

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，概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

CHINA SHENGMU ORGANIC MILK LIMITED

中國聖牧有機奶業有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1432)

截至二零一六年十二月三十一日止年度的 全年業績公佈

業績摘要	截至十二月三十一日止年度		
	二零一六年	二零一五年	變動
	人民幣千元	人民幣千元	
銷售收入	3,466,544	3,100,711	+11.8%
毛利	1,675,411	1,477,543	+13.4%
母公司擁有人應佔溢利	680,615	800,652	-15.0%

於本公告內，凡提及「我們」，均指本公司(定義見下文)，倘文義另有規定，則指本集團(定義見下文)。

中國聖牧有機奶業有限公司(「本公司」或「中國聖牧」)之董事(「董事」)會(「董事會」)欣然呈報本公司及其附屬公司(「本集團」或「聖牧」)截至二零一六年十二月三十一日止年度綜合財務業績連同截至二零一五年十二月三十一日止年度的比較數字。

綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至十二月三十一日止年度	
		二零一六年	二零一五年
		人民幣千元	人民幣千元
銷售收入	4	3,466,544	3,100,711
銷售成本		(1,791,133)	(1,623,168)
毛利		1,675,411	1,477,543
生物資產公平值減銷售費用之 變動產生的收益／(虧損)		(15,729)	52,722
其他收入及收益／(虧損)	4	(87,146)	47,424
銷售及分銷開支		(287,949)	(265,468)
行政開支		(141,714)	(107,470)
其他開支	6	(56,233)	—
融資成本	7	(124,667)	(99,147)
分佔聯營公司溢利及虧損		(16,242)	(18,041)
出售附屬公司的收益		—	265
除稅前溢利	5	945,731	1,087,828
所得稅抵減／(開支)	8	11,077	(4,606)
年內溢利		956,808	1,083,222

綜合損益及其他全面收益表(續)

	附註	截至十二月三十一日止年度	
		二零一六年	二零一五年
		人民幣千元	人民幣千元
其他全面收益			
換算國外業務的匯兌差額		<u>12,158</u>	<u>1,893</u>
將於其後期間重新分類至損益的			
其他全面收益淨額		<u>12,158</u>	<u>1,893</u>
年內全面收益總額		<u>968,966</u>	<u>1,085,115</u>
以下各項應佔溢利：			
母公司擁有人		<u>680,615</u>	800,652
非控股權益		<u>276,193</u>	<u>282,570</u>
		<u>956,808</u>	<u>1,083,222</u>
以下各項應佔全面收益總額：			
母公司擁有人		<u>692,773</u>	802,545
非控股權益		<u>276,193</u>	<u>282,570</u>
		<u>968,966</u>	<u>1,085,115</u>
母公司普通股權益持有人應佔每股盈利：			
基本	10	<u>人民幣 0.107 元</u>	<u>人民幣 0.126 元</u>
攤薄		<u>人民幣 0.106 元</u>	<u>人民幣 0.124 元</u>

綜合財務狀況表

	於	
	二零一六年 附註 十二月三十一日	二零一五年 十二月三十一日
	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產		
物業、廠房及設備	2,710,368	2,093,230
預付土地租賃款	37,566	5,066
其他無形資產	14,847	15,518
於聯營公司的投資	112,658	32,055
可供出售投資	1,427	1,404
生物資產	11 3,884,257	3,285,436
物業、廠房及設備以及生物資產的預付款項	11,963	15,690
長期應收款項	19,684	—
遞延稅項資產	24,634	1,076
其他非流動資產	16,565	—
非流動資產總額	<u>6,833,969</u>	<u>5,449,475</u>
流動資產		
存貨	928,816	824,514
貿易應收款項及應收票據	12 1,108,787	915,312
預付款項、按金及其他應收款項	393,550	468,456
已抵押存款	66,791	70,277
可供出售投資	120,000	—
現金及銀行結餘	1,047,382	1,731,759
流動資產總額	<u>3,665,326</u>	<u>4,010,318</u>

綜合財務狀況表(續)

		於	
		二零一六年	二零一五年
		十二月三十一日	十二月三十一日
		人民幣千元	人民幣千元
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	13	920,631	1,018,126
預收款項		13,152	17,320
其他應付款項及預提費用		438,550	338,293
計息銀行及其他借款		918,404	1,599,855
應付所得稅項		1,581	1,974
流動負債總額		<u>2,292,318</u>	<u>2,975,568</u>
淨流動資產		<u>1,373,008</u>	<u>1,034,750</u>
總資產減流動負債		<u>8,206,977</u>	<u>6,484,225</u>
非流動負債			
計息銀行及其他借款		1,751,950	1,117,000
長期應付款項		107,900	—
非流動負債總額		<u>1,859,850</u>	<u>1,117,000</u>
淨資產		<u>6,347,127</u>	<u>5,367,225</u>
權益			
母公司擁有人應佔權益			
股本	14	50	50
儲備		5,338,989	4,551,605
		<u>5,339,039</u>	<u>4,551,655</u>
非控股權益		<u>1,008,088</u>	<u>815,570</u>
權益總額		<u>6,347,127</u>	<u>5,367,225</u>

綜合現金流量表

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一六年	二零一五年
	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得現金流量淨額	942,225	928,527
投資活動所用現金流量淨額	(1,233,968)	(1,371,025)
融資活動(所用)／所得現金流量淨額	(191,498)	1,118,751
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	(483,241)	676,253
年初現金及現金等價物	1,411,499	734,703
匯率變動的影響淨額	4,124	543
年末現金及現金等價物	<u>932,382</u>	<u>1,411,499</u>

附註

1. 公司資料

本公司為一間於開曼群島註冊成立的獲豁免的有限公司。本公司的註冊辦事處地址為 P.O. Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。

本公司為一間投資控股公司。於本年度，本公司的附屬公司主要在中華人民共和國(「中國」)從事生產及分銷原料奶及乳製品。

2. 編製基準及本集團會計政策的變動

編製基準

該等財務報表乃根據國際會計準則委員會(「國際會計準則委員會」)頒佈的國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)(包括所有國際財務報告準則、國際會計準則(「國際會計準則」)及詮釋)及香港公司條例的披露規定編製。該等財務報表乃根據歷史成本慣例編製，惟特定生物資產及農產品按公平值減銷售費用計量。除另有指明外，該等財務報表以人民幣(「人民幣」)列示，而所有數值已約整至最接近的千位數。

綜合基準

綜合財務報表包括本公司及其附屬公司截至二零一六年十二月三十一日止年度的財務報表。

附屬公司的財務報表乃採用貫徹一致的會計政策就與本公司相同的報告期而編製。附屬公司的業績由本集團取得控制權之日起綜合計算，並繼續綜合計算至該控制權終止之日。

2. 編製基準及本集團會計政策的變動(續)

會計政策及披露的變動

本集團已就本年度的財務報表首次採納下列新訂及經修訂準則。

國際財務報告準則第 10 號、國際財務報告準則 第 12 號及國際會計準則第 28 號的修訂	投資實體：適用綜合例外
國際財務報告準則第 11 號的修訂	收購合營業務權益的會計處理
國際財務報告準則第 14 號	監管遞延賬戶
國際會計準則第 1 號的修訂	初始披露
國際會計準則第 16 號及國際會計準則第 38 號的修訂	接受折舊及攤銷方式的澄清
國際會計準則第 27 號的修訂	獨立財務報表的權益法
二零一二年至二零一四年週期的年度改進	多項國際財務報告準則的修訂

除國際財務報告準則第 10 號、國際財務報告準則第 12 號及國際會計準則第 28 號的修訂、國際財務報告準則第 11 號的修訂、國際財務報告準則第 14 號、國際會計準則第 27 號的修訂，以及二零一二年至二零一四年週期的年度改進中的若干修訂與編製本集團的財務報表並不相關外，該等修訂的性質及影響如下文所述：

- (a) 國際會計準則第 1 號的修訂載有對財務報表的呈列及披露範疇內具針對性的改善。該等修訂澄清：
- (i) 國際會計準則第 1 號的重大性要求；
 - (ii) 損益表及財務狀況表中的特定項目可以分列；
 - (iii) 實體可靈活決定呈列財務報表附註的順序；及
 - (iv) 使用權益法列賬的分佔聯營公司及合營公司的其他全面收益必須匯總單獨列賬，並按其後期間能或不能重新分類至損益進行分類。

此外，該等修訂澄清了在財務狀況表及損益表呈列額外的小計時所適用的要求。該等修訂對本集團的財務報表並無重大影響。

2. 編製基準及本集團會計政策的變動(續)

(b) 國際會計準則第16號及國際會計準則第38號的修訂澄清國際會計準則第16號及國際會計準則第38號中的原則，即收益反映自經營業務(該資產為其一部分)產生的經濟利益而非通過使用資產消耗的經濟利益的模式。因此，收益法不得用於折舊物業、廠房及設備，並且僅在非常有限的情況下可用於攤銷無形資產。該等修訂將往後應用。該等修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響，因本集團並未使用收益法計算其非流動資產的折舊。

(c) 於二零一四年九月頒佈的國際財務報告準則二零一二年至二零一四年週期的年度改進載有對多項國際財務報告準則的修訂。該等修訂的詳情如下：

國際財務報告準則第5號持作出售的非流動資產及已終止經營業務：釐清變更業主的出售計劃或分配計劃不應被視為一項新出售計劃，而是原計劃的延續。因此，概無變更應用國際財務報告準則第5號的規定。該等修訂亦釐清變更出售方法不會改變持作出售的非流動資產或出售組別的分類日期。該等修訂將往後應用。由於本集團前內並無變更持作出售的出售組別的出售計劃或出售方法，因此該等修訂對本集團並無影響。

採納上述經修訂準則及詮釋對該等財務報表並無重大財務影響。

3. 經營分部資料

就管理而言，本集團按產品及服務劃分其業務單元，並有以下兩個須呈報的經營分部：

(a) 奶牛養殖－飼養奶牛用以生產及分售原料奶；及

(b) 液態奶產品－生產及分銷自有品牌超高溫滅菌液態奶、有機酸奶及其他乳製品。

管理層分別根據集團經營分部的業績，以決定資源分配及評估表現。分部表現是根據須予報告分部的溢利／虧損(即年內經調整的溢利／虧損的計量)而評估。年內經調整的溢利／虧損的計量與本集團的除稅後溢利一致，惟此項計量並不包括生物資產公平值減銷售費用產生的收益，原因為管理層相信，該經調整數據最適合評估奶牛養殖分部之業績並與奶牛養殖行業內其他實體的業績相比較。

由於未分配總部及公司資產乃以集團總體基準管理，故分部資產不包括該等資產。

由於未分配總部及公司負債乃以集團總體基準管理，故分部負債不包括該等負債。

3. 經營分部資料(續)

分部間銷售及轉讓之價格乃按奶牛養殖分部與液態奶產品分部之間內部商定之價格確定。

截至二零一六年十二月三十一日止年度	奶牛養殖 人民幣千元	液態奶產品 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部銷售收入			
售予外部客戶	1,360,401	2,106,143	3,466,544
分部間銷售	1,302,553	—	1,302,553
	2,662,954	2,106,143	4,769,097
調節項：			
分部間銷售對銷			(1,302,553)
銷售收入			3,466,544
分部業績	1,018,835	(5,145)	1,013,690
調節項：			
分部間業績對銷			(25,995)
生物資產公平值減銷售費用之變動產生的虧損			(15,729)
公司及其他未分配開支			(15,158)
年內溢利			956,808
於二零一六年十二月三十一日			
分部資產	9,098,425	2,189,724	11,288,149
調節項：			
分部間應收款項對銷			(919,698)
公司及其他未分配資產			130,844
總資產			10,499,295
分部負債	3,488,046	1,512,368	5,000,414
調節項：			
分部間應付款項對銷			(919,698)
公司及其他未分配負債			71,452
總負債			4,152,168

3. 經營分部資料(續)

截至二零一五年十二月三十一日止年度	奶牛養殖 人民幣千元	液態奶產品 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部銷售收入			
售予外部客戶	1,445,022	1,655,689	3,100,711
分部間銷售	1,076,373	—	1,076,373
	2,521,395	1,655,689	4,177,084
<i>調節項：</i>			
分部間銷售對銷			(1,076,373)
銷售收入			<u>3,100,711</u>
分部業績	996,931	110,668	1,107,599
<i>調節項：</i>			
分部間業績對銷			(72,596)
生物資產公平值減銷售費用之變動產生的收益			52,722
公司及其他未分配開支			(4,503)
年內溢利			<u>1,083,222</u>
於二零一五年十二月三十一日			
分部資產	8,347,005	1,537,127	9,884,132
<i>調節項：</i>			
分部間應收款項對銷			(551,363)
公司及其他未分配資產			127,024
總資產			<u>9,459,793</u>
分部負債	3,560,796	1,083,123	4,643,919
<i>調節項：</i>			
分部間應付款項對銷			(551,363)
公司及其他未分配負債			12
總負債			<u>4,092,568</u>

4. 銷售收入、其他收入及收益／(虧損)

銷售收入指所售貨品的發票淨值，減去退貨撥備及貿易折扣後的數額。

銷售收入、其他收入及收益／(虧損)的分析如下：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一六年	二零一五年
	人民幣千元	人民幣千元
銷售收入		
— 原料奶銷售	1,360,401	1,445,022
— 液態奶產品銷售	2,106,143	1,655,689
	<u>3,466,544</u>	<u>3,100,711</u>
其他收入及收益／(虧損)		
— 政府補貼	7,924	31,791
— 銀行利息收入	3,953	12,234
— 外匯差異淨額	(4,662)	(40)
— 出售物業、廠房及設備項目的虧損	(14,677)	(141)
— 貿易應收款項減值	(86,310)	(369)
— 其他	6,626	3,949
	<u>(87,146)</u>	<u>47,424</u>
	<u>3,379,398</u>	<u>3,148,135</u>

5. 除稅前溢利

本集團的除稅前溢利於扣除／(計入)以下各項後得出：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一六年	二零一五年
	人民幣千元	人民幣千元
已售存貨成本	1,791,133	1,623,168
生物資產公平值減銷售費用之變動產生的虧損／(收益)	15,729	(52,722)
物業、廠房及設備項目折舊	146,783	105,046
預付土地租賃款項攤銷	266	186
其他無形資產攤銷	1,434	1,454
研發成本	11,662	8,981
經營租賃項下的最低租賃付款	1,200	9,532
核數師薪酬	2,700	3,450
僱員福利開支(包括董事及最高行政人員的薪酬)：		
工資、薪金、花紅及津貼	241,272	236,787
其他社會保險及福利	27,411	12,504
退休金計劃供款	11,506	9,434
以權益結算的購股權開支	45,151	27,011
	325,340	285,736

6. 其他開支

本集團於二零一六年共發生捐贈支出人民幣56,233,000元(二零一五年：無)。

7. 融資成本

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一六年	二零一五年
	人民幣千元	人民幣千元
銀行貸款利息	61,373	107,319
短期融資券利息	5,730	250
公司債券利息	64,299	—
長期應付款利息	6,157	—
減：資本化的利息	(12,892)	(8,422)
	124,667	99,147

8. 所得稅開支／(抵減)

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一六年	二零一五年
	人民幣千元	人民幣千元
即期－中國	12,481	4,772
遞延	(23,558)	(166)
	(11,077)	4,606

按本公司及其大多數附屬公司所在國家的法定利率計算的除稅前溢利適用的稅項開支與按實際稅率計算的稅項開支的調整過程如下：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一六年	二零一五年
	人民幣千元	人民幣千元
除稅前溢利	945,731	1,087,828
按法定稅率計算的稅項(附註(i))	236,433	271,957
毋須課稅收入(附註(ii))	(265,479)	(266,858)
特定省份的較低稅率(附註(iii))	(3,089)	(4,073)
不可扣稅開支，淨額(附註(iv))	21,042	5,083
就過往期間的即期稅項作出調整	16	(1,503)
本集團的稅項開支／(抵減)	(11,077)	4,606

附註：

- (i) 本公司及其在開曼群島及英屬處女群島註冊成立的附屬公司根據當地的規則及規例毋須繳納任何所得稅。本集團並無就香港利得稅計提撥備，此乃由於年內並無在香港產生應課稅溢利。於截至二零一六年十二月三十一日止年度，在中國的實體一般須按25%（二零一五年：25%）的稅率繳納中國企業所得稅。
- (ii) 根據《中華人民共和國企業所得稅法》（「企業所得稅法」），本集團來自農業活動（如奶牛養殖及初級農產品的加工）的收入豁免繳納所得稅。

8. 所得稅開支／(抵減)(續)

(iii) 根據財政部、海關總署、國家稅務總局《關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知》，本集團來自非初級農產品加工的應課稅收入自二零一三年至二零二零年須按15%的優惠利率繳稅。

(iv) 不可扣稅開支主要指分佔聯營公司虧損、捐贈及超出課稅限額記賬的職工福利費。

9. 股息

董事並不建議就截至二零一六年十二月三十一日止年度派付股息(二零一五年：無)。

10. 母公司普通股權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利乃按基於本公司普通股權益持有人應佔年內溢利除以於年內已發行普通股的加權平均股數6,354,400,000股(二零一五年：6,354,400,000股)計算。

每股攤薄盈利乃按母公司普通股權益持有人應佔年內溢利除以用於計算每股基本盈利時所用的普通股加權平均數與假設所有具攤薄效果的或然普通股按無代價發行或轉換為普通股的加權平均普通股數之和計算。

	股份數目	
	截至十二月三十一日止年度	
	二零一六年	二零一五年
於計算每股基本盈利時所用的年內已發行普通股		
加權平均數	6,354,400,000	6,354,400,000
購股權的攤薄影響	57,439,740	86,155,092
於計算每股攤薄盈利時所用的年內已發行普通股		
加權平均數	6,411,839,740	6,440,555,092

11. 生物資產

本集團的生物資產主要包括持作生產原料奶的奶牛。

(A) 生物資產數量

本集團於二零一六年及二零一五年十二月三十一日擁有的奶牛數量顯示如下。本集團的奶牛包括成母牛、育成牛及犏牛。育成牛及犏牛為未產過犏牛的奶牛。

	於	
	二零一六年 十二月三十一日	二零一五年 十二月三十一日
	頭	頭
奶牛		
成母牛	69,887	66,790
育成牛及犏牛	59,442	44,605
奶牛總數	<u>129,329</u>	<u>111,395</u>

(B) 生物資產價值

於二零一六年及二零一五年十二月三十一日本集團的生物資產價值如下：

	於	
	二零一六年 十二月三十一日	二零一五年 十二月三十一日
	人民幣千元	人民幣千元
奶牛		
成母牛	2,632,009	2,359,795
育成牛及犏牛	1,252,248	925,641
奶牛總價值	<u>3,884,257</u>	<u>3,285,436</u>

本集團在中國的奶牛乃由仲量聯行企業評估及諮詢有限公司(「仲量聯行」)獨立估值，而仲量聯行乃為與本集團並無關聯的獨立合資格專業評估師，擁有適當的資格並於估值生物資產方面具有近期經驗。

12. 貿易應收款項及應收票據

	於	
	二零一六年 十二月三十一日	二零一五年 十二月三十一日
	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項	1,194,099	915,181
應收票據	200	500
減值	(85,512)	(369)
	<u>1,108,787</u>	<u>915,312</u>

本集團一般給予客戶一定信用額度或提供信用期(可於若干情況下調整)。本集團密切監控逾期結餘。鑒於上文所述及本集團的貿易應收款項與眾多客戶相關，故並無任何重大信貸集中風險。本集團並無就其貿易應收款項持有任何抵押品或作出其他信用升級。該貿易應收款項及應收票據並無計息。

於報告期末經扣除撥備的貿易應收款項及應收票據按發票日期的賬齡分析如下：

	於	
	二零一六年 十二月三十一日	二零一五年 十二月三十一日
	人民幣千元	人民幣千元
3個月內	484,116	627,740
4至6個月	331,798	224,208
7至12個月	268,863	60,042
超過1年	24,010	3,322
	<u>1,108,787</u>	<u>915,312</u>

13. 貿易應付款項及應付票據

本集團貿易應付款項按發票日期的賬齡分析如下：

	於	
	二零一六年 十二月三十一日	二零一五年 十二月三十一日
	人民幣千元	人民幣千元
1至3個月	895,338	680,070
4至6個月	14,790	191,138
7至12個月	5,120	137,390
1至2年	3,297	8,183
2至3年	2,086	1,312
3年以上	—	33
	920,631	1,018,126

14. 已發行股本

本公司於二零一三年十二月十一日在開曼群島註冊成立。截至二零一六年十二月三十一日及二零一五年十二月三十一日，本公司的法定股本為300,000港元，分為30,000,000,000股每股面值為0.00001港元的股份。

於二零一六年十二月三十一日及二零一五年十二月三十一日，本公司的股本為63,544港元，已發行6,354,400,000股股份。

管理層討論及分析

市場概覽

近年來，中國國內環境污染問題日益受到廣泛重視，中國政府及國民的環境保護意識日益增強，綠色環保的生活方式逐漸成為新生活風尚並為中國政府與主流社會所認同與倡導。伴隨中國有機食品市場蓬勃發展，越來越多的國內消費者選擇購買有機食品，其已深得廣大消費者認可與歡迎。與此同時，中國乳品市場「有機效應」開始凸顯，以高端有機乳製品為代表的乳品品牌市場份額大幅增長，終端市場表現趨於強勁。

中國國務院《關於落實發展新理念加快農業現代化實現全面小康目標的若干意見》中指出，推動農業可持續發展，必須確立發展綠色農業就是保護生態的觀念，加快形成資源利用高效、生態系統穩定、產地環境良好、產品質量安全的農業發展新格局。2016年初召開的重要經濟工作會議上，中國國家主席習近平亦提出，供給側結構性改革的根本目的是提高社會生產水平，落實好以人民為中心的發展思想，「從生產領域加強優質供給，減少無效供給，擴大有效供給」。上述精神被解讀為中國政府對於優質、安全、天然、綠色的農業產業體系和市場產品供給給予正面鼓勵和明確支持。有機綠色產業和優質的有機食品市場出現持續的快速發展的勢頭。

國務院總理李克強出席2016年夏季達沃斯論壇開幕式並發表特別致辭，致辭中明確指出，旅遊、文化、體育、健康、養老「五大幸福產業」快速發展，既拉動了消費增長，也促進了消費升級。有機食品因其優質、安全、天然、綠色的獨特品質成為當今社會所公認的健康食品代表而倍受廣大消費者青睞與推崇，其中的有機乳製品又因其兼具有機食品綠色環保純天然無污染的生產、質量安全特性以及乳製品顯著的養生保健功效，成為綠色環保健康類幸福型乳品產業中的高端代表，未來發展可期。

中國聖牧原料奶生產基地位於中國內蒙古自治區，2017年1月初該政府出具的《2017年內蒙古自治區政府工作報告》總結加快產業轉型升級中提到「2016年內蒙古自治區政府大力發展現代農牧業，其中有機食品產量已佔全國的1/3以上」；同時該報告明確「推進農牧業供給側結構性改革，把增加綠色優質農畜產品供給放在更加突出位置，大力發展現代農牧業，根據消費升級趨勢，調整農牧業結構，擴大綠色、有機、無公害農畜產品生產」作為其政府2017年重點工作。

我們相信，基於國家及地方政府的產業政策支持、推動，以及國民對幸福生活的追求，綠色健康安全環保的有機產業將迎來更大的發展空間。

業務回顧

以截至二零一六年十二月三十一日止年度有機奶牛牧群數量及有機原料奶產量計，中國聖牧是中國最大的有機乳品公司。中國聖牧是中國唯一一家符合歐盟有機標準的垂直整合全程有機乳品公司；是中國唯一一家提供100%由自有認證有機牧場的原料奶加工為品牌有機乳製品的乳品公司；是中國唯一一家具規模的沙漠全程有機產業體系的乳品公司。

在中國乳品行業競爭進一步升級及上游原料奶相對受壓的態勢下，中國聖牧憑藉其獨創的「沙漠全程有機產業體系」造就的獨特的沙漠全程有機原料奶及得益於多年來不斷創新的全程有機液態奶品類品項、領先的差異化下游產品營銷推廣策略及營銷渠道建設策略，二零一六年繼續取得較好的經營業績，集團實現銷售收入達人民幣3,466.5百萬元，較二零一五年增長11.8%，實現毛利達人民幣1,675.4百萬元，較二零一五年增長13.4%，其中自有品牌全程有機液態奶銷售收入達人民幣2,054.3百萬元，較二零一五年增長24.1%，其佔集團總銷售收入的比重由二零一五年度的53.4%，上升至二零一六年度的59.3%。集團全程有機液態奶的成功發展，將「聖牧」品牌在中國消費者心中樹立起較高的品牌形象、市場知名度及口碑，並擁有了穩定及不斷增長的消費群體，未來前景可期。

聖牧獨創的經歐盟認證的「沙漠全程有機產業體系」造就的高端有機液態奶得到消費者和市場的青睞，榮獲多項殊榮

據中商產業研究院2016年出具的研究統計報告顯示，中國高端奶市場集中度高。通過其對全國大型零售企業的市場銷售數據監測，中國高端奶市場前十品牌總份額達90.01%，聖牧全程有機液態奶中國市場綜合佔有率為9.85%位列第三大品牌，其中市場銷售份額佔16.24%，市場覆蓋面達5.59%。中商產業研究院研究數據表明，聖牧全程有機液態奶市場表現活躍，深獲廣大消費者青睞。

聖牧全程有機液態奶因聖牧獨創的經歐盟認證的沙漠全程產業體系、國際一流的質量品質和品牌所蘊含的綠色環保的有機健康生活理念，深得廣大消費者及社會各界的認同和讚譽。於二零一六年五月舉辦的中國國際有機食品博覽會上，聖牧第五次榮獲由中國綠色食品發展中心與紐倫堡國際展覽集團共同頒發的金獎。聖牧全程有機液態奶再次因其優異的產品質量和全球最高有機標準贏得了這一國際性榮譽，得到國內外消費者和專業人士的一致認可與好評。同時，聖牧亦榮獲會議組委會頒發的「優質參展商」獎，以表彰聖牧為多年來持續保持優異的質量品質所付出的努力。

二零一六年七月，二零一六年中國(北京)國際婦女兒童產業博覽會在北京國家會議中心隆重拉開帷幕，此次展會以「綠色夢想+」為主題，涵蓋婦女及嬰幼兒食品、用品、教育、服務等領域。聖牧全程有機液態奶因其優異的產品質量贏得了本屆婦女兒童博覽會「2016公眾大拇指獎」。

二零一六年八月，聖牧沙棘有機風味發酵乳榮獲中國乳製品工業協會頒發的二零一六年度「技術進步二等獎」和二零一六年度「優秀新產品獎」，聖牧全程有機液態奶再一次得到了中國乳品行業的肯定和讚譽。

聖牧獨特的「沙漠全程有機產業體系」的稀缺性和先進性得到了乳品行業巨頭的認同和追捧

二零一六年，中國聖牧開拓國際視野，與Food Union (Dairy) Hong Kong Limited (「Food Union」) 合資成立富友聯合聖牧乳品有限公司(「富友聖牧」)，本集團對富友聖牧持股比例為20%。富友聖牧將全部以採購的聖牧有機原料奶生產高端兒童乳製品等有機產品。聖牧獨創的經歐盟認證的沙漠全程有機產業體系因其在世界範圍內的稀缺性和先進性獲得了以Food Union為代表的國際知名乳品企業的認可。Food Union在高端乳製品加工領域擁有豐富的產品研發經驗，並擁有優秀的品牌知名度和豐富的市場渠道資源。借助同Food Union攜手合作這一機遇，聖牧將獲得更為豐富的市場及產品研發資源，品牌形象將獲得提升，為企業未來發展提供積極助力。

綠色產業，創造價值，回饋社會，利國利民

「沙漠全程有機產業體系」為中國聖牧於國內首創，是聖牧有機產品質量的基石，也是聖牧創立自身可持續發展生態圈的必要條件。其依託科學家錢學森沙草產業理論，通過改造沙漠環境，將不毛之地變為可種植經濟作物的綠洲，在產生經濟價值的同時，實現了可持續綠色發展。截至二零一六年末，聖牧草業及聖牧在烏蘭布和沙漠腹地成功改造、綠化土壤近二十萬畝，種植固沙林木幾千萬棵，成功的實現了將無人荒漠向富饒綠洲的華麗轉變，為國家沙漠治理事業增添了一份積極助力，幫助周邊城市居民大大減輕了飽受多年的風沙侵擾。

聖牧在實現經濟效益、改善自然環境的同時，亦不忘積極回饋社會，大力支持社會公益事業，為社會各階層人民送健康、傳溫暖、獻愛心。

習近平總書記二零一六年七月在會見全國雙擁模範代表時指出：「雙擁工作是我黨我軍我國人民特有的優良傳統和政治優勢。堅如磐石的軍政軍民團結，永遠是我們戰勝一切艱難險阻，不斷從勝利走向勝利的重要法寶。」為響應總書記雙擁工作號召，學習軍隊不畏艱險，攻堅克難、勇往直前的精神並將其注入公司的管理文化，中國聖牧攜手多家企業及包含宗教團體的多家民間團體和機構，自發地組織大型擁

軍慰問團隊，向全國海、陸、空軍等幾百支部隊發起慰問，將最好的聖牧全程有機液態奶贈與保衛祖國的最可愛的人，此善舉社會反響熱烈，掀起了一波社會團體自發表達愛國熱情的新浪潮。

二零一六年，聖牧在履行企業責任的同時，持續於全國範圍內組織探望福利院的孤寡老人、肢體功能障礙人士、為希望小學及農民工子弟小學進行捐贈、慰問清潔工團隊，捐助各慈善會等多項社會公益活動，積極開展社會公益事業，在創造經濟價值的同時也積極的回饋社會，造福人民。

聖牧獨創的垂直整合「沙漠全程有機產業體系」，2016年持續發展

二零一六年聖牧繼續以國際標準為基準在內蒙古烏蘭布和沙漠科學規劃佈局垂直整合的「沙漠全程有機產業體系」生產模式，這一綠色環保產業體系是聖牧的核心業務模式與理念，是聖牧有機產品質量的基石，其確保了聖牧為消費者提供優質、安全的全程有機乳製品產品。

二零一六年，聖牧繼續堅持通過佈局有機環境、監管有機飼料種植、開發自有牧場、實施有機奶牛養殖、生產有機液態奶，實現種、養、加垂直一體化全產業鏈有機質量管控。

牧業業務

有機奶牛養殖

作為中國聖牧「沙漠全程有機產業體系」重要組成部分，二零一六年，本集團持續致力於有機奶牛養殖及有機原料奶生產的投入及管理。

聖牧自創立七年以來，始終堅持科學、創新發展戰略。奶牛養殖業務以經濟規模為前提，絕大部分牧場養殖奶牛規模為3,500-4,500頭，同時奶牛養殖業務始終堅持在最適宜奶牛生長的黃金奶源帶地域養殖，特別是聖牧有機牧場均位於烏蘭布和沙漠腹地，其獨特的地理位置較中國傳統黃金奶源帶養殖環境亦具有多項優勢，在此區域聖牧堅持「以牧養草、以草畜牧」種養結合模式，一方面將有機牧場奶牛糞便形成

有機肥料，實現有機閉環，另一方面沙漠地區陽光較強、日照時間長有助於草料作物生長，並有助於奶牛將植物蛋白轉化為動物蛋白，提高牛奶的鈣含量進而提升牛奶的質量。

二零一六年本集團通過使用國際領先的飼料管理系統及設備，配合自主研發的科學飼料配方及科學的管理模式，更好確保每頭聖牧有機奶牛健康成長。為了保證奶牛健康，提升產奶質量，為奶牛提供更舒適的生長環境，2016年聖牧繼續以精細化、精準化管理為目標，進行「酸化奶自由採食設備」、「自動沖杯系統」、「空氣能應用設備」等20多項技改創新項目改造，在增加奶牛福利的前提下，提高了生產效率並取得較好的經營效益。

牧群規模和產量

截至二零一六年十二月三十一日，本集團有23個運營有機牧場，12個運營非有機牧場。本集團的有機奶牛及非有機奶牛的牧群規模由二零一五年十二月三十一日的72,843頭及38,552頭變動至二零一六年十二月三十一日的94,815頭及34,514頭。

	於十二月三十一日							
	二零一六年				二零一五年			
	牧場 數量	犢牛及 育成牛	成母牛	奶牛 小計	牧場 數量	犢牛及 育成牛	成母牛	奶牛 小計
有機	23	45,534	49,281	94,815	21	30,049	42,794	72,843
非有機	12	13,908	20,606	34,514	12	14,556	23,996	38,552
合計	35	59,442	69,887	129,329	33	44,605	66,790	111,395

於二零一六年度，本集團生產421,023噸有機原料奶和177,356噸優質非有機原料奶，而二零一五年度則生產357,434噸有機原料奶和179,866噸優質非有機原料奶。

有機飼料種植

飼料是有機奶牛養殖的重要源頭，聖牧草業根據與我們訂立的長期戰略合作協議，繼續向我們獨家供應有機飼料。二零一六年聖牧草業為貫徹「全員參與有機管理」的理念，與員工簽訂《有機管理規定協議》，劃分有機管理責任區，進行不定期內檢，確保有機管理精準有效落地。為實現精準化、精細化管理目標，本年度聖牧草業在

噴灌地塊上全面採用GPS系統播種，在滴灌地塊提高精量播種標準，安裝劃線器，種植整齊度提高並進行合理密植，同時繼續採用有機綠色牛糞肥料加厚土壤腐植質層以提高原有有機種植田的肥力，使其更適於自然作物的生長，確保了飼料種植產量和質量的提高。

截至二零一六年末聖牧草業共計於烏蘭布和沙漠腹地實現綠化有機種植田近二十萬畝。通過持續有機飼料生產及開拓新的種植田，烏蘭布和沙漠腹地綠化面積得到顯著提高，年降水量明顯增多，沙漠治理成效顯著。另一方面，為維護沙漠有機種植環境，阻隔風沙侵害，聖牧草業及聖牧亦持續於烏蘭布和沙漠腹地固沙育林，種植完成各類固沙綠化防護林木幾千萬棵，建立植物固沙防風帶，實現了將無人荒漠向富饒綠洲的華麗轉變，為國家沙漠治理事業增添了一份積極助力。

液態奶業務

聖牧用於生產自有品牌全程有機液態奶產品的所有原料奶均由聖牧有機牧場供應，在加工過程中不使用任何防腐劑、人工色素及人造香料。聖牧每包有機奶產品均印有中國國家認證認可監督委員會認可的條形碼，以便消費者可隨時追溯每批產品的生產源頭，明確產品安全性，實現全程有機可追溯。

二零一六年，液態奶業務部門以「精耕細作、高效運營」為主題，以有機產品質量保障為基礎進行精細、精準化管理，優化關鍵業務標準化流程，攻克設備疑難故障，明確及細化大修、保養、點檢工作，設備效率提升至同行業領先水平，在效率提升的同時通過精準化管理、優化工作流程、整合管理架構實現管理扁平化及全員績效管理，全程有機液態奶產品品質於本年度得以進一步提升。

本集團於年內共運行十六條液態奶產品生產線，完全以自有認證有機牧場供應的原料奶生產的自有品牌有機液態奶產品的產量增至197,276噸，而二零一五年度則為135,960噸。

獨特的全程有機液態奶產品營銷渠道建設和品牌推廣建設

二零一六年，本集團在現有遍佈全國一、二線城市市場網絡及重點三、四線城市市場網絡基礎上，繼續開拓深化三、四線城市市場網絡的建設，並持續優化各級市場網絡管理，深度開發銷售渠道，實施精細化單店管理，以提升各市場、各渠道、各單店賣力水平。市場網絡發展模式由初期橫向平鋪發展階段升級為縱向深化發展階段。

二零一六年，本集團持續發展超級社區店這一藍海戰略和社區旗艦店戰略，聖牧產品進入全國各市場共計十萬餘家具有獨立堆頭、形象良好的超級社區店和社區旗艦店，有效地提升了本集團液態奶產品在目標消費人群中的知名度，為本集團液態奶市場銷量顯著提升做出較大貢獻。

二零一六年，伴隨下游銷售業務增長，聖牧有機液態奶品牌市場曝光率持續提高，受到全社會廣泛關注。中央電視台攜手聖牧製作了專題片《赤腳踏平火焰山》，在CCTV七套及CCTV網站進行播出，以宣傳聖牧獨有的沙漠全程有機產業體系、優質的有機液態奶產品及聖牧一貫遵循的有機、綠色、環保的生產生活模式和價值觀念。聖牧位於烏蘭布和沙漠腹地內的有機種植田亦被央視選為中國豐收秋景代表向全國人民進行播放宣傳。此外，多家海內外知名媒體亦紛紛發佈關於聖牧的正面熱點新聞。

二零一六年，聖牧組織「聖牧沙漠有機之旅」專項大型活動接待大量消費者親臨烏蘭布和沙漠生產基地，體驗全程有機產業鏈的生產流程，普及有機概念，宣揚產業綠色環保理念，從而進一步幫助國民瞭解綠色有機可持續發展產業模式。通過「聖牧沙漠有機之旅」，加深了消費者對聖牧沙漠全程有機產業鏈的認識，增強了市場對公司產品的瞭解與信心，提高了聖牧的品牌美譽度與知名度。

與此同時，聖牧繼續採取精細化精準投放營銷策略，通過統一標準的規模化超級社區店、全國性大規模落地產品體驗活動等體驗式宣傳，佐以在線廣告、線下落地廣告、電視等媒體廣告等宣傳傳播方式，全方位多角度的實施廣泛、精準的品牌宣傳，同時二零一六年我們在全國20多所高校開展了「勇敢挑戰不可能、沙漠裡追逐有機夢」為主體的推廣演講，激勵大學生勇敢面對挑戰，做綠色生態踐行者。本年度集團各項精準的營銷策略的實施，極大提高了廣大消費者對「聖牧」品牌認可度及認知度，有效打造中國「有機牛奶第一品牌」的形象。

行業革命性創新－聖牧酸奶冷鮮機

二零一六年五月，聖牧獨創的、擁有自主研發技術的聖牧酸奶冷鮮機隆重面世。聖牧酸奶冷鮮機將聖牧有機液態奶產品通過製冷及加入新鮮益生活菌，現場即時地加工成新鮮可口的低溫有機液態奶產品，使低溫有機液態奶產品擺脫了傳統冷鏈物流運輸及超市冷庫存放的桎梏，將健康、新鮮、美味的低溫有機液態奶產品通過聖牧酸奶冷鮮機直接送入餐飲、辦公、娛樂場所等消費人群密集的公共場所，在減少中間銷售及物流環節、有效降低銷售成本的同時將最優質、新鮮的低溫有機液態奶產品送至消費者身邊，有效地深入發展了聖牧的藍海市場戰略。截至二零一六年底，聖牧酸奶冷鮮機已經在包含北、上、廣、深等幾十個城市，人群密集的餐飲、辦公、娛樂等公共場所鋪設。這一革命性的，擁有自主研發技術的產品的推出，為高端液態奶產品的銷售模式指引了全新的發展方向，為全產業鏈模式的乳品企業提供了穩定的液態奶銷售渠道，有效地提高了原奶自用能力，為聖牧的持續快速發展提供了獨一無二的積極助力。

財務回顧

二零一六年度，本集團的銷售收入由二零一五年度的人民幣3,100.7百萬元增長11.8%至人民幣3,466.5百萬元，集團毛利由二零一五年度的人民幣1,477.5百萬元增長13.4%至二零一六年度度的人民幣1,675.4百萬元，母公司擁有人應佔溢利由二零一五年度的人民幣800.7百萬元下降15.0%至二零一六年度度的人民幣680.6百萬元。

綜合損益及其他全面收益表分析

銷售收入

單位：人民幣千元，百分比除外

截至 十二月三十一日止年度	奶牛養殖業務				液態奶業務				總銷售收入
	分部銷售收入	分部間銷售 ⁽¹⁾	外部銷售收入		分部銷售收入	分部間銷售	外部銷售收入		
			外部銷售收入	收入的百分比			外部銷售收入	收入的百分比	
二零一六年	2,662,954	1,302,553	1,360,401	39.2%	2,106,143	—	2,106,143	60.8%	3,466,544
二零一五年	2,521,395	1,076,373	1,445,022	46.6%	1,655,689	—	1,655,689	53.4%	3,100,711

(1) 指售予我們液態奶業務的內部生產的原料奶。

本集團二零一六年度銷售收入較二零一五年度持續增長，增幅達11.8%，其中，自有品牌液態奶業務的銷售收入相對於二零一五年度增幅約27.2%，佔銷售收入總額的比重由二零一五年度的53.4%增長至二零一六年度度的60.8%，表明自有品牌液態奶業務在集團整體業務的核心作用更趨穩定，帶動著本集團銷售收入的整體增長。在中國乳品行業競爭進一步升級及上游原料奶相對受壓的態勢下，本集團獨有的沙漠全程有機產業體系穩健發展，彰顯了該體系的戰略前瞻性。

奶牛養殖業務

截至十二月三十一日止年度

	二零一六年				二零一五年			
	銷售收入 (人民幣千元)	銷量 (噸)	平均售價 (人民幣 元/噸)	收入佔奶牛 養殖分部 收入的比重	銷售收入 (人民幣千元)	銷量 (噸)	平均售價 (人民幣 元/噸)	收入佔奶牛 養殖分部 收入的比重
有機原料奶								
外部銷售	784,631	166,986	4,699	29.5%	712,677	139,290	5,116	28.3%
分部間銷售 ⁽¹⁾	1,222,020	228,761	5,342	45.9%	1,076,373	202,352	5,319	42.7%
小計	<u>2,006,651</u>	<u>395,747</u>	<u>5,071</u>	<u>75.4%</u>	<u>1,789,050</u>	<u>341,642</u>	<u>5,237</u>	<u>71.0%</u>
優質非有機原料奶								
外部銷售	575,770	156,455	3,680	21.6%	732,345	173,026	4,233	29.0%
分部間銷售 ⁽²⁾	80,533	18,765	4,292	3.0%	—	—	—	0.0%
小計	<u>656,303</u>	<u>175,220</u>	<u>3,746</u>	<u>24.6%</u>	<u>732,345</u>	<u>173,026</u>	<u>4,233</u>	<u>29.0%</u>
奶牛養殖分部	<u><u>2,662,954</u></u>	<u><u>570,967</u></u>	<u><u>4,664</u></u>	<u><u>100.0%</u></u>	<u><u>2,521,395</u></u>	<u><u>514,668</u></u>	<u><u>4,899</u></u>	<u><u>100.0%</u></u>

(1) 指售予我們有機液態奶業務的內部生產有機原料奶。

(2) 指售予我們高端非有機液態奶業務的內部生產優質非有機原料奶。

奶牛養殖分部的銷售收入自二零一五年度的人民幣2,521.4百萬元增加至二零一六年度的人民幣2,663.0百萬元，銷售收入持續增長，受益於聖牧沙漠全程有機產業體系的持續穩定快速發展，不斷提升的有機原料奶銷售量中，高達57.8%的有機原料奶需供給予自有品牌有機液態奶產品的生產，以滿足不斷擴大的終端市場的需求，內部供應給有機液態奶加工廠的銷售收入佔奶牛養殖分部銷售收入的比重由二零一五年度的42.7%增長至二零一六年度的45.9%。隨著聖牧自有品牌有機液態奶產品市場的進一步開拓和縱向深化建設，聖牧自有品牌有機液態奶業務將持續帶動奶牛養殖業務的發展。

液態奶業務

本集團液態奶業務的銷售收入從二零一五年度的人民幣1,655.7百萬元增加至二零一六年度的人民幣2,106.1百萬元，增幅達27.2%，其佔本集團銷售收入總額的比重由二零一五年度的53.4%提高至二零一六年度的60.8%，其中，自有品牌有機液態奶業務從二零一五年度的人民幣1,655.7百萬元增加至二零一六年度的人民幣

2,054.3百萬元，增幅達24.1%，二零一六年度自有品牌有機液態奶業務銷售收入佔本集團銷售收入總額的比重為59.3%。液態奶業務的穩健發展的主要原因為聖牧有機液態奶產品在中國消費者心中樹立起較高的品牌形象、市場知名度及口碑，擁有了穩定及不斷增長的消費群體；同時，本集團獨特的產品營銷渠道建設和品牌推廣建設，進一步增加了自有品牌有機液態奶產品的市場份額。因液態奶業務的帶動，有機業務(包括有機液態奶和有機原料奶)銷售收入佔本集團銷售收入總額的比重從二零一五年度的76.4%提高至二零一六年度的81.9%，聖牧獨有的沙漠全程有機產業體系更加成熟，為本集團的發展提供源動力。

有機液態奶業務

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一六年	二零一五年	增幅／(降幅)
銷售收入(人民幣千元)	2,054,292	1,655,689	24.1%
銷售量(噸)	186,393	145,214	28.4%
平均售價(人民幣元／噸)	11,021	11,402	(3.3%)

有機／非有機業務銷售收入及佔比情況

單位：人民幣千元，百分比除外

	截至十二月三十一日止年度			
	二零一六年		二零一五年	
	金額	佔比	金額	佔比
有機產品				
有機液態奶	2,054,292	59.3%	1,655,689	53.4%
有機原料奶	784,631	22.6%	712,677	23.0%
有機產品小計	2,838,923	81.9%	2,368,366	76.4%
非有機產品				
優質非有機原料奶	575,770	16.6%	732,345	23.6%
高端非有機液態奶	51,851	1.5%	—	—
非有機產品小計	627,621	18.1%	732,345	23.6%
合計	3,466,544	100.0%	3,100,711	100.0%

銷售成本、毛利及毛利率

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一六年			二零一五年		
	銷售成本 金額	毛利 金額	毛利率	銷售成本 金額	毛利 金額	毛利率
	(人民幣千元，百分比除外)					
奶牛養殖業務						
有機原料奶						
抵銷前	965,276	1,041,375	51.9%	902,814	886,236	49.5%
抵銷後 ⁽¹⁾	407,299	377,332	48.1%	368,084	344,593	48.4%
優質非有機原料奶						
抵銷前	434,862	221,441	33.7%	456,719	275,626	37.6%
抵銷後 ⁽³⁾	388,292	187,478	32.6%	456,719	275,626	37.6%
奶牛養殖業務小計						
抵銷前	1,400,138	1,262,816	47.4%	1,359,533	1,161,862	46.1%
抵銷後	795,591	564,810	41.5%	824,803	620,219	42.9%
液態奶業務						
有機液態奶業務						
抵銷前	1,615,850	438,442	21.3%	1,267,411	388,278	23.5%
抵銷後 ⁽²⁾	969,298	1,084,994	52.8%	798,365	857,324	51.8%
高端非有機液態奶業務						
抵銷前	51,702	149	0.3%	—	—	0.0%
抵銷後 ⁽³⁾	26,244	25,607	49.4%	—	—	0.0%
液態奶業務小計						
抵銷前	1,667,552	438,591	20.8%	1,267,411	388,278	23.5%
抵銷後	995,542	1,110,601	52.7%	798,365	857,324	51.8%
合計	1,791,133	1,675,411	48.3%	1,623,168	1,477,543	47.7%

- (1) 指抵銷有機原料奶分部間銷售應佔內部溢利後的毛利。該內部溢利乃按(i)液態奶業務所用有機原料奶分部間銷售與(ii)該有機原料奶的生產成本的差額計算，而該有機原料奶的生產成本則按(a)有機原料奶的總銷售成本與(b)售予我們液態奶業務的有機原料奶數量除以有機原料奶的總銷量的乘積計算。

- (2) 指加回有機原料奶分部間銷售應佔內部溢利後的毛利。該內部溢利乃按(i)該分部所用有機原料奶的分部間銷售與(ii)該有機原料奶的生產成本的差額計算，而該有機原料奶的生產成本則按上文附註(1)的公式計算。
- (3) 優質非有機原料奶抵銷後的計算方法同附註(1)，高端非有機液態奶抵銷後的計算方法同附註(2)。

本集團的銷售成本自二零一五年度的人民幣1,623.2百萬元增加至二零一六年度的人民幣1,791.1百萬元，毛利自二零一五年度的人民幣1,447.5百萬元增加至二零一六年度的人民幣1,675.4百萬元，毛利率由二零一五年度的47.7%增長至二零一六年度的48.3%。

集團銷售成本二零一六年度較二零一五年度增幅為10.3%，低於本集團銷售收入11.8%的增幅，主要受益於本集團持續實施精準、精細化管理，有效控制降低了產業鏈生產及採購成本。同時，隨著有機業務尤其是自有品牌有機液態奶業務等高毛利業務在本集團銷售收入的佔比較二零一五年度進一步提升，推動了二零一六年度集團毛利較二零一五年度實現13.4%的增幅。

總體來看，儘管受乳品行業競爭進一步升級及上游原料奶相對受壓的態勢的影響，但由於(1)集團規模擴大帶來的規模效益和效率的提高，使其平均單位成本有所下降；及(2)產品結構方面，毛利率較高的有機原料奶及有機液態奶銷售佔比的提升，使得本集團綜合毛利率仍由二零一五年度的47.7%提升至二零一六年度的48.3%。

其他收入及收益／(虧損)

本集團其他收入及收益／(虧損)由二零一五年度的淨收益人民幣47.4百萬元降低至二零一六年度的淨虧損人民幣87.1百萬元，主要是本集團採用賬齡分析法結合個別應收賬款的可收回性對貿易應收款項計提減值撥備。

銷售及分銷開支

本集團的銷售及分銷開支主要包括物流運輸費、倉儲費和相關員工薪酬等。於二零一六年度及二零一五年度，本集團的銷售和分銷開支分別為人民幣287.9百萬元及人民幣265.5百萬元，銷售及分銷開支佔銷售收入的比重分別為8.3%和8.6%。

行政開支

行政開支主要包括管理層及行政僱員的薪金及福利、差旅費和交通費等。於二零一六年度和二零一五年度，本集團行政開支分別為人民幣141.7百萬元和人民幣107.5百萬元，其佔銷售收入的比重分別為4.1%和3.5%。二零一六年度行政開支佔銷售收入的比重較二零一五年度增幅較大，主要原因是二零一六年的行政開支中包含的以權益結算的購股權開支較二零一五年增幅較大。剔除以權益結算的購股權開支後，於二零一六年度和二零一五年度，本集團行政開支佔銷售收入的比重分別為2.8%和2.6%。

生物資產公平值減銷售費用之變動產生的淨收益或虧損

生物資產公平值減銷售費用之變動產生的淨收益或虧損指因奶牛的實際特性及市價以及該等奶牛即將產生的貼現未來現金流量變動導致的奶牛公平值變動。一般而言，由於成母牛的貼現現金流量較育成牛的售價高，故於育成牛成長為成母牛時，其價值便會增加。此外，成母牛被淘汰及出售時，其價值便會減少。

於二零一六年度及二零一五年度，本集團分別錄得生物資產公平值減銷售費用之變動產生的淨收益或虧損為人民幣-15.7百萬元及人民幣52.7百萬元。本集團二零一六年度生物資產公平值減銷售費用之變動相對二零一五年度有所降低為淨虧損，主要是非有機奶牛的生物資產公平值減銷售費用之變動產生的淨虧損大於有機奶牛的生物資產公平值減銷售費用之變動產生的淨收益所致。

重大投資

二零一六年度，本集團開拓國際視野，與Food Union (Dairy) Hong Kong Limited (「**Food Union**」)合資成立富友聯合聖牧乳品有限公司(「**富友聖牧**」)，本集團對富友聖牧持股比例為20%。富友聖牧將全部以採購的本集團的有機原料奶生產高端兒童乳製品等有機產品。Food Union 與本集團按照合同約定向富友聖牧投資和提供融資支持。二零一六年度，本集團向富友聖牧投資約人民幣75.2百萬元及為其銀行貸款提供約人民幣51.5百萬元的擔保。

其他開支

二零一六年度，本集團其他開支共計人民幣56.2百萬元，主要是本年度聖牧大力支持社會公益事業，在實現經濟效益、改善自然環境的同時，亦不忘積極回饋社會。

分佔聯營公司溢利及虧損

聯營公司包括(a)本集團與重點經銷城市的優秀經銷商合資設立的分銷本集團品牌液態奶產品的公司；(b)本集團投資並擁有少數權益的巴彥淖爾市聖牧高科生態草業有限公司及其附屬公司(「聖牧草業」)；以及(c)本集團投資並擁有少數權益的使用本集團原料奶生產乳製品的富友聖牧及內蒙古聖牧低溫乳品有限公司。二零一六年度及二零一五年度，本集團分佔聯營公司虧損分別為人民幣16.2百萬元和人民幣18.0百萬元。

所得稅抵減／(開支)

本集團所產生溢利均來自於中國國內業務。根據中華人民共和國企業所得稅法(「企業所得稅法」)，本集團的中國附屬公司通常須按25%的稅率繳納中國企業所得稅。但依據企業所得稅法的優惠規定，本集團奶牛養殖及初級農產品加工等農業活動的所得獲豁免繳納企業所得稅。根據中國稅務法律及法規，只要我們的相關中國附屬公司按規定於相關稅務主管部門完成備案，我們享有該等稅務豁免並無法定時限。

根據財政部、海關總署、國家稅務總局《關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知》(財稅[2011]58號)，我們來自非初級農產品加工的應課稅收入自二零一三年至二零二零年按15%的優惠稅率繳稅。

本集團二零一六年度所得稅抵減為人民幣11.1百萬元，二零一五年度所得稅開支為人民幣4.6百萬元，其中即期所得稅開支分別為人民幣12.5百萬元和人民幣4.8百萬元。從本集團的即期所得稅開支佔除稅前溢利的比例來看，本集團二零一六年度和二零一五年度的企業所得稅稅負率為1.3%和0.4%。

母公司擁有人應佔溢利及非控股權益應佔溢利

非控股權益應佔溢利主要指與本集團合作管理牧場的奶農於本集團牧場持有的非控股權益應享有的溢利。於二零一六年度及二零一五年度，母公司擁有人應佔溢利分別為人民幣680.6百萬元及人民幣800.7百萬元，非控股權益應佔溢利分別為人民幣276.2百萬元及人民幣282.6百萬元。

二零一六年度母公司擁有人應佔溢利相對於二零一五年度降低人民幣120.1百萬元，主要因為二零一六年度本集團計提應收賬款減值撥備人民幣86.3百萬元及本年度集團大力支持社會公益事業，相應產生捐贈支出人民幣56.2百萬元。由於以上原因，二零一六年度母公司擁有人應佔溢利相對於二零一五年度下降15.0%。

綜合財務狀況表分析

流動資產

於二零一六年十二月三十一日，本集團的流動資產總額為人民幣3,665.3百萬元（於二零一五年十二月三十一日為人民幣4,010.3百萬元），其主要包括存貨人民幣928.8百萬元（於二零一五年十二月三十一日為人民幣824.5百萬元）、貿易應收款項及應收票據人民幣1,108.7百萬元（於二零一五年十二月三十一日為人民幣915.3百萬元）、預付款項、按金及其他應收款項人民幣393.6百萬元（於二零一五年十二月三十一日為人民幣468.5百萬元），以及現金、銀行結餘、可供出售投資及已抵押存款人民幣1,234.2百萬元（於二零一五年十二月三十一日為人民幣1,802.0百萬元）。

貿易應收款項及應收票據

單位：人民幣千元，百分比除外

	於	
	二零一六年 十二月三十一日	二零一五年 十二月三十一日
貿易應收款項	1,194,099	915,181
貿易應收票據	200	500
減值	(85,512)	(369)
合計	<u>1,108,787</u>	<u>915,312</u>

賬齡	於 二零一六年 十二月三十一日		二零一五年 十二月三十一日	
	金額	佔比	金額	佔比
6個月以內	815,914	73.6%	851,948	93.1%
7至12個月	268,863	24.2%	60,042	6.5%
1年以上	24,010	2.2%	3,322	0.4%
合計	<u>1,108,787</u>	<u>100.0%</u>	<u>915,312</u>	<u>100.0%</u>

本集團貿易應收款項及應收票據較上年有較大增加，主要系本集團結合終端商超的回款週期，及為拓展和鞏固有機液態奶市場，自有品牌液態奶產品銷售收入增加所致。

本集團根據實際生產經營特點制定了計提資產減值撥備的政策，本集團依據該政策以賬齡作為信用風險特徵確定應收款項組合，採用賬齡分析法對應收賬款和其他應收款計提壞賬準備，同時結合個別應收賬款的可收回性及客戶信譽對資產減值撥備作出估計。二零一六年度，本集團共計提應收賬款減值撥備人民幣86.3百萬元。

流動負債

於二零一六年十二月三十一日，本集團的流動負債總額為人民幣2,292.3百萬元(於二零一五年十二月三十一日為人民幣2,975.6百萬元)，其主要包括貿易應付款項及應付票據人民幣920.6百萬元(於二零一五年十二月三十一日為人民幣1,018.1百萬元)、預收款項人民幣13.2百萬元(於二零一五年十二月三十一日為人民幣17.3百萬元)、其他應付款項及預提費用人民幣438.5百萬元(於二零一五年十二月三十一日為人民幣338.3百萬元)，計息銀行及其他借款人民幣918.4百萬元(於二零一五年十二月三十一日為人民幣1,599.9百萬元)，以及應付所得稅項人民幣1.6百萬元(於二零一五年十二月三十一日為人民幣2.0百萬元)。於二零一六年十二月三十一日本集團流動負債相對二零一五年十二月三十一日降幅較大，主要原因是二零一六年度本集團以發行的長期公司債券償還到期的短期借款，並開始部分採用境外定向借款的方式融資，豐富融資形式的同時，優化本集團債務結構。

非流動負債

於二零一六年十二月三十一日，本集團的非流動負債總額為人民幣1,859.9百萬元（於二零一五年十二月三十一日為人民幣1,117.0百萬元），其主要包括計息銀行及其他借款人民幣1,752.0百萬元（於二零一五年十二月三十一日為人民幣1,117.0百萬元）以及長期應付款人民幣107.9百萬元。於二零一六年十二月三十一日本集團非流動負債相對二零一五年十二月三十一日增幅較大，主要原因是二零一六年度，本集團發行人民幣6億元長期公司債券，相應增加長期計息銀行及其他借款的額度，在優化本集團債務結構的同時，降低本集團整體融資成本率。

外匯風險

本集團的業務主要位於中國內地、且絕大部分交易以人民幣進行。於二零一六年十二月三十一日，除了約人民幣70.8百萬元的計息銀行借款以歐元為貨幣單位、約人民幣11.9百萬元和人民幣0.8百萬元的銀行結餘分別以港幣和美元為貨幣單位外，本集團在經營方面並無重大的外匯風險。於二零一六年度，本集團並無訂立任何安排以對沖任何外幣波動。

信貸風險

本集團僅與獲認同及信譽良好的第三方進行交易。根據本集團的政策，凡有意以信貸形式交易的客戶，均須通過信貸審查。鑒於本集團的貿易應收款項與眾多客戶相關，故並無任何重大信貸集中風險。由於本集團僅與獲認同及信譽良好的第三方進行交易，故毋須第三方提供任何抵押物。

資產抵押

於二零一六年十二月三十一日，本集團已抵押存款約人民幣66.8百萬元（二零一五年十二月三十一日為人民幣70.3百萬元）予中國的銀行作為開具信用證及銀行匯票的保證金。

流動性、財務資源及資本結構

二零一六年度，本集團日常營運資金的來源主要為內部經營產生的現金流量和銀行及其他借款。於二零一六年十二月三十一日，本集團持有(a)現金及銀行結餘人民幣1,047.4百萬元（於二零一五年十二月三十一日為人民幣1,731.8百萬元），及(b)計息銀行及其他借款人民幣2,670.4百萬元（於二零一五年十二月三十一日為人民幣2,716.9百萬元），其中人民幣1,686.5百萬元須於一至五年內償還，人民幣65.4百萬

元須於五至八年內償還外，其餘計息銀行及其他借款須於一年內償還。於二零一六年十二月三十一日，財務槓桿比率(按總債務(有息銀行及其他借款總額)除以權益總額計算)為42.1%(於二零一五年十二月三十一日為50.6%)。本集團的銀行及其他借款除人民幣70.8百萬元以歐元計值及以定息計息外，其餘銀行及其他借款以人民幣計值及以定息計息。二零一六年度，銀行及其他借款的年利率為1.55%至5.87%(二零一五年度：4.48%至7.14%)。二零一六年度，本集團開始部分採用境外定向借款的方式融資，此舉豐富融資方式的同時降低了融資成本。

環境政策及表現

於二零一六年度，本集團的經營在所有重大方面均遵守當前適用中國國家及當地政府環境保護法律及規則。

資本承擔

於二零一六年十二月三十一日，本集團的資本承擔為人民幣352.6百萬元(於二零一五年十二月三十一日為人民幣201.2百萬元)，為配合聖牧沙漠全程有機產業體系下游自有品牌液態奶業務快速發展，本集團二零一六年度投資新建液態奶生產廠房及生產線，該等承擔主要與增加液態奶產能有關。本集團有充足的內部及財務資源為其資本開支提供資金。

人力資源

於二零一六年十二月三十一日，本集團共有3,849名員工(於二零一五年十二月三十一日共有3,713名員工)。二零一六年度的總員工成本(包括本公司董事及高級管理層酬金)為人民幣280.2百萬元(剔除以權益結算的購股權開支)(二零一五年度為人民幣258.7百萬元)。

本集團相信，全體員工努力不懈乃本集團迅速發展及於日後取得成功的極重要因素。本集團為管理人員及僱員提供在職教育、培訓及其他機會以提升其技能及知識。一般而言，本集團根據各僱員的表現、資格、職位及資歷釐定僱員薪酬。本集團已根據國家及地方社會福利法律及法規，為僱員繳納社會保險金和住房公積金。

此外，本集團已批准及採納一項首次公開發售前購股權計劃(「首次公開發售前購股權計劃」)及一項購股權計劃(「購股權計劃」)。首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃旨在吸引、挽留及激勵本集團董事、高級管理層及僱員以及其他參與者。

或有負債

於年內及二零一六年十二月三十一日，本集團分別為聖牧草業及富友聖牧的銀行貸款提供人民幣300,000,000元(二零一五年：人民幣300,000,000元)和人民幣51,450,000元(二零一五年：無)的擔保。

重大收購及出售事項

於二零一六年度，本公司並無進行任何重大收購及出售附屬公司及聯營公司。

重大投資或收購資本資產的未來計劃及預期資金來源

除於上文「資本承擔」所作的披露及在招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節所披露者外，截至本公告日，本集團並無任何重大投資或收購資本資產的計劃。

展望

成為全球領先的有機乳品公司乃本集團的長遠目標。

持續加大有機牧場投入，建設打造最美麗有機牧場

二零一七年集團擬繼續加大有機牧場投入，建設花園舒適型有機牧場，進一步改善牛群生長環境、員工工作環境及牧場整體環境，力爭將目前高標準的先進牧場進一步打造成世界一流的最美麗牧場，為沙漠有機奶牛提供最好的生活福利場所，使其成為最快樂的「幸福牛、健康牛」。

繼續提高自有品牌液態奶加工能力，新建工廠二零一七年第二季度投產試運行

為提高集團液態奶生產能力、滿足不斷增長的市場需求，本年度集團投資新建的液態奶生產廠房及生產線將於2017年第二季度投入生產試運行，目前在建三條液態奶生產線，預計建成達產320噸/天。

繼續實施行業技術創新，研發自有品牌全程有機液態奶新品類及品項

二零一七年集團將繼續秉承「創新為成功的源泉」理念，實施行業技術創新，研發推出有機液態奶新品類及品項。在繼續加強聖牧酸奶冷鮮機的投入推廣基礎上，二零一七年初集團成功推出沙漠全程有機「聖牧奶爵」新產品，該產品精選聖牧沙漠有機頂級乳牛優質奶源，奶源含有原生態 DHA，純淨獨特且稀有，產品優質乳蛋白含量達 3.7g/100ml，120mg/100ml 原生高鈣，約比普通牛奶高 30%；「聖牧奶爵」產品富含對人體有益的 DHA 即 Omega-3，該產品生產採用乳糖水解技術，細化營養，避免乳糖不耐，更好吸收，適宜更多、更廣人群。

繼續深耕營銷渠道建設，繼續創新發展、提高品牌知名度

二零一七年集團將繼續開拓超級社區店藍海戰略建設渠道，在目前十萬餘家超級社區店基礎上，繼續打造增加兩萬家超級社區店，同時鞏固提升超級社區店單店賣力；二零一七年集團將加大聖牧酸奶冷鮮機在全國醫院、學校、餐飲等特通渠道的推廣鋪市活動，預計在二零一七年上半年實現鋪市 2-3 萬台目標，該目標的實現將為聖牧帶來更大更有效的品牌效應和經營效益。

二零一七年集團將通過整合 VI 系統，提升和完善 KA 渠道及超級社區店標準化形象，結合慰問三軍，牽手助力退伍軍人等舉措，創新營銷渠道建設，推廣樹立聖牧有機、綠色、愛心品牌形象。

二零一七年集團擬邀請眾多新聞媒體舉辦各種新產品發佈會及有機推廣活動，增加品牌曝光力，同時集團擬計劃利用 VCR 紀錄片形式更詳盡、更全面地記錄沙漠全程有機產業體系，將潔淨的沙漠、美麗的草場、牧場及現代化的加工設施一種、養、加全程一體化有機產業鏈更直觀、更方便地呈現給消費者，充分體現聖牧全程有機綠色產業優勢。

企業管治常規

本公司確保本公司及其附屬公司實現及保持高水平的企業管治。董事會深知實現高水平的企業管治對公司的價值影響及重要性，良好的企業管治對本集團及股東有利。

於截至二零一六年十二月三十一日止年度，除下文所披露企業管治守則的守則條文A2.1外，我們已採納、應用並遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）（經不時修訂）附錄十四所載《企業管治守則》及《企業管治報告》（「守則」）載列的守則條文規定。

根據企業管治守則條文第A2.1條，董事長與首席執行官的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。然而，我們並未區分董事長及首席執行官，姚同山先生現時擔任該兩個職務。董事會相信由同一人擔任董事長及首席執行官兩個職務有利於確保本集團的領導貫徹一致，並有助於本集團更有效及高效地制訂策略規劃並執行。董事會認為現時的安排並不會損害權力及權責的平衡，而此結構將使本公司能夠迅速及有效地作出及執行決策。董事會經計及本集團的整體情況後，將繼續檢討及考慮於適當時候將董事長及首席執行官的職務分開。

董事進行證券交易之標準守則

本公司已採納一套有關進行證券交易的行為守則，其中所載條款的嚴格程度不遜於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」）所規定的交易標準守則。經向董事作出具體查詢後，全體董事均已確認彼等於截至二零一六年十二月三十一日止年度一直遵守標準守則所載的規定標準。

購買、贖回或出售本公司的上市證券

截至二零一六年十二月三十一日止年度，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回任何本公司的股份。

全球發售事項所得款項淨額用途

來自本公司全球發售事項的所得款項淨額約為人民幣801.2百萬元。有關所得款項淨額擬或已根據本公司日期為二零一四年六月三十日之招股章程的「未來計劃及所得款項用途」一節所載的建議用途所應用。

截至二零一六年十二月三十一日，所得款項淨額之應用如下：

	截至二零一六年 十二月三十一日 已使用之資金 人民幣千元
建造額外六個有機牧場	182,525
在國內以及向海外收購奶牛	145,644
銷售及營銷活動及擴充分銷網絡	40,102
擴大本集團液態奶產能	120,306
償還貸款	120,306
額外運營資金及一般公司用途	80,204
總計：	<u>689,087</u>

審核委員會

本公司於二零一四年六月十八日根據上市規則附錄十四所載《企業管治守則》的規定成立審核委員會，並制訂了符合企業管治守則的書面職權範圍。審核委員會的主要職責為檢討及監督本集團的財務報告程序及內部控制體系。本公司於二零一六年一月一日修訂了審核委員會的職權範圍。於二零一六年十二月三十一日，審核委員會由兩名獨立非執行董事(葛曉萍女士和李長青先生)及一名非執行董事(崔桂勇先生)組成，並由葛曉萍女士擔任審核委員會的主席。

審核委員會已檢討本集團採用之會計準則及慣例，並與管理層討論內部監控及財務報告事宜，包括審閱二零一六年的年度業績。

安永會計師事務所的工作範圍

本集團截至二零一六年十二月三十一日止年度之業績公佈所列之財務資料，已得到本集團之核數師安永會計師事務所同意，該等數字乃本集團之年度綜合財務報表草擬本所列之數字。安永會計師事務所就此進行的工作，並不構成根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱業務準則或香港核證業務準則而進行的核證服務，故此安永會計師事務所概不就業績公佈發表任何保證。

股息分派

董事會不建議就二零一六年十二月三十一日止派付末期股息(二零一五年度：無)。

年度股東大會

二零一七年股東週年大會將於二零一七年六月三十日或之前舉行。一份召開二零一七年股東週年大會之通告將於稍後時間於聯交所及本公司網站刊載及寄發予股東。

刊發全年業績公佈及年度報告

本全年業績公佈將刊載於香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.youjimilk.com)。本公司有關二零一六年度的年度報告載有上市規則規定的所有資料，將於稍後時間向股東寄發及在上述網站刊載。

承董事會命
中國聖牧有機奶業有限公司
董事長
姚同山

香港，二零一七年三月二十日

於本公告日期，本公司執行董事為姚同山先生、武建鄴先生、高凌鳳女士及崔瑞成先生；本公司非執行董事為董先理先生、范翔先生、崔桂勇先生、孫謙先生、邵根夥先生及張家旺先生；以及本公司獨立非執行董事為黃灌球先生、李長青先生、葛曉萍女士、袁清先生及付文革先生。