

章節

02

更優 營養



2 零饥饿



3 良好
健康与福祉



9 产业、创新和
基础设施



17 促进目标实现的
伙伴关系



更優**營養**

Better Nutrition



專注領域

產品創新

顧客參與

**產品質量
及食品安全**



澳優致力於為所有顧客提供最安全、最可靠而且具有最佳營養成分的產品，並不遺餘力地不斷為顧客革新及提供品質上乘的安全產品。本集團透過在多個通訊平台向顧客提供最新的健康及營養資訊並收集反饋，與顧客維持穩固的關係，同時保障顧客的權益。澳優亦與供應商及分銷商建立戰略性夥伴關係，通過嚴格的甄選準則及程序確保整條價值鏈恪守可持續發展的標準，並保證只和與本集團持有共同價值觀的業務夥伴合作。澳優努力與業務夥伴一同合作履行社會及環境責任並取得共同成功。

二零二一年度



亮點

推出新產品

- NC蘇芙衛益生菌及NC迅酸清益生菌，深耕益生菌細分市場；
- 適合3-12歲兒童食用的海普諾凱1897兒童成長配方奶粉；
- 升級版佳貝艾特悠裝Pro羊奶粉，為兒童提供更佳營養；及
- 愛益森首護，我們首款採用嬰幼兒可食用中國菌的益生菌產品。

澳優營養研究所在第六屆世界兒科胃腸病學、肝病學和營養學大會上

展示了一個虛擬展台

與世界各地專家交流最新健康與營養資訊。

與多間知名大學

保持戰略合作。

新產品的研發投資額

增加至人民幣193百萬元。

100%澳優羊奶奶農

已參與耐用度計劃。

參與由中國營養保健食品協會在無錫舉行的
「中國特殊食品大會（第六屆）」，
推動特殊食品行業發展。

於第四屆中國國際進口博覽會

推介新的優質羊奶產品。

在第十二屆中國奶業大會和 第九屆中國乳業科技大會

上展示四項最新研究成果，促進益生菌業務發展。

產品創新

澳優繼續藉研發促進其長期增長，本集團特別重視研發的領域包括但不限於開發適合乳糖不耐症患者的產品、更新嬰幼兒奶粉配方及提升產品營養價值。本集團在中國、荷蘭、澳洲及新西蘭委聘超過205名研發專家。全年本集團新產品研發的投資由人民幣181百萬元增加至人民幣193百萬元。為向消費者提供更多益處，澳優透過增添兩種母乳低聚糖(HMO)升級了現有的超鉑嬰幼兒配方奶粉產品，成為澳洲首款含有兩種HMO的嬰幼兒配方產品，首批產品已成功在澳洲及中國兩地推出。本集團已取得共389項註冊專利(包括一項專利合作條約(PCT)、一項新西蘭專利、3項澳洲專利、62項發明、21個實用新型和61個產品設計)及224項授權專利(包括16項發明專利、17個實用新型、46個產品設計和一項知識產權)。本集團亦已設立《研發項目立項和技術支持管理規定》，以規管中國區佳貝艾特的研發項目管理。

研發新產品的年度投資：



人民幣1.93
億元



389項
註冊專利



224項
授權專利

於二零二一年度，本集團繼續擴大產品組合並取得多項研發成就。澳優於「愛益森益生菌」品牌下在中國推出全新健康產品。本集團亦資助與澳洲及荷蘭多間大學的研究合作，展現本集團對研發的堅定承諾。

二零二一年度公佈的重點新產品

NC蘇芙衛益生菌

NC深耕益生菌細分市場，2021年推出NC蘇芙衛益生菌及NC迅酸清益生菌並迅速成為細分品類的引領者。



海普諾凱1897兒童成長奶粉

產品添加了「1+7智學營養群」特有Upfocus®配方(磷脂醯絲氨酸與7種促進學習的營養素)，為3-12歲兒童成長黃金階段提供更充分全面的營養支援，尤其是兒童認知力發展、體格發育。

升級版佳貝艾特悠裝Pro羊奶粉

除了外觀煥新，佳貝艾特悠裝Pro羊奶粉含有優量DHA、ARA、膽鹼和牛磺酸，助力孩子提升問題解決能力、語言能力、學習、記憶及視敏度。結合「益生菌+益生元」的組合，能有助腸道消化和吸收過程。



愛益森首護

於2021年佳貝艾特經銷商大會上，愛益森推出了旗下愛益森品牌首款採用嬰幼兒可食用菌株的益生菌新品—愛益森首護(前稱「小橙盒」)，此產品獨家採用於二零二一年四月獲批的我們第一株自主研發的益生菌，提取自健康中國寶寶腸道，並搭配三種益生元，配方極簡，每袋添加12,000百萬活菌，為中國寶寶腸道保駕護航。



澳優四大研究成果亮相行業盛會，加速助力創新發展



為促進乳品業務發展，本集團於二零二一年度在兩大行業盛會－第十二屆中國奶業大會和第九屆中國乳業科技大會上展示了四項最新研究成果。

- 通過對山羊乳酪蛋白酶解、分離及純化，獲取具有降壓作用的低聚肽F3，此低聚肽在體外對調節高血壓發展過程中的血管損傷有抑制作用。此外，研究發現羊乳酪蛋白粗酶解物包含促鈣吸收肽，具有促進鈣吸收的活性物質；

- 澳優旗下營養品補充品蘇芙拉®令重度乳糖不耐症嬰兒得到明顯改善。經過一週乳糖酶補充後，我們觀察到超過30%的乳糖不耐受試者的乳糖耐受性有所提升。此外，嬰兒的糞便形成、嗆奶和哭鬧也得到了緩解；
- 利用生物信息學方法掌握牛乳產品中主要過敏原的關鍵結構，並基於得到的結果信息來控制加工中乳過敏原蛋白的致敏性，以降低其對過敏人群的危害。該項研究極具科研和應用價值；及
- 研究對母乳低聚糖HMO分離、純化等檢測分析中的難點進行了優化，並對人乳、牛乳以及其他5種特種乳的低聚糖組成和含量進行了全面分析。

澳優始終堅信，科研創新是企業發展的核心競爭力。未來，澳優將持續堅持以科學為本進行研發和創新，致力於利用科研成果賦能產品，推動中國營養事業高質量發展。

本集團建立了一個全球研發團隊，以協調所有內部專利活動，並因其研發努力獲得全球科學社群的認可。該專業團隊使本集團能夠利用每個地區的優勢，並在外部和海外專家的支持下開展跨地區研究項目。依照「1 + 6 + N」全球研發戰略規劃，澳優食品與營養研究院通過與澳優（北京）特殊營養研究中心、北大·澳優母乳營養研究中心、荷蘭的歐洲研發中心、澳洲及新西蘭研發中心、澳優（台北）營養研究中心以及澳優·江南大學特種乳國際聯合研究中心建立合作夥伴關係，支持本集團開發新一代乳製品及營養品的雄心壯志。



二零一七年，澳優位於中國長沙市的檢測中心獲得由中國合格評定國家認可委員會（「CNAS」）評定的實驗室認可證書，並於二零二一年度持續保持認可資格。

本集團亦積極培育研發人才。本集團於二零一六年設立澳優全國博士後計劃。自此，本集團聘用博士研究員進行食品和營養的科研，並評估將科學研究成果整合到產品開發中的可行性。本集團通過產品實踐科學理論，同時為人才的職業發展及業務戰略實現雙贏。本集團於二零二零年度成立澳優一佳貝艾特營養科研基金，以改善老年人和嬰幼兒的營養。該基金計劃給予每年人民幣1百萬元持續財政支持促進中國母嬰營養科研事業發展。本集團希望能透過不斷深化社會對營養與健康的認識，為推動營養科學發展進步，呵護人類健康作出貢獻。

為吸納廣泛的資源、見解和人才，本集團持續在營養研究和創新產品開發方面與知名大學、研究機構、行業夥伴及外判製造商合作。本集團已與湖南省科學技術協會、北京大學、南昌大學、中南大學和江南大學等外部專家組織結成戰略夥伴。本集團與中南大學合作完成蘇芙拉®對乳糖不耐症患者的影響的臨床試驗研究。本集團亦與中國江南大學建立了戰略合作關係，以進一步加強其在不同領域的研發能力，包括益生菌和羊奶產品開發，以及奶蛋白質組學和脂質組學等方面的科學研究。本集團於二零二一年正式成立澳優乳業陳衛院士專家工作站，雙方進入營養研究深度合作新階段。

於二零二零年十月成立「澳優營養研究所」



二零二零年十月，澳優營養研究所正式在荷蘭成立，是一個專責分享有關嬰幼兒營養和羊奶營養成分的科學知識之獨立科學組織。該研究所與國際科學家、研究機構和大學合作，以促進實證產品的開發並改善兒童健康和福祉。除了合作研究外，該研究所還得益於由來自不同學科的國際專家組成的科學顧問委員會提供的專家建議。

澳優已推出一個專門網站，讓健康和營養專家可輕易獲取該研究所的見解。於二零二一年，澳優營養研究所亦於第六屆世界兒科胃腸病學、肝病學和營養學大會上擺設虛擬展覽攤位，與全世界交流最新健康與營養資訊。



透過母乳研究提供更優營養

母乳是嬰兒和幼童成長和發育的理想營養來源。澳優崇尚母乳餵哺，並積極參與多項有關母乳營養的研究。本公司亦致力開發更優營養的配方奶。建立母乳庫是澳優進一步了解中國嬰兒和幼童飲用的母乳營養成分的戰略方針之一。澳優已建立了多個母乳數據庫，用於開展有價值的科學研究。



個案研究

澳優中部母乳庫揭牌儀式。



中部母乳庫

母乳成分視乎中國不同地區的地理環境和飲食習慣差異而有所不同。因此，本集團在華北現有的母乳庫基礎上，亦與中南大學和瀏陽市婦幼保健院合作，於二零二零年在華中成立中部母乳庫。通過收集母乳樣本進行母乳成分研究，澳優有望開發出更能夠滿足不同地區農村嬰幼兒營養需要的配方奶。

為引導荷蘭方面的研發工作，本集團於二零二零年度批准了三個各有不同關鍵目標的「五年研發計劃」。有關路線圖每季更新一次，以確保所有活動均與本集團的業務戰略保持一致。

知識產權管理

澳優致力保護知識產權，並密切監察內部及外部的創新研發。本集團亦依據法律規定建立企業知識產權管理體系及附帶程序。各個部門均要負責管理產品包裝使用的所有品牌及標誌的知識產權和商標登記事務。本集團同時印發僱員保護知識產權手冊，以提高相關方面的意識。本年度，本集團策劃、實施、評估和持續改進知識產權管理的工作再度獲得中國國家標準企業知識產權管理規範認證證書(GB/T 29490-2013)。



企業知識產權管理規範認證證書(GB/T 29490-2013)。



2020年-2024年
營養研究計劃

- 率領研究以支持全球研發戰略；
- 為內部利益相關方提供營養支援；
- 維持並擴大相關科學網路和足跡；及
- 發起和支持臨床研究，以在各個目標市場進一步證明羊奶的營養功效。



2020年-2024年
創新路線圖

- 開發和推出佳貝艾特旗下的新產品，包括佳貝艾特兒童、佳貝艾特媽媽、佳貝艾特家庭系列。



2020年-2024年
加工程序研究計劃

- 通過開發新加工程序以確保所需原材料的可用性，以及將現有材料和預計新增需要的副產品變現以充分利用資源；及
- 製造可為本集團帶來價值的創新材料，以用於開發新一代產品。



澳優乳業(中國)有限公司的商業應用程式。

顧客參與

澳優一直鞏固並深化顧客關係。本集團通過各種活動和社交媒體平台積極與顧客進行互動。這些渠道讓本集團能夠有效地與顧客溝通，並提高顧客對有關乳製品和營養品的科學驗證資料的關注。

社交媒體在本集團與顧客保持聯繫方面至關重要。在中國，佳貝艾特、海普諾凱1897、能立多及Nutrition Care等本公司旗下主要乳製品品牌已在微信和微博建立渠道，是本集團推廣產品和營銷活動的重要平台，讓父母和準父母分享他們育兒的經驗和知識，以及就澳優產品提出反饋和查詢。澳優有責任確保在該等渠道分享的所有資訊可靠準確，不會對父母或兒童造成負面影響。因此，本集團的專業營養師會直接參與管理這些線上平台。

本集團時刻探求改善與顧客溝通的方法。目前佳貝艾特流動應用程式具有數據分析功能，讓本集團加深了解顧客的需要，並為顧客提供特設的生日祝賀及其他營銷訊息。本集團希望陪伴其尊貴會員的孩子一同成長。

此外，佳貝艾特亦已推出健康照護專業人員（「HCP」）佳貝艾特自然舒適計劃，旨在為國際HCP社區帶來自然舒適的職場和個人生活，如同佳貝艾特為母嬰帶來自然舒適一樣。該計劃不僅通過有聲讀物和擴增實境學習為HCP提供研究，亦送贈贈品予HCP，例如睡眠面膜、護手霜、以羊奶入饌的食譜、智能腕帶和溫暖的羊毛襪。

佳貝艾特親子運動會挑戰健力士世界紀錄



「佳貝愛TA奔奔冠軍運動會」活動現場。

近年來，消費者日漸關注育兒及參與家庭健康互動活動的質量。有鑑於此，佳貝艾特舉辦「佳貝愛TA奔奔冠軍運動會」，讓廣大親子家庭通過互動活動享受運動樂趣。

「佳貝愛TA奔奔冠軍運動會」活動現場高度模擬了奧運比賽現場，設置了籃球、足球、門球等充滿互動性的遊樂賽事，更特別打造了月齡嬰兒也能夠參與的爬爬賽活動，滿足了不同年齡層嬰幼兒玩樂的需求，讓他們從中感受到運動精神。每場活動亦有各類互動節目表演、營養加油站以及盲盒抽獎，以吸引顧客並增加參與者的樂趣。

「佳貝愛TA奔奔冠軍運動會」得到參與者的積極反饋。本次活動於二零二一年四月至十月全國各地持續進行，參加人數接近17萬人。

佳貝艾特在全國五十多個城市舉辦「佳貝愛TA奔奔冠軍運動會」健力士挑戰賽的活動，邀請上萬名嬰幼兒一同通過參與爬爬賽來挑戰「人生第一次健力士紀錄」，與官方健力士認證裁判員及現場所有觀眾共同見證這項壯舉。

「高能」藝人支持澳優能立多產品



澳優執行董事吳少虹女士正式向鍾漢良先生頒授「高能榜樣官」名銜。

為提升品牌競爭力，能立多宣佈委任知名全能藝人鍾漢良先生擔任品牌「高能榜樣官」，宣傳澳優優質的產品與服務，助力打造「高能營養」。鍾漢良先生出道至今已扮演超過六十多個影視角色，亦曾發行專輯、舉辦演唱會與攝影展。他給觀眾留下了常新而充滿活力的印象，其支持者遍佈各個年齡層。

相信鍾漢良先生此次與能立多的攜手合作，必將為「高能營養」事業的推廣釋放更大的影響力。

保障顧客權益

顧客的信任和忠誠度乃本集團長遠成功和快速增長的基石，亦是澳優堅持以負責任的方式進行營銷及溝通的原因。澳優遵循世界衛生組織的指引，不推廣第一階段（0至6個月）的嬰幼兒配方奶粉。鑒於最新的法例規定，第二階段（6至12個月）的嬰幼兒配方奶粉亦不會於中國市場推廣。

所有產品及營銷材料均按照本集團的品牌指引經過嚴格審查程序，以確保產品標籤及說明文字的資料公平、準確和公正。所有產品亦會按照經銷商或地方品牌的規定進行最終審批方會分銷到市場，確保符合當地法律及法規。佳貝艾特於本年度推出合規性管理制度，清晰訂明營銷材料的審批程序和所有對應部門的角色及責任。除法定規定外，澳優亦已參與澳洲的「自願附屬追蹤過敏標籤計劃」，確保在申明「不致敏」產品標籤前，為所有營養品的每種成份進行全面而嚴格的過敏測試。

澳優亦意識到顧客對資料隱私日益關注。本集團已制定內部顧客資料及私隱政策，闡明如何妥善處理僱員、業務夥伴及顧客個人資料。本集團經常透過告示板及海報發佈信息安全提示及程序，以提高僱員對內部資料保護的了解。本集團的內部審計部門對消費者的資料保護進行監察，並定期評估董事會、高級管理層、高級人員和僱員對所有與顧客資料隱私有關的適用政策、準則、程序、法律和法規的遵守情況。為確保遵守歐盟二零二一年的《通用數據保障條例》(GDPR)，佳貝艾特及悠藍的荷蘭網站均已上載私隱聲明，述明澳優在管理和處理個人資料時採取保護業務夥伴、顧客及其他用家的資料的措施。於二零二一年度，荷蘭推行「Herken, Herkauw, Handel (識別、反省、行動)」內部資料安全運動，強調保護資料與數據的黃金守則，以提高僱員對觀察及規避資料保安風險的意識和知識。

於二零二一年度：



與產品有關的投訴較二零二零年
減少56%。



零
宗與服務有關的投訴。

產品質量及食品安全

澳優十分重視顧客的健康與安全。本集團設有質量控制原則以確保產品符合高標準的質量和安全。該等原則貫穿整條生產鏈，涵蓋原材料採購、生產過程以至產品配送，不但能確保本集團遵守所有適用的法律及法規，亦傳達本集團的最低生產質量要求。

自2019冠狀病毒病爆發以來，澳優已採取雙管齊下的方式確保全年穩定的產品供應。疫情防控工作組繼續對運行生產進行監督，確保及時應對，消除大規模感染風險。此外，我們與海外工廠保持緊密溝通，以協調為出口至本集團顧客的生產。另一方面，本集團亦加快生產過程以保障乳品供應。

產品安全管理

本集團的生產設施獲得國際認可安全管理體系及標準認證。該等資格包括但不限於英國零售商協會(BRC)全球食品安全倡議(GFSI)第八版、FSSC 22000食品安全體系認證、ISO 9001質量管理體系認證、危害分析和關鍵控制點(HACCP)體系認證及GMP+良好生產規範認證。荷蘭生產線位於海倫芬的新超濾廠房亦已獲得荷蘭牛奶及乳製品質量管理署(COKZ)認證。

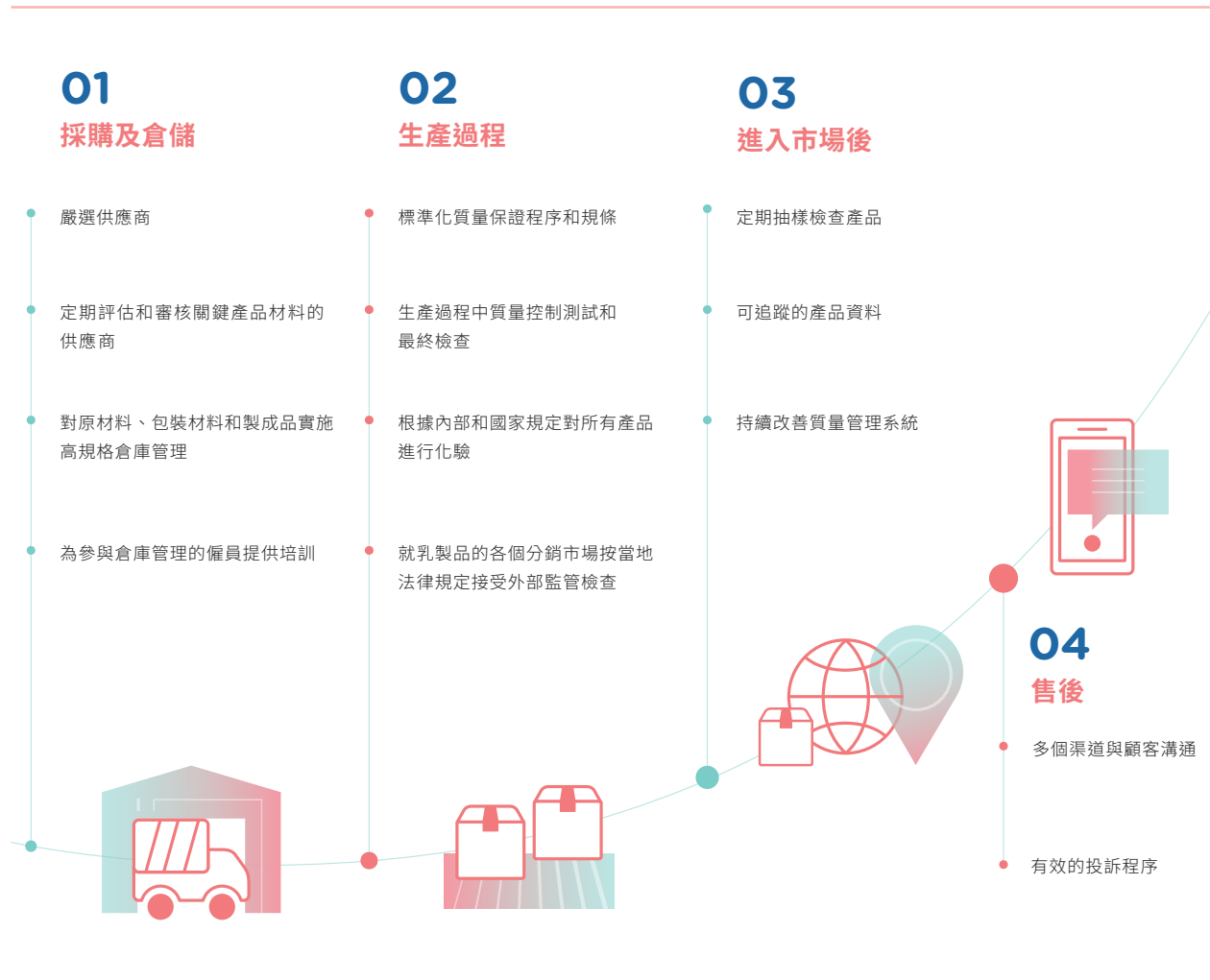
佳貝艾特配方羊奶實施高效的質量管理，並獲多項國際食品安全標準認證。



澳洲乳業協會(「DIAA」)舉辦二零二一年澳洲乳製品比賽，OzFarm及澳優的配方及奶粉總共**獲頒18個銀獎**。



在每一生產階段確保產品質量和安全



接獲投訴後，客戶服務團隊會視乎嚴重性將投訴分類，並即時展開調查。如需上級意見或跨團隊協調，有關投訴可能會上呈或轉介至其他團隊。所有投訴個案均會存檔以供日後參考及加以審閱以避免同類事故重演。本集團亦會定期進行趨勢分析，以識別需要改進的領域，尤其是食品安全及品質。此外，澳優密切關注顧客對旗下產品的滿意度以了解顧客期望。在中國，銷售及客戶服務部透過電話、電郵及親身探訪等方式每季及每年向個人終端用家及經銷商進行問卷調查。澳優近期亦開始運用微信、網站及QQ等線上平台，並結合AI技術、照片及動畫等多媒體，以吸納大量顧客的反饋，並即時給予回應。

產品可追蹤性管理及產品回收程序

本集團會就檢驗時或購買後發現的任何不理想情況進行追蹤調查。為便利追蹤，本集團運用電子紀錄系統管理每一批次產品的產品資料，包括已使用的原材料種類、生產程序和物流協調的資料。此外，有關產品測試結果和物流的資料以密碼存錄於產品包裝上的二維碼，提高生產過程對於顧客和其他外部人士的透明度及可追蹤性。

供應鏈管理

供應鏈管理是本集團業務營運中不可或缺的一環，是其成功關鍵。本集團已制定嚴格的採購程序管理機制，並定期監察我們在全球各地合作的所有供應商的表現。有關管理制度監督供應鏈活動，向供應商傳達本集團對產品品質的期望，從而確保穩定持續地供應高品質的材料及服務。

查核供應商資格

原材料及包裝材料供應商均獲邀填寫自我評估問卷，內容有關法律法規的合規情況、負責任的營運慣例及產品品質。供應商須提供相關文件及認證以供查核，例如：

- 內部品質控制機制
- 有機認證
- ISO 22000食品安全管理體系認證
- HACCP認證

此外，為確保原材料品質和安全，本集團會進行樣本抽查及實地審核。

及時監察品質控制

本集團透過定期訪問、進行內部或第三方審核以監察供應商表現。倘若發現有違規行為，本集團會與有關供應商一起儘快糾正相關問題。為提升供應商表現，本集團會識別供應商的環境及社會風險，避免有可能未能遵守本集團相關規定以及法律法規的情況出現。

委聘供應商

本集團透過不同溝通渠道與供應商互相了解，例如：

- 年度供應商滿意度調查
- 每月就中國生產情況與供應商舉行會議
- 本集團乳製品營運地點與供應商互相進行訪問

持續提升產品開發

本集團發起創新項目，確保乳清蛋白等主要原材料供應穩定之餘，亦穩定其他材料的價格。往年，荷蘭Ommen生產設施成功採用羊奶乳清蛋白超濾工序。為進一步擴大乳清蛋白供應，本集團開展「牛奶裂化」項目，並自二零二零年度起在海倫芬興建新設施，作為二零二零年至二零二四年加工程序研究計劃的一部分。

可持續採購慣例

澳優在整體供應鏈上倡導社會及環境可持續性。可持續採購方法的實施使本集團能夠向供應商進一步宣揚負責任並符合道德的營運慣例。本集團在採購決策過程中考慮到社會和環境問題，將相關指標納入供應商問卷和審計，當中包括評估能源、水和廢棄物管理方面的環境績效，以及工作環境、人權和社區投資方面的社會績效。

澳優中國透過採購合同向供應商明確表達對其環境績效的期望。於原材料採購、生產、運輸及提供服務階段，供應商有義務遵守適用環境法律法規，並妥善處理排放物、有害材料及廢棄物。不符合本集團環境績效要求的供應商將會被終止合同。為加強與所有供應商在品質、環保、職安健等方面的合作，所有供應商已簽署承諾書以確認及明白本集團的期望及要求。本集團亦進行年度巡查以監察供應商的表現，當中環境管治表現良好的供應商可獲較高評分。同樣地，澳優荷蘭繼續參照國際標準，如ISO 14001環境管理體系及ISO 50001能源管理體系，將環境及社會指標納入採購程序中。供應商的表現會按接獲的投訴數字、價格變動頻率及訂單交付準時性接受監察及評價。質量部門定期對供應商進行期間審核，尤其是進行實地審核。本集團希望與世界各地的供應商合作，在兼顧各地情況的同時，追求更可持續的供應鏈。

維持穩定的優質原奶供應對於生產優秀乳製品至關重要。本集團致力從位於荷蘭及澳洲等不同「黃金奶源區」的知名可靠奶農採購高質原奶。本集團的聯營公司Farmel Holding B.V.為荷蘭牛奶的關鍵供應商。此架構可讓本集團主動監察牛奶品質，並於出現問題時迅速追蹤牛奶來源。

澳優一直與荷蘭羊奶奶農緊密合作，推動行業發展，以滿足佳貝艾特羊奶系列的市場增長。本集團特別關注牧場動物的待遇，包括但不限於餵飼慣例、用藥情況及生活環境等方面。就此，除本集團的品質標準外，所有羊奶奶農亦需取得「優質」羊奶(KwaliGeit)品質認證，此認證乃由NGZO與荷蘭農業及園藝聯合會(Dutch Federation of Agricultural and Horticultural Organisation)共同推出的品質保證計劃。計劃會透過調查與實地視察評核奶農在滿足羊奶行業慣例的表現，當中結合歐洲衛生監管規定及營銷、環境及動物照顧慣例等其他指標。只有符合標準的羊奶奶農方會通過此一優秀農場管理認證。



澳優嚴格要求並確保旗下所有**荷蘭羊奶奶農**取得「**優質**」羊奶(KwaliGeit)計劃認證。

此外，本集團亦參與耐用度計劃。該計劃乃由NGZO組織的自願計劃，旨在教育荷蘭羊奶奶農可持續畜牧慣例。澳優透過工作坊、消息快訊及到訪牧場等方式為奶農提供經濟上和其他協助。此倡議重視動物健康和福祉、能源與環境以及行業形象。澳優於二零二一年度繼續支持奶農，除了給予羊奶農原奶基本價格外，還根據奶農在耐用度計劃中的得分就所交付原奶提供一次性津貼。迄今，本集團的羊奶奶農參與比率達100%。本集團將繼續鼓勵羊奶奶農參與該計劃，以進一步提高其投入，提倡牧場可持續發展。



截至二零二一年底，**100%澳優羊奶奶農**均已參與耐用度計劃。

適當的畜牧慣例有助提升棲息地的生態多元性及牧場產能。澳優自二零一七年起簽署戶外放牧約章(Outdoor Grazing Covenant)。該約章成立於二零一二年，旨在於荷蘭提倡戶外放牧。為此，本集團通過其合作夥伴Farmel Dairy向放牧牛隻的奶農提供不同的價格。通過業界同心協力下，荷蘭的戶外放牧水平穩步上揚。

戰略業務夥伴關係

在2019冠狀病毒病爆發的艱難時期，與社會各界有效合作對於維護社會福祉至關重要。二零二一年度，本集團繼續堅持通過確保大眾攝入足夠養份以抵抗疫情，以創造營養和健康的更優生活目標。本集團與中國供應商和分銷商合作，響應政府呼籲，確保乳製品供應，同時維持品質和價格穩定。

主動為消費者服務，賦能業務夥伴同渡難關

疫情期間，保持社交距離及居家抗疫為常態。就此，澳優秉持一貫以客為先之服務原則，為消費者制定快速回應方案，讓消費者足不出戶即能感受到本集團的關懷。例如，澳優在中國已設立24小時熱線，提供及時諮詢及回應售後查詢。有賴不同業務夥伴通力合作，本集團推出無接觸送貨服務，有效減少不必要的接觸，保持社交距離。於此艱難時刻，團隊盡心盡力聆聽及滿足顧客需要，攜手克服疫情造成之挑戰。

深知疫情對其業務夥伴造成之影響，澳優不遺餘力提供協助，鼓勵分銷商及店鋪建立線上業務平台、營銷及服務，例如邀請專業團隊到臨相關店鋪提供直播培訓及指引，制定及優化線上業務流程。因此，儘管疫情肆虐，澳優仍然與慣常顧客維持良好關係，同時招徠新顧客。

此外，澳優透過分享市場觸覺及給予新技術和產品反饋，積極參與引進新技術和產品。藉着出席供應商舉行的研討會和會議，本集團可以更清楚理解供應商的未來方向，並鼓勵新技術或產品開發，以提升供應商在同行間的競爭優勢。

本集團亦與供應商交換市場趨勢和客戶喜好信息。為順應綠色採購的市場趨勢，澳優與包裝物料供應商合作以推動包裝創新，例如優化紙箱規格以節省原紙物料。澳優亦積極與成份供應商合作，為現有的配方採購更多高端成份。

推動中國特殊食品行業發展

澳優參與與由中國營養保健食品協會在無錫主辦的「2021中國特殊食品大會（第六屆）」。

約2,200名政府、監管部門、研發專業機構及食品行業代表雲集會議，交流行業發展趨勢及討論最新科研成果。會議目的亦為推動中國特殊食品行業的持續創新及優質發展。於會上，業內專家對行業現況、進展進行分析、提出建議，以及展望未來行業發展。

澳優將繼續與業界及供應商合作，以達至保護大眾健康與讓所有人享受到更優生活的共同目標。這目標將通過持續的創新和社區投資去實現。



本集團主席顏衛彬先生(右二)及大會參加者探討「未來嬰幼兒產品開發的新維度」。

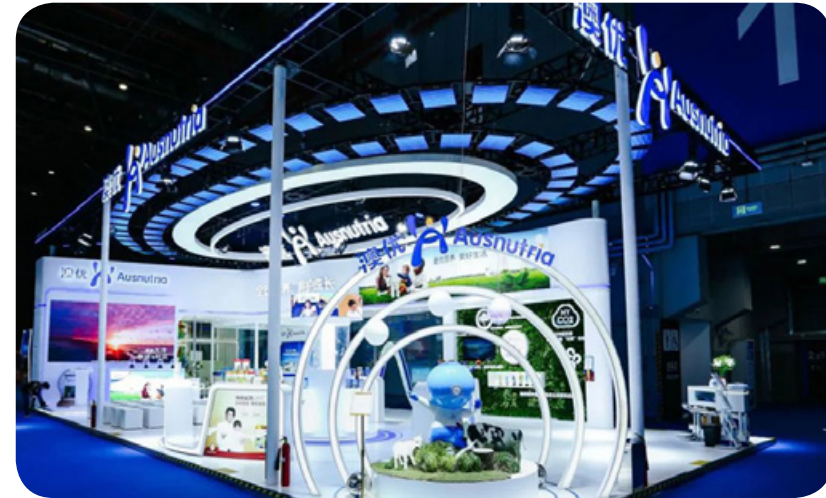


出席於無錫舉辦的「2021中國特殊食品大會(第六屆)」的全體參加者大合照。

委聘分銷商

本集團的分銷商幫助澳優將產品推出市面，使本集團能夠與終端用戶建立聯繫並為其提供服務。澳優繼續為中國分銷商制訂培訓計劃，以加強其管理能力及知識。此外，本集團亦與核心分銷商進行聯合業務規劃會議以檢討本集團的可持續業務模式及銷售戰略。

澳優致力透過參與行業博覽會與業務夥伴保持緊密關係。於二零二一年度，本集團連續第四年參加中國國際進口博覽會，為分銷商提供對本集團乳製品及營養品組合的實用知識和認識。本集團於本年度向各國分銷商及買家介紹新推出的優質羊奶產品。此博覽會是擴大本集團網絡，促成行業合作，及向全世界推廣本集團優質乳製品的重要契機。



澳優於第四屆中國國際進口博覽會中的展位。



澳優於上海第四屆中國國際進口博覽會
推介新的羊奶粉產品。

