

與顧客 實現雙贏

澳優積極地與顧客保持有效溝通，了解顧客所需，同時加強彼等的健康與營養知識。本集團致力採用負責任的營銷手法，以充分保障彼等的權益及權利。本集團以顧客的福祉為依歸，在「七重保護」原則引領下，憑藉綜合生產模式保證產品優質安全。為此，本集團對產品研發的投資從不間斷，銳意提升並發揮產品營養價值。

促進和維護顧客關係

澳優藉多樣化的溝通渠道和社交平台與顧客交流、推動顧客互動，致力建立、維繫並增強顧客關係，讓澳優充分掌握顧客所想，同時讓顧客加深認識其乳製品和營養品。

澳優在荷蘭常設荷蘭探秘之旅，作為推廣荷蘭羊奶的教育項目。項目歡迎所有產品經銷商參與，從多角度介紹嬰幼兒配方羊奶粉的生產程序及荷蘭羊奶行業。自二零一六年以來，澳優旗下的佳貝艾特亦與金鷹卡通合作在中國推出電視節目「愛寶貝曬一曬」，每年製作一集特備節目，讓中國兒童參與荷蘭探秘之旅。由於中國許多顧客對羊奶產品的認知薄弱，故該節目專題介紹佳貝艾特羊奶農場和生產設施，提高中國顧客對荷蘭羊奶產品的認識。



「愛寶貝曬一曬」專題介紹佳貝艾特於荷蘭的羊奶農場與生產程序

關於本報告

主席致辭

關於澳優

澳優的可持續發展方針

與顧客實現雙贏

與僱員實現雙贏

與商業夥伴實現雙贏

環境友好

貢獻社會

可持續發展表現概覽

港交所環境、社會及
管治報告指引內容索引



● 佳貝艾特的微信平台

澳優在中國透過線上和社交媒體平台接觸中國顧客，已為佳貝艾特、海普諾凱1897、能立多及美納多等旗下主要乳製品品牌設立微信公眾平台。眾多媽媽和準媽媽聚集於這些平台分享育嬰心得以及對澳優產品的反饋和查詢。澳優亦於這些平台向顧客發放產品消息和宣傳品牌營銷活動。澳優的營養專家亦會參與平台的討論，監察員會監察在平台上分享的資料的準確性，確保相關資料不會對其他會員和兒童造成傷害。

除個體終端顧客外，兒科醫生和從業員等保健專家亦在價值鏈中擔當關鍵角色。他們經常直接與終端顧客接觸，是本集團與顧客之間的溝通橋樑。因此，澳優積極參與第五屆國際營養及成長會

議(5th International Conference on Nutrition and Growth)和第51屆歐洲兒科胃腸病學、肝病學和營養學協會(ESPGHAN)年會(51st Annual Meeting of the European Society for Paediatric Gastroenterology Hepatology and Nutrition)等地區科學會議和貿易展覽，與保健專家交流，分享最新嬰幼兒配方產品研究成果，尤其是羊奶的營養價值。

於二零一八年五月，Nutrition Care品牌在澳洲舉行全國路演，邀請保健專家交流心得。主講嘉賓Rachel Arthur女士以「保持精神健康：為閣下而設的最新臨床評估和管理資源(Mastering Mental Health: New assessments and management resources in your clinic setting)」為主題，在澳洲各大城市舉行合共七個座談會，吸引逾410名保健專家出席，讓參加者認識最新的病患評估工具和療法。座談會附上有關壓力、焦慮和抑鬱的研究案例，以便保健專家學以致用。

個案研究



讓顧客認識有機乳業

首次的悠藍農場開放日(Neolac Farm Day)已於二零一八年五月在荷蘭圓滿舉行。16位身為部落格及視頻道營運者的年輕媽媽應邀參觀悠藍其中一個奶源地。悠藍作為澳優旗下品牌，其配方奶粉百分比以荷蘭有機牛奶精製，而該牛奶農場的主人正熱衷於有機農業。於參觀期間，奶農熱情地分享其從事有機畜牧業的動機和農場的畜牧方法。奶農亦與媽媽們討論有機牛奶的營養價值和對環境的好處。造訪後，各位媽媽在社交媒體平台上分享她們的探訪體驗和見聞，有助提高公眾對有機乳業運作的認知。

關於本報告

主席致辭

關於澳優

澳優的可持續發展方針

與顧客實現雙贏

與僱員實現雙贏

與商業夥伴實現雙贏

環境友好

貢獻社會

可持續發展表現概覽

港交所環境、社會及
管治報告指引內容索引

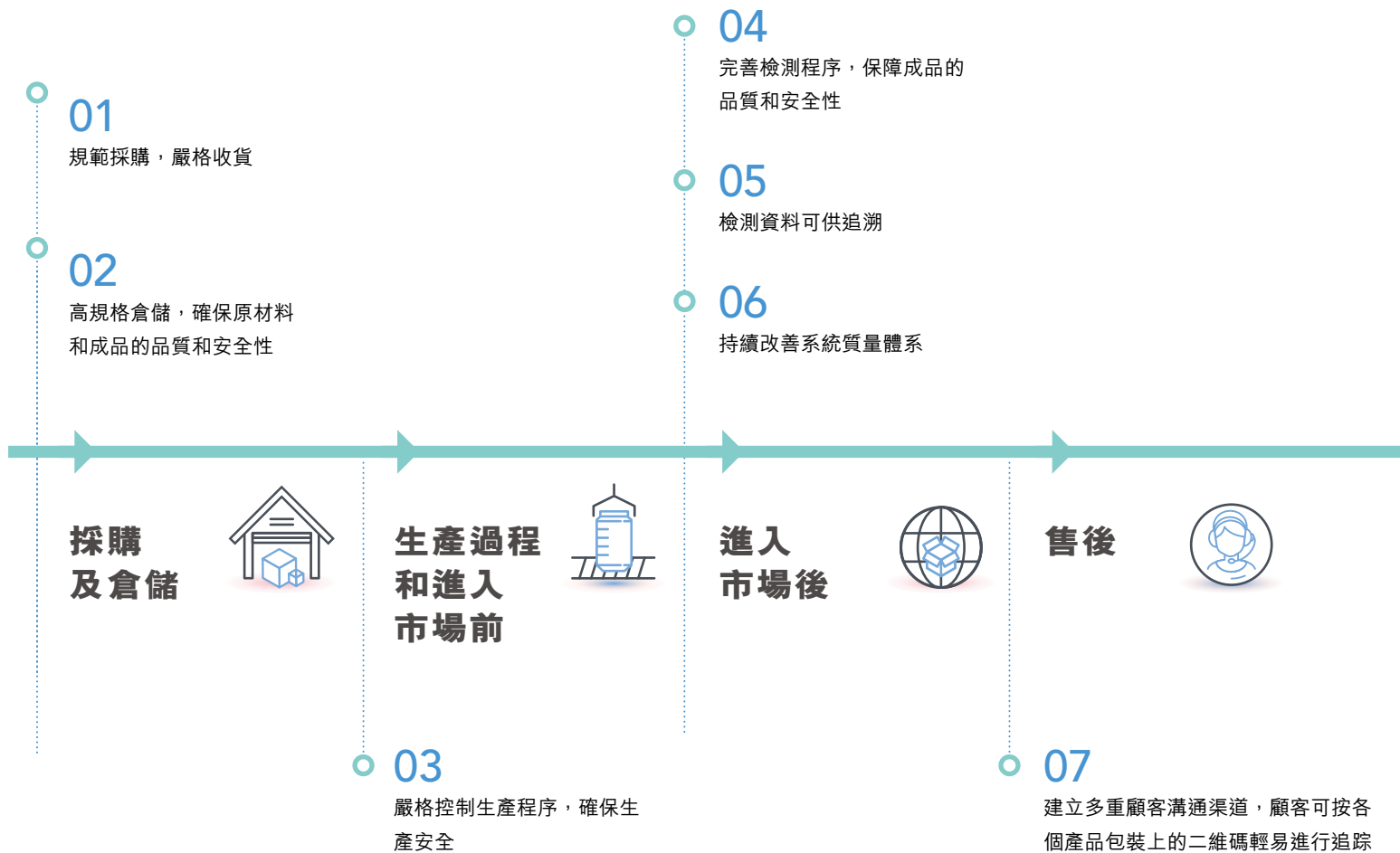


心繫產品安全和質量

澳優產品的供應對象是社會中最需要保護的群體，故產品安全和品質乃重中之重。澳優坐擁完整的綜合生產鏈，由採購原材料起，乃至生產過程及向顧客分銷產品，於每個環節嚴控乳製品和營養品的品質和安全性。本集團的生產設施均獲得國際認可食品安全管理體系及標準認證，而大部分的生產設施依照當地常規取得FSSC 22000食品安全體系認證、ISO 22000食品安全管理體系認證、危害分析重要控制點、GMP+良好生產規範及／或英國零售商協會(BRC)食品安全認證。澳優的「七重保護」最高原則建基於本集團對安全和品質的承諾，引領所有生產設施的規範，確保所有產品符合法律規定。本集團榮獲中國食品安全年會組委會頒發2017-2018年度食品安全百家誠信示範單位，並獲中國國家質量監督檢驗檢疫總局發出全國百佳質量誠信標竿示範企業證書，對本集團的產品品質控制措施給予肯定。

澳優已備有產品回收程序，指導附屬公司迅速作出妥善對策，將對公眾造成的健康與安全風險降至最低。如出現顧客投訴、地方機關的品質檢查結果不合格、負面媒體報導或由集團內部發現可能影響市面產品的缺陷，有關程序即會啟動。如遇上產品回收，本集團將追蹤生產程序和原材料供應，迅速地全面回收任何不合格及不安全的產品，保障用家健康。

七重保護



關於本報告

主席致辭

關於澳優

澳優的可持續發展方針

與顧客實現雙贏

與僱員實現雙贏

與商業夥伴實現雙贏

環境友好

貢獻社會

可持續發展表現概覽

港交所環境、社會及
管治報告指引內容索引



採購及倉儲

澳優制定了嚴緊的標準營運程序，督導供應商甄選及審批過程，監察並確保原材料供應和品質穩定，亦會定期現場審核其乳製品及營養品主要產品成份的個別生產設施。有關供應商甄選及管理的詳情，請參閱「[與商業夥伴實現雙贏](#)」。

負責倉儲管理的僱員均須接受迎新培訓，確保澳優旗下所有貨倉均實施良好常規清潔。同時亦確保所有包裝及原材料均獲妥當處理和儲存，確保產品於向顧客發貨前的品質和安全性。



進入市場後

產品進入市場後，本集團各部門會進行隨機抽查和檢驗，不斷監察產品質量。本集團設有電子記錄系統，以供追溯每一批產品的資料，包括所用原材料種類、生產程序及物流資料等，有助於檢查中或售後發現任何問題時，輕易發現產品鏈中的缺失，亦方便評估產品品質和安全性。此外，產品包裝上印有二維碼，方便追蹤資料，同時對本集團及其顧客有利。



售後

各品牌亦設有專屬電郵地址和顧客服務熱線等正式渠道，收集顧客意見並處理顧客查詢和投訴。來自顧客的反饋和投訴視乎問題的嚴重性分為兩類，讓顧客服務團隊進一步調查並跟進。如需要進一步意見，問題會提交上級以供考慮。澳優保證分別能夠於12和48小時內回應重大和一般投訴。所有重大的客戶反饋均妥善存檔，確保每項問題均得到詳細調查和評估，自省不倦。此外，澳優積極監察和維持顧客滿意度。澳優中國區的銷售和顧客服務部通過電話、電郵及探訪的方式，進行年度分銷商滿意度調查及季度個體顧客調查，繼而分析顧客滿意度，務求精益求精。



生產過程和進入市場前

所有生產設施均已實施詳細的品質保證程序，確保產品符合品質及安全標準規定。所有產品於進入市場前，澳優亦會按照國家和內部標準對每一批產品進行生產過程中的內部質控測試、最後檢查及實驗室檢測。產品分銷目的地的地方監管機構亦會對乳製品進行外部合規檢查。澳優所有產品樣本連續十六年通過中國相關監管機構的每月抽樣檢查，當中包括國家食品藥品監督管理總局。

關於本報告

主席致辭

關於澳優

澳優的可持續發展方針

與顧客實現雙贏

與僱員實現雙贏

與商業夥伴實現雙贏

環境友好

貢獻社會

可持續發展表現概覽

港交所環境、社會及
管治報告指引內容索引

研發自強

研發乃本集團成功的關鍵。在地方研發隊伍支持下，澳優銳意不斷改善現有產品，同時開發更高營養價值的新一代產品。截至二零一八年十二月三十一日，本集團的研發團隊由逾九十名專業人士組成，網絡遍佈全球，分別駐於中國、荷蘭、澳洲及新西蘭。年內，澳優於中國商業改革開放40周年紀念大會暨第六屆中國商業創新大會上獲得了「2018中國商業年度創新獎」。

此外，本集團亦與多間知名大學、研究機構及行業夥伴建立戰略聯盟，當中包括北京大學、中國農業大學、江南大學、中南大學及湖南農業大學、荷蘭The University of Groningen及Wageningen University & Research、丹麥科技大學以及澳洲聯邦科學與工業研究組織等。多項營養研究及產品開發項目目前進展如火如荼，目標為以科技與創新開創新一代乳製品及營養品。其中一項與荷蘭化驗所翹楚CCIC Lelystad合作進行的重要研發項目就羊奶成份和合適性取得重大成果，勢將推動佳貝艾特的發展。研究結果已於日內瓦ESPGHAN及多倫多兒科學會會議（Paediatric Academic Societies Meeting）兩大兒科會議上隆重發表。

關於本報告

主席致辭

關於澳優

澳優的可持續發展方針

與顧客實現雙贏

與僱員實現雙贏

與商業夥伴實現雙贏

環境友好

貢獻社會

可持續發展表現概覽

港交所環境、社會及
管治報告指引內容索引





個案研究

第二屆科學委員會 會議圓滿閉幕，取得豐碩成果



於二零一七年成立的戰略科學委員會 (Scientific Board) 支援荷蘭的研發工作，匯聚世界各地知名科學家及專業人士。題為「集思廣益」(Nourishing Our Science) 的第二次科學委員會會議已於二零一八年十一月舉行，提供讓科學權威與知名講者交流科學觀點和意見的平台，以便啟發新研究範疇，進一步

深化聯繫，有利於加強合作。除讓科學委員會的核心成員討論潛在及現有羊奶研究項目外，本年度的議程更特意加插關鍵意見領袖工作坊，以了解醫科專才和其所處市場對羊奶的觀感。會議圓滿達成目標，成功鞏固嬰幼兒配方羊奶粉科研基礎，孕育出符合澳優的目標、具潛力且科學上可行的研究計劃。

憑藉研發投資，本集團於二零一八年共向中國國家知識產權局提交十三個專利申請，並在國家核心期刊投稿專業學術論文十三篇。截至二零一八年十二月三十一日為止，澳優已取得合共72項註冊專利和40項授權專利（將於接獲授權書後成為註冊專利）。



在云產品當中，澳優愛優兒童成長配方奶粉及佳貝艾特睛滢兒童營養配方羊奶粉加添有助於兒童腦部發育和讓寶實視界更晶瑩的營養，成份更為全面，兩者均獲中國乳製品工業協會、國際乳製品聯合會中國國家委員會評為「優秀新產品獎」。

關於本報告

主席致辭

關於澳優

澳優的可持續發展方針

與顧客實現雙贏

與僱員實現雙贏

與商業夥伴實現雙贏

環境友好

貢獻社會

可持續發展表現概覽

港交所環境、社會及
管治報告指引內容索引



為向客戶提供更優營養選擇，當地研發團隊正研究病人對養胃粉的反應和承受能力，冀能進一步提高產品的功用及靈活性。

澳優一直留意和監督內部和市場研發成果的知識產權，以營造公平道德的研發環境。為此，澳優引入符合中國法律規定的企業知識產權管理系統和補充程序。本集團設有相關部門妥善保存並管理所有品牌的知識產權及商標登記冊，確保產品包裝上的所有品牌及標誌均已註冊。本集團亦向僱員派發手冊，提高他們的知識產權意識。

堅持負責任營銷

澳優矢志為顧客提供最可靠的產品，堅持負責任的營銷和溝通方法。澳優支持世界衛生組織的建議，嬰兒出生後首六個月應只餵哺母乳，因此不會向顧客推廣第1階段（0至6個月）的嬰幼兒配方奶粉，而中國區的宣傳因應國家的新監管要求，亦不會在市場上推廣第2階段（6至12個月）的嬰幼兒配方奶粉。同時訂有品牌指引，確保品牌產品的標籤設計和產品聲明公允準確，避免任何欺詐、失實或歧視性聲明。所有產品包裝及標籤的設計和資料均已通過嚴緊的審閱程序，保證產品聲明真實、準確和符合當地監管當局的指引。所有乳製品亦會按照分銷商或地方品牌的規定進行最終審批，確保符合當地法律及法規。

隨着資訊科技急速發展，澳優深明個人資料隱私日益受到關注，故已制定顧客資料及私隱政策，保護僱員、業務夥伴及顧客個人資料。為迎接於二零一八年五月二十五日實施的歐盟全面資料保護規定，澳優於二零一八年初成立工作小組，檢討其資料私隱政策，確保符合有關法律。佳貝艾特和悠藍網站均已上載私隱聲明，向業務夥伴、顧客和其他用家說明其個人資料的處理方法。為了提升內部資料保安意識，僱員亦獲發載列資訊保安提示和措施的海報。



關於本報告

主席致辭

關於澳優

澳優的可持續發展方針

與顧客實現雙贏

與僱員實現雙贏

與商業夥伴實現雙贏

環境友好

貢獻社會

可持續發展表現概覽

港交所環境、社會及
管治報告指引內容索引