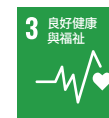




02.

更優營養





更優營養

澳 優堅守為顧客提供安全、可靠且營養更豐富產品的目標，並持續以創新推動產品升級及品質提升。在加強品質管理的同時，本集團積極回應消費者對健康與營養的需要，向公眾傳遞具科學依據且與時並進的健康營養資訊。本集團亦建立多元化溝通渠道，持續聆聽顧客意見，改善服務及回應機制，有效保障消費者的合法權利與權益，並鞏固穩定互信的顧客關係。此外，澳優設有嚴格的合作夥伴認可及評估機制，致力與價值觀與本集團相近的夥伴協同發展。透過與分銷商及供應商建立策略聯盟，本集團將可持續發展要求融入價值鏈中各個環節。澳優將繼續與業務夥伴攜手履行社會及環境責任，達致長遠共贏。

專注範疇

產品創新

顧客參與

產品質量及食品安全

更優 營養

在多個行業盛事中**分享**有關營養健康產品及相關技術的**最新研究成果**，促進知識交流及轉化成實際應用。

持續投資開發新產品，投資總額超過**人民幣1億元**，並推出**48項新產品**，進一步豐富產品組合。

參加**第八屆中國國際進口博覽會**，展示由**61款產品**組成的產品組合，**突顯**本集團在產品創新及國際發展方面的階段性成就。

二零二五年度 亮點

合共發表**49篇科研論文**及**科學文章**。

澳優荷蘭附屬羊牧場參與DGZK（可持續發展羊奶鏈）可持續發展計劃的比率**達到100%**。

建立兩大創新平台－「江南大學－澳優乳業微生態及功能乳聯合創新中心」及「澳優乳業&東北農業大學乳品創新中心」。



產品創新

澳優一向視研究及開發(研發)創新為鞏固技術基礎及提升產品競爭力的主要根基。本集團持續增加研發投資，推進系統性研究與迭代，重點開發適合乳糖不耐症患者的產品、改良配方成分並提升產品營養價值，務求更周全地滿足消費者多元且越見精細的健康營養需要。本公司已制訂全球「1 + 6 + N」全球研發體系，並組建一支由200多名博士及乳品專家組成的國際聯合研發團隊，成員遍佈中國、荷蘭及澳洲等地。憑藉整合全球研發資源及協同創新機制，本公司持續加快將營養研究成果有效地轉化成產品應用，使產品更安全及更切合人體營養需要。二零二五年，澳優新產品研發總投資超過人民幣1億元。

年度新產品研發投資：



超過人民幣**1**億元

年內，我們持續升級中國市場配方產品並優化產品組合，進一步豐富產品系列。聚焦配方牛奶粉、配方羊奶粉及營養品三大業務範疇，澳優旗下佳貝艾特、海普諾凱1897、愛益森、Nutrition Care (NC)品牌共推出48款新品，為消費者提供更多營養豐富、健康且可口的產品選擇。

澳優一貫將營養健康視為科研重點。本集團憑藉內部研發實力及外部協作平台，持續深入進行相關研究，加快將研究成果轉化成產品。本集團亦支持與澳洲、中國及荷蘭大學合作的研究項目，持續加強研發體系及創新能力，支持長遠高質量發展。二零二五年，我們以合規、科學化及安全的方針推進產品開發及研發工作，針對營養健康產品進行系統性研究，聚焦女性健康、兒童健康、腸道健康及免疫支持。我們優先改良配方、評估成分相容性及驗證流程，使配方更穩定、產品品質更一致及更符合法規。我們選用符合澳洲TGA列冊藥品(TGA Listed Medicine)要求的合規成分，並於整個研發過程中秉持可持續發展及負責任研發的原則，確保符合ESG相關要求。

年內，NC和愛益森專注嬰幼兒營養品全面升級與突破，持續豐富產品供應及解決方案。NC旗下澳洲專業兒童營養品牌NC Kids推出兩款獲得TGA認證的新產品——G13成長膠囊及EyeQ腦力素，支持兒童眼腦協同發展。與此同時，本集團旗下國產專業嬰幼兒營養品牌愛益森與權威測評機構「老爸抽檢」合作，共同研發推出首護PRO益生菌，48小時內快速改善寶寶腸道健康。愛益森推出「長高CP」系列，包括益高500益生菌及躍高420鈣鋅VD營養飲，為兒童身高管理提供系統化營養解決方案。佳貝艾特持續升級全系列產品。旗艦產品悅白全面升級，添加貼近中國母乳的OPL結構脂，並引入「安敏源」乳清蛋白顯著降低致敏成分，配方上雙重優化，支持嬰兒營養吸收及腸胃舒適度。此外，OzFarm完成超珀及金裝1、2、3段嬰幼兒配方奶粉的產品開發並實現首批生產。同時，NC完成200億鼻炎益生菌及1000億鼻炎益生菌產品開發並實現首批生產，進一步豐富產品組合。

二零二五年度公佈的新產品摘要



佳貝艾特悅白兒童調製羊乳粉 (36月齡以上, 4段)

佳貝艾特悅白4段兒童配方羊奶粉專為3歲及以上兒童成長需要而設，圍繞「免疫支持、全面營養」的產品定位持續升級營養配方。產品含有三倍免疫球蛋白、雙重乳鐵蛋白及七種HMOs，構建三重營養自護型支持系統，每日兩杯即可提供388種天然羊奶營養素及32種強化營養素，幫助滿足兒童成長期間的多樣化營養需要。



佳貝艾特營嘉高鈣益生菌羊奶粉

佳貝艾特營嘉高鈣益生菌羊奶粉營養豐富易消化，促進腸胃舒適，有助支持行動力與活力。產品定位支持「腸道及骨骼健康」，採用100%頂級進口荷蘭奶源，符合母嬰級標準；每100克含1,500毫克鈣質及高蛋白配方，強健骨骼與肌肉，臨床證據顯示骨骼健康改善29%；同時添加CP-9與BL-99兩大專利益生菌株，高濃度協同作用，科學支持腸道健康、促進營養吸收，研究顯示有助改善腹瀉、腹脹、便秘等相關症狀。



海普諾凱耀緻

海普諾凱耀緻精選純A2蛋白奶源，提供溫和易消化的營養選擇。產品以6.7倍高純度乳鐵蛋白及八種乳源活性營養素為核心，提供全面自護型營養支持。基於海普諾凱全面營養配方優勢，產品涵蓋17種先進營養素，幫助寶寶建立更全面的營養支持體系，促進健康成長。



海普諾凱恬致

海普諾凱恬致精選南緯37度優質純奶，富含全面營養。產品採用雙微蛋白小分子、雙效組合及乳源OPO組合，配方乃為支持溫和和吸收並減輕腸胃負擔而設。產品含有10種支持大腦與視力發育的營養素以及乳源OPN與HMOs，有助支持寶寶全方位成長發育。



營養星球高兒星

海普諾凱營養星球高兒星兒童奶粉含有10種先進營養成分，支持兒童關鍵成長階段需求。配方融入CBP（骨蛋白濃縮物）、鈣質、維生素D、賴氨酸及乳礦物質，有助於骨骼發育建立堅實基礎。產品同時添加乳鐵蛋白等自護因子及活性益生菌等腸道支持因子，全面覆蓋關鍵營養需要。不添加蔗糖及香精，有助兒童於此重要成長階段領先一步。



愛益森躍高™鈣鋅維生素D₃營養飲品

愛益森躍高™鈣鋅維生素D₃營養飲品含有八項關鍵營養成分，每小袋含420毫克鈣質及維生素D₃，支持骨骼發育。同時添加有機鋅、三種益生元及專利後生菌，有助促進食慾並支持健康飲食習慣。此外，產品添加接骨木莓（支持免疫健康的植物性成分），幫助提升兒童自我保護力，一小袋即可滿足兒童成長需要，促進健康成長發育。

澳優多項科研成果亮相行業盛會 與同業攜手共促創新發展

澳優堅持持續科研創新乃保持競爭優勢及實現可持續增長的關鍵。為支持中國營養行業高質量發展，本公司將繼續秉持科學引領的研發方針，加大關鍵研究範疇投資，並加快將研究成果轉化成產品及解決方案，更好地服務消費者健康需要及行業升級。

2025功能食品產業大會於江蘇省蘇州市舉辦。大會期間，由澳優錦旗生物作為主要參與單位編撰的《2025益生菌行業白皮書》正式發布。該白皮書從行業政策、科研前沿、市場數據、消費者洞察等多角度回顧益生菌行業發展，並勾勒出行業從「品類擴張」向「價值深耕」轉型的路徑，以期提供一份兼具專業性、前瞻性與實用性的決策參考。在大會同期舉辦的展覽會上，錦旗生物展示短雙歧桿菌CCFM1025等旗艦菌株及創新應用產品，凸顯其從菌株篩選、功能驗證以至市場化量產全程自主掌控的能力。憑藉上述能力，錦旗生物為顧客及消費者提供更精準的健康管理解決方案，滿足情緒健康、睡眠健康等方面的多元化需求。



澳優參加中國乳製品工業協會第三十一次年會暨2025年中國乳業技術博覽會。活動期間，本集團攜手旗下品牌佳貝艾特展示四款新開發羊奶成分—羊乳酪蛋白酶解物、水解羊乳清蛋白粉、羊乳鐵蛋白及羊初乳粉，並正式發布多款全球首創、具商業應用價值的核心羊奶成分，填補羊奶行業水解蛋白及乳鐵蛋白成分配套的市場空白，支持羊奶上游成分生產標準化，促進羊奶全價值鏈系統化升級，為消費者提供更高品質的營養品及服務體驗。

澳優海普諾凱再次獲邀參與中華醫學會第十九次圍產醫學學術會議與第十六屆婦幼健康發展大會，展示以海普諾凱荷致為代表的全面營養產品組合。海普諾凱荷致依託母乳低聚糖(HMO)模擬技術，通過科學配比雙益生元與五種關鍵HMOs，模擬母乳HMO功能，支持嬰兒原生保護力。會議期間，海普諾凱亦分享母嬰健康教育的創新實踐，與專家學者探討「營養+科普」雙向推進母嬰健康。

國家乳業技術創新中心第三屆年會於呼和浩特舉辦。澳優錦旗生物作為該中心成員單位，參與聯合發布《後生元白皮書》。該白皮書依託積累多年的研究成果，系統梳理後生元的科學內涵、功效組分與相關健康效應，深入解讀副乾酪乳酪桿菌ET-22、副乾酪乳酪桿菌K56等多款代表性後生元成分，為行業的原料選擇、技術創新與產品開發提供參考。

建立研發及創新實力

本集團持續加強培育研發人才，自二零一六年推出澳優國家博士後計劃以來，一直聘請並培養博士研究員研究食品與營養，持續評估將研究成果應用於新產品開發的方法及可行性。透過企業策略及人才發展機制，本集團鼓勵將科研成果轉化成產品實踐。

本集團持續加強與頂尖大學、研究機構、行業夥伴及合約製造商合作，共同推進營養研究及創新產品開發，進一步拓展資源網絡，匯聚多元見解及專業知識。澳優憑藉研發團隊的專業能力，持續加強與學術夥伴合作，深化營養研究並探索前瞻性產品。在荷蘭，本集團聯合Wageningen University推出「ReThink Waste Challenge」。在中國，本集團與江南大學、北京大學、南昌大學、中南大學及東北農業大學等外部專家機構保持緊密合作，持續提升研發創新效率及成果轉化能力，支持產品迭代及長遠高質量發展。

二零二五年，澳優中東與King Faisal Specialist Hospital(KFSH)啟動聯合研究項目，進一步推進該區嬰幼兒營養範疇的科研及證據生成。該項目聚焦MESK-II (中東佳貝艾特研究) 隨機臨床試驗，評估羊奶基底嬰幼兒配方奶粉對嬰幼兒腸胃舒適度及腸道菌群的影響，同時納入關鍵安全性參數，支持相關產品的科學評估及應用。同時，佳貝艾特於芬蘭赫爾辛基舉辦年度ESPGHAN大會期間的HCP全球晚宴。晚宴匯聚不同地區與會者，包含科學報告及經驗分享，進一步加強與HCPs的面對面交流，促進持續專業互動及更深入的合作關係。

澳優與東北農業大學達成戰略合作 為乳業發展注入創新動力



二零二五年三月二十四日，東北農業大學食品學院澳優獎學金頒獎大會暨校企戰略合作簽約儀式於黑龍江省哈爾濱舉行。活動期間，雙方簽訂戰略合作協議，揭牌成立「澳優乳業&東北農業大學乳品創新中心」，並頒發獎學金，旨在深化產學研合作，為中國乳業發展持續注入創新動力。

澳優與東北農業大學將在科學研究與產業應用對接、課程開發及人才培養等領域進一步加強合作。通過整合校企資源，雙方將聚焦乳品研發與關鍵技術突破，推動科技成果轉化與應用。

澳優深化與江南大學戰略合作 成立兩大創新中心推進產學研用一體化

二零二五年十月二十三日至二十六日，第十屆中國特殊食品大會於西安召開。會議期間，澳優與江南大學簽訂為期六年的戰略合作協議。以「基礎研究+應用開發+產業轉化」為主線，雙方構建多維度創新協同機制，推進產學研用更深度融合。

在此總體合作框架基礎上，錦旗生物與江南大學亦簽訂戰略合作協議。在微生態及功能乳領域，雙方成立「江南大學-澳優乳業微生態及功能乳聯合創新中心」，通過技術融合與產業協同，為全球消費者提供更安全、更精準的營養解決方案。在益生菌領域，雙方成立「江南大學-錦旗生物益生菌協同創新中心」，以「嬰幼兒級標準做更好益生菌」為標桿，共同探索成分開發、產品創新及市場推廣新模式。此外，江南大學正式向澳優轉讓兩個菌株及其相關專利。澳優隨後將推動產業化與商業應用，進一步強化全價值鏈創新協同。



成立澳優營養研究所

個案研究



二零二零年十月，澳優於荷蘭成立澳優營養研究所，是一個以傳播嬰幼兒營養及羊奶相關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、研究機構及科學家合作，持續推進循證研究及產品創新，協助提升兒童健康與福祉。在由全球來自不同學科的專家組成的科學顧問委員會支持下，該研究所提高研究的科學嚴謹及前瞻性質。同時，我們開發專門網站發布研究進展及成果，進一步加強與醫療保健及營養專業人士的溝通與知識分享，提高資訊獲取及傳播效率。

二零二五年四月，澳優營養研究所於荷蘭阿姆斯特丹Artis動物園舉辦「羊奶未來峰會(Future of Goat Milk Summit)」醫學會議，匯聚全球60位醫療保健專業人士。會議包含專家主導環節，重點展示羊奶配方及早期營養範疇的最新研究進展，並針對供嬰幼兒營養瓶餵的羊奶的特性及潛在益處展開深入討論，進一步加強專業對話及學術交流。



透過研究母乳提供更優營養

在嬰幼兒早期營養支持中，母乳是支撐健康成長發育的重要營養來源。澳優支持母乳餵哺，並參與多項有關母乳營養價值的研究，進一步加深對母乳營養成分及特性的了解。同時，本集團致力透過推進配方優化及產品升級，提升嬰幼兒配方奶粉的營養價值。為系統化構建中國嬰幼兒母乳營養成分的循證數據，澳優已進行「母乳庫」等研究項目，並已建立多個母乳數據庫，為科研提供數據支持。

研發策略計劃

澳優已建立系統化方針，推進研及創新。以「自家開發成分」為重點，本集團持續加強關鍵成分及專利技術屏障，發揮配方功效優勢，帶動嬰幼兒配方奶粉、成人奶粉、營養品及特殊膳食產品等組合升級。在「市場需求」引領下，本集團持續優化流程及提升品質，不斷改善產品質量與用戶體驗。澳優透過構建「科研生態圈」，整合內外部科研資源，增強品牌科研實力與創新動力。

二零二五年，本集團制定新一輪「三個五年」研發計劃，並按季更新路線圖，確保各項研發工作與當前業務策略保持一致。

澳優深化母乳研究交流 推進母嬰營養科學

二零二五年六月五日至六日，第13屆新營養大會於浙江省杭州召開。會議期間，澳優及錦旗生物聯合伊利創新中心及新營養，共同發布《2025中國母嬰源益生菌研究及應用白皮書》。白皮書從中國人腸道菌群呈現的獨有特徵出發，系統化涵蓋菌株篩選、作用機制等基礎研究，並結合國產母嬰源益生菌臨床研究，探討動物雙歧桿菌乳亞種BL-99、副乾酪乳酪桿菌K56等菌株在緩解功能性消化不良、降低體脂等方面的實用價值。白皮書為優質菌株的產業化路徑提供參考，有利企業為消費者提供更安全、更精準的微生態干預解決方案。

二零二五年十月，澳優參加第十屆中國特殊食品大會，分享《母乳低聚糖及其組合物對於果蠅腸道炎症的緩解作用》研究成果。此項研究以果蠅作為模式生物，探究母乳低聚糖LNnT、2'-FL、3'-SL及其組合物與四種不同益生菌協同組合，對緩解腸道炎症的效果。研究結果顯示，HMOs顯著改善果蠅存活率及腸道屏障功能，而HMOs與益生菌的協同組合進一步增強抗炎效果。此項研究為HMOs在嬰幼兒配方奶粉中的應用提供理論支持，有助收窄母乳餵養與配方奶餵養的差距。

個案研究



2025-2029 營養研究計劃

- 產生科學數據，將營養科學轉化成循證健康與保健解決方案，以支持關鍵監管國際市場的監管申報、產品宣稱及市場准入。
- 識別新興營養趨勢及功能性成分，以支持創新營養健康產品開發。
- 加強與科學夥伴合作，以加快將營養科學應用於消費者健康。
- 透過出版物、會議及與全球營養科學社群專業互動，促進知識分享與科學交流。

2025-2029 創新路線圖

- 推動營養健康產品創新，以應對不同生命階段消費者保健需求的演變。
- 於成長發育、免疫健康、消化健康及健康老化等關鍵健康範疇，擴大創新產品線。
- 運用科學洞察及消費者理解，開發不同營養健康解決方案。
- 將研究結果轉化成幫助消化、提升營養品質及消費者健康成效的產品創新。
- 加強內部研發能力及跨部門協作，加快創新及面市。

2025-2029 加工研究計劃

- 推進配方與傳輸技術，以提升成分穩定性、功能性及產品表現。
- 探索創新劑型，以改善產品品質及消費者體驗。
- 與製造夥伴緊密合作，支持下一代營養健康產品可擴展生產。
- 支持可擴展的有效製造過程，確保各生產基地產品表現一致及營運卓越。
- 加強研發、營運及供應鏈團隊間協作，加快將加工研究轉化成工業應用。

知識產權管理

澳優十分着重保護知識產權，並持續加強管理及監督內外部創新成果。本集團設有一個企業知識產權管理體系，並輔以符合適用法律、法規及相關標準的配套程序。本集團已設立專責部門統籌知識產權管理工作，並為僱員編製一份知識產權管理手冊，以提高僱員的意識及合規性。二零二五年，我們完善《澳優乳業知識產權管理制度》，釐清字體及版權等著作權相關事宜的標準及要求，並制定《澳優乳業知識產權運營管理規範》，加強管理知識產權營運及防範風險，促進知識產權保護與價值實現協同提升。二零二三年，本集團通過中國《企業知識產權合規管理體系要求》國家標準(GB/T 29490-2023)再認證的現場審核，並於二零二四年及二零二五年持續通過知識產權管理體系監督審核，肯定其管理策略及持續改進機制。

澳優持續加強科研及知識產權儲備，系統化增強專利及商標組合，以支持產品迭代及本集團長遠發展。二零二五年，本集團共申請20項專利，包括18項發明專利，並新增31項有效專利，涵蓋26項發明專利及7項收購發明專利。年內，本集團亦提交31份商標註冊申請，並註冊56個商標。此外，本集團發表49篇研究論文，持續鞏固科研成果並為業內知識分享作出貢獻。



◻ 企業知識產權管理認證。



申請**20**項
專利

註冊**56**個
商標

顧客參與

澳優重視與顧客溝通及互動。本集團建立多元化溝通渠道，提升互動效率及服務體驗，及時回應顧客查詢及反饋，以清晰且有科學根據的方式傳達乳製品及營養品資訊，協助顧客加深了解相關產品資料。我們持續改進處理投訴及回應服務的機制，按照適用法律保障消費者的合法權利及權益。同時，我們嚴格遵守適用法律、法規及內部要求，加強個人資料全程管理及數據安全監控，有效保障顧客資料安全及私隱權。

顧客參與渠道

社交媒體為澳優與顧客保持有效溝通及互動的重要渠道。在中國，佳貝艾特、海普諾凱1897、能立多及Nutrition Care等本集團主要乳製品品牌持續經營並定期更新官方微信及微博賬號。此等平台乃用於分享產品及活動資訊，回應顧客關注，讓父母、準父母及消費者分享經驗、提供反饋及獲取產品相關資訊。本集團非常重視網上內容是否真實準確，持續加強審查內容及控制風險，尤其着重保護家長及兒童免受潛在風險影響。本集團的專業營養師團隊亦參與監督及審視各平台營運，確保溝通內容適當可靠。

佳貝艾特推出HCP佳貝艾特自然舒適計劃，以「自然舒適」為主題給予全球醫療保健專業人士支持與關懷，呼應品牌為母嬰帶來舒適體驗的承諾。該計劃透過有聲書及擴增實境學習工具等形式提供便捷的教育資源，並配以羊毛襪、智能腕帶、護手霜、睡眠面膜等護理贈品，以及含羊奶成分的食譜烹飪書等材料，豐富參與者體驗並支持專業交流。

佳貝艾特與「老爸評測」聯手透過「實測+實證」雙重驗證 增強消費者信心

二零二五年九月，佳貝艾特與專業產品檢測KOL「老爸評測」展開合作、溝通及驗證。佳貝艾特配方羊奶粉成功通過「老爸評測」的1,493項檢測項目，成為行業首個目前唯一獲得「老爸抽檢」認可標識的配方羊奶粉品牌。

為驗證真實餵養效果，「老爸評測」招募35名消費者參與為期90天的追蹤餵養計劃，持續記錄及監測嬰兒餵養與成長發育情況。消費者反饋顯示，餵養佳貝艾特配方羊奶粉七天後，寶寶腹部不適、排便狀況及皮膚敏感情況均有明顯改善，進一步印證佳貝艾特「好吸收、低敏感」的優勢。

透過第三方測評結合真實消費者體驗，此舉提高資訊透明度及溝通公信力，增強消費者對產品品質及餵養效果的信賴與認可。佳貝艾特同時發布「荷蘭可追溯性」影片，全網播放量突破千萬，進一步提升消費者信賴及品牌互動。

佳貝艾特於小紅書推動雙IP營銷 加深互動與信賴

佳貝艾特洞察到新生代父母對「科學內容+互動體驗」有需求，因此於二零二五年在小紅書推出「早知道大會」及「溯源看世界」兩大品牌IP活動，加強用戶參與及互動。「早知道大會」透過線下快閃路演，匯聚父母、專業營養師及育兒達人，面對面交流餵養心得，並設直播預約及互動活動，串聯線上線下參與。在「溯源看世界」基礎上，佳貝艾特與小紅書進行平台首個嬰幼兒配方奶粉品牌海外溯源活動。活動團隊邀請消費者代表及專業產品評測達人實地走訪荷蘭牧場及工廠，透過全程透明直播及短片系列呈現佳貝艾特配方羊奶粉「從牧場到罐裝」全品質流程，讓更多家庭網上「實地」見證。活動全網曝光量超過9億，累積逾13.5萬篇真實用戶口碑筆記，並於小紅書年度大會上榮獲「年度IP創新品牌」獎項，進一步增強品牌互動及消費者信賴。

持續與顧客交流並拓展全球合作網絡

二零二五年，Ausnutria Dairy Solutions(ADS)與佳貝艾特持續參與多個重點展會及行業活動，加強與全球顧客及專業觀眾交流互動。ADS先後出席杜拜Gulfood、新加坡FHA (Food & Hospitality Asia)、巴西FI South America (Food & Health Ingredients)、印度FI (印度領先食品配料展)、墨西哥Food & Tech Summit及美國芝加哥PLMA (私人品牌製造商協會展) 等國際大型展覽。佳貝艾特亦參加荷蘭烏特勒支Geboortezorg Vakdag (孕產護理專業日) 及美國丹佛AAP (美國兒科學會年會) 等專業活動。透過面對面溝通及聯合展示，本集團進一步加強與全球顧客及醫療保健專業人士聯繫，持續提升互動效率及市場洞察，以支持全球業務拓展及深化夥伴關係。

保障顧客權益

澳優視保護顧客權利及權益為穩健營運及可持續增長的重要基石。本集團持續遵守適用法律、法規及行業指引，確保營銷傳播合規、審慎且透明，並參考世界衛生組織相關指引，不推廣第1階段嬰幼兒配方奶粉（0至6個月）。此外，在現行監管要求的規限下，本集團亦不在中國市場推廣第2階段嬰幼兒配方奶粉（6至12個月）。為進一步加強營銷合規管理，澳優於荷蘭實行《澳優營銷政策》(Ausnutria Marketing Policy)，使本集團最新策略與顧客期望更貫徹一致。

澳優已制定並實施《澳優消費者投訴管理》，載列處理顧客投訴的清晰流程。投訴會透過登記與評估、調查與核實、問題根源分析及糾正行動等關鍵步驟處理，確保及時有效地解決問題，實現投訴的閉環管理。本集團亦建立分級投訴處理機制，由顧客服務團隊按投訴嚴重程度分類並展開調查，必要時升級或轉交相關職能，在管理層指導下跨職能協同處理。我們定期檢視投訴數據並完整保存相關紀錄，用於事後分析及趨勢研判，以便聚焦產品品質及食品安全的改進重點，避免類似問題再次發生，持續提升產品品質與顧客服務體驗，更完善地保障顧客的合法權利及權益。

同時，本集團持續關注顧客滿意度，每季及每年於中國透過電話、電郵及面對面交流進行調查。旗下品牌（包括佳貝艾特及海普諾凱）亦已制定內部處理顧客投訴的政策。為提升溝通效率及回應體驗，本集團透過微信、QQ、電話、電郵、WhatsApp及官方網站等網上渠道全球收集顧客反饋，並結合AI技術連同照片、動畫等多媒體格式優化資訊呈現與溝通效果，及時回應顧客關注。

澳優相當重視顧客數據及私隱保護。本集團已建立內部顧客數據及私隱政策，對收集、使用及保障僱員、業務夥伴及顧客相關個人資料提供清晰指引。為遵守歐盟《通用數據保障規例》(General Data Protection Regulation)，我們在佳貝艾特荷蘭及歐洲官方網站上發佈私隱聲明，載列有關顧客、業務夥伴及其他使用者個人資料的保障措施及管理要求。本集團亦於中國建立分級數據安全管理體系，由內部審核職能持續跟進保障消費者數據事宜，評估董事會、高級管理層及僱員遵守相關政策、標準、程序及適用法律法規的情況，同時透過定期溝通培訓提高僱員保障私隱的意識，加強對重要資料安全要求及操作規範的了解。在荷蘭，我們持續推進「Herken, Herkauw, Handel」（「確認、反思、行動」）內部資料安全活動，進一步提高僱員的數據安全意識及彼等識別與處理數據安全風險的能力。

二零二五年度：



接獲**187**宗有關產品的投訴，與二零二四年相比上升約**6.25%**
維持接獲**零**宗有關服務的投訴



產品質量及食品安全

澳優致力為消費者提供優質產品，守護消費者健康與安全。本集團持續按照嚴緊的品質及食品安全標準加強全程產品管理，已建立並實行涵蓋原料採購、製造過程及產品付運的品質控制要求，確保產品符合適用法律法規及內部標準，並透過系統化管理不斷提升生產品質及製程穩定性。

在確保產品品質與安全的同時，本集團亦持續提升緊急應變及供應協同的能力。透過有效應對突發狀況，並加強與中國境內外工廠密切溝通與協作，本集團改善出口生產及付運的整體協調，確保乳製品持續供應穩定。

產品安全管理

本集團的生產設施持續按照高標準運作，並已通過多項國際認可的安全管理體系認證，包括FSSC 22000食品安全管理體系認證、ISO 9001質量管理體系認證、危害分析與關鍵控制點(HACCP)認證及GMP+良好生產規範認證，透過系統化管理加強食品安全及品質控制。同時，荷蘭生產線位於海倫芬的新建超濾工廠已獲得COKZ認證。

佳貝艾特配方羊奶粉持續實行高效的品質管理，並已取得多項國際食品安全標準認證，為產品安全與品質提供有力保障。



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 – 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

- 對供應商實施嚴格的選拔及管理要求，以持續提升供應鏈品質與穩定性
- 定期對關鍵產品成分供應商進行評估及審核，加強供應鏈品質控制
- 對原料、包裝物料及成品實施高標準倉儲管理要求，確保儲存、入庫、出庫處理及其他相關流程統一且受控
- 為倉儲管理人員提供相關培訓，提升彼等的管理能力



02

生產過程

- 加強並實行標準化的品質保證程序及管理要求
- 進行製程品質控制測試及成品最終檢驗，以確保各關鍵環節仍受有效控制
- 按照內部標準及相關國家要求，對所有產品進行實驗室檢測
- 遵照地方法律法規於各乳製品分銷市場接受外部監管機構檢查，並持續提升產品品質及合規表現



03

進入市場後

- 定期進行產品抽檢，以持續監控產品品質表現
- 建立可追溯的產品資料管理機制，以確保相關產品數據可查可溯
- 持續優化品質管理體系，並進一步完善管理流程及控制措施



04

售後

- 透過多元化渠道持續與顧客溝通互動，並及時回應顧客關注及反饋
- 建立並實施投訴處理機制，以確保有效且有序地接收及跟進投訴



產品可追溯性管理及產品回收程序

澳優設有內部管理政策，包括《食品安全追溯管理制度》及《產品召回控制程序》，有系統地界定食品安全追溯要求，以及召回觸發條件與執行情序。本集團利用數碼記錄系統端到端管理批次級產品資料，涵蓋原料種類、製造步驟及物流流程等關鍵要素。本集團亦透過生產、倉儲及分銷紀錄實現批次級追溯，並設有產品召回程序，確保產品資料可查可溯。此外，產品包裝上的二維碼讓顧客及其他外部持份者可查閱製造相關數據，包括檢測結果及物流資料，進一步提升透明度與可追溯性。二零二五年，本集團未錄得產品召回個案。

本集團若於產品檢驗期間或消費者購買後發現任何異常，將即時採取追溯調查行動，並按照既定程序處理事宜。發現品質問題或潛在安全風險時，本集團將迅速追溯供應鏈、生產線及分銷渠道，組織不合格或不安全產品召回，並向管理層提交事件報告，進行事後分析並改進管理措施。此舉有助降低問題再次發生的風險，持續保障消費者安全、權利及權益。

負責任營銷

澳優堅持負責任營銷，持續加強相關管理，確保產品標籤與聲明公正、準確及客觀。按照本集團的品牌標準，產品包裝資料及所有宣傳內容均須經統一審核，營銷材料必須進行合規審查與批准，產品於市場分銷前亦須完成內部審核並獲最終批准，以確保符合地方法律法規及相關指引，保障消費者權利及權益並支持在知情情況下進行決定。同時，我們透過自我檢查及合規審核加強過程監督，使執行過程更統一及一致。

佳貝艾特已設立《合規管理制度》，當中載列營銷內容的審批程序及界定相關職能的角色與責任，推動營銷活動的標準化管理。同時，佳貝艾特推出全新的《佳貝艾特品牌手冊》，為佳貝艾特的品牌身份提供方向。此外，澳優持續參與澳洲的「自願附屬追蹤過敏標籤計劃」(Voluntary Incidental Trace Allergen Labelling Programme)。在就營養品作出「無致敏」的相關聲明前，本集團先對配方成分進行全面過敏原篩查，以加倍審慎披露及加強保障消費者。

此外，本集團亦基於品牌定位、目標市場及消費者喜好制定溝通策略，並透過會員管理及品質追溯技術提升接觸效益及服務體驗。本集團利用網上動態二維碼追溯系統進一步加強品質保證及追溯能力，確保產品資料可查可溯，為消費者提供更透明可靠的產品資料支持。



澳優致力為全球嬰幼兒提供營養豐富而且安全的食品，並將負責任標籤及營銷視為實踐此一承諾的關鍵推動因素，確保準確適當地傳達健康及營養資訊。本集團已制定《澳優關於嬰幼兒食品的營銷政策》，當中載列「適宜」及「不宜」對不同對象及在不同情況下（包括普羅大眾及母親、標籤資料、醫療保健系統、醫療保健專業人員及僱員）溝通的事宜，適用於所有相關產品的營銷活動，涵蓋本集團直接及透過分銷商根據澳優全球品牌分銷的嬰兒及較大幼兒配方產品，並已獲董事會批准在整個業務範圍內實施。

為確保實行負責任營銷及產品宣稱管理時貫徹一致，本集團為全體僱員（包括合資公司、附屬公司及合約分銷商的僱員）提供政策培訓，由地方人力資源職能記錄完成強制培訓的情況。凡偏離政策均須經董事會批准。本集團亦進行內部審核，以評估政策執行與監督成效，就不符合政策的活動或材料採取糾正行動，並每年向董事會匯報實施政策的情況。

本集團相當重視全球品牌建設，不忘初心，牢記宗旨，在持續提升產品品質的同時，主動運用現代品牌建設原則鞏固品牌長遠價值。我們將有效內容傳遞與創意溝通方式視為品牌建設的重要驅動力，持續改善溝通與互動方式。除加強內部經營外，我們亦拓展與更廣泛社群的互動及參與，透過更開放包容的品牌策略，以更親切友善的方式與消費者溝通，連繫各持份者共同進步。

供應鏈管理

嚴謹的供應商管理乃本集團維持生產營運穩定、保障產品品質安全及支持長遠可持續發展的關鍵基礎。透過建立標準化的採購及供應商管理體系，本集團持續監察採購執行情況及供應商表現，促進與供應商坦誠溝通及協同改進，締結互惠互利的夥伴關係。

本集團已制定內部政策，包括《物資與服務採購管理辦法》及《澳優乳業（中國業務）供應商管理規定》，當中載列採購程序及引入供應商、評估與持續管理、加強全程系統化控制的清晰要求。本集團與供應商簽署《致相關訂約方的通知書》並訂立採購合約、品質協議、技術規格等文件，涵蓋所採購物料及供應過程，釐清雙方在品質、環保及安全生產方面的要求與責任，為長遠合作奠定基礎。此外，本集團利用採購、行政、財務、人力資源、資訊科技及供應鏈的中央化職能，加強ADP與NCP間的合作，逐步引進並共享優質供應商資源，促進跨業務單位協作，提升整體供應鏈穩定性與協同效率。





核實供應商資格

本集團進一步完善資格核實機制，持續加強對審查及引入供應商的管理。我們有系統地查核供應商的營業執照、品質管理體系

認證、生產許可及其他合規資格，特別着重支持文件是否完整及有效。同時，本集團邀請原料及包裝物料供應商填寫自我評估問卷，內容涵蓋遵守適用法律法規、負責任營商及產品品質等方面，並提供相關文件及認證以供核實，當中可包括：

- 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

對於新供應商，本集團在初期篩選階段會進行基本盡職調查及樣品評估，並要求提交相關資格文件以供核實；同時，透過抽查及現場審核確保原料及包裝物料的品质與安全。通過審核的供應商將完成合資格供應商的審批過程，經確認後納入合資格供應商清單。



及時監察品質控制

本集團持續加強供應商表現監察機制，透過定期會議、內部及第三方審核追蹤供應商表現。對關鍵原料及重要服務供應商，本

集團組織跨職能團隊進行現場審核，從品質管理、生產環境及合規經營等進行全面評估，從而加強過程監督。

發現不合規情況時，本集團及時與供應商溝通並推動糾正行動，確保有效整改。本集團同時設有供應商黑名單機制，對存在重大品質風險、合規問題或違約行為的供應商實施限制或逐步淘汰管理，進一步強強風險防控。此外，本集團持續識別並管理供應商的環境及社會風險，降低供應商在合規、經營及表現方面偏離本集團要求或適用法律法規的風險，促進供應商能力提升及合作關係穩健發展。

3



與供應商溝通

本集團透過以下多層級溝通協調機制，加深與供應商互相了解，推動資訊共享及共創佳績：

- 每年進行供應商滿意度調查，並結合每月會議機制，定期與中國供應商溝通生產事宜，以及時對接供需變化並追蹤執行進度。
- 推動本集團乳製品業務廠址與供應商互訪，透過現場溝通加深了解，以便更快回應問題及協同改進。
- 定期與供應商及內部研發、銷售、採購團隊召開溝通會議，就產品需求、市場趨勢、品質提升及可持續發展等議題交流意見，提升協作效率。
- 透過聯合項目、技術交流及業務對接，與關鍵供應商構建長遠夥伴關係，共同推進產品創新及可持續發展實踐。



持續提升產品開發

澳優持續推進綠色製造及低碳製程創新，推行多個創新項目，着重降低產品開發及生產過程

中的溫室氣體排放及能源消耗。年內，我們與包裝物料供應商合作推動包裝創新，包括優化紙箱規格以減少使用原生紙張，並升級800g荷致旗艦產品的罐蓋設計，將原獨立奶勺連罐蓋結構改為一體式雙色勺蓋，簡化組裝過程並改善包裝效率。

特別是，本集團於海倫芬新建羊奶加工設施，專為生產嬰幼兒營養品半成品設計，採用更清潔高效的製程。新設施將實現製造過程零溫室氣體排放，並達致100%無碳無氮運作，預期相比傳統乾燥塔節能約40%，進一步提升能源效率，支持本集團低碳經營。二零二五年，澳優荷蘭位於海倫芬的新設施正式投產，實現生產過程中完全零氣體排放。

4

可持續發展採購常規

澳優認同可持續供應鏈管理對加強整體經營適應力及創造長遠價值至關重要。我們將可持續採購原則融入供應商管理，積極鼓勵供應商採納負責任且合乎道德的營商手法，從而推進供應鏈可持續發展。本集團於選拔與引入供應商及持續關係管理整個過程中融入環境及社會考量，透過問卷及審核機制，注意供應商於耗能、用水、廢棄物管理、工作條件、人權及社區參與等方面的表現，並評估彼等環境管理、僱員權利及權益保障以及合規經營的情況。在荷蘭，澳優亦十分重視採購中的環境及社會考量，緊遵ISO 14001環境管理體系及ISO 50001能源管理體系等國際認可標準。

此外，本集團於採購協議及合約條款中載列清晰要求，規定向本集團供應的產品、原料、生產過程及服務須符合相關國家、地方及行業法律法規，並滿足環境要求。供應商不得提供不符合環境要求的生產原料。為確保理解一致及有效執行，中國所有供應商須簽署確認函，確認理解並遵守本集團在品質、環保及職業安全健康方面的標準及期望。

本集團每年評估供應商表現，對環境管理表現優異的供應商給予更高評級。對於未能達到本集團要求或相關標準的供應商，本集團將視情況要求整改、限制合作或終止合約，並基於投訴頻率、價格調整及準時交付表現等指標進行綜合評估，而品質職能定期進行現場視察，持續推動供應鏈合規運營及可持續發展。

穩定可靠的原奶供應為保障乳製品品質與安全的基本要素。本集團堅持從澳洲、荷蘭及其他黃金奶源區的知名生產商採購優質原牛、羊奶。澳優聯屬實體Farmel Holding B.V.作為荷蘭牛奶主要供應商，加強原奶過程品質監督及追溯管理，讓本集團可確保迅速識別任何異常並追蹤奶源。

為滿足市場對佳貝艾特羊奶系列日益增長的需求，本集團持續提升採購透明度，並已與荷蘭羊奶農建立長期穩定的夥伴關係，支持行業健康發展。與此同時，本集團非常重視牧場動物福祉及畜牧管理，對飼養手法、用藥管理及生活條件等作出明確要求，要求羊奶奶農持續達到本集團的品質與管理標準。所有羊奶奶農必須取得由NGZO夥同荷蘭農業與園藝組織聯合會(Dutch Federation of Agricultural and Horticultural Organisations)制定的「優質」羊奶(KwaliGeit)認證。該認證基於全面調查及現場評估，考慮歐洲衛生標準、營銷手法、環境可持續性及動物福利，確保優質原奶穩定供應。





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。

本集團持續參與荷蘭羊奶行業組織推出的可持續發展倡議。該項倡議乃供業界自願參加，旨在提升荷蘭羊奶奶農對可持續畜牧手法的意識與採用情況，重點關注動物健康與福利、能源效益及環境保護，同時提升行業整體形象。為協助羊奶奶農參與並提升能力，澳優提供財政援助，並透過通訊、工作坊及牧場實地探訪等方式給予支持。澳優所有聯屬羊牧場均須加入DGZK (可持續發展羊奶鏈) 計劃，確保我們所有羊奶均來自致力於提升可持續發展水平的奶農。本集團將繼續鼓勵羊奶奶農持續參與，肯定並分享階段性成果，進一步推動可持續畜牧業發展。



截至二零二五年底，**100%**的澳優羊奶奶農已參與DGZK (可持續發展羊奶鏈) 的可持續發展計劃。

適當的放牧手法能提升牧場生產力及生物多樣性。本集團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，展現荷蘭對推廣戶外放牧手法的承諾。我們與夥伴Farmel Dairy合作，向提供牛隻放牧機會的奶農提供不同化定價計劃，在業界同心協力下，全國各地的戶外放牧比例持續提升。

策略業務合作

本集團持續加強與認可供應商溝通協作。我們透過每年評審表現及跟進糾正措施，推動供應商持續改善表現，並積極分享市場動態、技術趨勢及顧客需要，及時就應用新技術及產品提供反饋，參與供應商主導的研討會及交流會，以加深了解彼等的策略方向並探索將創新融入產品開發的機會。

在包裝方面，本集團與包裝物料供應商緊密合作，優化及創新包裝方案，例如改良紙箱規格並減少使用原生紙張，以支持可持續發展及綠色採購。與此同時，我們與成分供應商維持穩定的夥伴關係，確保為現有配方持續獲得優質成分供應。透過加強價值鏈協作，澳優提升供應鏈創新及可持續表現，緊貼市場需求，為顧客提供更負責任且具競爭力的產品選擇。



澳優出席第十六屆奶業大會，支持行業攜手並肩促進發展

二零二五年七月十三日至十五日，第十六屆奶業大會、奶業20強(D20)論壇、2025中國奶業展覽會在廈門舉辦。透過專題研討會、展位展示等系列活動，會議促進乳業高質量發展關鍵議題的交流，評估轉型趨勢及發展路向，凝聚共識支持中國乳業振興升級。



第十六屆奶業大會

作為中國乳業代表及活動支持單位，澳優受邀參加多個環節，與行業同仁共襄盛舉。該倡議載列各項優先行動，包括穩定原奶採購、建立長效機制；深化產業協同，推進融合發展；加大金融支持、破解融資難題；強化技術幫扶、推動降本增效；保障質量安全，提升乳品品質；擴大精深加工，滿足多元消費，從而進一步推動中國乳業高質量發展。

與分銷商溝通

澳優利用分銷商網絡拓展市場覆蓋，加強與終端消費者的連繫及服務支持。為提升中國分銷商的專業能力，本集團定期提供針對管理能力及商業洞察力的培訓，並與重點分銷商召開聯合業務規劃會議。本集團基於營運數據及市場反饋評估分銷商業務策略及銷售手法的成效，從而支持建立夥伴實力及穩定發展分銷渠道。

二零二五年十一月五日至十日，第八屆中國國際進口博覽會(進博會)在上海舉行。澳優攜旗下佳貝艾特、海普諾凱、Nutrition Care、Oz Farm、Amalthea、CBM共六大進口品牌61款產品參展，突顯本集團在產品創新及國際發展的階段性成果。

進博會期間，Nutrition Care推出三款鼻敏益生菌新品及NC恬睡益生菌；佳貝艾特發布佳貝艾特營嘉高鈣益生菌羊奶粉新品；海普諾凱推出能立多升級版。這些新品進一步豐富本集團針對不同年齡層、多元生活場景的營養健康產品組合。作為連續八年參展商，澳優持續利用進博會這一中國推進高水平對外開放的重要平台，加強全球合作及市場洞察，加快科研創新，推進「引進來」與「走出去」協同策略，進一步拓展全球化創新發展新格局。



第八屆中國國際進口博覽會上澳優的展位