

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)

**截至二零二四年十二月三十一日止年度
的全年業績公告**

摘要

- 二零二四年，由於乳製品行業供需不平衡，消費需求不及預期，本集團實現收入人民幣886.748億元，同比下降10.1%；毛利率同比提升2.4個百分點至39.6%。
- 本集團積極應對外部挑戰，堅定推進「一體兩翼」戰略落地執行，持續聚焦研發創新、品牌引領、數智化轉型，加速渠道優化和新業務發展，強化精細化運營和提質增效，全面推動高質量發展，實現經營利潤人民幣72.567億元，經營利潤率同比提升1.9個百分點至8.2%。
- 受本集團子公司貝拉米商譽及無形資產減值虧損，以及應佔聯營公司虧損影響，本集團實現本公司權益股東應佔利潤人民幣1.045億元。本集團經營業務所產生的現金淨流入為人民幣83.323億元，同比表現穩健。

* 僅供識別

- 本集團積極提升股東回報，董事會建議以剔除貝拉米相關減值及遞延所得稅影響、以及現代牧業商譽減值對本公司應佔其聯營公司業績的影響後的利潤作為分紅基礎，並提升二零二四年分紅比例至45%，二零二四年派發期末股息每股普通股人民幣0.509元，合計擬派發現金股利人民幣19.942億元。
- 本集團持續踐行「GREEN」戰略及「雙碳戰略」目標，積極推動零毀林、綠色包裝轉型、循環經濟、水資源管理等舉措，並建立「1+N」可持續發展報告披露體系，發佈中國乳業首份TNFD報告，引領上下游共同邁向更環保、可持續的未來。

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」)截至二零二四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

截至二零二四年十二月三十一日止年度

(以人民幣(「人民幣」)列示)

	附註	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
收入	4	88,674,774	98,624,041
銷售成本		<u>(53,584,334)</u>	<u>(61,983,946)</u>
毛利		35,090,440	36,640,095
其他收入及收益	4	1,031,644	1,069,392
銷售及經銷費用		(23,092,601)	(25,192,211)
行政費用		(4,228,995)	(4,742,531)
金融及合約資產減值虧損淨額		(371,712)	(309,626)
按攤餘成本計量的金融資產終止確認所產生的虧損		(49,044)	(54,663)
其他費用	5	(6,453,014)	(1,296,464)
利息收入		1,411,977	1,675,555
融資成本	7	(1,467,790)	(1,569,281)
應佔聯營公司業績		<u>(871,728)</u>	<u>91,921</u>
稅前利潤	6	999,177	6,312,187
所得稅支出	8	<u>(774,572)</u>	<u>(1,425,212)</u>
本年利潤		<u>224,605</u>	<u>4,886,975</u>
歸屬於：			
本公司權益股東		104,507	4,809,197
非控股股東權益		<u>120,098</u>	<u>77,778</u>
		<u>224,605</u>	<u>4,886,975</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		0.027	1.220
攤薄		<u>0.027</u>	<u>1.216</u>

綜合全面收益表

截至二零二四年十二月三十一日止年度

(以人民幣列示)

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
本年利潤	<u>224,605</u>	<u>4,886,975</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	(939,791)	(107,916)
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)	95,486	167,538
— 自其他全面收益重新分類至損益的金額	(231,533)	(275,535)
應佔聯營公司其他全面收益	<u>(171,710)</u>	<u>(24,825)</u>
期後可能重新分類至損益的其他全面收益淨額	<u>(1,247,548)</u>	<u>(240,738)</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	225,427	124,287
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>5,684</u>	<u>(15,422)</u>
期後不會重新分類至損益的其他全面收益淨額	<u>231,111</u>	<u>108,865</u>
其他全面收益，扣除稅項	<u>(1,016,437)</u>	<u>(131,873)</u>
年度全面收益總額	<u>(791,832)</u>	<u>4,755,102</u>
歸屬於：		
本公司權益股東	(937,980)	4,668,268
非控股股東權益	<u>146,148</u>	<u>86,834</u>
	<u>(791,832)</u>	<u>4,755,102</u>

綜合財務狀況表

於二零二四年十二月三十一日

(以人民幣列示)

	附註	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		20,905,216	21,715,379
在建工程		2,278,028	2,348,779
投資物業		57,775	59,421
使用權資產		2,584,719	2,733,497
商譽		7,677,836	8,952,282
其他無形資產		8,829,053	12,617,999
於聯營公司的投資		9,648,894	10,408,632
遞延稅項資產		930,170	1,434,197
衍生金融工具		241,794	324,509
其他金融資產		16,205,547	20,147,281
長期預付款		1,165,975	349,713
總非流動資產		<u>70,525,007</u>	<u>81,091,689</u>
流動資產			
其他金融資產		8,138,860	8,531,769
衍生金融工具		8,582	23,492
存貨		4,936,666	6,088,450
應收賬款及票據	11	3,261,858	3,668,604
預付款、其他應收款項及其他資產		1,979,279	3,095,554
保證金存款		103,383	276,593
現金及銀行結存		17,339,157	12,443,800
總流動資產		<u>35,767,785</u>	<u>34,128,262</u>
流動負債			
應付賬款及票據	12	8,647,226	9,499,441
其他應付款項及預提費用		11,244,088	12,892,166
計息銀行及其他借貸		16,661,575	9,806,937
衍生金融工具		38,276	—
應付所得稅		370,787	340,853
其他金融負債		44,608	54,661
總流動負債		<u>37,006,560</u>	<u>32,594,058</u>
淨流動(負債)/資產		<u>(1,238,775)</u>	<u>1,534,204</u>
總資產減流動負債		<u>69,286,232</u>	<u>82,625,893</u>

綜合財務狀況表 (續)

於二零二四年十二月三十一日

(以人民幣列示)

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
非流動負債		
計息銀行及其他借貸	17,975,625	27,603,818
遞延收入	728,274	636,194
遞延稅項負債	2,556,842	3,729,709
衍生金融工具	—	4,461
	<u>21,260,741</u>	<u>31,974,182</u>
總非流動負債		
	<u>21,260,741</u>	<u>31,974,182</u>
淨資產	<u>48,025,491</u>	<u>50,651,711</u>
權益		
本公司權益股東應佔權益		
股本	356,662	358,143
根據股票獎勵計劃持有的股份	(114,293)	(148,344)
庫存股份	(17,981)	—
其他儲備	8,105,166	10,045,196
保留利潤	33,232,733	34,064,964
	<u>41,562,287</u>	<u>44,319,959</u>
非控股股東權益	<u>6,463,204</u>	<u>6,331,752</u>
總權益	<u>48,025,491</u>	<u>50,651,711</u>

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

該等財務報表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詮釋委員會詮釋的統稱)及香港會計師公會(「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)並遵守香港《公司條例》的要求編製。該等財務報表亦遵守香港聯合交易所有限公司證券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。

於二零二四年十二月三十一日，本集團流動負債超其流動資產人民幣1,238,775,000元。儘管上文所述，經計及由本公司管理層編製的截至二零二五年十二月三十一日止十二個月的業績情況及現金流預測，本公司董事認為本集團有足夠財務資源於未來十二個月持續經營。因此，本公司董事信納以持續經營基準編製財務報告乃屬恰當。

綜合基準

綜合財務報表包括本集團截至二零二四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權益股東及非控股股東權益，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

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經修訂國際財務報告準則的會計準則：

- 國際會計準則第1號的修訂，*財務報表的呈列：分類為流動或非流動負債*（「二零二零年修訂」）及國際會計準則第1號的修訂，*財務報表的呈列：附帶契諾的非流動負債*（「二零二二年修訂」）
- 國際財務報告準則第16號的修訂，*租賃：售後租回的租賃負債*
- 國際會計準則第7號的修訂，*現金流量表*及國際財務報告準則第7號，*金融工具：披露 — 供應商融資安排*

香港會計師公會隨後因此等修訂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，並有以下五個可報告經營分部：

- 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。

(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，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)

截至二零二四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	73,065,615	5,175,411	3,320,456	4,319,660	2,793,632	88,674,774
分部間銷售	<u>836,819</u>	<u>53,318</u>	<u>48,068</u>	<u>6,699</u>	<u>206,930</u>	<u>1,151,834</u>
	73,902,434	5,228,729	3,368,524	4,326,359	3,000,562	89,826,608
調整：						
抵銷分部間銷售						<u>(1,151,834)</u>
收入						<u>88,674,774</u>
分部業績						
調整：						
利息收入						1,411,977
融資成本(除租賃負債 利息外)						(1,414,956)
應佔聯營公司業績						(871,728)
公司及其他不分部支出						<u>(143,012)</u>
稅前利潤						999,177
所得稅支出						<u>(774,572)</u>
本年利潤						<u>224,605</u>
分部資產						
調整：						
抵銷分部間應收款項						(29,518,016)
公司及其他不分部的資產						18,799,491
於聯營公司的投資						<u>9,648,894</u>
總資產						<u>106,292,792</u>
分部負債						
調整：						
抵銷分部間應付款項						(29,518,016)
公司及其他不分部的負債						<u>46,567,339</u>
總負債						<u>58,267,301</u>

3 經營分部資料 (續)

(a) 分部業績、資產及負債 (續)

截至二零二四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	2,498,864	333,464	149,056	227,151	52,757	3,261,292
不分部金額						<u>145,423</u>
總折舊及攤銷						<u><u>3,406,715</u></u>
資本支出	1,737,120	746,425	359,075	304,808	147,704	3,295,132
不分部金額						<u>289,461</u>
總資本支出*						<u><u>3,584,593</u></u>
於綜合損益表確認的減值虧損及存貨撇減淨額	1,049,077	5,213	4,661,418	8,426	288,108	<u><u>6,012,242</u></u>
涉及可換股債券以股份支付的部分、購股權計劃及股票獎勵計劃的開支	111,515	16,773	3,106	3,978	3,190	138,562
不分部金額						<u>212,851</u>
涉及可換股債券以股份支付的部分、購股權計劃及股票獎勵計劃的非現金支出總額						<u><u>351,413</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	<u>1,127,114</u>	<u>55,996</u>	<u>24,751</u>	<u>22,323</u>	<u>619,202</u>	<u>1,849,386</u>
	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						<u>(1,849,386)</u>
收入						<u>98,624,041</u>
分部業績						
調整 :	6,126,458	427,731	(198,939)	146,564	(198,101)	6,303,713
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						91,921
公司及其他不分部支出						<u>(253,902)</u>
稅前利潤						6,312,187
所得稅支出						<u>(1,425,212)</u>
本年利潤						<u>4,886,975</u>
分部資產						
調整 :	69,989,322	6,521,677	16,628,126	15,403,307	2,179,511	110,721,943
抵銷分部間應收款項						(33,004,852)
公司及其他不分部的資產						27,094,228
於聯營公司的投資						<u>10,408,632</u>
總資產						<u>115,219,951</u>
分部負債						
調整 :	28,708,293	4,454,086	6,905,303	3,750,950	1,841,636	45,660,268
抵銷分部間應付款項						(33,004,852)
公司及其他不分部的負債						<u>51,912,824</u>
總負債						<u>64,568,240</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 虧損及存貨撇減淨額	392,990	15,075	23,536	8,054	241,676	<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>

* 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、聯營公司股權及其他股權投資所支付的現金。

3 經營分部資料 (續)

(b) 地區

(i) 來自外部客戶的收入

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
中國大陸	83,958,472	94,335,586
海外地區	4,716,302	4,288,455
	<u>88,674,774</u>	<u>98,624,041</u>

上述收入資料乃根據客戶的地點劃分。

(ii) 非流動資產

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
中國大陸	45,762,687	48,014,045
海外地區	7,384,809	11,171,657
	<u>53,147,496</u>	<u>59,185,702</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

截至二零二四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：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
來自客戶合約的收入於一個時間點確認：		
銷售貨物	88,623,995	98,590,612
委託加工服務	50,779	33,429
	<u>88,674,774</u>	<u>98,624,041</u>

本集團使用國際財務報告準則／香港財務報告準則第15號第121段所述的可行權宜法，由於本集團所有的銷售合約原訂期限均少於一年，故不披露餘下履約責任。

4 收入、其他收入及收益 (續)

(b) 其他收入及收益

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
政府補助金：		
— 資產	114,910	121,738
— 與補償費用有關	312,319	435,580
出售子公司的收益	267,216	—
出售一間聯營公司收益	—	1,046
租金總收入	39,401	63,386
出售持有待售資產及負債的收益	—	14,521
遠期外幣合約公允值收益淨額	8,948	—
可交換債券公允值收益淨額	—	2,024
以公允值計量且其變動計入損益的股權投資公允值收益淨額	71,132	—
其他金融負債公允值收益淨額	—	23,658
出售原輔料的收益淨額	59,587	91,883
其他	158,131	315,556
	<u>1,031,644</u>	<u>1,069,392</u>

5 其他費用

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
存貨撇減至可變現淨值	911,092	323,675
商譽減值	1,154,728	—
其他無形資產減值	3,490,098	—
教育附加費、城市維護建設稅及其他稅項	512,056	534,812
捐贈支出	74,590	62,659
於一間聯營公司的投資減值	63,487	48,030
處置物業、廠房及設備虧損淨額	52,110	14,423
可交換債券公允值虧損淨額	28,190	—
匯兌虧損淨額	21,369	77,382
遠期外幣合約公允值虧損淨額	—	4,641
以公允值計量且其變動計入損益的股權投資公允值虧損淨額	—	22,945
其他	145,294	207,897
	<u>6,453,014</u>	<u>1,296,464</u>

6 稅前利潤

稅前利潤乃經扣除下列各項後計算所得：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
銷售存貨成本	53,539,391	61,958,116
委託加工服務成本	44,943	25,830
銷售成本	<u>53,584,334</u>	<u>61,983,946</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	7,005,579	7,625,682
— 退休福利供款	774,503	817,790
— 可換股債券以股份支付的部分的公允值攤銷及註銷	322,409	436,448
— 購股權計劃開支	(12,906)	69,067
— 股票獎勵計劃開支	41,910	121,608
— 一間子公司限制性股票開支轉回	—	(58,407)
	<u>8,131,495</u>	<u>9,012,188</u>
應收賬款減值淨額	128,751	121,559
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	242,961	188,067
金融資產減值淨額	<u>371,712</u>	<u>309,626</u>
存貨撇減至可變現淨值	911,092	323,675
商譽減值	1,154,728	—
其他無形資產減值	3,490,098	—
於一間聯營公司的投資減值	63,487	48,030
物業、廠房及設備折舊	2,953,109	2,803,699
使用權資產折舊	335,239	385,609
投資物業折舊	1,646	1,646
其他無形資產攤銷	116,721	109,788
研究開發費用	512,638	495,507
外包費用(附註(b))	158,232	180,283
不計入租賃負債計量的租賃付款(附註(c))	224,779	260,106
核數師酬金		
— 審計服務	10,630	10,358
— 非審計服務	4,481	4,229

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。

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) 本集團截至二零二四年十二月三十一日止年度分別確認短期租賃支出人民幣138,871,000元(二零二三年：人民幣147,265,000元)、低價值資產租賃支出人民幣21,955,000元(二零二三年：人民幣27,922,000元)及並非根據某一指數或比率的可變租賃付款人民幣63,953,000元(二零二三年：人民幣84,919,000元)。

7 融資成本

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
銀行貸款利息	724,263	674,988
其他借貸利息(不包括租賃負債)	690,693	830,112
租賃負債利息	52,834	64,181
	<u>1,467,790</u>	<u>1,569,281</u>

8 所得稅支出

(a) 綜合損益表內的稅項指：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
即期所得稅		
年內即期所得稅支出	1,128,531	1,229,296
往年相關調整	1,092	31,575
遞延所得稅	<u>(355,051)</u>	<u>164,341</u>
	<u>774,572</u>	<u>1,425,212</u>

(b) 稅項開支與按適用稅率計算的會計利潤的對賬：

	附註	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
稅前利潤		<u>999,177</u>	<u>6,312,187</u>
按25% (二零二三年：25%) 稅率計算	(i)	249,794	1,578,047
不可抵扣的項目及其他 (淨額)		45,539	60,633
研發費用加計扣除對稅務的影響	(i)	(94,854)	(103,527)
往年相關調整		1,092	31,575
不同稅率的影響	(ii)/(iii)/(iv)	(29,177)	(101,097)
稅務優惠的影響	(v)/(vi)	(689,427)	(768,598)
應佔聯營公司業績對稅務的影響		217,932	(22,980)
撥回過往年度已確認的稅項虧損及暫時性差異	(vii)	(636,172)	—
商譽及無限使用年期商標減值對稅務的影響		1,161,207	—
使用以往年度稅務虧損及可扣減暫時性差異		(107,251)	(67,689)
未確認稅務虧損及可扣減暫時性差異		395,422	518,665
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>260,467</u>	<u>300,183</u>
所得稅		<u>774,572</u>	<u>1,425,212</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%(二零二三年：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管區之若干子公司除外。本公司若干子公司享受15%(二零二三年：15%)優惠稅率，且該等公司的若干研發費用可享受100%(二零二三年：100%)的額外稅項減免。
- (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) 截至二零二四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%(二零二三年：16.5%)稅率計算。
- (iv) 截至二零二四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%(二零二三年：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。
- (vii) 該項目主要包括撥回於過往年度確認的與Bellamy's Australia Limited(「貝拉米」)稅項虧損及可扣減暫時性差異相關的遞延稅項資產，以及撥回因收購貝拉米產生的公允值調整的遞延稅項負債，分別為人民幣383,581,000元及人民幣1,047,029,000元。

(c) 第二支柱所得稅

於二零二一年，經濟合作與發展組織發佈了適用於大型跨國企業的新全球最低稅制改革的全球反稅基侵蝕模型規則(「第二支柱規則範本」)。本集團在多個司法管轄區經營業務，本集團經營業務所在的荷蘭、越南及澳大利亞等若干司法管轄區已根據此框架實施第二支柱所得稅法，該等第二支柱所得稅法已自二零二四年一月一日生效。

本集團在確認及披露與第二支柱所得稅相關的遞延稅項資產及負債的信息時，已採用臨時強制性例外情況，並在稅項產生時將其列為當期稅項。迄今為止，第二支柱模式對綜合年度財務報表並無重大影響，截至二零二四年十二月三十一日止年度內亦無確認第二支柱所得稅。

本集團經營所在的其他司法管轄區正在實施其第二支柱所得稅立法。本集團正持續評估第二支柱模式對該等管轄區所得稅的預期影響。

9 股息

	附註	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
本年度宣派及支付 普通股股息		<u>1,924,358</u>	<u>1,588,015</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0.509元 (二零二三年：人民幣0.489元)	(a)/(b)	<u>1,994,247</u>	<u>1,924,358</u>

附註：

- (a) 擬派截至二零二四年十二月三十一日止年度之期末股息須由本公司股東在應屆股東週年大會批准。
- (b) 該股息並無於截至二零二四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：

	二零二四年 股份數目 千股	二零二三年 股份數目 千股
於一月一日已發行普通股	3,935,293	3,955,196
已行使購股權的影響	—	2,247
回購股份的影響	<u>(8,691)</u>	<u>(15,204)</u>
計算每股基本盈利所用的普通股加權平均數	<u>3,926,602</u>	<u>3,942,239</u>

10 本公司普通股權益股東應佔每股盈利(續)

(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：

	二零二四年 股份數目 千股	二零二三年 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	3,926,602	3,942,239
攤薄影響 — 普通股加權平均數：		
尚未行使購股權	—	7,015
尚未行使股票獎勵	2,614	7,221
	<u>3,929,216</u>	<u>3,956,475</u>
計算每股攤薄盈利所用的普通股加權平均數	<u>3,929,216</u>	<u>3,956,475</u>

11 應收賬款及票據

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
應收票據	81,425	211,682
應收賬款	3,218,448	3,558,043
虧損撥備	(38,015)	(101,121)
	<u>3,261,858</u>	<u>3,668,604</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。

11 應收賬款及票據 (續)

根據本集團的金融資產會計政策，本集團於二零二四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：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
少於一年	3,196,187	3,571,620
一至兩年	51,613	85,675
兩至三年	13,650	10,842
三年以上	408	467
	<u>3,261,858</u>	<u>3,668,604</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：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
3個月內	7,718,407	8,189,298
4至6個月	889,320	1,144,836
7至12個月	10,852	104,397
1年以上	28,647	60,910
	<u>8,647,226</u>	<u>9,499,441</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386,589,000元(二零二三年：人民幣825,871,000元)的應付票據以本集團若干存款作抵押。除上述者外，應付票據為無抵押及免息，並將於一至六個月內到期。

管理層討論及分析

業務回顧

二零二四年，乳製品行業因原奶供給過剩及需求不及預期，供需矛盾凸顯，整體市場短期內壓力仍存。蒙牛積極應對行業短期挑戰，堅定長期戰略定力，錨定「再創一個新蒙牛」戰略目標和FIRST成功畫像，圍繞「一體兩翼」經營戰略，通過品牌引領、研發創新、數智轉型，推動高質量發展。在運營層面，蒙牛積極推動精益化管理，堅定打造扁平和高效率的組織，全面激活組織效能，驅動公司運營效率和核心盈利能力穩步提升。

蒙牛堅定品類創新升級，在極致品質基礎上，進一步拓展豐富新品類，打造多元新場景，加速To B渠道和專業乳品的拓展。憑藉對消費者多樣化、個性化需求的精準洞察及把握，蒙牛引領乳製品從「喝牛奶」向「吃牛奶」，從「基礎供給」向「大健康」，從「粗加工」向「精深加工」的轉型升級。

蒙牛持續聚焦品牌建設，傳承「天生要強」的品牌精神。作為奧林匹克全球合作夥伴(TOP)，通過2024年巴黎奧運會，已成功搶佔「奧運合作夥伴」身份心智，沉澱「要強」品牌資產，全面提升品牌知名度、美譽度和全球影響力；並通過支持「百城馬拉松」等活動，持續傳遞健康生活理念，品牌影響力進一步增強。在2025年春節營銷中，蒙牛攜手《哪吒2》及代言人賈玲開啟創新合作，與哪吒、賈玲的「要強」精神深度結合，為品牌注入新活力。

蒙牛積極順應渠道重塑和變革趨勢，加速全渠道佈局和建設，在鞏固線下渠道既有優勢的同時，積極拓展高增的新興渠道，構建線上線下全域融合的商業模式，多維度推動銷售轉化，夯實差異化競爭能力。同時，針對行業階段性挑戰，蒙牛牢牢把握數智化轉型機遇，有序推進業務數智化轉型，積極擁抱新一代人工智能技術，聚焦渠道提效、供應鏈降本、消費者服務，對乳業鏈條進行系統化、一體化重塑，全面激發奶業產業鏈的效能潛力，打造乳業新質生產力。

液態奶業務

常溫業務

二零二四年，乳製品產業供需矛盾突出，終端產品價格競爭激烈，宏觀經濟增長壓力下，消費信心及需求仍處恢復階段，消費者風向轉變、價值分化加速，質價比、高附加值、個性化產品需求日益增長。蒙牛常溫事業部直面行業挑戰和機遇，主動推動渠道庫存回良，堅持穩價盤的渠道策略，並從品牌端、營銷端、渠道端、供應鏈端、數智化建設層面加速構建高質量發展範式，實現整體經營利潤率提升。

常溫事業部圍繞營養健康、高質優價的多元化消費需求進行品類佈局。特侖蘇品牌堅定不移深化「更好」的品牌理念，持續高價值引領，有機系列產品再度蟬聯德國國際有機產品博覽會金獎，品牌影響力持續強化，市場份額進一步提升。

面臨行業激烈競爭，常溫乳飲料憑藉行業需求洞察及策略靈活創新，保持穩定市場表現。常溫酸奶*純甄*聚焦品牌差異化佈局，專注簡單配料的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」，持續升級產品品質，以創新的配方讓新一代產品更加貼合消費者需求。*真果粒*聚焦牛奶加果粒的雙重營養及更加飲料化的產品佈局，傳遞時尚、健康、快樂理念，差異競爭，多款新品獲得消費者好評。*酸酸乳*立足青春國民乳飲料品牌基因，通過多樣聯名活動重新激活品牌熱度及品牌話題度。

渠道市場拓展方面，常溫事業部緊密結合消費市場趨勢，進一步深挖下沉市場潛力，持續提升鎮村服務滲透及市場份額。與此同時，事業部持續強化經銷商賦能，推動供應鏈側進一步降本增效，在品牌上以「營養」、「年輕」為切入點與消費者建立情感連接，靈活拓展新興渠道，在與賽道頭部系統建立合作的同時，從消費趨勢出發打造差異化專屬產品，規避對傳統渠道的衝擊。

在保持C端業務優勢的同時，集團深度入局B端行業。旗下專業餐飲品牌蒙牛專業乳品秉持「專業乳品專注創造」的經營理念，致力於打造優質的原料型產品矩陣和一體化的前沿營銷。年內與烘焙、咖啡、茶飲、餐飲領域的多家連鎖品牌達成戰略合作，為重點客戶提供包含產品應用測試、產品方案研發、行業趨勢賦能在內的全方位一體化解決方案。

低溫業務

年內低溫品類行業仍有下滑，但下滑速度明顯放緩，渠道多元化發展，新興渠道消費者滲透率提升。行業尚處恢復時期，蒙牛低溫事業部秉承集團重高質量發展方針。洞察消費者需求趨勢，積極致力於品類價值創新，提升盈利能力。低溫酸奶全線升級為100%生牛乳配方，積極推廣0蔗糖及果粒酸奶，樹立冠益乳「益生菌酸奶專研家」全新價值定位，

培育高端品牌每日鮮酪，持續放大優益C「適合中國人的益生菌」品牌價值，強化渠道建設，佈局新興渠道。通過品牌與渠道建設的系列動作，蒙牛低溫逆勢跑贏行業，實現市場份額連續二十年保持第一，產品結構明顯改善，盈利能力顯著提升。

鮮奶業務

二零二四年，國內鮮奶行業面臨下滑挑戰。蒙牛鮮奶事業部保持戰略定力，通過夯實品牌塑造、提升終端鋪市和賣力、保障鮮能力，逆勢取得快速增長，連續四年實現盈利。每日鮮語錄得雙位數增長。

高端品牌每日鮮語持續引領高端趨勢，逆勢跑贏行業，保持高端鮮奶市場份額第一。每日鮮語著力產品創新，推出雙蛋白牛乳，引領品類營養與美味升級，銷量高速增長。子品牌小鮮語持續為年輕人打造「輕鮮奶」品類，通過合作「它基金」等公益活動破圈。蒙牛鮮奶基礎端持續夯實國民地位，連續四年保持基礎端鮮奶份額第一。

渠道方面，蒙牛鮮奶業務在會員店、電商平台等線上線下優勢渠道保持市場份額第一；同時，持續實現渠道突破，積極拓展零食量販等增量渠道，成功與頭部咖啡、茶飲品牌合作，以高品質產品助力線下B端客戶的同時，實現自身銷量突破。

與此同時，鮮奶事業部進一步通過數智化賦能提升供應鏈效率，實現物流鏈路高效管理，資源深度融合打造鮮奶端到端智慧物流，持續推動「質效雙優」高效履約體系，驅動企業物流高質量轉型，全面提升品牌核心競爭力。

奶粉業務

嬰配粉行業在人口出生率下滑等因素影響下持續承壓，但隨市場逐步企穩，頭部企業市場份額佔比提升。與此同時，新生代父母對於成分、品質及細分功能的要求持續增加，推動行業產品功能不斷升級。蒙牛奶粉業務持續堅持研發驅動、渠道變革和品牌引領。

蒙牛國內嬰配粉業務持續聚焦瑞哺恩品牌，攜手江南大學和中山大學共同發佈全球首個專利親和配方(母源MLCT+新型OPO)實證成果，率先發佈蒙牛全球首款HMO配方奶粉，並牽頭制定全球首個使用液相色譜法同時檢測7種母乳低聚糖 (HMOs)的檢測方法標準，引領行業創新高質量發展。在品牌建設上聚焦實證專業營銷，打造專業實證教育，通過積極的產品研發和銷售渠道模式的調整，品牌實力進一步增強，產品力和渠道力形成良性循環，嬰配粉業務實現逆勢加速增長。

貝拉米不斷夯實「澳洲有機奶粉銷量第一」品牌定位，連續5年蟬聯「跨境電商有機奶粉第一」。年內，貝拉米旗下高端產品線「貝拉米白金有機A2」實現逆勢高速增長。此外，貝拉米持續佈局東南亞市場。

蒙牛成人粉業務圍繞潛力巨大的銀髮健康賽道，聚焦悠瑞品牌。悠瑞聯合多個機構相繼發佈《中老年專屬健康白皮書》《中老年專屬調製乳粉團體標準》等領先行業的科研成果，持續配方升級，聚焦強化骨骼、關節、肌肉等功能性產品。在品牌建設上聚焦禮贈場景，打造有溫度有話題的親情營銷，帶動品牌知名度、搜索量、轉化率全面提升。

冰淇淋業務

宏觀消費信心不足、市場競爭激烈、行業渠道庫存偏高等因素為冰淇淋行業帶來挑戰。但消費者對冰淇淋健康屬性關注度提升、需求多元化，線上渠道快速發展，戶外旅遊等新消費場景，亦為冰淇淋品類發展注入新勢能。期內，冰淇淋事業部緊密圍繞消費者需求，積極做出主動戰略調整，推進品牌拓圈、產品創新和結構提升、渠道鋪市。

隨變持續深耕巧克力冰淇淋賽道，補位多巴胺亮色杯系列產品、牛乳鳳梨巧克力脆筒類產品，佈局高端巧克力冰淇淋市場，隨變·金標系列進一步升級產品結構，以高品質、多口味、多形態產品滿足年輕消費者市場。綠色心情蟬聯豆冰品類銷量第一，品牌持續拓圈生意發展，聯名肯德基打造綠色心情奶乎乎冰淇淋，推動乳製品與餐飲文化深入融合。冰+以快樂、酷爽品牌形象推動水冰品類向更多元化發展，開發功能型和飲品型產品品線，滿足年輕群體的多樣化產品需求，增強年輕人群體滲透力，著力實現品牌價值最大化。高端品牌蒹葭聖雪以「越純粹，越美味」做差異化定位，圍繞高端冰淇淋人群做場景適配。

渠道方面，冰品事業部積極做出策略調整，通過全渠道RTM戰略佈局，激活全鏈路直營直控。同時，事業部加速佈局便利店、零食量販、直播等增量現代渠道，通過校園、家批、社區、景區等關鍵場景促進人群轉化，助力終端市場動銷，積極推進新零售模式重塑提效。

海外冰淇淋業務持續突破，艾雪加強創新產品開發、全面發展社交媒體、現代渠道進店，產品力、品牌力和渠道力進一步提升，整體銷售收入增長強勁。艾雪品牌穩居印尼市場份額第一、菲律賓即食冰淇淋市場份額第二。同時，公司積極探索海外市場發展機遇，持續拓展中南半島市場。

奶酪業務

受益乳品消費和產業升級以及政策推動，我國奶酪行業和奶酪消費正處於早期成長階段，逐漸成為未來乳製品行業的主要增長點之一，乳製品產業升級、「喝奶」與「吃奶」並行以及奶酪滲透率提升的趨勢並未改變，行業份額逐步向頭部企業集中。

二零二四年，妙可藍多緊密圍繞「產品創新、品牌引領、渠道精耕、管理增效」四大核心戰略，奶酪市場佔有率持續穩居行業第一¹，領先優勢持續擴大，盈利能力顯著提升。

堅定消費者導向，妙可藍多持續進行產品研發創新、豐富產品矩陣，實現「人群破圈」和「場景破圈」。妙可藍多「歡樂、營養、專業、健康」四位一體的核心價值體系進一步強化，啟用全新品牌代言人，利用明星營銷、粉絲營銷，加速品牌年輕化進程，助力奶酪產品破圈。

¹ 根據凱度消費者指數家庭樣組統計

即食營養奶酪方面，妙可藍多低溫產品矩陣進一步豐富，經典低溫奶酪棒升級為0添加防腐劑配方，推出「凍梨奶酪棒」等限定口味產品、0蔗糖奶酪小粒、一口奶酪以及原製手撕奶酪等新品；常溫產品品類不斷拓寬，鹹味奶酪零食鱈魚奶酪條以及休閒零食芝士時光系列產品上市後廣受好評。針對家庭餐桌場景，國產黃油產品表現優異，奶酪片和馬蘇里拉市佔率進一步提升，強化公司在家庭餐桌領域的品牌影響力。妙可藍多持續探索餐飲工業奶酪領域的市場機遇，並取得顯著進展。妙可藍多報告期內在黃油和稀奶油領域表現優異，基於市場前沿趨勢的洞察，不斷豐富奶酪的創新應用，推出多款季節限定新品，為B端客戶提供全方位奶酪解決方案，新品上市成功率顯著提高，助力大客戶穩健增長。繼推出馬斯卡彭國產原製奶酪後，妙可藍多在生產工藝方面繼續取得新的突破。

二零二四年七月，妙可藍多完成本集團所持有的內蒙古蒙牛奶酪有限責任公司(蒙牛奶酪)100%股權的現金收購，實現面向差異化市場的雙品牌戰略，鞏固奶酪品類領導者地位。

創新業務佈局

在營養科學的尖端陣地，蒙牛憑藉其前瞻性的洞察與不懈的技術探索，持續攻克技術難點，不斷突破技術壁壘，鑄就卓越的產品競爭力，讓乳品行業煥發新活力。

蒙牛運動營養領域品牌邁勝堅持「中國專業運動營養領導者」定位，已建立液體蛋白品線、運動機能品線和日常活力品線構成的專業產品矩陣，全面滿足運動人群在訓練及賽事的前、中、後營養需求，以及日常活力營養需求。邁勝通過專業品牌力和極致產品力，在馬拉松、越野跑和鐵人三項等核心圈層為代表的中國運動人群中產生顯著影響力。

渠道方面，邁勝深耕天貓、京東、抖音和私域等DTC渠道，並積極拓展多元渠道。邁勝液體蛋白產品上線山姆超市，成為山姆首款液體蛋白產品，完成高質量用戶群體的積極拓展。

蒙牛孵化的虹摹生物科技(上海)有限公司自主研發的HMO 2'-岩藻糖基乳糖 (2'-FL) 獲得美國FDA GRAS認證，成為國內首家、也是目前唯一一家獲得該認證的中國本土HMO企業，其在安全性、有效性、純度方面達到國際領先水平。目前，虹摹生物已佈局多達十餘種產品線，自主研發的HMO也成功應用在蒙牛瑞哺恩恩至4段兒童配方奶粉、未來星專護兒童配方奶等產品中，持續拓寬HMO在中國的應用場景，開啟乳製品從「基礎營養」向「專業營養」進軍的新時代。

質量管理

二零二四年，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，其中ISO9001和HACCP工廠認證覆蓋率100%。

本集團全面啟動「質量數字化戰略轉型」，建成覆蓋各業態的質量指標庫，帶動指標監控核算工作效率大幅提升；全線上線冷鏈2.0，同步實現庫房、幹線、經銷商庫房溫度的在線採集和監控。同時，本集團落地《集團質量數字化轉型規劃》，首期啟動奶源、採購、檢驗、知識、風險5個模塊。

蒙牛通過持續沉澱質量意識強化方面的經驗做法，不斷精進質量文化建設。報告期內，持續沉澱315「世界品質，讓消費者看見」活動IP，首創端到端品質見證活動，聯動各業態內外部客戶走進牧場、工廠，見證蒙牛端到端的世界品質。

奶源管理

二零二四年，針對乳製品行業的供需矛盾凸顯挑戰，蒙牛推出「技術革新、金融支持、平台補貼、數智賦能、綠能推廣、種業突破、飼草保供、多元經營、政策幫扶」等多項支持舉措，助力牧場夥伴穩定經營，提質增效，持續提升綜合競爭力，實現可持續發展。

在技術革新方面，蒙牛通過為牧場開展精準營養、技術培訓等舉措，全方位助力牧場提升技術實力，提高牧場生鮮乳質量水平，標桿牧場單產水平達到12噸以上。在金融支持方面，蒙牛通過多元金融幫扶模式，幫助上游合作夥伴協同發展。產業鏈賦能方面，蒙牛充分發揮上游產業鏈資源優勢，為牧場提供優質飼草料等生產物資和服務，進一步降低採購成本。

蒙牛積極踐行綠色發展理念，堅持將可持續發展理念融入奶源管理工作中。通過賦能培訓、技術幫扶、資源整合等措施，推進清潔能源使用、中小型光伏發電項目開展，助力推進節能減碳工作，積極引導合作牧場加強碳排管理，向科學養殖、高效管理發展。

企業數智化戰略

數智化一直以來是蒙牛核心戰略支柱之一。二零二四年，蒙牛持續有序推進業務數智化轉型，積極擁抱新一代人工智能（「AI」）技術，以AI全面融入實現智能流程為終極目標，推動AI發揮出企業級效能，全面落地賦能各業務域，從根本上推動組織方式和生產方式變革，加速構建模型驅動的數智化端到端流程運營體系，針對產業供需失衡問題提供數智化解決方案，推動集團高質量發展，助力行業提質增效。

基於自研AI中台快速構建AI agent，蒙牛整合已有業務中台抽象業務能力及數據中台既有算法，將AI融入業務流程，實現整體效率提升。消費者域，蒙牛圍繞業務目標，發展營銷核心能力和完善運營能力，數據效率效能大幅提升。渠道域，「共贏」平台推進全渠道「三流合一」，實現超億件商品流向流速及全集團銷管費用可視可控，萬家終端門店在

線化，百萬家門店和上萬名業務員的日常動作數智化。供應鏈域，蒙牛寧夏工廠獲評世界經濟論壇「燈塔工廠」，為中國乳業首家、全球液態奶首家，代表當前全球智能製造與數字化的頂尖水平；常溫「一盤貨」在華中實現全場景覆蓋，低溫、鮮奶實現全鏈路冷鏈可視可控，進一步提升庫存週轉管理、鏈路管控能力。

財務回顧

收入

年內由於原奶供需矛盾突出、消費需求不及預期，截至二零二四年十二月三十一日止年度，本集團收入為人民幣886.748億元(二零二三年：人民幣986.240億元)，同比下降10.1%。

毛利

由於年內收入下降，本集團期內毛利下降至人民幣350.904億元(二零二三年：人民幣366.401億元)，而得益於原奶價格下降，毛利率較去年上升2.4個百分點至39.6%(二零二三年：37.2%)。

經營費用及經營利潤

因年內銷售收入下降，及下半年強化費用投放效率，銷售及經銷費用減少8.3%至人民幣230.926億元(二零二三年：人民幣251.922億元)，佔本集團收入比例26.0%(二零二三年：25.5%)。其中，產品和品牌宣傳及行銷費用減少5.4%至人民幣71.148億元(二零二三年：人民幣75.227億元)，佔本集團收入比例8.0%(二零二三年：7.6%)。

由於年內集團的提質增效舉措，行政費用下降10.8%至人民幣42.290億元(二零二三年：人民幣47.425億元)，佔集團收入比例為4.8%(二零二三年：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5.121億元(二零二三年：人民幣5.348億元)，同比下降4.2%。

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)下降8.7%至人民幣278.337億元(二零二三年：人民幣304.695億元)，佔本集團收入比例31.4%(二零二三年：30.9%)。受益於毛利率提升，經營利潤(毛利減業務經營費用)為人民幣72.567億元(二零二三年：人民幣61.706億元)，同比上升17.6%；經營利潤率為8.2%(二零二三年：6.3%)，同比提升1.9個百分點。

EBITDA及淨利潤

年內，本集團附屬公司貝拉米錄得虧損。經審慎考慮貝拉米近年來的經營狀況和財務表現並結合對未來市場的預期，本集團在年內確認對貝拉米相關現金產生單位分別錄得之商譽及無形資產減值虧損人民幣11.547億元及人民幣34.901億元；以及撥回過往年度已確認的與貝拉米相關稅項虧損及暫時性差異有關的遞延稅項資產及負債人民幣6.634億(此影響所得稅費用)，綜合對本集團業績影響為人民幣39.814億元。

同時，本公司聯營公司中國現代牧業控股有限公司(「現代牧業」)年內錄得商譽減值虧損為人民幣5.992億元及其他額外減值虧損，因而錄得歸屬於權益股東淨虧損為人民幣14.168億元；因此導致本公司相應錄得應佔該聯營公司為人民幣8.271億元，其中有關的商譽減值虧損對本集團影響為人民幣3.487億元。

主要由於上述提及的因素，導致本集團息稅折舊攤銷前利潤(EBITDA)減少53.1%至人民幣44.617億元(二零二三年：人民幣95.067億元)，EBITDA利潤率為5.0%(二零二三年：9.6%)，同比下降4.6個百分點。而本公司權益股東應佔利潤亦同比下降97.8%至人民幣1.045億元(二零二三年：人民幣48.092億元)，每股基本盈利為人民幣0.027元(二零二三年：人民幣1.220元)，同比下降97.8%。

董事會建議以剔除貝拉米相關減值及遞延所得稅影響、以及現代牧業商譽減值對本公司應佔其聯營公司業績的影響後的利潤作為分紅基礎，並提升二零二四年分紅比例至45%。

所得稅支出

截至二零二四年十二月三十一日止年度，本集團所得稅支出為人民幣7.746億元(二零二三年：人民幣14.252億元)，同比下降45.6%，主要由於所得稅支出包括就商譽及無形資產減值而撥回於過往年度確認的與貝拉米稅項虧損及暫時性差異相關的遞延稅項資產及負債人民幣6.634億元，而本集團實際經營所得稅支出不受影響。受貝拉米商譽及無形資產減值虧損，以及應佔聯營公司現代牧業收益錄得虧損等影響稅前利潤降低後，所得稅有效稅率為77.5%(二零二三年：22.6%)，同比增加54.9個百分點。

資本支出

截至二零二四年十二月三十一日止年度，本集團按現金流量基準計算的資本支出為人民幣35.846億元(二零二三年：人民幣41.718億元)，同比減少14.08%。資本支出用於新建和改建生產設備及相關投入達人民幣34.751億元，以及股權投資達人民幣1.095億元。

營運資金、財務資源及資本架構

截至二零二四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83.323億元(二零二三年：人民幣83.493億元)，比去年減少0.2%。

於二零二四年十二月三十一日，本集團之未償還計息銀行及其他借貸下降至人民幣346.372億元(二零二三年十二月三十一日：人民幣374.108億元)，其中一年內償還的計息銀行及其他借貸為人民幣166.616億元(二零二三年十二月三十一日：人民幣98.069億元)。超過九成計息銀行及其他借貸按固定利率計算。計息銀行及其他借貸減少主要原因是償還到期的外幣債務所致。

本集團於二零二四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172.980億元(二零二三年十二月三十一日：人民幣249.670億元)。

本集團於二零二四年十二月三十一日之總權益為人民幣480.255億元(二零二三年十二月三十一日：人民幣506.517億元)。債務權益比率(計息銀行及其他借貸總額除以總權益)為72.1%(二零二三年十二月三十一日：73.9%)。

本集團的融資成本為人民幣14.678億元(二零二三年：人民幣15.693億元)，佔收入比重約1.7%(二零二三年：1.6%)，同比增加0.1個百分點。

產品

液態奶

收入為人民幣730.656億元(二零二三年：人民幣820.711億元)，佔蒙牛總收入的82.4%(二零二三年：83.2%)。

UHT奶

特侖蘇沙漠•有機純牛奶，當中每100ml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，降低碳排放，實現環保原生理念。

蒙牛UHT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。年內推出母品牌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：

特侖蘇4.0g沙漠•有機純牛奶

蒙牛純牛奶

蒙牛0乳糖牛奶

常溫酸奶

純甄聚焦品牌差異化佈局，專注簡單配料的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」，持續引領配方革命，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0添加原味風味酸奶

常溫乳飲料

真果粒定位全球首款含有可嚼果粒的高端乳飲料品牌，重點產品花果奶昔酸奶飲品系列年內新推出「洛神花草莓味」。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。

重點產品：

真果粒PET花果奶昔

酸酸乳乳味飲品系列

低溫酸奶

0糖健康趨勢下，蒙牛低溫酸奶全面推廣蒙牛0醇酸奶，運用賈玲代言放大健康高品質產品屬性。積極打造酸奶口感的顆粒新體驗，蒙牛雙拼果粒、12mm大果粒更好滿足美味需求。每日鮮酪持續引領行業新風向，精確定位「好吃到舔勺的酪酸奶」，青青柚子酪、桂花馬蹄酪斬獲多項重磅行業大獎；森林牛油果酪、蘇丹王榴蓮酪等深受消費者好評。

冠益乳全面打造「益生菌酸奶專研家」心智，推出新一代冠益乳巴馬128益生菌酸奶，同是基礎功能系列產品升級為「一口燕麥」，雙品線滿足消費者日常功能需求。

重點產品：

蒙牛0醇酸奶

蒙牛雙拼果粒0蔗糖

蒙牛12mm大果粒利樂冠

每日鮮酪

冠益乳

低溫乳飲料

優益C堅持「適合中國人的益生菌」品牌定位，打造內外兼修的綠色產品，優益C環保裝，無標籤瓶線上全面切換PS材質；優益C始終和年輕消費者在一起，跨界創新檸檬茶飲，上市全國首款含活菌的檸檬茶飲料 — 優益C益生菌檸檬茶。活性益生菌+檸檬茶雙重解膩，含真茶真果汁，低糖0脂肪，清爽低負擔，更好的鏈接年輕消費者，拉新提滲透，貢獻品牌增量。

重點產品：

優益C環保瓶

優益C益生菌檸檬茶

鮮奶

高端品牌每日鮮語推出創新產品雙蛋白牛乳，臻選優於歐盟標準生牛乳，每杯350ml牛奶添加六顆巴旦木，零乳糖簡單配方，為消費者提供易吸收、高品質、平衡營養的創新產品。每日鮮語重磅上市蛇年限定好運新年奶，將6種美好祝福隱藏在外層標籤之下，創新營銷贏得消費者喜愛。每日鮮語HMO兒童呵護營養奶應用新獲批的營養強化劑2'-FL，為兒童提供原生珍貴營養成分。每日鮮語子品牌小鮮語定位輕鮮奶賽道，加速拓展年輕人市場。

重點產品：

每日鮮語雙蛋白牛乳

每日鮮語HMO兒童呵護營養奶

小鮮語

蒙牛現代牧場鮮牛奶

冰淇淋

收入為人民幣51.754億元，(二零二三年：人民幣：60.263億元)，佔蒙牛總收入的5.8% (二零二三年：6.1%)。

隨變持續巧克力冰淇淋賽道深耕，隨變·金標系列的隨變·金標72%以「高可可固形物含量+純正生牛乳」為核心賣點，錨定新年輕一代高品質巧克力冰淇淋消費新需求，憑藉醇厚口感和質感獲得消費者廣泛關注及好評。綠色心情品牌通過1+2實現大單品打造，通過豆冰品類創新拓展，延展品類新形態，提升豆冰品類溢價感，上市桂花綠豆糕、綠莎莎脆筒兩支爆品。冰+結合年輕群體對功能性產品需求，聯名NBA推出冰+電解質飲料雪泥，拓寬戶外消費場景；並推出的差異化新品「冰+霜脆冰莓真實草莓層層脆棒冰」以創新三層水冰結構突破品類壁壘。蒂蘭聖雪延續高端定位，年內創新推出蒂蘭聖雪×皮爺純萃咖啡冰淇淋、蒂蘭聖雪×燕之屋燕窩流心酸奶冰淇淋，突破品類形式，提升品牌價值。

重點產品：

隨變

綠色心情

冰+

蒂蘭聖雪

艾雪

奶粉

收入為人民幣33.205億元（二零二三年：人民幣38.017億元），佔蒙牛總收入的3.7%（二零二三年：3.9%）。

嬰幼兒奶粉方面，蒙牛瑞哺恩致力於打造更親和中國寶寶的專利親和配方，旗下「恩至」系列是品牌旗下全球首款添加創新MLCT結構脂和新型OPO的明星大單品。恩至4段產品是蒙牛旗下首款創新添加HMO的配方奶粉，以4大進階高能營養，多維呵護寶寶成長。貝拉米重點大單品包括貝拉米白金有機A2及貝拉米經典有機藍罐，同時於年內推出諾瑞兒嬰幼兒配方奶粉及貝拉米有機兒童高鈣成長奶粉等新品。

蒙牛一米八八是專為3-15歲兒童研製的一款高端兒童成長配方奶粉，富含鈣、維生素D、維生素K，並首創添加初乳碱性蛋白CBP，蘊含原生賴氨酸，鎖鈣入骨，助力兒童骨骼成長，對兒童腸道、免疫力、智視力方面也做出全面的營養補充。

蒙牛悠瑞聚焦中老年行動力的核心健康需求，首推的悠瑞骨力金裝單品行業首創添加Ga-HMB，全方位守護中老年人「骨骼 — 關節 — 肌肉」行動力，連續兩年獲得亞太區「年度中老年行動營養產品」等大獎。

重點產品：

瑞哺恩

貝拉米

蒙牛一米八八

悠瑞

奶酪

收入為人民幣43.197億元（二零二三年：人民幣43.573億元），佔蒙牛總收入的4.9%（二零二三年：4.4%）。

即食營養奶酪方面，妙可藍多持續豐富產品矩陣，經典低溫奶酪棒升級為0添加防腐劑配方，並推出「凍梨奶酪棒」等限定口味，以及0蔗糖奶酪小粒、一口奶酪、原製手撕奶酪等新品，尤其是奶酪小粒贏得消費者普遍認可，市佔率實現快速突破；常溫產品品類不斷拓寬，推出年輕人的第一口鹹味奶酪零食鱈魚奶酪條、休閒零食芝士時光等多款新品。

餐飲工業奶酪領域，公司在黃油和稀奶油領域也取得優異表現。公司基於市場前沿趨勢的洞察，不斷豐富奶酪的創新應用，推出新品上市成功率顯著提高，助力大客戶穩健增長。

重點產品：

妙可藍多奶酪小粒

妙可藍多鱈魚奶酪條

妙可藍多馬斯卡彭奶酪

生產

蒙牛根據市場潛力及產品策略佈局產能，截至二零二四年十二月三十一日，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1,399萬噸(二零二三年十二月：1,404萬噸)。

可持續發展

可持續的綠色發展是蒙牛高質量發展的底色，本集團持續推進可持續發展「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，構築引領乳品行業綠色轉型的「領先戰略」。

年內，蒙牛建立「1+N」可持續發展報告披露體系，發佈《2023年度可持續發展報告》、《綠色包裝價值報告》、《自然相關信息披露報告》、《氣候相關信息披露報告》，全面立體披露集團可持續發展信息。其中，《自然相關信息披露報告》為中國乳業首份遵循自然相關財務信息披露框架(TNFD)的報告，詳細披露蒙牛在生產過程及供應鏈端的各項自然相關管理實踐，彰顯了蒙牛深入踐行可持續發展，引領乳業綠色轉型的決心。

蒙牛將綠色理念深度融入供應鏈的每一個環節。在水資源管理方面，本集團與國際可持續水管理聯盟(AWS)簽署戰略合作備忘錄，未來雙方將在AWS可持續水管理認證、可持續水管理消費者宣傳、乳業可持續水管理標準制定推動等方面開展深度合作。碳排放管理方面，本集團從牧場端到物流環節全面踐行綠色理念。目前已完成了對控股牧場的碳

盤查工作，並且逐步開展對合作牧場碳排放的全面盤查與測算工作，涵蓋牧場的直接排放和間接排放。憑藉卓越的雙碳實踐成果和前瞻性的綠色發展戰略，蒙牛榮獲中國工業碳達峰「領跑者」企業稱號，為中國乳業的綠色轉型樹立了行業標桿。

綠色包裝方面，本集團依託綠色包裝專項工作組，完成包裝材料數據庫建設、制定4R1D綠色包裝策略(Reduce/Recycle/Reuse/Renew/Degradable)，並設定涵蓋淘汰環境不友好塑料、減少化石基原生塑料、再生物料使用、回收再生性及可降解物料使用、產品包裝末端回收等領域的定量目標，全面推動綠色包裝轉型。

本集團積極踐行循環經濟戰略，與愛回收正式達成乳品循環經濟戰略合作，開展「乳品包裝減塑新生計劃」，有效減少包裝廢棄物對環境的負面影響，推動綠色消費與循環經濟的深度融合。

在促進產業鏈可持續發展的同時，本集團還積極從源頭佈局，守護供應鏈森林保育及生物多樣性。報告期內，蒙牛正式成為RSPO會員，並啟動RSPO棕櫚油採購行動；5月，蒙牛旗下現代牧業採購的中國首單「零毀林」大豆正式於天津港完成到港交付，嘉吉亦向現代牧業交付首批零毀林大豆，標誌著蒙牛在綠色供應鏈建設上邁出堅實一步。本集團將持續致力於以實際行動詮釋「綠色發展，和諧共生」理念，引領產業鏈上下游共同邁向更環保、可持續的未來。

本集團完善社會責任發展體系，設立內蒙古蒙牛公益基金會，積極開展公益慈善事業。基金會聚焦應急救災、營養賦能、鄉村振興、生態保護四大領域，通過知識研究、系統資助和公眾倡導的行動策略開展公益慈善項目。

人力資源

於二零二四年十二月三十一日，本集團於中國大陸、香港、大洋洲及東南亞合計共聘用僱員超41,000名。

二零二四年，蒙牛秉持「再創一個新蒙牛」的戰略目標，以蒙牛企業文化精神為基石，強化六大思維建設，樹立用戶思維、客戶思維、經營思維、全鏈條思維、終局思維和底線思維，推動思想認知轉變，強化戰略落地，實現業務高質量發展。聚焦「一體兩翼」戰略，蒙牛年內進一步加速人才戰略部署，深化幹部6D管理體系(定標準Define、盤家底

Diagnosis、用強將Deploy、育良才Develop、促流動Deliver、督言行Discipline)。結合內外部市場環境變化及業務發展，蒙牛年內進一步加速人才培養，系統化打造人才發展體系，持續夯實人才計劃，致力於建設六支面向未來的人才隊伍，大力推進職業技能認定及職稱評審，貫通人才發展的職業通道，為人才提供更廣闊的事業平台。

績效薪酬方面，蒙牛持續打造與業務「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、彈性的福利、幸福的體驗等驅動高質量發展。持續加強僱主品牌體系建設，引進高精尖人才，助力中國乳業人才培養，持續推動行業可持續發展。

展望

在國家堅定實施擴大內需戰略和高質量發展政策的推動下，宏觀經濟和居民消費信心有望穩步回暖，乳業行業供需矛盾正在持續改善。在原奶週期輪動下，頭部乳企的奶源優勢將愈發凸顯。同時，隨著國民健康意識不斷增強，消費者對乳製品營養價值及健康功能提出了更高、更細分的要求。這促使乳業企業敏銳洞察市場變遷趨勢，從產品、品牌、運營、渠道等多維度入手，精準把握行業新的消費增長點和結構性升級機遇，並以數智化優勢賦能，推動乳製品行業和營養健康產品的長期向好發展。

展望未來，作為行業領軍企業，蒙牛將繼續堅定推進「一體兩翼」戰略落地執行，夯實做強常溫、低溫、冰品、鮮奶、奶粉、奶酪等六大核心業務基本盤，加速打造營養健康平台和海外平台，並從「消費者第一第一第一」的價值觀出發，引領消費者「喝上奶」、「喝好奶」、「喝對奶」，持續打造消費者至愛的、國際化的、更負責任的、擁有強大文化基因的、數智化的FIRST牛，助推乳品市場恢復增長，引領中國乳業進入高質量發展新階段。

企業管治守則

本公司已採納上市規則附錄C1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，並信納於截至二零二四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，彼等於截至二零二四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2.549億港元在公開市場回購合共17,322,000股本公司股份，其中16,188,000股股份已於截至二零二四年十二月三十一日止年度註銷及1,134,000股股份尚未於二零二四年十二月三十一日註銷。

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
二零二四年九月	9,001,000	13.60	12.24	113,821
二零二四年十月	3,777,000	19.00	15.42	62,445
二零二四年十一月	3,410,000	18.32	16.52	59,134
二零二四年十二月	1,134,000	17.46	16.68	19,455
	<u>17,322,000</u>			<u>254,855</u>

截至本公告日期本公司已發行股份數目為3,917,970,513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3,400,000股本公司股份，總代價約為56,055,000港元。

除以上所披露者外，本公司或其任何子公司於截至二零二四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二零二四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（「畢馬威」）已就本集團截至二零二四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二零二四年十二月三十一日止年度的期末股息每股普通股人民幣0.509元（二零二三年：人民幣0.489元）。待於應屆股東週年大會上獲股東批准後，擬派期末股息將於二零二五年六月二十七日（星期五）或前後派付予於二零二五年六月十八日（星期三）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)二零二五年六月九日（星期一）至二零二五年六月十二日（星期四）（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)二零二五年六月十八日（星期三），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二零二五年六月十二日(星期四)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二零二五年六月六日(星期五)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二零二五年六月十七日(星期二)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.mengniu.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，本公司執行董事為高飛先生及王燕女士；本公司非執行董事為慶立軍先生、孟凡傑先生、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
高飛

香港，二零二五年三月二十六日