

香港交 及 算所有限公司及香港聯合交 所有限公司對本公告的內容 不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲 明，並 確表示， 不對因本公告全部或任何部份內容 產生或因倚賴 等內容 引致的任何損失承擔任何責任。



Yashili International Holdings Ltd

雅士利國際控 股 有 限 公 司

(於開 群島 冊成立的有限公司)

(股份代號：01230)

**截至2016年12月31日止之
年度業績公告**

財務摘要

截至12月31日止年度

2016

2015

變動比例

(特別列明外，所有金額以人民幣百萬元列示)

主要業績

營 額	2,203.3	2, 61.6	-20.2 %
毛利	1,037.3	1,402.3	-26.0 %
營溢利	-444.0	-40.3	1001. %
息稅折舊攤銷前利潤	-274.3	11 .2	-334.0 %
本公司 權持有人應佔溢利	-320.2	11 .3	-3 0. %
營現金流量淨額(附 1)	-		

雅士利國際控 有限公司(「本公司」或「雅士利」)董事會(「董事會」)謹此宣布本公司及其附屬公司(「本 團」)截至2016年12月31日止年度按國際財務報告準 (「國際財務報告準則」)製之合併 連同2015年的比較數字。本集團按國際財務報告準 製之截至2016年12月31日止年度之財務資料載 如下：

合併損益表

截至2016年12月31日止年度

	附	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
收入	4	2,203,315	2,615,111
銷售成本		<u>(1,166,015)</u>	<u>(1,352,244)</u>
毛利		<u>1,037,300</u>	<u>1,402,211</u>
其他收入及收益		227,396	1,466
銷售及 銷開支		(1,170,950)	(1,320,211)
行政開支		(389,555)	(20,000)
其他開支		<u>(148,230)</u>	<u>(2,000)</u>
經營虧損		<u>(444,039)</u>	<u>(40,250)</u>
財務收入	5	130,238	1,266
財務成本		(18,825)	(24,241)
淨財務收入		<u>111,413</u>	<u>163,011</u>
稅前溢利／(虧損)		(332,626)	122,666
所得稅抵減／(開支)	6	<u>12,408</u>	<u>(4,511)</u>
年度溢利／(虧損)		<u>(320,218)</u>	<u>11,256</u>
歸屬於：			
母公司 權持有人		<u>(320,218)</u>	<u>11,256</u>
		人民幣分	人民幣分
母公司普通股擁有人應佔每股盈利／(虧損)			
基本和攤薄		<u>(6.7)</u>	<u>2.6</u>

合併全面收益表

截至2016年12月31日止年度

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
年度溢利／(虧損)	<u>(320,218)</u>	<u>11,256</u>
其他全面收益		
可於以後期間重新分類至損益之其他全面收益：		
海外 營外幣報表折算差額	<u>76,667</u>	<u>62,66</u>
	<u>76,667</u>	<u>62,66</u>
現金流量 期：		
年內 期工具有效部分公允價值變動	—	(21,05)
轉至被 期 目賬面價值的金額	—	23,51
所得稅影響	—	(1,25)
提前 止損失轉至損益表確	<u>—</u>	<u>6,51</u>
	<u>—</u>	<u>,3</u>
可於以後期間重新分類至損益之淨其他全面收益	<u>76,667</u>	<u>1,354</u>
年度全面收益／(損失)總額	<u>(243,551)</u>	<u>1,610</u>
歸屬於：		
母公司 權持有人	<u>(243,551)</u>	<u>1,610</u>

合併財務狀況表
2016年12月31日

	附	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
非流動資產			
物、廠房及備		1,788,658	1,145,000
在建工程		38,812	33,151
投資物		67,486	20,000
土地使用權		93,734	51,600
無形資產		297,801	12,651
商譽		991,236	2,260,000
延稅資產		202,950	153,655
長期銀行存款		379,927	363,220
付款、金及其他應收款		5,496	—
非流動資產 額		<u>3,866,100</u>	<u>2,621,600</u>
流動資產			
存貨		619,876	641,010
貿應收款及票據	10	161,391	1,150,000
付款、金及其他應收款		191,230	2,240,000
其他金融資產		476,994	3,500,000
保證金存款	11	803,123	54,100,000
現金及銀行餘	11	1,642,818	2,400,560,000
分類為持有待售的處置資產		<u>3,895,432</u>	<u>4,530,000</u>
		<u>204,459</u>	<u>200,500</u>
流動資產 額		<u>4,099,891</u>	<u>5,041,200</u>
流動負債			
貿應付款	12	237,621	2,210,400
其他應付款及應費用	13	862,233	1,010,120,000
息銀行借款	14	1,143,091	461,660,000
應付所得稅		5,602	200,000
與分類為持有待售資產直接相關的負債		<u>2,248,547</u>	<u>1,664,504,000</u>
		<u>4,988</u>	<u>10,240,000</u>
流動負債 額		<u>2,253,535</u>	<u>1,644,000,000</u>
流動資產淨值		<u>1,846,356</u>	<u>3,366,310,000</u>
資產總值 流動負債		<u>5,712,456</u>	<u>5,000,000,000</u>

合併財務狀況表（續）

2016年12月31日

	2016年 人民幣千元	2015年 人民幣千元
非流動負債		
延收益	3,329	4,412
延稅 負債	<u>7,513</u>	<u>3, 3</u>
非流動負債 額	<u><u>10,842</u></u>	<u><u>,24</u></u>
資產淨額	<u><u>5,701,614</u></u>	<u><u>5, 0,642</u></u>
權益		
母公司擁有人應佔權益		
本	399,352	3 ,352
儲備	<u>5,302,262</u>	<u>5,5 1,2 0</u>
權益總額	<u><u>5,701,614</u></u>	<u><u>5, 0,642</u></u>

合併財務報表 註

2016年12月31日

1 呈列基準

等財務報表乃根據由國際財務報告準則（其中包括全部國際會計報告準則、國際會計準則及其解釋）的規定以及香港公司法的披露要求製。除衍生金融工具和其他金融資產以公允價值計量外，等財務報表已根據歷史成本慣例製。持有待售處置資產按照其賬面價值與公允價值減去處置費用的淨額孰低示。此外，等合併財務報表以人民幣（「人民幣」）呈，除另有指外，所有數值均整至最接近的千位數。

合併基準

合併財務報表包括本公司及其子公司於截至2016年12月31日止年度的財務報表。

子公司指由本公司直接或間接控制的實體（包括非法人實體）。當本集團因參與被投資企業的活動承擔或有權獲得可變回報，且有能力對被投資企業行使權力影響所得回報的金額（即本集團有對被投資企業相關活動施加影響的現行權利），視為本集團能夠控制被投資企業。

當本公司直接或間接擁有被投資企業半數或半數以下的表決權，本集團會考慮以下相關事實來確定其是否對被投資企業擁有控制：

- () 與被投資企業其他投票權持有者之間的協議；
- () 因其他協議擁有的權利；及
- () 本集團的投票權和潛在投票權。

嬰存

2 會計政策及披露事項的變動

本集團已於本年首次應用以下新 及 修 國際財務報告準 。

國際財務報告準 第10號、第12號修 本及 國際會 準 第2 號修 本(2011版本)	投資主體合並豁免
國際財務報告準 第11號修 本	收購於合營 務之權益的會
國際財務報告準 第14號	監管 延賬目
國際會 準 第1號	露主動性
國際會 準 第16號、第3 號修 本	可接 折舊及攤銷方法之分類
國際會 準 第41號修 本	: 國際會 準 第16號及生產性 物
國際會 準 第2 號修 本(2011年版本)	獨立財務報表的權益法
2012年至2014年 期之年度改	若干國際財務報告準 的修

除了以下已 被解釋的關於國際財務報告準 第1號修 後對財務報告的的影響，其他因採用新準 修 正案 產生的差異對於財務報告無 著影響。

國際財務報告準 第1號修 本小幅度的改 了財務報告的 露， 些修正案清 的展示了：

- () 在國際財務報告準 第1號中關於重要性的要求；
- () 在資產負債表和損益表中的某些特定 目有可 會被重分類
- () 報告主體在確定報告附 的 序 會擁有 的靈活性；及
- () 從採用權益法 量的聯營與合營企 獲得的其他 合收益份額必 以 數單獨 示，並且其中每一 合收益 需要標 其他 合收益 否會在未來被重新分類至收入或損失。

此外，修正案 確了在 露資產負債表和損益表 採用額外的小 數的規定。修正案對於本集團財務報告沒有 著影響。

3. 經營分部資料

自從2015年收購內蒙古歐世蒙牛乳製品有限責任公司(「歐世蒙牛」)、2016年收購美滋嬰幼兒品有限公司(「美滋中國」)，以及2015年底新西蘭乳的營，本集團歷了數次集團重，包購銷。

於2016年下半年，本集團根據產品和服務對營分部行重新分類，共有下三個可報告營分部：

- () 生產及銷售嬰幼兒配方粉產品 — 分部包在中華人民共和國(「中國」)及海外開發、製及銷售嬰幼兒配方粉產品。
- () 生產及銷售營養品 — 分部包在中國及海外開發、製及銷售成人及青少年粉、豆粉、米粉及麥片產品。
- () 其他務主要包生產及銷售主要供本集團內部使用的包裝材料，銷售盈餘原材料及出售基粉。等務的載於「其他」一欄。

可報告營分部的改變為了優化務單元的管理。可比較數字已溯整。

為便於在分部之間估分部表現及分配資源，高行政管理團隊會根據「可呈報分部溢利」的量(即「收入減去銷售成本和銷售及銷開支」)來估營分部的表現。本集團不會其他收入及收益、財務成本淨額、部份銷售及銷開支以外的開支分配至分部中，原因高行政管理人員並不會使用上資料分配資源至營分部或估其表現。由於本集團不會定期高行政管理人員匯報分部資產及負債，因此，此等財務報表內並無呈可呈報分部資產及負債的資料。

分部間銷售及轉參以當市價第三銷售所採用的售價行交。

	截至2016年12月31日止年度			合計 人民幣千元
	嬰幼兒配方 奶粉產品 人民幣千元	營養品 人民幣千元	其他 人民幣千元	
分部收入：				
銷售予外部客	1,462,414	668,150	72,751	2,203,315
分部間銷售	<u>20,436</u>	<u>25,274</u>	<u>—</u>	<u>45,710</u>
	<u>1,482,850</u>	<u>693,424</u>	<u>72,751</u>	<u>2,249,025</u>
對賬：				
抵銷分部間銷售	(20,436)	(25,274)	—	<u>(45,710)</u>
收入				<u>2,203,315</u>
分部業績	(164,950)	71,531	(16,589)	(110,008)
對賬：				
財務收入				130,238
財務成本				(18,825)
其他收入及收益				227,396
未分配的其他支出				<u>(561,427)</u>
除稅前虧損				<u>(332,626)</u>
其他分部資料				
折舊及攤銷	130,442	36,136	—	166,578
未分配款				<u>3,135</u>
折舊及攤銷額				<u>169,713</u>

截至2015年12月31日止年度

	嬰幼兒配方 粉產品 人民幣千元	營養品 人民幣千元	其他 人民幣千元	合 人民幣千元
分部收入：				
銷售予外部客	1, 1, 2	56, 2	12, 0	2, 61,5 1
分部間銷售	<u>54, 3</u>	<u>2 ,5 6</u>	<u>—</u>	<u>4,56</u>
	<u>2,046, 65</u>	<u>6,56</u>	<u>12, 0</u>	<u>2, 46,140</u>
對賬：				
抵銷分部間銷售	(54, 3)	(2 ,5 6)	—	<u>(4,56)</u>
收入				<u>2, 61,5 1</u>
分部業績	232,136	33, 2	311	266,42
對賬：				
財務收入				1 ,266
財務成本				(24,24)
其他收入及收益				1 ,4 6
未分配的其他支出				<u>(4 5,1 5)</u>
除稅前溢利				<u>122, 6</u>
其他分部資料				
折舊及攤銷	5,02	65,100	—	150,12
未分配款				<u>,35</u>
折舊及攤銷 額				<u>15 ,4</u>

4. 收入、其他收入及收益

本集團主要從事乳製品及營養品生產及銷售。營 收入，即 客 供應的貨品的銷售價值。收入不包銷售稅，並 除任何銷售折 。

本集團的客 基礎 元化，於年內，並無任何單一客 的交 所帶來的收入佔本集團 營 額的10%或以上。

5. 稅前溢利／(虧損)

本集團的稅前(虧損)／利潤乃除／(增加)下各後算所得：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
貨品銷售成本	1,166,015	1,352,244
物業、廠房及設備折舊*	159,375	13,250
投資物業折舊	2,457	3,043
土地使用權攤銷	2,031	2,100
其他非流動資產攤銷	3,078	4,411
無形資產攤銷	<u>2,772</u>	<u>5,250</u>
折舊及攤銷總額	<u>169,713</u>	<u>15,004</u>
房屋的經營租賃最低租金	6,444	11,200
核數師酬金	3,190	2,300
僱員福利費*(不包董事及主要行政人員薪酬)：		
工資、薪金及津貼	447,331	344,550
離職補償	74,132	2,110
退休金供款(定額供款)	<u>38,644</u>	<u>3,500</u>
	<u>560,107</u>	<u>442,643</u>
利息收入	(103,522)	(122,540)
其他投資的收益	<u>(26,716)</u>	<u>(64,260)</u>
財務收入總額	<u>(130,238)</u>	<u>(186,800)</u>
貿易應收賬款減值	<u>296</u>	<u>146</u>

* 部分的等成本和費用已包在上述披露的「貨品銷售成本」中。

6. 所得稅開支／(抵減)

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
即期所得稅	9,722	53,555
本年內確 以往年度的即期稅 整	13,194	2,360
延所得稅	<u>(35,324)</u>	<u>(51,000)</u>
本年度稅 支出／(抵減)	<u>(12,408)</u>	<u>4,511</u>

在年度內，就除稅前(虧損)／溢利按中國法定所得稅稅率 算的所得稅(抵減)／開支，與按照本集團實際所得稅稅率 算的所得稅(抵減)／開支，對賬如下：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
除稅前(虧損)／溢利	<u>(332,626)</u>	<u>122,600</u>
按中國法定稅率25%(2015年：25%)	(83,157)	30,620
本年內確 以往年度的即期稅 整	13,194	2,360
不可 稅開支的影響	10,703	,000
不同稅率的影響()	(40,800)	(15,153)
未確 稅 虧損	158,485	5,610
動用以往未確 稅 虧損	(50,254)	(6,550)
不徵稅收入的影響	<u>(20,579)</u>	<u>(20,040)</u>
本年度按實際稅率 算的稅 支出／(抵減)	<u>(12,408)</u>	<u>4,511</u>

() 根據第十屆全國人民代表 會於2008年3月16日通過的《中華人民共和國企 所得稅法》(「新稅法」)，本集團中國附屬公司自2008年1月1日起的法定所得稅稅率為25%。根據《關於深入實施西部開發 略有關稅收政策問 的通知》，歐世蒙牛享有15%的優惠稅率。

根據開 群島及英屬處 群島(「英屬處 群島」)的規定及法規，本集團無 在開 群島及英屬處 群島 任何所得稅。

本集團2016年香港利得稅撥備 以本年度的估 應 稅溢利，按照16.5%(2015年：16.5%)的稅率 提。

根據新西蘭國家的規定及法規，本集團在新西蘭的所得稅稅率 2%(2015年：2%)。

7. 股息

本年度的股息載如下：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
息：		
本年宣派及支付		
— 通 息()	<u>35,477</u>	<u>4,505</u>
擬派：		
— 末期 息：無(2015年：每 通 人民幣0.5分)()	<u>—</u>	<u>35,4</u>

附：

() 於2016年6月3日本公司 年 會上 宣派上一財政年度末期 息每 通 人民幣0.5分。

() 擬派年度末期 息 由本公司 於應屆 年 會 。

8. 本公司普通權益持有人應佔的每股盈利／(虧損)

每 基本盈利／(虧損)乃根據年內母公司 通權益持有人應佔利潤／(虧損)除以年內已發行 通 的加權平均數 算。

本公司無潛在攤薄 本。

算每 基本和攤薄盈利／(虧損)金額基於如下：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
盈利：		
用於 算每 基本和攤薄(虧損)／盈利的母公司		
通權益持有人應佔(虧損)／利潤	<u>(320,218)</u>	<u>11,256</u>
	股份數目	
	2016	2015
	千股	千
份：		
算每 基本和攤薄(虧損)／盈利所用的 通 加權平均數	<u>4,745,560</u>	<u>4,612,25</u>

9. 存貨

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
原材料	201,218	1,256
成品	211,591	2,011
半成品	180,259	14,461
包裝材料	25,915	2,600
低價消耗品	893	1,401
	<u>619,876</u>	<u>641,011</u>

10. 貿易應收款及票據

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
貿易應收款及票據	162,138	2,236
減值	(747)	(421)
	<u>161,391</u>	<u>1,815</u>

就貿易應收款，本集團已有信貸政策：大型超市市場提供介乎60至90日的固定信貸；以一次核的形式與本集團交易一年且具有良好交際紀錄的銷商提供介乎10至30日的臨時信貸。倘本集團推廣某系產品，信用良好的銷商可獲得特許信貸。所有信貸均屬無抵押信貸。銷售予其他客戶會要求作全數付款。本集團定期審閱貿易應收款的賬齡，以監察信貸風險。

於報告期末，除撥備的應收賬款及應收票據按發票日期的賬齡分析如下：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
三個月以內	117,057	51,511
三至六個月	38,521	14,312
六個月以上	5,813	5,441
	<u>161,391</u>	<u>1,815</u>

11. 現金及銀行結餘及保證金存款

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
現金及現金等價物	581,491	1,301,556
受限的銀行存款	803,123	54,100
原定期日為三個月以上的定期存款	<u>1,441,254</u>	<u>1,535,520</u>
	<u>2,825,868</u>	<u>3,431,064</u>
減：銀行融資之短期保證金存款	803,123	54,100
減：長期銀行存款	<u>379,927</u>	<u>363,220</u>
現金及銀行存款	<u>1,642,818</u>	<u>2,413,564</u>
	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
以下貨幣值的現金及銀行結餘：		
— 人民幣	2,473,884	3,060,030
— 其他貨幣	<u>351,984</u>	<u>362,034</u>
	<u>2,825,868</u>	<u>3,431,064</u>

人民幣並非可自由換為其他貨幣。然而，根據中國大陸的外匯管理條例及匯、售匯及付匯管理規定，本集團獲得授權進行外匯業務的銀行，將人民幣匯為其他貨幣。

銀行現金按通行市場利率計息。於2016年12月31日，短期定期存款的實際年利率為1.5%至5.5%（2015年12月31日：0.1%至5.25%），並將於一年內到期。長期定期存款的實際存款利率為4.55%至4.8%（2015年12月31日：4.55%至4.8%）。銀行結餘及已抵押存款於近期無異動且信譽良好的銀行儲存。

除了一些銀行貸款及定期存款人民幣1,050,000元（2015年：人民幣510,356,000元）由銀行擔保，尚有人民幣4,210,000元存款（2015年：人民幣4,625,000元）被作為開具信用證的保證金。

12. 貿易應付賬款

於報告日期，本集團根據發票日期的貿易應付賬款的賬齡分佈如下：

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
三個月以內	222,504	261,14
三個月至三個月	12,356	,103
個月以上	<u>2,761</u>	<u>3, 54</u>
	<u><u>237,621</u></u>	<u><u>2 2,104</u></u>

貿易應付賬款，包括應付關聯方的賬款，為無息且一般於一至三個月內結算。

13. 其他應付款及應計費用

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
客戶付款	135,383	13 , 0
應付薪金	129,581	,15
應付離職補償	53,595	3,10
應付利息	239	—
其他應付稅	15,783	2 , 13
其他借款	—	202,500
收取客戶的保證金	66,513	61,364
客戶忠誠提費用	—	3,203
其他	363,052	2 1,215
	<u>98,087</u>	<u>3,643</u>
	<u><u>862,233</u></u>	<u><u>01, 12</u></u>

14. 計息銀行借款

於2016年12月31日			於2015年12月31日		
實際利率(%)	到期時間	人民幣千元	實際利率(%)	期間	人民幣千元
		_____			_____
		_____			_____

	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
銀行貸款		
— 以人民幣 值	400,000	—
— 以美元 值	673,767	461,6 6
— 以港幣 值	<u>69,324</u>	<u>—</u>
	<u>1,143,091</u>	<u>461,6 6</u>

於2016年12月31日，一些 數額 為人民幣 43,0 1,000元(2015年12月31日：人民幣461,6 6,000元)的銀行貸款以人民幣 5,05,000元(2015年12月31日：人民幣510,356,000元)的定期存款 行抵 。

於2016年12月31日，數額為人民幣200,000,000元的銀行貸款由雅士利國際集團有限公司擔保，數額為人民幣100,000,000元的銀行貸款由山西雅士利乳 有限公司擔保。

管理層討論與分析

行業回顧

2016年，全球經濟「黑鵝」事件出，經濟險加。國際政治震蕩，經濟全球化受，經濟形不確定性增加。

面對錯複雜的國際形和不斷加的經濟下行壓力，中國經濟保持了體平穩、穩中有、穩中有的發展態，實現了「十三」的良開局。根據中國國家局公布的步核算數據示，全年國內生產值人民幣44,12元，按可比價格算，比上年增長6. %，經濟增放，但然符合中國政府的目標期，且地先於世界水平。全年全國居民人均可支配收入人民幣23, 21元，比上年義增長.4 %，除價格因實際增長6.3 %。全國居民人均消費支出人民幣1 ,111元，義增長. %，除價格因，實際增長6. %。

2016年3月15日，《嬰幼兒配方乳粉產品配方冊管理法》(「配方冊」) 國家品藥品監督管理 局局務會議審議通過，自2016年10月1日起施行。配方冊對企申的配方數量做出限，每個企原上不得超3個配方系種產品配方，並且對產品配方冊，要對標籤、與配方相關的聲稱內容一併審，為確保嬰幼兒配方乳粉標籤、真實準確、科學規範，免企過標籤、宣傳、導消費。201年1月1日現有產品和現有品牌的冊期限，國內百家嬰幼兒配方乳粉生產企近2000個品牌中，0%以上將會被新政清。人口政策方面，人口利在全面政策開放的首年尚未有效釋放，過一年的過渡，有於201年體現，積促國內嬰幼兒配方粉行需求，企及市場來發展新機。

2016年國內嬰幼兒配方粉市場規模相比去年基本持平，量跌價升。母嬰保持較強增，銷售量價齊升，為市場佔比最，市場份額超一半。互聯影響消費的消費行為和購買習慣，電商增有所放，海淘、海外代購及跨境電商的發展先

後，上半年蓬 發展，下半年受國家政策 控影響， 入盤整和規範期；商超 萎，並有加 下 趨，導致依賴於 的國產品牌承受較 競爭壓 加 深化 改革。

業務回顧

2013年，蒙牛集團以全面 權要 收購形式實現了與本集團 略合作，成為本集團控 。2014年，本集團、中國蒙牛國際有限公司(「蒙牛國際」)與 (「 洲」)簽署 份 購協議並於2015年2月完成交 ， 洲正式成為本集團第 。2015年12月，本集團完成對蒙牛集團旗下歐世蒙牛的全資收購，正式成為蒙牛集團旗下唯一 粉 務平台。2016年5月，本集團完成對 集團旗下 美滋中國的全資收購， 步完成品牌整合及國內產 新布局。

本集團致 於開發值得消費 信賴的營養產品，包 促 嬰幼兒健康成長的雅士利、瑞恩、 美滋、 、施恩等品牌產品系，以及 足成人營養需要的優怡、煥 、正 等品牌產品系。本集團的 務模式 合了 口優質乳品原材料、 口優質原裝嬰幼兒配方 粉產品、自主研發配方、先 的生產系 及熟悉本地消費市場的專 營銷團隊等幾 因，為廣 消費 提供具有信心保證的產品。

分類產品介紹

嬰幼兒配方 粉

本集團開發的嬰幼兒配方 粉產品主要 足嬰幼兒日常喂 的健康營養需求，可 母乳作為嬰幼兒的主要營養來源。本集團所有品牌嬰幼兒配方 粉產品均主要使用優質 口原料，尋求開發營養 合最理想的配方 粉，以 合嬰幼兒成長及發 的不同階段需要。本集團已 立針對不同消費水平分布的目標客 的嬰幼兒配方 粉產品。本集團與 合作的原罐原裝 口有機「 貝與 」，源自 麥，定位超高端市場； 美滋「致粹」、「精確盈養」 升 後 主要致 於 系的兒科解決方案；雅士利「超 α —金裝」、「金裝—貝慧」定位於基礎營養；蒙牛「瑞 恩」作為本集團新興品牌，主要 成為專 的嬰兒有機配方 粉。施恩「金裝」、「 裝」主要針對中端消費群；雅士利「 慧」、「美滋」主要針對中低端消費群。

嬰幼兒特殊配方 粉

隨著中國加 的現代化、工 化建 的發展，環境、生活方式、 的變化，使中國嬰幼兒面臨日益增加的健康 。本集團作為嬰幼兒營養專家，除了 足嬰幼兒營養需求外，旗下 美滋 有專 配方系 產品， 足特殊嬰幼兒的特殊營養需求。目前本集團 美滋 旗下有三 系 專 配方產品：

- 一 敏系 產品：目前包 敏 防產品()和 敏治療產品()。 產品通 部分水解工藝，有效 防 敏高 險嬰兒的 敏 險； 產品，通 深度水解工藝，有效治療嬰兒 物蛋白 敏。
- 一 消化系 產品：目前包 無乳糖配方產品()，可以有效 免乳糖不 受引起的腹瀉惡性循環。
- 一 低體重兒系 產品：目前包 低出生體重兒配方產品()， 足低出生體重兒 趕式生長的需求。

營養 品

本集團亦生產銷售 種營養 品，包 ： 眾型全家營養 粉—蒙牛品牌成人 粉、優怡品牌成人 粉；中、年高端 性 粉—煥 品牌中、年 粉；兒童配方的營養 粉—未來 兒童成長 粉；健康美 的沖 產品—正 品牌麥片；嬰幼兒 一雅士利品牌嬰幼兒營養米粉等。形成了專為具有特殊需要的消費 的不同營養 合產品以及 合一般人士的產品 合。

品牌策略

2016年，本集團以穩固雅士利品牌、強 瑞 恩品牌、快 培 系為策略，完成差異化的 務模式和品牌布局，持 擴 本集團的品牌傳播 聲量和品牌影響 ，全面實現品牌的升 與重塑。

2016年，雅士利新西蘭原裝原罐 口產品在國內 規模上市後，本集團5-6月在全國重點市場舉 新品推薦會，集中火 宣傳，引爆 熱點。本集團同 集中電視、新媒體、平面媒體等 方資源， 焦產品宣傳， 新品上市。 上方面，本集團 全國首檔保 非物質文化 動員 目—《 彩中國 》，聯合「長江新衛視」(南 視、 北 合、河南 市、 徽 視、江西公共 省地面 群聯盟)重磅出擊。此外，本集團攜 愛 藝

、搜狐、芒果，播出目，台立體平台合量空前。雅士利新西蘭工廠原裝原罐生產的海外版粉也在2016年4月登陸新西蘭市場，駐新西蘭三主流超市系，實現在國內外市場同步上市，引起了國內外媒體的高度關注。雅士利獨家、九蘭獨音樂會，並為「K」舉行兒童慈善義賣籌款活動，提升了品牌知名度和美譽度。

2016年瑞恩高成長的一年，以「淨有機 然保」的品牌主張行傳播，提升品牌知名度和口碑，同上和下合推廣，2016年超額成任務，增長率422%。在推廣方面，瑞恩共開展61場活動，有效提升消費體驗及新客，動，瑞恩年度主活動—「瑞恩有機 嬰堂」自2016年4月開起個城市，射30個城鄉鎮，每場消費帶去專的嬰知和對有機及瑞恩有機產品的教服務，為瑞恩有機年內推廣定了基礎；在傳播方面，瑞恩分利用上資源，與百度深度合作，深數據獲取精準目標人群，量超千萬，獲得眾媽媽可，同於各垂直母嬰媒體獲優秀口碑，如媽媽、媽幫等，瑞恩有機粉先後獲得了法國2016年世界之旅(2016)國獎、中國乳協會「月月檢質量金獎」、「口碑王媽媽最信任有機粉獎」等獎。此外，歐世雙金、美系產品作為歐世蒙牛的術型產品，依蒙牛母品牌利及推，年內成任務，為公司貢獻利潤。

針對略高端產品「貝與」，本集團通新品上市會及務上市會，強化品牌，並簽具有國際影響視覺藝術家陳漫士，作為品牌代人攝病毒視和平面片，在重點城市集中行投放，消費體驗來自麥「貝與」的致淨。

產品研發

2016年，憑藉新西蘭優質源和新西蘭高標準工廠，本集團研發中心開發了的牌系嬰幼兒配方粉，豐富和強化了本集團的產品，為市場開和競爭提供強有的產品支持。研發中心同對現有優怡系製乳粉、兒童未來產品、蒙牛和學生粉

產品進行了營養升級，並升級產品包裝形式，既滿足目前消費者對產品營養的需求，同時又在包裝形式上引領新時代。本集團旗下歐世蒙牛發展有機產品，除現有國產有機嬰幼兒配方粉「瑞恩」外，原裝进口的有機嬰幼兒配方粉開發也入了實質的準備階段，將快推市場。

針對目前國家實施的配方冊，本集團研發中心與品牌營管理中心、銷售管理中心共同產品布局，優化產品營養，規集團公司長期略型產品，並按照配方冊要求準備配方研製報告，相關政府機提交材料，爭成為全國第一獲得嬰幼兒配方產品冊號的企之一。本集團在配方冊資料準備過程中嚴格按照管理法執行操作，標籤求做只作為消費用來擇產品的一個簡要，不導消費，不涉及疾病防、治療、示或示益、增加抵、保腸

2016年下半年，本集團 建的「母嬰直營」 目部，開 空白單體母嬰和小型連鎖，由本公司直接供貨，合 人享受高額提成。通 母嬰直營 機 ，在推動 轉型的同 ，激活團隊潛 。 目部 轉也為母嬰 的 立及 行機 積 了 驗。

年內，本集團 上銷售規模穩步增長。本集團 分高端嬰兒粉、基礎嬰兒粉、成人粉與沖 類三條產品 ，根據 上不同的流量及複購特徵精 化 營，高端嬰兒粉強化全國性電商平台的 略合作，加強品牌 上 度；基礎嬰兒粉加強自營店鋪 營，精 化 營流量；成人粉與沖 類主攻 貓超市和 自營，利用電商 合平台 流量優 實現快 突破。

2016年施恩 務併入歐世蒙牛後，從銷售、市場、生產、物流、人 資源、財務等方面全面優化，成本下降、質量提高、供貨及 、貨齡改善、有效控 成本，銷售 服原工廠停產、 銷商觀 等困難，止 企穩，實現 虧為盈。

管理優化方面，梳理營銷相關 度流程、 定權責矩陣，實現嚴格管理與高效管理。建立強有 的巡 體系，對市場費用巡 檢核，提高費用使用效率； 處竄貨砸價， 市場秩序。 會員管理系 ，並與 、外 通，從採購、生產、入庫、出庫、店、動銷，一直 消費 積分 換 動， 全流程信息化管理，實現全面 算管理、費用精準投放、 務高效 轉、 銷存管理、防竄管理、消費 實 動等 合 。會員管理系 實現了母嬰直營門店的 單及 算 。

為全面激活團隊，2016年四 度， 從原有的品牌事 部轉變為以 和品類 為主的 機 ，其中母嬰 承載了品牌升 和 轉型的 略目標；商超 著 改變「下 、下 品類、下 價格帶」 ；高端母嬰 立足於使 美滋重回外資四 品牌之 、 成為品牌金字塔上的皇 ；創 新 以原有電商為基礎， 展社群營銷、整合內部市場資源、發展 務以 取新客等； 建由品牌商、 商、銷售團隊合 創 的施恩 目部。

質量管理

質量 企 的生 之源，質量 企 佔 市場的唯一出路。本集團一直致 於建立起一 從供應商質量管理至消費 服務的整條價值鏈的全面質量管理系 。

本集團堅持每個產品從原料 成品的質量管理要嚴格按照以下原 行：（一）嚴格對供應商 行 ，同 每年定期對供應商 行 價和 核，及 淘汰不 足本集團要求的供應商，確保了本集團產品最源 管理的理念實施；2016年已 開 對各供應商的審核流程 行 一，確保供應商審核的完整和全面；（

2016年，在國家嚴格的各類 險監 程中，雅士利、蒙牛、 美滋、施恩品牌產品全部 果100%合格，加強了消費 使用本集團產品的信心。

資 整合

產 規 方面，本集團按照配方 冊 一個工廠不超 三個系 的要求，將部分系 產品 轉 新西蘭工廠生產，並積 尋找 海外代加工工廠，以轉 術性產品生產，保證利潤 來源。同 應配方 冊 中對配方差異的要求，將配方合理分配 各工廠，並有策略 性、有針對性地申 。本集團供應鏈管理中心根據 目 ，開展相應工作，確保 目 度。

工廠 營方面，供應鏈管理中心根據生產 布，合理使用、 撥本集團內部資源， 免資 源浪費和損失，在囊 了和 工廠及上海工廠基礎上， 定了 一的衡量標準，並定期跟 蹤，以橫、 比較各工廠 營狀況並改善。通 通有無，促 全、質量等體系的完 善，降低 營成本、提高 營效率。

採購整合方面，借 本集團優 ， 步轉 集中採購，以期 幅度降低供應鏈整體採購成 本。在整合需求上， 一原 料規格，集中集團採購需求量；在採購 度和流程上， 一 了集團 投標 度，建立了供應商 效 核指標體系，為供應商 擇和管理 下了堅實基 礎；在採購 略上，分為依 蒙牛集團集採，雅士利集團集採，各公司自採三個方 ，同 優化海外採購的流程， 建了合同 和標準合同模 ，從 一了採購合同的管理 和 作；在供應商採 上，將各公司採購 集中採購轉變，並 定了提升和改 ，以 一供應規 和策略。此外，採購 按品類 專 採購轉變，分為原材料和 口成品採購，包材採購，市場 合採購，固定資產備品備件與 合採購。採購 各司 其 ，專 分工，以提高採購專 ，效率和服務水平。

及物流方面，根據 務需求及 置，優化 及物流的 ，改善工作流程 和 通機 ，從 快 反應、提高效率 and 服務水平的目的。引入供應商 價體系， 一物流K I 價體系，整合與 一各物流中心標準操作流程、作 冊與質量標準，實現 集團各物流中心的標準化管理與 作，提升各倉庫的協同效應。 方面： 管理部

的整合，了與銷售務整合匹配的，完善了與各櫃匹
配的務流程、人員配備、通平台的搭建；部務整合，實現了從銷售、生產
度跟蹤、客服單銜接整個系的，從務角度最的支持了銷售務整合的需
求，使產品供鏈條清穩健。物流方面，通原有各公司物流的整合，確定了公司
一的物流；物流部務整合，實現了數據的一衡量，從費核算一標準、
K I指標的一標準、倉儲費用衡量一標準等，實現了在同一平台下衡量各自的。

管理系統

本集團管理層定了營銷模式轉型和供應鏈整合的務略，全面的I系略實現
的支撐基礎。在蒙牛集團部的指導支持下，雅士利製了三年期的信息化建路
圖，通一規、分步實施，完整導入蒙牛集團標準務信息系環境。

雅士利於2016年 月啟動了系實施目，以建集團務營的核心信息系新
平台。目由包雅士利管理層、務流程負責人、關鍵用、蒙牛集團和雅士利I及實
施合作夥伴在內的近100人目執行並將201 年1月定為新系上的目標期限。目
將為集團實施包銷售與分銷、生產與執行、物料管理、質量管理、財務和
管理會等集成一體化的模塊合，通一各務單元管理數據標準、操作流程和
管理政策，最實現集團產、供、銷和財務務的完整一體化高效做。

目上後，雅士利將於後年度內實施新系以形成完整的務支撐信息系環
境，包營銷費用管理系()、商務系(I)、銷售執行系
()、質量溯系(期)、消費服務中心系()等。

財務回顧

收入

截至2016年12月31日止年度，本集團之收入 人民幣2,203.3百萬元(2015年：人民幣2,61.6百萬元)，較去年下降20.2%。

按產品類	分	2016 人民幣百萬元	2015 人民幣百萬元	變動比例
嬰幼兒配方	粉產品	1,462.4	1,111.1	-26.6%
營養品		668.2	750.0	-11.1%
其他		72.7	122.4	42.4%
		<u>2,203.3</u>	<u>2,611.6</u>	<u>-20.2%</u>

截至2016年12月31日，嬰幼兒配方 粉產品實售收入人民幣1,462.4百萬元(2015年：人民幣1,111.1百萬元)，較上年減少26.6%， 營養品實現收入人民幣668.2百萬元(2015年：人民幣750.0百萬元)，較上年減少11.1%，其他產品實現收入人民幣72.7百萬元(2015年：人民幣122.4百萬元)，較上年增加42.4%，主要 新西蘭銷售基粉 產生。

本集團收入下降主要 由於：(一)現代和傳 的加 萎 弱了本集團原本在的競爭優 ；(二)本集團 年持 應對母嬰及電商 的銷售模式轉型，新的營銷策略的執行和效果需要 間以及成本費用的投入；(三)本集團 年加 促銷 度以應對激烈的市場競爭；及(四)本集團正在積 整合產品 應對嬰幼兒 粉配方 冊法案帶來的影響，整合會在一定程度上影響部分產品的銷售 成。

本集團上半年已引 驗豐富的營銷管理團隊，團隊正加 融合，並採取積 行動，包營銷內部管理強化，銷售模式優化、 轉型深入、產品不斷 焦；同 本集團後台管理、供應鏈的整合也取得新 展，整合產生的效益 將在 後 年 步體現。

毛利

截至2016年12月31日止年度，本集團錄得毛利為人民幣1,033.3百萬元(2015年：人民幣1,402.3百萬元)，較去年下降26.0%。毛利率為41.1%，毛利率下降3.1%。下降原因在於2016年增加本品搭贈度。

銷售及經銷開支

截至2016年12月31日止年度，本集團產生銷售及經銷開支為人民幣1,111.0百萬元(2015年：人民幣1,320.3百萬元)，較去年下降了11.3%。

本集團銷售及經銷開支佔收入比例增加至53.1%(2015年：47.9%)，較去年上升了5.3%；上升的主要原因為銷售收入下降，但人工成本、市場費用等相對固定費用未同比下降。

行政開支

截至2016年12月31日止年度，行政開支為人民幣31.6百萬元(2015年：人民幣20.1百萬元)，較去年上升了57.4%，主要由新西蘭、山西之工廠2016年產能利用率不足產生的費用放在管理費用核算及公司裁員賠款所致。

淨財務收入

截至2016年12月31日止年度，財務收入淨額為人民幣111.4百萬元(2015年：人民幣163.1百萬元)。財務收入淨額下降31.4%，主要由於2016年6月收購美滋中國以及2016年整體利息率下降。

所得稅開支／(抵減)

截至2016年12月31日止年度，本集團的所得稅抵減為人民幣12.4百萬元(2015年：為所得稅開支人民幣4.5百萬元)，實際所得稅率為3.1%(2015年：3.1%)。所得稅費用下降的原因主要為本集團本期為稅前虧損。

存貨

於2016年12月31日，本集團存貨餘額為人民幣61.1百萬元(2015年12月31日：人民幣641.0百萬元)，減少主要因為原料粉價格下降以及本集團策略性減原材料庫存量。

其他金融資產

於2016年12月31日，其他金融資產包 穩健型保本理財產品人民幣4 .0百萬元， 期年化收益率為3.1%至4%(2015年12月31日：2.6%至4%)。

貿易應收款及票據

於2016年12月31日，本集團貿 應收款及應收票據金額為人民幣161.4百萬元(2015年12月31日：人民幣 1. 百萬元)，餘額增加主要 因為直營商超門店增加，相應 予的信限額增加。於2016年，貿 應收款 轉 數為2 (2015年：)， 轉 數較2015年增加1 ，原因在於6月併入的 美滋中國 轉 數較高 ， 高本期集團 轉 數。

或然負債

於2016年12月31日，本集團並無重 或然負債(2015年12月31日：無)。

資本承擔

於2016年12月31日，本集團未來資本承擔 額為人民幣36.3百萬元(2015年12月31日：人民幣21.5百萬元)，主要為嬰配 冊整改 目及 粉生產 備。

呆賬撥備

於2016年12月31日，本集團的 賬撥備為人民幣0. 百萬元(2015年：人民幣0.4百萬元)。等撥備 與 欠付款的客 有關的減值應收款 作出的撥備。本集團並無就 等金額持有任何抵 品或其他信貸增 。本集團定期審閱應收款的賬齡，並 慮根據若干因 提撥備，例如債務人 否出現重 財務困難、債務人申 破產或 行財務重 的 率，以及欠付款的可 性。

存貨 值撥備和報廢虧損

於2016年12月31日，本集團的存貨減值撥備餘額為人民幣31.4百萬元(2015年：無)。此外，本集團亦錄得存貨報廢虧損人民幣56.1百萬元(2015年：人民幣15.0百萬元)。主要由於報廢受損的存貨以及處置不使用的包裝物料。

已抵押資產

於2016年12月31日，本集團已抵押之銀行存款合共人民幣 03.1百萬元(2015年12月31日：人民幣5 5.0百萬元)；以獲得若干借款及開具信用證。

本公司股權持有人應佔溢利

本公司 權持有人應佔溢利為人民幣-320.2百萬元，較去年下降3 0. %。主要由於銷售收入下降、銷售及 銷成本佔比上升。

流動資金及資本資

於2016年12月31日，本集團的流動資金包 現金及現金等價物，一年內解除限 的受限銀行存款、長期定期銀行存款及投資存款合 人民幣3,302. 百萬元(2015年12月31日：人民幣4,311. 百萬元)，下降23.4%。下降的原因主要 今年支付 美滋中國收購款 。

經營活動

截至2016年12月31日止年度，本集團的 營活動現金淨流入人民幣-4 .2百萬元(2015年：人民幣 0.0百萬元)。 營現金淨流入減少主要由於本期收入 幅度下降。

投資活動

截至2016年12月31日止年度，投資活動所用現金淨流出為人民幣366. 百萬元(2015年：人民幣1, 26. 百萬元)，投資活動現金流出減少主要由於投資銀行存款 期收回。

融資活動

截至2016年12月31日止年度，融資活動所產生現金流入淨額為人民幣 4.6百萬元(2015年：人民幣2, 11. 百萬元)，主要 2015年 洲發行及分配 購 份取得人民幣3,46 .6百萬元以及 息銀行貸款支出人民幣1,00 .5百萬元。

貸款及借款

於2016年12月31日，本集團貸款及借款為人民幣1,143.1百萬元(2015年12月31日：人民幣461. 百萬元)； 合借款的年化利率為2.1 %，其中包 美元及港幣借款的年化利率分 為 1 +0. %及 1 +0. %，人民幣借款利率為3. 15%以及貼息人民幣借款利率1.4 %，

(2015年12月31日：+0.%)，以上貸款需按要求的期。於2016年12月31日，本集團資產負債比率為14.3% (2015年12月31日：6.0%)，資產負債比率為年末息銀行貸款額除以年末資產額。

首次公開招股所得款項淨額用途

本公司於除有關開支後的首次公開發售所得款項淨額為人民幣1,65.百萬元。本公司已按照2010年10月30日的章程「未來及所得款項用途」一所露的方式用這些款項淨額。因此，截至2016年12月31日所得款項淨額用途如下：

項目	於2015年底 可動用 人民幣千元	截至2016年 12月31日 止年度動用 人民幣千元	於2016年 12月31日 未動用 人民幣千元
用於擴充嬰幼兒配方粉及 營養品之產	161,434	11,163	150,271
提高本集團的研發	26,351	11,500	14,356
	<u>1,650,000</u>	<u>23,150</u>	<u>164,627</u>

人力資源

於2016年12月31日，本集團共有3,111 (2015年12月31日：4,641) 全職僱員。僱員本年成本為人民幣560.1百萬元 (2015：人民幣442.6百萬元)。

2016年，本集團年略規與2016年必贏之，人資源管理中心圍繞以下目標開展工作：

變革方面，在2016年年，本公司行了3+1營銷事部的整，將「銷售事部」轉型為「營銷事部」。接其後，為促產品升與轉型，有效地從機上激團隊，本集團開摸建立基於產品和產品類型的營模式，並在2016年末推實施了四營銷，為公司應對市場變化提供了強有保障。為加強

協同和發 規模效應，2016年年中，公司整合了雅士利、歐世蒙牛和 美滋中國三家公司的生產、採購、 物、物流和質量等 ，實現了供應鏈全鏈條管理。年末，本集團對三家公司的 後臺 行了 及人員梳理， 步完成後台 的整合。

人 管理方面，為保障整合後的人 供 及本集團未來 的健康發展，本公司積 推 一系 人 與 發展 目，如通 人 盤點 出集團高潛 人 ，並建立了關鍵崗位 任 ，為本公司未來 務的開展提供了人 儲備的支持；通 積 開展校園 為營銷團隊注入新鮮的血液，同 ，也開展了母嬰特 營、導購培 等一系 上 下培 ，為集團特 營銷團隊 提升 定了良 基礎。

文化建 方面，本公司在年 定了新的企 、使 和核心價值觀。人 資源管理中心開展了一系 文化建 活動，對新企 文化 行宣導。包 每個 度的高管工作坊、全員的「企 文化工作坊」、跨部門協作的培 以及 個圍 「信」、「創 新」、「激情」、「開放」四個價值觀所策 的企 文化活動等。通 些活動，有效 了人心，形成了文化的 心 。

人 資源基礎建 方面，人 資源管理中心對雅士利、歐世蒙牛和 美滋中國的人 資源管理 度 行了 步整合，已基本完成 動合同管理、人 外包管理、 體系、薪酬 度、福利 度等方面 一，並在 和培 等方面 行了有效協同及資源共享。此外，新的人 資源信息化系 建 也在 行中。完善和 一的人 資源管理 度在一定程度上促 了內部的公平， 重要的 促 了本公司的整合和融合。

社會責任

2016年，本集團在社會公益活動中 接 厲，將「螢火蟲行動」的愛心擴 傳播。

5月份母親 ，本集團於廣州舉 「愛載母親 」活動，在廣州市婦 兒童 療中心、廣州兒童 院、廣州市婦嬰 院、廣 省婦幼保健院四家 院 足廣 媽媽的 車需求，免費 其回家。當 活動共持 了 個小 ，共接 了2 1車次的媽媽回家，為超 1,000 媽 媽 去最 的 日問候。

6月份，雅士利作為新西蘭獨會的贊商，贈了演會門票100張，為「K」提供慈善義賣籌款。另外每月「K」的受家庭無贈不少於200罐雅士利「超α一金裝」粉，支持些有先天性心臟病患兒家庭的粉需求。

月份，雅士利「小水新生專基金」為子口糧。同月，雅士利收了來自「小水」求，據裏的子需口糧，希雅士利夠為他們提供幫。一熱衷於公益事的雅士利立馬行動，先後配了46粉(26罐)前往，解基金會的燃眉之急。

11月份，雅士利新西蘭乳有限公司(「新西蘭乳」)開一年獲「慈善使」。11月5日，新西蘭乳在新西蘭最中文站主、慈善K和《視》雜誌協的「」慈善上喜獲「年度慈善使」譽稱號。中國駐、蘭館僑務事玉會、中國駐、蘭館新、事張、國家黨議員健博士、國家黨議員以及行動黨魁等300餘位嘉賓場支持。

此外，本集團與信息報攜啟動「第一關注困境兒童」目，關注棄嬰、缺母乳群體兒童，擬在發現並確其情況後贈粉，幫他們渡難關，予最及的關愛。

本集團聯同中國十字基金會將價值超300萬元的12,000餘嬰幼兒配方粉在山泗水、卓等地貧困家庭免費發放，基本覆蓋當地國家精準貧對象，幫4個鄉鎮地區超2,000貧困家庭的嬰幼兒，為當地的貧困家庭的嬰幼兒健康成長提供有保障。

發中國乳精，在發展國產乳的同不忘回饋社會，雅士利積投身公益事，不忘心。

公共係及危機處理

本集團保持積有效的宣傳方式，公開地外界傳相關資並與各宣傳部門、機保持良地通關係，及新並發布公司最新資，積參與各公益事和慈善活動。

本集團內部定了一完整的危機管理系及應對機，並通本集團危機處理中心，及、準確地處理消費的投及媒體關注的問；同，本集團高度重視市場反可問，提前為消費提供良服務，防危機事件的發生。本集團立新中心，高度關注行動及新事件，對情行監控，對行事件及做出反應。通與公眾及媒體有效通，公布信息，消除負面影響，樹立在行中良地位。

投資者係

本集團為，與、投資及潛在投資行有效通，乃提升投資關係及投資瞭解本集團務表現及策略的要。本集團通現場接待、電會議、非交路演及參加商投資峰會等種和方式與投資行通和交流。

為促有效通，本集團有站(.)，載有關本集團財務資料、企管治常規及其他數據的最新情況，以供公眾閱。

未來展望

政策影響

配方冊已於2016年10月1日正式施行，其地將對行產生深影響。配方冊要求每個企原上不得超3個配方系種產品配方，此政策並非簡單要求企減少配方數量，推動企增加研發投入，加強硬件軟件管理，加強配方管理，引導乳製品企加專注品牌及產品營質量，消費看得清，買得白，真正獲得實惠。配方冊的地實施將提高嬰幼兒配方乳粉行入門檻，配方、品牌形象將有較改善，品牌與行集中度一步提升，市場競爭環境加趨於良性，全國布局的規模化企有從中受益，成為市場份額有的競爭，小企、小品牌加出局。201年料將成為嬰幼兒配方粉行點。

於2016年4月日，跨境電商零售口政策出台；2016年5月11日起，國對跨境電商零售口有關監管要求予一年的渡期，即在201年5月11日之前，不執行化妝品、嬰幼兒配方粉、療器械、特殊品(包保健品、特殊學用配方品等)的首次口

可 件、 冊或備案要求；2016年11月，商務部發文將上 過 渡期 一步延長至201 年底。長 來看，新政 對跨境電商行 的 一步規範，料將會 推整個行 加健 康、有序的方向 發展。

2016年 中國全面實施全面 政策的第二年，雖然年內新生兒數量 1, 50萬，但依然 不足以修復人口金字塔。 方數據 示，2016年新生兒數量同比增加5. %， 為嬰幼兒配 方 粉市場需求穩定創 了條件。全面 政策料將 漸發 效應，生活壓 較 的三四 城市及鄉鎮地區有 釋放一定出生人口，提 當地 粉需求， 推動在 類地區商超 享有競爭優 的本土 粉品牌的銷售。

行業趨勢

中國嬰幼兒配方 粉市場呈加 整合趨 ，國產品牌與國外品牌共存， 上與 下 融 合，產品高端化與價格回歸並行，整個嬰幼兒 粉行 處於變革、轉型的關鍵期。

201 年，隨著配方 冊 的深入實施，配方審 發證將 提高行 集中度， 量不具備 資質的品牌將被淘汰出局，行 呈快 淨化趨 。未 過 配方 冊的品牌上半年料將出 現清倉甩貨，但 商將會 加審慎地 擇合作品牌。整體上提前做 全球全國基地布 局、做 品牌 略規 、做 策略規 的品牌將具 合

公司策略

品牌策略

201 年，本集團品牌策略 次升 。雅士利品牌側重於基礎營養方 ；瑞 恩和 小羊致 於差異化競爭，瑞 恩主攻有機、 小羊定義為專 羊 粉； 美滋定位於專 ，致 於研究兒科解決方案； 作為 略品牌，突出皇 御用 念。通 2-3年 間，本集團將完成差異化的 務模式和品牌布局。本集團將主要通 新媒體和 下品牌推廣和服務，實現與目標消費群體的 動，並借 強的 推 ，改善用 體驗、提升用 忠 度。

201 年本集團整體品牌策略將以瑞 恩模式為藍本， 上傳播和 下推廣貼近媽媽，品牌費用精準投放，以較低的投入帶來 高的產出，實現品牌成長和企 盈利雙重目標。同 依 、 及新西蘭乳 基地， 一步強化國際化品牌形象； 通 中國 城市母乳營養成分研究 目，以公益活動的形式表 本集團一直致 於中國母乳研究，並傳 本集團的社會責任感以及對消費 的關愛，全面提升品牌美譽度。

產品研發

本集團研發管理中心的重點任務 做 嬰幼兒配方產品的配方 冊，即將科學、 全、營養的嬰幼兒乳粉配方的研製 程上報國家 藥局，積 配合專家的審核， 爭成為全國第一 獲得嬰幼兒配方產品 冊號的企 。此外，研發管理中心 保持產品 新理念，展集團產品 ， 用國外優質的有機原料開發原裝 口版的有機嬰幼兒配方 粉，以及有機 產婦配方 粉和有機全脂 粉，為消費 提供 高品質的產品。

配方 冊 的正式實施，也將加 國內羊 粉市場洗牌，騰出一定空間為新 入的品牌和已 做 的品牌提供機會。本集團將 住此 機，研製羊 嬰配產品， 入羊 嬰配市場， 展集團產品 ，為利潤增長 新機會。

201 年研發管理中心 將 投入基礎營養研究，申 國家資 的十三 粉關鍵 術 的資 ，開展嬰幼兒營養基礎研究，為 後嬰幼兒提供營養 加科學合理的配方產品。

銷售

201 年，本集團將因應 粉新政帶來的行 變局，利用前期 的全球供應鏈和 品牌優 ， 合最新的 務 ，在 布局方面實行一系 合策略。

母嬰 承載品牌升 和 轉型的 略目標，以 術品牌和 略品牌覆蓋母嬰連鎖，實現快 成長和持 增長。 術品牌 之間不得交叉，以擴 集團整體市場份額； 略品 牌和 術品牌允 交叉，以實現 補、圍敵 。

商超 著 改變長期積 的「下 、下 品類、下 價格帶」問 ， 步 出貢獻為 負的連鎖系 ，保留有利潤貢獻的K ， 展單體母嬰門店和流通門店，以降低 費用。低毛利產品 出商超，毛利較高的蒙牛成人粉議入商超，並以特陳及特價 合提量； 流通 加強成人粉和沖 類鋪貨，執行學區 和旺 前 貨會。 升 後的產品以及引入新的營養品將 夠 支撐賣場與日俱增的 費用和促銷費用，在競爭中重回主導地位。

高端母嬰 立足於使 美滋重回外資四 品牌之 、 成為品牌金字塔上的皇 。 一目標首先建立在對現有產品不斷 行 下沉(從一 市場下沉 三四)，同 管控 加強，引入系 平台、費用精準投放、費用使用效率提高、防竄控價管理 位，將國產 粉優秀的 營 美滋和 ，與之作為外資品牌較強的品牌 合起來，形成競爭優 。

創 新 以原有電商為基礎， 展社群營銷、整合內部市場資源、發展 務以 取新 客等。在電商 務已形成蓬 發展態 的基礎上， 基於 聯 的新型 務模式，為 本集團未來新型 務模式 定基礎。

施恩 目部採用品牌商、 商、銷售團隊合 創 的新模式，本集團 焦做品牌，工作交 母嬰連鎖類 商，相信以產品 營利潤和品牌參 分 雙重激 ，必 推動 商 地 營 品。

供應鏈

201 年，本集團供應鏈管理中心除 穩 全、升質量外， 將特 注重成本降低、深化標準及流程整合 一，以及提高效率。 幾 目標相 相成 互 為促 。

在降本方面，將以精 化管理為核心，嚴格 控 算支出的同 ，深度 可降低成本的 目。從成本管控、 目管理改善、 改等方面減少支出、控 成本。

在採購方面，將 深化集採， 一步提高集中採購比例，降低採購成本。在 上 和採 度實施基礎上，完善提升採購管理 度和流程，優化改 並提升效率效果。原料採購方面，目標為 一 0%的規格； 物料利用蒙牛集採優 ，監控市場機會 行價格鎖定或囤貨，以 免價格波動對成本的影響；針對重點物料， 行供應商梳理和 略供應商的 ， 生產商直採，以建立長期供應商關係。包材採購方面， 0%的主要包材將 行集團內部對標，規格 一，集中需求 行採 ，降本增效；沖 目將實現由自製轉 代工，保障供應，降低非 略產品管理的複雜程度。市場採購方面，將從價格，服務，質量三方面梳理供應商，實現100%雅士利集採，減少供應商數量50%以上，以利用集採規模效應， 動供應商積 性，降低成本，提高服務，減低日常管理成本；固定資產採購及 合採購方面，重點 建立並推動 合類泛採購的工作流程，為各需求部門提供專 的供應商尋源，採 ，議價及合同服務；通 消滅採購品種，對標 一，供應商整合，減少30%供應商，實現集體內供應商資源優化和共享，降低採購及 營成本。

在倉儲物流方面，將根據銷售集中區域， 取合 的 配 中心，提高整體配 效率，降低 成本。優化物流服務模式及現有承 商 ，提高對 務支持的 和效率。倉儲方面注重控 庫存。在 方面，通 產銷協同及銷售 方面的強化， 定合理的產

品、全庫存及原材料、全庫存，確保存貨轉數處於穩定平衡的狀態，降低庫存成本。通與採購部共同推行「I、I」項目，將本公司庫存轉化為供應商庫存，從而降低原材料、包裝材料的庫存水平，降低庫存成本，加快存貨轉，提升資金利用率。

人 資源

人 資源管理中心將從 個方面支撐本集團在新的一年企穩銷售、提升效率。

- 一、促 轉型，配備人員。本集團將積極推動四 營銷 的地，推動已整合的持 良 行，致 在新形 下為本集團配置合 的人 ，在關鍵崗位及重點加 人 資源的投入，並通 富有特色的激 度來 務並促 變革。同 ，對新生 量加快培養、 地導師 ，並 步完善高潛人 的發展與培養 ，促 建 學習型 ，確保企 轉型 程中有 足的人 保障。
- 、優化流程，增加效率。從 上，本集團已 步完成營銷、供應鏈和 後台的整合，201 年將在新的 基礎上不斷 行內外部對標，梳理人員配置，降低成本，精 簡政， 精幹 高效的團隊。同 ，在新的 基礎上梳理和完善新的權責矩陣，加 放權，提升 務決策 度。
- 三、提升 ， 務。本集團將利用舉 略共 會等 機加強 略的宣導，提升 略共 度，做 上下同欲， 量。201 年，人 資源管理中心將 培 與發展的重點 焦在高潛人 的培養、營銷團隊 提升和新員工的培 上，從 有效促 務的發展。
- 四、強化文化， 人心。201 年的文化建 將 焦於「激情」和「開放」 個重要的價值觀，通 年度常規和 度富有特色的員工活動，加 對企 文化核心價值觀的推廣，並持 推動員工 通交流，不斷強化雅士利集團的文化特徵，通 文化來 人心， 富有激情的高管與執行團隊。同 建立並完善與貫徹文化相關的 度， 一文化和 知，形成有激情、團隊協作有擔當的企 文化。

購股權計劃

本公司已於2010年10月 日採 購 權 (「首次公開發售前購 權 」)及於2010年10月 日採 購 權 (「購 權 」)。購 權 之 情如下：

本公司已採 購 權 ，其目的為激 合資格參與 ，其對本集團的未來貢獻 致最佳及／或獎 彼等 往的貢獻、 引及 留或以其他方式 持與 等對本集團的表現、增長或成 屬重要及／或其貢獻屬有利或將會有利的合資格參與 的持 關係。

因行使根據購 權 及本集團任何其他 將予 出的所有購 權 可 發行的最高份數目，合共不得 於2010年11月1日(「上市日期」)已發行 份的10%，即350,000,000 份，相當於於本報告日期本公司已發行 份的 .3 %。本公司 不得 任何一 購 權 參與人士 出購 權，致使在任何截至最近 出當日止12個月期間行使已 出及將 出的購 權 發行及將予發行的 份 數 本公司不 已發行 本的1%。

購 權可根據購 權 的條款於董事會 定的期間內任何 間予以行使，惟不得 出日期起 10年。於購 權可獲行使前並無最短持有購 權的期限。購 權 參與人在要 日期後2 或之前接 出購 權 本公司 付1.00港元。購 權的行使價由董事會全權 情 定，惟不得低於下 三 中的最高 ：

- () 份面值；
- () 於要 日期在聯交所每日報價表所 的 份收市價；及
- () 接要 日期前 個營 日於聯交所每日報價表所 的 份平均收市價。

購 權 將由上市日期起 10年期間內有效及生效，於 期間後，將不會 一步 出或提呈購 權。

於2013年 月23日，蒙牛國際 本公司之期權持有人提出自 性全面收購要 (「期權要 」)，以 銷首次公開發售前購 權 及購 權 下 出的未行使期權。 一步 情 參閱本公司、蒙牛乳 及蒙牛國際日期為2013年 月23日有關(其中包)期權要 之 合收購要 及回應文件。

於2013年 月13日(即期權要 之最後截止日期)，有關52,0 ,266份期權之期權要 已被接 。於期權要 獲接 後，相關期權連同其附帶之所有權利已被 銷及放棄， 所有未行使期權亦自動失效。

自2016年1月1日至2016年12月31日，本公司並無 出期權，亦 無任何由本公司 出的未行使期權。於2016年12月31日，本公司 無 出任何未行使期權。

股票掛鈎協 議

除上文「購 權 」一 所 露 外，本集團於本年度 無

暫停辦理股份過戶 記手續

為 定有權出席應屆 年 會並於會上表決的 身份，本公司將於201 年5月26日(期)至201 年6月2日(期)(包 首尾 日) 停 理 份 登 ，期間將不會 行任何本公司 份 登 。為符合出席將於201 年6月2日(期)舉行之應屆 年會並於會上表決的資格，所有已填 及簽署之 表格連同相關 票必 於201 年5月25日(期四)下午4 30分前 本公司的香港 份 登 分處香港中 證 登 有限公司，地址為香港灣 皇 1 3號合和中心1 樓1 12-1 16號舖以作登 。

進行證券交易的標準守則

董事會已採 上市規 附錄10所載之上市發行人董事 行證 交 的標準[†] (「標準[†]」)作為本集團有關董事 行證 交 的行為標準。全體董事確 於截至2016年12月31日止年度整段期間皆有 標準[†] 。

本公司亦已為可 擁有本公司尚未公佈的內幕消息的僱員 行證 交 的 面指引(「僱員 面指引」)，其條款並不比標準[†] 鬆。本公司並未發現任何僱員不 僱員 面指引的事件。

企業管治常規

本集團致 確保企 管治 致高水平，尤其著重 建 盡 的董事會和完善的內部監控，以提高 度及對 之間責性。董事會知悉，良 企 管治常規及程序對本集團及其 有利。

董事會 為本公司已於截至2016年12月31日止年度整段期間採 香港聯合交 所有限公司(「聯交所」)證 上市規 (「上市規 」)附錄14所載企 管治[†] (「企 管治[†]」)載 的原 ，惟若干本公司董事因 處理其他 務未 出席本公司於2016年6月3日舉行的 年 會。

本公司致 提升 合其 務 作及發展的企 管治常規，並不 檢 等常規，以確保其符合法定及專 標準，並 貼最新發展。

審核委員會

本公司審核委員會與本公司管理層以及外部核數師審閱本公司採用的會計原則與慣例，並審核、風險管理、內部監控、舉報政策及系統以及財務報告事項，其中包括審閱本集團截至2016年12月31日止年度內之財務報表。本公司的核數師—永會師事務所將會委任並符合資格於本公司應屆_____年會上膺以重新獲任。一重新任—永會師事務所為本公司核數師的決議案將於本公司應屆_____年會上提呈。

安永會計事務所的工作範圍

本集團截至2016年12月31日止年度之初步公告所載之財務數字，已得本集團之核數師—永會師事務所同意，該等數字乃本集團之年度合財務表草擬本所載之數字。—永會師事務所就此行的工作，並不能根據香港會計師公會布的香港審準、香港審閱務準或香港核證務準行的核證服務，故此—永會師事務所不就初步務公布發表任何保證。

刊發業績公告及年度報告

本年度公告發於聯交所(www.hkex.com.hk)及本公司(www.yatoli.com.hk)網站。本公司截至2016年12月31日止年度的年度報告(載有上市規規定的所有資料)將於當候發予本公司及登載於上述網站。

承董事會
雅士利國際控股有限公司
主席
盧敏放

香港，2017年3月2日

於本公告日期，董事會成員包括：非執行董事盧敏放先生(主席)、李鵬先生、張平先生及黃軍先生；執行董事張平(李鵬)先生及華先生；以及獨立非執行董事莫衛斌先生、程宇先生及李港衛先生。