

02



更優營養





更優營養

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。

二零二二年度

亮點

• 推出新產品

- 海普諾凱1897未來版，首款奶源含有易於吸收的A2酪蛋白；
- 佳貝艾特向揚兒童羊奶粉；
- 蘇芙拉乳糖酶調製乳粉；
- NC養胃粉的加強版蘇芙衛；
- 康素得舒膳特殊醫學用途全營養配方食品；及
- 康素得臻膳醫學用途全營養配方食品。
- 澳優營養研究所出席第54屆**歐洲兒科胃腸病學、肝病學和營養學學會 (ESPGHAN)**年會，報告有關佳貝艾特及配方羊奶粉的最新臨床數據。
- 與知名大學保持**戰略夥伴關係**。
- **新產品研發**的投資增加至**人民幣1.97億元**。

- 參與可持續發展計劃的**澳優羊奶奶農**維持於**100%**。
- 在中國的澳優全球總部組織**湖南省特殊醫學用途配方食品經營使用研討會**。
- 參加**第五屆中國國際進口博覽會**，向經銷商提供本集團乳製品及營養品組合的解決方案的實用知識及認知。
- 在**第二屆中國母乳科學大會**上分享**四項最新研究發現**，得到同業積極回應。
- 在荷蘭開設**校園中心**，為學生、科學家、企業家、初創、非政府組織、中小企及國際公司的研發中心提供一個可以匯聚及分享知識的會議場地。
- 公佈益生菌研究「南方乳源益生菌菌種篩選及資源庫建設」的**新突破**。
- 在中國湖南省取得**首個**生產特殊醫學用途食品的**許可**。
- **177份**來自中國及荷蘭的**論文及科學文章發表**。

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200名研發專家。本集團新產品研發的投資由二零二一年的人民幣1.93億元增加至二零二二年的人民幣1.97億元。為向消費者提供更多益處，澳優升級了現有配方產品，並成功於中國推出12款新產品。本集團亦取得共330項註冊專利（包括113項發明專利、57個實用新型和140個產品設計）及191項授權專利（包括30項發明專利、48個實用新型和113個產品設計），並發表177篇論文及科學文章。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。

於二零二二年度，本集團繼續擴大產品組合並取得多項研發成就。澳優於佳貝艾特、海普諾凱1897、能立多、Nutrition Care 及愛益森等品牌下推出多項全新健康產品。本集團亦資助與澳洲、中國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。

二零二二年度公佈的重點新產品



海普諾凱1897未來版

此乃「海普諾凱1897」首款母乳低聚糖（「HMO」）配方奶粉，突破性地集齊了HMO、乳鐵蛋白、乳脂球膜三大珍稀成分，打造出獨特的黃金營養系統，能夠有效激發嬰幼兒內在抵抗力。



佳貝艾特向揚兒童羊奶粉

向揚兒童成長營養配方羊奶粉提供五重全維呵護，專為3歲或以上兒童研製，為本集團針對兒童奶粉藍海市場的主要產品之一，亦展示本集團在配方及奶源方面的競爭優勢。



蘇芙拉乳糖酶調製乳粉

通過解決乳糖酶缺乏、腸道微生態不平衡影響消化吸收兩大關鍵問題，有效改善寶寶乳糖吸收不良或不耐的困擾。



NC養胃粉的加強版蘇芙衛

特別添加Pylopass益生菌，不僅養胃，亦能對抗幽門螺桿菌。

此外，我們的特殊醫學食品業務火力全開，再推出兩款全營養配方食品，分別為康素得舒膳特殊醫學用途全營養配方食品和康素得臻膳醫學用途全營養配方食品，如今我們已有三款特醫產品獲得註冊證書，不僅進一步豐富了澳優特醫領域的產品矩陣，亦推動澳優特殊醫學食品業務邁上新的台階。

全年新產品研發投資：



人民幣
197
百萬元



330 項
註冊專利



177 份
來自中國及荷蘭的已
發表論文及科學文章



191 項
已授權專利

澳優四大研究成果亮相行業盛會，交換創新發展意見

為促進中國母乳科研發展，本集團於二零二二年度在第二屆中國母乳科學大會上分享四項研究報告中的最新研究成果，得到同業積極回應。

- 《母乳和母嬰腸道菌群圖譜構建及關聯》進一步豐富了母乳微生物研究資料，為嬰幼兒餵養和母嬰健康改善提供了理論支持，同時亦為澳優在母嬰健康領域的深入探索夯實了研究基礎。
- 《母乳代謝組學》結合澳優在代謝組學方面的研究經驗，詳細介紹了不同代謝組學技術方法在母乳活性成分研究方面的應用等，向全國營養研究者展示了澳優在母乳研究「深水區」的持續探索和突破。
- 《孕婦甲基供體對子代早期發展的營養及其機制》建立了可用於綜合評價甲基供體膳食品質的甲基供體營養品質指數(MNQI)，同時研究了乳母一碳單位對於母乳成分、嬰幼兒菌群代謝及生長發育的影響，對提出激發兒童早期發展潛能表達和母體健康的精準營養策略具有重要意義。
- 《母乳脂質及其營養評價》揭示了母乳脂質的泌乳以及在消化吸收等方面的規律，亦為澳優更科學地設計嬰幼兒配方奶粉，更加精準地模擬母乳進一步奠定了科學基礎。

澳優始終堅信，持續科研創新是企業發展競爭力的基石。未來，澳優將繼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，並與外部和海外專家合作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、澳優生命營養基礎研究中心、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等全球各地機構建立合作夥伴關係，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，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—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保持戰略夥伴關係。本集團聯合中國湖南農業大學進行「南方乳源益生菌菌種篩選及資源庫建設」項目，被認定為「研究空白點新突破」。單楊院士首個創新團隊澳優工作室於二零二二年正式落戶澳優，打造大健康功能性原料科技創新基地。

此外，澳優已於荷蘭的瓦赫寧恩校園開設一個中心，為學生、科學家、企業家、初創、非政府組織、中小企及國際公司的研發中心提供一個可以匯聚及分享知識的會議場地。此中心有助澳優與現有及新夥伴加深營養研究，擴大網絡，加快培育及提高專才質素。

成立「澳優營養研究所」

個案研究



二零二零年十月，澳優營養研究所在荷蘭成立，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、研究機構和大學積極合作，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。於二零二二年，澳優營養研究所亦出席第54屆歐洲兒科胃腸病學、肝病學和營養學學會 (ESPGHAN)年會，披露有關佳貝艾特及配方羊奶粉的最新臨床數據。

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，有益於嬰幼兒早期發展和健康。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。澳優已建立多個母乳數據庫，用於開展有價值的科學研究。

中部母乳庫

個案研究



● 澳優中部母乳庫揭牌儀式。

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，澳優繼續努力開發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推動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。

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。

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，以提高有關方面的意識。二零二二年度，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)。

顧客參與

澳優一直鞏固並深化顧客關係。本集團通過各種社交媒體平台活動和互動積極與顧客接觸。這些溝通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繼續維護和更新在微信和微博的頻道，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，不會對父母或兒童構成風險。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，並為顧客提供個人化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。



● 佳貝艾特人工智能聊天機械人(佳貝艾特商業應用程式)。

此外，佳貝艾特亦推出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讓HCP研究，亦送贈贈品予HCP，例如溫暖的羊毛襪、智能腕帶、護手霜、睡眠面膜和以羊奶入饌的食譜。



海普諾凱1897童話節全新升級



二零二二年度海普諾凱1897童話節全新升級。行業首個黑光沉浸式童話劇在重慶施光南大劇院夢幻上演，通過互動童話的形式，守護童心童夢，呵護新生成長。

在話劇沉浸式劇情互動引導下，孩子們積極參與到童話劇表演當中去，激發他們的藝術感知，守護孩子內心世界的美好，對於父母們來說，更是一次陪伴孩子觀看沉浸式童話劇演出的絕佳機會。爸爸媽媽們在陪寶寶觀看精彩童話劇舞台表演時，也能暫時放下手機與遊戲，和孩子一同探索奇妙的童話世界，共享一段美好的親子時光。

除了有精彩紛呈的童話劇演出以外，本集團亦設立親子互動活動區、海普諾凱1897品牌產品試飲區和童話王國集市，無論是大朋友還是小朋友們，都可以在這氛圍中收穫自己的專屬樂趣，享受親子雙向陪伴成長的樂趣。



與顧客線上互動

能立多迎戰雙十一，提前完成戰略佈局，圍繞「新形勢」、「高流量」、「多福利」探索出一條具有澳優特色的營銷之路，線上線下全域齊發力，提高消費者感知力。

能立多攜手品牌「高能榜樣官」鍾漢良先生進行三場直播，直播間觀看人數迅速突破53.5萬，互動量超越232.5萬，直播間單日銷售數據更高達370萬，讓消費者享受到高品質便捷消費體驗，助力品牌熱度推向更高點。



● 能立多高能榜樣官鍾漢良先生線上直播。

鍾漢良先生與能立多的互動相信能大力宣傳「高能營養」業務。

除能立多外，基於上述雙十一的資料，荷蘭亦為客戶組織類似的直播，例如雙十二的佳貝艾特。此直播於澳優作為主贊助商的海倫芬足球隊的場館進行。本集團旨在藉此贊助參與社區，提升品牌於荷蘭的認知度，強調嬰幼兒營養及運動對健康成長的重要性。



● 為客戶進行全球品牌推廣及直播。

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，亦是澳優堅持進行負責任營銷及溝通的原因。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。在荷蘭，澳優的嬰幼兒配方奶粉營銷政策已於二零二二年更新以緊貼最新情況。原營銷政策於二零二零年訂立。

所有產品及宣傳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。所有產品亦會於按照經銷商或地方品牌的規定進行最終審批後方會分銷到市場，確保符合當地法律及法規。佳貝艾特於匯報年度推出合規性管理制度，清晰列明營銷材料的審批程序和所有對應部門的角色及責任。此外，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嚴格而全面的過敏測試。



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，以提高僱員對內部資料保護的了解。本集團經常透過告示板及海報發佈信息安全提示及程序。本集團的內部審計部門定期對消費者的資料保護進行監察，並評估董事會、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。於二零二二年，為確保遵守歐盟的《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，列出澳優在管理和處理個人資料時為保護顧客、業務夥伴及其他用家的資料而採取的措施。於二零二二年度，本集團繼續在荷蘭推行「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。

於二零二二年度：



接獲與產品有關的投訴與二零二一年相若，較二零二零年減少約**50%**。



接獲 **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。

自疫情以來，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，我們重視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)第八版認證、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。

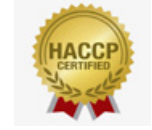
佳貝艾特羊奶配方保持高效的質量管理，並榮獲多項國際食品安全標準認證。



COKZ 荷蘭牛奶及乳製品質量管理署



GMP+ 飼料安全保證



危害分析和關鍵控制點(HACCP)認證



英國零售商協會(BRC)全球食品安全倡議(GFSI)第八版



Qlip kwaliteitsborging in agrofood 歐洲乳製品權威羊乳檢測標準



FSSC 22000 食品安全體系認證 - GFSI

於澳洲乳業協會(「DIAA」)舉辦二零二二年澳洲乳製品比賽中，OzFarm的配方及奶粉榮獲合共6個金獎及9個銀獎。



● 榮獲DIAA澳洲乳製品獎狀。

在每一個生產階段確保產品質量和安全

01

採購及倉儲

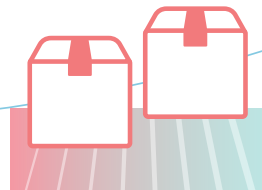
- 嚴選供應商
- 定期評估和審核關鍵產品材料的供應商
- 對原材料、包裝材料和製成品實施高規格倉庫管理
- 為參與倉庫管理的僱員提供培訓



02

生產過程

- 標準化質量保證程序和規條
- 生產過程中質量控制測試和最終檢查
- 根據內部和國家規定對所有產品進行化驗
- 就乳製品的各個分銷市場按當地法律規定接受外部監管檢查



03

進入市場後

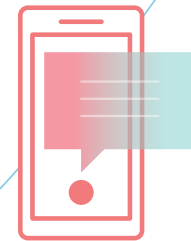
- 定期抽樣檢查產品
- 可追蹤的產品資料
- 持續改善質量管理系統



04

售後

- 多個渠道與顧客溝通
- 有效的投訴程序



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供日後參考及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，澳優密切追蹤顧客滿意度以評估及了解顧客對旗下產品的期望。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，以收集全球顧客的反饋，並即時給予回應。

產品可追蹤性管理及產品回收程序

本集團會即時就檢驗時或購買後發現的任何不理想情況進行追蹤調查。為便於追蹤，本集團運用電子紀錄系統管理每一批次產品的產品資料，包括物流協調、生產程序和所使用的原材料種類。此外，有關產品測試結果和物流的資料存錄於產品包裝上的二維碼，讓顧客和其他外部人士查閱資料，提高生產過程的透明度及可追蹤性。

負責任的營銷

所有產品及營銷材料將接受嚴格審閱程序，以符合本集團的品牌規定並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，確保全面符合地方法律及法規。為確立清晰的程序以審批和批准營銷材料，本集團制定了合規性管理制度，於佳貝艾特產品的整個流程中列明所有對應部門的角色及責任。與此同時，澳優澳洲繼續參與澳洲的「自願附屬追蹤過敏標籤計劃」。在申明「不致敏」產品標籤前，所有營養品的每種成份均須進行徹底而嚴緊的過敏測試。

我們對產品的品牌、區域以及消費者進行深度分析，讓營銷更有針對性。我們抓緊在數字化、智慧化領域的精準營銷，建立會員體系及優秀的追蹤技術，例如線上動態二維碼跟蹤系統，更好地追蹤產品質量。

我們自成立第一天起，便一直通過整合全球資源來擴大中國市場。我們將堅定不移地做好全球產業鏈的佈置，製造出更優產品，使各地顧客均可獲得優質進口乳品。此外，我們在研發方面不斷創新，因為現在無論是基本的營養素、產品的包裝形式還是配方，都要通過不斷創新才能用更好的產品服務消費者。再者，我們加大團隊建設，讓團隊有創新精神和非常強的執行力，使整個團隊的運行效率更高。



澳優致力為全球的嬰幼兒及幼童健康成長及發展開發及提供健康而安全的營養。為表決心，我們已推出以正確健康信息為重點的全盤計劃，堅守負責任的標籤及營銷活動。我們已制定內部政策——「澳優關於嬰幼兒食品的營銷政策」，適用於所屬範圍產品的所有營銷活動，包括澳優全球品牌中由澳優或其經銷商經銷的所有嬰幼兒及後繼配方奶產品。該政策覆蓋針對不同運營及人士（例如普羅大眾及母親、標籤、保健系統、保健專家及僱員）的「應」與「不應」的指引及指示。

此政策獲澳優董事會通過，於整個業務流程中應用。此政策的內容將向所有在澳優、其合資公司、附屬公司及承包經銷商中受訓的僱員加以說明。強制培訓將由當地的人力資源部記錄，偏離政策的情況須由董事會批准。為了進一步實施及監測程序，將會進行內部審核。如活動或材料並不符合政策內容時，將會採取適當措施。政策施行情況將每年向董事會匯報。

品牌要想走向國際，必須「不忘初心，牢記使命」，把初心守好。除不斷地提升產品質量外，我們亦在品牌建設方面有一些新思路。本公司的品牌傳播注重內容的傳播和傳播形式的創新。除了重視我們的生產外，我們還重視公眾的參與這樣品牌建設亦會更有針對性，更有溫度，能夠讓大家團結起來。



供應鏈管理

供應鏈管理是本集團業務營運及表現中的重中之重。本集團已制定多項採購程序管理機制，並定期監察本集團全球各地所有供應商的表現。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，從而確保穩定可靠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，內容有關適用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監察供應商表現。倘若發現違規行為，則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。

與供應商交流

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

本集團推出多項創新項目，以減低產品開發過程中產生的溫室氣體排放及能耗，例如於海倫芬建設新的奶品加工設施。新加工設施將保證生產半成品嬰幼兒營養品的製造過程完全零氣體排放，百分百零碳零氮。此外，本集團預期會較傳統乾燥塔節能約40%。

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。

本集團在中國透過採購合同向供應商傳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，供應商須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，澳優荷蘭繼續按照國際標準，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。本集團致力從位於澳洲及荷蘭等不同「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.為荷蘭牛奶的主要供應商。此架構可讓本集團主動監察牛奶品質，並於出現事故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，並堅守採購慣例。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方面的表現，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取得此一優秀農場管理認證。



澳優嚴格要求並確保旗下100%荷蘭羊奶奶農取得「優質」羊奶(KwaliGeit)計劃認證。

此外，本集團亦參與荷蘭羊奶行業組織的可持續發展計劃。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。澳優透過消息快訊、工作坊及到訪牧羊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。澳優於二零二二年度繼續支持奶農，除了給予羊奶農原奶基本價格外，還根據奶農在可持續發展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%。本集團將繼續肯定參與該計劃的羊奶奶農的成就，從而推動牧場可持續發展。



截至二零二二年底，**100%** 澳優羊奶奶農均已參與可持續發展計劃。可持續發展計劃的羊奶奶農整體分數較二零二一年上升近12%。

適當的畜牧慣例有助提升牧場產能及棲息地的生態多元性。澳優自二零一七年起簽署戶外放牧約章(Outdoor Grazing Covenant)。該約章始於二零一二年，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。在業界同心協力下，荷蘭的戶外放牧水平穩步上揚。

戰略業務夥伴關係

在疫情的艱難時期，與社會各界有效合作對於維護社會福祉至關重要。二零二二年度，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，為顧客制定快速回應方案，讓顧客足不出戶即能感受到本集團的關懷。例如，澳優已在中國設立24小時熱線，提供及時諮詢及回應售後查詢。有賴不同的戰略性業務夥伴通力合作，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，澳優盡心盡力聆聽及滿足顧客需要，攜手克服疫情造成之空前挑戰。

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，幫助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，本集團仍能與慣常顧客維持良好關係，同時招徠新顧客。

此外，澳優按照年度檢討結果及所提出的「糾正措施請求」，積極地與認可供應商合作。另外，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。

本集團亦積極地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，澳優與包裝材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。

於中國推動成立湖南省特殊食品協會



● 2022湖南省特殊醫學用途配方食品經營使用研討會。



● 本集團主席顏衛彬在會上發言。

於二零二二年度，湖南省特殊醫學用途配方食品經營使用研討會在澳優全球總部召開。來自政府部門、醫療機構和企業的各方代表共聚一堂，圍繞湖南省特殊醫學食品產業發展現狀，聚焦如何進一步完善行業管理規範等問題進行深入探討，共商產業發展之策。

基於湖南省特殊食品產業發展現狀，以及產業在發展過程中面臨的困難，在湖南省市場監督管理局特殊食品處的指導下，澳優發起成立「湖南省特殊食品協會」，協會將由湖南省特殊食品生產企業、藥品零售經營企業、醫療機構三方面成員組成，希望能夠凝聚各方共識，共同推動湖南省特殊食品產業蓬勃發展。

與分銷商交流

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家保持聯繫並為其提供服務。澳優繼續為中國分銷商提供培訓計劃，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及評估本集團的可持續業務模式及銷售戰略。

澳優透過參與行業博覽會與業務夥伴保持緊密關係。本集團於二零二二年連續第五年參加中國國際進口博覽會，向分銷商介紹本集團於二零二二年新推出的優質乳製品和營養產品。澳優本年度的展覽以綠色循環再用物料搭建，有助於向來訪者宣傳本集團的可持續發展工作。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。



● 澳優堅持長期可持續發展。



● 第五屆中國國際進口博覽會澳優展位。