



環境、社會
及管治報告
2017

KEEP YOUR
DREAM GROWING



澳優乳業股份有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號: 1717)

環境、社會及管治報告

2017

目錄

- | | | | |
|---|---|----|---|
| 1 | 關於本報告 | 7 | 與商業夥伴締造共同價值
在乳製品間脫穎而出
推廣優質營養品 |
| 2 | 主席前言 | 8 | 與員工締造共同價值
吸引及挽留人才
培育員工成長
維持工作場所安全和健康 |
| 3 | 二零一七年的ESG成就 | 9 | 與顧客締造共同價值
創新源於研究及開發
心繫產品品質和安全性
成功有賴顧客參與
重視顧客權益和需要 |
| 4 | 關於澳優
公司簡介
二零一七年業務摘要
參與業內組織
企業管治 | 10 | 與社區締造共同價值
滿足需要互惠互利 |
| 5 | 澳優的可持續發展方針
可持續發展管治
權益人參與
重要性評估 | 11 | 數據表 |
| 6 | 為環境締造共同價值
優化能耗，將排放物減至最少
減少及管理廢棄物
節水為未來 | 12 | 港交所ESG報告指引索引 |

宗旨

Nourishing Life & Growth
全球營養 呵護成長



願景

To become the most
trustworthy milk formula,
nutrition and health-care
enterprise in the world

成為全球最受信賴的
配方奶粉及營養健康企業



關於本報告

澳優乳業股份有限公司（「澳優」，連同其附屬公司統稱「本集團」）欣然提呈第二份年度獨立環境、社會及管治（「ESG」）報告，昭示本集團的ESG承擔，力求於其價值鏈（包括環境、商業夥伴、員工、顧客及社區）中創造價值。本報告載述本集團在中華人民共和國（「中國」）的乳製品及營養品業務，以及其荷蘭及澳洲附屬公司（包括Ausnutria B.V.（「荷蘭澳優」）、Australian Dairy Park Pty Ltd.（「ADP」）及Nutrition Care Pharmaceuticals Pty Ltd（「NCP」））的ESG舉措及成就。

本報告乃按照香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）證券上市規則（「上市規則」）附錄二十七所載的ESG報告指引規定編製。為符合此等規定，本集團的關鍵權益人及管理層於編製本報告的過程中，均獲邀參與審閱對本集團及權益人而言最為相關及重要的ESG事宜，並就此評定優次。進一步詳情見[澳優的可持續發展方針](#)。

除非另有指明，否則本報告涵蓋本集團由二零一七年一月一日起至二零一七年十二月三十一日止期間（新收購的附屬公司ADP僅披露由二零一七年七月一日起至二零一七年十二月三十一日止期間的ESG數據）。

本報告可於[澳優網站](#)及聯交所網站查閱。閣下如對本報告及本集團的ESG發展有任何回饋及建議，歡迎發送電郵至info@ausnutria.com。



主席前言

黃金十年 共享未來！

本人欣然提呈本集團第二份年度ESG報告。本報告撮錄本集團在過去一年為推進可持續發展及業務持續性所作的承諾及成就，創造與權益人的共同價值。

二零一七年乃我們「黃金十年」戰略規劃的第二個年頭。秉持本年度的口號「一起奮鬥、一起成就」，澳優錄得收入約人民幣3,926.5百萬元，較二零一六年增長43.3%。本集團於年內實現多項業務發展里程碑，推動我們可持續發展，更進一步。荷蘭的Ausnutria Heerenveen Pluto B.V.（「Pluto廠房」）及Ausnutria

Heerenveen Hector B.V.（「Hector廠房」）（統稱為「澳優海倫芬廠房」）雙雙取得中國國家認證認可監督管理委員會（「CNCA」）認證，並完成註冊。新西蘭一座新廠房已落成，擴充我們的上游業務，現可生產配方奶粉產品。澳洲新收購的現代化乳品製造企業已經投產。此外，在澳洲設有廠房基地的一間高端營養品業務已開始以*Nutrition Care*及*Brighthope*品牌開發、製造及分銷營養品。

在上述云云成就中，為我們所樂道的是於本報告日期，合共只有十家荷蘭嬰幼兒配方奶粉混合及包裝廠商已正式通過CNCA註冊，其中三座由本集團擁有。



於年內，本集團亦完成兩項收購，將銷售網絡拓展至台灣及澳洲。我們相信不能單顧集團利益，而是需顧及各方權益人，包括本集團的股東、員工、顧客、商業夥伴及社區的利益，才能攜手創造共同長遠價值。

於年內，我們繼續推行「能源效益計劃2017-2020」，在荷蘭的廠房投資於升級生產流程，減低生產能耗。澳優海倫芬廠房已投入運作，大大提升我們的產能，為我們的可持續發展揭開新的一章。預期能夠透過將能源效益技術融入我們的生產流程，減少我們對環境的影響，為我們整條價值鏈帶來正面價值。

我們已發展成為於全球擁有超過3,000名僱員的企業。與我們的僱員建立互信合作關係是一直以來的挑戰，但絕對是我們的首要任務。去年，我們推出一系列僱員參與活動及舉措，增強溝通。此外，我們亦推廣共融安全的工作環境，讓僱員安心工作。再者，於二零一七年十二月，我們的內部培訓中心澳優大學榮獲二零一七年度中國最佳企業大學，深化本集團為企業建設培育人才的承擔。

我們不斷拓展業務之時，均希望我們的顧客及商業夥伴能參與其中。具體而言，中國貴為我們的主要市場，我們曾為當地分銷商提供管理技巧的有組織培訓，在今時今日競爭激烈的營商環境下給予彼等支援。於年內，我們亦透過微博平台與顧客積極溝通，並在多個國內及國際活動上積極接洽顧客。彼等的回饋啟發並鼓勵我們繼續提升產品質量及增加產品種類。

為使我們的業務能做好準備迎接各種機遇及挑戰，我們的研究及開發（「研發」）團隊已與全球多間知名大學、研究院及工業夥伴建立戰略性關係。我們於二零一七年分別於中國及台灣與中國農業大學及台灣中山醫學大學建立新夥伴關係，藉以開發新產品及研究現有配方產品的營養價值。於二零一七年三月，我們在荷蘭設立由外部專家組成的科學委員會，支援研發工作。科學委員會以為期兩天的會議作為啟動儀式，朝開發與母乳更為接近的嬰幼兒配方奶展開了有意義的對話。

為實現每個家庭都能享用優質羊奶的目標，我們自二零一三年起開展「佳貝艾特優愛行動」，向中國有需要利用母乳替代餵哺嬰幼兒的弱勢家庭捐贈嬰幼兒配方及補充品，讓嬰幼兒成長。此外，我們於年內舉辦了20項公眾活動，向普羅大眾推廣生命早期1,000天的營養的重要性，接觸超過12,000個家庭。

我們謹此衷心感謝權益人多年來的鼎力支持。展望未來，創造長遠價值仍為我們推動可持續業務增長發展的重要一環。我們將繼續恪守可持續發展承諾，期望與權益人共同努力，為美好社會創造更大價值。

主席
顏衛彬

中國
二零一八年七月五日

二零一七年的ESG成就

澳優不止着眼於財政回報，更為價值鏈帶來長遠共享價值。本集團投放資源及心力推動可持續發展，監察過程進度。下表呈列澳優於二零一七年在所有營運地點就各個重要ESG層面取得的成就。

金園兜商學院

支援

1,000+

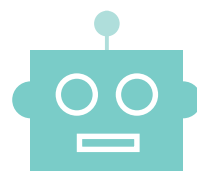
中國分銷商



因健康與安全問題進行

產品回收的次數為

零



顧客利用

人工智能技術參與



澳優擁有

59 項註冊專利



澳優大學
Ausnutria University

澳優大學獲認可為
2017年度中國最具成長性企業大學

近人民幣

1,200 萬
元

的捐款及
實物贊助

國家食品藥品監督管理總局
對產品抽查的

及格率達

100%





引進全新

引力程序，**75,000**噸，
加工量達

可生產高流動性及水溶性的奶粉



荷蘭的

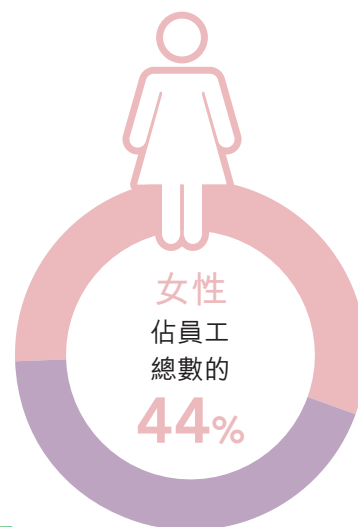
澳優海倫芬廠房

投入運作



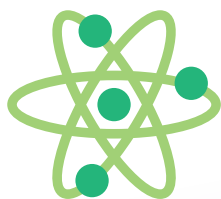
零宗

有關貪污
的已審結案件



廢棄生物資源能源化

供Kampen廠房使用



成立

科學委員會

支援研發工作



人民幣

為佳貝艾特
優愛行動注入

690

萬元

澳優 法則

執行力強

不斷創新

團隊合作

國際化

A u s n u t r i a

誠信可靠

勇於承擔
社會責任

質量至上

尊重

致力於
營養事業



關於澳優

公司簡介

澳優為於二零零九年十月在聯交所上市的領先乳製品業公司（股份代號：1717）。澳優以「滋養生命•呵護成長」為宗旨，致力與其權益人創造共享價值。目前，本集團在澳優的主要市場中國及另外六十五個國家及地區為其客戶提供優質配方奶粉及營養品。

於二零零三年，澳優在中國開展以能立多、A選及優選品牌銷售優質配方牛奶粉產品，其奶源主要來自澳洲。於二零一一年至二零一五年間，本集團收購享譽國際的嬰幼兒營養品專家荷蘭澳優的100%權益及三所以荷蘭為基地的廠房。是項收購亦為本集團業務以佳貝艾特品牌開拓嬰幼兒配方羊奶粉產品市場。自此，澳優已成為擁有及運營完整的綜合生產鏈的極少數中國企業之一，讓本集團全面監控整個生產流程及其產品質量。

為達成本集團成為全球最受信賴的配方奶粉和營養健康企業以及追求持續增長的長遠願景，本集團近年已在荷蘭、新西蘭及中國興建多座新廠房。本集團亦在澳洲收購一間現代乳品製造企業ADP，以及分別位於澳洲及台灣的兩間營銷及分銷公司Ozfarm Royal Pty Ltd（「Ozfarm」）及權鋒國際股份有限公司（「權鋒」）。於二零一七年十二月三十一日，本集團在全球擁有八座廠房，另有兩座廠房將於二零一八年年底或之前落成。此等策略有利於本集團實現其多品牌戰略。

除發展自家品牌業務外，澳優亦為世界各地其他客戶生產其品牌的配方奶粉產品。



本集團以其自家品牌銷售的產品
參與業內組織



澳优爱优

Augood® 珀淳™



海普诺凯 荷致



海普诺凯 萃护



欧选® Eurlate



PuredoNu 美纳优

美纳珍®

Puredovita 启活®

美优高

美优高经典

爱恩护

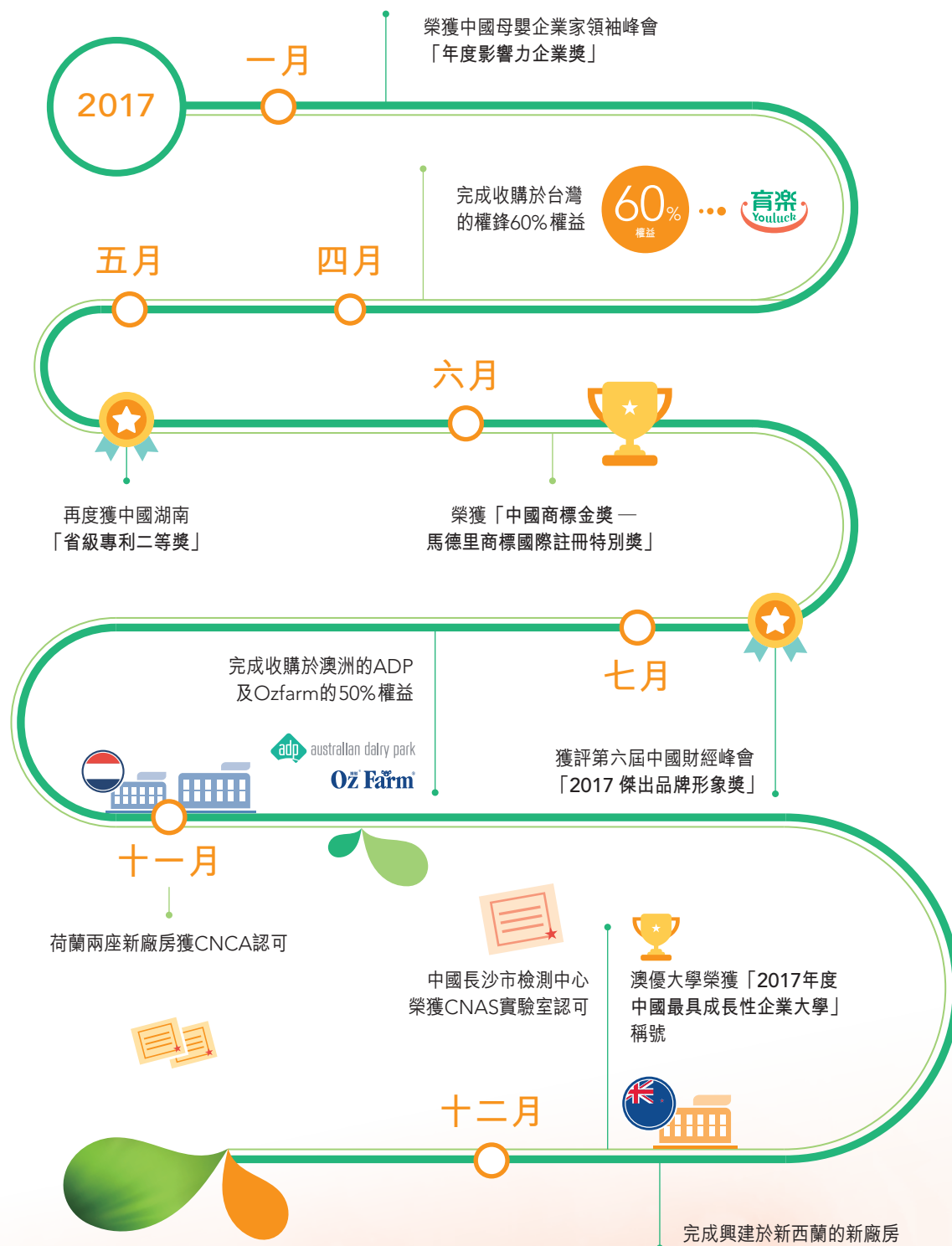


於二零一六年，澳優以醇奶客品牌推廣及分銷進口功能性奶，將中國業務拓展至營養品業務。同年，本集團收購廠房以澳洲為基地的高端澳洲營養品業務NCP，開始以Nutrition Care及Brighthope品牌開發、製造及分銷營養品。

秉持「澳優法則」的核心價值，本集團不斷為其寶貴客戶開發、製造及分銷優質配方奶粉及營養品，致力「成為全球領先的嬰幼兒配方奶粉及營養品供應商，並成為最受信賴的營養健康顧問」。

二零一七年業務摘要

於二零一七年，澳優錄得收入人民幣3,926.5百萬元，較二零一六年增加人民幣1,186.2百萬元或43.3%。澳優於二零一七年的非凡成就如下：



澳優積極參與業內組織，尤其是在本集團業務所在地點的組織，以支持乳製品及營養品行業發展。此外，澳優亦與同業分享經驗，鼓勵知識交流，推動行業進步。於二零一七年，澳優在以下組織及計劃擔當積極角色。

荷蘭乳製品業協會



nederlandse zuivel organisatie

荷蘭乳製品業協會（「NZO」）乃荷蘭乳製品業的組織，代表十三間主要乳製品公司的權益。澳優為NZO成員，參與多個工作小組，透過知識共享，為持續提升荷蘭奶品加工共同努力。

可持續乳業鏈



澳優乃NZO與荷蘭農業及園藝組織（Dutch Federation of Agriculture and Horticulture）的聯合計劃－可持續乳業鏈的參與者。計劃已制訂在二零二零年前達成乳製品可持續生產的宏大目標。本集團承諾支持計劃，集中推出及實行環境最佳常規。

荷蘭羊奶乳業協會



荷蘭羊奶乳業協會（「NGZO」）乃荷蘭乳製品業的組織，專責羊奶業。澳優與其羊奶供應商攜手參與NGZO的工作小組，為營銷及品牌形象、能源及氣候以及業內動物健康及權益努力。

澳優亦參與NGZO「可持續羊奶乳業鏈」計劃下耐用度計劃的發展工作。進一步詳情見與商業夥伴締造共同價值。

中國乳製品工業協會



澳優獲選為中國乳製品工業協會第六屆委員會的理事長單位之一。主席顏衛彬先生於二零一七年八月代表澳優出席第二十三屆年會，分享其對中國乳製品工業前景的真知灼見，以及「一帶一路」舉措的機遇。

中國營養保健食品協會



本集團中國區的監事長、黨委書記及工會主席劉躍輝先生代表澳優出任中國營養保健食品協會（「CNHFA」）副理事長。在政府支持下，CNHFA委任業內的主要業者應對危機，推動行業成長。

Complementary Medicines Australia



NCP乃Complementary Medicines Australia（「CMA」）的成員，而CMA乃澳洲的行業團體，佔補充醫學行業超過70%。NCP積極提供行業常規的意見及回應監管轉變，為行業出一分力。

企業管治

澳優相信有力的企業管治（「企管」）架構乃業務長期成功的基石。本集團已採納上市規則附錄十四企管守則所載的守則條文作為澳優的企管常規守則。本集團定期審閱企管政策及程序，以確保其透明度、獨立性及誠信。

澳優推崇工作場所的多元性，肯定建立多元化及具包容性的董事會的裨益。本集團致力從不同角度維持董事會的多元化，包括但不限於性別、年齡、種族、教育背景、專業技能、行業經驗、管理職能及服務年期。於本報告日期，澳優的董事（「董事」）會（「董事會」）由八名成員組成，包括三名執行董事、兩名非執行董事及三名獨立非執行董事。

董事會負責領導澳優邁向成功，藉本集團戰略發展的決策保障本集團的股東權益，同時履行企管職責，包括制定及檢討企管政策及常規，並向澳優提供推薦建議。該等措施包括審閱及監察董事及高級管理層之培訓及持續專業發展，審閱及監察澳優有關遵守法律及監管規定的政策及常規，制定、檢討及監察本集團的操守守則（「操守守則」），以及檢討澳優遵守上市規則附錄十四的情況。

反貪污

澳優恪守高誠信標準，採納反貪污措施防治及打擊商業貪污行為。分發予全體員工的操守守則內清楚列明可接受及不可接受的行為，及處理利益衝突、賄賂和貪污及違反誠信等行為的程序。視乎事件嚴重程度，違規者可被口頭警告、正式警告或採取其他紀律或法律行動。為保持無貪污的工作環境並確保可持續業務增長，董事會有義務監督反貪污措施的成效，確保其僱員遵守相關規則。再者，本集團的內部審計部門密切監察及核實財務及營運數據，以識別任何違反利益衝突、賄賂及貪污的情況。二零一七年並無確認任何有關貪污的已審結案件。

有關澳優企管政策及程序的更多資料，請參閱澳優二零一七年年報的企業管治報告一節。

澳優的可持續發展方針

可持續發展管治

澳優相信有力的ESG管治乃將可持續發展融入長遠業務戰略的根基。在澳優，董事會肩負制訂及監督澳優ESG戰略的整體責任，確保戰略持續有效，且本集團的最高層對此負責。董事會藉確認不同地區的監管及運作差異，將日常ESG管理分派予澳優的各間附屬公司。ESG事宜由環境、健康與安全（「EHS」）委員會或健康與安全（「H&S」）委員會在廠房層面獨立管理，並由其他部門提供支援。各個部門的專家均參與其中，包括生產部、產品質量部及人力資源部，確保ESG的各個範疇均獲妥善管理。澳優相信，此方針能更集中監督其涉及地方監管規定的ESG政策、計劃及相關風險。適事項會上報董事會進行決策。

在本集團朝可持續發展逐步邁進的同時，亦意識到需要所有附屬公司通力合作以達致持續有效管理。展望將來，本集團將成立集團層面的ESG委員會，支援董事會制定全集團的ESG戰略，監督各附屬公司按照董事會所訂戰略方向實行ESG舉措的情況。ESG委員會將由集團旗下不同附屬公司的代表組成，定期舉行會議，匯報ESG工作進度，並進行ESG事項的交流。

權益人參與

本集團每天在每個業務層面均正式及非正式接觸大量權益人。此等互動對澳優至關重要，使本集團能夠了解權益人對澳優持續改善其ESG挑戰及機會的期望及見解。更重要的是，本集團利用權益人的意見建立、確認及改善其ESG戰略。

於二零一七年，本集團在中國權益人以外，首度邀請荷蘭及澳洲的外部權益人參與重要性評估，相信此舉將有助更全面有效評價重大的ESG事宜。澳優進行網上問卷調查，邀請權益人就ESG事宜對其本身及澳優的重要性評級。本集團亦深入訪問關鍵權益人，討論一系列ESG事宜，並了解其重視的事宜。超過200名權益人獲邀參與，包括僱員、股東及投資者、供應商、商業夥伴、顧客、行業組織、研發夥伴、媒體夥伴及社區夥伴。

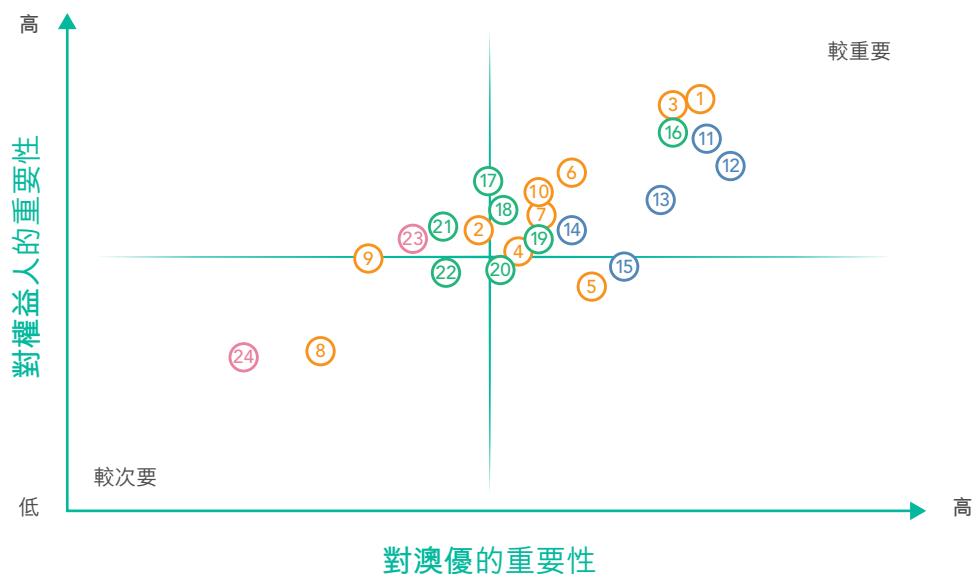
關鍵權益人類別	參與方法
僱員	<ul style="list-style-type: none"> • 網上通訊平台 • 僱員參與活動及通訊 • 會面 • 網上問卷 • 訪問
股東及投資者	<ul style="list-style-type: none"> • 投資者會議 • 股東週年大會 • 年度及中期報告 • 網站的投資者專頁 • 網上問卷
供應商及商業夥伴	<ul style="list-style-type: none"> • 評核及實地視察 • 網上問卷 • 訪問
顧客	<ul style="list-style-type: none"> • 網上通訊平台 • 會員活動 • 消費者博覽及活動 • 客戶滿意度調查 • 客戶熱線 • 網站及社交媒體 • 網上問卷 • 訪問
行業組織	<ul style="list-style-type: none"> • 行業研討會及座談會 • 會面 • 網上問卷 • 訪問

關鍵權益人類別	參與方法
研發夥伴	<ul style="list-style-type: none">• 會面• 各項研究項目合作• 網上問卷• 訪問
媒體夥伴	<ul style="list-style-type: none">• 新聞發佈會• 會面• 網上問卷
社區夥伴	<ul style="list-style-type: none">• 社區活動• 網上問卷• 訪問

重要性評估

重要性區別澳優的關鍵事宜，在引領本集團持續發展上起舉足輕重作用。澳優利用重要性分析及檢討程序，管理權益人及本集團關注的事宜。知情決策突顯澳優牽頭生產負責任乳製品及營養品的承擔。總體而言，通過上述權益人參與方法，澳優已按權益人的關注程度及對本集團的重要性，將各事宜歸納及排序。於本報告發表結果前，澳優已與高級管理層確認及落實有關分析結果。下文的矩陣說明本年度的重要性評估結果。右上方欄乃是對權益人及澳優均屬最重要的事宜。

各事宜按籌劃本報告的大類分色。



營運常規

- 1 食物安全
- 2 產品合規
- 3 召回機制
- 4 知識產權
- 5 顧客參與
- 6 產品責任
- 7 客戶私隱保障
- 8 供應商多樣性
- 9 供應鏈管理
- 10 反貪污

僱傭及勞工常規

- 11 勞工權利
- 12 僱員健康與安全
- 13 僱員福利
- 14 多元及包容
- 15 培訓及發展

環境

- 16 廢棄物
- 17 環境保育及生物多樣性
- 18 包裝物料
- 19 天然資源
- 20 能源
- 21 溫室氣體排放
- 22 水

社區

- 23 社區及動物關懷
- 24 社區投資

06



為環境

締造共同價值





愛護大自然 留給後代更美好的環境

本集團全面知悉所作的每個決定及行動均會影響其對環境的整體影響。由甄選供應商至廠房處理廢棄物的方法，本集團均盡量減低其於整條價值鏈對環境造成的影響。澳優的主要環境影響來自其生產過程，故致力在廠房層面提高能源效益，減少用水，改善廢棄物處理，提升其他環境事項管理。澳優依循本集團所追求的全面可持續發展目標努力，本集團會在廠房層面評估環境事項，處理與不同生產過程有關的專項環境事項。此常規使澳優得以按國家及地方規定行事。於年內，澳優已遵守本集團營運所在地方的所有適用環境法律及法規。

為更全面及有系統地管理其環境舉措，澳優已在其中國及荷蘭廠房設立環境管理系統。澳優位於中國長沙市及荷蘭Kampen的兩座廠房已取得ISO 14001認證。





案例研究

荷蘭的Pluto廠房及Hector廠房（「澳優海倫芬廠房」）— 隨澳優的可持續發展演進



荷蘭的澳優海倫芬廠房已於二零一七年竣工。兩座廠房均配備能源效益技術及現代化生產流程，達到節能減廢。商業生產已於二零一八年一月開展，為澳優的可持續發展立下重要里程碑。

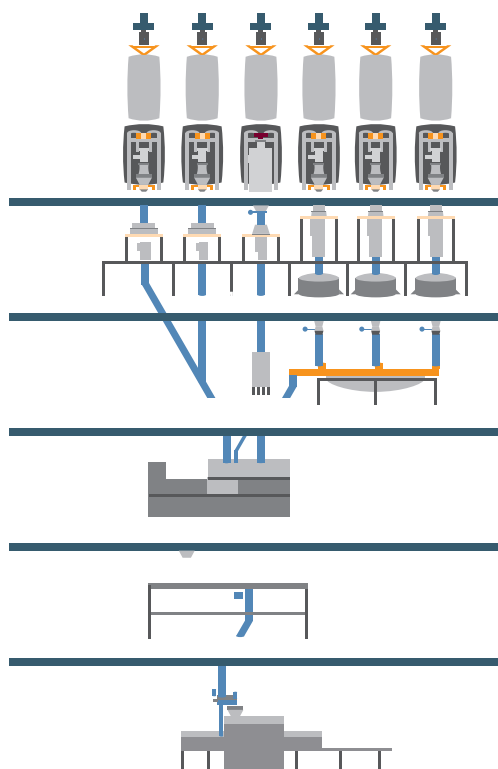
熱能儲存（兩組熱交換泵）用於加熱及冷卻建築物。此可持續方法免去使用天然氣作加熱及冷卻之用。該等廠房亦使用熱塑性聚稀烴(TPO)作為天台物料，其單層反光着色物料更有效地反射太陽光，降低室內溫度。再者，該等廠房均

安裝節能LED燈，達到高能源效益。澳優已提交照明系統的環境影響評估(EIA)以申請認證。

兩座廠房均利用先進的引力加工技術設計以減少能耗。不同樓層進行不同生產流程，半製成品利用引力由廠房上層滑至下層，進行乾性混合及包裝流程，盡量減少運輸的能源耗用。引力能保持奶粉的物理狀態，並最大度地維持奶粉的流動性及水溶性，為客戶提供優質產品。



澳優海倫芬廠房採納先進引力加工程序，減少能源消耗，改善產品品質



優化能耗，將排放物減至最少

作為供應鏈上游業務日益增長的負責任公司，澳優致力減少其碳足印及能耗。就此，澳優已在荷蘭 Ommen、Kampen 及 Leeuwarden 的三座廠房制定及推出「能源效益計劃2017-2020」（「能源計劃」）。能源計劃包括清晰的目標、目的及行動計劃詳情。與此同時，此計劃可使該等廠房符合荷蘭為乳製品業所

訂於二零二零年或之前較二零一七年降低能耗8%的規定。因此，澳優於年內已實施多項節能措施。

為確保荷蘭廠房朝二零二零年的目標邁進，該三座廠房於二零一七年的能源耗用全部受到嚴密監察，並按照已實施的措施覆核能源數據。利用規劃、執行、查核、行動方針，該等廠房可追蹤及評估其進度，並對能源計劃作出必要調整及改進。



於年內，本集團已實行多項節能舉措。荷蘭Kampen廠房的成就無出其右。於年內，沿用的多個蒸汽鍋爐已由一個具能源效益的蒸汽鍋爐取代，預期可減少氣體用量達2%。其中一根煙囪熱回收系統已置換一個回流換熱器，引進熱回收系統，預期每年節省氣體240立方米。提高剪切混合器處理的乾燥物質比例亦有助減省大量能源和成本。此外，Kampen亦已完成更換空氣壓縮機、管道和管道的隔熱層，以減少能源流失並提高運作效率。鍋爐給水泵控制器使用變頻器亦大幅提升效能，減少整體蒸氣耗量。

隨着澳優的能源計劃進入第二年，各廠房將推出更多節能措施。本集團將繼續監察及檢討能源計劃的進度，同時探索改善其他廠房能源管理及效益的機會。

減少及管理廢棄物

澳優的價值鏈，尤其是生產過程各階段均無法避免產生廢棄物。然而，澳優希望通過妥善管理廢棄物及源頭減廢，儘可能減少送往堆填區的廢棄物。為此，各廠房均已實施系統性的廢棄物處理程序。澳優提倡妥善處理廢棄物，鼓勵現場分類廢物，並由當地持牌經營商收集、處置或進一步處理。有害廢棄物則由專業廢物處理商分開處理。澳優亦儘可能回收或再用廢棄物。

透過實行現場廢物分類，廠房能回收或重用大部分固體廢物。舉例而言，澳洲奶廠現場備有打包機將紙皮壓縮為高密度的大捆，方便存放、收集和回收。荷蘭的廠房亦於年內改善廢物處理措施，盡可能分類回收原材料包裝。此外，荷蘭Kampen廠房更利用廢物處理器將剩餘奶品及奶粉轉化為珍貴的能源，即生物氣體。





節水為未來

為了珍惜寶貴天然資源，本集團努力改進廠房循環使用廢水的措施，提升節水。所有設施均定期監察耗水量和廢水質量，結果已於管理層會議上匯報，以作評估及檢討。

於各廠房提倡節水措施

為了大幅節省用水和削減廢水排放，使用濕法工序的荷蘭廠房計劃實施閉環水循環再用。荷蘭Ommen及Kampen廠房正在進行節水措施的詳細規劃和實施工作。

於二零一七年，Ommen廠房成功提升現有數據管理系統，令生產過程的用水計量更為全面，讓該廠收集更準確和完整的數據，制定有效措施減少耗水，且已據此推出若干節水措施。除循環使用冷卻系統的水外，將生產過程中產生的部分冷凝水循環使用於清潔工作，亦有助進一步減少用水，每日節省近7立方米用水。該廠亦計劃將餘下冷凝水循環用於充填冷凝器和超濾工序。憑藉以上措施，按預期用水量計算，該廠預計可節省15%用水。

同樣地，Kampen廠房亦將冷凝水再用於清洗工作，目前正準備再用蒸氣鍋爐的冷凝水，預期可於實施後節省多達每日45立方米用水。

為生態環境保護水資源

澳優所有廠房均努力控制廢水，確保排放符合有關地方政府規定。澳優的環境管理程序規定，污水必須經過處理，達致國家排放質量標準後方可排放至市政污水管道或海岸。用水監察系統亦已安裝妥當，監察主要廢水質量參數。

Kampen及Ommen廠房已制定每日及每年排水量目標，強化廢水排放管理和監控。廠房內部密切監察酸鹼度、溫度和有機物含量等具體參數，確保廢水品質符合國家規定。倘廢水超出目標，會立即進行調查。具體而言，Ommen廠房發現污水的有機物含量相對較高，可能對環境造成負面影響，遂於二零一七年清洗薄膜過濾設備，提升污水質量。該廠已採取措施確定污染的根本原因，據此調整污水處理程序，減少排水中的污染物含量。部分排水亦已循環用於其他用途。於引入此等措施後，排水質量顯著改善，對環境的負面影響降至最低。

07



與商業夥伴

締造共同價值



超過百年經驗 嚴格品質控制

澳優與商業夥伴通力合作，建立長遠互惠關係。本集團依賴供應商為其營養品提供最佳奶源及原材料，為顧客製造健康、可靠和優質的產品。產品品質足以影響顧客健康，所以澳優絕不允許原材料品質有任何下跌。為此，澳優通過公平而嚴格的程序篩選供應商，並以不同方法監察其表現。

從荷蘭當地奶農至澳洲營養成份供應商，澳優一直不斷物色可靠的奶源和原材料，為供應優質產品提供基礎。本集團與全球各地供應商均建有策略性夥伴關係，希望為澳優以至全產業鏈創造價值和利益。這些地方和環球夥伴關係均有利於澳優可持續發展。

在乳製品間脫穎而出

作為乳製品生產商及供應商，澳優充份了解其肩負讓嬰幼兒和小童健康成長的重責。為了保證乳製品的上乘品質，澳優已採用完善的供應商甄選程序，按照當地情況監督採購過程和管理乳品供應商。於二零一七年，澳優的配方牛奶粉產品從荷蘭、新西蘭、澳洲及法國進口，而配方羊奶粉產品則從荷蘭進口。本報告將聚焦於荷蘭和澳洲供應商。

保障可持續供應鏈

配方牛奶粉

為確保穩定及充足的配方奶粉供應並降低奶源集中的風險，本集團近年將配方奶粉供應分散於多個國家，惟荷蘭仍為其配方牛奶粉產品的主要奶源。本集團依賴當地乳品買賣公司Farmel Holding B.V.（「Farmel集團」）為澳優提供穩定的優質牛奶供應。Farmel集團（其50%股權由澳優持有）向當地奶農收集符合澳優標準的牛奶。Farmel集團更會在牧場現場從每一批原奶抽取樣本進行測試，讓奶農馬上得知測試結果，以便奶農不斷監察其牛奶品質，進一步保證牛奶品質。送抵澳優廠房的每一批原奶均註明奶源資料，方便澳優於出現問題時追溯和追蹤奶農。與Farmel集團的夥伴關係讓澳優及其牛奶奶農攜手保障穩定可靠的牛奶供應鏈。



配方羊奶粉

自二零一一年推出以來，佳貝艾特系列產品均由本集團在荷蘭採購和製造。多年來，澳優與荷蘭羊奶奶農齊心合力建立穩定的優質羊奶供應。澳優提倡與羊奶奶農長期合作和定期溝通，確保取得生產佳貝艾特的主要成份，尤其是佳貝艾特產品的重要成份

一羊乳清蛋白。另一方面，佳貝艾特的供應商亦致力滿足澳優的品質要求，包括由澳優界定的內部參數和由NGZO「KwaliGeit（優質羊乳）計劃」質量監控體系所界定的外界標準。「KwaliGeit（優質羊乳）計劃」乃與荷蘭農業及園藝組織（Dutch Federation of Agricultural and Horticultural Organisation）羊奶牧場部合作制定，結合羊乳行業的最佳常規和歐洲衛生監管規定。作為NGZO的成員，澳優全力支持「KwaliGeit」計劃，要求旗下所有羊奶奶農獲得KwaliGeit認證。KwaliGeit的監察評估涵蓋牧場羊奶生產的所有環節，包括擠奶及儲存、清潔及消毒、環境及廢料、動物餵飼及食水、用藥及動物福利等。除有關評估外，本集團亦不斷進行合規審查，以確保佳貝艾特產品只使用品質最為上乘的羊奶。此舉為佳貝艾特提供充裕的優質羊奶供應，支持佳貝艾特的持續發展。

個案研究



榮列佳貝艾特首選供應商

感謝奶農的辛勤貢獻

澳優感謝羊奶奶農供應優質羊奶，同時亦希望奶農為榮列佳貝艾特首選供應商而自豪。本集團於二零一七年為奶農預備了佳貝艾特奶農工具箱、佳貝艾特品牌禮品和物資，讓他們加深了解澳優如何使用其羊奶，並幫助他們向訪客展示其羊奶的最終成品。奶農將於來年獲發該等工具箱及禮品。

奶粉

澳洲的奶粉是直接向供應商採購的。澳優對於監控奶粉品質負全責，已組建內部品質分析員團隊，於採購前對供應商的場址進行現場及遙距審核。品質分析員通常會審視由潛在供應商填寫的問卷，並進行跟進會面，以了解供應商的品質保證程序，以及內部指引的合規性。此外亦須檢查相關文件，確保供應商達到符合產品規格的基本要求及若干標準，例如有機認證和ISO 22000標準。於採購前，認可供應商的樣本亦須通過最後檢測，以再次確認配方奶粉的品質。

包裝

澳優的中國分支自二零一一年以來收緊包裝材料供應商的環境績效規定。現時每一份採購合約均載有環境保護協定，清楚列明澳優對於處理排放物、有害原材料及有害廢棄物的指引。

協助商業夥伴成長

澳優積極參與NGZO推行的可持續性項目。此項目乃荷蘭山羊牧場之間提升可持續性的自發倡議，集中於三大目標：市場及形象、能源及氣候以及動物健康及權益。作為NGZO的工作小組成員，澳優乃向奶農推出此一項目的首批荷蘭公司之一。年內，澳優派遣代表探訪其羊奶奶農，就此一項目提供簡介培訓，以備項目於二零一八年正式啟動。澳優更承諾為參與項目的羊奶奶農提供財政補助。

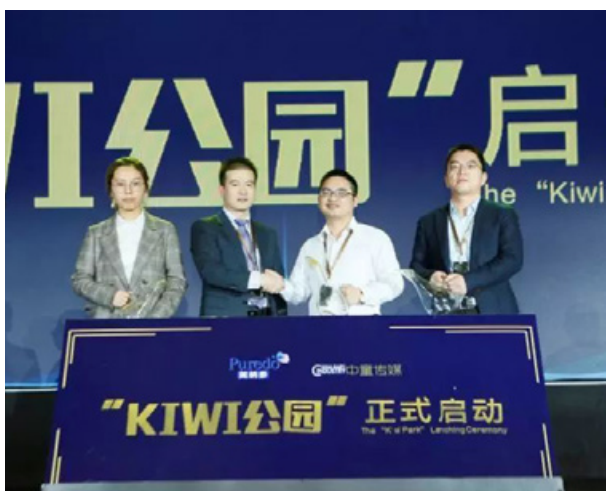
澳優已於本集團主要市場中國建立龐大的乳製品經銷網絡，主要由家庭式業務組成。本集團於二零一七年三月成立「金圍兜商學院」，幫助經銷商提升業務管理能力。為了實現「傳遞溫度，共同成長」的目標，學院首次開課至今完成了12場培訓，覆蓋26個省市，參與經銷商達到227個，學員超過1,000人。

金圍兜商學院總裁班



於二零一七年四月，本集團打造海普諾凱商學院以及全面的培訓系統。該系統乃為協助海普諾凱經銷商培訓基層、前線、店長等各級員工而設，提供培訓材料和其他輔助資源。本集團希望透過該平台培育行業專才，發展經銷商業務，以及達成完善共贏體。截至本報告日期，海普諾凱商學院自成立以來已舉辦約70次培訓和學習課程，學員近5,000人。

金圍兜商學院及海普諾凱商學院相繼成功後，澳優於二零一七年十二月開啟針對美納多經銷商的「Kiwi公園」計劃，旨在聯繫經銷商與店長、營業員和顧客，精簡運作程序。在該計劃下，「幾維學院」已告成立，作為延攬和協助經銷商的主要渠道。



「Kiwi公園」計劃啟動，激勵經銷商成長

案例研究

利用大數據平台進行個人化營銷

本集團已經為經銷商打造全維度平台，提升顧客參與度和管理。美納多和Nutrition Care等若干品牌利用該平台，使用大數據分析，讓澳優將線上線下用戶打通和關聯，將顧客行為數據化，並進行分析，深入了解顧客行為，繼而與經銷商分享結果，再進行精準的個性化營銷，協助經銷商掌握市場趨勢和觸覺，最終提升經營效率。



「指南針大數據分析平台」有助公司提供個人化營銷服務，以回應顧客的真實需求



推廣優質營養品

本集團致力通過其營養品業務向普羅大眾推廣健康和疾病預防教育。澳優已制定嚴緊的程序，引導供應商的甄選及管理工作，確保其營養及健康產品品質符合顧客期望。

與供應商攜手努力，保障顧客健康

NCP已建立全面的評核指引甄選和評核供應商。根據該指引，每一名潛在供應商均須接受遵守監管規定、澳優的標準和評級以及樣本質量的評核。此外，供應商須向監管機構取得證書、執照或認證，回答由澳洲自我藥療業協會（The Australian Self Medication Industry）及澳洲輔助醫護委員會（The Complementary Healthcare Council of Australia）聯合編製的供應商資格問卷（Vendor Qualification Questionnaire），或者讓NCP的代表進行現場審核。只有符合上述所有規定的供應商，方會通過審批，表示其可向NCP供貨。

澳優亦與現有供應商攜手努力，確保維持合作期間的品質。如發現任何違規情況，澳優的採購團隊將與供應商合作，制訂糾正行動計劃。

展望未來，澳優計劃於中國引入供應商現場檢驗制度，了解其生產線的實際環境，加強供應商甄選程序。



08



與員工

締造共同價值





促進員工成長 孕育人才

澳優得以為顧客及權益人創造優秀價值，實在有賴其經驗豐富且充滿熱誠的員工。澳優極為珍惜其員工，本集團亦了解為員工增值的重要性。

於二零一七年，中國高級管理層舉行戰略會議，謀劃澳優的人力資源策略，制定了員工招聘、發展及挽留的三年計劃，配合本集團的業務發展策略，為業務突飛猛進提供基礎。

經過近年的招聘和多項收購，本集團旗下中國、荷蘭及澳洲附屬公司的人手規模已超過3,000人。僱員團隊擴張促使澳優更加悉心照顧員工。澳優提供具競爭力的薪酬待遇、安全包容的工作環境以及足夠資源協助員工個人和事業發展。年內亦已進行定期及一次性內部參與工作，促進溝通和收集意見，為未來成長鋪路。

吸引及挽留人才

要為目標市場開發和生產優質創新乳製品及營養品，人才不可或缺。因此，本集團嚴格遵守各經營地區的適用法律及法規，保障僱員權益，且本集團絕不容忍童工、強制勞工或者因性別、種族、年齡、宗教或其他原因而成的歧視。

個案研究



鼓勵不同背景的員工在文化交流活動中溝通

藉員工參與活動促進社會和諧

作為跨國企業，提供多元和包容的工作環境對吸引和挽留世界各地人才至關重要。年內，各地區分部積極舉辦各種活動，按照各地情況促進工作場所和諧。

澳洲業務歡度澳洲國慶日、農曆新年及印度燈節，在工作環境中彰顯文化共融。這些節慶不但有助員工學習彼此文化，更鼓勵各地人於慶典中開誠舒暢地交流。





員工於活動中繪畫



本集團於荷蘭舉辦員工活動，以促進工作與生活的平衡，鞏固員工相互關係，節目包括繪畫、調酒、高爾夫球及舞蹈等工作坊和活動。

於二零一七年八月，中國所有員工與家屬均獲邀參與「家庭日」活動，活動旨在對員工表示感謝，同時鞏固員工家庭關係。



荷蘭海倫芬新廠房開放日

於二零一七年九月，荷蘭業務舉行開放日。員工、家屬等合共約400名訪客參加本集團新的澳優海倫芬廠房開放日。參加者享用糕點與飲料，

並參與新廠房簡介會和導賞團，深入了解本集團新生產基地的工序。



持續溝通，改善僱員福利

為了表達對員工的關懷、保障其利益，澳優設有正式溝通及回應渠道。

所有中國員工均可瀏覽為他們而設的內部通訊和微信群，取得澳優的最新消息，增進雙向溝通效果。

荷蘭業務透過定期內部通訊雜誌「The Formula」及「m.elk」分享員工訪問以及澳優的新知。此外，荷蘭業務現已推出崗前培訓課程，為新同事介紹澳優及其員工、產品和工序等。



The Formula
及 m.elk
(二零一七年
十二月號)



中國員工內部通訊

促進新收購附屬公司融入澳優大家庭

澳優運用多種方法理解新收購附屬公司員工的觀點，展示對其原有工作文化的尊重，促進員工融入澳優大家庭。

自二零一六年九月完成收購NCP以來，澳優的首要工作一直為簡化招聘程序和僱員發展計劃。澳優亦十分重視員工的需要，透過開啟員工與管理層之間的溝通大門，讓員工暢所欲言。NCP將推出企業核心價值活動，誠邀其員工透過網上調查及課堂分享他們重視的價值，冀能將員工的價值觀融入澳優的價值觀之中。

自二零一七年七月收購ADP以來，澳優一直專注於透過鼓勵溝通提升員工參與度。舉例而言，澳優會在可行情況下邀請辭職員工出席離職面談，從而了解他們的觀點，協助發掘改善空間。



培育員工成長

僱員發展一直是本集團人力資源策略的重心。為了在澳優大家庭中培養積極學習的環境，本集團確保員工獲得足夠學習機會。透過內部系統化培訓課程與外界培訓機構並用，本集團幫助員工在所有崗位和職務發揮及善用所有潛能。年內，本集團向超過80%員工提供培訓，培訓時數逾27,000小時。

於所有據點提供系統化培訓， 培育社會人才

本集團旗下附屬公司已制定系統化培訓計劃，旨在促進員工個人和事業成長。舉例而言，本集團所有新員工均獲提供崗前培訓，裝備履行日常職務所需知識和技能，加快融入崗位。

澳優在荷蘭與Van Hall in Leeuwarden, Windesheim and Landstede等地區性培訓機構合作，向生產人員提供食品科技培訓。

澳優大學－務實進取，專業誠信



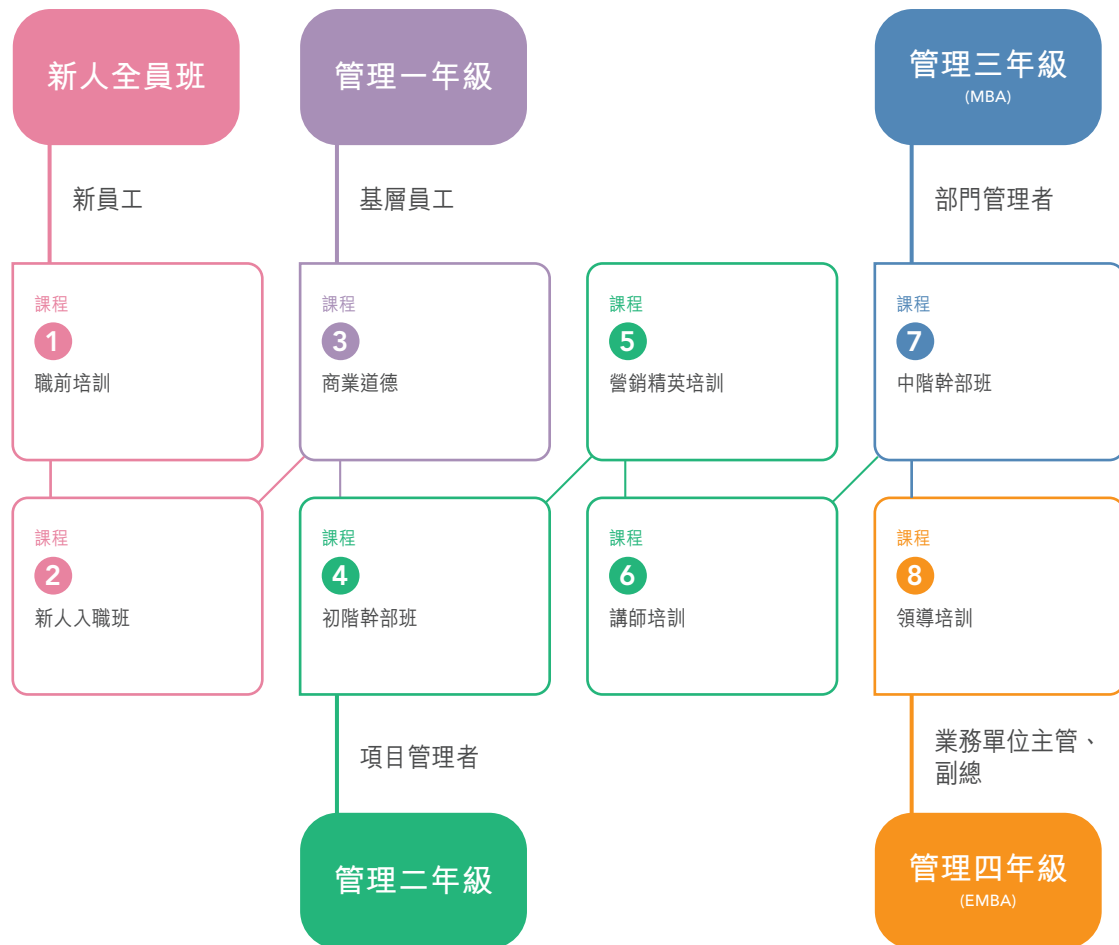
澳優大學
Ausnutria University

—— 務實進取，專業誠信 ——

創建於二零一五年的中國澳優大學乃一所為了孕育人才而設的企業大學。澳優大學向本集團員工提供學習支援及培育持續進修文化，從而配合本集團的「黃金十年」戰略計劃。澳優大學的三大核心目標為(i)提升員工質素；(ii)發揮組織績效；及(iii)培育追求卓越的文化。澳優大學羅致約40名專業導師，滿足員工需要，發揮員工潛能。澳優大學為本集團管理層和高級管理層提供管理三年級(MBA)及管理四年級(EMBA)課程，配合其事業發展。澳優大學於二零一七年增加課程選擇，提供事業規劃、商務寫作、客戶管理及品牌力量等培訓。下一階段，澳優大學將專注於發展專業系列及網上課程，包括營銷、採購、供應鏈、行政、人力資源及財務培訓，進一步幫助員工實現事業目標。



澳優大學提供五個階段八大類班級，幫助員工全面成長



澳優大學榮獲二零一七年度
中國最具成長性企業大學

澳優大學於二零一七年十二月榮獲二零一七年度中國最具成長性企業大學，肯定本集團建設澳優大學的努力、澳優大學的教學質素以及全體員工的精誠合作及支持。

未來三年，澳優大學將以成為國內最佳企業大學為目標。本集團會將培訓經驗輸出到荷蘭、澳洲及新西蘭團隊，銳意成為國際乳品及營養行業中的優秀教育機構。



個案研究

澳優大學－ 培育未來領袖的搖籃



二零一七年十一月，澳優大學在北京舉行的中國人才發展社群（CSTD）「全國學習設計大賽」中獲得嘉許。澳優的「追求卓越－領導人才發展項目」從210個參賽學習項目中脫穎而出，喜獲本次大賽設計金獎。此殊榮在企業培訓行業中備受高度認可。

隨着「黃金十年」戰略佈局的開啟，澳優深明職業化、高效和卓越對業務運作的重要性，對其高層管理人員提出了更高的要求，因此啟動了「追求卓越－領導人才發展項目」，加快團隊的成長速度。為澳優培育一批卓越及專業化高層管理人才對實現澳優夢至關重要。

「追求卓越－領導人才發展項目」旨在建設完整的人才培養體系，加速各層級人才培養工作，通過一對一輔導、集中課程及測評等，激發了高層管理人才的領導力潛能，實現了澳優業績的突飛猛進。



澳優於二零一七年獲CSTD嘉許



維持工作場所安全和健康

本集團矢志確保員工可在工作場所發揮所長，保護其免受工業傷亡與疾病傷害。年內，澳優已全面遵守所有業務運作地區有關健康與安全的當地法律及法規。

推行職業健康與安全措施，保障人員安全

澳優已於全集團推行職業健康與安全措施，保障寶貴人員的安全，尤其是經常需要人手處理工序的生產設施。所有設施均設有健康與安全委員會或主任，檢討職業健康與安全關鍵績效指標。委員會之間亦舉行定期會議，討論及檢討職業健康與安全程序和政策。本集團亦於所有設施提供安全培訓，以提升前線員工的安全意識，讓其熟習應急程序和逃生路線，將意外傷亡減至最少。

本集團亦已施行其他職業健康與安全措施，配合不同地區的法規和需要。荷蘭的廠房委託第三方每三年進行安全風險評估，確定關鍵健康與安全風險。荷蘭Leeuwarden廠房最近已於二零一七年對所有機器及設備進行詳細風險評估，改善安全績效。NCP亦於二零一七年進行職業健康與安全審核，下一步將審視結果，確認優先次序，減低職業健康與安全風險。

持續改進，減低職業健康與安全風險

本集團各附屬公司同心同德，專注減低職業健康與安全風險，保障人員安全。澳洲和荷蘭附屬公司更已加大有關投資。

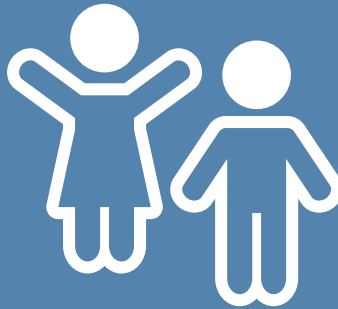
於二零一八年投產的荷蘭澳優海倫芬廠房甚為自動化，其創新設計成就最安全的工作環境。同樣地，澳洲的NCP亦計劃於二零一八年將生產線升級，減少人手加工程序，從而降低安全風險。

本集團更進一步，在附屬公司層面籌組健康安全委員會，監督荷蘭全部五座廠房，提高聯絡效率及方便協調。委員會將於二零一八年隨澳優海倫芬廠房全面投產後成立。與此同時，網上健康安全培訓平台亦正在籌備，預計於二零一八年推出。此一網上平台將方便前線員工隨時取得健康與安全學習材料。

向所有廠房員工提供安全培訓，保障人員安全



09



與顧客

締造共同價值





成為全球最受信賴的配方奶粉及營養健康企業

秉持成為全球最受信賴的配方奶粉、營養健康企業的願景，澳優致力為顧客的健康和幸福提供最安全且最優秀的產品。為此，澳優從篩選供應商和原材料起以至於將產品送到顧客手上等環節中貫徹嚴格的品質控制。澳優關心顧客的權益和權利，並重視每一項反饋。澳優悉心聆聽顧客意見，以便改善及創新符合由嬰幼兒到長者各年齡層的營養需要的產品。

創新源於研究及開發

澳優對研發的投資從不間斷，力求為顧客提供創新且優秀的產品，同時符合與知識產權有關的法規。澳優共有十二個已向國家食品藥品監督管理總局（「CFDA」）註冊的乳品品牌。此外，截至二零一七年十二月三十一日為止，澳優已取得合共59項註冊專利和37項授權專利（將於接獲授權書後成為註冊專利）。澳優於中國、荷蘭和澳洲自設研發團隊，針對當地市場進行不同的研究。澳優積極鼓勵各團隊分享知識，從而為顧客帶來最大利益。

各研發團隊與全球各地知名大學、研究所及業界夥伴緊密合作。這些戰略夥伴關係讓澳優內外專才並用，應對日新月異的監管規定和市場需求。於二零一七年，中國研發團隊一方面繼續與北京大學醫學院進行母乳儲存和成份的研究，同時與中國農業大學和台灣中山醫學大學結成新的夥伴關係，對乳製品進行更廣泛的研究，包括研發新產品以及本集團旗下配方奶粉的營養和醫療用途。



位於中國長沙的澳優食品與營養研究院



一個高級別戰略科學委員會 (Scientific Board) 已於年內成立，以支援荷蘭的研發工作。該科學委員會匯聚兒科、過敏學、食品加工和營養範疇的教授和專家等各界外部專才。在二零一七年三月為期兩天的「放遠目光，超越明顯 (A Look Beyond The Obvious)」會議上，該科學委員會已正式亮相和啟動，隨即與澳優的內部研究員和科學家進行有關開發更接近母乳的嬰幼兒配方奶粉及令嬰幼兒配方奶粉適配所有嬰兒的深入交流。這些合作項目成為知識交流的平台，並提供不斷進步的機會。



主要研發重心之一是改善現有配方奶粉產品及為不同市場研發新配方，滿足嬰幼兒和小童的獨有需要。為此，澳優於二零一七年精心挑選配方奶粉成份及添加營養素，開發了10多種新牛奶和羊奶配方。



Kid's Care 是於二零一七年新開發的配方牛奶粉，有助於胃口不佳的偏食兒童健康成長發育。產品添加核苷酸、ARA和DHA等有益營養，能夠成為小童的單一營養來源或補充品。



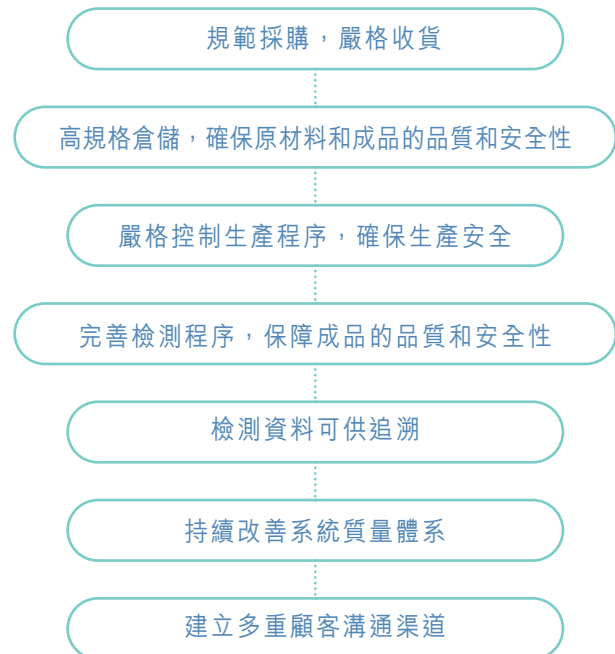
此外，澳優亦與由知名研究組織TNO分拆的荷蘭獨立研究機構Triskelion合作，研究羊奶產品是否易於消化。研究於二零一七年完成，結果顯示嬰幼兒配方羊奶粉的奶白質吸收率相對嬰幼兒配方牛奶粉與人奶更為接近。結果已於歐洲兒科胃腸病學、肝病學和營養協會（European Society for Paediatric Gastroenterology, Hepatology and Nutrition）等科學盛事上及兒科胃腸病學和營養期刊（Journal of Paediatric Gastroenterology and Nutrition）中發表，並獲後者給予優異嘉許（Poster of Distinction）。

本集團的營養品研發團隊投放資源於革新現有產品以回應市場需求，尤其是為NCP的產品增添各種天然成份，以及改善顧客體驗。二零一七年取得重大研發結果，包括新增膠囊式益生菌藥丸，取代粉末式包裝，以提供更加衛生及易控制劑量的產品。養胃粉（Gut Relief）（一種對胃腸道有利好作用的營養品）亦已推出獨立包裝，便於攜帶及處理。再者，NCP為了迎合維他命D3產品顧客的喜好，從天然來源（地衣）抽取維他命D3以取代動物性來源，並由液態變為口服噴劑，更為方便。

心繫產品品質和安全性

澳優在「七重保護」原則指引下確保產品的品質和安全性。澳優完整的綜合生產鏈讓其充份控制乳製品和營養品由篩選原材料起至與最終用家溝通止的整個生產和分銷過程。有關挑選及管理供應商的詳情，請參閱[與商業夥伴締造共同價值](#)。

確保產品品質的七重保護





詳細品質保證程序已經實施，以消除與生產程序有關的健康與安全危害。具體而言，所有乳品工廠均已採用良好生產規範（「GMP」），確保產品生產過程一致、受控和符合品質標準。荷蘭廠房亦已獲得FSSC 22000食品安全體系認證、ISO 22000食品安全管理體系認證及危害分析重要控制點等其他食品安全管理體系認證。

澳優產品分銷地域的當地政府亦分批抽驗及定期審核製成品，進一步保證本集團乳製品的品質。其中，所有產品樣本已通過本集團主要市場中國的CFDA測試，為顧客提供進一步的品質和安全保證。

在澳洲生產的營養品符合GMP、國際醫藥品稽查協約組織指引和相關政府規例。於進入實際生產階段前，所有原材料必須通過全面的評估程序。於推出市面前，皆會對每一批產品進行在生產過程中的質控檢查和實驗室檢測，以進一步保證品質。同時設有穩定性測試計劃，監察已流入市面的藥品的穩定性。

產品回收程序

如遇上產品回收，本集團已備有應急計劃，確保妥善處理事故，將對顧客造成的健康與安全風險降至最低。舉例而言，本集團設有全面產品回收程序，確保能夠迅速和全面地回收有潛藏隱患的已售乳製品。同樣地，本集團亦已制定監控及監察旗下營養品回收事故的產品回收程序。如出現顧客投訴、地方機關或本集團的產品品質檢查不合格或負面媒體報導，皆可能啟動有關程序。一旦回收產品，本集團將按照內部程序採取適當行動，確保有效地收回及處理不合格和不安全的產品。本集團亦會於調查期間追查生產程序以及所有成份、原材料和包裝的供應，慎防問題再現。

於匯報期間內，並無因健康與安全問題而回收產品。

成功有賴顧客參與

隨着全球供應鏈及銷售網絡成型，本集團的顧客基礎不斷擴大，不單止涵蓋為孩子選購澳優配方奶粉產品的父母，更吸納了有意透過澳優旗下營養品改善健康的普羅大眾。澳優近年積極建立平台接觸顧客，透過分享最新產品資訊、提供育嬰和保健知識以及增進顧客交流，與顧客合作締造價值，造福社群。



澳優已在中國領先的社交媒體平台微博為旗下各主要乳品品牌（包括佳貝艾特、能力多和海普諾凱1897）的顧客設立社交平台。平台以媽媽和準媽媽為對象，現時會員總數約達130,000名。這些平台鼓勵會員間討論及分享保健和育嬰等知識，為他們提供互動和社交的途徑。澳優的營養專家積極參與平台討論，確保會員間分享的資訊準確、真實和不會對顧客和孩童造成傷害。澳優亦定期於這些平台上舉辦活動，諸如「曬圖」和「話題集」，讓會員藉照片和故事分享育兒經驗，互相學習。這些平台不但凝聚顧客、建立社群，更重要的是為各位媽媽建立自信，向社群作出貢獻。



澳優社交媒體平台的會員數達

130,000+



本集團旗下各主要乳品品牌的微博平台





除持續透過社交媒體平台與顧客溝通外，澳優亦於二零一七年初委託獨立第三方在澳洲推出四星期部落格撰寫計劃。15名特選媽媽獲邀分享其使用澳優產品的經驗，例如她們的小孩使用澳優產品後的情況。澳優的營養師亦透過部落格與媽媽們保持密切聯絡，仔細分析她們的意見和期望。

澳優繼續與中國電視節目「辣媽學院」合作，於二零一七年開展「辣媽能寶養成記」活動。在高端奶粉品牌能力多「I know U can」的信念下，澳優希望在中國宣揚獨立自信辣媽的思維，讓社會認識媽媽的價值。節目邀請多位媽媽競逐「最佳辣媽」殊榮，然後將她們塑造成網絡紅人。專家導師獲邀在比賽過程中提供育兒及管教意見和指引。



二零一七年「辣媽能寶養成記」活動





自二零一六年以來，澳優旗下的配方羊奶粉品牌佳貝艾特亦一直與金鷹卡通合作在中國推出電視節目「愛寶貝曬一曬」。節目播放由觀眾分享的有趣兒童視頻，鼓勵觀眾互動。佳貝艾特協助節目每年製作一集特備節目，向觀眾介紹佳貝艾特於荷蘭的山羊牧場和生產廠房以及荷蘭文化。

NCP的營養品僅供業界處方，通過經銷商和醫生向最終用家提供。為確保最終用家獲得對他們健康最合適的產品，NCP舉辦座談會和網上研討會向經銷商及醫生介紹新產品。於二零一七年五月，NCP就人類微生物群系在澳洲舉行全國路演，邀請在整合醫學和益生菌範疇經驗豐富的Samantha Coulson 博士向顧客演講。逾250名與會經銷商和醫生的回應正面。此外，NCP亦每月製作及向經銷商及醫生發出通訊和小冊子，提供產品資訊，讓他們了解新產品的配方、用途和益處。



「愛寶貝曬一曬」中的佳貝艾特荷蘭山羊牧場和生產廠房特輯



案例研究

向顧客宣揚羊奶的好處

佳貝艾特嬰幼兒配方羊奶粉以源自荷蘭山羊牧場的優質羊奶精製。

許多父母對佳貝艾特等配方羊奶粉產品仍然相對陌生。由於市場有待開拓，故澳優積極參與國際與全國性會議和展覽，提升大眾對羊奶產品和其營養價值的認知。

澳優的代表於第四屆國際營養及成長會議上與公眾分享羊奶的好處

澳優於Nine Months Fair荷蘭嬰童展中展出其羊奶產品



舉例而言，澳優於二零一七年三月作為參展商參加於荷蘭阿姆斯特丹舉行的第四屆國際營養及成長會議（4th International Conference on Nutrition Growth），會議聚集約1,300名健康護理專業人士交流意念和知識。澳優亦於二零一七年二月在荷蘭阿姆斯特丹一年一度的Nine Months Fair荷蘭嬰童展設立展攤，展覽吸引逾50,000父母和準父母參觀。澳優編製了常見問題指南、醫療和消費者小冊子、名片等通訊和教育材料，簡介羊奶的好處和相關科學實證。本集團希望通過這些平台向無法餵哺母乳的顧客提供更多有關配方羊奶粉的資訊。



重視顧客權益和需要

本集團銳意成為全球最受信賴的配方奶粉及營養健康企業，堅持負責任的產品營銷手法。本集團的營銷及銷售方法均符合相關地方法律及法規，確保所有通訊和營銷資料均誠實、準確、透明以及顧及顧客觀感和需要。澳優雖為嬰幼兒配方奶粉供應商，但依然深信母乳是嬰兒的最佳營養來源。澳優支持世界衛生組織的建議，嬰兒出生後首六個月應只餵哺母乳，因此不會向顧客推廣第1階段（0至6個月）的嬰幼兒配方奶粉。同樣地，澳優致力確保為顧客提供的資料相關且足夠，讓顧客選購最合適的產品。因此，澳優已於年內對所有營養品進行致敏源測試，並於產品的成份表中載列有關主要致敏源的相關資料。此舉亦有助澳優符合澳洲日益嚴格的食物標籤規定。

澳優已制定政策保護顧客資料和私隱，保障會員和網上平台用戶的個人資料。澳優會不斷提升數據保安及顧客私隱度，使常規符合相關的最新監管規定。於匯報年度內，並無發現任何洩露顧客資料的事故。

回應顧客反饋

澳優非常重視顧客的需要和意見，故已建立多重互動渠道收集顧客反饋，冀能超乎顧客所想。一旦接獲顧客有關產品質量的投訴，澳優會即時採取行動，調查問題所在，並提出糾正和預防行動計劃，防止事件重演。

澳優在其主要市場中國善用微信和QQ等網上平台積極收集顧客反饋，借助人工智能技術以及照片和動畫等多媒體回應顧客反饋。為了增進與顧客的溝通，已設置顧客服務熱線，處理顧客查詢和投訴。服務熱線的談話均會被錄音和抽樣監察，確保對顧客疑難的回應得宜。鑑於顧客投訴或許反映產品未符顧客預期，澳優視每一宗客訴為改進機會，故已建立專責團隊負責處理投訴。一旦接獲投訴，顧客服務團隊會確定投訴的嚴重性和調查的優次。澳優保證分別能夠於12和48小時內充份回應重大和一般投訴，以確保產品品質。

澳優於提升現有產品品質和開發新產品時會考慮顧客意見。為了回應澳洲市場的顧客反饋，NCP已更改維他命及礦物質產品Cartaq 150的膠囊材料，以天然植物膠囊取代牛明膠膠囊，滿足澳洲日增的素食者需要。使用天然植物膠囊亦有助清除不良人工賦形劑。



此外，鑑於澳洲顧客飲食習慣備受當地文化和宗教習俗影響，澳優仔細分析該等顧客的需要。例如本集團特別推出眾多產品滿足澳洲市場需要，包括有機產品、為個別健康狀況而設的低升糖指數產品以及猶太教和清真產品等。

10



與社區

締造共同價值



支持社區發展 對外對內發揮價值

澳優乃負責任的公司，不僅重視其產品和服務對社會的貢獻，更關注每一個家庭的需要，尤其是未能負擔或取得品質優良、營養豐富的乳製品及營養健康產品的家庭。澳優為社區出錢出力，致力為母嬰健康出一分力，締造更美好的將來。澳優的社區投資包括直接捐獻和贊助以及舉辦慈善活動。澳優亦鼓勵員工攜手參與社區項目。於二零一七年，本集團的中國、荷蘭和澳洲附屬公司戮力同心，作出合共人民幣2,047,000元的現金捐款、約人民幣3,000,000元的物資贊助。

滿足需要互惠互利

澳優積極支援社區，慷慨解囊，亦捐獻實物，主要為自家乳製品。澳優亦針對社會需要組織善舉，包括「佳貝艾特優愛行動」、「生命早期1000天營養健康行動」、「加倍eye護睛溼行動」、「西藏 格桑夢 營養行」、「中國新生兒營養健康平台」和「優跑團」等。各附屬公司亦參與由第三方舉辦的社區活動，例如由特殊兒童基金會（Special Children Foundation）舉行的特殊兒童聖誕聯歡。澳優的社區活動包括以下項目：



佳貝艾特優愛行動滋養家庭

佳貝艾特優愛行動自二零一三年以來一直是澳優支援中國有需要家庭的核心社區投資項目之一。澳優堅守佳貝艾特確保每一個家庭都能享受百分百優質羊奶的宗旨，聯合全國員工、顧客、經銷商和母嬰從業人士一起服務各省市。澳優走訪貧困家庭、社會福利院、孤兒院、復康醫院等，提供嬰幼兒配方及兒童補充品，以優質乳製品支援不同家庭。於匯報年度，澳優向佳貝艾特優愛行動捐獻人民幣690百萬元。自二零一三年以來，澳優社區活動覆蓋26省245市，造福嬰幼兒健康。



宣揚生命早期營養的重要性

澳優深明生命早期1000天對嬰兒日後健康發展的重要性，一直重視為嬰幼兒提供良好營養，以及其對嬰幼兒生長發育的影響。因此，澳優啟動了「生命早期營養1000天」的專案，深入研生命早期營養的重要性，更重要的是提升公眾對此概念的認識。澳優聯合部分城市醫院，對大量家庭對象進行連續三年的跟蹤研究。為了響應中國政府公佈落實的「生命早期1000天營養健康行動」，澳優牽頭向中國準父母和家庭宣揚嬰幼兒生命早期營養和母乳餵養的重要性。於二零一七年，澳優為超過12,000個家庭舉行了17個科普教育專案和13個其他教育項目。澳優亦製作了4個電台直播節目，利用大氣電波宣揚科普知識，聽眾人數超過6,000名。



「生命早期營養1000天」專案



「加倍eye護睛濛行動」啟動會

教育大眾，提升意識

佳貝艾特最近推出全新兒童配方奶粉，主打3歲或以上兒童護眼所需。澳優亦與中國兒童少年基金會共同啟動向家庭傳授護眼知識的「加倍eye護睛濛行動」公益項目，提高護眼意識。佳貝艾特更捐贈人民幣1百萬元支持項目初期發展和運作。該護眼教育項目整合眼科專家、營養專家資源，深入到中國上海、廣州、長沙等市家庭。



中國新生兒營養健康管理專家平台



早於二零一六年九月，海普諾凱生物科技有限公司已經與中國醫師協會兒童健康專業委員會－中國新生兒營養與健康管理專家委員會共同啟動中國新生兒營養健康管理專家微信公眾平台。該平台吸引50多名營養與食品、新生兒科、圍產醫學、兒科等多學科專家聚首，旨在提倡「健康醫學」理念，關注生命早期營養。



西藏 格桑夢 營養行

海普諾凱1897、中國新生兒營養健康管理專家平台及北京大學醫學部於二零一七年攜手走進西藏共同開展暑期公益行動。團員在專家帶領下探訪醫院、大學、小學、研究所和貧困家庭，提供免費醫療教育和臨床服務。



第二屆中國「優跑團」



本集團旗下能力多、佳貝艾特、海普諾凱、美納多、美優高、液態營養品等主要業務單位的員工參與此次活動

二零一七年十月，澳優於中國舉辦了第二屆「優跑團」，希望寓體育於慈善，充份發揮員工運動潛能。在主席顏衛彬先生的帶領下，300餘名員工參與了是次年度慈善體育盛事。為了推動生活和社區健康，去年跑得最多公里的八位員工因對運動的熱誠而獲得獎勵。他們按自己的喜好選擇想支持的公益項目，再由澳優以他們的名義捐款。

澳優秉承「全球營養 呵護成長」的宗旨，致力支持有需要的嬰幼兒、母親和家庭，攜手締造本集團及社區的長遠價值。澳優將繼續投資於社區項目，於擴充業務之同時滿足社會需要，滋養生命。澳優期待與各界社會慈善團體合作，積極回應社會發展的營養需要。

數據表

環境績效		
	單位	二零一七年
溫室氣體排放量		
直接溫室氣體排放量(範圍1) ¹	噸二氧化碳當量	13,170
間接溫室氣體排放量(範圍2) ²	噸二氧化碳當量	14,655
溫室氣體總排放量密度	噸二氧化碳當量／噸產品	0.56
廢棄物處理^{3、4}		
紙、木、塑膠、金屬和卡紙等一般廢棄物	噸	108
剩餘奶粉	噸	18
有害廢棄物 ⁵	噸	5
回收廢棄物		
紙、木、塑膠、金屬和卡紙等一般廢棄物	噸	571
剩餘奶品	噸	7,907
剩餘奶粉	噸	246
能源耗量		
購電量	千瓦時	21,868,595
天然氣耗量	立方米	7,491,289
能源總耗量	千兆焦耳	322,612
能源總耗量密度	千兆焦耳／噸產品	6.53
耗水		
市政供水	立方米	40,973
地下水	立方米	189,950
總耗水量	立方米	230,923
總耗水量密度	立方米／噸產品	4.68
所用主要包裝材料		
紙及木	噸	2,875
錫	噸	6,735
塑膠	噸	858
玻璃	噸	4.21

社會績效		
	單位	二零一七年
僱員資料		
僱員總數	人數	3,060
按僱傭類別劃分的僱員總數		
長期(全職)	人數	2,828
長期(兼職)	人數	69
臨時	人數	163
按性別劃分的僱員總數		
男性	人數	1,706
女性	人數	1,354
按年齡組別劃分的僱員總數		
30歲或以下	人數	1,446
31至40歲	人數	1,161
41至50歲	人數	302
50歲以上	人數	151
按地區劃分的僱員總數		
中國	人數	2,373
荷蘭	人數	526
澳洲	人數	161
僱員流失比率		
僱員流失比率	%	35.82
按性別劃分的僱員流失比率		
男性	%	38.22
女性	%	33.27
按地區劃分的僱員流失比率		
中國	%	38.07
荷蘭	%	10.84
澳洲	%	26.67
職業健康與安全		
受傷比率	每200,000工時的 受傷宗數	5.19
損失工作日數	日	144
損失工作日數比率	每200,000工時 損失的工作日數	27.69

社會績效		
	單位	二零一七年
發展及培訓		
受訓僱員百分比 ⁶	%	81
按性別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數		
男性	小時	8
女性	小時	10
按僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數		
高級管理層	小時	30
中級管理層	小時	20
員工	小時	7
前線僱員	小時	2
供應鏈管理		
按地區劃分的嬰幼兒配方奶粉業務供應商數目		
荷蘭	數目	56
中國	數目	46
澳洲	數目	13
其他地區	數目	30
按地區劃分的營養品業務供應商數目		
澳洲	數目	124
中國	數目	16
其他地區	數目	2
社區投資		
現金捐款總額 ⁷	人民幣	2,047,000

¹ 二零一七年取得472個核證碳標準 (Verified Carbon Standard) 單位，從直接溫室氣體總排放量減少了472噸二氧化碳當量

² 於二零一七年，16,500千瓦時的耗電量獲得綠色認證，即源自可再生能源（風力及生物質）

³ 無害廢棄物總產生量為已處理及已回收無害廢棄物（包括一般廢棄物、剩餘奶品及剩餘奶粉）總量的總和

⁴ 有害廢棄物總產生量為已處理有害廢棄物的數量

⁵ 有害廢棄物按營運地區地方標準界定，包括廢機油、實驗室化學廢料及其他工業廢物

⁶ 受訓僱員百分比按向僱員提供的培訓課程數目估算

⁷ 所列金額包括本集團旗下所有附屬公司於二零一七年所作的捐款

港交所ESG報告指引索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		參閱／註釋	頁次
A. 環境			
層面A1：排放物			
一般披露		為環境締造共同價值	21-25
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	根據權益人參與程序，此項關鍵績效指標被視為並不重要，並無列作重要指標。	不適用
關鍵績效指標A1.2	溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度。	數據表	55
關鍵績效指標A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度。	數據表	55
關鍵績效指標A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度。	數據表	55
關鍵績效指標A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果。	為環境締造共同價值	21-25
關鍵績效指標A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	為環境締造共同價值	21-25
層面A2：資源使用			
一般披露		為環境締造共同價值	21-25
關鍵績效指標A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量（以千個千瓦時計算）及密度。	數據表	55
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度。	數據表	55
關鍵績效指標A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果。	為環境締造共同價值	21-25
關鍵績效指標A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。	為環境締造共同價值	21-25
關鍵績效指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位估量。	數據表	55
層面A3：環境及天然資源			
一般披露		為環境締造共同價值	21-25
關鍵績效指標A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	為環境締造共同價值	21-25

港交所ESG報告指引索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		參閱／註釋	頁次
B. 社會			
僱傭及勞工常規			
層面B1：僱傭			
一般披露		與員工締造共同價值	33-39
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	數據表	56
關鍵績效指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	數據表	56
		目前無法提供按年齡組別劃分的僱員流失比率。	
層面B2：健康與安全			
一般披露		與員工締造共同價值	33-39
關鍵績效指標B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	二零一七年並無錄得因工作關係而死亡的個案。	不適用
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	數據表	56
關鍵績效指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	與員工締造共同價值	33-39
層面B3：發展及培訓			
一般披露		與員工締造共同價值	33-39
關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比。	數據表	57
		本集團向員工提供與其職務相關的定期培訓。於二零一七年，81%員工出席培訓。	
關鍵績效指標B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	數據表	57
層面B4：勞工準則			
一般披露		與員工締造共同價值	33-39
關鍵績效指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	與員工締造共同價值	33-39
關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	與員工締造共同價值	33-39

港交所ESG報告指引索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		參閱／註釋	頁次
B. 社會			
營運慣例			
層面B5：供應鏈管理			
一般披露		與商業夥伴締造共同價值	27-31
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	數據表	57
關鍵績效指標B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	與商業夥伴締造共同價值	27-31
層面B6：產品責任			
一般披露		與商業夥伴締造共同價值	27-31
關鍵績效指標B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	與顧客締造共同價值	41-49
關鍵績效指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	與顧客締造共同價值	41-49
關鍵績效指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	與商業夥伴締造共同價值	27-31
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	與顧客締造共同價值	41-49
關鍵績效指標B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	與顧客締造共同價值	41-49
層面B7：反貪污			
一般披露		關於澳優	10-15
關鍵績效指標B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	關於澳優	10-15
關鍵績效指標B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	關於澳優	10-15

港交所ESG報告指引索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	參閱／註釋	頁次
B. 社會		
社區		
層面B8：社區投資		
一般披露	與社區締造共同價值	51-54
關鍵績效指標B8.1 專注貢獻範疇。	與社區締造共同價值	51-54
關鍵績效指標B8.2 在專注範疇所動用資源。	與社區締造共同價值 數據表	51-54, 57