

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佈之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



CHINA MENGNIU DAIRY COMPANY LIMITED

中國蒙牛乳業有限公司*

(在開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：2319)

截至二零一三年六月三十日止六個月中期業績公佈

摘要：

截至六月三十日止六個月(未經審核)	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	變動 百分比
收入	20,667,981	18,243,824	13.3%
毛利	5,519,154	4,643,553	18.9%
本公司擁有人應佔利潤	749,494	644,690	16.3%
經營業務產生的淨現金流入	2,331,577	1,156,476	101.6%
每股盈利(人民幣元)			
—基本	0.419	0.365	14.8%
—攤薄	0.419	0.365	14.8%

- 持續優化質量安全管控，加強奶源建設，整合銷售渠道，提升資訊系統，全方位支援各項業務高速發展，成功提升本集團總收入及利潤。
- 與Danone集團、雅士利建立戰略合作，並深化鞏固與Arla Foods合作，藉著協同效應，進一步拓展蒙牛的酸奶及奶粉業務。
- 以「聚焦品牌、建立標準、開發網點、提升賣力」的戰略部署提升銷售額。根據市場研究機構尼爾森的數據，二零一三年上半年，蒙牛液體奶及酸奶的市場份額繼續排名市場第一。
- 精簡產品組合，減少品牌並將品牌歸類為明確的組別，各自有清晰的定位，務求促進本集團的增長及盈利。
- 根據市場潛力及產品策略佈局產能，截至二零一三年六月，蒙牛於全國共設有生產基地28個，合共產能為759萬噸。
- 採納限制性股票激勵計劃，通過對核心管理團隊及各級優秀員工授予限制性股票，與僱員分享業務發展成果，讓僱員自身利益與本集團和股東利益直接掛鉤。

* 僅供識別

中國蒙牛乳業有限公司(「本公司」)之董事(「董事」)會「董事會」欣然呈報本公司及其子公司(「本集團」或「蒙牛」)截至二零一三年六月三十日止六個月的未經審核綜合中期業績連同比較數字，該中期業績及簡明中期財務報表已由本公司審核委員會(「審核委員會」)及核數師審閱。

簡明綜合利潤表

	附註	未經審核	
		截至六月三十日止六個月 二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元 經重述*
收入	4	20,667,981	18,243,824
銷售成本		(15,148,827)	(13,600,271)
毛利		5,519,154	4,643,553
其他收入及收益	4	129,636	108,435
乳牛公允價值變動減銷售成本 產生的收益		13,087	—
銷售及經銷費用		(3,806,962)	(3,191,812)
行政費用		(809,531)	(563,449)
其他經營費用	5	(137,680)	(124,860)
經營業務利潤		907,704	871,867
利息收入		132,423	101,774
融資成本	7	(33,714)	(10,581)
應佔聯營公司及合營企業利潤 及虧損		29,651	(60,470)
稅前利潤	6	1,036,064	902,590
所得稅支出	8	(185,684)	(154,678)
本期利潤		850,380	747,912
以下各方應佔：			
本公司擁有人		749,494	644,690
非控股股東		100,886	103,222
		850,380	747,912
本公司普通股擁有人應佔 每股盈利(以每股人民幣元計)	9		
—基本		0.419	0.365
—攤薄		0.419	0.365

本期應付股息及建議股息的詳情於附註10內披露。

* 上述若干數額並不對應二零一二年六月三十日之中期簡明綜合財務報表，惟反映附註15所述之調整。

簡明綜合財務狀況表

	附註	未經審核 二零一三年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一二年 十二月三十一日 人民幣千元 經重述*
非流動資產			
物業、廠房及設備		8,160,671	7,739,259
在建工程		765,478	596,812
土地使用權		803,635	801,191
長期預付款		296,497	299,947
商譽		747,351	482,436
生物資產		398,676	211,686
其他無形資產		239,696	224,228
於聯營公司之投資		2,763,406	77,921
可供出售投資		295,545	509,788
遞延稅項資產		57,342	72,093
其他金融資產		52,173	53,521
		<u>14,580,470</u>	<u>11,068,882</u>
流動資產			
可供出售投資		-	240,000
存貨		1,385,658	1,362,673
應收票據	11	272,972	172,596
應收賬款	12	867,165	683,112
預付款及按金		1,058,306	947,966
其他應收款項		293,491	477,022
投資存款		850,000	160,000
保證金存款		444,823	51,602
現金及銀行結存		7,389,036	5,752,041
		<u>12,561,451</u>	<u>9,847,012</u>
流動負債			
應付賬款	13	3,499,210	2,332,550
應付票據	14	993,468	1,296,910
遞延收益		19,389	19,056
其他應付款項		2,349,161	1,575,266
預提費用及客戶訂金		914,004	975,645
計息銀行貸款		3,957,676	573,777
其他貸款		33,187	24,915
應付所得稅		63,470	58,426
		<u>11,829,565</u>	<u>6,856,545</u>
淨流動資產		<u>731,886</u>	<u>2,990,467</u>
總資產減流動負債		<u>15,312,356</u>	<u>14,059,349</u>

	未經審核 二零一三年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一二年 十二月三十一日 人民幣千元 經重述*
非流動負債		
計息銀行貸款	18,941	-
長期應付款項	110,088	144,593
遞延收益	205,015	215,740
遞延稅項負債	-	33,051
其他金融負債	633,768	544,858
	<u>967,812</u>	<u>938,242</u>
淨資產	<u>14,344,544</u>	<u>13,121,107</u>
權益		
本公司擁有人應佔權益		
已發行股本	185,350	181,151
限制性股份激勵計劃下持有之股份	(131,812)	-
保留利潤	4,371,291	3,816,793
其他儲備	9,297,055	8,491,301
	<u>13,721,884</u>	<u>12,489,245</u>
非控股股東權益	622,660	631,862
總權益	<u>14,344,544</u>	<u>13,121,107</u>

* 上述若干數額並不對應二零一二年十二月三十一日之經審核綜合財務報表，惟反映附註15所述之調整。

附註：

1. 公司資料

本公司為於開曼群島註冊成立的獲豁免有限責任公司。本公司乃一家投資控股公司，而其子公司主要在中華人民共和國（「中國」）從事乳製品生產及經銷業務。

2. 編製基礎及本集團會計政策變動

編製基礎

截至二零一三年六月三十日止六個月的未經審核中期簡明綜合財務報表是按照國際會計準則第34號「中期財務報告」及香港聯合交易所有限公司證券上市規則之披露規定編製。

本未經審核中期簡明綜合財務報表並未載有年度財務報表所需的全部信息和披露，故應與本集團截至二零一二年十二月三十一日止年度的財務報表一併閱覽。

本集團採納之新準則、詮釋及修訂

除因採納以下截至二零一三年一月一日生效的新頒佈及經修訂的國際財務報告準則及詮釋外，編製本中期簡明綜合財務報表所採納的會計政策，與編製本集團截至二零一二年十二月三十一日止年度的財務報表所採納者保持一致。

本集團首次應用規定重列先前財務報表的若干準則及修訂。該等準則及修訂包括國際財務報告準則第10號*綜合財務報表*、國際財務報告準則第11號*共同安排*、國際會計準則第19號（二零一一年經修訂）*僱員福利*、國際財務報告準則第13號*公允值計量*及國際會計準則第1號的修訂*財務報表的呈列*。根據國際會計準則第34號的規定，該等變動的性質及影響於下文披露。此外，應用國際財務報告準則第12號於*其他實體的權益的披露*將會導致於年度綜合財務報表作出更多披露。

多項其他新準則及修訂於二零一三年首次應用。然而，該等準則及修訂並無對本集團之年度綜合財務報表及本集團之中期簡明綜合財務報表造成影響。

各項新準則／修訂之性質及影響於下文詳述：

國際會計準則第1號其他全面收益項目的呈列—國際會計準則第1號的修訂

國際會計準則第1號的修訂引入在其他全面收益呈列的項目的分組。在未來某個時間可重新分類（或重新使用）至損益（或於損益重新使用）的項目（例如對沖投資淨額的收益淨額、換算海外業務的匯兌差額、現金流量對沖變動淨額及可供出售金融資產的虧損或收益淨額）須與不得重新分類的項目（例如有關界定福利計劃的精算收益及虧損以及重估土地及樓宇）分開呈列。該等修訂僅影響呈列，並不會對本集團財務狀況或表現構成影響。

國際會計準則第1號澄清比較資料的規定（修訂本）

國際會計準則第1號的修訂澄清自願披露額外比較資料與按規定最低限度須披露比較資料的區別。當一間實體自願提供上個期間以外之比較資料時，其須於財務報表之相關附註中載入比較資料。自願提供的額外比較資料毋須呈列於完整財務報表。

當實體追溯應用其會計政策、作出追溯重列或對財務報表項目進行重新分類，而任何該等變動對上個期間開始時之財務狀況表構成重大影響，則須呈列期初財務狀況表(稱為「第三份資產負債表」)。該等修訂澄清第三份資產負債表毋須隨附相關附註的比較資料。根據國際會計準則第34號，中期簡明財務報表最低要求的項目不包括第三份資產負債表。

國際會計準則第32號向股本工具持有人作出分派之稅務影響(修訂本)

國際會計準則第32號之修訂金融工具：呈列的修訂澄清向股本工具持有人作出分派產生的所得稅根據國際會計準則第12號*所得稅*入賬。該修訂剔除現有國際會計準則第32號之所得稅規定，要求實體就任何向權益股東作出分派產生的所得稅應用國際會計準則第12號的規定。該修訂並無對本集團中期簡明綜合財務報表造成影響，因為現金或非現金分派並無產生稅務影響。

國際會計準則第34號中期財務報告及總資產及負債之分部資料(修訂本)

該修訂澄清國際會計準則第34號中有關各可報告分部總資產及負債之分部資料的規定，以進一步與國際財務報告準則第8號經營分部中的規定保持一致。僅當可報告分類的總資產及負債金額會定期呈報予最高營運決策者，方須披露該可報告分類的總資產及負債。該修訂並無對本集團之中期簡明綜合財務報表造成影響，因為本集團已披露相關分部資料。

國際會計準則第19號僱員福利(二零一一年經修訂)(國際會計準則第19R號)

國際會計準則第19R號包括對界定福利計劃會計處理的多項修訂，當中包括目前於其他全面收益確認精算收益及虧損永不會反映於收益或虧損內；計劃資產之預期回報不再在損益中確認，而界定福利負債(資產)之利息淨額(以界定福利責任之折現率計算)則在損益中確認；及未歸屬的過往服務成本在修訂產生或相關重組或終止成本確認期間(以較早者為準)於損益中確認。其他修訂包括新增披露，如量化敏感度披露。由於本集團並無界定福利計劃，該修訂並無對本集團造成影響。

國際財務報告準則第7號金融工具：披露—抵銷金融資產及金融負債—國際財務報告準則第7號的修訂

該修訂規定實體披露與抵銷金融工具及相關安排(如抵押協議)權利有關的資料。該等披露將為使用者提供評估淨額結算安排對實體財務狀況的影響的有用資料。所有根據國際會計準則第32號抵銷的已確認金融工具須作出該等新披露。該等披露亦適用於受限於可執行的總淨額結算安排或類似協議的已確認金融工具，不論其是否根據國際會計準則第32號抵銷。由於本集團並無根據國際會計準則第32號抵銷金融工具且並無相關抵銷安排，故該修訂對本集團並無造成影響。

國際財務報告準則第10號綜合財務報表及國際會計準則第27號獨立財務報表

國際財務報告準則第10號建立一項適用於所有實體(包括特殊目的實體)的單一控制模式。國際財務報告準則第10號取代在國際會計準則第27號綜合及獨立財務報表中處理綜合財務報表及詮釋常務委員會第12號綜合—特殊目的實體的有關部分。國際財務報告準則第10號變更控制之定義，當投資者因參與投資對象業務而承受風險或有權獲得可變回報，且有能力對投資對象行使其權力以影響該等回報時，投資者將視為控制投資對象。符合國際財務報告準則第10號控制之定義，必須符合全部三項條件，包括(a)投資者可對投資對象行使權力；(b)投資者因參與投資對象業務而承受風險，或有權獲得之可變回報；及(c)投資者有能力對投資對象行使其權力以影響投資者之回報金額。國際財務報告準則第10號對本集團綜合所持有之投資並無影響。

國際財務報告準則第11號共同安排及國際會計準則第28號於聯營公司及合營企業之投資

國際財務報告準則第11號取代國際會計準則第31號於合營企業之權益及詮釋常務委員會第13號共同控制實體—合營者之非貨幣出資。國際財務報告準則第11號取消共同控制實體採用按比例綜合的入賬選擇。而符合國際財務報告準則第11號對合營企業定義之合營企業必須採用權益法入賬。

應用此新訂準則對本集團財務狀況的影響是以權益會計法取代歐世蒙牛(內蒙古)乳製品有限責任公司(「歐世蒙牛」)(見附註15)合營企業的比例綜合法。國際財務報告準則第11號於二零一三年一月一日或之後開始的年度期間生效。國際財務報告準則第11號之影響於附註15詳述，當中包括財務報表的量化影響。

國際財務報告準則第12號於其他實體的權益的披露

國際財務報告準則第12號載列有關於附屬公司、聯合安排、聯營公司及結構性實體的披露規定。

國際財務報告準則第13號公允值計量

國際財務報告準則第13號於國際財務報告準則下，對所有公允值計量建立單一指引。國際財務報告準則第13號沒有就實體何時須使用公允值作任何改變，而是在實體需要使用或允許使用公允值時，提供如何計量公允值的指引。應用國際財務報告準則第13號並無對本集團進行的公允值計量造成重大影響。

此外，國際財務報告準則第13號規定公允值的特定披露，其中一些取代其他準則中的現有披露要求，包括國際財務報告準則第7號披露—金融工具。若干該等披露乃國際會計準則第34.16A(j)號特別規定，其影響中期簡明綜合財務報表。

除上述修訂及新訂準則外，國際財務報告準則第1號首次採納國際財務報告準則於二零一三年一月一日或之後開始之報告期間經修訂。本集團並非首次應用國際財務報告準則，故該準則與本集團無關。

本集團並無提早採納已頒佈但尚未生效的任何其他準則、詮釋或修訂。

3. 分部資料

出於管理需要，本集團按產品及服務構組業務單元，共有下列三個可報告經營分部：

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

管理層獨立監察本集團經營分部的業績，以作出有關資源分配及表現評估的決策。分部表現乃根據可報告分部利潤或虧損(其為對經調整稅前利潤或虧損的一種計量)予以評估。經調整稅前利潤或虧損乃貫徹以本集團的稅前利潤計量，惟利息收入、融資成本、分佔聯營公司及合營企業利潤及虧損、股息收入及總部及公司支出不包含於該計量內。

分部資產並無包括股本投資，以及其他不分部的總部及公司資產，因該等資產按集團層面管理。

分部負債並無包括其他不分部的總部及公司負債，因該等負債按集團層面管理。

分部間銷售及轉讓是參考以當時市價向第三者銷售所採用的售價進行交易。

下表呈列了本集團的業務分部的收入、利潤和部份資產和負債的資料：

截至二零一三年六月三十日止六個月(未經審核)

	液體奶產品 人民幣千元	冰淇淋產品 人民幣千元	其他乳製品 人民幣千元	分部間抵銷 人民幣千元	綜合 人民幣千元
分部收入：					
銷售予外部客戶	18,262,536	1,954,407	451,038	-	20,667,981
分部間銷售	131,536	19,465	53,859	(204,860)	-
總計	18,394,072	1,973,872	504,897	(204,860)	20,667,981
分部業績	1,087,114	40,584	(46,889)	-	1,080,809
利息收入					132,423
融資成本					(33,714)
應佔聯營公司及合營企業 利潤及虧損					29,651
不分部的公司支出					(173,105)
稅前利潤					1,036,064
所得稅支出					(185,684)
本期利潤					<u>850,380</u>

於二零一三年六月三十日(未經審核)

	液體奶產品 人民幣千元	冰淇淋產品 人民幣千元	其他乳製品 人民幣千元	分部間抵銷 人民幣千元	綜合 人民幣千元
資產及負債					
分部資產	17,785,602	1,798,266	1,113,644	-	20,697,512
集團內部抵銷					(6,700,004)
不分部的公司資產					<u>13,144,413</u>
總資產					<u>27,141,921</u>
分部負債	12,542,465	1,457,136	961,390	-	14,960,991
集團內部抵銷					(6,700,004)
不分部的公司負債					<u>4,536,390</u>
總負債					<u>12,797,377</u>

截至二零一二年六月三十日止六個月(未經審核)

	液體奶產品 人民幣千元	冰淇淋產品 人民幣千元	其他乳製品 人民幣千元	分部間抵銷 人民幣千元	綜合 人民幣千元
分部收入：					
銷售予外部客戶	15,963,272	2,158,257	122,295	-	18,243,824
分部間銷售	<u>103,774</u>	<u>66</u>	<u>86,846</u>	<u>(190,686)</u>	<u>-</u>
總計	<u>16,067,046</u>	<u>2,158,323</u>	<u>209,141</u>	<u>(190,686)</u>	<u>18,243,824</u>
分部業績	993,748	59,793	(5,933)	-	1,047,608
利息收入					101,774
融資成本					(10,581)
應佔聯營公司及合營企業的 利潤及虧損					(60,470)
不分部的公司支出					<u>(175,741)</u>
稅前利潤					902,590
所得稅支出					<u>(154,678)</u>
本期利潤					<u>747,912</u>

於二零一二年十二月三十一日(經審核)

	液體奶產品 人民幣千元	冰淇淋產品 人民幣千元	其他乳製品 人民幣千元	分部間抵銷 人民幣千元	綜合 人民幣千元
資產及負債					
分部資產	16,458,513	1,405,014	366,459	-	18,229,986
集團內部抵銷					(5,233,628)
不分部的公司資產					<u>7,919,536</u>
總資產					<u>20,915,894</u>
分部負債	10,988,647	816,066	393,189	-	12,197,902
集團內部抵銷					(5,233,628)
不分部的公司負債					<u>830,513</u>
總負債					<u>7,794,787</u>

4. 收入、其他收入及收益

收入為本集團的營業額，指已售出商品的發票淨值，經扣除退貨和貿易折扣，以及抵銷集團內所有公司間之重大交易後所得的數額。

本集團的收入、其他收入及收益的分析如下：

	附註	未經審核	
		截至六月三十日止六個月 二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
收入：			
商品銷售		20,667,981	18,243,824
其他收入及收益：			
政府補助，有關			
— 資產	(a)	9,695	9,361
— 收入	(b)	30,573	81,823
匯兌收益淨額		73,583	-
其他		15,785	17,251
		<u>129,636</u>	<u>108,435</u>
		<u>20,797,617</u>	<u>18,352,259</u>

附註：

- (a) 政府以物業、廠房和設備捐獻或現金捐獻以購買物業、廠房及設備方式，向本集團授予若干補助。該等補助金初始確認為遞延收益，並根據資產的估計可使用年期攤銷，以配對相關物業、廠房及設備的折舊開支。
- (b) 本集團因對當地乳製品行業的發展有所貢獻，故獲現金捐獻形式的政府補助金。該等補助金並無附帶任何未達成的條件或或然事項。

5. 其他經營費用

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
應收賬款及其他應收款項撥備	144	15,962
存貨撥備	286	5,283
處置物業、廠房及設備虧損	11,990	1,191
捐贈支出	11,513	2,610
稅項相關支出	93,832	70,539
匯兌虧損淨額	-	17,135
其他	19,915	12,140
	<u>137,680</u>	<u>124,860</u>

6. 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：

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
銷售存貨成本	15,148,827	13,596,975
變現及未變現衍生金融工具公允值虧損淨額	-	3,296
銷售成本	<u>15,148,827</u>	<u>13,600,271</u>
物業、廠房及設備折舊	562,627	465,161
土地使用權攤銷	10,408	7,213
其他無形資產攤銷	6,992	3,891
僱員福利費用(不包括董事及高級行政人員酬金)	1,363,124	877,595

7. 融資成本

融資成本的分析如下：

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月 二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
長期應付款項利息	7,201	6,754
須於五年內全數償還的銀行貸款利息	18,133	1,414
因時間流逝而增加或然代價的折現現值	8,380	2,413
	<u>33,714</u>	<u>10,581</u>

8. 所得稅支出

簡明綜合利潤表內所得稅支出的主要成分為：

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月 二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
即期所得稅		
即期所得稅支出	170,933	149,403
遞延所得稅		
有關稅項虧損及暫時性差異的產生及回撥	14,751	5,275
	<u>185,684</u>	<u>154,678</u>

(a) 由於本集團在期內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。

(b) 所得稅支出指在期內按現行適用稅率計提的中國企業所得稅(「企業所得稅」)撥備。

期內，根據(i)中國企業所得稅法；(ii)關於實施西部大開發策略稅收政策問題的通知；及(iii)《關於發佈享受企業所得稅優惠政策的農產品初加工範圍(試行)的通知》，若干中國子公司享有稅務豁免。

9. 本公司普通股擁有人應佔的每股盈利

本期的每股基本盈利乃根據期內本公司普通股擁有人應佔利潤除以期內已發行普通股的加權平均股數計算。

每股攤薄盈利乃根據本公司普通股擁有人應佔本期利潤除以用作計算每股基本盈利所採用的該期內已發行普通股加權平均數並假設期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。

以下是計算每股基本及攤薄盈利時所用的利潤及股份數目：

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月 二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
本公司普通股擁有人應佔利潤	749,494	644,690
	股份數量 (千股)	股份數量 (千股)
計算每股基本盈利所用的普通股加權平均數減 就限制性股份激勵計劃持有之股份	1,786,914	1,767,571
假設期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	1,351	58
計算每股攤薄盈利所用的普通股加權平均數	1,788,265	1,767,629

10. 股息

董事並未建議派發截至二零一三年六月三十日止六個月的中期股息(截至二零一二年六月三十日止六個月：無)。截至二零一三年六月三十日止六個月，本公司按照建議就截至二零一二年十二月三十一日止年度向本公司股東宣派及派付期末股息每股人民幣0.16元(截至二零一二年六月三十日止六個月：人民幣0.198元)。

11. 應收票據

本集團應收票據的賬齡分析如下：

	未經審核	經審核
	二零一三年 六月三十日 人民幣千元	二零一二年 十二月三十一日 人民幣千元
3個月以內	191,866	121,600
4至6個月	81,106	50,996
	272,972	172,596

12. 應收賬款

本集團一般給予客戶不超過30天的信貸期，在特定情況下可延長。本集團密切留意逾期未還結餘。鑒於上文所述及本集團的應收賬款乃與大量不同類別的客戶有關，故並無重大信貸集中風險。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按發票日期的賬齡分析如下：

	未經審核 二零一三年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一二年 十二月三十一日 人民幣千元
3個月以內	745,701	491,954
4至6個月	97,712	182,074
7至12個月	22,941	7,240
1年以上	811	1,844
	<u>867,165</u>	<u>683,112</u>

13. 應付賬款

本集團應付賬款根據發票日期的賬齡分析如下：

	未經審核 二零一三年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一二年 十二月三十一日 人民幣千元
3個月以內	3,414,616	2,283,674
4至6個月	55,483	32,727
7至12個月	25,684	12,442
1年以上	3,427	3,707
	<u>3,499,210</u>	<u>2,332,550</u>

14. 應付票據

本集團應付票據的賬齡分析如下：

	未經審核 二零一三年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一二年 十二月三十一日 人民幣千元
3個月以內	593,183	600,589
4至6個月	400,285	696,321
	<u>993,468</u>	<u>1,296,910</u>

15. 於合營企業之投資

本集團擁有歐世蒙牛50%之權益。根據國際會計準則第31號「於合營企業的投資」(於過渡至國際財務報告準則第11號前)，本集團於歐世蒙牛之權益，分類為共同控制實體，而本集團分佔之資產、負債、收益、收入及支出，會按比例併入綜合財務報表。於採納國際財務報告準則第11號後，本集團釐定其所持權益屬合營企業，並須按權益法入賬。在計算於二零一二年一月一日之初步投資時，本集團以之前比例合併的資產與負債賬面值之和為於合營企業之投資金額，並以該投資金額減計至零為限。於比較期間應用國際財務報告準則第11號之影響如下：

	截至 二零一二年 六月三十日 止六個月 人民幣千元
對簡明綜合利潤表之影響	
收入減少	(116,742)
銷售成本減少	<u>49,753</u>
毛利減少	(66,989)
其他收入及收益減少	(349)
銷售及經銷費用減少	105,640
行政費用減少	6,146
其他經營費用減少	<u>3,860</u>
經營利潤增加	48,308
利息收入減少	(73)
融資成本減少	1,456
應佔合營企業虧損	<u>(49,691)</u>
對稅前利潤的淨影響	-
對所得稅支出的淨影響	<u>-</u>
對本期利潤的淨影響	-

對綜合財務狀況表之影響

於二零一二年
十二月三十一日
人民幣千元

物業、廠房及設備減少	(152,655)
土地使用權減少	(6,252)
其他無形資產減少	(1,749)
應收賬款增加	58,025
應收票據減少	(3,790)
存貨減少	(57,225)
預付款及按金減少	(1,990)
其他應收款項增加	117,145
現金及銀行結存減少	(26,349)
資產減少	(74,840)
應付賬款減少	(49,405)
其他應付款項減少	(56,878)
預提費用及客戶訂金減少	(17,815)
負債減少	(124,098)
權益增加	49,258

於二零一二年十二月三十一日，本集團於合營企業投資中之未確認分佔累計虧損為人民幣49,258,000元，源於本集團對上述虧損或負資產淨值並無法律或推定責任，因此本集團並沒有確認相關負債，也沒有調整保留利潤。

中期簡明綜合現金流量表、其他綜合收益、或每股基本及攤薄盈利，概無受到上述會計政策變更重大影響。

管理層討論及分析

市場回顧

根據國家統計局的數據，二零一三年上半年，社會消費品零售總額達人民幣110,764億元，同比增長12.7%。國內消費市場已呈現小幅上揚的趨勢，並有望在下半年重拾升軌。同時，隨著城鎮化進程加快，每年超過1,000萬的新移民為二三線城市帶來巨大的市場需求，加上具發展潛力的農村市場仍有待挖掘，各種因素為國內消費市場帶來龐大機遇。

乳製品行業保持平穩發展，截至二零一三年上半年全國乳製品累計產量為1,300萬噸，同比增長11.63%。然而，中國乳製品人均年消耗量僅23公斤，遠低於其他亞洲地區的50公斤，與世界平均水平差距更大，但隨著消費者對健康及高端乳製品的需求持續上升，以及中國居民的消費能力逐步提高，預期中國乳製品行業將有更廣闊的發展空間。

此外，中國政府明確表示整頓乳製品行業的決心，不但推行嚴謹的監管措施提升乳製品安全水平，重振消費者信心；同時鼓勵集中資源支持具有競爭力的大型企業，工信部提出目標，爭取於兩年內將行業集中度提高至70%以上。乳製品行業已步入新一輪汰弱留強的態勢。

業務回顧

承接二零一二年的內部架構調整，蒙牛逐步完善細節，推動各部門的協同效應。同時，因應中國乳製品行業整合及國際化的趨勢，蒙牛在大股東中糧集團的支持下，積極拓展業務。上半年，蒙牛與三間企業進行了併購及策略性合作，包括中國現代牧業有限公司（「現代牧業」，股份代號：1117）、Danone S.A.及其子公司（統稱「Danone集團」）及雅士利國際控股有限公司（「雅士利」，股份代號：1230）。在提升產品安全及質量的同時，也為日後的快速發展鋪設好康莊大道。

根據市場研究機構尼爾森(Nielsen)公司的數據，蒙牛液體奶及酸奶二零一三年上半年的市場份額繼續排名市場第一。此外，蒙牛液體奶於二零一三年三月榮獲中國行業企業信息發佈中心頒發兩項殊榮，分別為「二零一二年度消費者最信賴品牌」及「二零一二年度全國市場同類產品銷量、銷售額第一名」。

戰略合作

一 與現代牧業

二零一三年五月八日，蒙牛宣佈以約31.7752億港元收購現代牧業當時已發行股本約26.92%，並於收購完成後正式成為其最大單一股東。連同原本持有的約1.08%股權，蒙牛合共持有現代牧業已發行股本約28%。根據中國奶業協會的資料，按畜牧群大小計算，現代牧業是中國領先的原奶供應商，並率先將國際先進的管理模式帶入中國奶牛養殖業，嚴格控制原奶生產流程，從而確保為消費者提供安全優質的乳製品。現代牧業是本集團的長期合作夥伴，也是蒙牛最大的原奶供應商，透過增持股權，加強蒙牛對優質奶源的質量保障，更好發揮蒙牛在高質量奶源的優勢，符合本集團的發展策略。未來，蒙牛將與現代牧業展開更深入的交流與合作，借鑒其先進的牧場管理經驗，應用於蒙牛的自建牧場。

一 與法國Danone集團

二零一三年五月二十日，蒙牛通過其營運子公司與全球第一的鮮乳製品企業Danone S.A.的子公司簽署框架協議，擬組建合資公司，將在中國境內從事低溫酸奶、低溫酸奶飲品和可勺型乳品甜點的生產及銷售業務，合併重組雙方在中國的低溫產品業務。二零一三年八月九日，雙方進一步訂立關於設立合資控股公司的《合資經營合同》，確定合資控股公司。蒙牛持有合資公司80%股份，而Danone集團則持有20%。此外，根據中糧集團與Danone的協議，Danone已於二零一三年六月二十八日透過與中糧集團成立的合資公司正式成為蒙牛的戰略股東，持有蒙牛約4%的實際權益。借鑑Danone集團全球領先的酸奶研發技術、品牌管理和市場推廣經驗，蒙牛將進一步開發中國酸奶市場的潛力，同時提升蒙牛在乳品行業的技術創新力，為消費者提供更優質的乳製品。

— 與雅士利

二零一三年六月十八日，蒙牛宣佈以約114億港元向雅士利發出全面收購要約，成為中國奶粉業界有史以來最大的一項收購。有關事項已於同年七月十六日的股東特別大會上通過，截至二零一三年八月十三日(即收購要約最後截止日期)，股份要約已接獲之有效接納，涉及3,196,747,945股雅士利股份，相當於雅士利已發行股本約89.82%。併購完成後，雅士利將保留其獨立運營平台。雅士利是目前國內最大的本土配方奶粉生產銷售商之一，其優質的進口乳品原材料、自行研發的配方奶粉產品、先進的生產系統及熟悉中國消費市場的專業營銷團隊，將為蒙牛的奶粉業務帶來顯著增長，有助本集團捕捉國內嬰幼兒配方奶粉市場快速增長的商機。

— 與Arla Foods

期內，蒙牛借助中丹乳品技術合作中心的平台，從丹麥引入了一系列先進的乳品技術，其中為奶源系統引入的指紋圖譜原奶檢測項目已順利完成第一階段的開發及驗證，並啟動了第二階段，與丹麥的FOSS Analytical A/S公司及Arla Foods合作，針對中國原奶的質量情況研究11種檢驗方法。

產品方面，蒙牛逐步引入Arla Foods的UHT有機奶及*Baby & Me*超高端嬰幼兒配方有機奶粉等產品。二零一三年五月，Arla Foods參與了亞洲最具規模和影響力的「二零一三中國國際有機食品博覽會」，在目前嬰幼兒食品安全備受關注的情況下，Arla Foods產品全程有機可追溯的概念吸引了眾多消費者，為產品下半年在中國多個城市上市作鋪墊。未來，蒙牛也將陸續引入Arla Foods奶酪及黃油等優質產品。人才方面，蒙牛持續從Arla Foods引入市場及技術等專業人才支援蒙牛的日常運營，並定期透過中丹專家研討會積極開發新的合作課題，促進雙方專家的交流及合作。

質量管理

蒙牛於二零一二年建立的「四駕馬車」(即質量安全管理系統、奶源質量管理中心、營運質量管理中心及銷售質量管理中心)質量管理架構，完善和優化了新的質量管理體系。目前，四個系統的協調運營已初見成效，各中心分工清晰，對各質量控制的關鍵環節制定了明確的管理標準，確保質量管理覆蓋全產業鏈，加強了端到端全產業鏈食品質量安全控制能力。蒙牛還定期為各中心的管

理團隊提供專業培訓，使團隊熟悉各個環節的質量管理標準及流程，結合責任制，由各業務環節的負責人把控質量，令質量管理的執行有效深入到業務前線。端到端的全面質量安全管理體系讓蒙牛接軌國際，建立牧場技術標準，實行嚴密的生產過程控制，統一了質量管理和評估標準，強化了實驗室管理和檢驗體系。同時，蒙牛建立了經銷商檢驗報告查詢系統，讓經銷商可以經由互聯網隨時查閱相關產品的檢驗報告，追溯產品質量。

此外，在中國和新西蘭兩國政府的支持和見證下，蒙牛與國際知名的食品質量安全認證機構—新西蘭國有企業AsureQuality有限公司，協同中糧集團及新西蘭普華永道會計師事務所在北京簽署合作框架協定，共同探索成立食品質量安全第三方獨立認證機構。此次合作將幫助蒙牛率先把符合國際先進水平的食品質量安全認證覆蓋到國內乳品行業的全產業鏈，包括上游的牧場，進一步加強蒙牛對食品質量安全的掌控，有力推動中國乳業與國際標準的全面接軌。

奶源建設

蒙牛持續以提升奶源質量為工作重點，並不斷優化與原奶供應商的合作，從源頭塑造優質乳品。期內，蒙牛規模化、集約化奶源比例達94%，領跑行業。

為了進一步優化奶源結構，蒙牛一方面對自建、參股及控股牧場採用全面管理模式，引入丹麥牧場管理體系，整合國內優質牧場塑造精品奶源基地，按國際奶源標準建設和管理牧場；另一方面，對合作牧場採用委託管理模式，獨立所有權與經營權，由蒙牛專業團隊培訓牧場技術人員，幫助合作牧場提升效率及增加收入，從而保障原奶質量的可控，並促進乳製品行業上游產業轉型為集約化、標準化的養殖模式。

截至二零一三年六月底，蒙牛已開始建設八座自建牧場，其中六座已經投產，六座牧場存欄乳牛數目共達1.5萬頭，預計二零一四年底全面產奶。另外，蒙牛亦啟動了Arla Garden牧場管理，結合Arla Foods牧場管理模式及蒙牛自身的生產管理模式，形成獨有的牧場標準操作模式，並應用於蒙牛自建牧場起示範作用。

銷售渠道

蒙牛二零一三年以「聚焦品牌、建立標準、開發網點、提升賣力」的戰略部署提升銷售額。「聚焦品牌」即提升重點產品的鋪貨率，如純牛奶、酸酸乳、果纖維、優益C、蒂蘭聖雪等；「建立標準」是對照乳製品行業的情況，重點對銷售渠道中各個環節制定標準模式，提升效率；「開發網點」是擴大零售網點覆蓋，開發重點銷售點；「提升賣力」則透過制定分銷標準、渠道鋪貨政策等，如套餐促銷、禮品分銷等，以及銷管及行管人員每月進行成功開發網點的案例分享，以激勵士氣，提升銷售額。

蒙牛重點完善銷售團隊及經銷商的銷售架構，配備蒙牛自己的銷售隊伍，執行標準作業培訓及追蹤服務，協助經銷商提高銷售業績，並整合表現不佳的經銷商，提升銷售成效。蒙牛還改善了分銷及終端服務模式，增加「分公司直營」及「核心業務單元」(Center Business Unit，簡稱「CBU」)，結合「區域業務單元」(Regional Business Unit，簡稱「RBU」)等多種模式。在現代渠道方面，由經銷商逐漸轉變為由蒙牛組建的專業團隊負責重點客戶(Key Account，簡稱「KA」)零售銷售工作，以搜集第一手的市場信息，加強控制銷售渠道。

通過改善營銷模式，蒙牛在渠道拓展方面取得良好成果。首先，加強對重點客戶的管理，與客戶建立多層次溝通架構—總部KA團隊對接全國採購、大區KA團隊對接區域採購、CBU及RBU通過經銷商對接門店執行，從與零售客戶建立戰略合作關係到蒙牛產品在每家零售店的銷售，通過流程化、標準化作業，整合各層級資源，完成對銷售網點的系統、精準管理；同時權威的消費者研究機構尼爾森及特恩斯市場研究諮詢有限公司合作，進行乳品行業最大規模的消費者調研，通過對乳品消費者整個購物過程的深入研究，建立以消費者需求為核心的品類銷售模式，與零售商共同推動整個乳品行業的可持續增長，提升服務水平，給消費者更安全、高價值的消費體驗。其次，縱向深入推進鄉鎮開發，填補三四線城市空白市場；橫向拓寬渠道，支持特殊渠道的開發和關注電子商務的發展，掌握未來銷售的先機。

品牌策略

蒙牛精簡產品組合，減少品牌並將品牌歸類為明確的組別，各自有清晰的定位，務求促進本集團的增長及盈利。蒙牛的努力已漸見成效，明星品牌及機會品牌均遠超於蒙牛及市場的平均增長。

為了增加本集團於媒體的投資回報率，蒙牛大幅增加了對數碼媒體的投資。其中一項推廣活動是「點滴幸福，此刻最濃」，記錄了獲選遊子回家的經歷及與親人團聚春節的喜悅，與蒙牛品牌戰略中「只為點滴幸福」的品牌理念絲絲入扣。這次活動吸引了1,800萬瀏覽次數及逾200萬的參加人次。

蒙牛結合傳統媒體及網絡平台，藉著多元化的品牌活動推廣不同的產品，進一步提高品牌知名度及忠誠度。其中，創意十足的廣告宣傳，為本集團贏得「中國經典傳播虎嘯獎：二零一二至二零一三年度廣告主特別貢獻獎」。

繼二零零五年的《超級女聲》後，蒙牛與湖南衛視再度攜手合作，以蒙牛酸酸乳冠名贊助《中國最強音》，不但有效提升酸酸乳的品牌知名度，而且賦予該品牌非常正面的聯想，彰顯年輕、時尚的品牌個性，再度為品牌帶來正面的市場回響。

除音樂節目外，蒙牛還開展了「綠色蒙牛，幸福暢遊」的全國市場推廣活動，涵蓋純牛奶、功能奶、早餐奶、風味奶四個品類和39個產品組合，通過多樣的形式邀請消費者暢遊蒙牛工廠，進一步貼近消費者，提升蒙牛的品牌信賴度和美譽度。

同時，冠益乳作為高端酸奶領軍品牌，借助世界睡眠日、世界腸道健康日、整合線上、線下資源，開展冠益乳「益起加免」主題活動，針對消費者的「拯救免疫力」行動，喚起消費者對於自身免疫力的關注，培養消費者的飲用習慣，喚醒消費者的購買需求。

優益C是另一高速增長的品牌，是一款為消費者提供有益腸道健康的益生菌飲料，且美味怡人。該品牌的宣傳活動與消費者高度互動，讓他們在多方面參與其中；此亦是與目標消費者溝通的佳例，通過設立多個接觸點，喚起消費者的關注並提供試飲。此外，活動有助倡導健康的生活方式，傳達蒙牛的健康形象，獲得消費者好評，成為業界營銷的成功案例。

管理系統

自二零一二年底，蒙牛借助全球領先的企業管理軟件解決方案供應商SAP公司及全球最具實力的軟件實施服務商IBM公司，全力實現系統管理騰飛，加強企業競爭力。SAP項目建設包括企業資源計劃(ERP)、高級計劃優化(APO)、經銷商管理(DMS)、客戶關係管理(CRM)、銷售自動化(SFA)、運輸管理(TMS)及智能業務等系統(BI)，透過系統集成和信息共用，全面提升蒙牛戰略目標體系中市場驅動的品牌管理、渠道管理(經銷商管理)、精細運營、產銷協同、質量管理、財務管理六種核心能力，藉此有效提升運營效率，同時降低管理成本。

財務回顧

收入

期內，城鎮化進程的加快及人均收入的提高推進了消費結構的升級，乳製品行業在此環境下穩中有進。蒙牛繼續深化內部結構調整、完善質量管理體系、拓展銷售網點、調整產品結構，通過多項措施重建品牌公信力，提升消費者忠誠度。截至二零一三年六月三十日止六個月，本集團之收入為人民幣206.680億元(二零一二年：人民幣182.438億元)，同比增長13.3%。其中，對收入貢獻較大的產品為純牛奶、特侖蘇、酸酸乳，而有一定銷售規模同時增長較迅速的產品為特侖蘇、未來星、真果粒、冠益乳，均保持雙位數增長。

毛利

為保障奶源、提高質量，本集團繼續致力於提高來自規模化、集約化牧場奶源比例，並加大了對質檢人員及設備的投入，致使原奶及質檢成本增加。然而，本集團積極把握市場發展趨勢，調整產品結構，著力發展高利潤產品，使本集團於截至二零一三年六月三十日止六個月的毛利上升至人民幣55.192億元(二零一二年：人民幣46.436億元)。毛利率亦較去年同期上升1.2個百分點至26.7%。

經營費用

二零一三年上半年，本集團因應市場需要積極調整費用投入策略，期內經營費用上升至人民幣47.542億元(二零一二年：人民幣38.801億元)。其中因拓展銷售網點及加強銷售渠道投入，使銷售人員成本亦有所上漲，期內本集團銷售及經銷費用上升19.3%至人民幣38.070億元(二零一二年：人民幣31.918億元)，佔本集團收入比例上升至18.4%(二零一二年：17.5%)。同時，本集團持續優化品牌架構，更合理有效的使用營銷資源，使期內廣告及宣傳費用上升7.7%至人民幣13.509億元(二零一二年：人民幣12.543億元)，佔本集團收入比例下降至6.5%(二零一二年：6.9%)。行政及其他經營費用上升37.6%至人民幣9.472億元(二零一二年：人民幣6.883億元)，佔本集團收入比例上升至4.6%(二零一二年：3.8%)，主要是由於管理人員工資、質檢費用增加及併購交易產生的中介費用。

經營業務利潤及淨利潤

二零一三年上半年，縱使成本及經營費用的上升抵銷部份收入及毛利的增長，本集團息稅折舊攤銷前利潤(EBITDA)上升至人民幣15.174億元(二零一二年：人民幣12.877億元)。EBITDA利潤率上升至7.3%(二零一二年：7.1%)。

本公司擁有人應佔利潤為人民幣7.495億元(二零一二年：人民幣6.447億元)，較去年同期上升16.3%。每股基本盈利為人民幣0.419元(二零一二年：人民幣0.365元)，較去年同期上升14.8%。

資本支出

截至二零一三年六月三十日止六個月，本集團資本支出總額為人民幣37.154億元(二零一二年：人民幣9.469億元)，較去年同期上升292.4%。期內資本支出主要用於生產廠房及設備建設，達人民幣8.395億元；購入生物資產，達人民幣1.241億元；收購項目支出，達人民幣27.518億元。本集團採取穩健的資本支出策略，為本集團未來發展打好基礎並提供保障。

營運資金、財務資源及資本架構

截至二零一三年六月三十日止六個月，本集團的經營業務所產生的現金淨流入為人民幣23.316億元，較二零一二年同期的人民幣11.565億元有所提高，主要是公司在收入及盈利能力提升的基礎上加強了對客戶的賒銷額度管理。

本集團於二零一三年六月三十日之淨現金(現金及銀行存款扣除銀行貸款總額)下降至人民幣34.124億元(二零一二年十二月三十一日：人民幣51.783億元)，淨現金下降主要由於本集團於期內收購現代牧業約26.92%的股權所致。關於本集團截至二零一三年八月十三日有效接納雅士利89.82%股份(其中38.28%接納現金方案，51.54%接納現金加股份方案)，所涉及的總現金代價約人民幣81億元，本集團將以貸款方式支付，相關貸款足夠滿足款項需求。

本集團於二零一三年六月三十日之尚未償還銀行貸款上升至人民幣39.767億元(二零一二年十二月三十一日：人民幣5.738億元)。其中人民幣8.149億元之銀行貸款(二零一二年十二月三十一日：人民幣0.934億元)按固定利率計算。

本集團於二零一三年六月三十日之總權益為人民幣143.445億元(二零一二年十二月三十一日：人民幣131.211億元)。債務權益比率(銀行貸款總額除以總權益)為27.7%，二零一二年十二月三十一日：4.4%)。

本集團的融資成本為人民幣3,371萬元(二零一二年：人民幣1,058萬元)，佔收入比重約0.2%(二零一二年：0.1%)。

產品

本集團根據市場情況積極調整產品策略及優化產品組合。首先，蒙牛持續發展中高端乳製品，提升本集團整體盈利能力；其次，蒙牛針對品牌進行整合，將部分銷量較好的子品牌擴展至其他產品類別，集中資源打造優勢品牌。蒙牛亦加強與國際領先乳製品企業的戰略合作，提升研發能力，創造引領市場的產品。

本集團業務主要包括液體奶，冰淇淋及其他乳製品三大類別，期內表現如下：

產品品類	財務表現	期內動向	重點產品
液體奶	收入為人民幣182.625億元(二零一二年：人民幣159.633億元)，佔總收入88.3%(二零一二年：87.5%)		
<i>UHT</i> 奶	收入為人民幣109.408億元(二零一二年：人民幣96.372億元)，佔液體奶收入59.9%(二零一二年：60.4%)	<ul style="list-style-type: none"> — 早餐奶包裝升級，並推出紅穀、黑穀早餐奶，主攻注重營養和口感的學生和年輕白領，市場反應熱烈 — 未來星品牌，以未來星兒童成長牛奶為核心，形成了妙妙兒童乳飲料、兒童成長酸牛奶、兒童成長乳酪的全品類陣營。未來星在兒童牛奶品類中一枝獨秀，份額持續上升，增長領先市場平均水準 — 與Arla Foods合作推出有機全脂牛奶、低脂牛奶及脫脂牛奶 — 特侖蘇於亞洲規模最大的有機食品貿易盛會第七屆中國國際有機食品博覽會(BioFach China)上榮膺「第七屆中國國際食品有機博覽會乳品金獎」 	<p>純牛奶 特侖蘇 未來星兒童成長牛奶 煥輕牛奶 奶特 Arla Foods有機純牛奶</p>
乳飲料	收入為人民幣47.321億元(二零一二年：人民幣39.939億元)，佔液體奶收入25.9%(二零一二年：25%)	<ul style="list-style-type: none"> — 推出果纖維酸酸乳，銷售理想 — 妙妙奶包裝加強卡通元素，成功吸引兒童關注，刺激銷售 	<p>酸酸乳 真果粒 優益C</p>

產品品類	財務表現	期內動向	重點產品
酸奶	收入為人民幣25.896億元(二零一二年：人民幣23.322億元)，佔液體奶收入14.2%(二零一二年：14.6%)	<ul style="list-style-type: none"> 推出高端產品純甄常溫酸牛奶，採用丹麥先進技術和優質菌種發酵，實現酸奶常溫保存。以優質奶源加上簡單純淨的配方，無添加香精、色素、防腐劑 	冠益乳 純甄 未來星兒童成長 酸牛奶 君樂寶
冰淇淋	收入為人民幣19.544億元(二零一二年：人民幣21.583億元)，佔本集團之總收入9.5%(二零一二年：11.8%)	<ul style="list-style-type: none"> 蒂蘭聖雪包裝升級，及推出中高端蒂蘭聖雪三明治香草口味冰淇淋，為國內首創的三明治冰淇淋產品，搶佔高速發展的中高端冰淇淋市場 推出綠色心情微冰粒杯，產品採用國內首創的「微冰粒」技術 	蒂蘭聖雪 綠色心情 冰+
其他乳製品	收入為人民幣4.510億元(二零一二年：人民幣1.223億元)，佔本集團之總收入2.2%(二零一二年：0.7%)	<ul style="list-style-type: none"> 引入Arla Foods <i>Baby & Me</i> 超高端嬰幼兒配方有機奶粉 	<i>Baby & Me</i> 歐世蒙牛 兒童棒棒乳酪

蒙牛在香港、澳門、蒙古、新加坡四個市場上市的產品包括純牛奶、低脂高鈣牛奶及特侖蘇，期內，各市場表現均取得穩步進展。

生產

蒙牛根據市場潛力及產品策略佈局產能，截至二零一三年六月，蒙牛於全國共設有生產基地28個，合共產能為759萬噸(二零一二年十二月：758萬噸)。

社會責任

秉持「始終心懷感恩，我們與社會共同成長」的信念，蒙牛一貫積極承擔社會責任，於期內先後組織及參與了多項公益活動，積極回饋社會，推動社會和諧與可持續發展。

四川雅安地震後，蒙牛全力配合當地政府抗震救災工作，迅速調配賑災物資至災區。災後不到三小時，已送出2,000箱牛奶和2,000箱酸酸乳，隨後再捐出人民幣1,000萬元現金及10,000箱牛奶，以及派出44名志願者在前線參與救災工作。

蒙牛連續第二年組織「尋找最美鄉村教師」大型公益活動，以吸引社會對鄉村教育事業的關注。活動以蒙牛公益微博為平台，在互聯網上傳遞愛與幸福，借助微博強大的宣傳力量，獲得社會的廣泛關注。

蒙牛不僅在中國釋放溫暖能量，且在國際舞台也展現出民族情懷。蒙牛「未來星智領未來俱樂部」的和平小使者出訪聯合國總部，表達了中國兒童的新春問候及對世界和平的祝願。

蒙牛不斷以一點一滴的實踐為社會帶來點滴幸福，包括舉辦蒙牛「碳匯林」大型公益造林工程在植樹節再育新苗，組織蒙牛志願者在雷鋒月獻血10萬毫升，幫助漂泊在外的農民工回家過年，為農民工子女圓夢等。蒙牛的努力獲得社會各界廣泛認可，期內榮獲「二零一二陝西最具推動力公益企業」，並獲中國扶貧基金會頒發「二零一二年度扶貧愛心獎」。

人力資源

於二零一三年六月三十日，本集團於中國大陸及香港合共聘用僱員約32,000位。期內僱員總成本(不包括董事及高級行政人員酬金)約為人民幣13.631億元(二零一二年：人民幣8.776億元)。

本集團相信，蒙牛日後的快速發展及未來的成功與僱員的努力息息相關，因此董事會於二零一三年三月二十六日採納限制性股票激勵計劃。通過對核心管理團隊及各級優秀員工授予限制性股票，與僱員分享業務發展成果，讓僱員自身利益與本集團和股東利益直接掛鉤。僱員可藉著激勵計劃，為本集團創造更高價值，推動本集團的持續發展。激勵計劃為期五年，本集團將提取不超過已發行股本的5%股票用於此激勵計劃，並將於計劃期內每年挑選約3,000位優秀員工，按公平、公正、公開、透明的原則授予限制性股票。

展望

二零一三年上半年，中國政府已出台政策整頓乳業，包括鼓勵兼併重組以推高國內乳業集中度、整頓生產許可及配方原料備案審核、對進口產品進行反壟斷調查等一系列措施將加速行業優勝劣汰的進程，市場預計三分之一以上的小企業將被擠出奶粉行業，既有利於行業的長遠健康發展，也為蒙牛等龍頭企業帶來了無限機遇。根據管理諮詢公司麥肯錫的預測，未來五年內地乳製品市場規模將達到人民幣3,500億元，年複合增長率可達12%，乳製品行業仍然有廣闊的發展空間。

作為行業領導者之一，蒙牛將把握市場機遇，充分發揮與Arla Foods、Danone集團及雅士利合作所帶來的協同效應，進一步拓展蒙牛的酸奶及奶粉業務。本集團將朝著自身成長、開拓新銷售渠道及發展進口產品這三個方向努力。展望未來，蒙牛在鞏固液體奶業務之餘，亦將借助戰略夥伴的創新技術及豐富經驗，加快發展極具潛力的奶粉業務及低溫乳製品業務。隨著中國人均可支配收入不斷上升，消費逐步走向高端，蒙牛將抓緊這一市場發展趨勢，加大中高端產品比例，同時踏上產品差異化之路，按消費者的需要研發不同的創新產品。

在內部系統梳理方面，蒙牛將繼續優化質量安全管理，加強奶源建設，整合銷售渠道，提升資訊系統，全方位支援本集團的高速發展。在外部戰略合作方面，蒙牛將積極與戰略夥伴緊密合作，優勢互補，創造協同效應，全面完善縱向產

業鏈及橫向產品類目，穩固行業領先地位。蒙牛將以一點一滴的行動來兌現對消費者的承諾，努力成為中國質量最好、最專業、最專注的乳製品企業，打造「百年蒙牛」。

企業管治守則

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。

期內，董事會已檢討本公司之企業管治常規，並確信本公司已於截至二零一三年六月三十日止六個月期間，遵守企業管治守則之所有適用守則條文，惟十名董事(兩名執行董事、五名非執行董事(包括主席)及三名獨立非執行董事)因必須履行的公務及其他香港境外事務，未能出席本公司於二零一三年六月七日舉行的股東週年大會。

董事的證券交易

本公司已採納上市規則附錄十所載之《上市公司董事進行證券交易的標準守則》(「標準守則」)作為本公司全體董事買賣本公司證券行為守則及規則。經本公司作出特定查詢後，董事確認，彼等於截至二零一三年六月三十日止六個月內一直遵守標準守則所載之所需準則。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

除限制性股份獎勵計劃的受托人根據該計劃的規則，以總額約人民幣1.318億元在公開市場購入合共6,256,000股本公司上市證券外，本公司或其任何附屬公司於截至二零一三年六月三十日止六個月內概無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

審核委員會

審核委員會現時由四位獨立非執行董事組成，分別為胡國強先生(主席)、焦樹閣(亦稱焦震)先生、劉福春先生和張曉亞先生。

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，其中包括審閱本集團截至二零一三年六月三十日止六個月的未經審核中期財務報表。

安永會計師事務所的工作範圍

本集團截至二零一三年六月三十日止六個月之初步業績公佈所列之財務數字，已得到本集團之核數師安永會計師事務所同意，該等數位乃本集團之當期簡明綜合財務報表草擬本所列之數位。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。

中期業績公告及中期報告之刊載

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

董事會

於本公佈日期，執行董事計有孫伊萍女士、白瑛先生、吳景水先生及丁聖先生。非執行董事計有寧高寧先生、于旭波先生、牛根生先生、馬建平先生、Tim Ørting Jørgensen先生、Finn S. Hansen先生及柳丁女士。獨立非執行董事計有焦樹閣(又名焦震)先生、Julian Juul Wolhardt先生、劉福春先生、張曉亞先生、閻焱先生及胡國強先生。

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持，以及全體員工的勤奮工作和忠誠服務。

承董事會命
總裁兼執行董事
孫伊萍

香港，二零一三年八月二十八日