

n



02.



更優
營養



更優營養

專注範疇

產品創新

客戶參與

產品質量及
食品安全

澳 優不遺餘力地革新產品及為客戶提供安全優質的產品，其目標是為所有客戶提供最安全可靠、營養成份最佳的產品。本集團提供最新的健康營養資訊，透過多個溝通渠道收集反饋及保障客戶權利，與客戶維持穩固關係。澳優設有嚴謹的篩選標準及程序，確保所有合作夥伴與澳優擁有共同的價值觀，並與分銷商及供應商建立策略聯盟，確保在整條價值鏈中恪守可持續發展標準。澳優努力與所有業務夥伴攜手承擔社會及環境責任，共同邁向成功。

二零二四年度亮點

- 海普諾凱荷致全面營養配方奶粉產品的**配方及技術**獲中國食品科學技術學會評為達到「**國際先進**」水平
- 作為全球首個符合美國FDA營養和安全要求的嬰兒配方羊奶粉，**佳貝艾特嬰配粉**已於二零二四年一月全面登陸美國市場
- 持續投資**開發新產品**，投資額超過人民幣1億元，並推出**15項新產品**
- 與外部學術界夥伴合作，推出**為期三年的嬰兒餵養研究計劃**
- 合共發表**74篇研究論文及科學文章**
- 在多個科學及創新會議中分享有關營養的**最新研究成果**，獲得業內同行積極反饋
- **與知名大學保持策略夥伴關係**
- 維持**澳優羊牧場100%**參與可持續發展計劃
- 舉辦**論壇**，推動中國益生菌行業發展
- 參加**第七屆中國國際進口博覽會**，向分銷商介紹本集團乳製品及營養解決方案的實用知識及認知



產品創新

為支持業務增長，澳優持續投資研發，並特別重視開發適合乳糖不耐症患者的產品、改良配方成分及提升產品系列營養價值。該公司擁有一支由200多名研發專家組成的團隊，遍佈中國、荷蘭及澳洲。為使產品緊貼市場趨勢，我們於二零二四年投資超過人民幣1億元研發新產品。在中國市場，為儘量提高消費者利益，澳優已於二零二四年升級配方產品，並隆重推出三個主要業務範圍（配方牛奶粉、配方羊奶粉及營養品業務）中的15項產品。於二零二四年，本集團繼續豐富其強大的專利組合，合共申請專利24項、獲授權專利22項。於二零二四年，本集團亦已為其行業知識庫合共貢獻論文56篇。於二零二四年，澳優合共申請220項商標，並註冊134項商標。

於二零二四年，本集團達成多個研發里程碑並繼續擴充產品線。澳優旗下品牌佳貝艾特、海普諾凱1897、愛益森及Nutrition Care推出不同類別的新產品。澳優十分着重科研，深耕營養健康研究。本集團於二零二四年在多項科研方面取得重大進展。此外，澳優與澳洲、中國及荷蘭多間大學合作支援研究計劃，展現本集團持續研發的決心。

主打天然活性且方便服用的益生菌及膳食補充品增長迅速。錦旗生物專注開發新劑型品類的優質益生菌產品，表現最突出者為與愛益森品牌攜手推出的兒童益生菌產品「愛益森首護小橙盒」，深受廣大消費者歡迎，位列中國網上平台天貓寶寶益生菌好評榜第一。此外，與NC攜手創製的NC舒鼻益生菌，成為了天貓益生菌抗敏舒緩賽道的熱選產品。錦旗生物集團亦推出經自有菌株、自有批文、自有製造設施的全產業鏈建製的常維効牌益生菌粉。

二零二四年一月，佳貝艾特嬰幼兒配方羊奶粉（0至12個月）正式登陸美國。此外，此舉亦加速佳貝艾特在美國的營運，助推佳貝艾特全球化發展邁向新台階。在佳貝艾特美國團隊和荷蘭團隊廣泛研究合作下，該配方於二零二三年通過美國FDA的審查，可作為全球首個符合美國FDA營養和安全要求的嬰兒配方羊奶粉在美國上市銷售。隨着佳貝艾特嬰幼兒配方奶粉在美國上架，佳貝艾特全線嬰幼兒配方羊奶粉在美國銷售，進一步豐富當地家庭的餵養選擇，標誌着澳優突破全球羊奶市場，以及本集團日後國際化發展的重要里程碑。

年度新產品研發投資：



二零二四年度公佈的新產品摘要



佳貝艾特晶綻、佳貝艾特晶萃悅白及佳貝艾特悅啟

晶綻憑藉有機羊奶小分子及雙重有機乳鐵蛋白，將以「有機全配方，吸收保護雙強勁」樹立「超高端+」嬰配粉賽道新標竿。晶萃悅白以「雙重乳鐵蛋白+10倍類HMO」，給寶寶帶來全面領先的雙重保護。悅啟則聚焦益智效果，除了含有20大活性腦營養，還特別添加頂配DHA，10大啟智效果全面領先。

海普諾凱1897歡致

歡致憑藉「母源OPN+乳鐵蛋白」保護組合，搶灘自護力賽賦能新增長。兩類珍稀活性蛋白、6大自護營養、核苷酸專利技術互相結合，守護腸道好吸收，助力寶寶建立內在防護屏障。歡致不僅有精研配方、關鍵技術的加持，在奶源上也有自己的堅持，甄選被譽為世界「黃金奶源地」坎特伯雷平原上的草飼生牛乳純淨奶源。



佳貝艾特貝貝高

二月，佳貝艾特正式推出專注於兒童骨骼營養的幼兒羊奶粉新品—佳貝艾特貝貝高，其核心優勢為「8倍CBP骨骼生長因子」。此外，佳貝艾特貝貝高添加900mg/100g鈣，遠超國家調製乳鈣的添加量標準，並特別添加有助於促進鈣吸收的「維生素D+維生素K2」營養組合，4大營養協同配合，為孩子成長提供更好的營養動力。



海普諾凱荷致翡翠

荷致翡翠作為首款荷蘭進口有機A2蛋白*奶粉，擁有雙認證的純淨有機奶源+珍稀A2蛋白*奶源，同時添加六重源生高階自護營養，為新生代父母提供全面、前沿、科學的餵養解決方案。



澳優五大研究成果亮相行業盛會，交流創新及發展意見



於中國乳製品工業協會第三十次年會上，澳優發佈首本行業著作《孕產期分階營養指引》，旨在為消費者孕產期生活方式、營養攝入等提供科學指引，賦能母嬰營養健康。基於與北京大學醫學部10年戰略合作的研究成果，該等指引運用科學的知識和有效的方法，開展孕產期專業保健知識傳播。

澳優旗下錦旗生物深度參與編製的《2024益生菌行業白皮書》於上海舉辦的2024功能食品產業大會上發佈，引發與會嘉賓的廣泛關注。該白皮書圍繞益生菌行業概述、新品上市、線上市場情況、消費者洞察、發展趨勢等方面進行闡述，深度剖析了功能食品及益生菌行業現狀，幫助從業者更清晰地把握行業脈搏與發展機遇，進一步推動益生菌行業健康發展。

於中國西安市舉行的第二十九次全國兒科學術大會上，佳貝艾特的代表向與會專家學者分享佳貝艾特羊奶粉餵養效果的研究成果。此等研究涵蓋幫助提升保護力、降低寶寶敏感幾率等多個方面。其中，佳貝艾特聯合北京大學醫學部開展的一項臨床結果證實：餵養佳貝艾特羊奶粉的寶寶敏感幾率降低42%；佳貝艾特另一項通過中國GLP認證實驗室證實的結果亦顯示，相比於對照組，佳貝艾特羊奶粉餵養的組別保護力明顯提升。

第十八次圍產醫學學術會議上，佳貝艾特聚焦孕產婦心理健康問題，重點分享由浙江大學公共衛生學院主導、澳優佳貝艾特營養科研基金支持的《孕產期膳食營養與心理健康研究》。該研究系統回顧現有孕產期心理健康的膳食營養支持證據，總結膳食營養實踐對於促進孕產婦心理健康的系列效果。

澳優堅信，持續的科研創新乃企業競爭進化的基礎。為推動中國營養行業高質量發展，澳優將繼續以科學為本進行研發，同時致力將科研成果轉化成產品。



本集團積極培育研發人才，自於二零一六年啟動澳優國家博士後計劃以來，一直聘請哲學博士研究員進行食品及營養研究，評估將研究成果融入新產品開發的可行性。本集團的企業策略及人才職業發展方針鼓勵在產品中實踐科學理論。二零二零年，本集團成立澳優一佳貝艾特營養科研基金，旨在豐富嬰幼兒及長者的營養健康。該計劃承諾每年提供人民幣1百萬元的研究補助，以支持在中國的母嬰營養研究。二零二四年十月，我們在澳優全球總部大樓成功舉辦澳優乳業博士後中期及期滿報告會。本次報告會特別邀請多位知名學者及企業界精英蒞臨出席，見證澳優在人才培養與科研創新方面的又一重要成果。其中一名博士後順利完成研究，兩名博士後成功通過中期考核。

本集團繼續與知名大學、研究機構、業界夥伴及合約製造商合作進行營養研究及創新產品開發，從而獲得廣泛的資源網路、見解及專業知識。在荷蘭，本集團與Wageningen University合作推出「ReThink Waste Challenge」，彰顯我們對可持續發展及創新的承諾。憑藉我們研發團隊的經驗，澳優致力於與學術夥伴合作開發營養研究及前膽性產品。在中國，本集團與江南大學、北京大學、南昌大學、中南大學及湖南省科學技術協會等外部專家團體維持策略聯盟關係。二零二四年十月，澳優正式獲江蘇省教育廳批准與揚州大學共建研究生工作站。二零二四年十二月，澳優與北京大學醫學部正式啟動為期三年的嬰幼兒餵養研究項目，以海普諾凱系列產品作為主要研究物件，開展餵養關鍵指標的科學跟蹤研究，旨在為行業提供權威的研究成果，為嬰幼兒奶粉配方設計提供科學依據，推動行業創新發展，為嬰幼兒在關鍵成長階段提供足夠的營養支援與健康保障。

- 五月二十七日至二十九日，澳優榮獲「2024乳業科技創新企業」獎，表揚其持續追求技術進步及資助學生研究。會上，澳優邀請多名研究員與行業夥伴分享最新成果，冀能激發科技創新。



此外，二零二三年，澳優的長沙市全國(省級)學會服務站及長沙市專家工作站降重開幕。該等專家工作站將持續聚焦乳品及營養健康範疇的科學研究，加快將科技進展轉化為實際應用。澳優憑藉在益生菌方面的研究經驗，與江南大學合作，自二零二三年起將資源投放於錦旗生物江蘇淮安益生菌智能工廠內的益生菌產業化生產示範線。該設施旨在每年生產33株不同種類的益生菌粉，在智能益生菌生產方面領先全球。該益生菌項目將繼續支持澳優健康分部的發展，並提升錦旗生物的益生菌研發實力。



位於中國長沙市的澳優檢測中心獲得由中國合格評定國家認可委員會(「CNAS」)認可，其後於二零二三年繼續獲得認可資格。

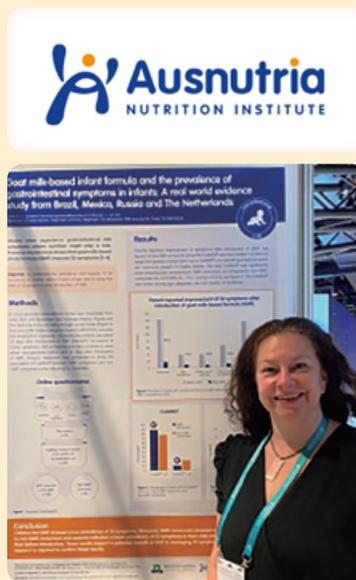


個案研究

成立澳優營養研究所

澳優營養研究所於二零二零年十月在荷蘭成立，是一個以傳播嬰幼兒營養及羊奶成分的科學知識為使命的獨立科學組織。該研究所與全球大學、研究機構及科學家積極合作，以促進實證產品創製及改善兒童健康與福利。除合作研究項目外，該研究所亦受惠於由全球來自不同學科的專家組成的科學顧問委員會提供的專家建議。

為促進向健康及營養專業人員發佈研究所的研究結果，我們已設立專門網站。此外，於二零二四年，澳優營養研究所人員在ESPGHAN (歐洲兒科胃腸病學、肝病學和營養學學會) 發表兩篇有關嬰兒胃腸道問題及瓶餵羊奶角色的科學文章。



透過研究母乳提供更優營養

母乳是嬰幼兒成長及發育最重要的營養來源，有益於其早期健康及發展。澳優大力支持母乳餵哺，並參與多項有關母乳營養價值的研究計劃。同時，澳優亦致力提升嬰幼兒配方粉的營養價值。澳優的策略舉措之一「母乳庫」乃為加深對中國嬰幼兒母乳營養成分的了解而創立。為支持重要的科學研究，澳優已建立多個母乳數據庫。



個案
研究

澳優多項重大研究成果於第三屆中國母乳科學大會上亮相

憑藉在母乳研究領域的雄厚實力及突出貢獻，澳優成為本次大會的戰略合作單位之一。澳優母嬰營養科研團隊作為唯一的國內企業單位代表參會，並分享最新母乳研究成果，引發行業高度關注。

會上，乳品科研高級經理彭小雨博士作《母乳全面營養研究和嬰配粉消化吸收特性及功效評價》專題報告。據介紹，澳優通過母乳低聚糖模擬、母乳脂肪模擬以及蛋白「雙水解」等技術，獨創「Pro59全面營養配方」，並成功應用到旗下海普諾凱荷致系列全面營養配方奶粉中。揚州大學食品科學與工程學院張臣臣副教授就《中南地區母乳益生菌的篩選及功能研究》課題進行了分享。該研究篩選保藏了一批中國母嬰來源的乳酸菌，驗證了菌株的體內外益生功能，為中國嬰幼兒益生菌菌株本土化發展進一步夯實基礎。



彭小雨博士於第三屆中國母乳科學大會上分享澳優的最新研究成果

於二零二零年，本集團啟動三個五年的研發計劃，每個計劃均有明確的主要目標，以指導在荷蘭的研發工作。該路線圖每季進行修訂，以確保所有活動與本集團現時的業務策略保持一致。

2020-2024
營養研究計劃

- 引領研究以支持全球研發策略；
- 向內部持份者提供營養支援；
- 維持並擴大相關科學網絡及足跡；及
- 發起及支持臨床研究，以在各個目標市場進一步證明羊奶的營養功效。

2020-2024
創新路線圖

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

2020-2024
加工研究計劃

- 透過開發新工藝確定是否有所須原材料可用，並為現有成分及預計新增需要的副產品流限價，以充分運用資源；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

澳優十分着重保護知識產權，並監督內外部創新。本集團設有一個企業知識產權管理體系，並輔以符合法律標準的程序。特定部門負責監督知識產權以及將產品包裝所用的所有品牌及標誌註冊。此外，本集團已為員工編製知識產權手冊，以提高彼等的知識及理解。於二零二四年，我們引入《澳優知識產權管理制度》，以統一本集團內的知識產權管理。於二零二三年，本集團通過中國《企業知識產權管理規範》國家標準GB/T 29490-2013再認證的現場審核，肯定其相關策略、執行、評估及持續改進常規。澳優亦榮獲中國長沙市望城區2024年度知識產權獎勵（專利導航分析），同時榮獲中國長沙市政府頒發「長沙市新設研發機構50強」稱號。



◻ 企業知識產權管理認證GB/T 29490-2013。

客戶參與

澳優透過積極參與各種社交媒體活動及互動，持續加強與客戶的關係。本集團藉此等溝通平台提供高效且具影響力的方式與客戶互動，並提高客戶對乳製品及營養品科學驗證資訊的認知。

社交媒體為澳優與客戶有效聯繫的重要工具。在中國，本公司的主要乳製品品牌（如佳貝艾特、海普諾凱1897、能立多及Nutrition Care）積極管理及更新本身的微信及微博頻道。該等頻道在推廣本集團的產品及營銷活動方面擔當重要角色，父母、準父母及客戶亦可藉此交流在嬰幼兒護理方面的經驗及知識，提供反饋及搜尋產品相關資訊。澳優負責確保在社交媒體上分享的資訊準確可信，重點是保護家長及兒童免受潛在風險影響。因此，本集團的專業營養師團隊直接監督該等網上平台的管理。

佳貝艾特推出HCP佳貝艾特自然舒適計劃，旨在為全球的醫療保健專業人員提供自然舒適的生活，如同佳貝艾特的產品為母嬰帶來舒適。該計劃不僅透過有聲書及擴增實境學習工具讓醫療保健專業人員可獲取教學資源，亦提供羊毛襪、智能腕帶、護手霜、睡眠面膜及收錄包含羊奶成份的食譜的烹飪書等各種贈品。



佳貝艾特X小紅書「母嬰」IP聯合營銷

澳優與小紅書於二零二四年九月至十二月合作推出「母嬰」IP計劃，目標是吸引母嬰消費者關注及教育彼等奶粉選擇及餵養方式。此項長期合作計劃以#打破選奶信息差為主題進行互動活動，鼓勵用戶積極參與及分享知識。此外，該計劃透過美容、時裝、戶外、豐富教養、職場等多個生活圈子展示優質產品推薦，營造「羊奶餵養」潮流，提升品牌高檔形象。除此之外，與凱度聯合出品的《人類幼崽餵養圖鑑：2025嬰配粉餵養趨勢報告》發佈，深入揭示新生代父母的餵養偏好及痛點。是次活動相當成功，覆蓋面極廣，小紅書曝光量超過3億次，頁面閱讀量超過5,100萬次，最終使佳貝艾特的品牌搜尋量顯著增加624%。來自不同生活領域的意見領袖紛紛認可推薦，超過400位醫學營養專家支持，再加上無數媽媽滿意實證，進一步鞏固佳貝艾特在羊奶餵養趨勢中的領先品牌地位。

佳貝艾特X海綿寶寶IP聯合營銷

在二零二四年十月至十二月的合作活動中，本公司與形象鮮明的海綿寶寶卡通IP在雙十一期間推出品牌聯乘，強調海綿寶寶的「海洋吸收之王」與佳貝艾特「吸收好，營養更好」屬性之間的協同效應。於是次合作中，佳貝艾特推出獨家IP周邊禮品及多樣化的線上線下營銷活動，旨在提高品牌知名度，並將佳貝艾特打造成羊奶產品市場的優質品牌。此次活動有效傳達佳貝艾特羊奶粉的獨特賣點，強調其易吸收及營養功效，預期各新媒體平台上實現超過1.6億次曝光。再者，佳貝艾特在雙十一期間的出色表現突顯其在主要電子商貿平台羊奶粉銷售的市場領導地位，反映其於嬰兒餵哺領域對品質及營養的承諾。



保障客戶權益

澳優十分強調採取負責任的營銷及溝通策略，視之為長遠成功及快速增長的基石。澳優遵循世界衛生組織所定的指引，不推廣第一階段（0至6個月）嬰幼兒配方粉。此外，根據現行規例，第二階段（6至12個月）嬰幼兒配方粉亦不在中國市場推廣。在荷蘭，《澳優嬰幼兒配方奶粉營銷政策》(Ausnutria Marketing Policy)已於二零二二年更新並取代原先於二零二零年制定的《營銷政策》(Marketing Policy)，以符合本集團的最新策略及對客戶的期望。

澳優透過設立一個與本集團的品牌指引相符的嚴格評核程序，在產品標籤及聲明方面秉持準確、公平及公正的標準。所有產品及宣傳品均會經過嚴格審查，並須經分銷商或地方品牌最終批准後方可推出市場。於本期間，佳貝艾特實施《合規管理制度》，當中明確概述營銷內容的審批程序以及界定相關部門的職務。再者，澳優積極參與澳洲的「自願附屬追蹤過敏標籤計劃」(Voluntary Incidental Trace Allergen Labelling Programme)，在所有營養品中的產品標籤上聲明「不致敏」前，每種成分均會進行全面的過敏篩查。

澳優深明保障客戶資料私隱日益重要。本公司已制定內部客戶資料及私隱政策，為處理屬於僱員、業務夥伴及客戶的個人資料提供明確指引。本公司定期進行溝通及培訓，例如在告示板及海報上分享資訊安全提示及程序，以加深僱員對內部私隱常規的理解。本公司的內部審核部門持續監察消費者資料保護工作，並評估董事會、高級管理層、高級職員及僱員遵守與客戶資料私隱有關的所有適用政策、標準、程序、法律及法規的情況。消費者在註冊成為澳優任何業務分部的會員時須簽署《會員服務協議及私隱政策》。中國地區亦已按照不同級別建立資料安全分類系統。為於二零二四年遵守歐盟的《通用資料保障規例》(General Data Protection Regulation)，荷蘭及歐洲各自的佳貝艾特網站已發佈詳述為保護客戶、業務夥伴及其他用戶個人資料而採取的措施的私隱聲明。於二零二四年全年，澳優繼續在荷蘭推行名為「Herken、Herkauw、Handel」（「確認、反思、行動」）的內部資訊安全活動，旨在遵守確保資訊資料安全的重要法則，提高僱員的意識，並加強彼等在識別及處理資料安全相關風險方面的知識。

二零二四年度：



接獲 **176** 宗有關產品的投訴，
較二零二三年減少 **31%**
維持接獲 **零** 宗有關服務的投訴

產品質量及食品安全

澳優十分重視客戶的健康與安全。為確保產品符合嚴格的品質及安全標準，本集團已實施全面的品質控制指引，貫穿整個生產過程，涵蓋原材料採購、製造過程及產品付運，確保本集團遵守所有相關法律及法規，同時傳達本公司維持高生產品質標準的決心。

憑藉過往經驗（尤其是在疫情期間），澳優有能力採取雙管齊下的方法於整年保持產品持續供應。此項策略涉及迅速應對緊急情況，同時與國際工廠保持密切溝通，這對有效協調出口生產至關重要。再者，本集團亦加快製造過程，以確保乳製品供應穩定。

產品安全管理

本集團的生產設施獲得國際知名的安全管理體系認證，並堅持高標準。該等認證包括BRC全球食品安全倡議(GFSI)第8版認證、FSSC 22000食品安全體系認證、ISO 9001質量管理體系認證、危害分析與關鍵控制點(HACCP)體系認證及GMP+良好生產規範認證。再者，荷蘭生產線位於海倫芬的新建超濾工廠已獲得COKZ認證。

佳貝艾特配方羊奶實施高效的品質管理，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



危害分析與關鍵控制點(HACCP)認證



BRC 8 – GFSI



農糧歐洲乳製品權威羊乳檢測標準



FSSC 22000 食品安全體系認證 – GFSI



荷蘭羊奶乳業協會(Dutch Goat Dairy Organisation) (NGZO)「優質」羊奶(KwaliGeit)品質保證計劃



FDA—美國食品藥物管理局



IFS Food – 國際特徵標準食品



於各生產階段保障產品品質及安全

01

採購及倉儲

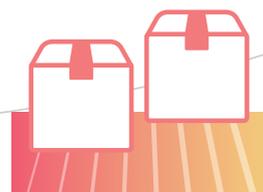
- 嚴選供應商
- 定期評估和審核關鍵產品材料的供應商
- 對原材料、包裝材料和製成品實施高規格倉庫管理
- 為參與倉庫管理的僱員提供培訓



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



我們的客戶服務團隊處理投訴時因應嚴重程度及時調查及分類。如有必要，問題會上報或轉交其他部門，以尋求高層建議或跨部門合作。我們將所有投訴記錄在案，以供日後參考及分析，以防止再次發生。此外，澳優定期評估趨勢，以識別改善食品品質及安全的範疇。此外，澳優密切監察客戶滿意水平，並每季及每年透過電話、電郵及親身互動等途徑於中國進行調查。我們的旗下品牌（包括佳貝艾特及海普諾凱）已實施內部處理客戶投訴的政策。澳優利用微信、QQ及其網站等網上平台，並結合AI技術以及照片、動畫等多媒體元素，收集全球客戶反映的意見並及時提供回應。

產品可追蹤性管理及產品回收程序

本集團若於檢查期間或購貨後發現任何不滿意的情況，會立即採取追蹤調查行動。本集團利用數碼紀錄系統，管理各批次的產品詳情，包括物流協調、製造步驟及原材料種類。此外，產品包裝上的二維碼讓客戶及外部各方可查閱有關製造過程的資料，如檢測結果及物流詳情，以提高透明度及可追蹤性。如需召回產品，則澳優將仔細追溯整條供應鏈、生產線及分銷渠道，以召回所有不合規格或不安全的產品。我們亦會擬備並向管理層提交事故報告，以防事故日後再次出現。如發現產品出現品質問題或潛在安全風險，我們將立即啟動召回程序，以確保有效處理有問題的產品，為消費者締造安全安心的環境。

負責任營銷

為確保產品標籤及聲明公平、準確及公正，澳優按照本集團的品牌標準，對所有產品及宣傳內容實行全面的評核程序。所有產品於市場分銷前均須經最終批准，以確保遵守地方法規及指引。佳貝艾特已設立《合規管理制度》，當中概述製造過程中各部門的職務及責任，確保設有組織的程序審批營銷內容。此外，澳優澳洲繼續參與「自願附屬追蹤過敏標籤計劃」(Voluntary Incidental Trace Allergen Labelling Programme)。在任何產品標籤上列明「不致敏」前，我們對所有營養品中的每種成分進行徹底而嚴格的過敏篩查。

我們對產品品牌、目標地點及消費者喜好進行詳細研究，以針對性地制定營銷策略。為於數碼化及智能化範疇進行精準的營銷活動，我們已採用會員制方法並結合品質追蹤技術。例如，我們的網上動態二維碼追蹤系統讓我們能夠加強品質保證及追蹤能力。

自成立以來，我們一直致力於利用全球資源擴大我們在中國市場的版圖。我們的目標是在整條生產鏈中製造頂級乳製品，確保中國消費者能夠享用來自全球各地的優質產品。此外，無論是關鍵營養素、包裝設計或配方，我們均努力不懈推動研發創新。持續創新對於向客戶提供卓越產品至關重要。我們重視團隊建設，發展創新文化，並在團隊內部培養強大的執行能力，使我們能夠更有效率地作為一個有凝聚力的實體經營。



澳優致力為全球嬰幼兒開發及提供營養豐富而且安全的食品。為強調此一承諾，我們已實施一項優先考慮負責任標籤及營銷慣例的計劃，重點是提供準確的健康資訊。我們已制定名為《澳優關於嬰幼兒食品的營銷政策》的內部政策，適用於所有涵蓋相關產品的營銷活動，包括作為澳優全球品牌中由澳優直接或透過其分銷商分銷的嬰幼兒及後續配方奶產品。該政策包括一套指引及指示，概述「適宜」及「不宜」對不同活動及各方（如普羅大眾及母親、標籤、醫療保健系統、醫療保健專業人員及僱員）作出的事宜。

此項政策已獲董事會認可，將於整個業務過程中執行。澳優全體僱員（包括合資公司、附屬公司及合約分銷商的僱員）將接受有關該政策內容的培訓。地方人力資源部記錄完成強制培訓的情況，凡偏離政策均須經董事會批准。本集團將進行內部審核，以確保妥善執行及監控規程。當活動或材料不符合政策的內容時，本集團將採取適當行動。本政策的實施情況將每年向董事會匯報。

我們認同建立全球品牌的重要性，並明白應「不忘初心，牢記使命」。在提升產品品質的同時，我們以擁抱現代品牌建設原則為目標。我們的品牌建設策略非常重視有效的內容傳遞及創新的溝通技巧。我們不僅重視內部經營，亦積極與更大的社群互動。這種包容性策略使我們能夠執行更精確及友善的品牌建設及營銷策略，促進所涉各方之間團結一致。



供應鏈管理

有效的供應鏈管理對本集團業務營運及整體成功至關重要。本集團已設立穩健的程序，以監督採購過程並持續評估全球供應商網路的表現。本集團的管理系統積極監督供應鏈運作，並鼓勵與供應商坦誠溝通，以確保符合產品品質標準。再者，本集團執行嚴格的供應商甄選過程，例如在中國市場，供應商須經過初步篩選，包括背景調查及文件核實。樣品評估及審核一經通過，合資格供應商將加入經批准的供應商系統。

核實供應商資格

本集團邀請原材料及包裝材料供應商填寫有關遵守適用法律及法規、負責任商業慣例及產品品質的自我評估問卷。彼等須提供文件及證書以供核實，當中可能包括：

- 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，我們亦進行抽查及現場審查，以確保原材料的品質及安全。

及時監察品質控制

本集團定期進行面談以及內部及第三方審核，以監察供應商的表現。若發現違規行為，則本集團將聯同有關供應商即時糾正相關事宜。為提升供應商的表現，本集團識別供應商的環境及社會風險，以避免出現可能未能遵守本集團相關規定以及法律及法規的情況。

與供應商溝通

本集團透過下列不同溝通渠道加深與供應商互相了解：

- 年度供應商滿意度調查
- 每月就中國生產情況與供應商會面
- 本集團乳製品業務經營地點與供應商互相造訪

持續提升產品開發

本集團推出多個創新項目，以消除產品開發過程中的溫室氣體排放及能源消耗，例如在海倫芬興建新的牛羊奶加工設施。新工廠將保證生產嬰幼兒營養品半成品的製造過程完全零氣體排放，並將為100%無碳無氮。此外，本集團預計會較傳統乾燥塔節能約40%。

可持續發展採購常規

澳優致力在供應鏈中推動社會及環境的可持續發展。本集團透過採納可持續採購方法，鼓勵供應商進行負責任及合乎道德的商業行為。社會及環境因素在本集團的採購決策過程中擔當關鍵角色，在供應商問卷及審核過程中會納入相關指標。該等指標涵蓋能源使用、用水、廢棄物管理、工作條件、人權及社區參與，為供應商的環境及社會表現提供全面評估。

本集團透過採購協議向中國的供應商傳達對環境表現的期望。供應商必須遵守相關環境法規及法律，以在採購原材料、生產、運輸及提供服務的不同階段監督排放、有害物質及廢棄物管理。未能符合本集團環境標準的供應商可能面臨合同終止。為加強合作並確保遵守品質、環保及職安健標準，我們於中國的所有供應商均須簽署確認書，確認彼等了解本集團的期望及標準。本集團每年進行一次評估，以監察供應商的表現。環境管理表現理想的供應商會獲得更高評級。同樣地，澳優荷蘭將環境及社會考慮因素納入採購過程，與ISO 14001環境管理體系及ISO 50001能源管理體系等全球標準保持一致。本集團基於接獲投訴頻率、價格調整及訂單交付準時性等因素評估供應商。品質部門定期進行現場視察，以便評估供應商。本集團致力於與國際供應商合作，建立可持續的供應鏈，考慮地方特色並努力承擔環境責任。

確保可靠的奶源供應對製造頂級乳製品至關重要。本公司致力於從澳洲及荷蘭等知名產奶地區（稱為黃金奶源區）可信知名的牛奶奶生產商採購頂級牛奶奶。本集團聯屬實體Farmel Holding B.V.為荷蘭牛奶奶的主要供應商。此架構讓本集團能夠監察牛奶奶品質，並在發生事故或問題時及時追蹤奶源。

為滿足對佳貝艾特羊奶系列日益增長的需求及保持我們採購程序的透明度，澳優已與荷蘭羊奶奶農建立穩固的夥伴關係，以支持行業發展。本集團非常重視牧場動物的福祉，包括飼養方法、用藥情況及生活條件。為維持我們的高品質標準，所有羊奶奶農必須符合我們的嚴格要求並獲得「優質」羊奶(KwaliGeit)認證。該認證計劃由NGZO與荷蘭農業與園藝組織聯合會(Dutch Federation of Agricultural and Horticultural Organisations)合作制定，透過全面調查及現場評核，評估奶農遵守奶羊養殖行業慣例的情況。認證過程考慮到歐洲衛生標準、營銷慣例、環境可持續性及動物福利規程。只有符合該等嚴格標準的山羊養殖場方獲授認證，以表彰其卓越的牧場管理常規。



澳優嚴格要求並確保其在荷蘭的羊奶奶農
100%獲得「優質」羊奶(KwaliGeit)計劃認證。

本集團已參與荷蘭羊奶行業組織的可持續發展計劃，屬自願性質，旨在教育荷蘭羊奶奶農可持續畜牧慣例。澳優提供財政援助、通訊、工作坊及牧場探訪，以協助奶農。該計劃強調動物健康與福利、能源效益、環境保護，並提高行業聲譽。澳優於二零二四年繼續支援奶農，基於奶農在可持續發展計劃中的表現，就交付的原奶提供津貼。本集團最近錄得100%羊牧場參與率。澳優有意鼓勵羊奶奶農參與，肯定及慶祝彼等的成就，進一步推動可持續畜牧業。



截至二零二四年底，**100%**的澳優羊奶奶農已參與可持續發展計劃。我們的專責關係經理協助奶農改善彼等在計劃中的表現。我們特別針對羊牧場提供一系列可持續發展實踐的指引。

實施合適的放牧方法可提高牧場生產力及多樣性。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，展示荷蘭推廣戶外放牧慣例的決心。本集團與夥伴Farmel Dairy合作，向為奶牛提供放牧機會的奶農提供不同定價計劃。在業界同心協力下，全國各地的戶外放牧比例持續上升。

策略業務合作

澳優透過每年進行評估及提出糾正行動要求，積極與認可供應商互動。本集團亦透過交流市場觸覺以及反映有關新技術及產品的意見，積極引進新技術及產品。出席由供應商舉行的座談會及會議讓本集團能夠加深了解供應商未來的策略，並鼓勵結合新技術或產品開發，以提升供應商在同行間的競爭優勢。

本集團積極與供應商合作，分享有關市場趨勢及客戶喜好的深刻見解。彼等與包裝材料供應商緊密合作，推動包裝創新，包括優化紙箱規格以促進可持續發展，並順應綠色採購的大趨勢減少使用原紙材料。此外，澳優與成份供應商合作，確保持續為現有配方採購優質成份。透過建立該等合作關係，本集團致力緊貼市場需求，為客戶提供創新及對環境負責的產品。

2024中國特殊食品大會



2024中國特殊食品大會

二零二四年，本集團參與在成都舉行的第九屆中國特殊食品大會。本屆大會共舉辦28項活動，重點關注學術與產業轉化、創新、宣貫政策、開拓行業、交流特殊食品領域研究成果等。澳優受邀在T20論壇分享行業洞見，探討特殊食品產業未來發展之道，為構建行業新未來貢獻企業力量。在活動期間，澳優旗下品牌展現本集團營養品業務板塊科技創新系列成果。特殊食品行業事關「一老一小一病患」等特殊敏感人群的福祉，與推動實現「健康中國」的願景緊扣。作為一家營養健康食品企業，澳優以消費者需求為中心，以科技創新引領發展，堅持「全家營養健康」發展，不斷滿足人民日益增長的美好生活需求。

第二屆中國國際供應鏈促進博覽會



○ 澳優攜旗下佳貝艾特、海普諾凱、Nutrition Care、Oz Farm等旗艦品牌亮相第二屆中國國際供應鏈促進博覽會

澳優矚目亮相第二屆中國國際供應鏈促進博覽會，展現其對可持續發展慣例及卓越全球乳業供應鏈管理的決心。是次盛會中國國際供應鏈領袖雲集，澳優攜旗下佳貝艾特及海普諾凱等一眾品牌亮相，展示本公司在供應鏈佈局方面的深厚實力與綠色發展原則的踐行。澳優的全球策略包括投資於荷蘭及澳洲等優質奶源地，實現從牧場到工廠的無縫銜接，極大提升運行效率。通過研發合作、先進的數碼供應鏈管理系統及環保措施，澳優強調其對減少環境影響、支持生物多樣性及促進綠色消費者參與的承諾。此等努力為澳優贏得可持續發展實踐的認可，使其成為可持續乳製品生產先鋒。

與分銷商溝通

澳優倚賴分銷商網路將產品推出市面，使本集團能夠與最終用家建立聯繫並為彼等提供支援。為提升中國分銷商的技能，澳優定期為彼等提供培訓課程，專注於加強彼等的管理能力及認知。此外，本集團安排與主要分銷商進行聯合業務規劃會議，以評估其可持續業務策略及銷售技巧的成效。

於第七屆中國國際進口博覽會（「進博會」）上，澳優攜手旗下6大王牌進口品牌亮相，並首發首展6款產品，強調全球化創新發展。本屆進博會吸引來自129個國家及地區的展商參展，而本公司參展展示其對品質及乳業創新的承諾。澳優連續七年出席進博會，反映其對國際化發展的決心以及聚焦「科技引領，共享全球」。本公司於進博會上推出的新產品包括佳貝艾特悅白·鉑晶版及NC舒鼻益生菌升級版強調尖端技術及臨床效益，而海普諾凱營養星球兒童成長奶粉系列及Amalthea羊乳酪產品等其他產品則為滿足消費者需求而推出。澳優透過參與進博會鞏固在全球乳製品市場的領導地位，展現其持續增長以及對為全球消費者提供更優質的產品及服務的承諾。



○ 澳優於第七屆中國國際進口博覽會的現場展位以可持續發展為設計概念