



蒙牛

[新聞稿]

蒙牛宣佈二零一零年中期業績

收入上升 19.31% 至約人民幣 144.342 億元

* * * * *

專注高端乳製品研發 持續優化產品組合
全力打造綠金產業鏈 帶領乳業健康發展

財務摘要：

未經審核

截至六月三十日止六個月

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
收入	14,434,223	12,097,615
毛利	3,787,172	3,233,040
本公司擁有人應佔淨利潤	618,820	661,898
經營業務所得淨現金流入	1,168,703	1,748,270
每股盈利 (人民幣：元)		
- 基本	0.356	0.424
- 攤薄	0.355	0.424

- 隨著中國乳製品市場不斷擴大，集團專注高端乳製品之研發，期內產品組合持續優化、市場推廣策略成效顯著，本集團期內之收入同比增長19.31%至人民幣144.342億元。
- 本集團進一步擴大生產規模，截至二零一零年六月，合計年產能達614萬噸。
- 蒙牛在荷蘭合作銀行於二零一零年六月發佈的最新全球奶業公司排行榜中，由第十九位進一步躍升至第十六位。
- 本集團奉行「好品質，綠生活」概念，致力打造綠色乳業，期內榮獲「中國低碳新銳企業」、「最受關注的低碳貢獻企業」，及「綠色健康企業」等多個讚許環境保護開創性實踐的獎項。

(二零一零年八月三十一日，香港訊) – 中國領先乳製品生產商之一的**中國蒙牛乳業有限公司**(「本公司」)及其子公司(統稱「蒙牛」或「本集團」)(股份代號: 2319)今天宣佈其截至二零一零年六月三十日止六個月的中期業績。

於回顧期內，隨著中國乳製品市場的不斷擴大，集團專注高端乳製品之研發，期內產品組合的持續優化及市場推廣的顯著成效，本集團之收入錄得人民幣144.342億元，較去年上半年增長19.31%；本集團積極透過產品組合優化策略、高端功能性產品比例的進一步提升，及成本精準化控制，有效抵銷了原奶等原輔料價格上漲的影響，毛利較上年同期增長17.14%至人民幣37.872億元。本公司擁有人應佔淨利潤為人民幣6.188億元。每股基本盈利為人民幣0.356元（二零零九年同期：人民幣0.424元）。

本公司總裁楊文俊先生表示：「二零一零年上半年，蒙牛在奶源、生產、運營、銷售及研發等方面均訂立了更高的標準及要求，不僅於量的增長上，更於質的提升上不斷謀求企業可持續發展。本集團憑藉高品質奶源，不斷推出高品位、高享受的高端產品，為消費者創造健康優質生活，並以生態草原為基礎，全力打造綠色和諧的綠金產業鏈。期內，蒙牛於國際乳業平台上的地位獲進一步躍升，於荷蘭合作銀行二零一零年六月發佈的最新全球奶業公司排名報告中，由第十九位躍升至第十六位，進一步向世界乳業十強的目標邁進。」

持續打造生態奶源建設，優化奶源結構，達到國內領先水平

在奶源發展方面，本集團通過持續投入及採用整合發展模式，透過包括參股大型牧場、委託貸款、預支奶款及投入建設奶源設備等主要方法，積極強化奶源建設，確保奶源的質和量，配合企業發展。目前在奶源結構上已形成集約化牧場奶源佔 70% 以上、農戶奶源低於 30% 的局面，遠遠超出國內奶源發展的平均水平。

液體奶連續四年榮列中國同類產品市場綜合佔有率的第一位

在生產運營及銷售方面，本集團持續推進精細化管理工作及內部管理同一運營職能一體化，實現了向國際化一流企業業務架構的逐步轉化。此外，「綠色戰略」亦已成為蒙牛堅定不移的發展戰略。集團以生態草原為基礎，全力打造綠色和諧的綠金產業鏈，並運用蒙牛自然純的牧場奶源，為消費者帶來綠色生態產品，亦為社會大眾傳遞環保低碳理念。根據中國商業聯合會中華全國商業信息中心的統計顯示，集團之液體奶連續四年榮列中國同類產品市場綜合佔有率的第一位，奠定集團於行業上的領導地位。

建立國際合作交流，形成高端品類產品組合線

在國際合作及品牌推廣方面，集團於今年 4 月，與全球頂級企業——逾百年歷史的法國益生菌種公司丹尼斯克集團（DANISCO）合作，成立了蒙牛乳業集團海外工作站（巴黎），專攻國際乳品前沿技術，進一步增強國際研發實力。

率先提出綠色發展戰略，踐行低碳發展模式

在市場推廣方面，本集團以「好品質，綠生活」為品牌主張，圍繞「綠色發展戰略」進行一系列品牌增值及市場推廣活動。其中，本集團與國家綠化委員會和「生態中國」公益組織攜手，實施「中國生態草原」行動，並聯合發起中國生態草原基金，喚醒各界對生態及保護草原的關注。期內，在全國三十個重點城市開展了「生態行動，助力中國」大型生態體驗活動透過「蒙牛乳品館」及「未來乳品館」展示蒙牛環保生產流程及生態工業園區，以及虛擬未來乳世界，讓消費者感受現代乳業的無限生機。同期推出的「碳測試」及「生態大簽名」綠色活動，不但可以推廣綠色生活理念，更凸顯了蒙牛綠色生態的品牌形象及其社會使命感。

蒙牛不遺餘力地推廣及實踐綠色乳業，獲得社會廣泛的認同及嘉許，在期內蒙牛榮獲「中國低碳新銳企業」及「最受關注的低碳貢獻企業」等獎項，更於《福布斯》與 Interbrand 公司共同推出的「2010 中國最佳品牌價值排行榜」上，位列第 28 位，是中國乳業唯一上榜品牌。同時，本集團對消費者高度透明及高度負責的態度贏得了消費者的支持和信任，在多個權威消費調查活動中，蒙牛一舉獲得「最受信賴食品品牌」、「最佳人氣食品」及「首都消費者最喜愛牛奶品牌」等多項榮譽。

液體奶業務（佔本集團整體營業額 86.4%）

在產品銷售方面，本集團不斷推出各類綠色健康的高端乳製品；同時在口味、包裝及營養成份上持續提升和創新，完善產品矩陣。液體奶實現收入共人民幣 124.622 億元，佔本集團總收入的 86.4%，繼續成爲主要收入來源。其中 UHT 奶收入爲人民幣 76.046 億元，佔液體奶收入的 61%。特侖蘇高端產品系列期內增添了添加植物甾醇酯並搭配膳食纖維的特侖蘇醇纖牛奶，讓更營養均衡。新養道系列主打產品新養道低乳糖牛奶榮獲中國國

際營養健康產業博覽會金獎。未來星兒童奶系列在智慧型及活力型的基礎上，推出優護型新品，分別針對孩子腦部、骨骼及腸胃不同發育，並榮獲獲得法國 SIAL 國際食品展創新產品大獎及比利時世界食品品鑒大會頒發的 Monde Selection 獎項兩項大獎。乳飲料產品收入爲人民幣 35.624 億元，佔液體奶收入的 28.6%，在酸酸乳系列及真果粒以銷售量不斷提升的同時，本集團期內推出採用獨特塑料瓶包裝的新一代纖維果汁牛奶飲品果纖乳及高端水果調味牛奶奶特，滿足消費者日益增長的需求。酸奶方面，期內實現收入爲人民幣 12.952 億元，佔液體奶收入的 10.4%。其中，冠益乳獲得國家健字號食品認定，並通過「公益科普課堂」等活動，引導國人認識益生菌對腸道健康的效用，樹立其一枝獨秀高端酸奶產品的地位。融合中華養生概念的紅棗酸奶，口味深受廣大消費者喜愛，銷售成績斐然。而穀物酸牛奶，充分滿足都市快節奏生活的需要，成爲年輕白領的新寵。

冰淇淋業務（佔本集團整體營業額 12.6 %）

冰淇淋方面，本集團緊貼市場的趨勢及消費者口味的偏好，於期內推出新口味產品及促進淡季休閒性產品的銷售。隨變品牌致力於打造「勇於改變」的品牌形象，開展「歡樂無限，再來一枝」宣傳活動並推出多款添加整顆榛子、大顆核桃的產品，成功吸引新生代目標消費者。此外，綠色心僑在產品口味上亦有新突破，在傳統口味基礎上，輔以煉乳、紅豆及哈密瓜，提升消費者對產品的新鮮感。冰淇淋業務於期內錄得收入爲人民幣 18.211 億元，佔本集團收入的 12.6%。

其他乳製品業務（佔本集團整體營業額 1 %）

其他乳製品收入達人民幣 1.509 億元，佔本集團收入的 1%。奶粉方面，本集團推出超金裝智佳益產品，加入益生元營養新配方，提升幼兒智力及免疫力。同時，蒙牛阿拉官方網站正式開啟，向會員提供育嬰中心、親子俱樂部等多項服務，與父母共同見證寶寶的健康成長。奶酪方面，本集團根據國人口味偏好，不斷研發新奶酪產品，加強市場滲透。其中，締芝特新鮮奶酪，質地柔軟，奶香清新，配搭原有的草莓果醬或新推出的藍莓果醬食用，開創奶酪新食法，銷售暢旺。

作爲綠色乳業的先驅者，本集團首先在業內發起綠色倡議，優先遴選致力於綠色低碳的供應商和合作夥伴，並宣佈將啟用經過 FSC 森林認證、更符合環保概念的新包裝材料，以切實行動推動綠色乳業的實現。同時，本集團將「綠色消費」理念潛移默化地灌輸於乳業產業鏈的終端消費者。爲了讓更多的消費者了解牛奶包裝的可回收性，蒙牛在多個社區展開「喝完壓扁，支持回收」生態公益活動，推動生態環境的可持續發展。此外，蒙牛聯合生態中國工作委員會發起「拯救地球的 100 個行動」互動公益活動，爲企業、團體和個人志願參加生態保護活動搭建平台，致力推動社會對環保的關注。

除了宣揚環保意識，本集團延續多年慈善公益事業，繼續推動「中國牛奶愛心行動」，並在期內展開了「愛心禮物」計劃，幫助更多有需要的孩子達成心願。此外，集團秉承「大事有我 責任當先」的企業社會責任觀念，於上半年西南旱災與青海玉樹地震中作出迅速及時之捐款捐物行動，積極承擔應有的社會責任，以身作則努力協助有需要的社群。

楊先生總結：「展望未來，蒙牛將積極深入展開以營養健康為基礎的產品創新研發，為消費者的健康保駕護航；進一步加強牧場化戰略，鞏固奶源優勢，突顯生態草原自然純的品牌特色；堅定不移地推進「綠色戰略」，全力打造中國乳品行業的綠金產業鏈，並持續豐富產品矩陣，在產品口味、營養及包裝等方面精益求精，與消費者共同兌現『好品質，綠生活』的目標。蒙牛未來將繼續以中國乳業領軍的角色，努力帶領行業前進。在現時作為世界乳業十六強的平台，努力自強、積極裝備、奮勇前進，以致力躋身「全球乳業 10 強」作為目標，以中國乳業代表身份與國際品牌看齊，並為消費者帶來更多優質健康乳品。」

~完~

中國蒙牛乳業有限公司
簡明綜合利潤表

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
收入	14,434,223	12,097,615
銷售成本	(10,647,051)	(8,864,575)
毛利	3,787,172	3,233,040
其他收入及收益	57,242	16,625
銷售及經銷費用	(2,601,746)	(1,942,467)
行政費用	(492,892)	(376,279)
其他經營費用	(22,875)	(86,688)
經營業務利潤	726,902	844,231
利息收入	39,270	16,242
融資成本	(21,942)	(47,916)
應佔聯營公司利潤及虧損	5,226	7,530
稅前利潤	749,456	820,087
所得稅支出	(72,584)	(97,726)
本期利潤	676,872	722,361
以下各方應佔：		
本公司擁有人	618,820	661,898
非控股股東	58,052	60,463
	676,872	722,361
每股盈利(人民幣：元)		
- 基本	0.356	0.424
- 攤薄	0.355	0.424

有關中國蒙牛乳業有限公司

中國蒙牛乳業有限公司及其子公司於中國生產及銷售乳製品。憑藉其主要品牌蒙牛，集團已成為中國領先的乳製品生產商之一。集團提供多元化的產品，包括液體奶（如 UHT 奶、乳飲料及酸奶）、冰淇淋及其他乳製品（如奶粉等）。於二零一零年六月，集團乳製品的年生產能力達 614 萬噸。若希望得知更多集團的資訊，請瀏覽網頁 www.mengniu.com。

新聞垂詢：

中國蒙牛乳業有限公司

郭偉昌

電話: +852 2180 9050

電郵: info@mengniu.com

縱橫財經公關顧問(中國)有限公司

劉懿德

電話: +852 2864 4845

電郵: esther.lau@sprg.com.hk