在盈利空間，利用我們優質、高蛋白質的原料奶資源為各行業客戶提供安全、穩定的大宗原料。於報告年度，我們共銷售12,987噸乳品原料(二零一四年同期：3,458噸)。我們的主要客戶包括世界五大乳製品公司之一的菲仕蘭等。

### 質量管控

我們的核心價值在於產品質量與安全。通過垂直整合全產業鏈，我們克服了產業鏈關鍵環節參與者之間爭奪利益導致的問題。於報告年度，我們繼續保持優異的安全記錄並將持續優化全產業鏈各個環節的質量控制。

我們位於遼寧法庫、錦州和撫順的奶粉和液態奶加工廠已全部通過並獲得良好生產規範(「GMP」)認證證書。GMP是嬰幼兒配方粉生產企業強制性標準，獲得該項證書表明我們具備良好的生產設備，合理的生產過程，完善的質量管理，嚴格的檢測系統和優良的生產環境，確保最終產品質量(包括食品安全衛生)符合法規要求。

根據國家食品藥品監督管理總局頒布的《嬰幼兒配方乳粉生產許可審查細則》規定，在二零一四年五月三十一日前，國內嬰幼兒乳粉企業必須重新申請並取得嬰幼兒配方粉生產許可證，本公司憑藉嚴格的質量管控及先進的生產工藝已通過審核，成功獲得新版嬰幼兒配方乳粉生產許可證。

二零一四年中國乳製品工業協會(「中乳協」)啟動實施「主流品牌嬰幼兒配方乳粉月月抽檢計劃」(「月月抽檢」)，旨在掌握國內嬰幼兒配方乳粉的質量安全狀況，樹立國產嬰幼兒配方粉品牌形象，提振消費者對國產嬰幼兒配方粉的信心。我們致力於為中國寶寶提供最安全、最放心的嬰幼兒配方粉，從原料奶驗收到產品出庫經過百餘道嚴密的檢驗程序，我們自願報名參與「月月抽檢」活動，「輝山」旗下的金皇后嬰幼兒配方粉品牌憑藉連續10個月抽檢結果全部合格的好成績榮獲中乳協頒發的「2014年度質量優秀獎」，使我們的嬰幼兒配方粉安全情況更加透明，進一步提升消費者對國產嬰幼兒配方粉和「輝山」品牌的信心。

二零一四年六月國家工業和信息化部主辦召開嬰幼兒配方粉企業質量安全追溯體系建設試點現場交流會，食品工業企業質量安全追溯平台正式開通，我們依託乳業全產業鏈發展模式，率先建成嬰幼兒配方粉質量安全追溯體系，成為中國乳品行業嬰幼兒配方粉產品追溯首批試點單位以及中國食品工業協會物流專委會認證的「透明供應鏈」5A級企業。

## 品牌建設

報告年度，我們圍繞「全產業鏈戰略」，攜手國內領先的專業品牌諮詢策略顧問，塑造我們「品質如山」、「乳業安全新力量」的品牌形象。隨著全產業鏈建設的不斷完善，我們的資源優勢日益凸顯，我們開始打造「輝山」品牌在東北外市場的知名度。我們圍繞「全產業鏈」，「安全新力量」以及「3.6克優質乳蛋白」展開品牌戰略，較好地體現了我們的資源優勢與責任感兼備的品牌定位和高端的產品形象。通過持續的、立體式的在中央及重點省級衛視、高鐵、公交等多渠道傳播和投放，我們讓更多的消費者對「輝山」品牌及產品有了更深刻的了解。

為擴大「輝山」品牌在東北外區域市場的知名度，我們以「杰茜牧場」系列產品所獨有的3.6克乳蛋白資源做為新市場消費群體認知「輝山」品牌的起始點。為契合其超高端定位，我們區別於以往普通乳製品的推廣方式，通過新品發布會和央視廣告投放著重打造其知名度，並配合建立近百家形象店。針對目標人群的消費水平和習慣，重點選擇高檔及住宅區的門店作為主要銷售渠道，從而進一步提高品牌影響力，加大產品覆蓋率。

為強化「輝山」品牌和產品在東北區域外的知名度，我們獨家冠名少年才智展示秀「少年中國強」節目，該節目已於二零一四年八月登陸中央電視台一套。對於青少年健康成長的關注是我們冠名這項節目的初衷，此節目也使更多的消費者了解輝山。通過「好牛奶、強少年」的推廣口號，傳遞了「輝山」的品牌理念以及杰茜牧場高質量牛奶3.6克優質乳蛋白含量的核心信息。節目中，我們用「品質如山」的輝山產品將輝山致力於成為世界級的優質高蛋白乳品製造商和全球綜合乳品服務供貨商的品牌願景傳遞出去，並向國內消費者傳遞乳品安全的正能量。

二零一四年年底，我們與中國人民財產保險股份有限公司遼寧省分公司簽署戰略合作協議，雙方將在品牌宣傳、客戶資源以及銷售渠道融合等方面開展合作，雙方將利用各自的網絡資源和客戶服務平台積極開展聯合促銷、品牌植入以及宣傳推廣等活動，擴大雙方品牌在區域市場的影響力、客戶認知度和忠誠度。

由我們獨家冠名的「輝山乳業2015瀋陽棋盤山國際冰雪節」於二零一五年年初成功舉辦，通過本次活動，我們將「品質如山」的輝山文化融入到本屆冰雪節中，使每一位參與者在體驗雪地激情的同時，深入體會到「輝山」創新、追求卓越和厚積薄發的品牌精神。

## 合資合作

二零一四年五月，我們與菲仕蘭進入排他性談判，商討建立合營企業，二零一五年三月二十五日，我們接到中國商務部關於輝山與菲仕蘭設立合營企業的批准，二零一五年四月一日，我們最終完成與菲仕蘭的合營企業協議。我們將向合營企業供應自營牧場的原料奶，菲仕蘭將為合營企業帶來自身在中國的嬰幼兒配方粉銷售網絡，以及如何運營嬰幼兒配方粉供應鏈的專業知識及品牌推廣和營銷能力。合營企業將以輝山乳業的優質、安全奶源為依託，引進菲仕蘭在嬰幼兒配方奶粉方面的成功管理和營銷經驗，以及在中國架設的優越營銷渠道，為中國消費者打造一支產自本土、擁有國際質量的嬰幼兒配方奶粉品牌。這是我們現有高品質本地供應鏈和菲仕蘭百年專業經驗的完美結合，合營企業完全控制採購、生產、推廣和銷售的全過程，確保嬰幼兒配方粉生產採用最嚴格的質量控制標準，對中國消費者提供質量保障。交易完成後，合資企業隨即啟動首個「百日計劃」，組成若干工作小組，從財務、人力資源、業務、公司文化、現有生產流程梳理及改進等方面開展細緻的工作，以確保雙方管理團隊加快融合，保障合資企業既定的發展計劃得以順利推進。

二零一四年十一月三日，我們與南通綜藝投資有限公司（「綜藝」）附屬公司Alpha Spring Limited（「Alpha Spring」）訂立正式合資企業協議（「合資協議」），合資企業註冊資本人民幣10億元，本公司及Alpha Spring將分別持有合資企業全部股本權益的65%及35%。合資企業將於中國江蘇省鹽城市設立一條乳製品全產業鏈，包括飼料種植及加工、奶牛養殖、乳品加工、銷售及營銷，以分銷乳製品至華東市場。華東市場的人口密集，經濟更為發達，當地的乳品市場規模更是大於中國東北部乳品市場。以上海地區為例，按零售額計算，巴氏奶

佔液態奶市場接近一半，合資企業項目將尤其專注於上海以及江蘇、浙江及安徽等省份的巴氏奶市場。我們此次在江蘇省複製全產業鏈的運營模式，標誌著進入及擴充東北部以外市場的策略性部署以付諸實踐，Alpha Spring自二零一一年起一直為我們的合作夥伴，其於公開上市前以可轉換公司債券持有人的身份投資於本公司，目前仍是公司股東。此次與Alpha Spring的合作是我們擴充及進入東北以外市場的重要戰略，也是我們從區域性品牌走向全國性乳品企業的重要里程碑。

合資公司境內三家經營實體均已設立完畢，並已逐步完成註冊資本的實繳。可容納7,000頭娟珊奶牛的牧場已開工興建，計劃於二零一五年年底完工，飼料種植地和精飼料加工廠亦根據牛場實際位置開展選址和實地勘察工作。設計產能18萬噸／年的液態奶加工廠已於二零一五年三月底動工興建，預計將於二零一六年九月完工並投入生產。以麥惠舜先生為領導的合資公司營銷團隊已經開展對華東市場著手制定切實的產品推廣和區域滲透策略，品牌建設及推廣活動也會適時開展。

## 財務概況

### 營業額

下表分別是截至二零一五年及二零一四年三月三十一日止年度各業務分部營業額：

	截至三月三十一日止年度					
	二零一五年			二零一四年		
	外部銷售 人民幣千元	內部銷售 人民幣千元	合計 人民幣千元	外部銷售 人民幣千元	內部銷售 人民幣千元	合計 人民幣千元
奶牛養殖業務	1,028,336	1,783,966	2,812,302	988,862	1,431,699	2,420,561
液態奶業務	2,421,709	—	2,421,709	2,287,789	—	2,287,789
奶粉業務	<u>473,339</u>	—	<u>473,339</u>	<u>253,768</u>	—	<u>253,768</u>
合併營業額	<u><u>3,923,384</u></u>			<u><u>3,530,419</u></u>		

我們的營業額自截至二零一四年三月三十一日止年度的人民幣35.304億元增長11.1%，至截至二零一五年三月三十一日止年度的人民幣39.234億元。主要是由於原奶、液態奶和奶粉產品業務的銷售增長所致。



- 奶牛養殖業務

奶牛養殖業務營業額的增長主要受益於我們牛群的增加。

有關兩年同期的原奶的銷售收入、銷售量及平均售價詳見下表：

	截至三月三十一日止年度					
	二零一五年			二零一四年		
	銷售收入 人民幣千元	銷售量 噸	平均售價 人民幣元／噸	銷售收入 人民幣千元	銷售量 噸	平均售價 人民幣元／噸
原奶						
外部銷售	1,028,336	211,769	4,856	988,862	196,119	5,042
內部銷售	<u>1,783,966</u>	<u>365,302</u>	<u>4,884</u>	<u>1,431,699</u>	<u>286,309</u>	<u>5,001</u>
合計	<u><u>2,812,302</u></u>	<u><u>577,071</u></u>	<u><u>4,873</u></u>	<u><u>2,420,561</u></u>	<u><u>482,428</u></u>	<u><u>5,017</u></u>

原奶內部銷售的增長主要是由於我們自有液態奶及奶粉業務的增長。

- 液態奶業務

液態奶業務的營業額自截至二零一四年三月三十一日止年度的人民幣22.878億元增長5.9%，至截至二零一五年三月三十一日止年度的人民幣24.217億元。截至二零一五年及二零一四年三月三十一日止年度液態奶營業額分別佔到當年合併營業收入的61.7%和64.8%。

液態奶業務的增長主要是由於液態奶產品銷量的小幅增長以及我們液態奶產品結構的調整。報告年度，我們的液態奶產品銷售量自截至二零一四年三月三十一日止年度的287,528噸增長2.0%，至截至二零一五年三月三十一日止年度的293,337噸，主要由於我們調整產品結構增加巴氏奶的生產與銷售所致。本年度與去年同期的液態奶業務的銷售收入、銷售量及平均售價對比如下：

	截至三月三十一日止年度					
	二零一五年			二零一四年		
	銷售收入 人民幣千元	銷售量 噸	平均售價 人民幣元／噸	銷售收入 人民幣千元	銷售量 噸	平均售價 人民幣元／噸
液態奶產品						
鮮奶	746,043	91,244	8,176	492,688	66,654	7,392
UHT	792,517	123,707	6,406	932,330	141,373	6,595
酸奶	870,548	75,257	11,568	852,797	77,097	11,061
乳飲料	12,601	3,129	4,027	9,974	2,404	4,149
合計	<u>2,421,709</u>	<u>293,337</u>	<u>8,256</u>	<u>2,287,789</u>	<u>287,528</u>	<u>7,957</u>

#### ● 奶粉業務

奶粉業務的營業額自截至二零一四年三月三十一日止年度的人民幣2.538億元增長86.5%，至截至二零一五年三月三十一日止年度的人民幣4.733億元。截至二零一五年及二零一四年三月三十一日止年度奶粉營業額分別佔到當年合併營業收入的12.1%和7.2%。

本年度奶粉業務的銷售收入、銷售量及平均售價對比如下：

	截至三月三十一日止年度					
	二零一五年			二零一四年		
	銷售收入 人民幣千元	銷售量 噸	平均售價 人民幣元／噸	銷售收入 人民幣千元	銷售量 噸	平均售價 人民幣元／噸
嬰幼兒配方粉產品 (含成人營養粉)	311,055	2,938	105,873	143,265	1,417	101,104
乳品原料	162,284	12,987	12,496	110,503	3,458	31,956
合計	<u>473,339</u>	<u>15,925</u>	<u>29,723</u>	<u>253,768</u>	<u>4,875</u>	<u>52,055</u>

## 毛利及毛利率

以下是我們運營的三個業務分部於本年度及去年同期的毛利及毛利率對比：

	截至三月三十一日止年度			
	二零一五年		二零一四年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元		人民幣千元	
<b>奶牛養殖業務</b>				
抵銷前	<b>1,565,528</b>	<b>55.7</b>	1,504,303	62.1
抵銷後	<b>577,116</b>	<b>56.1</b>	613,557	62.0
<b>液態奶業務</b>				
抵銷前	<b>716,150</b>	<b>29.6</b>	652,431	28.5
抵銷後	<b>1,467,334</b>	<b>60.6</b>	1,499,118	65.5
<b>奶粉業務</b>				
抵銷前	<b>141,089</b>	<b>29.8</b>	47,877	18.9
抵銷後	<b>216,195</b>	<b>45.7</b>	91,936	36.2

### ● 奶牛養殖業務

奶牛養殖業務的毛利(抵銷內部原奶供應相關銷售成本前)自截至二零一四年三月三十一日止年度的人民幣15.043億元增長4.1%，至截至二零一五年三月三十一日止年度的人民幣15.655億元，主要由於原奶產量與銷量上漲所致，而毛利(抵銷內部原料奶供應相關銷售成本後)自截至二零一四年三月三十一日止年度的人民幣6.136億元下降5.9%，至截至二零一五年三月三十一日止年度的人民幣5.771億元，主要由於原奶的平均售價隨行業波動而降低所致。

截至二零一五年三月三十一日止年度，奶牛養殖業務的毛利率(抵銷內部原奶供應相關銷售成本前)為55.7%，相比截至二零一四年三月三十一日止年度的62.1%出現一定幅度的下降，主要是由於原奶平均售價隨行業波動而降低所致。

我們的奶牛養殖業務銷售成本如下：

	截至三月三十一日止年度			
	二零一五年		二零一四年	
	銷售成本		銷售成本	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
飼料	946,110	75.9	711,653	77.7
人工成本	63,823	5.1	46,985	5.1
折舊	33,332	2.7	25,593	2.8
獸醫藥成本	71,562	5.7	39,081	4.3
公用事業費	46,277	3.7	35,985	3.9
其他	85,670	6.9	56,961	6.2
合計	<u>1,246,774</u>	<u>100</u>	<u>916,258</u>	<u>100</u>

- 液態奶業務

液態奶業務的毛利(抵銷內部原奶供應相關銷售成本前)自截至二零一四年三月三十一日止年度的人民幣6.524億元增長9.8%，至截至二零一五年三月三十一日止年度的人民幣7.162億元，該增長主要是我們液態奶銷售量增加以及我們通過產品結構調整提高液態奶產品的平均售價所致；而毛利(抵銷內部原奶供應相關銷售成本後)自截至二零一四年三月三十一日止年度的人民幣14.991億元下降2.1%，至截至二零一五年三月三十一日止年度的人民幣14.673億元，該下降主要是我們原奶生產成本上漲所致。

液態奶業務的毛利率(抵銷內部原奶供應相關銷售成本前)自截至二零一四年三月三十一日止年度的28.5%上升至截至二零一五年三月三十一日止年度的29.6%；主要是由於液態奶產品結構升級帶來的平均售價的提升。

- 奶粉業務

奶粉包括嬰幼兒配方粉產品和乳品原料。奶粉業務(抵銷內部原奶供應相關銷售成本前)自截至二零一四年三月三十一日止年度的人民幣4,790萬元增長194.7%，至截至二零一五年三月三十一日止年度的人民幣1.411億元；而毛利(抵銷內部原奶供應相關銷售成本後)自截至二零一四年三月三十一日止年度的人民幣9,190萬元增長135.2%，至截至二零一五年三月三十一日止年度的人民幣2.162億元。上述增長主要是我們奶粉銷售量增加所致。

奶粉業務的毛利率(抵銷內部原奶供應相關銷售成本前)自截至二零一四年三月三十一日止年度的18.9%上升至截至二零一五年三月三十一日止年度的29.8%；主要是由於奶粉產品銷售額佔奶粉業務銷售額比例大幅上升，而奶粉產品實現的毛利率遠高於乳品原料所致。

#### 於收獲時按公平值減銷售成本初始確認農產品

我們於收獲時按公平值減銷售成本初始確認農產品的收益自截至二零一四年三月三十一日止年度的人民幣15.639億元增長14.4%，至截至二零一五年三月三十一日止年度的人民幣17.897億元。主要是由於我們原奶與其他飼料作物產量增加所致。

#### 生物資產的公平值減出售成本的變動

截至二零一五年及二零一四年三月三十一日止年度記錄的生物資產公平值減出售成本的變動淨虧損分別為人民幣4.499億元和人民幣6,840萬元，主要是由於定期系統的淘汰產奶量與飼餵成本相比經濟效益低的泌乳牛，以及原奶的平均售價隨行業波動而降低所致。

#### 其他收益淨額

其他收益淨額包括政府補助、理財產品投資收益及其他收益。政府補助一般由於農業活動獲得。截至二零一五年及二零一四年三月三十一日止年度確認的政府補助收入分別為人民幣1,730萬元及人民幣1,400萬元，確認的理財產品投資收益分別為人民幣1,620萬元及人民幣140萬元。

#### 經營費用

	截至三月三十一日止年度	
	二零一五年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
分銷成本	595,037	344,228
行政開支		
— 以股權結算的購股權開支(非現金)	70,759	117,040
— 首次公開發售的開支	—	35,039
— 其他費用	339,655	217,468
經營費用合計	<u>1,005,451</u>	<u>713,775</u>

經營費用發生額自截至二零一四年三月三十一日止年度的人民幣7.138億元增長至截至二零一五年三月三十一日止年度的人民幣10.055億元。本報告年度內，我們進一步開發東北市場及繼續布局全國重點區域市場，此需要先行投入較多的市場費用以贏得未來更多的銷量增長和更大的市場份額，伴隨經銷商及直營門店數量的增加，渠道推廣費用、商超費用、人員費用及運輸費用均相應增加。另外，為了使更多消費者，特別是東北區域外的消費者瞭解本公司及「輝山」產品，本集團拍攝並於央視及各地方台投放「杰茜牧場」廣告以及贊助由央視播出的「少年中國強」節目，借此強化品牌建設力度和品牌知名度，品牌和廣告投入費用相應增大。

行政費用的增加主要是由於本報告年度內的人工成本、諮詢服務費用、保險費、折舊費及其他稅費的上升所致。

於二零一三年九月二十七日與二零一四年十月八日，根據員工期權激勵計劃分別授予員工680,085,000股和33,750,000股期權，分別由獨立第三方評估師世邦魏理仕、國富浩華(香港)對期權得出評估結果，計入報告年度與上年同期行政開支的以股權結算的購股權開支分別為人民幣7,080萬元和人民幣1.170億元。

### **融資成本淨額**

融資成本淨額自截至二零一四年三月三十一日止年度的人民幣2.057億元增長56.9%，至截至二零一五年三月三十一日止年度的人民幣3.228億元，主要是由於報告年度的用於種植農作物的土地租賃資本支出帶來的銀行借款提高所產生的利息支出增加所致。

### **流動比率及負債比率**

於二零一五年三月三十一日，本集團流動比率(流動資產對流動負債的比率)約為1.49，而二零一四年三月三十一日為2.49。於二零一五年三月三十一日，負債比率為31.9%，而二零一四年三月三十一日為4.4%。負債比率按淨負債(銀行貸款及其他借貸總額減現金及現金等價物、銀行按金及受限制現金及應收銀行理財產品款)除以本公司權益股東應佔權益計算。

### **流動性及資金來源**

報告年度，公司營運資金主要來源於日常經營活動所產生的現金淨流入以及銀行借入款項。於二零一五年與二零一四三月三十一日，現金及現金等價物餘額分別為人民幣26.106億元和人民幣50.626億元，幣種分別為人民幣、港幣及美元，主要為現金及銀行存款。

## 資本支出

截至二零一五年及二零一四年三月三十一日止年度，資本支出發生額分別為人民幣42.794億元及人民幣46.605億元，主要用於購置物業、廠房及設備、支付土地租金及購牛。

## 營運資本

於二零一五年三月三十一日，淨流動資產金額為人民幣25.531億元(於二零一四年三月三十一日，人民幣43.634億元)。

## 債項

於二零一五年三月三十一日，包括一年內到期的長期借款在內的短期借款餘額為人民幣28.672億元，短期借款利率最低為2.12%、最高為6.60%。於二零一五年三月三十一日，扣除一年內到期部份的長期借款餘額為人民幣51.398億元，長期借款利率最低為3.02%、最高為7.32%。其中，固定利率銀行借款金額約為人民幣37.032億元。

管理層相信，現有財務資源足以應付現時營運、現時及日後擴展計劃所需，且本集團能夠於需要時以利好條款取得額外融資。季節因素對本集團的借貸需要並無重大影響。

截至二零一五年三月三十一日止年度，本集團無重大利率風險，因此並無採用對沖金融工具。

於二零一五年三月三十一日，用於提供擔保的預付租賃款、物業、廠房及設備賬面金額為人民幣32.171億元。此外，部份長期借款由關聯方或第三方提供保證擔保。

## 或有負債

於二零一五年及二零一四年三月三十一日，無重大的或有負債。

## 上市募集資金用途

本公司股份於二零一三年九月二十七日於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主機板上市。自全球發售獲得的所得款項淨額約為75.446億港元(約合人民幣59.837億元)。

截至二零一五年三月三十一日，有關所得款淨額乃根據本公司於日期為二零一三年九月十三日招股書所披露的所得款項用途計劃廣泛應用。其中約9%用作賃種植飼料的土地、約9%用作建設液態奶生產廠房及購買相關機器及設備、以及約3%用作營運資金及其他公司

用途提供資金的部分已悉數全額支出。人民幣16.949億元用於進口奶牛及新建牛場，人民幣6,250萬元用於建設飼料加工廠與奶粉加工廠及購買相關機器及設備，人民幣4.982億元用於營銷活動及擴充分銷網絡。餘款存放於銀行及香港與中國認可的金融機構。本公司沒有任何意向更改日期為二零一三年九月十三日本公司招股書內披露的所得款項用途計劃。

## 人力資源

於二零一五年三月三十一日，我們在中國內地及香港擁有約12,076名員工(二零一四年三月三十一日：9,181名)。於報告年度，員工成本總額約為人民幣5.481億元(二零一四年同期：人民幣3.527億元)，其中包括計入損益表及資本化至資產的部份，不包括獨立非執行董事的董事袍金。

我們的薪酬政策旨在吸引、留任及激勵優秀人才，確保公司的工作團隊有能力實踐本公司的業務戰略，盡最大可能為股東創造價值。本公司將參考市場慣例及僱員個人表現定期檢查其薪酬政策及僱員福利。

我們與怡安翰威特合作，對集團組織架構以及崗位職位體系進行了重新設計，提升了集團人力資源管理基礎與公司戰略發展更為匹配。同時，我們還與該公司合作，做了全面的員工敬業度及僱主品牌調研工作。集團整體員工敬業度達到高績效企業標準。穩定敬業的員工團隊，為未來業績增長提供了保障。

校園招聘使我們最主要的人才補充方式，校企合作是我們實施人才儲備建設戰略的基礎保障，我們一直以來非常重視對校園人才的吸收和培養，我們與全國50多所各類院校進行校企合作，通過訂單式培養、設立獎學金及共同開發科研等，努力成為高校的培訓基地和學生的實習基地，並專門為大學生設計了職業發展通道。二零一四年我們開啟「讓青春卓爾不群」為主題的校園招聘，覆蓋全國21個省份的80餘所高校，為廣大畢業生提供了一個廣闊的職業發展平台，我們開展豐富的在線宣傳和線下路演，新穎而有趣的路演活動在吸引人才的同時對宣傳「輝山」品牌亦起到了積極的影響作用。

我們憑藉優秀的僱主形象、對員工發展的關注以及豐富的培訓課程取得以下殊榮：在智聯招聘主辦的「2014年度最佳僱主」評選中獲得「最受女性關注僱主」；我們榮登由中華英才網



主辦的「第十二屆中國大學生最佳僱主品牌」快速消費品業最佳僱主TOP15榜單；我們在中國最大的人力資源服務商前程無憂舉辦的「2014最佳人力資源典範企業」評選中榮獲「2014年度最佳員工發展計劃獎」。

## 企業社會責任

我們堅信社會責任是企業成長的基石，我們將參與社會公益活動作為企業回饋社會的重要方式，實現企業於社會共同發展、共同進步。

我們全權冠名首屆瀋陽市少年法治活動節，開展面向瀋陽市小學生的法治互動課堂，搭建六大主題安全互動訓練營，以多種方式進行安全知識傳導，保障兒童的健康成長與安全。此次活動覆蓋近二十萬小學生家長，近三萬名小學生直接參與，是近三年來遼瀋地區規模最大的以小學生及其家長為主體的公益活動。

二零一四年八月雲南省昭通市魯甸縣發生了6.5級地震，災區同胞陷入了食品短缺的狀況之中，尤其是嬰幼兒配方奶粉嚴重緊缺，作為一家具有高度社會責任感的企業，我們及時啟動應急救援預案調撥旗下金皇后、金裝等品牌的400餘箱嬰幼兒配方奶粉運往災區，以緩解災區嬰幼兒配方奶粉緊缺之急，幫助災區同胞共度難關。

## 未來展望

根據弗若斯特沙利文的報告，中國乳品市場零售總額自二零零九年的人民幣1,895億元增長至二零一四年的人民幣3,004億元。隨著中國居民人均消費水準的持續提升，城鎮化進程的加快以及生育政策的放寬，中國乳品行業未來具有廣闊的發展空間。人均可支配收入的增加以及健康意識的提高，使液態奶消費群體逐步擴大，中國液態奶零售額從二零零九年的人民幣940億元增長到二零一四年的人民幣1,591億元，據弗若斯特沙利文預測，中國液態奶零售市場規模將會進一步穩步增長，二零一九年將達到人民幣2,587億元，並且液態奶市場呈現出消費升級的大趨勢，高端液態奶零售額佔比逐年提高，二零一九年其零售額將增長到人民幣931億元。

原料奶市場的供需關係變化反應出優質穩定的奶源供應對於乳製品企業至關重要，可追溯且穩定的奶源可被視為產品質量和企業聲譽的保障，這也是現代消費者的需求。二零一五年年年初至今，國內原奶平均價格跌勢已有所穩企，長遠來看，優質而新鮮的原料奶是大包粉不可替代的，高品質原料奶的需求仍將大於供給，「得奶源者得天下」仍是乳品行業顛撲

不破的真理。在激烈的市場競爭中，憑藉自身的資源優勢和成本優勢解決成長中遇到的難題，更好的利用與挑戰並存的機遇，才能成為真正的勝者。

我們身處在一個急劇變革的時代，「創新」是變革的核心驅動力。十年前，當全行業都將絕大多數精力用在行銷推廣時，我們却創造性的將精力與財力用在種草和養牛上，逐步建成了中國乳業最完整的全產業鏈，充分發揮了各個環節的協同效應。現如今，面臨紛繁複雜的市場環境，我們將秉承「好牛、好草、好奶源」的經營理念創新性的製定和實施核心發展戰略，夯實並放大全產業鏈下的資源優勢，不斷通過新技術、新產品、新的品牌策略及填補新的市場空白來滿足中國消費者對健康、優質高蛋白乳品的追求，成為中國人引以為榮的乳品王者品牌。

我們將通過對「輝山」乳品的獨特性和質量的認知建立行業領先的品牌，進一步加強低溫液態奶產品(巴氏奶、酸奶)及高端常溫奶產品的推廣力度，以實現品牌夢想和持續增加股東價值作為如下發展戰略的核心：

### **夯實上游業務及資源優勢**

首先，提高飼草種植土地利用效率和增加畝產以獲得成本優勢。

我們已利用2萬畝的土地進行燕麥和玉米青貯的雙季種植試驗，成功實現了北方農業雙季種植的突破，我們計劃將已試驗成功的燕麥和玉米青貯的雙季種植技術全面推廣至全部34萬畝玉米青貯及其他飼料種植地，最大程度的提高土地利用效率。我們已成功引進墨西哥先進玉米青貯種植技術來獲得成本優勢及保證質量，未來也將全面推廣。

其次，借助產業政策，為高效飼草種植創造優良條件。

國家水利部門啟動實施噴灌設施試點工作，給予我們配備指針式噴灌設施，有利於解決春季土壤水分不足的問題，為我們將一年兩季的種植模式應用至大部分飼料種植土地奠定了

基礎。我們將在種植區全面採用大型指針式噴灌機，延長作物生長季節，應對乾旱風險，保證飼草產能。

再次，調整飼料配方以提高原料奶經濟效益，憑藉豐富的飼料、飼草資源，我們有能力調整和創新奶牛飼料配方，在保證原奶高質量的前提下，不斷探求奶牛飼喂成本的節省空間。我們已同美國奶牛飼養方面的專家開展合作，不再將視綫局限於奶牛單產的一味追漲，創新性的在奶牛飼喂成本和產奶量之間尋求最佳的邊際效應，確保每一滴原奶都能帶來最大化的經濟利益。

### **突破液態奶產能瓶頸，擴大全產業鏈業務模式**

二零一五年四月，新增的沈北廠區液態奶加工設備正式投入使用，液態奶設計產能累計達到62萬噸／年，極大地解決了我們液態奶產能受限的瓶頸並進一步豐富了我們的產品綫，不僅為鞏固東北地區液態奶大本營市場助力，同時也為輝山液態奶產品進一步布局全國重點市場奠定了堅實基礎。二零一五年五月，江蘇合資公司的全資子公司正式成立，華東業務集群運營已全面啟動，我們將在江蘇等新市場區域建設新的全產業鏈集群項目以在東北外拓展巴氏奶業務。

### **進一步提升品牌知名度，強化分銷網絡，積極滲透終端市場**

深度開發東北市場和精準進軍全國重點區域是我們進一步擴大液態奶業務的兩個主攻方向，借助「輝山」已經成為東北地區第一品牌的優勢，我們將在東北區域以「鮮奶節」等多種創新方式繼續增加送奶上戶數量，打造競爭對手無法複製的銷售渠道壁壘，進一步鞏固東北地區巴氏奶的王牌地位。我們將攜手於二零一五年七月舉辦的第十四屆世界夏季特殊奧林匹克運動會（「特奧會」），成為特奧會唯一一家乳製品合作夥伴，藉以提升「輝山」品牌在全國範圍內的認識度和影響力。我們將山東、河南、河北和江蘇作為東北區域外重點市場，未來將著重開發這些省份三至六線城市的銷售渠道和營銷網絡。

## 以差異化產品來滿足不斷變化的消費者偏好

對於液態奶產品，我們將迎合消費者對於安全奶源、新鮮、無添加劑和有機等健康理念，重點發展我們的王牌低溫產品，提升巴氏奶在整體液態奶中的銷售比重，不斷提升產品檔次和盈利空間。我們將「杰茜牧場」系列高蛋白娟姗奶源產品作為非東北區域的城市市場主推產品，產品升級和傳播推廣均將圍繞超高端定位展開。我們亦將豐富常溫產品，尤其是乳飲料類產品，迅速在未來增長的市場空間中佔領一席之地，獲取巨大的市場份額增量。

嬰幼兒配方粉是我們布局全國市場的重點產品，我們將專注營養及特殊功能性產品的開發，不斷豐富產品類別，為消費者提供更多選擇。我們將借助與菲仕蘭進行國際合作的平台，以優質、安全奶源為依托，引進菲仕蘭在嬰幼兒配方粉領域的成功管理經驗、營銷經驗和優越的營銷渠道，為中國消費者打造一個產自本土、擁有國際質量的嬰幼兒配方粉品牌。

## 企業管治

本公司力求達致良好的企業管治，以保障股東權益及增強投資者信心，建立良好的企業發展基礎。截至二零一五年三月三十一日止年度，除下文所述外，本公司一直遵守聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄十四《企業管治守則》及《企業管治報告》所載之守則條文規定。根據企業管治守則第A.2.1條要求，公司的董事會主席和行政總裁不可由一人兼任。楊凱先生是公司的董事會主席兼首席執行官，其主要負責集團整體發展戰略和業務規劃。董事會認為此項安排可以為公司帶來益處，董事會相信楊凱先生擁有豐富的行業經驗，在公司中具有權威的決策力和領導力，做出有效的經營決策和戰略決策。同時，楊凱先生可以有效地、及時地將有關信息在管理層和董事會之間進行傳達，董事會認為執行董事和非執行董事（包括獨立非執行董事）以及董事會下設的各委員會（主要由獨立非執行董事構成）可以從不同的角度監督公司各項事務，進而實現權力的相互制衡。

## 董事的證券交易

本公司已採納《上市規則》附錄十所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「標準守則」)所訂有關進行證券交易的標準作為本公司董事進行證券交易的守則。經向所有董事作出特定查詢後，各董事確認彼等截至二零一五年三月三十一日止年度內一直遵守標準守則所載有關董事進行證券交易所規定的標準。

## 買賣、出售或贖回本公司上市證券

截至二零一五年三月三十一日止年度內，本公司曾在聯交所以總代價140,552,660港元(不包括費用)購回總數為87,724,000股股份。購回之股份已於購回後註銷，而本公司之發行股份已按有關面值相應減少。有關購回股份之詳情如下：

購回日期	購回股份數目	所付最高價 港元	所付最低價 港元
二零一四年十月十五日	8,000,000	1.76	1.75
二零一四年十月十六日	1,620,000	1.75	1.74
二零一四年十月十七日	5,804,000	1.75	1.74
二零一四年十月二十日	13,600,000	1.75	1.73
二零一四年十月二十一日	5,278,000	1.76	1.74
二零一四年十月二十二日	6,870,000	1.80	1.79
二零一四年十一月二十六日	5,500,000	1.69	1.68
二零一四年十一月二十七日	7,831,000	1.70	1.66
二零一四年十二月三日	4,991,000	1.43	1.41
二零一四年十二月五日	6,497,000	1.42	1.39
二零一四年十二月八日	5,000,000	1.40	1.38
二零一四年十二月九日	6,194,000	1.33	1.30
二零一四年十二月十日	5,819,000	1.39	1.34
二零一四年十二月十一日	4,720,000	1.42	1.39
	<u>87,724,000</u>		

除上文所披露外，截至二零一五年三月三十一日止年度內，本公司或其任何附屬公司概無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

## 購股權計劃

本公司採納一項購股權計劃，藉此向對本集團業務成功有貢獻之合資格參與者作出鼓勵及獎賞。於二零一三年九月二十七日，根據本公司於二零一三年九月五日有條件採納之購股權計劃（「購股權計劃」）向若干董事及合資格僱員授出合共680,085,000份購股權（「購股權」）。本公司授予購股權概要如下：

- 授出日期： 二零一三年九月二十七日
- 已授出購股權總數： 680,085,000份購股權（每份購股權賦予購股權持有人權利可認購一股股份）。
- 已授出購股權的行使價： 每股股份2.67港元，即以下項目的最高者：(i) 2.59港元，為授出日期在聯交所發出的每日報價表所示的每股股份收市價；(ii) 2.67港元，為股份發行價；及(iii) 0.1港元，為股份面值。
- 購股權的有效期限： 自授出日期（即二零一三年九月二十七日）起計六年
- 購股權的歸屬時間表：
- (i) 30%購股權已自授出日期起歸屬；
  - (ii) 20%購股權已於授出日期一周年後歸屬；
  - (iii) 15%購股權將於授出日期二周年後歸屬；
  - (iv) 15%購股權將於授出日期三周年後歸屬；及
  - (v) 20%購股權將於授出日期四周年後歸屬。

此外，於二零一四年十月八日，本公司根據前述購股權計劃授予麥惠舜先生合共33,750,000份購股權，有關詳情如下：

授出日期：	二零一四年十月八日
授出購股權數目：	33,750,000份購股權(每份購股權賦予購股權持有人權利可認購一股股份)。
行使價：	每股股份1.72港元，即以下項目的最高者：(i)1.69港元，為授出日期聯交所每日報價表所示的每股股份收市價；(ii)1.72港元，為授出日期前五個交易日聯交所每日報價表所示的股份平均收市價；及(iii)0.1港元，為股份面值。  於二零一四年十月七日(即授出日前一交易日)，每股股份收市價為1.70港元。
購股權的歸屬時間表：	購股權將於二零一七年十月八日起100%歸屬及可予行使，前提是(i)麥惠舜先生自二零一四年十月八日起至少兩個曆年度仍然一直根據服務合同持續受本公司聘用；及(ii)自二零一四年十月八日起首兩個曆年度內任何時間每股交易價格達2.67港元；及(iii)受購股權計劃的條款規限。  受持續受聘的條文所限，如在二零一六年十月九日至二零一七年十月八日止任的任何一日，每股股份的交易價格達2.67港元，則受購股權計劃的條款規限，購股權將自二零一七年十月八日起100%歸屬及可予行使。  如在上述三年期間內股份價格未達2.67港元，則購股權將於二零一八年十月八日100%歸屬及可予行使(受購股權計劃的條款規限)。  受購股權計劃的條款規限，購股權(如已歸屬)將有效直至終止聘用麥惠舜先生後十二個月為止。

下表載列根據本公司現有購股權計劃授出的購股權於報告年度內變動的詳情：

參與者姓名 或類別	購股權數量					授出購股權日期	購股權行使期限 (包括首尾兩天)	購股權 行使價 (港元)
	於 二零一四年 三月三十一日	期內 行使	期內授出	期內 失效／註銷	於 二零一五年 三月三十一日			
蘇永海	101,250,000	無	無	無	101,250,000	二零一三年 九月二十七日	二零一三年 九月二十七日至 二零一九年 九月二十六日	2.67
徐廣義	101,250,000	無	無	無	101,250,000	二零一三年 九月二十七日	二零一三年 九月二十七日至 二零一九年 九月二十六日	2.67
郭學研	33,750,000	無	無	無	33,750,000	二零一三年 九月二十七日	二零一三年 九月二十七日至 二零一九年 九月二十六日	2.67
麥惠舜	無	無	33,750,000	無	33,750,000	二零一四年 十月八日	二零一七年 十月八日 至二零二零 年十月八日	1.72
其他僱員	443,835,000	無	無	1,687,500	442,147,500	二零一三年 九月二十七日	二零一三年 九月二十七日至 二零一九年 九月二十六日	2.67
合計	<u>680,085,000</u>	<u>無</u>	<u>33,750,000</u>	<u>1,687,500</u>	<u>712,147,500</u>			

截至二零一五年三月三十一日止年度，概無購股權計劃參與者獲授超出上述個人限額的購股權。除以上披露外，截至二零一五年三月三十一日止年度，沒有購股權授出、行使、失效及註銷。

## 審核年度業績

本公司已根據企業管治守則設立審核委員會(「審核委員會」)，並訂有書面職責範圍，審核委員會包括三名獨立非執行董事，譚偉強先生(委員會主席)、宋昆岡先生及徐奇鵬先生。審核委員會與本公司管理團隊以及外部核數師審閱本集團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，其中包括審閱本集團截至二零一五年三月三十一日止年度合併財務報表。

本集團截至二零一五年三月三十一日止年度合併財務報表乃經公司的外部核數師根據香港會計師公會頒布之香港核數準則進行審核。獨立核數師報告將載於本公司的年度報告內。



## 末期股息

董事會建議派發截至二零一五年三月三十一日止年度之末期股息每股普通股人民幣0.0153元(二零一四年：人民幣0.0216元)。待於即將召開的股東周年大會上獲股東批准後，擬派末期股息將於二零一五年九月三十日(星期三)或前後派付予於二零一五年九月八日(星期二)登記在本公司股東名冊上之股東。

## 暫停辦理股份過戶登記

### (a) 合資格出席二零一五年股東周年大會並於會上投票

本公司將於二零一五年八月二十六日(星期三)至二零一五年八月二十八日(星期五)(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：以釐定符合出席股東周年大會及投票的股東資格。為了符合資格出席本公司將於二零一五年八月二十八日(星期五)舉行的應屆股東周年大會及投票，所有股份過戶登記文件連同有關股票須於二零一五年八月二十五日(星期二)下午四點三十分前交回本公司股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心22樓。

### (b) 獲派發建議末期股息的資格

本公司將於二零一五年九月七日(星期一)至二零一五年九月八日(星期二)(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：以釐定符合獲派上述擬派末期股息的股東資格。為了符合資格獲派上述的擬派末期股息，所有股份過戶文件連同有關股票須於二零一五年九月四日(星期五)下午四點三十分前交回本公司股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心22樓。

## 全年業績公布及年度報告之刊載

本業績公告須於聯交所網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))及本公司網站([www.huishandairy.com](http://www.huishandairy.com))刊載。本公司截至二零一五年三月三十一日止年度之年報將在適當的時候寄發予本公司股東並分別刊載於聯交所及公司網站。

## 致謝

董事會謹藉此機會感謝本公司股東及公眾的鼎力支持，以及全體員工的辛勤工作及付出。

代表董事會  
中國輝山乳業控股有限公司  
楊凱  
主席兼首席執行官

香港，二零一五年六月二十二日

於本公告日期，本公司董事會成員包括楊凱先生、葛坤女士、蘇永海先生、徐廣義先生、郭學研先生及麥惠舜先生；非執行董事為鄭志恒先生及李家祥先生；獨立非執行董事為蕭偉強先生、宋昆岡先生、顧瑞霞先生及徐奇鵬先生。