



CHINA MENGNIU DAIRY COMPANY LIMITED

中國蒙牛乳業有限公司*

(在開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2319)

截至二零零七年十二月三十一日止年度 全年業績公佈

財務摘要

截至十二月三十一日止年度	二零零七 人民幣千元	二零零六 人民幣千元
收入	21,318,062	16,246,368
本公司股東應佔淨利潤	935,786	727,352
經營業務所得淨現金	2,058,121	1,402,826
每股盈利 (人民幣元)		
— 基本	0.664	0.532
— 攤薄	0.664	0.532
擬派每股期末股息 (人民幣元)	0.1315	0.1094

- 本集團通過自主創新開拓更多高端功能性產品，配以產品結構優化及高效市場推廣策略，本集團收入增加31.2%至人民幣213.181億元，而本公司股東應佔淨利潤達人民幣9.358億元。
- 根據AC尼爾森於二零零七年十二月進行的調查，本集團在全國液體奶市場（不包括乳飲料及酸奶）取得了40.7%的份額（以銷售額計），較二零零六年十二月的36.2%有所提升，繼續禪聯全國銷售冠軍。
- 於二零零七年十二月，本集團共經營22個生產基地，合計年產能達478萬噸。

中國蒙牛乳業有限公司（「本公司」）之董事會（「董事」）欣然呈報本公司及其子公司（「本集團」）截至二零零七年十二月三十一日止年度的經審核業績連同比較數字。

綜合利潤表

截至二零零七年十二月三十一日止年度

	附註	二零零七年 人民幣千元	二零零六年 人民幣千元
收入	3	21,318,062	16,246,368
銷售成本		(16,514,557)	(12,524,597)
毛利		4,803,505	3,721,771
其他收入及收益		98,096	76,459
銷售及經銷費用		(3,302,020)	(2,380,324)
行政費用		(461,902)	(420,004)
其他經營費用		(21,829)	(16,712)
經營業務利潤		1,115,850	981,190
利息收入		43,566	15,827
融資成本	5	(50,060)	(63,081)
應佔聯營公司利潤及虧損		20,954	8,384
稅前利潤	4	1,130,310	942,320
所得稅支出	6	(21,658)	(76,032)
本年利潤		<u>1,108,652</u>	<u>866,288</u>
以下各方應佔：			
本公司股東		935,786	727,352
少數股東		172,866	138,936
		<u>1,108,652</u>	<u>866,288</u>
股息			
已付股息	7	156,020	93,873
擬派期末股息	7	187,535	149,718
本公司普通股股東應佔每股盈利 (以每股人民幣元計)	8		
基本		0.664	0.532
攤薄		0.664	0.532

綜合資產負債表

於二零零七年十二月三十一日

	附註	二零零七年 人民幣千元	二零零六年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		5,042,648	4,160,283
在建工程		313,439	348,405
其他無形資產		31,404	13,204
土地使用權		228,739	128,386
於聯營公司之權益		57,573	40,371
可供出售投資		17,316	15,316
商譽		199,143	115,549
遞延所得稅資產		6,302	—
其他金融資產		21,139	—
		<u>5,917,703</u>	<u>4,821,514</u>
流動資產			
存貨		877,443	1,071,460
應收票據	9	114,882	128,093
應收賬款	10	261,365	186,976
預付款及按金		214,364	162,120
其他應收款項		40,198	18,386
保證金存款		44,506	45,071
現金及銀行結存		2,210,818	1,330,058
		<u>3,763,576</u>	<u>2,942,164</u>
流動負債			
應付賬款	11	1,315,395	1,034,699
應付票據	12	259,065	323,736
遞延收益		11,752	7,889
預提費用及客戶訂金		544,662	406,737
其他應付款項		1,013,171	1,033,066
計息銀行貸款		183,156	234,022
其他貸款		36,004	31,000
應付所得稅		185	6,104
		<u>3,363,390</u>	<u>3,077,253</u>
淨流動資產／(負債)		<u>400,186</u>	<u>(135,089)</u>
總資產減流動負債		<u>6,317,889</u>	<u>4,686,425</u>

二零零七年
人民幣千元

二零零六年
人民幣千元

非流動負債

計息銀行貸款	80,000	641,136
長期應付款項	224,192	292,110
遞延收益	178,993	120,499
	<u>483,185</u>	<u>1,053,745</u>
淨資產	<u>5,834,704</u>	<u>3,632,680</u>

權益

本公司股東應佔權益

已發行股本	151,277	145,573
保留利潤	1,547,733	993,822
其他儲備	3,412,619	1,859,469
	<u>5,111,629</u>	<u>2,998,864</u>
少數股東權益	723,075	633,816
總權益	<u>5,834,704</u>	<u>3,632,680</u>

附註：

1. 公司資料

本公司為一間在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司。本公司乃一家投資控股公司，而其子公司在中華人民共和國（「中國」）從事乳製品生產及經銷業務。

2.1 編製基準

該等財務報表是按照國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）及香港公司法的披露規定編製而成。財務報表以歷史成本法編製，惟購股權以公允值計量。財務報表以人民幣（「人民幣」）呈列，而所有數值除另有指明外，均調整至最接近的千位。

綜合基準

綜合財務報表包括本集團截至二零零七年十二月三十一日止年度的財務報表。編製子公司財務報表的呈報年度與本公司相同，會計政策亦貫徹一致。所有集團內公司間的結餘、交易、收支，以及因集團內公司間交易產生的盈虧而確認的資產均已全數對銷。子公司由收購日期（即本集團取得控制權當日）起全面綜合入賬，直至控制權不再存在為止。

少數股東權益指並非由本集團持有的本公司之子公司盈虧與淨資產部分，並在綜合利潤表及綜合資產負債表的權益項內單獨呈列，與本公司的股東權益分開。收購少數股東權益按母公司伸延法入賬，據此所收購資產淨值的代價與所佔賬面值之間的差額確認為商譽。

2.2 新頒佈及經修訂國際財務報告準則的影響

除下文所列者外，所採納的會計政策與上一個財政年度的會計政策貫徹一致：

年內，本集團採納了以下新頒佈及經修訂國際財務報告準則及國際財務報告詮釋委員會詮釋。採納這些新頒佈及經修訂準則及詮釋對本集團及本公司的經營業績或財務狀況均無任何影響。然而，按此等準則及詮釋，本集團須作出更多披露，在一些情況下須修改會計政策。

國際財務報告準則第7號	<i>金融工具：披露</i>
國際會計準則第1號（經修訂）	<i>財務報表列報－資本披露</i>
國際財務報告詮釋委員會 －詮釋第8號	<i>國際財務報告準則第2號的範圍</i>
國際財務報告詮釋委員會 －詮釋第9號	<i>重估內嵌式衍生工具</i>
國際財務報告詮釋委員會 －詮釋第10號	<i>中期財務報告及減值</i>

該等新頒佈及經修訂國際財務報告準則的主要影響如下：

國際財務報告準則第7號 *金融工具：披露*
此項準則要求披露相關資料以便財務報表使用者得以評估本集團金融工具的重要性及因該等金融工具而產生的風險性質及程度。本集團整份財務報表中已加入新披露。儘管對財務狀況或經營業績均無影響，惟在必要的情況下已修正比較數字。

國際會計準則第1號（經修訂） *財務報表列報－資本披露*
此項準則修訂要求本集團作出新披露，以便財務報表使用者得以評估本集團管理資本的目的、政策及流程。這些新披露已於財務報表列載。

國際財務報告詮釋委員會－詮釋第8號 *國際財務報告準則第2號的範圍*
該詮釋要求國際財務報告準則第2號應用於下述安排：本集團以授出股本工具或發生負債（根據股本的價值計算）作為代價換取貨品或服務，部份或全部該等貨品或服務的價值無法衡量，但似乎低於授出的股本工具或已發生的負債的公允值。由於本集團目前權益工具僅根據購股權計劃而授予僱員，故詮釋對本集團的財務狀況或經營業績均無影響。

國際財務報告詮釋委員會－詮釋第9號 *重估內嵌式衍生工具*
國際財務報告詮釋委員會－詮釋第9號列明在首次訂立合同的日期，對存在的內嵌式衍生工具進行首次評估。僅在合同有所修改並嚴重影響現金流量時，方需要進行重估。由於本集團並無需與主合同分隔的內嵌式衍生工具，故詮釋對本集團的財務狀況或經營業績均無影響。

國際財務報告詮釋委員會－詮釋第10號 *中期財務報告及減值*
此項詮釋要求公司不得撥回上一中期確認的商譽以及以成本計量的權益工具或金融資產投資的減值損失。由於本集團先前對這些資產並無撥回減值損失，故詮釋對本集團的財務狀況或經營業績均無影響。

3. 收入及分部資料

本集團由下列業務分部組成：

- 液體奶產品分部 — 生產及經銷超高溫滅菌奶（「UHT奶」）、乳飲料及酸奶；
- 冰淇淋產品分部 — 生產及經銷冰淇淋；及
- 其他乳製產品分部 — 生產及經銷奶粉。

本集團主要在中國經營業務，而收入和業績主要亦源自中國，故並無呈列按地域劃分的分析。

下表呈列本集團的業務分部在截至二零零七年十二月三十一日止年度的收入、業績及部份資產和負債的資料：

	二零零七年 人民幣千元	二零零六年 人民幣千元
分部收入：		
液體奶產品	19,148,856	14,260,929
冰淇淋產品	1,991,728	1,818,042
其他乳製品	177,478	167,397
	<u>21,318,062</u>	<u>16,246,368</u>
分部業績：		
液體奶產品	1,249,599	970,207
冰淇淋產品	85,228	119,610
其他乳製品	(31,994)	24,394
	<u>1,302,833</u>	<u>1,114,211</u>
不分部的公司支出	<u>(186,983)</u>	<u>(133,021)</u>
經營業務利潤	<u>1,115,850</u>	<u>981,190</u>
利息收入	43,566	15,827
融資成本	(50,060)	(63,081)
應佔聯營公司利潤及虧損	20,954	8,384
稅前利潤	1,130,310	942,320
所得稅支出	<u>(21,658)</u>	<u>(76,032)</u>
本年利潤	<u>1,108,652</u>	<u>866,288</u>

	二零零七年 人民幣千元	二零零六年 人民幣千元
分部資產：		
液體奶產品	7,042,655	6,049,910
冰淇淋產品	966,557	1,029,309
其他乳製品	230,324	118,804
不分部的公司資產	2,844,220	1,668,720
分部間抵銷	(1,402,477)	(1,103,065)
	<u>9,681,279</u>	<u>7,763,678</u>
總資產	<u>9,681,279</u>	<u>7,763,678</u>
分部負債：		
液體奶產品	3,920,366	3,809,625
冰淇淋產品	470,352	471,854
其他乳製品	165,928	33,655
不分部的公司負債	692,406	918,929
分部間抵銷	(1,402,477)	(1,103,065)
	<u>3,846,575</u>	<u>4,130,998</u>
總負債	<u>3,846,575</u>	<u>4,130,998</u>
資本開支：		
液體奶產品	1,071,931	1,300,644
冰淇淋產品	71,782	86,804
其他乳製品	127,295	7,216
其他	244,053	77,761
	<u>1,515,061</u>	<u>1,472,425</u>
折舊及攤銷：		
液體奶產品	416,032	312,529
冰淇淋產品	91,862	73,419
其他乳製品	4,718	5,927
其他	17,863	14,671
	<u>530,475</u>	<u>406,546</u>
其他非現金支出／(收入)：		
液體奶產品	(6,983)	3,304
冰淇淋產品	(301)	(187)
其他乳製品	3,845	1,489
其他	(51)	27
	<u>(3,490)</u>	<u>4,633</u>

4. 稅前利潤

本集團的稅前利潤乃經扣除下列各項後計算所得：

	二零零七年 人民幣千元	二零零六年 人民幣千元
銷售成本	16,514,557	12,524,597
僱員福利費用（不包括董事酬金）		
－ 工資、薪金、住房福利及其他津貼	800,406	637,377
－ 退休福利供款	50,138	33,370
－ 以股份為基礎的支付	35,352	3,108
	<u>885,896</u>	<u>673,855</u>
物業、廠房及設備折舊	522,706	403,485
土地使用權攤銷	4,681	1,707
其他無形資產攤銷	3,088	1,354
處置物業、廠房及設備虧損	8,298	1,075

5. 融資成本

	二零零七年 人民幣千元	二零零六年 人民幣千元
長期應付款項利息	15,506	14,855
須於五年內全數償還的銀行貸款利息	36,830	48,474
減：已資本化的利息	(2,276)	(248)
	<u>50,060</u>	<u>63,081</u>

已資本化的利息是為取得符合條件資產所借資金的借貸費用。於年度內，已資本化的借貸年利率為5.88%（二零零六年：5.67%）。

6. 所得稅支出

本集團在本年度並無在香港產生任何應課稅利潤，故無計提香港利得稅撥備。所得稅支出指在本年內計提的中國企業所得稅（「企業所得稅」）及遞延所得稅撥備。

根據中國所得稅法，除了本集團二十一間（二零零六年：十八間）子公司獲得若干稅務優惠外，本集團旗下的企業應就其法定賬目所示應課稅利潤按33%之稅率交納企業所得稅：法定賬目是按照中國會計準則及財務法規編製。

	二零零七年 人民幣千元	二零零六年 人民幣千元
當期所得稅	27,960	76,032
遞延所得稅	(6,302)	—
	<u>21,658</u>	<u>76,032</u>

在年度內，就稅前利潤按法定所得稅稅率計算的所得稅支出，與按照本集團實際所得稅稅率計算的所得稅支出，調節如下：

	附註	二零零七年 人民幣千元	二零零六年 人民幣千元
稅前利潤		<u>1,130,310</u>	<u>942,320</u>
按33%中國企業所得稅稅率計算		373,002	310,966
無須課稅的項目及其他(淨額)		40,802	90,044
優惠稅率的影響	(a)	(44,061)	(94,278)
稅務減免的影響	(a)	(330,221)	(225,142)
使用先前未確認的稅務抵免		<u>(17,864)</u>	<u>(5,558)</u>
按1.9%(二零零六年：8.1%)實際所得稅稅率計算		<u>21,658</u>	<u>76,032</u>

附註：

- (a) 於二零零七年，二十一間(二零零六年：十八間)子公司享受稅務減免。該等獲稅務減免的子公司之應課稅利潤合計約人民幣1,134,188,000元(二零零六年：人民幣967,939,000元)。二十一間子公司中，有十七間(二零零六年：十五間)子公司的稅務減免乃為國家稅務局按《中華人民共和國外商投資企業和外國企業所得稅法》批准該等子公司從開始獲利年度起可獲兩年免稅三年減半徵稅的優惠。兩間(二零零六年：兩間)子公司的稅務減免是經地方稅務局審批，該審批是以國家稅務局「對農業重點龍頭企業的所得稅豁免通知」的政策為據。餘下兩間(二零零六年：一間)子公司的稅務豁免是經地方稅務局審批，該審批是以國家稅務局對「老、少、邊、窮」地區新辦的企業免稅三年的政策為據。
- (b) 聯營公司應佔稅項約為人民幣10,428,000元(二零零六年：人民幣4,790,000元)，已計入綜合利潤表的應佔聯營公司利潤及虧損內。

7. 股息

	附註	二零零七年 人民幣千元	二零零六年 人民幣千元
本年度宣派及支付 普通股股息		<u>156,020</u>	<u>93,873</u>
建議提呈於股東週年大會批准 普通股股息：			
擬派期末股息－每股普通股人民幣0.1315元 (二零零六年：人民幣0.1094元)	(a)	<u>187,535</u>	<u>149,718</u>

附註：

- (a) 擬派股息總額乃根據已發行現有股份約1,426,120,000股(二零零六年：1,368,416,000股)計算。本年度擬派期末股息須由本公司的股東在即將召開的股東週年大會(「股東週年大會」)上批准。該等股息並未在二零零七年十二月三十一日的綜合財務報表確認為負債，而將是反映為截至二零零八年十二月三十一日止年度的保留利潤分配。

8. 本公司普通股持有人應佔的每股盈利

本年度的每股基本盈利乃根據年內本公司普通股股東應佔淨利潤除以年內已發行普通股的加權平均股數計算。

本年度的每股攤薄盈利乃根據年內本公司普通股股東應佔淨利潤除以用作計算每股基本盈利所採用的年內已發行普通股加權平均數並假設年內所有購股權獲行使並根據國際會計準則第33號每股盈利的或然普通股撥備按無代價發行的普通股加權平均數計算。

計算每股基本盈利及每股攤薄盈利的加權平均股數調節如下：

	二零零七年 股份數目 千股	二零零六年 股份數目 千股
計算每股基本盈利所用的普通股加權平均數	1,408,911	1,368,416
假設年內所有購股權獲行使並按無代價發行之 普通股加權平均數	<u>859</u>	<u>—</u>
計算每股攤薄盈利所用的普通股加權平均數	<u><u>1,409,770</u></u>	<u><u>1,368,416</u></u>

9. 應收票據

本集團應收票據按發票日期的賬齡分析如下：

	二零零七年 人民幣千元	二零零六年 人民幣千元
3個月以內	114,832	125,140
4至6個月	<u>50</u>	<u>2,953</u>
	<u><u>114,882</u></u>	<u><u>128,093</u></u>

10. 應收賬款

本集團一般給予客戶不超過30天的信貸期。本集團密切留意逾期未還結餘。鑒於本集團的應收賬款乃與大量不同類別的客戶有關，故信貸風險並不集中。應收賬款並無附帶利息。

本集團經扣除呆賬撥備的應收賬款的賬齡分析（按賬單日期計算）如下：

	二零零七年 人民幣千元	二零零六年 人民幣千元
3個月內	226,011	163,944
4至6個月	24,136	20,453
7至12個月	10,828	2,104
1年以上	390	475
	<u>261,365</u>	<u>186,976</u>

11. 應付賬款

本集團應付賬款根據發票日期的賬齡分析如下：

	二零零七年 人民幣千元	二零零六年 人民幣千元
3個月以內	1,238,629	971,494
4至6個月	65,590	51,696
7至12個月	7,904	5,623
1年以上	3,272	5,886
	<u>1,315,395</u>	<u>1,034,699</u>

12. 應付票據

本集團應付票據根據發票日期的賬齡分析如下：

	二零零七年 人民幣千元	二零零六年 人民幣千元
3個月以內	164,684	221,527
4至6個月	94,381	102,209
	<u>259,065</u>	<u>323,736</u>

管理層討論及分析

財務回顧

隨著中國乳製品需求的不斷上升，並配合本集團自主創新的產品組合及高效的推廣策略，本集團於本年度進一步穩固市場領導地位、提升市場佔有率，並取得理想的業務表現。本集團於回顧年內之收入增加31.2%至人民幣213.181億元（二零零六年：人民幣162.464億元）。本公司股東應佔淨利潤增加28.7%至人民幣9.358億元（二零零六年：人民幣7.274億元）。每股基本盈利及攤薄盈利均為人民幣0.664元（二零零六年：人民幣0.532元），較二零零六年增長24.8%。

毛利

回顧年度內，本集團的毛利較二零零六年增長29.1%，達人民幣48.035億元（二零零六年：人民幣37.218億元）。透過本集團精準的成本控制措施、生產過程優化及完善的物流儲運體系，原料鮮奶成本上漲的壓力得以緩和。本集團於年內成功推出更多高端功能性產品、不斷優化產品結構，成功地抑制了成本上漲的影響程度，全年整體毛利率與二零零六年全年相比僅下跌0.4個百分點至22.5%，仍處於健康水平。

經營費用

本集團於二零零七年的經營費用合共為人民幣37.858億元（二零零六年：人民幣28.17億元），約佔集團收入的17.8%（二零零六年：17.3%）。在回顧年度內，本集團持續優化運營管理體系及推行全面預算管理，以控制經營費用並提升銷售及管理效率。

本集團的銷售及經銷費用為人民幣33.02億元（二零零六年：人民幣23.803億元），約佔本集團收入的15.5%（二零零六年：14.6%）。為了加強差異化市場推廣策略並強化新產品的宣傳力度，本集團針對不同顧客層面推出多樣化、獨特且新穎的宣傳及推廣活動，全年度廣告及宣傳費用佔本集團銷售收入的比例為7.2%，比二零零六年全年的6.8%上升0.4個百分點。更立體、更全面的營銷推廣活動深刻突出蒙牛品牌的個性，藉以提高本集團的市場份額。

行政及其他經營費用合共為人民幣4.838億元（二零零六：4.367億元），佔本集團收入的百分比由去年的2.7%下調至二零零七年的2.3%，反映本集團於年內推行全面的經營管理體系及嚴控行政費用的策略取得成效。

經營業務利潤

本集團於二零零七年的息稅折舊攤銷前利潤（EBITDA）上升19.4%至人民幣16.673億元（二零零六年：人民幣13.961億元）。儘管原料鮮奶成本大幅上漲以及廣告及宣傳費用上升，本集團於年內透過加大經營效率及完善資源配置，使整體成本壓力盡量減至最低，EBITDA利潤率為7.8%（二零零六年：8.6%）。

淨利潤

儘管市場競爭激烈及成本上升帶來壓力，本集團於年內加大發揮規模效益及產品結構優化策略，本年度的公司股東應佔淨利潤達人民幣9.358億元（二零零六年：人民幣7.274億元），比二零零六年度增長28.7%。

資本架構、流動資金及財務資源

截至二零零七年十二月三十一日，本集團的經營業務所得現金淨額達人民幣20.581億元（二零零六年：人民幣14.028億元），而本集團於二零零七年十二月三十一日之淨現金（現金及銀行存款扣除銀行貸款總額）達人民幣19.477億元（二零零六年：人民幣4.549億元），反映本集團之財務狀況一直保持穩健水平，且現金流量非常健康。

於二零零七年十二月三十一日，本集團的尚未償還銀行貸款為人民幣2.632億元（二零零六年：人民幣8.752億元），其中人民幣1.832億元須於一年內償還，而人民幣0.8億元的償還期則為一年以上。

本集團的總權益由二零零六年十二月三十一日的人民幣36.327億元增至二零零七年的人民幣58.347億元。於二零零七年十二月三十一日，本集團債務權益比率（銀行貸款總額除以總權益）為4.5%，較去年同年的24.1%下降19.6個百分點。

市場回顧

隨著中國國民經濟的持續發展和國內消費需求的增長，中國乳業迎來了難得的歷史機遇，並進入一個高速增長的時期。根據中國乳製品工業協會發表的最新統計數據顯示，中國目前已成為全球第三大產奶國和最大的新興乳品市場。根據AC尼爾森於二零零七年十二月進行的調查中顯示，以按年移動總銷售額計算，中國液體奶市場較二零零六年增長超過20%。中國乳製品市場不斷擴大並更趨成熟，於全球的地位舉足輕重，成為世界上最大乳製品消費潛在市場之一。

隨著中國乳業的逐步成熟發展，產品結構亦發生了重大變化，市場上新推出的乳製品更著重科技含量及功能性。中國乳業已從以往低端的價格大戰走向高端的技術與產品比拼－整體行業透過差異化競爭的追求，朝著健康與長遠發展的方向積極邁進。

本集團作為中國乳業的領軍者，於回顧年內，持續加大於科研技術及高端產品的投入力度，並於七月於內蒙古舉辦了首屆「國際乳業節」，邀請全球的乳業專家及同業召開高峰論壇，透過中外乳業互相交流，身體力行為促進行業整體強大發展而努力。

業務回顧

隨著本集團高科技乳品研究院暨高智能化生產基地（「研究院」）於二零零七年七月正式投入使用，為本集團創造了更理想的研發平台，自主研發新產品及改良現有產品，為客戶提供了更多「純天然、無污染、口感香濃」的優質產品。於回顧年內，本集團積極改良產品包裝、提升產品功能性及加強對細分市場的推廣策略，為**蒙牛**品牌及產品塑造出更加鮮明的形象。

根據AC尼爾森於二零零七年十二月進行的調查，本集團在全國液體奶市場（不包括乳飲料及酸奶）取得了40.7%的份額（以銷售額計），較二零零六年十二月的36.2%有所提升。中國前三大液體奶製造商的市場份額於二零零七年十二月合共達68.8%（二零零六年：68.8%），表明中國主要乳製品企業的市場地位仍然強大穩固。

品牌及市場推廣

經過過去數年的用心打造與經營，**蒙牛**於中國以及世界各地的顧客心目中，已經成為人所共知的優質乳製品品牌。年內，**蒙牛**不但被中國世界貿易組織研究會評選為「影響中國生活方式十大品牌」之一、更獲中國商務部頒發「最具市場競爭力品牌獎項」、並連續三年榮獲香港「十大最愛品牌」之一，及於首屆中國品牌節中獲選「品牌中國華譜獎－中國年度25大典範品牌」。根據國家統計局中國行業企業信息中心公布的全國市場統計數據：本集團之液體奶繼續獲得全國銷量冠軍，就銷量而言更可及全球冠軍。本集團的市場地位與顧客的至尊推崇又得到重要的見證。

年內，本集團繼續與國家和地方電視台合作，於黃金時段推出「贏在中國」、「蒙牛益生菌酸奶全家總動員」及「高鈣奶超級大贏家」等各項針對不同顧客層面、極具互動性且新穎的市場推廣活動（包括主題欄目）；同時亦透過與迪士尼、美國國家籃球協會（「NBA」）、星巴克及肯德基等戰略夥伴的強強合作，推出「中國牛奶愛心行動」、「NBA籃球大蓬車互動球迷活動」等一系列展示愛心、健康及營養，推廣「多喝牛奶多運動」健康生活方式的活動，以更立體、更全面的方式，深刻突出**蒙牛**品牌的個性。

另一方面，本集團亦積極向外擴展業務版圖，本集團進一步加強了新加坡、菲律賓、馬來西亞等海外市場的拓展策略，為擴大業務覆蓋、打入世界乳業十五強的目標而努力。

產品

在產品開發方面，本集團以產品的差異化作為研發策略、以高新技術作為支持，透過自主創新優化現有產品，發展種類更多的高端功能性優質新產品。

液體奶

作為本集團的主要收入來源，本集團液體奶業務於全年實現收入共人民幣191.489億元，較二零零六年的人民幣142.609億元，增長34.3%，佔本集團收入89.8%。

UHT奶

UHT奶收入較去年的人民幣95.762億元，增加33.4%至人民幣127.747億元，佔液體奶收入的66.7%。本集團利用科研技術，不但改良了純牛奶產品，更在不破壞營養價值的前提下在純牛奶中添加了穀物粉營養精華，令早餐奶產品口感更加美味、營養更加豐富。這一舉措不但成功帶動UHT奶強勁增長，同時亦有助本集團建立更穩定的細分顧客基礎。此外，在去年榮獲「國際乳品業聯合會產品創新獎」的特侖蘇的基礎上，本集團透過加入造骨牛奶蛋白（「OMP」），改進了蛋白質含量，特侖蘇OMP既補鈣也留鈣，產品自推出市場後獲得顧客青睞，令本集團高端牛奶的產品組合進一步拓寬。

新推出及已改良之產品為顧客提供更多優質選擇，加上國內經濟繁榮發展與大眾對優質營養產品的追求，推動本集團UHT奶產品的強勁增長。本集團於產品研發上積極努力，在現有的產品基礎上繼續作出突破，本集團已計劃於二零零八年推出第一款有機牛奶產品－特侖蘇有機奶，以及增加了膳食纖維、更易於吸收的低乳糖牛奶。本集團將繼續開拓產品的種類，為顧客提供更健康、更優質的選擇。

乳飲料

乳飲料產品收入增長36.8%至人民幣49.806億元，佔液體奶收入的26%。回顧年內，本集團積極為乳飲料產品加添更多營養和趣味，成功研製出具有益生菌因子的新一代乳飲料產品，配合有效的營銷活動，乳飲料產品銷量進一步獲得提升。

年內，本集團與迪士尼携手合作，推出以迪士尼卡通形象作包裝的兒童飲料－未來星吸吸爽奶凍及吸吸爽牛奶產品，受到了家長與兒童的歡迎。同時本集團亦透過先進技術於產品中引入獨特價值，推出了能讓顧客同時享受香濃牛奶與真實果粒雙重營養的真果粒系列，令本集團成功針對各細分市場穩固其地位。

酸奶

於回顧年內，酸奶收入增長33.5%至人民幣13.936億元，佔液體奶收入的7.3%。隨著市場對酸奶益處的更廣泛認同，本集團於年內推出了冠益乳及大粒果實酸奶等各項新升級裝及新口味產品，各種酸奶產品均錄得持續的銷售增長。

本集團運用新研製的完整新鮮果粒添加技術，推出了大粒果實酸奶，透過天然原料及科學技術的相互作用，提升產品的附加營養。另外，本集團亦推出了另一產品一粒多濃酸奶，產品混合精選天然健康穀物、新鮮美味果粒及酸奶，並添加了LABS益生菌，含有豐富膳食纖維及蛋白質並能夠保護腸道。本集團在成功開發技術性優質產品的基礎上，於未來將推出更多高技術含量及高附加值的新產品，包括針對女性研製，添加了膠原蛋白及利體素的全新美膚酸奶－優妍產品，及含有有助兒童骨骼、大腦和身體成長發育的豐富營養元素的未來星兒童酸奶，藉以提高產品的競爭力及市場份額。

冰淇淋

本集團繼續優化現有產品，並加強了市場推廣的力度，其收入較去年增長9.6%至人民幣19.917億元，佔本集團收入的9.4%。

本集團積極優化產品味道、口感及包裝等方面，推出了高端產品蒂蘭聖雪，獲得了顧客的寵愛，為本集團開發高端冰淇淋市場的目標奠下穩健的基礎。於回顧年內，冰淇淋產品正處於優化及產品結構調整階段，本集團之冰淇淋產品銷售增長情況較整體業務水平為低。本集團已成功地在原有的產品基礎上作出了強勢改良，多款嶄新的冰淇淋產品系列將於未來推陳而出，為深入打進各細分市場而作好準備。預計於2008年新登場的產品包括：透過在隨變系列基礎上，添加益菌因子及改造形象而研製的香濃味美隨變歐羅旋新產品系列；以及與NBA及迪士尼合作所分別推出的全新冰+籃球冰及酷咩杯Kooka Cup系列。各款優質產品成功獲得口味升級及添加趣味，相信這些冰淇淋產品組合將能使其盈利水平得以推高。

其他乳製品

其他乳製品方面，公司於年內進行了產品重整，並加強了對潛力產品的重點推廣，回顧年內，其收入為人民幣1.775億元，佔本集團收入的0.8%。本集團的蒙牛系列產品擁有優質品牌及質量，加上較早進入奶粉市場，其銷售表現維持穩定良好。而分別針對中高端與高端市場的蒙牛阿拉及美蕾滋系列產品亦逐漸進入市場推廣階段，相信未來將為本集團的其他乳製品業務帶來更強大的盈利動力。

另一方面，本集團利用研究院的先進技術所研製的熏製奶酪亦已成功於年底推出市面，為本集團的新產品嘗試。本集團未來將繼續加大在研發的投入，以進一步擴闊本集團的乳製品產品種類，為顧客提供更多優質乳製品選擇。

原料鮮奶供應

為提高原料鮮奶的收奶量及保障原料鮮奶的質量，於回顧年內本集團繼續向原料鮮奶牧場提供有關奶牛科學飼養、疾病防治及品種改良等的培訓、以及各項高效科學化系統服務及技術支援服務，以使原料鮮奶牧場能獲得長期質素提升的支持。同時，為嚴格監控原料鮮奶的質量，確保在收奶的過程中達到最高衛生標準，本集團根據國家收購及食品安全標準，更嚴格地制定內部原奶送檢流程，不但對奶站進行檢查指導、對奶車的衛生情況進行監察，更對調奶及收奶的各個流程及過程嚴謹控制。此外，本集團亦積極實施對收購原料鮮奶作出嚴格的分級使用，以滿足不同產品的原料鮮奶需要。

生產和運營

本集團年內積極提升產能，於二零零七年十二月共經營22（二零零六年：19）個生產基地，合計年產能達478萬噸（二零零六年：393萬噸）。

於七月，本集團籌建的首個研究院正式建成使用。透過與英國劍橋大學、中國科學院等國內外眾多著名企業及科研單位的戰略合作，新研究院採用世界一流的先進儀器，並集合多種智能化功能設備，成為國際頂級乳製品研究中心之一。自研究院啟用後，本集團舉辦了多個培訓及國際性研討會，促進了行業的交流。同時，本集團亦成功研發了多項新技術，其中，本集團就電子鼻技術進行了對比實驗與應用研究，並於實際產品上進行了測定。未來本集團將可望利用電子技術對各種產品作出更科學化、更系統的感觀測試，提升新品質素。

此外，本集團繼續推行質量管理標準統一化及運營管理體系的優化計劃，並對各類產品於開發、推廣、規模化銷售等各生產經營階段進行適時的投入產出價值評估和控制。經過一年來的努力，各生產基地在技術、檢驗、生產配方和質量控制各環節均錄得質量及效益水平的提高。

合營和聯盟

於年內，本集團的戰略聯盟夥伴進一步擴大。於一月，本集團宣佈成為NBA的中國官方合作夥伴及其於中國唯一指定乳品供應商，為NBA中國全程賽事供應液體奶及酸奶等多種乳製品。同時，於二零零七年起，又成為著名全球特式咖啡零售及烘焙商－星巴克公司於中國各分店之指定牛奶供應商。此外，於十月，本集團又與世界最大的餐飲連鎖企業－肯德基成功結成策略聯盟，並將於二零零八年開

始，為遍佈中國的近2,000家肯德基連鎖餐廳提供**蒙牛**牛奶。本集團再次通過國際性大型企業的全球統一嚴格品質檢測標準，而結成強強聯盟，不僅肯定了本集團的產品質素、進一步擴大了其國際性聯盟版圖，更為本集團於世界乳業舞台上奠下更重要的地位。

行業交流

除與國際企業的戰略聯盟建立外，於回顧年內，本集團亦積極舉辦及參與多項本地及國際性的行業交流活動。於七月，本集團成功於內蒙古舉辦首屆「國際乳業節」，邀請了各個國際乳業機構代表出席，並就「匯聚全球智慧、建設世界乳都」為主題舉行高峰論壇。於九月，作為中國乳業企業唯一受邀代表，本集團出席了一年一度全球性最高規格的乳業專業會議－國際乳品聯合會（IDF）年會，更應邀在「乳業牧場高峰論壇」上作出主題演講，並與丹麥、英國、澳洲及美國等乳業領導國家代表分享本集團在牧場及奶源基地建設方面的創新舉措和經驗。此外，本集團於十月，亦組織了以「配料及乳品未來」為主題的技術研討與交流會，邀請了來自美國、瑞士、丹麥及荷蘭等國際配料公司，分析歐美、日本、台灣及內地等乳製品市場的現狀，就功能性原料及其在乳製品中的應用技術進行了交流與探討。透過與世界各地同業及乳業專家的緊密交流，本集團於科學技術、發展視野及對全球市場的認知等各方面均獲得了提升，為本集團拓展世界性的業務作出了更充足的準備。

社會責任

為支持國家「每日一斤奶，強壯中國人」，長遠提升民眾健康水平的目標，本集團自二零零六年六月開始展開了全國性送奶公益活動。經過一年多的努力，受益於愛心牛奶的小學總數已經成功擴展至1,000所。本集團於社會公益方面的努力獲得了各界愛心人士的共鳴，於六月，國家體育總局訓練局、NBA及多家國際知名企業和機構宣布與蒙牛共同啟動「中國牛奶愛心行動」，透過匯集更豐富的資源，一同為中國各地的孩子們提供牛奶與營養。此外，為進一步履行公民責任，為社會發展多出一分力，本集團於年內亦參與了「愛要讓你聽見－搶救聲音」等多項愛心活動，希望使更多的人感受到人間的關懷與溫暖。

作為國內乳製品製造業的領先者，本集團不僅注重企業的快速發展及經濟效益的提高，同時更關注生態環境的保護，實現建立綠色體系、生產綠色產品的「雙綠企業」的目標。作為大型牧場的重要配套，本集團推動合作夥伴建成和林格爾盛樂經濟園區中國最大的大型沼氣發電廠，利用大型牧場奶牛每天所產生的牛糞、牛尿發酵後發電，沼渣製造有機肥，沼液灌溉牧場，實現污染物零排放，及達成循環經濟的發展。

展望

於未來，中國乳業勢將成為世界的熱點。中國所擁有的十三億龐大人口，快速增長的經濟，以及不斷提高的人民生活水平，造就中國成為世界最大的消費市場。中國豐富的天然資源、強大的勞動力與快速的技術發展，讓中國同時成為世界重要產奶國家之一。在各項利好因素的帶動下，未來中國乳業仍將呈現快速的增長趨勢，實為世界其他國家難以媲美。

而作為中國乳製品市場的領軍者，本集團將抓緊中國乳業不斷走強的勢頭，積極開拓市場，並於未來進一步加強在研發方面的投入，透過引進國際化的經驗與技術，加上交流與自主開發，進一步提升產品的附加價值，提供琳琅滿目、營養豐富的優質高端產品，讓更多顧客受惠。

與原料鮮奶供應商分享國際最新技術 攜手提升原料鮮奶之質量

為提高原料鮮奶的質量，並推動與原料鮮奶供應商共同成長，本集團對原料鮮奶供應商所提供的培訓及技術支持於未來仍會持續。而隨著與國際同業更緊密的交流，本集團將努力把最新的奶牛繁育、飼養及收奶等方面的技術適時從世界各地帶到原料鮮奶供應商，使原料鮮奶的質量更加精益求精。此外，為嚴謹監察原料鮮奶的質量，本集團未來除了提升現有原料鮮奶質量的管控方案的細度及嚴度外，本集團亦會制定優質原料鮮奶提升方案，以更進一步提升奶源的質量指標。

開拓高新科技產品研發與檢定之新里程

科學技術研發將為本集團的發展重點之一。本集團將利用研究院的高新科研設備及技術為產品進行革新。同時，本集團亦將利用高科技手段如電子鼻、電子舌及感官評定管理軟件，建立科學、高效的感官評定體系，以改善產品質量、提高品質穩定性、延長產品貨架期及增加產品功能。本集團將積極提升自身的技術水平，以在乳業領域上與世界尖端水平保持一致，讓本集團作為中國乳業的領軍，帶領中國乳業共同走出國際。

精準優化各項內控制度 確保企業與產品於各層面均達致最高水平

本集團精準細密的運營管理體系經已打好根基並初見成效。於未來日子，本集團將力圖進一步完善系統，並確保系統能夠於各層面有效地實施，從而優化各工作流程並提高效率。此外，本集團亦將進一步改善現有的表現考核制度，確保運營目標被清楚界定並傳達至各部門，加強不同業務部門的問責制。同時，為嚴謹監控所有產品的安全性以保障顧客的健康，本集團亦將加強食品安全監控的機制，對所有產品生產單位實施全面質量監控和化驗室驗收檢查工作，以確保產品於各生產單位均能達到一致的高水平。

以行業與國家長足發展為己任 積極努力邁向世界以愛心回饋社會

展望未來，本集團除了積極尋求與國際企業的戰略聯盟外，同時亦將繼續為推動中國乳品行業在技術、食品衛生及產品附加值等各方面的長足發展而努力。本集團將加強與中外同業的交流，汲取乳業發達國家的前沿技術與先進經驗，以自身作為中國與世界乳業的溝通窗口，引領中國乳業邁向世界。

此外，本集團亦將不遺餘力回饋社會，透過與不同夥伴合作舉辦多類型的公益活動，讓更多的民眾能夠受惠，感受社會的支持與溫暖。有見中國南方居民於春節期間受困於雪災的影響，本集團刻不容緩，聯同慈善團體，立即於二零零八年二月四日向中國紅十字會捐贈人民幣1,000萬現金及牛奶，用於災區的直接救助及災後重建之用，成為第一家為南方雪災捐贈的民營企業，令受災居民能於寒冷的春節期間感受到人間的溫暖。同時，本集團亦會積極履行作為領先企業的社會責任，利用本集團的資源與技術，對環境保護及建造綠色社會出一分力。

人力資源及僱員薪酬

於二零零七年十二月三十一日，本集團於中國大陸及香港合共聘用約26,000位僱員。年內，僱員總成本（不包括董事酬金）約為人民幣8.859億元（二零零六年：人民幣6.739億元）。本集團於年內為新入職及在職的員工舉辦了多項行業最新資訊、技術、管理技能等的入職前及在職訓練，以提升整體員工的工作及技術水平。本集團亦組織了多項員工活動，除讓員工親身感受本集團的文化外，亦讓員工瞭解本集團的營運理念及奮鬥目標。本集團為員工提供具競爭力的薪酬，並設有按表現計算的獎勵和購股權計劃，以對員工發揮激勵及獎勵的作用。

企業管治

本公司已採納香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄十四所載企業管治常規守則（「企業管治守則」）的守則條文，作為其本身的企業管治常規守則。

本公司董事概不知悉有任何資料可合理顯示本公司於截至二零零七年十二月三十一日止年度內任何時間不遵守企業管治守則。

董事的證券交易

本集團已採納上市規則附錄十所載之《上市公司董事遵行證券交易的標準守則》（「標準守則」）作為本公司有關董事證券交易行為守則。經就此事作特別徵詢，所有董事均已確認彼等於本年內嚴格遵守標準守則有關的規定。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

本公司或其任何附屬公司於截止二零零七年十二月三十一日止年度內概無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

審核委員會

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，其中包括審閱截至二零零七年十二月三十一日止年度內經審核之財務報表。

安永會計師事務所的工作範圍

本集團截至二零零七年十二月三十一日止年度之初步業績公佈所列數字，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初步業績公佈發表任何保證。

擬派期末股息

董事會建議派發截至二零零七年十二月三十一日止年度之期末股息每股普通股人民幣0.1315元（二零零六年：人民幣0.1094元）。待於即將召開的股東週年大會上獲股東批准後，擬派期末股息將於二零零八年六月二十日或前後派付予二零零八年五月二十八日登記在本公司股東名冊上之股東。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將自二零零八年五月二十三日起至二零零八年五月二十八日止（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。為了符合資格獲派上述的擬派期末股息，股份持有人須於二零零八年五月二十二日下午四時三十分前，將所有股份過戶文件連同有關股票交回本公司股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712至1716室。

全年業績公告及年度報告之刊載

本業績公告刊載於本公司投資者關係網站（www.mengniuir.com）及香港交易及結算所有限公司網站（www.hkexnews.hk）。本公司之年度報告將於稍後時間發予股東及刊載於上述網站。

董事會

於本公佈刊發當日，執行董事計有牛根生先生、楊文俊先生及孫玉斌先生。非執行董事計有焦樹閣（又名焦震）先生及Julian Juul Wolhardt先生。獨立非執行董事計有王懷寶先生、張巨林先生及李建新先生。

致謝

藉此機會，董事會衷心感謝各股東和社會各界對本集團的一貫支援，以及全體員工的勤奮工作和忠誠服務。

承董事會命
總裁
牛根生

香港，二零零八年四月八日

* 僅供識別