

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告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的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)

**截至二零二三年十二月三十一日止年度
的全年業績公告**

摘要

- 本集團於二零二三年積極強化核心業務、優化業務結構，精細化運營管理，實現收入增長6.5%至人民幣986.240億元。
- 本集團於二零二三年的經營利潤同比增長13.8%至人民幣61.706億元，經營利潤率同比提升0.4個百分點至6.3%。
- 本集團液態奶市場份額持續擴張，特侖蘇持續擴大高端領先優勢，常溫乳飲料市場份額大幅提升；低溫酸奶業務逆勢正增長，連續十九年穩居市場份額第一；鮮奶增速跑贏行業，繼續夯實高端鮮奶標桿地位；冰淇淋聚焦國內國外市場發展，推進全面創新突破。
- 本集團積極回饋股東，年內股票回購金額共計7.956億港元。同時，董事會建議將二零二三年度派息比率提升至40%，派發期末股息每股普通股人民幣0.489元，合計擬派發現金股利人民幣19.244億元，同比增加21.0%。

* 僅供識別

- 「更營養」方面，蒙牛堅持從消費者出發，深度挖掘乳製品賽道潛力，不斷推進研發創新的突破。年內，蒙牛進軍運動營養領域，推出中國首款液體蛋白營養補劑邁勝運動蛋白飲，並成為首家成功自主研發母乳低聚糖HMO的中國乳企，奠定在營養前沿的先發優勢。
- 「更智慧」方面，本集團積極實施數智化戰略，打造新質生產力。年內落地建成全球首座乳業全數智化工廠，並成功推出全球首個營養健康領域大語言模型MENGNIU.GPT和「WOW健康+」營養健康管理平台，致力於為億萬家庭提供個性化、長週期、多成員的陪伴型健康服務。
- 「更綠色」方面，本集團持續踐行「GREEN」戰略及「雙碳戰略」目標，發佈行業領先的「零毀林」目標，並積極推進牧場減碳、綠色運營、負責任供應鏈管理、營養健康、綠色低碳產品打造等舉措。年內本集團MSCI ESG評級由A級提升至AA級，成為中國唯一一家取得AA級評級的綜合型乳製品企業。

中國蒙牛乳業有限公司(「本公司」)的董事(「董事」)會(「董事會」)欣然呈報本公司及其子公司(「本集團」或「蒙牛」)截至二零二三年十二月三十一日止年度的業績連同比較數字。

綜合損益表

截至二零二三年十二月三十一日止年度

(以人民幣(「人民幣」)列示)

	附註	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
收入	4	98,624,041	92,593,322
銷售成本		<u>(61,983,946)</u>	<u>(59,903,540)</u>
毛利		36,640,095	32,689,782
其他收入及收益	4	1,069,392	2,139,649
銷售及經銷費用		(25,192,211)	(22,347,316)
行政費用		(4,742,531)	(4,441,844)
金融及合約資產減值虧損淨額		(309,626)	(289,432)
按攤餘成本計量的金融資產終止確認所產生的虧損		(54,663)	(53,993)
其他費用	5	(1,296,464)	(1,863,564)
利息收入		1,675,555	1,385,385
融資成本	7	(1,569,281)	(1,125,263)
應佔聯營公司業績		<u>91,921</u>	<u>408,949</u>
稅前利潤	6	6,312,187	6,502,353
所得稅支出	8	<u>(1,425,212)</u>	<u>(1,317,549)</u>
本年利潤		<u><u>4,886,975</u></u>	<u><u>5,184,804</u></u>
歸屬於：			
本公司權益股東		4,809,197	5,302,972
非控股股東權益		<u>77,778</u>	<u>(118,168)</u>
		<u><u>4,886,975</u></u>	<u><u>5,184,804</u></u>
本公司普通股權益股東應佔每股盈利 (以每股人民幣元計)	10		
基本		1.220	1.342
攤薄		<u>1.216</u>	<u>1.336</u>

綜合全面收益表

截至二零二三年十二月三十一日止年度

(以人民幣列示)

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
本年利潤	<u>4,886,975</u>	<u>5,184,804</u>
其他全面收益		
期後可能重新分類至損益的其他全面收益：		
海外業務的外幣折算差額	(107,916)	(410,782)
來自本年對沖工具公允值變動的有效部分：		
— 於其他全面收益確認的對沖虧損總額 (不包括外幣折算差額)	167,538	753,048
— 自其他全面收益重新分類至損益的金額	(275,535)	(298,971)
應佔聯營公司其他全面收益	<u>(24,825)</u>	<u>(6,977)</u>
期後可能重新分類至損益的其他全面收益淨額	<u>(240,738)</u>	<u>36,318</u>
期後不會重新分類至損益的其他全面收益：		
外幣折算差額	124,287	(915,068)
指定為以公允值計量且其變動計入其他全面收益的 股本投資：		
— 公允值變動	<u>(15,422)</u>	<u>680</u>
期後不會重新分類至損益的其他全面收益淨額	<u>108,865</u>	<u>(914,388)</u>
其他全面收益，扣除稅項	<u>(131,873)</u>	<u>(878,070)</u>
年度全面收益總額	<u><u>4,755,102</u></u>	<u><u>4,306,734</u></u>
歸屬於：		
本公司權益股東	4,668,268	4,414,370
非控股股東權益	<u>86,834</u>	<u>(107,636)</u>
	<u><u>4,755,102</u></u>	<u><u>4,306,734</u></u>

綜合財務狀況表

於二零二三年十二月三十一日

(以人民幣列示)

	附註	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		21,715,379	19,652,598
在建工程		2,348,779	4,111,176
投資物業		59,421	61,067
使用權資產		2,733,497	2,783,177
商譽		8,952,282	8,887,830
其他無形資產		12,617,999	12,374,368
於聯營公司的投資		10,408,632	10,396,345
遞延稅項資產		1,434,197	1,600,692
衍生金融工具		324,509	475,625
其他金融資產		20,147,281	20,240,280
長期預付款		349,713	452,973
總非流動資產		81,091,689	81,036,131
流動資產			
其他金融資產		8,531,769	6,827,398
衍生金融工具		23,492	4,716
存貨		6,088,450	8,073,377
應收賬款及票據	11	3,668,604	3,660,242
預付款、其他應收款項及其他資產		3,095,554	4,639,624
保證金存款		276,593	284,213
現金及銀行結存		12,443,800	12,765,829
持有待售資產		—	521,675
總流動資產		34,128,262	36,777,074
流動負債			
應付賬款及票據	12	9,499,441	10,200,635
其他應付款項及預提費用		12,892,166	13,581,433
計息銀行及其他借貸		9,806,937	9,094,719
衍生金融工具		—	25,769
應付所得稅		340,853	226,846
其他金融負債		54,661	—
持有待售負債		—	23,850
總流動負債		32,594,058	33,153,252
淨流動資產		1,534,204	3,623,822
總資產減流動負債		82,625,893	84,659,953

綜合財務狀況表 (續)

於二零二三年十二月三十一日

(以人民幣列示)

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
非流動負債		
計息銀行及其他借貸	27,603,818	30,013,886
遞延收入	636,194	572,132
遞延稅項負債	3,729,709	3,926,470
衍生金融工具	4,461	10,708
其他金融負債	—	84,959
	<hr/>	<hr/>
總非流動負債	31,974,182	34,608,155
	<hr/>	<hr/>
淨資產	50,651,711	50,051,798
	<hr/>	<hr/>
權益		
本公司權益股東應佔權益		
股本	358,143	359,948
庫存股份	(148,344)	(175,701)
其他儲備	10,045,196	10,466,418
保留利潤	34,064,964	29,447,875
	<hr/>	<hr/>
	44,319,959	40,098,540
非控股股東權益	6,331,752	9,953,258
	<hr/>	<hr/>
總權益	50,651,711	50,051,798
	<hr/>	<hr/>

附註

(除非另有指明，否則以人民幣列示)

1 公司及集團資料

本公司為開曼群島的獲豁免有限公司。本公司的註冊辦事處地址為P.O. Box 309, Ugland House, Grand Cayman KY1-1104, Cayman Islands。本公司為一間投資控股公司。本集團主要從事乳製品生產及經銷業務。

2 重大會計政策

2.1 編製基準

於過往年度，本公司按照國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈的所有適用國際財務報告準則的會計準則（為所有適用個別國際財務報告準則的會計準則、國際會計準則及國際財務報告準則解釋委員會詮釋的統稱）編製財務報表，已載入本公司年報。此外，為發行熊貓債券，本公司亦按照香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的所有適用香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）（為所有適用個別香港財務報告準則、香港會計準則（「香港會計準則」）及詮釋的統稱）編製財務報表。

為簡化財務報表的編製，本公司董事決定於本年度擴大遵守國際財務報告準則的會計準則的聲明，宣稱雙重遵守香港財務報告準則。因此，本集團截至二零二三年十二月三十一日止年度的財務報表已按照國際會計準則理事會頒佈的適用國際財務報告準則的會計準則及香港會計師公會頒佈的適用香港財務報告準則（源自國際財務報告準則的會計準則並與之一致）編製。該等財務報表亦遵守香港《公司條例》的披露要求及香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）的適用披露規定。

此等財務報表以歷史成本法編製，惟購股權、若干金融資產、衍生金融工具、若干其他金融負債及若干其他借貸以公允值計量。財務報表以人民幣呈列，除另有指明外，所有數值均調整至最接近的千位。

編製符合國際財務報告準則的會計準則及香港財務報告準則之財務報表要求管理層作出會影響政策應用以及資產、負債、收入與開支之呈報金額之判斷、估計及假設。該等估計及相關假設乃基於過往經驗及在有關情況下視為合理的各項其他因素作出，其結果構成對未能透過其他來源確定的資產及負債的賬面值作出判斷的基礎。實際結果可能與此等估計有所不同。

2 重大會計政策 (續)

2.1 編製基準 (續)

該等估計及相關假設會持續予以審閱。倘會計估計的修訂僅對作出修訂的期間產生影響，則有關修訂於該期間內確認，或倘修訂對現時及未來期間均產生影響，則會於作出該修訂期間及未來期間內確認。

綜合基準

綜合財務報表包括本集團截至二零二三年十二月三十一日止年度的財務報表及本集團於聯營公司的權益。子公司為本公司直接或間接控制的實體(包括結構性實體)。當本集團通過參與被投資方的相關活動而承擔可變回報的風險或享有可變回報，並且有能力運用對被投資方的權力(即本集團目前有能力主導被投資方的相關活動的現時權利)影響該等回報時，即取得控制權。

當本公司直接或間接擁有少於被投資方大多數的表決或類似權利，在評估是否擁有被投資方的權力時，本集團會考慮所有相關事實及情況，包括：

- (a) 與被投資方其他表決權持有人的合約安排；
- (b) 其他合約安排產生的權利；及
- (c) 本集團的表決權及潛在表決權。

子公司的財務報表按與本公司相同的報告期編製，並採用一致的會計政策。子公司的業績由本集團取得控制權當日起直至該控制權終止當日為止綜合列賬。

損益及其他全面收益各部分乃歸屬於本公司擁有人及非控股股東權益，即使此令致非控股股東權益有虧損結餘。本集團內公司間的所有資產及負債、權益、收入、開支及本集團成員公司間交易的相關現金流量於綜合時悉數對銷。

2 重大會計政策 (續)

2.1 編製基準 (續)

綜合基準 (續)

倘有事實及情況顯示上述三項控制權要素有一項或多於一項出現變動，本集團會重新評估其是否對被投資方擁有控制權。子公司的所有權權益變動（並無失去控制權）按權益交易入賬。

倘本集團失去對子公司的控制權，則其終止確認(i)該子公司的資產（包括商譽）及負債；(ii)任何非控股股東權益的賬面值及(iii)於權益內記錄的累計換算差額；及確認(i)所收代價的公允值；(ii)所保留任何投資的公允值及(iii)損益中任何因此產生的盈餘或虧損。先前於其他全面收益內確認的本集團應佔部分重新歸類為損益或保留利潤（如適用），所按基準與假設本集團直接出售相關資產或負債所規定者相同。

2.2 會計政策變動

(a) 新訂及經修訂國際財務報告準則／香港財務報告準則

本集團已於本會計期間在該等財務報表中應用以下由國際會計準則理事會頒佈的新訂及經修訂會計準則：

- 國際財務報告準則第17號，*保險合約*
- 國際會計準則第8號的修訂，*會計政策、會計估計變動及錯誤：會計估計的定義*
- 國際會計準則第1號的修訂，*財務報表的呈報*及國際財務報告準則實務報告第2號，*作出重大性判斷：會計政策披露*
- 國際會計準則第12號的修訂，*所得稅：與單一交易產生的資產及負債有關的遞延稅項*
- 國際會計準則第12號的修訂，*所得稅：國際稅務改革 — 第二支柱規則範本*

香港會計師公會隨後因此等變動頒佈等同的新訂及經修訂香港財務報告準則，其與國際會計準則理事會所頒佈者具有相同生效日期，且在所有重大方面與國際會計準則理事會所頒佈之聲明一致。

本集團並無採用於本會計期間尚未生效的任何新訂準則或詮釋。

該等變動對本集團本期及過往期間業績及財務狀況之編製或呈列方式並無重大影響。

3 經營分部資料

出於管理需要，本集團按產品及服務構組業務單元。本年度內，本集團改變其內部組織架構，導致其可報告經營分部組成發生如下變化：

- 液態奶業務 — 生產及經銷超高溫滅菌奶（「UHT奶」）、乳飲料、酸奶及鮮奶；
- 冰淇淋業務 — 生產及經銷含乳冰淇淋；
- 奶粉業務 — 生產及經銷奶粉；
- 奶酪業務 — 生產及經銷奶酪；及
- 其他 — 主要為本集團乳製品原輔料生產及經銷貿易業務。

分部資料中的若干比較數字已予調整以符合本年度之呈列方式。

(a) 分部業績、資產及負債

管理層獨立監察本集團各經營分部的業績，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／虧損（其為對經調整稅前利潤／虧損的一種計量）予以評估。經調整稅前利潤／虧損與本集團的稅前利潤／虧損計量方式一致，惟利息收入、非租賃相關融資成本、應佔聯營公司業績、所得稅支出及總部及公司收益／支出不包含於該計量內。

分部資產並不包括於聯營公司的投資、分類為持有待售的處置組內資產，以及其他不分部的總部及公司資產，乃由於此等資產按集團層面管理。

分部負債並不包括分類為持有待售的處置組內負債以及其他不分部的總部及公司負債，乃由於此等負債按集團層面管理。

分部間銷售及轉讓乃參考以當時市價向第三方銷售所採用的售價進行交易。

3 經營分部資料 (續)

(a) 分部業績、資產及負債 (續)

截至二零二三年十二月三十一日止年度

	液態奶業務 人民幣千元	冰淇淋業務 人民幣千元	奶粉業務 人民幣千元	奶酪業務 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收入(附註4)：						
銷售予外部客戶	82,071,069	6,026,325	3,801,747	4,357,260	2,367,640	98,624,041
分部間銷售	1,127,114	55,996	24,751	22,323	619,202	1,849,386
	83,198,183	6,082,321	3,826,498	4,379,583	2,986,842	100,473,427
調整：						
抵銷分部間銷售						(1,849,386)
收入						98,624,041
分部業績	6,126,458	427,731	(198,939)	146,564	(198,101)	6,303,713
調整：						
利息收入						1,675,555
融資成本 (除租賃負債利息外)						(1,505,100)
應佔聯營公司業績 公司及其他不分部支出						91,921 (253,902)
稅前利潤						6,312,187
所得稅支出						(1,425,212)
本年利潤						4,886,975
分部資產	69,989,322	6,521,677	16,628,126	15,403,307	2,179,511	110,721,943
調整：						
抵銷分部間應收款項						(33,004,852)
公司及其他不分部的資產 於聯營公司的投資						27,094,228 10,408,632
總資產						115,219,951
分部負債	28,708,293	4,454,086	6,905,303	3,750,950	1,841,636	45,660,268
調整：						
抵銷分部間應付款項						(33,004,852)
公司及其他不分部的負債						51,912,824
總負債						64,568,240

3 經營分部資料 (續)

(a) 分部業績、資產及負債 (續)

截至二零二三年十二月三十一日止年度 (續)

	液態奶業務 人民幣千元	冰淇淋業務 人民幣千元	奶粉業務 人民幣千元	奶酪業務 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
其他分部資料：						
折舊及攤銷	2,548,462	264,609	180,805	190,460	56,049	3,240,385
不分部金額						<u>60,357</u>
總折舊及攤銷						<u><u>3,300,742</u></u>
資本支出	2,769,719	488,938	350,864	248,971	168,386	4,026,878
不分部金額						<u>48,327</u>
總資本支出*						<u><u>4,075,205</u></u>
於綜合損益表確認的 減值虧損及存貨撇減	431,972	47,486	197,326	12,214	277,334	966,332
於綜合損益表撥回的 減值虧損及存貨撇減	<u>(38,982)</u>	<u>(32,411)</u>	<u>(173,790)</u>	<u>(4,160)</u>	<u>(35,658)</u>	<u>(285,001)</u>
於綜合損益表確認的 減值虧損及存貨撇減淨額	<u><u>392,990</u></u>	<u><u>15,075</u></u>	<u><u>23,536</u></u>	<u><u>8,054</u></u>	<u><u>241,676</u></u>	<u><u>681,331</u></u>
涉及可換股債券以股份 支付的部分、購股權 計劃、股票獎勵計劃及 一間子公司限制性股票 開支轉回的開支	223,616	31,342	4,897	14,160	(52,413)	221,602
不分部金額						<u>347,114</u>
涉及可換股債券以股份 支付的部分、購股權 計劃、股票獎勵計劃及 一間子公司限制性股票 開支轉回的非現金支出 總額						<u><u>568,716</u></u>

3 經營分部資料 (續)

(a) 分部業績、資產及負債 (續)

截至二零二二年十二月三十一日止年度

	液態奶業務 人民幣千元	冰淇淋業務 人民幣千元	奶粉業務 人民幣千元	奶酪業務 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收入(附註4)：						
銷售予外部客戶	78,269,313	5,652,422	3,861,991	1,321,146	3,488,450	92,593,322
分部間銷售	986,238	50,745	154,283	—	964,448	2,155,714
	<u>79,255,551</u>	<u>5,703,167</u>	<u>4,016,274</u>	<u>1,321,146</u>	<u>4,452,898</u>	<u>94,749,036</u>
調整：						
抵銷分部間銷售						<u>(2,155,714)</u>
收入						<u>92,593,322</u>
分部業績	5,721,334	25,794	(1,498,661)	41,696	54,419	4,344,582
調整：						
利息收入						1,385,385
融資成本						(1,093,887)
(除租賃負債利息外)						408,949
應佔聯營公司業績						1,457,324
公司及其他不分部收益						<u>6,502,353</u>
稅前利潤						<u>(1,317,549)</u>
所得稅支出						<u>5,184,804</u>
本年利潤						<u>107,298,940</u>
分部資產	66,318,779	5,803,247	16,289,640	17,056,021	1,831,253	107,298,940
調整：						
抵銷分部間應收款項						(31,449,137)
公司及其他不分部的資產						31,045,382
於聯營公司的投資						10,396,345
持有待售資產						<u>521,675</u>
總資產						<u>117,813,205</u>
分部負債	30,420,394	4,291,169	6,821,665	4,154,342	1,521,580	47,209,150
調整：						
抵銷分部間應付款項						(31,449,137)
公司及其他不分部的負債						51,977,544
持有待售負債						<u>23,850</u>
總負債						<u>67,761,407</u>

3 經營分部資料 (續)

(a) 分部業績、資產及負債 (續)

截至二零二二年十二月三十一日止年度 (續)

	液態奶業務 人民幣千元	冰淇淋業務 人民幣千元	奶粉業務 人民幣千元	奶酪業務 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
其他分部資料：						
折舊及攤銷	2,235,222	223,456	137,146	27,051	183,228	2,806,103
不分部金額						<u>72,145</u>
總折舊及攤銷						<u><u>2,878,248</u></u>
資本支出	3,663,569	440,494	227,239	464,095	60,470	4,855,867
不分部金額						<u>1,421,731</u>
總資本支出*						<u><u>6,277,598</u></u>
於綜合損益表確認的 減值虧損及存貨撇減	302,905	44,473	990,544	8,559	13,253	1,359,734
於綜合損益表撥回的 減值虧損及存貨撇減	<u>(73,318)</u>	<u>(4,694)</u>	<u>(5,019)</u>	<u>(1)</u>	<u>(6,784)</u>	<u>(89,816)</u>
於綜合損益表確認的 減值虧損及存貨撇減淨額	<u>229,587</u>	<u>39,779</u>	<u>985,525</u>	<u>8,558</u>	<u>6,469</u>	<u>1,269,918</u>
涉及可換股債券以股份 支付的部分、購股權 計劃、股票獎勵計劃及 一間子公司限制性股票 開支轉回的開支	219,388	41,723	9,843	(55,575)	10,514	225,893
不分部金額						<u>460,970</u>
涉及可換股債券以股份 支付的部分、購股權 計劃、股票獎勵計劃及 一間子公司限制性股票 開支轉回的非現金支出 總額						<u><u>686,863</u></u>

* 資本支出包括購買物業、廠房及設備、在建工程、無形資產、土地使用權以及子公司、聯營公司及其他股本投資的股權所支付的現金。

3 經營分部資料 (續)

(b) 地區

(i) 來自外部客戶的收入

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
中國大陸	94,335,586	87,997,985
海外地區	<u>4,288,455</u>	<u>4,595,337</u>
	<u>98,624,041</u>	<u>92,593,322</u>

上述收入資料乃根據客戶的地點劃分。

(ii) 非流動資產

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
中國大陸	48,014,045	47,923,295
海外地區	<u>11,171,657</u>	<u>10,796,239</u>
	<u>59,185,702</u>	<u>58,719,534</u>

上述非流動資產的資料乃根據非流動資產的地點劃分，不包括衍生金融工具、其他金融資產及遞延稅項資產。

(c) 主要客戶資料

截至二零二三年十二月三十一日止年度，並無向單一客戶的銷售佔本集團收入10%或以上。

4 收入、其他收入及收益

(a) 收入

收入的分析如下：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
來自客戶合約的收入：		
銷售貨物	98,590,612	92,592,407
委託加工服務	33,429	915
	<u>98,624,041</u>	<u>92,593,322</u>

(b) 其他收入及收益

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
政府補助金：		
— 資產	121,738	95,505
— 與補償費用有關	435,580	397,194
出售一間子公司收益	—	241,460
出售一間聯營公司收益	1,046	—
出售Arla Foods amba業務收益	—	55,750
租金總收入	63,386	74,733
出售持有待售資產及負債的收益	14,521	—
可交換債券公允值收益淨額	2,024	113,817
以公允值計量且其變動計入損益的非上市股權投資公允值 收益淨額	—	1,271
其他金融負債公允值收益淨額	23,658	861,710
出售物業、廠房及設備、其他無形資產及使用權資產收益 淨額	—	22,179
出售原輔料的收益淨額	91,883	114,311
其他	315,556	161,719
	<u>1,069,392</u>	<u>2,139,649</u>

5 其他費用

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
存貨撇減至可變現淨值	323,675	238,049
教育附加費、城市維護建設稅及其他稅項	534,812	477,439
捐贈支出	62,659	106,728
匯兌虧損淨額	77,382	45,676
商譽減值	—	742,437
附帶認沽期權的投入吉林省廣澤乳品科技有限公司的非上市股權 投資之公允值虧損淨額	—	9,083
處置物業、廠房及設備虧損淨額	14,423	—
遠期外幣合約公允值虧損淨額	4,641	31,754
以公允值計量且其變動計入損益的非上市股權投資公允值虧損 淨額	22,945	—
合併業務時重新計量於一間聯營公司的投資之虧損	—	12,639
於一間聯營公司的投資減值	48,030	—
其他	207,897	199,759
	<u>1,296,464</u>	<u>1,863,564</u>

6 稅前利潤

稅前利潤乃經扣除下列各項後計算所得：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
銷售存貨成本	61,958,116	59,902,799
委託加工服務成本	25,830	741
銷售成本	<u>61,983,946</u>	<u>59,903,540</u>
僱員福利費用(包括董事及主要行政人員薪酬)(附註(a))		
— 工資、薪金、住房福利及其他津貼	7,625,682	7,257,310
— 退休福利供款	817,790	713,357
— 可換股債券以股份支付的部分的公允值攤銷	436,448	566,155
— 購股權計劃開支	69,067	58,844
— 股票獎勵計劃開支	121,608	131,932
— 一間子公司限制性股票開支轉回	(58,407)	(70,068)
	<u>9,012,188</u>	<u>8,657,530</u>
貿易應收款項減值淨額	121,559	279,109
計入預付款項、其他應收款項及其他金融資產的金融資產減值淨額	188,067	10,323
金融資產減值淨額	<u>309,626</u>	<u>289,432</u>
存貨撇減至可變現淨值	323,675	238,049
商譽減值	—	742,437
於一間聯營公司的投資減值	48,030	—
物業、廠房及設備折舊	2,803,699	2,456,658
使用權資產折舊	385,609	315,886
投資物業折舊	1,646	1,510
其他無形資產攤銷	109,788	104,194
研究開發費用	495,507	411,647
外包費用(附註(b))	180,283	178,836
不計入租賃負債計量的租賃付款(附註(c))	260,106	281,530
核數師酬金		
— 審計服務(附註(d))	8,658	10,658
— 非審計服務	4,229	907

6 稅前利潤 (續)

附註：

- (a) 本集團於中國(不包括香港)成立的子公司的僱員參與當地政府機構管理的界定供款退休福利計劃，據此，該等子公司須按僱員基本薪金16%至20%的比率向該計劃供款。該等子公司的僱員於年屆正常退休年齡時有權享有上述退休計劃按中國(不包括香港)平均薪金水平百分比計算的退休福利。

本集團亦根據香港強制性公積金計劃條例，為在香港僱傭條例下受僱及不受先前界定福利退休計劃保障之僱員，經營強制性公積金計劃(「強積金計劃」)。於二零二三年七月，香港會計師公會頒佈「香港廢除以強積金抵銷長期服務金機制的會計影響」，為有關抵銷機制及廢除機制的會計考慮提供指引。該機制對本集團本年度業績及財務狀況之編製或呈列方式並無重大影響。

除上述供款外，本集團並無其他責任支付其他退休福利。

- (b) 為了促進營運效率，本集團外包若干產品的生產。該金額指本集團就購買外包服務支付的總額。
- (c) 本集團截至二零二三年十二月三十一日止年度確認短期租賃支出人民幣147,265,000元(二零二二年：人民幣155,137,000元)、低價值資產租賃支出人民幣27,922,000元(二零二二年：人民幣39,023,000元)及並非根據某一指數或比率的可變租賃付款人民幣84,919,000元(二零二二年：人民幣87,370,000元)。
- (d) 除上述已付或應付核數師的費用外，截至二零二三年十二月三十一日止年度，本公司在上海證券交易所主板上市的子公司上海妙可藍多食品科技股份有限公司已付／應付核數師年度審計酬金人民幣1,300,000元。

7 融資成本

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
銀行貸款利息	674,988	320,202
其他借貸利息(不包括租賃負債)	830,112	773,685
租賃負債利息	64,181	31,376
	<u>1,569,281</u>	<u>1,125,263</u>

8 所得稅支出

(a) 綜合損益表的稅項指：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
即期所得稅		
年內即期所得稅支出	1,229,296	888,921
往年相關調整	31,575	52,433
遞延所得稅	<u>164,341</u>	<u>376,195</u>
	<u>1,425,212</u>	<u>1,317,549</u>

(b) 稅項開支與按適用稅率計算的會計利潤的對賬：

	附註	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
稅前利潤		<u>6,312,187</u>	<u>6,502,353</u>
按25% (二零二二年：25%) 稅率計算	(i)	1,578,047	1,625,588
不可抵扣的項目及其他 (淨額)		60,633	67,632
研發費用加計扣除對稅務的影響	(i)	(103,527)	(83,412)
商譽及無限使用年期商標減值		—	187,350
往年相關調整		31,575	52,433
不同稅率的影響	(ii)/(iii)/(iv)	(101,097)	(308,985)
稅務優惠的影響	(v)/(vi)	(768,598)	(672,384)
應佔聯營公司業績對稅務的影響		(22,980)	(102,237)
使用以往期間稅務虧損及可扣減暫時性差異		(67,689)	(86,112)
未確認稅務虧損及可扣減暫時性差異		518,665	409,692
按本集團中國子公司可供分派利潤5%/10% 計算的預扣稅影響		<u>300,183</u>	<u>227,984</u>
所得稅		<u>1,425,212</u>	<u>1,317,549</u>

8 所得稅支出 (續)

(b) 稅項開支與按適用稅率計算的會計利潤的對賬：(續)

附註：

- (i) 所得稅撥備根據中華人民共和國企業所得稅法(「中國企業所得稅法」)，按估計應課稅利潤以25%(二零二二年：25%)法定稅率計算，惟本集團根據相關稅務政策享有優惠稅率之若干子公司或位於其他司法權區之若干子公司除外。
- (ii) 根據開曼群島及英屬處女群島(「英屬處女群島」)的所得稅條例及法規，本集團毋須繳納開曼群島及英屬處女群島所得稅。
- (iii) 截至二零二三年十二月三十一日止年度，香港利得稅撥備按估計可評估利潤以16.5%(二零二二年：16.5%)稅率計算。
- (iv) 截至二零二三年十二月三十一日止年度，澳洲、新西蘭及印尼利得稅撥備按估計可評估利潤分別以30%、28%及25%(二零二二年：30%、28%及25%)稅率計算。
- (v) 若干子公司獲國家稅務局根據中國企業所得稅法、有關稅收優惠過渡政策及《關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知》授予低稅率優惠。
- (vi) 若干子公司獲根據《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》的政策豁免稅務。

9 股息

	附註	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
本年度宣派及支付 普通股股息		<u>1,588,015</u>	<u>1,506,669</u>
提呈於股東週年大會(「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0.489元 (二零二二年：人民幣0.402元)	(a)/(b)	<u>1,924,358</u>	<u>1,589,989</u>

附註：

- (a) 擬派截至二零二三年十二月三十一日止年度的期末股息須由本公司股東在應屆股東週年大會批准。
- (b) 該股息並無於截至二零二三年十二月三十一日止年度的綜合財務報表確認為負債。

10 本公司普通股權益股東應佔每股盈利

(a) 每股基本盈利

本年度每股基本盈利乃根據年內本公司普通股權益股東應佔利潤除以年內已發行普通股的加權平均數計算。

計算每股基本盈利時所用加權平均股份數目調節如下：

	二零二三年 股份數目 千股	二零二二年 股份數目 千股
於一月一日已發行普通股	3,955,196	3,953,179
已行使購股權的影響	2,247	1,203
回購股份的影響	(15,204)	(3,119)
	<u>3,942,239</u>	<u>3,951,263</u>
計算每股基本盈利所用的普通股加權平均數	<u>3,942,239</u>	<u>3,951,263</u>

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃根據年內本公司普通股權益股東應佔利潤除以就所有具攤薄潛力的普通股調整後的已發行普通股加權平均數計算。

計算每股攤薄盈利時所用加權平均股份數目調節如下：

	二零二三年 股份數目 千股	二零二二年 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	3,942,239	3,951,263
攤薄影響 — 普通股加權平均數：		
尚未行使購股權	7,015	10,519
尚未行使股票獎勵	7,221	7,300
	<u>3,956,475</u>	<u>3,969,082</u>
計算每股攤薄盈利所用的普通股加權平均數	<u>3,956,475</u>	<u>3,969,082</u>

11 應收賬款及票據

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
應收票據	211,682	133,536
應收賬款	3,558,043	3,674,910
虧損撥備	<u>(101,121)</u>	<u>(148,204)</u>
	<u>3,668,604</u>	<u>3,660,242</u>

本集團通常授予客戶特定信貸額度，並可在若干情況下調整。本集團密切監控逾期未償還結餘。鑑於上文所述及本集團的應收賬款與大量不同類別的客戶有關，故並無重大信貸集中風險。本集團並無就其應收賬款持有任何抵押品或其他信貸提升。應收賬款並無附帶利息。

本集團向第三方出售無追索權應收賬款以換取現金所得款項。該等應收賬款已於綜合財務狀況表終止確認，原因是本集團已轉移絕大部分風險及回報（主要為信貸風險）。

根據本集團的金融資產會計政策，本集團於二零二三年十二月三十一日按以公允值計量且其變動計入其他全面收益計量應收票據。

於報告期末，經扣除虧損撥備的應收賬款及票據按發票日期的賬齡分析如下：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
一年內	3,571,620	3,574,016
一至兩年	85,675	68,377
兩至三年	10,842	2,747
三年以上	<u>467</u>	<u>15,102</u>
	<u>3,668,604</u>	<u>3,660,242</u>

12 應付賬款及票據

本集團應付賬款及票據按發票日期的賬齡分析如下：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
3個月內	8,189,298	8,756,459
4至6個月	1,144,836	1,263,731
7至12個月	104,397	87,887
1年以上	60,910	92,558
	<u>9,499,441</u>	<u>10,200,635</u>

除下文所述者外，本集團的應付賬款及票據為無抵押、免息及須應要求隨時償還。

在上述金額中，結餘總額約人民幣825,871,000元(二零二二年：人民幣654,421,000元)的應付票據以本集團若干存款為數約人民幣276,590,000元(二零二二年：人民幣162,321,000元)作抵押。除上述者外，應付票據為無抵押及免息，並將於三至六個月內到期。

管理層討論及分析

業務回顧

二零二三年，乳製品短期增速放緩、原奶價格下行、線上線下渠道重塑，對乳製品行業帶來一定挑戰。但同時，我們也看到，後疫情時代，國民營養和健康意識不斷增強，消費者對牛奶的營養、品質等提出更高需求，乳製品依然展現出需求韌性。

一些細分品類如有機、低糖低脂、零添加、配方優化、營養強化成為乳品創新升級和消費新趨勢。隨著渠道的多元化發展，蒙牛持續優化渠道結構，通過新場景與潛力渠道，實現對消費者的有效觸達，也有望帶來更多業務增長機會。同時，公司在數智化轉型、技術創新、提升生產效率、降低生產成本等方面努力推進降本增效，推動綠色發展，實現中國乳企的高質量發展。

年內，蒙牛積極應對外部環境挑戰，堅持高質量發展，錨定FIRST戰略目標，積極強化核心業務、優化業務結構、精細化運營管理，實現收入穩健增長，經營利潤率持續提升。年內，蒙牛液態奶市場份額持續擴張，特侖蘇市場份額優勢持續擴大，有機系列雙位數增長，產品結構持續優化，常溫乳飲料市場份額大幅提升；低溫酸奶業務聚焦美味、營養、功能細分賽道升級創新，實現逆勢正增長，連續十九年穩居市場份額第一；鮮奶增速跑贏行業，每日鮮語以4.0g乳蛋白升級品質夯實高端鮮奶標桿地位；冰淇淋聚焦國內國外市場發展，推進全面創新突破。

蒙牛憑藉優質乳製品持續領跑中國乳業，2023年圍繞「營養、智慧、綠色」的領先戰略方向，繼續尋求從創新力、品牌力、數智化、可持續四個方向共同發力，「更營養」地為消費者研發和提供覆蓋全生命週期的多元化乳製品和營養產品，「更智慧」地將全數智化覆蓋到從飼養、加工再到消費者終端的全產業鏈，「更綠色」地引領乳業全產業鏈邁向「碳

中和」目標。此外，蒙牛繼續堅持全渠道拓展和建設，既保持旗下品牌在線下渠道的既有優勢，同時順應渠道變革趨勢深耕新零售渠道，多維度實現銷售轉化，並與消費者建立長期聯繫。

蒙牛堅持品牌長期主義，傳承「天生要強」的品牌精神，期內持續聚焦品牌建設，佈局長期體育IP資源，圍繞奧運會、世界盃兩大世界級IP，以及中國足球、NBA等賽事，將運動、健康、快樂與品牌深入鏈接，並持續深耕中國航天等重要營銷資源，推動品牌知名度、美譽度和全球影響力全面提升。

在荷蘭合作銀行公佈的「2023年乳業20強」中，蒙牛名列八強，是全球乳業最年輕的十強。

事業部表現

液態奶業務

常溫業務

二零二三年，蒙牛常溫事業部緊抓市場機遇，實現常溫液態奶增速領先行業，市場份額進一步提升。

隨著消費者日益增長的營養健康需求，常溫純牛奶保持強大需求韌性，特侖蘇、蒙牛母品牌純牛奶銷售繼續領先行業增長。年內，特侖蘇品牌堅定夯實「更好」理念，在產品升級創新、品牌傳播上持續發力，驅動品牌價值提升。通過聚焦「沙漠有機，就是更好有機」的有機奶，並於年內推出有機純牛奶苗條如木裝，其利樂如木包材大幅減少包裝碳足跡，向消費者傳遞可持續的理念，驅動特侖蘇份額優勢提升，有機系列雙位數增長，品類結構持續優化。

常溫乳飲料隨線下賣場客流、戶外消費場景逐步恢復，以及真果粒、酸酸乳新品帶動，銷售實現正增長，並實現品類市場份額大幅提升。常溫酸奶純甄聚焦品牌差異化佈局，塑造「回歸純與真」和「純真·真好」品牌價值共鳴，甄選好食材、專注簡單配料，並新推出通過歐盟標準認證的0添加純甄利樂鑽原味風味酸奶，主打「0香精，0色素，0明膠，0乳粉」，以更純淨的配方凸顯酸奶的營養健康價值。

市場拓展方面，常溫事業部繼續推動RTM渠道變革，優化渠道結構。線上銷售穩步增長，保持常溫液態奶線上銷售市場份額第一；到家份額領先市場，過去三年綜合增速跑贏行業；新零售會員體量穩步增長，線上會員總量超7400萬人。同時，常溫事業部持續挖掘下沉市場機會。年內鎮村份額增速行業領先，已覆蓋鄉鎮超2.6萬個，系統化覆蓋鄉鎮網點超80萬家，進一步提升鄉鎮級市場鋪市率。

低溫業務

年內本集團低溫事業部梳理品類賽道，強化品類價值，洞察增長機會佈局新品。在行業需求持續偏弱的情況下，蒙牛低溫業務實現逆勢正增長，實現連續十九年市場份額第一，擴大市場份額領先優勢；益生菌飲料版塊市場份額保持增長趨勢，作為品類第二名持續與第一名縮差。

在業務方面，通過回歸品類價值，產品品質全面提升，優益C益生菌飲料品類全線選用自主研發的適合中國人專利益生菌菌株，為消費者提供更好的低溫產品。同時，抓住品類增長趨勢，專注產品創新。年內新品增長率大幅提升，產品利潤結構向好，受到消費者和渠道合作夥伴的廣泛好評。在公司運營方面，通過RTM佈局提效，分子公司與銷售大區管理一體化、工廠佈局中心化規模化，經營管理效率持續改善。

順應中國消費者對酸奶的細分需求，低溫業務致力於持續的品類、品牌、渠道創新，以引領低溫行業重回高速增長，成為引領未來乳製品增長的核心驅動。

鮮奶業務

二零二三年，本集團鮮奶業務聚焦雙品牌策略，中高端和基礎端共同發力，整體增速大幅跑贏行業，連續三年實現盈利。其中，高端品牌每日鮮語憑其營養、美味感、健康品質、高端鮮奶新標桿的突出形象，穩居高端鮮奶市場份額第一地位。子品牌小鮮語定位年輕人市場，打造「輕鮮奶」賽道，年銷售增速領跑中高端鮮奶，便利店渠道表現強勁。

鮮奶事業部通過洞察市場需求，持續推出新產品以滿足消費者多元化需求。每日鮮語年內全面升級4.0鮮牛奶，運用1納米微膜原生鎖鮮技術鎖住4.0克鮮活乳蛋白和營養，引領品類營養升級，驅動銷量良好增長。每日鮮語持續引領高端趨勢，推出行業首款英倫4.0娟姍鮮牛奶；積極探索「鮮奶+」概念，聯合精品咖啡店SeeSaw推出首款100%生牛乳奶源冷萃鮮咖啡拿鐵，拓展咖啡市場。

蒙牛基礎端鮮奶連續三年保持基礎鮮奶份額第一。現代牧場品牌35+系列上市「每天骨力」高鈣牛奶及「養妍」鐵鋅牛奶，滿足更多基礎市場熟齡人群的功能營養需求。

渠道表現方面，鮮奶事業部在線上線下優勢渠道持續領先，並與重點渠道深入協同、加深戰略合作。年內實現永輝、沃爾瑪、山姆、盒馬份額全國第一，京東、淘寶買菜份額第一，在天貓和朴樸的銷售額實現同比高速增長。

奶粉業務

二零二三年二月二十二日，嬰幼兒配方奶粉新國標正式實施，對企業、產品提出更高更嚴格要求，對奶粉行業既是挑戰也是新機遇。

年內，蒙牛國內嬰配粉業務聚焦瑞哺恩品牌，新國標產品矩陣佈局持續完善。旗下全球首款添加MLCT結構脂的瑞哺恩「恩至」大單品，通過內容營銷、興趣電商拉動全域渠道動銷。此外，新國標產品矩陣還包括全球首款採用沙漠有機奶源的瑞哺恩「菁至」、高含量乳鐵蛋白的「初愛牛牛」、瑞哺恩「親悠」、瑞哺恩「親益」、高端嬰配羊奶粉朵拉小羊「初賜」、原罐原裝進口產品瑞哺恩「菁珀」，以及採用中國首款自研HMO的瑞哺恩「恩至」4段配方奶粉，滿足多元化的消費需求。

貝拉米年內強化品牌運營、價格管理、渠道執行和供應鏈運營效率，推動銷售實現強勁增長。貝拉米持續打造「澳洲有機嬰幼兒食品領導者」定位。在輔食領域，貝拉米不懈創新，年內推出有機核桃油、有機亞麻籽油及有機寶寶麵系列產品，完善產品矩陣。銷售方面，貝拉米把握跨境渠道復甦機會，保持跨境電商有機奶粉第一品牌地位，同時分銷方面，拓展覆蓋愛嬰室、盒馬等新跨境業務合作渠道，並在大貿及積極開拓的東南亞市場均取得增長，助力銷售增長強勁。

健康營養品方面，隨著中國社會老齡化趨勢明顯，成人奶粉品類潛力巨大。年內，悠瑞高端產品全面升級「專屬配方」，聚焦更適合中老年的乳清蛋白，輔以檸檬酸鈣或乳鈣、中長鏈脂肪酸(MLCT)，以及維生素疊加鎂、硒等礦物質組合，提供更適合中老年體質的營養解決方案。並在專屬配方基礎上，推出針對中老年人行動力、血糖、腸道、心血管健康等多個方向的升級產品。

冰淇淋業務

二零二三年，隨著中國冰淇淋行業市場規模穩步擴張，消費者日漸對產品提出健康、天然、極簡等更高要求，同時行業呈現四季化、多場景、渠道線上化等特點。冰淇淋事業部順應消費趨勢和需求，推動隨變、蒔蘭聖雪、綠色心情、冰+等品牌在口味、場景以及食用方式等方面創新升級，拓展冰淇淋產品的創新空間和消費場景，在自有品牌和跨界品牌領域都展現出創新能力，產品力、品牌力快速提升。

隨變年內繼續構建巧克力冰淇淋競爭壁壘，破億級大單品「軟芯莓莓」成功俘獲消費者味蕾。隨變·金標系列精選進口巧克力與生牛乳，以高可可含量72%、52%作為核心差異點，完善巧克力冰淇淋賽道佈局，並聯手環球影城等頭部IP拓展品牌力。綠色心情聚力豆冰延展系列，持續打造「一口大自然」的品牌主張，傳遞綠色自然、健康消暑的品牌理念，經典單品綠莎莎熱銷二十年，持續引領品類增長。高端品牌蒔蘭聖雪年內完成品牌重塑，以純粹、美味為品牌關鍵詞，基於卓越工藝，通過簡單配方、真材實料、零穩定劑、零添加劑，推出三個系列共十款產品，並持續挖掘品牌勢能，延續與茅台的跨界合作，上市杯型茅台酸奶冰淇淋、茅台抹茶冰淇淋及茅台藍莓果汁雪泥三款新品，獲得熱銷。

冰淇淋事業部持續聚焦門店拓展及鋪市鋪貨基礎，強化核心城市掌控，深化縣鄉鎮下沉市場佈局，在社區、批發、校園、商場、景區等渠道開展多種形式的銷售推廣活動，助力終端市場銷售流轉，並積極佈局新零售、特通、智慧零售等多元化渠道業務機會，驅動終端覆蓋觸點同比增加、渠道掌控力提升。

冰淇淋海外業務持續突破，艾雪通過創新產品開發、全面發展社交媒體、現代渠道進店，帶動產品力、品牌力和渠道力提升，整體銷售收入保持強勁增長，利潤率大幅提升，位居印尼份額第一、菲律賓份額第三，並積極拓展越南、泰國等中南半島市場。

奶酪業務

中國奶酪行業發展和奶酪消費仍處於發展初期，具備極大發展潛力。國內消費者飲食習慣日漸改變下，已初步呈現出從「喝奶」到「吃奶」的品類消費結構化升級趨勢，打開了奶酪消費的長期發展空間。

國內領先奶酪企業上海妙可藍多食品科技股份有限公司(600882.SH) (妙可藍多) 市場佔有率繼續穩居行業第一，領先的綜合優勢更加突出。期內，*妙可藍多* 深化產品創新，持續從「兒童零食」拓展至「成人零食」領域，並從「零食」拓展至「美食」場景，從「再製奶酪」拓展至「原製奶酪」，打造面向零售消費者和商業用戶的雙輪發展模式。*妙可藍多* 期內夯實國內奶酪棒品類市佔率第一地位，推出「有機奶酪棒」新產品、「金裝奶酪棒」全面煥新，以豐富的產品佈局滿足消費者不同層次的需求。同時，*妙可藍多* 專注開闢多元消費場景，聚焦都市白領人群推出高端休閒新產品「慕斯奶酪杯」和「奶酪小粒」，並不斷豐富常溫奶酪產品品類，推出三款休閒零食芝士時光系列。此外，*妙可藍多* 針對家庭餐桌場景，推出「哈路蜜煎烤奶酪」和「塗抹奶油芝士」新品，並啟動國產原製奶酪的戰略佈局，推出國產馬斯卡彭原製奶酪，打造國貨奶酪新標桿。

奶酪業務同時著重發展餐飲渠道，立足國產能力，致力於打造中國餐飲人首選「專業乳品品牌」。依託奶源優勢，持續鑽研深加工乳製品研發技術，秉承「專業、創新、服務」的理念，打造完善的餐飲產品矩陣。期內上市蒙牛首款自產淡奶油、國內乳企首創發酵黃油等，鞏固了國產乳脂類產品領先地位。馬蘇產品採用多項國際領先技術，實現產品升級。

創新業務佈局

在營養前沿領域，蒙牛奠定先發優勢。二零二三年十月，蒙牛自主研發的HMO(即「母乳低聚糖」，是母乳中的主要成分，具有調節免疫幫助大腦發育及調節腸道菌群等功能)通過了中國農業農村部安全性評估和衛健委技術評審，使蒙牛成為中國乳企中首間成功自主研發HMO並獲中國監管部門批准的企業，未來將邁向產業化。二零二三年十二月，蒙牛推出瑞哺恩恩至4段，這是首款率先應用中國自主研發的HMO的奶粉，也是目前唯一應用了中國自研HMO與MLCT兩大創新成分的配方奶粉。

二零二三年二月，蒙牛推出中國首款液體蛋白營養補劑邁勝運動蛋白飲，正式進入運動營養領域。邁勝是蒙牛旗下專注中國人運動營養的高端專業品牌，旨在為中國運動健身人群打造專業的運動營養。邁勝具備頂尖科研團隊和運動機能實驗室，圍繞運動營養基礎研究及產品開發、運動能力評估，和運動營養三大領域進行研究，以前瞻性戰略部署行業發展。其中，旗下的邁勝運動機能測評中心運用國際先進評估及康復設備，為運動員提供運動生物力學、運動生理國際金標準測試與評估，多維度幫助運動員全面瞭解身體組成和運動能力，包括身體成分、能量代謝、心肺功能儲備、動作模式及肌肉活動策略等。

邁勝作為運動營養的引領品牌，連接頭部體育資源，贊助專業賽事，助力運動員提升競技表現和幫助運動後恢復。邁勝已與中國鐵人三項協會合作，為中國鐵人三項隊提供營養補給。另外，邁勝與無錫馬拉松等馬拉松賽事，以及柴古唐斯、越山向海等越野賽達成戰略合作，為精英運動員和大眾運動員提供專業運動營養補充。

質量管理

二零二三年，本集團以「再創一個新蒙牛」及FIRST畫像為指導方向，助力「世界品質」質量戰略為目標，聚焦持續做深質量管理體系3.0、做實質量文化，健全、夯實管理體系長效機制，為質量管理高質量發展奠定基礎。

體系認證方面，本集團持續開展ISO9001、HACCP、GMP、FSSC22000、BRC、IFS、SQF7大體系認證，覆蓋63個工廠，認證通過率100%。其中，ISO9001工廠認證覆蓋率100%，HACCP工廠認證覆蓋率92%，FSSC22000工廠認證覆蓋率44%，GMP工廠認證覆蓋率38%，鮮奶事業部五個工廠BRC和IFS雙體系認證通過。

產品認證方面，本集團增加發酵乳學生飲用奶標誌許可使用認可，學生飲用奶標誌許可覆蓋滅菌乳、調製乳和發酵乳三大類；維持十四款產品有機證書有效，主要涉及特侖蘇、純牛奶、脫脂奶、鮮牛奶、兒童奶、奶酪等品類；九大品類持續全覆蓋歐盟產品標準認證，包含滅菌乳、調製乳、發酵乳、發醇乳、冷凍飲品、飲料、再製乾酪、嬰幼兒配方奶粉、調製乳粉，保持行業唯一全品類通過歐盟產品認證企業的地位；每日鮮語A2產品、小鮮語A2產品斬獲國內首個A2乳品加工及生鮮乳生產認證證書。

奶源管理

二零二三年，蒙牛堅守「強乳興農」，積極踐行社會責任，從技術服務、採購降本、金融支持、政策幫扶等方面，助力牧場夥伴降本增效，產業鏈可持續發展。

本集團堅持將可持續發展理念融入奶源管理工作中。原奶供應商管理方面，蒙牛結合法律法規、丹麥花園式先進牧場管理體系等，建立完善的牧場質量管理體系、食品安全風險預防管理體系，保障生鮮乳的質量安全。同時，蒙牛通過技術服務、數字化應用、牧場人才賦能等舉措，幫助牧場持續提升質量管理能力。二零二三年，蒙牛合作牧場依據《蒙牛牧場質量安全管理制度》實現100%嚴格准入管理。

上游碳排管理方面，蒙牛在化石能源替代、清潔能源使用、智能水電管理、智能生物發酵熱電聯產、農林牧草生態固碳、糞肥資源化利用等維度協同牧場供應商開展節能減排工作。動物福利方面，蒙牛圍繞奶牛的生理福利、環境福利、心理福利、衛生福利重點開展應激防控、優質青貯推廣、配方體檢及舒適度提升工作。獸藥管理方面，蒙牛建立《牧場獸藥風險防控專項行動方案》，推動合作牧場開展獸藥減量化行動，國家生乳獸藥殘留監督抽檢合格率高達100%，並引導四十六個合作牧場獲得「全國獸藥抗菌藥使用減量化行動試點達標養殖場」認證。

企業數智化戰略

二零二三年，蒙牛繼續推進數智化轉型。在智能製造方面，二零二三年五月，蒙牛在寧夏建成投產全球首座乳業全數智化工廠，該工廠凝結蒙牛多年來在自動化、數字化、智能化領域不斷積累的成果，全面投產後可實現三個一百，即一百人創造一百萬噸年產量、一百億元年產值，打造出全球乳業工廠最高年度人效比，助力中國乳業高質量發展。

在持續完善業務中台、數據中台建設同時，蒙牛於二零二三年八月聯手國內幾大科技巨頭髮佈以人工智能(AI)驅動的數智化雙飛輪戰略，為蒙牛的數智化轉型揭開新的里程碑。AI驅動的供應側和消費側雙飛輪是蒙牛的智慧大腦，代表著蒙牛數智化戰略的全新願景。AI驅動雙飛輪通過AI的協同，將已實現上下游產業鏈數智化的能力再升級，從供應側到消費側，從精細化生產到個性化服務，都得到全方位的升級和創新，拉動蒙牛進入數智化戰略3.0階段，為未來的長期發展奠定堅實的基礎。

數智化驅動營養健康方面，蒙牛發佈全球首個營養健康領域模型 —MENGNIU.GPT，打造數智化營養健康管理平台「WOW健康+」。「WOW健康+」以AI技術驅動，致力於為家庭提供個性化、長週期、多成員的陪伴型健康服務，上線後贏得行業和頭部媒體廣泛關注，並榮獲多個行業獎項，成為營養健康領域的創新引領者。

財務回顧

收入

年內由於積極的產品創新升級，以及本集團積極開拓各線上線下渠道而持續提升鋪市鋪貨，截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團收入為人民幣986.240億元(二零二二年：人民幣925.933億元)，同比上升6.5%。

毛利

由於年內原奶價格同比下降，以及產品結構同比提升，使本集團年內毛利上升至人民幣366.401億元(二零二二年：人民幣326.898億元)，毛利率較去年上升1.9個百分點至37.2%(二零二二年：35.3%)。

經營費用及經營利潤

為配合戶外消費場景復甦，本集團年內採取積極的渠道銷售執行和推廣策略，銷售及經銷費用增加12.7%至人民幣251.922億元(二零二二年：人民幣223.473億元)，佔本集團收入比例上升至25.5%(二零二二年：24.1%)。其中產品和品牌宣傳及行銷費用增加36.9%至人民幣75.227億元(二零二二年：人民幣54.951億元)，佔本集團收入比例7.6%(二零二二年：5.9%)，主要由於線下銷售推廣執行活動增加所致。

行政費用上升6.8%至人民幣47.425億元(二零二二年：人民幣44.419億元)，佔集團收入比例為4.8%(二零二二年：4.8%)，與去年持平。其他費用中的教育附加費、城市維護建設稅及其他稅項為人民幣5.348億元(二零二二年：人民幣4.774億元)，同比上升12.0%。

年內，業務經營費用總額(包括銷售及經銷費用、行政費用及教育附加費、城市維護建設稅及其他稅項)上升11.7%至人民幣304.695億元(二零二二年：人民幣272.666億元)，佔本集團收入比例30.9%(二零二二年：29.4%)。受益於毛利率顯著提升，經營利潤(毛利減業務經營費用)為人民幣61.706億元(二零二二年：人民幣54.232億元)，同比上升13.8%；經營利潤率為6.3%(二零二二年：5.9%)，同比提升0.4個百分點。

EBITDA及淨利潤

年內，本集團息稅折舊攤銷前利潤(EBITDA)增加4.2%至人民幣95.067億元(二零二二年：人民幣91.205億元)，EBITDA利潤率為9.6%(二零二二年：9.9%)，同比下降0.3個百分點。EBITDA利潤率下降主要是年內應佔聯營公司業績減少以及二零二二年度錄得一項出售一間子公司約人民幣2.415億元的一次性收益所致。

本公司權益股東應佔利潤同比下降9.3%至人民幣48.092億元(二零二二年：人民幣53.030億元)，是上述提及的原因、財務淨收入(利息收入扣除融資成本)減少以及所得稅支出增加所致。每股基本盈利為人民幣1.220元(二零二二年：人民幣1.342元)，同比下降9.1%。

所得稅支出

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團所得稅支出為人民幣14.252億元(二零二二年：人民幣13.175億元)，同比增加8.2%。所得稅有效稅率為22.6%(二零二二年：20.3%)，同比增加2.3個百分點，主要由於年內不計稅的應佔聯營公司業績下降，以及年內境內子公司計劃分紅導致產生代扣稅增加人民幣0.722億元所引致。

資本支出

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團資本支出為人民幣41.718億元(二零二二年：人民幣50.735億元)，同比減少17.8%。資本支出用於新建和改建生產設備及相關投入達人民幣41.347億元，以及股權投資達人民幣0.371億元。

營運資金、財務資源及資本架構

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團經營業務所產生的現金淨流入為人民幣83.493億元(二零二二年：人民幣83.331億元)，比去年增加0.2%。

於二零二三年十二月三十一日，本集團之未償還計息銀行及其他借貸下降至人民幣374.108億元(二零二二年十二月三十一日：人民幣391.086億元)，其中一年內償還的計息銀行及其他借貸為人民幣98.069億元(二零二二年十二月三十一日：人民幣90.947億元)。超過九成計息銀行及其他借貸按固定利率計算。計息銀行及其他借款減少主要原因是償還到期的外幣債務所致。

本集團於二零二三年十二月三十一日之淨借貸(計息銀行及其他借貸總額扣除現金及銀行存款，但不包括其他金融資產內的長期定期存款)為人民幣249.670億元(二零二二年十二月三十一日：人民幣263.428億元)。

本集團於二零二三年十二月三十一日之總權益為人民幣506.517億元(二零二二年十二月三十一日：人民幣500.518億元)。債務權益比率(計息銀行及其他借貸總額除以總權益)為73.9%(二零二二年十二月三十一日：78.1%)。

本集團的融資成本為人民幣15.693億元(二零二二年：人民幣11.253億元)，佔收入比重約1.6%(二零二二年：1.2%)，同比增加0.4個百分點。

產品

蒙牛實踐DTV(Design to Value)理念，即以消費者為中心驅動產品設計，讓產品設計更加接近消費者。圍繞「領先戰略」當中實現「好來源」、「好組合」、「好的個性化選擇」的「更營養」願景，蒙牛憑藉全球資源優勢以及國際領先技術，不斷強化研發能力，開發稀有成份並予以轉化，務求以卓越、高端和差異化的產品領先同業，並優化多元化產品矩陣以覆蓋全生命週期，滿足不同消費者的個性化需求。

本集團主要業務分為液態奶、冰淇淋、奶粉及奶酪產品，年內表現如下：

液態奶

收入為人民幣820.711億元(二零二二年：人民幣782.693億元)，佔蒙牛總收入的83.2%(二零二二年：84.5%)。

UHT奶

特侖蘇自二零一九年起推出「夢幻蓋」升級包裝產品，開啟特侖蘇3.0時代，旗下有機純牛奶經過中國與歐盟有機雙認證。重點產品為「沙漠有機，就是更好有機」的特侖蘇沙漠有機純牛奶，當中每100ml富含4.0g蛋白質和130mg原生高鈣，該產品搭配如木包裝與植物基瓶蓋，比常規包裝減少8%的碳排放，實現環保原生理念。

蒙牛UHT純牛奶包括精選牧場、蒙牛純牛奶、高鈣牛奶、低脂高鈣牛奶和脫脂純牛奶等產品。其中，精選牧場二零二三年上市A2 β -酪蛋白純牛奶夢幻蓋產品，採用珍稀A2原奶，每100ml含120mg自帶原生高鈣。二零二四年，蒙牛推出母品牌0乳糖牛奶新品，滿足廣大面臨乳糖不耐症的中國消費者需求。

重點產品：

特倫蘇4.0g沙漠有機純牛奶

精選牧場A2 β -酪蛋白純牛奶

蒙牛0乳糖牛奶

常溫酸奶

純甄主打差異化突破，回歸「純」、「無添加」需求，重點產品包括純甄甄酸奶藍莓味風味酸牛奶PET瓶，該產品採用北緯42度寒地藍莓及限定牧場生牛乳，以「甄酸奶，甄食材，真好喝」為賣點。二零二四年，純甄推出0添加利樂鑽原味風味酸牛奶新品，主打「0香精，0色素，0明膠，0乳粉」，產品通過歐盟標準認證，彰顯蒙牛對品質的堅持。

重點產品：

純甄甄酸奶

純甄0添加原味風味酸牛奶

常溫乳飲料

真果粒品牌重點產品包括「橙花蜜柚+蘆薈粒」和「茉莉風味+青提果粒」口味的花果奶昔酸牛奶飲品。此系列產品由優質生牛乳發酵，低脂肪含量，拓展Z時代年輕消費群體。二零二四年，真果粒新推出牛乳茶系列飲品，包含「伯爵紅茶口味」和「蜜瓜烏龍口味」，以「零添加乳粉，零添加植脂末，零反式脂肪酸」為賣點，添加優質生牛乳。

重點產品：

真果粒PET花果奶昔

真果粒牛乳茶

酸酸乳乳酸菌果茶

低溫酸奶

在營養賽道，蒙牛母品牌重磅升級原味酸奶，上市「鮮活酸奶」產品，以奶源鮮、菌種鮮、工藝鮮為差異化賣點，打造更高標準的營養基礎酸奶標桿產品。在美味賽道，全力打造「每日鮮酪」高端品牌，定位「好吃到舔勺的酪酸奶」，桂花馬蹄酪、森林牛油果酪廣受消費者喜愛。在功能賽道，重塑健字號酸奶冠益乳品牌價值，定位「中國保健酸奶領跑者」，上市增強免疫力產品。

重點產品：

每日鮮酪

蒙牛鮮酸奶

冠益乳健字號增強免疫力瓶

低溫乳飲料

低溫益生菌飲料重點產品為優益C「0蔗糖」產品，富含活的益生菌，有效促進腸道蠕動，0蔗糖熱量低、口感清爽，在終端產品中脫穎而出。其環保裝是蒙牛推出的第一支無標籤產品，積極響應環保政策，踐行雙碳行動。全新推出0蔗糖0脂肪的優益C「暢快」新品，富含5株複合適合中國人的專利益生菌、2大膳食纖維，高效解決腸道問題。

重點產品：

優益C 0蔗糖環保裝

優益C活性益生菌暢快產品

鮮奶

高端品牌每日鮮語重點產品為4.0鮮牛奶，當中運用1納米微膜原生鎖鮮技術，以鎖住4.0g鮮活乳蛋白和更多原生營養；並夯實高端產品線，上市4.0娟珊鮮牛奶，甄選國內存欄率僅約1%的珍稀娟珊牛。每日鮮語子品牌小鮮語開闢輕鮮奶賽道，加速拓展年輕人市場。此外，現代牧場35+系列上市「每天骨力」高鈣牛奶及「養妍」鐵鋅牛奶，滿足更多基礎市場熟齡人群的功能營養需求。

重點產品：

每日鮮語4.0鮮牛奶

每日鮮語4.0娟珊鮮牛奶

小鮮語

蒙牛現代牧場鮮牛奶

冰淇淋

收入為人民幣60.263億元（二零二二年：人民幣56.524億元），佔蒙牛總收入的6.1%（二零二二年：6.1%）。

隨變推出軟心莓莓、經典香草、麥片脆皮、巧可酪酪、隨變•金標等一系列產品，其中隨變•金標系列突破工藝難度，精選進口巧克力與生牛乳，以72%、52%的高可可含量和≥40%的優質生牛乳含量，打造巧克力冰淇淋行業新標準。

重點產品：

隨變

蒂蘭聖雪

綠色心情

冰+

艾雪

奶粉

收入為人民幣38.017億元（二零二二年：人民幣38.620億元），佔蒙牛總收入的3.9%（二零二二年：4.2%）。

蒙牛瑞哺恩旗下產品包括首款添加MLCT結構脂的瑞哺恩「恩至」、全球首款採用沙漠有機奶源的瑞哺恩「菁至」、瑞哺恩「親悠」、瑞哺恩「親益」、原罐原裝進口產品瑞哺恩「菁珀」，以及採用中國首款自研HMO的瑞哺恩「恩至」4段配方奶粉等。貝拉米推出有機核桃油、有機亞麻籽油及有機寶寶麵系列產品。

健康營養品方面，悠瑞推出的悠瑞骨力(基礎版)創新性添加來CBP(初乳鹼性蛋白)，而悠瑞骨力(尊享版)則進一步添加可達功效量的Ga-HMB，實現「骨骼 — 關節 — 肌肉」全方位行動力守護。此外，悠瑞還針對腸道、心血管健康，推出或升級蒙牛順宜、蒙牛心沛等產品。

重點產品：

瑞哺恩

貝拉米

悠瑞

奶酪

收入為人民幣43.573億元(二零二二年：人民幣13.211億元)，佔蒙牛總收入的4.4%(二零二二年：1.4%)。

妙可藍多重點產品為有機奶酪棒，實現有機奶源、有機加工、有機認證。另外，妙可藍多聚焦都市白領人群，推出高端休閒新產品慕斯奶酪杯以及奶酪小粒；在家庭餐桌奶酪領域，推出塗抹奶油芝士等新品。

To B奶酪業務方面，妙可藍多對稀奶油產品進行升級，在西餐、烘焙、茶飲、工業及中餐渠道廣泛應用。同時，妙可藍多還推出國產馬斯卡彭原製奶酪，運用獨特創新熱灌裝工藝。餐飲渠道持續完善產品矩陣，年內上市愛氏晨曦淡奶油，採用先進乳脂加工技術及INF殺菌技術，高打發、穩定性強，入口即化，強勢入局烘焙賽道。發酵黃油上市，採用歐式發酵工藝，添加乳酸菌種，為國內乳企首創。

重點產品：

妙可藍多有機奶酪棒

妙可藍多馬斯卡彭奶酪

妙可藍多金裝升級奶酪棒

愛氏晨曦淡奶油

愛氏晨曦發酵黃油

生產

蒙牛根據市場潛力及產品策略佈局產能，截至二零二三年十二月三十一日，蒙牛於全國共設有生產基地45個，並設在印尼2個、澳洲2個、菲律賓1個及新西蘭1個生產基地，年產能合共為1,404萬噸（二零二二年十二月：1,291萬噸）。

可持續發展

本集團持續推進在二零二二年公佈的可持續發展「GREEN」戰略及「雙碳戰略」目標，持續推進全產業鏈6大環節15大舉措減碳，構建引領乳品行業綠色轉型的「領先戰略」。

二零二三年，本集團率先發佈行業領先的《蒙牛森林保護政策》、《動物福利政策》、《營養健康政策》，以及《母乳代用品負責任營銷政策》。蒙牛承諾努力實現「2030年零毀林」目標，消除供應鏈毀林風險，並加入WEF世界經濟論壇「全球植萬億棵樹領軍者倡議」。截至目前本集團已在烏蘭布和沙漠種下9,700萬棵樹，將200多平方公里沙漠變成綠洲。年內，主要奶源合作夥伴現代牧業與中糧國際有限公司達成逾2億人民幣的「零毀林」大豆交易意向訂單，為中國乳業首個「零毀林」大豆訂單。

在上游，蒙牛通過「管理優化牛群結構、調整飼料成分結構、優化糞肥管理模式、提升能源利用效率、牧光互補光伏發電」五大舉措開展上游牧場減排，打造了一批具有示範意義的綠色牧場，年內實現減碳超過18萬噸。

在中游，本集團打造30座國家級綠色工廠，實現行業領先的能效、水效。雲南曲靖工廠成為中國乳業首家獲得國際和國內零碳工廠雙認證工廠，連續兩年實現碳中和，樹立綠色製造典範標桿。期內落成投產的寧夏工廠為全球乳業首座全數智能化超級工廠，從節能、節水、減少二氧化碳排放等方面均具備突出性能，能源消耗較常規工廠降低43%。

在下游，蒙牛踐行綠色環保理念，優化包裝材料和設計，上市多款碳中和產品以及綠色低碳產品。

2023年，蒙牛不斷夯實和完善組織體系、制度體系、運行機制和保障機制，持續加強重點領域的合規管理，有效推進公司治理、上市合規、隱私保護、反壟斷、境外合規、環境保護、勞動用工、反商業賄賂等專項模塊合規管理工作。期內，蒙牛分別獲得由中國質量認證中心和通標標準技術服務有限公司頒發的ISO 37301和GB/T35770合規管理體系認證證書，這標誌著蒙牛合規管理水平已同時達到國家和國際標準，蒙牛也成為全球首家獲得合規管理體系認證證書的乳製品企業。

年內，本集團可持續發展獲得國內和國際高度認可。本集團MSCI ESG評級由A級升至AA級，是中國唯一一家取得AA級評級的綜合型乳製品企業，在Coller FAIRR蛋白生產商指數位列中國企業第一，獲評2023福布斯中國年度最佳僱主和最佳ESG實踐僱主，並被標普全球評為「行業最佳進步企業」，反映本集團可持續發展工作再獲國際標準高度認可。

人力資源

於二零二三年十二月三十一日，本集團於中國大陸、香港、大洋洲及東南亞合計共聘用僱員約46,064名，包括妙可藍多僱員約2,556名。年內僱員總成本（包括董事及高級管理人員薪金）約為人民幣90.122億元（二零二二年：人民幣86.575億元）。

二零二三年，蒙牛本集團堅持「再創一個新蒙牛」的戰略目標，共建開放包容的韌性組織。在加速人才培養方面，蒙牛系統化打造人才發展體系，加速建設五支面向未來的人才隊隊伍，打造領軍型管理人才、培育精英型專業人才、成就拔尖型青年人才、儲備戰略型國際化人才、激發突破型創新人才。

同時，蒙牛聚焦公司發展需求，持續推進新員工培養、深化職場核心通用能力建設、加強內訓師隊伍建設，並通過蒙牛僱主品牌體系建設、人才庫建設等，提高蒙牛知名度和美譽度，快速引進關鍵人才，助力業務佈局與發展。

在專業技能人才培養方面，蒙牛作為中國乳品行業首家獲得職業技能等級自主認定和專業技術職稱自主評審雙資質的企業、乳企首個國家級高技能人才培訓基地，年內積極落實國家技能人才提升行動，構建乳業高質量發展的技能人才方陣，促進人才產業融合發展。

績效薪酬方面，蒙牛打造與業務「同頻共振」的全面薪酬體系，以有競爭力的薪酬、差異化的績效、多元化的激勵、彈性化的福利、幸福的體驗等驅動高質量發展。年內，本集團授予限制性股票6,626,176股。

展望

二零二四年，本集團將堅定執行「再創一個新蒙牛」戰略，基於「消費者第一第一第一」的價值觀，圍繞「營養、智慧、綠色」的三大領先戰略方向，「更營養」地為消費者研發和提供覆蓋全生命週期的多元化乳製品和營養產品，「更智慧」地將全數智能化覆蓋到從飼養、加工再到消費者終端的全產業鏈，「更綠色」地引領乳業全產業鏈邁向「碳中和」目標，全

面打造消費者至愛的、國際化的、更負責任的、擁有更強大文化基因的、數智化的FIRST牛。

面對宏觀環境轉型、市場重塑、技術迭代等新的趨勢和變化，深化效率提升、高質量利潤改善已經成為了乳製品行業發展主題。隨著宏觀環境持續改善，以及中國持續推出提振和擴大消費的措施，國內消費信心和需求逐步回暖。近年來，中國消費者營養健康的需求日益增長，各類消費者更多元化、功能性、精準營養需求也帶來新的消費增長點和結構性消費升級，將驅動乳製品和營養健康產品的長期向好發展。

順應新時期、新階段、新變化，本集團將堅定推動戰略落地，聚焦研發創新、品牌建設、數智化轉型，加速渠道優化和新業務發展，加快產品結構優化和業務均衡發展，加強內部精細化管理，堅定推進渠道變革。面對風險挑戰，本集團將會保持戰略定力，把握時代機遇，成為變革的引領者，持續為消費者和合作夥伴創造價值，加快建設具有全球競爭力的世界一流乳企，引領中國乳業高質量發展。

企業管治守則

本公司已採納上市規則附錄C1(前稱附錄十四)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。

董事會已檢討本公司的企業管治常規，並信納於截至二零二三年十二月三十一日止年度，本公司一直符合企業管治守則的所有適用守則條文。

董事的證券交易

本公司已採納條款不遜於上市規則附錄C3(前稱附錄十)所載之上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)所規定的準則，作為全體董事買賣本公司證券之行為守則及規則。於本公司作出特定查詢後，董事確認，彼等於截至二零二三年十二月三十一日止整個年度內一直遵守標準守則所載之規定標準。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

年內，本公司以總代價7.956億港元在公開市場回購合共26,869,000股本公司股份，全部已於截至二零二三年十二月三十一日止年度註銷。

年內於公開市場回購的股份詳情如下：

年／月	購回股份總數	每股支付 最高價 港元	每股支付 最低價 港元	已付總額 港幣千元
二零二三年二月	2,750,000	36.50	35.30	99,069
二零二三年四月	700,000	32.00	31.15	22,138
二零二三年五月	3,988,000	33.50	29.85	127,505
二零二三年六月	5,636,000	31.70	28.85	170,622
二零二三年七月	4,565,000	30.80	26.75	129,195
二零二三年九月	9,230,000	28.00	24.70	247,036
	<u>26,869,000</u>			<u>795,565</u>

截至本公佈日期本公司已發行股份數目為3,935,292,513股。

董事認為上述回購符合本公司及股東的最佳利益，且該等回購將提升本公司每股盈利。

年內，限制性股票獎勵計劃的受託人於公開市場購入合共4,571,000股本公司股份，總代價約為1.043億港元。

除以上所披露者外，本公司或其任何子公司於截至二零二三年十二月三十一日止年度概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

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已審閱本公司採納的會計原則與慣例，並討論審核、風險管理、內部監控、舉報政策及系統以及財務報告事宜，其中包括審閱本集團截至二零二三年十二月三十一日止年度之財務報表。

畢馬威會計師事務所的工作範圍

本集團的核數師，執業會計師畢馬威會計師事務所已就本集團截至二零二三年十二月三十一日止年度業績初步公告中披露的綜合財務狀況表、綜合損益表及綜合全面收益表以及相關附註中的數字與本集團年內經審核綜合財務報表內的金額核對一致。畢馬威會計師事務所在這方面進行的工作並不構成鑒證業務，因此畢馬威不對初步業績公告發表意見或出具鑒證結論。

擬派期末股息

董事會建議派發截至二零二三年十二月三十一日止年度的期末股息每股普通股人民幣0.489元（二零二二年：人民幣0.402元）。待於應屆股東週年大會上獲股東批准後，擬派期末股息將於二零二四年六月二十六日（星期三）或前後派付予於二零二四年六月十八日（星期二）名列本公司股東名冊的股東。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將於以下日期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：(i)二零二四年六月六日（星期四）至二零二四年六月十二日（星期三）（包括首尾兩天在內），以釐定符合出席股東週年大會及於會上投票的股東資格，及(ii)二零二四年六月十八日（星期二），以釐定符合獲派上述擬派期末股息的股東資格。

為了符合資格出席本公司將於二零二四年六月十二日（星期三）舉行的應屆股東週年大會及於會上投票，所有股份過戶文件連同有關股票須於二零二四年六月五日（星期三）下午四時三十分前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，以辦理登記手續。

為了符合資格獲派上述的擬派期末股息，所有股份過戶文件連同有關股票須於二零二四年六月十七日（星期一）下午四時三十分前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，以辦理登記手續。

刊載全年業績公告及年度報告

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。本公司的年度報告將於適當時間寄發予股東及刊載於上述網站。

董事會

於本公告日期，本公司執行董事為盧敏放先生、王燕女士及張平先生；本公司非執行董事為陳朗先生、王希先生及Simon Dominic Stevens先生；以及本公司獨立非執行董事為葉禮德先生、李恒健先生及葛俊先生。

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
中國蒙牛乳業有限公司
總裁兼執行董事
盧敏放

香港，二零二四年三月二十六日