

China Modern Dairy Holdings Ltd.

中国现代牧业控股有限公司

(于开曼群岛注册成立的有限公司)

(港交所股份代号: 1117)



二零一四年度中期业绩报告



现代牧业

免责声明

本演示材料由中国现代牧业控股有限公司（“本公司”）制作，仅作为提供参考资料之用。其全部或部分内容均不可以带走、以任何方式复制、分发、或转发。参与本次演示活动，你即同意接受上述约束。任何不遵守将可能违反有关法律和规定。

本演示材料的内容不构成任何有关证券的买卖要约，也不成为有关任何合约、承诺或投资决定的依赖基础。

本演示材料可能包括前瞻性陈述。这些前瞻性声明是基于若干对未来的假设，其中一些是本公司无法控制的。本公司不承担任何义务更新任何前瞻性陈述，以反映在演示之后发生的事件或出现的情况。潜在投资者需谨记实际财务数据可能与下述前瞻性陈述有显著区别。

本演示材料内容没有经过独立第三方的验证。不能保证以及依赖内容的公正、准确、完整和正确。本演示材料内容应该在当时环境来理解，没有也不会再更新内容来反映重大的发展变化。本公司和相关董事、管理层、雇员、代理人 and 顾问在任何时候都无须为本演示材料内容负责，因此也无须为由于使用本演示材料内容造成的任何损失负责。



公司概况

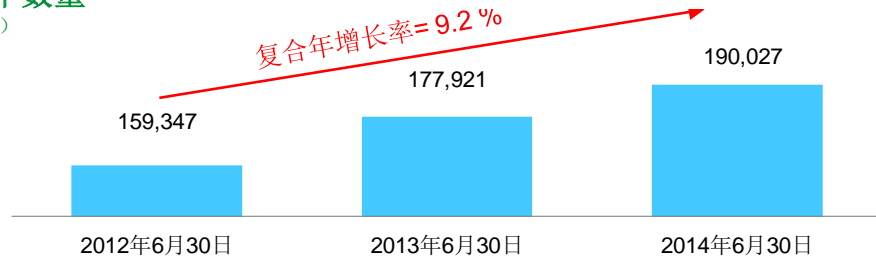
现代牧业—中国最大的奶牛养殖企业

公司概况

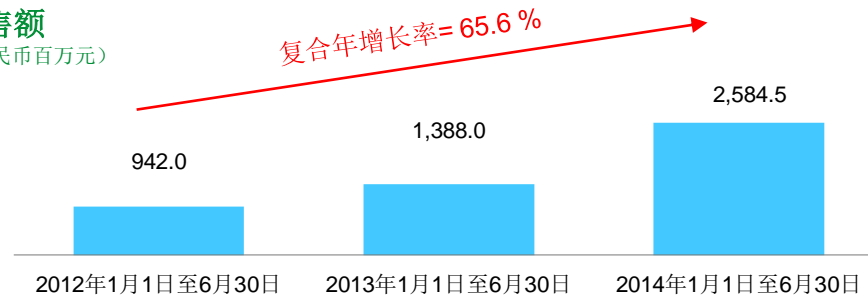
- ✓ 中国最大的奶牛养殖企业，全球第一家养牛上市公司
- ✓ 采用先进的繁殖与饲养技术，以及领先的设施与设备
- ✓ 严格的质量和安全标准，对生产链的各个环节实施最严格的安全标准和质量监控
- ✓ 工业化的散栏式饲养模式和标准化的业务操作流程及牧场设计，实现可持续的规模经济
- ✓ 生态循环的生产方式，节能降耗，降低经营成本，保护环境
- ✓ 提供中国最高标准的优质原奶，成功的解决了行业的安全危机问题

规模最大，业绩靓丽

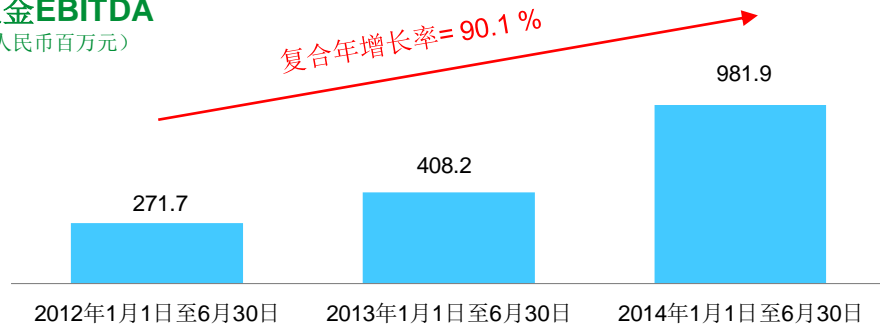
奶牛数量
(头)



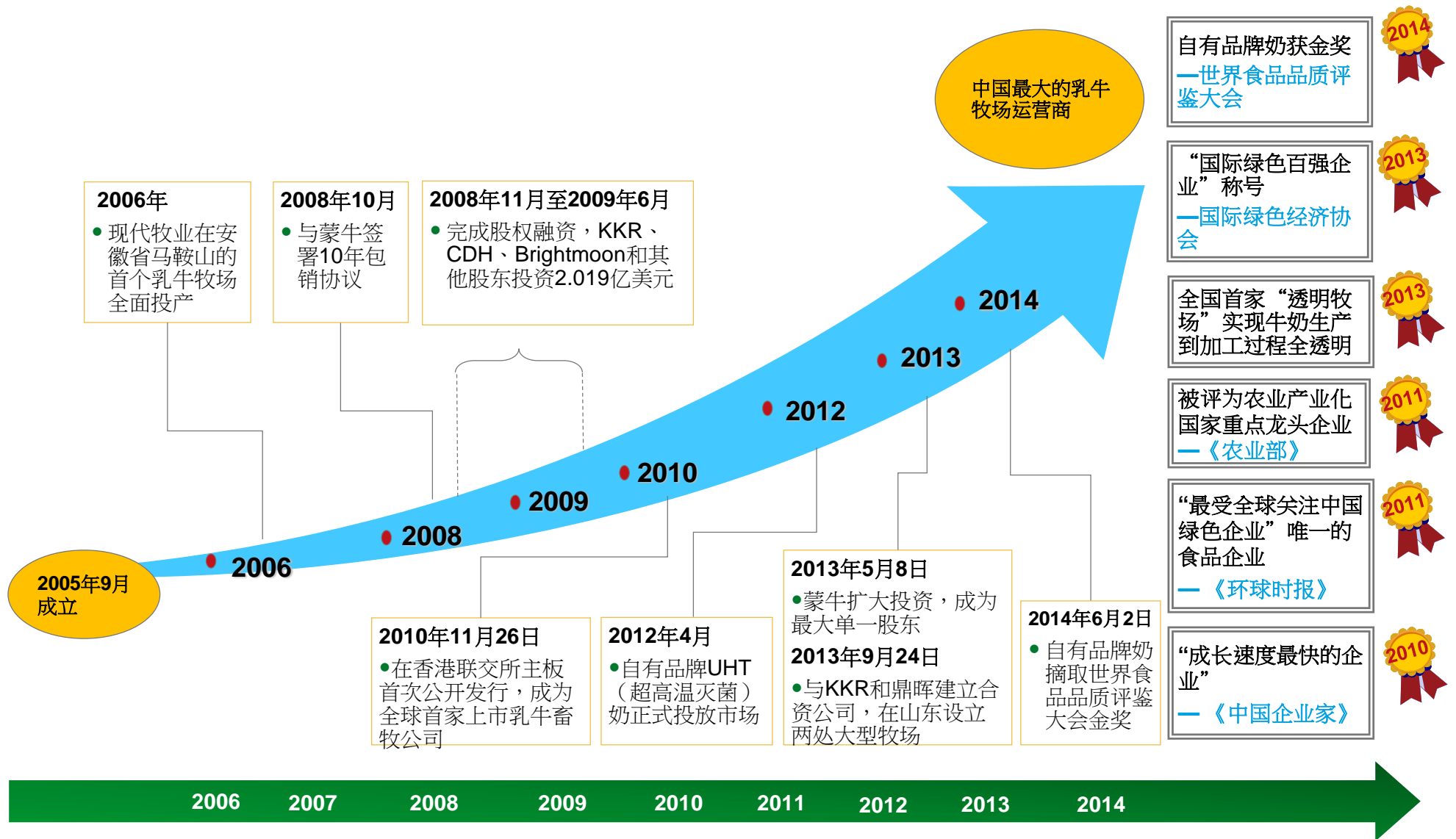
销售额
(人民币百万元)



现金EBITDA
(人民币百万元)



我们的发展历程



中国最大的奶牛养殖企业

成立于2005年,并于2010年在香港上市,现代牧业是中国最大的奶牛养殖企业,市值超过22亿美金¹。

按原奶产量计算²

排名	公司名称	2013年产量 (万吨)
1	 MODERN FARMING 现代牧业	67.9
2	 中国辉山乳业控股有限公司 China Huishan Dairy Holdings Company Limited	48.2
3	富源牧业	24.3
4	 首农 SUNLON	23.0
5	 圣牧高科	21.6

按畜群规模计算²

排名	公司名称	2013年畜群规模 (万头)
1	 MODERN FARMING 现代牧业	18.7
2	 中国辉山乳业控股有限公司 China Huishan Dairy Holdings Company Limited	14.4
3	富源牧业	7.0
4	 首农 SUNLON	6.6
5	 圣牧高科	6.0

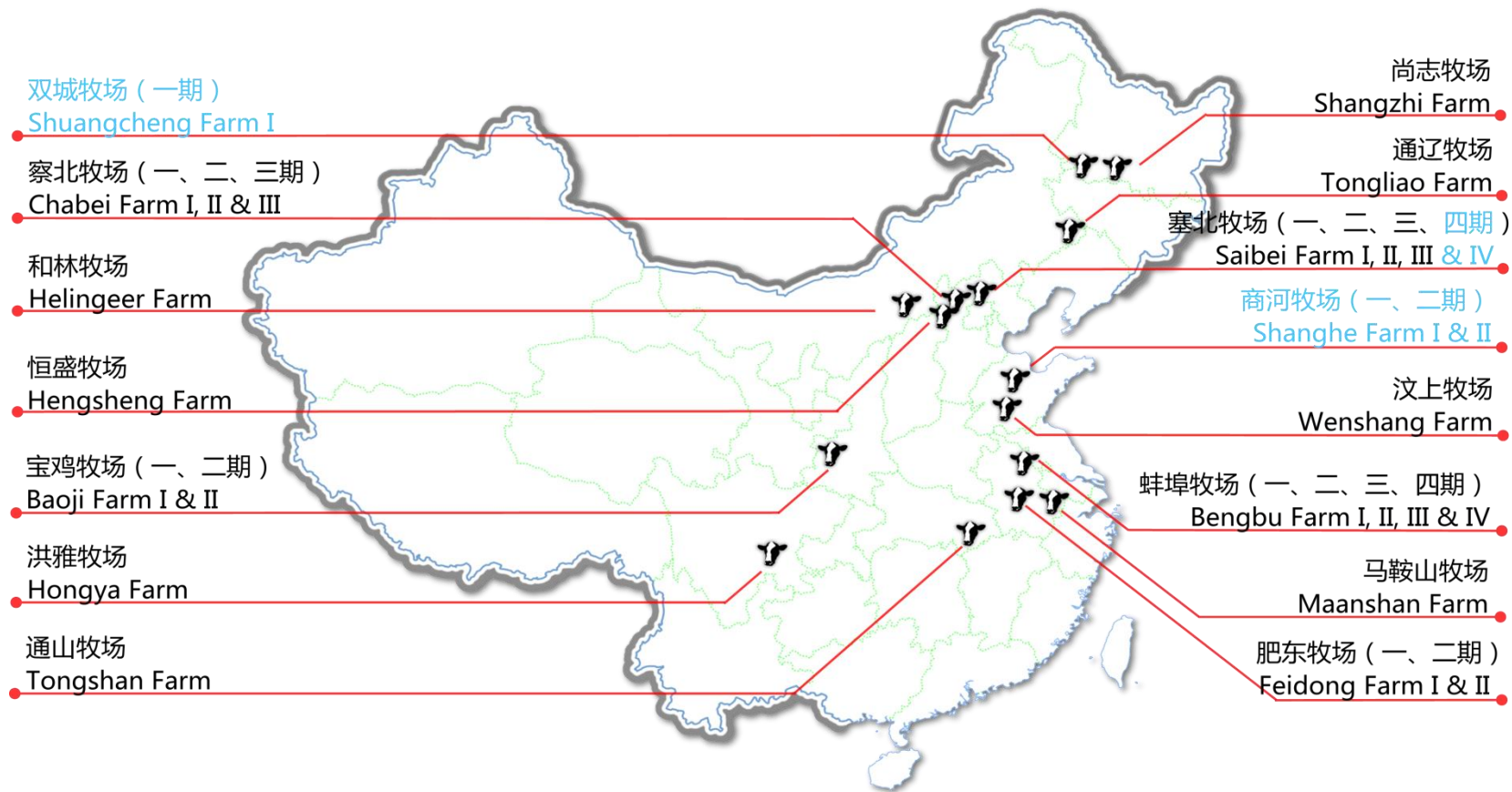
- ✓ 中国最大的奶牛养殖企业,业务遍及全国
- ✓ 借助高效的工业化业务模式实现显著规模效益
- ✓ 生产2小时完成从挤奶到加工的优质品牌奶
- ✓ 中国领先乳品加工企业的最佳合作伙伴

资料来源: 彭博和中国奶业统计摘要。

1. 基于2014年8月5日彭博数据。
2. 辉山乳业来自辉山乳业2014年3月31日止年报, 其他基于2014中国奶业统计摘要

牧场分布图

牧场分布



注：黑色表示投产牧场，共计22个，蓝色表示在建牧场，共计4个

截至2014年6月30日，我们在全中国拥有26个万头牧场，其中：投入运营22个，在建4个。畜群规模为190,027头，其中成乳牛数量为107,516头，比去年同期增加23.99%。

突出的原奶质量优势

技术手段

► 采用业内最先进的饲养和养殖技术来提高产奶的数量和质量

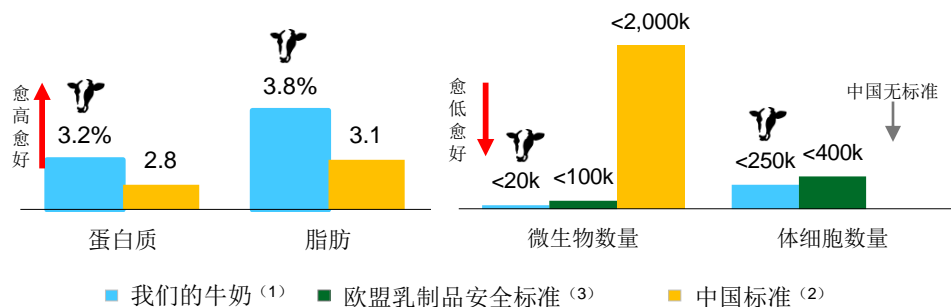
优化饲养技术

改善乳牛基因组合

优化饲料混合管理

改善饲料的营养和能量搭配

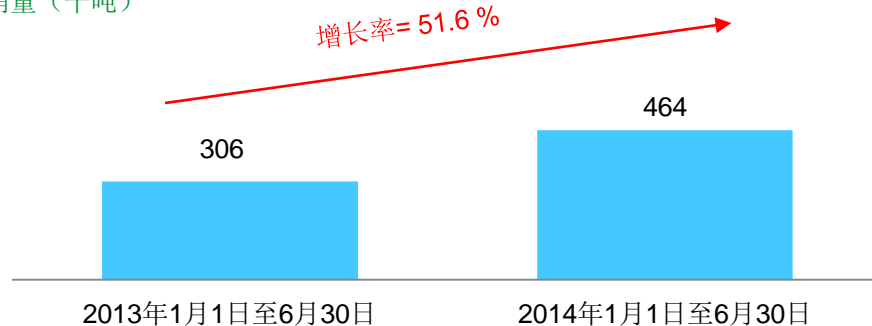
不断提高原奶质量



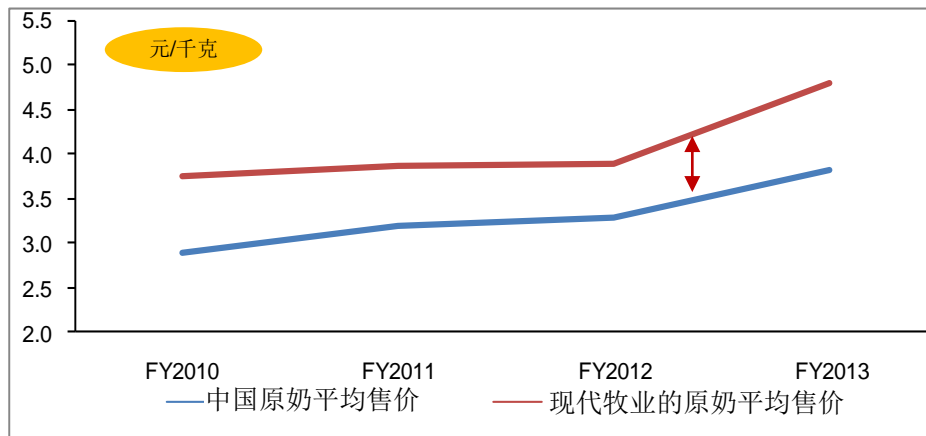
注释: (1)根据奶牛数量以及原奶产量。
 (2)国家食品安全标准—生乳, 2010年3月26日颁布。
 (3)欧盟15个成员国采用的92/46/EEC指令中生牛奶质量标准。

所产牛奶销量迅速增长

销量 (千吨)



突出的质量和营养指标使奶价高于普通原奶



资料来源: 公司数据、Wind。



最新发展动态

品牌价值的提升

荣誉

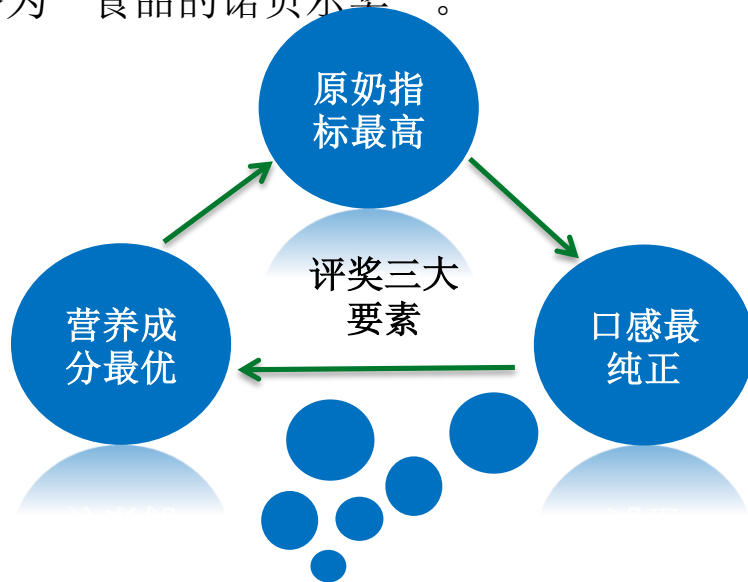


第五十三届世界食品品质评鉴大会颁奖仪式在法国波尔多市举行。现代牧业以一款常温纯牛奶斩获评委会食品类金奖，这是国产常温纯牛奶首次获此殊荣，也是全球五十年第一个纯牛奶世界金奖。

世界食品品质评鉴大会是当今世界上历史最悠久、最具代表性、最权威的品质评鉴组织，被誉为“食品的诺贝尔奖”。



Monde Selection
世界食品品质评鉴大会
金奖



我们的牛奶：零距离、无环节、两小时完成从挤奶到加工的优质产品全部符合以上三个要素

口碑相传的成效

2014年一季度中国液态奶品牌口碑报告摘要：



- ▶ 现代牧业乳制品作为一匹黑马，迅速在中国乳业崛起，一季度统计口碑总指数已跻身于全国第六。



资料来源：国家统计局中国统计信息服务中心（CSISC）与厦门市信息化局发布的《2014年一季度中国液态奶品牌口碑研究报告》



财务概况

二零一四年六月止六个月综合业绩一览

截至2014年6月30日止六个月，实现现金EBITDA同比上升140.5%，剔除公允价值后净利润上升217.2%

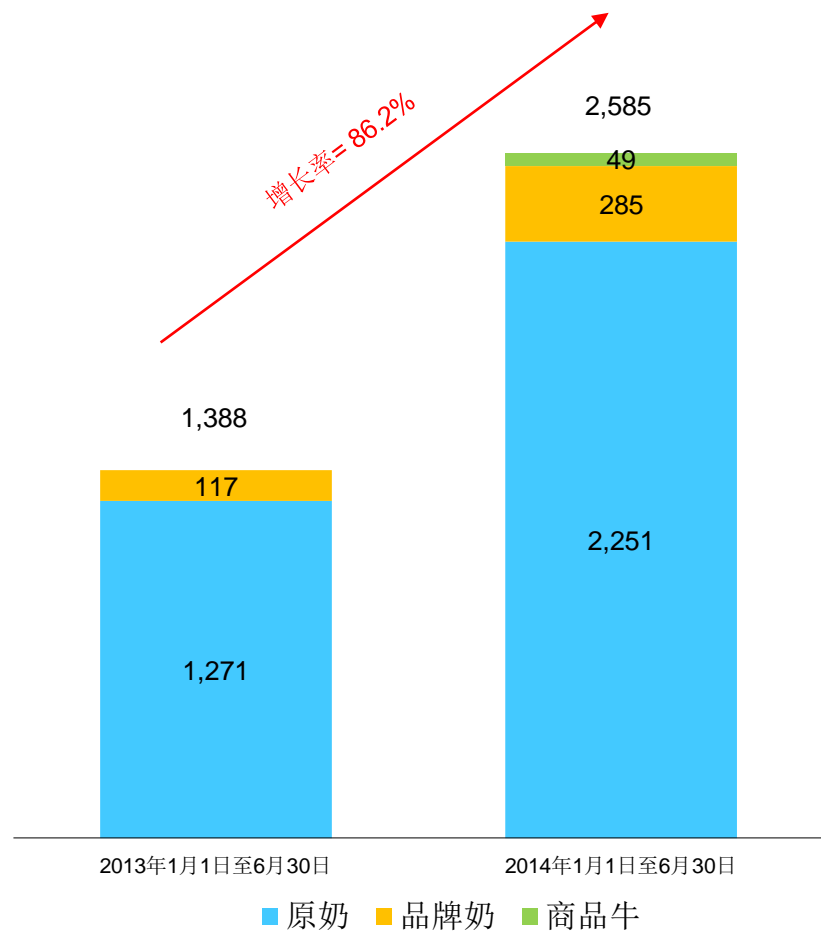
项 目	2014年1月1日 至6月30日止	2013年1月1日 至6月30日止	增加/(减少)
	人民币千元	人民币千元	%
所产牛奶销售额	2,584,535	1,388,033	86.2%
现金EBITDA ⁽¹⁾	981,897	408,213	140.5%
现金EBITDA利润率	38.0%	29.4%	8.6个百分点
公允价值变动损益	-184,486	-66,343	178.1%
净利润	545,377	163,737	233.1%
未考虑公允价值变动的净利润	729,863	230,080	217.2%
每股基本盈利（人民币分）	10.84	3.19	239.8%

注释：（1）现金EBITDA为公允价值变动损益、出售物業、廠房及設備的虧損淨額、息稅折舊及攤銷前利潤；

强劲的财务指标-销售额、毛利润及毛利率

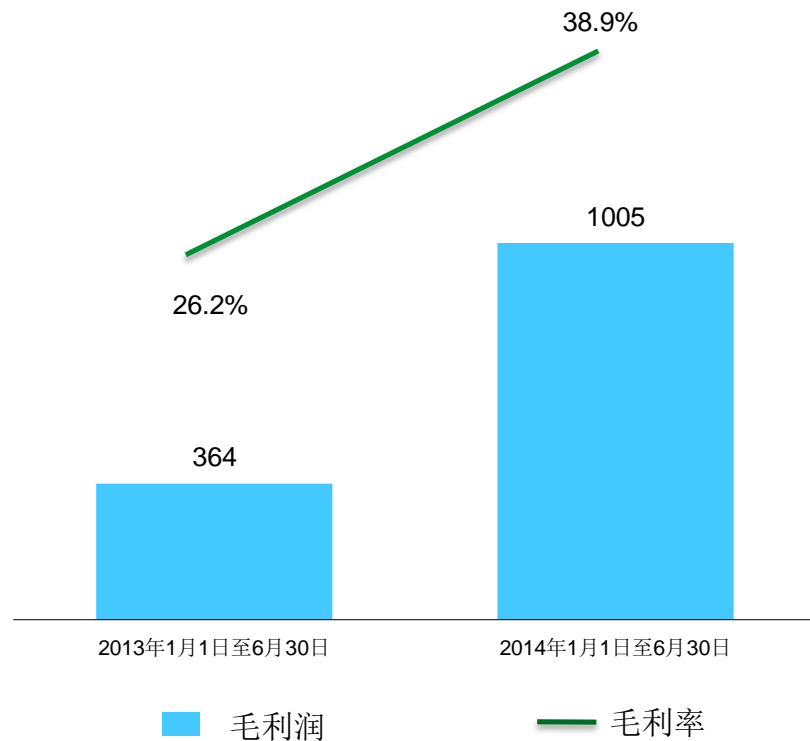
销售额

(人民币百万元)



毛利润及毛利率

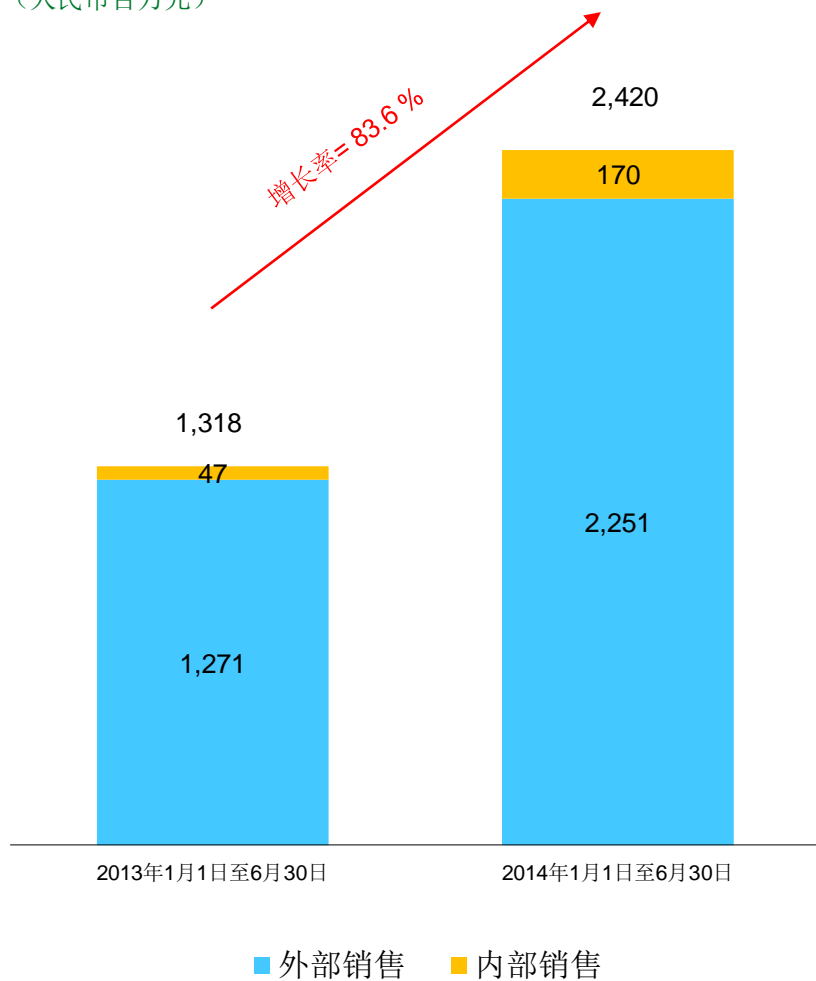
(人民币百万元)



强劲的财务指标-原奶销售

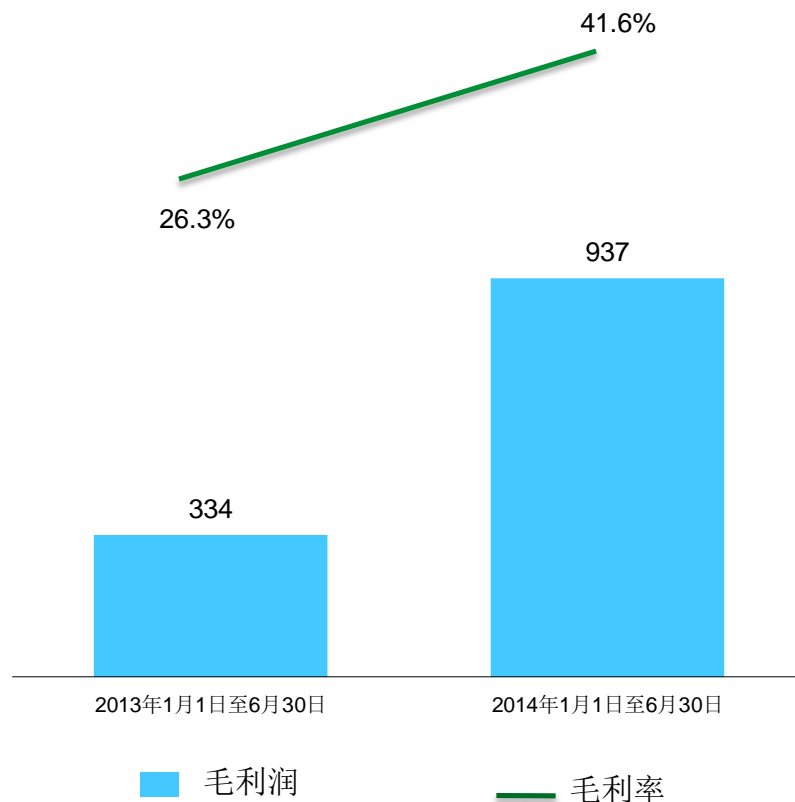
原奶销售额

(人民币百万元)



毛利润及毛利率

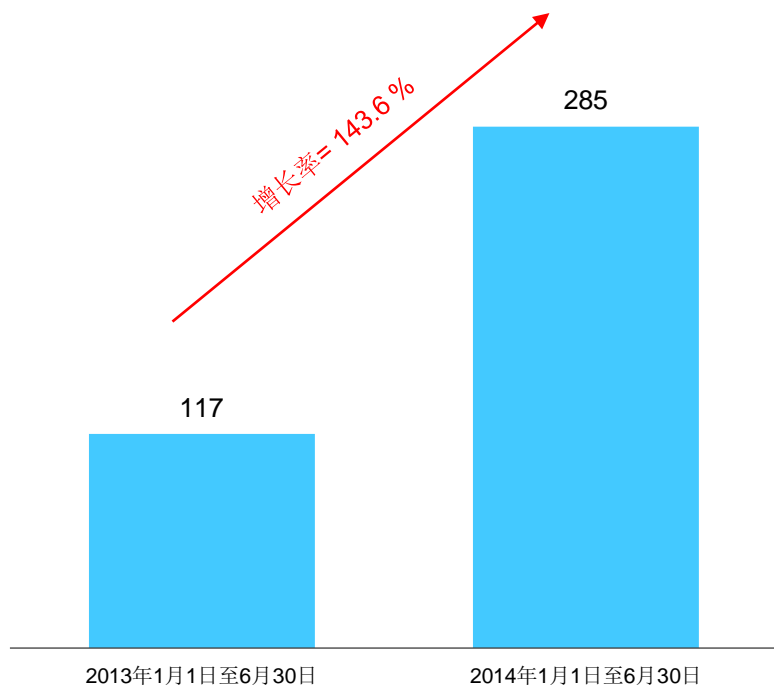
(人民币百万元)



强劲的财务指标-品牌奶

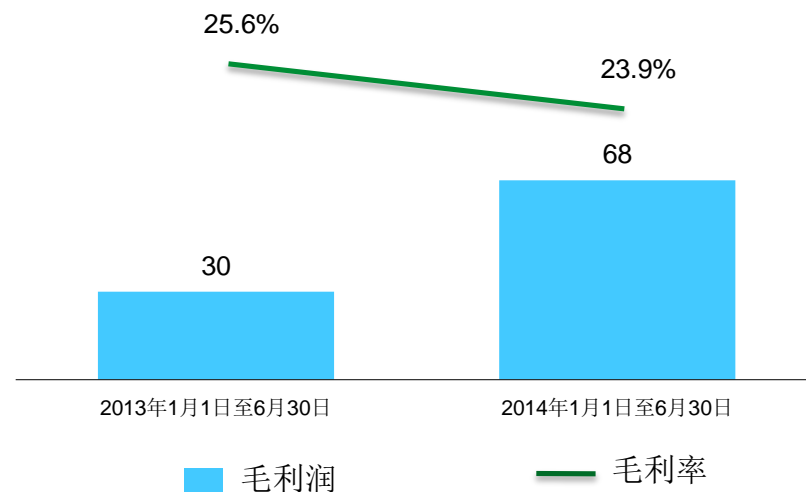
品牌奶销售额

(人民币百万元)



品牌奶毛利润及毛利率

(人民币百万元)

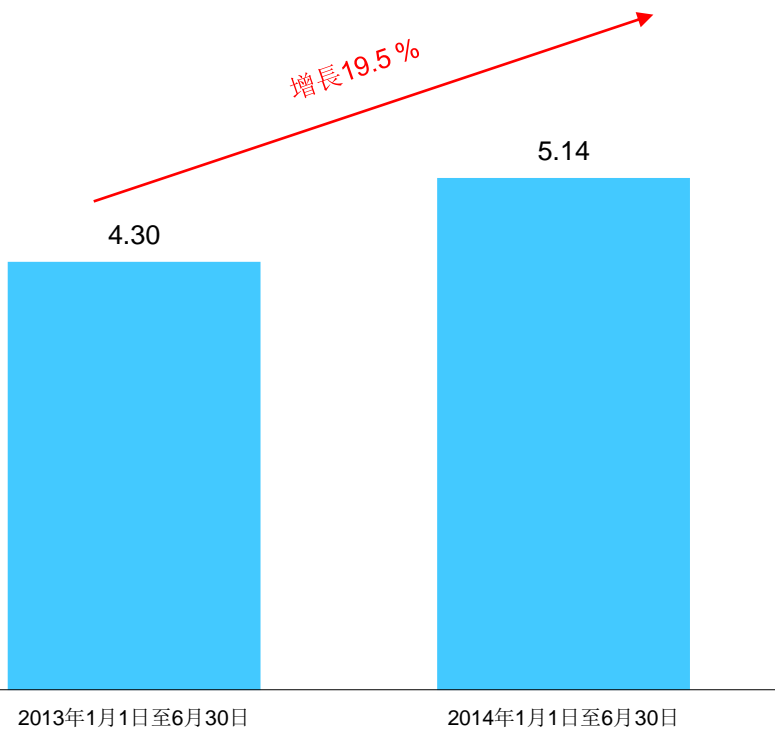


由于市场对我们品牌奶产品的强劲需求，品牌奶销售额由去年同期的117百万元上升143.6%至截至2014年6月30日止6个月的285百万元；品牌奶的毛利率则受原奶价格上涨的影响，由去年同期的25.6%降至截至2014年6月30日止6个月的23.9%。

我们的原奶成本能“部分”转移至奶价

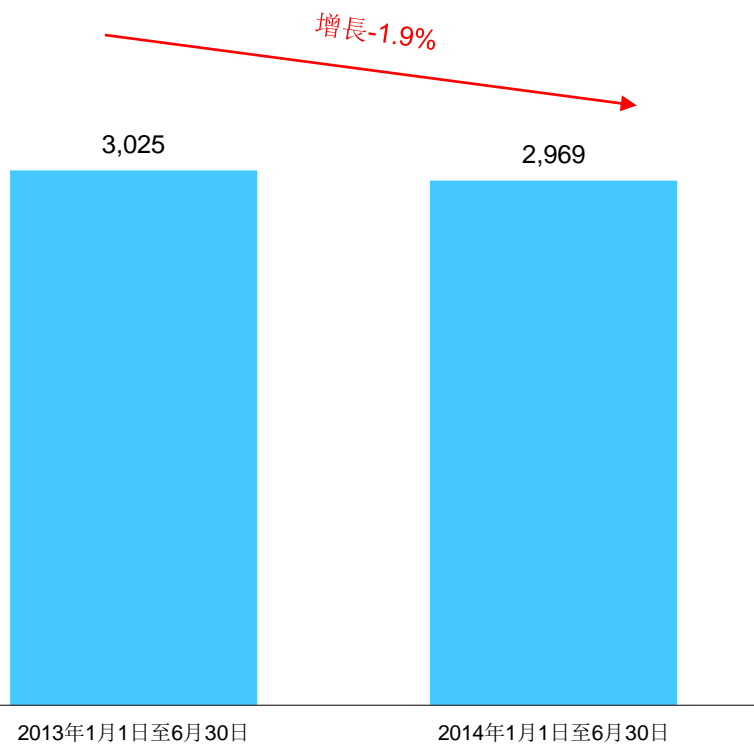
原奶售价

(人民币元/公斤)



原奶现金成本⁽¹⁾

(人民币元/吨)

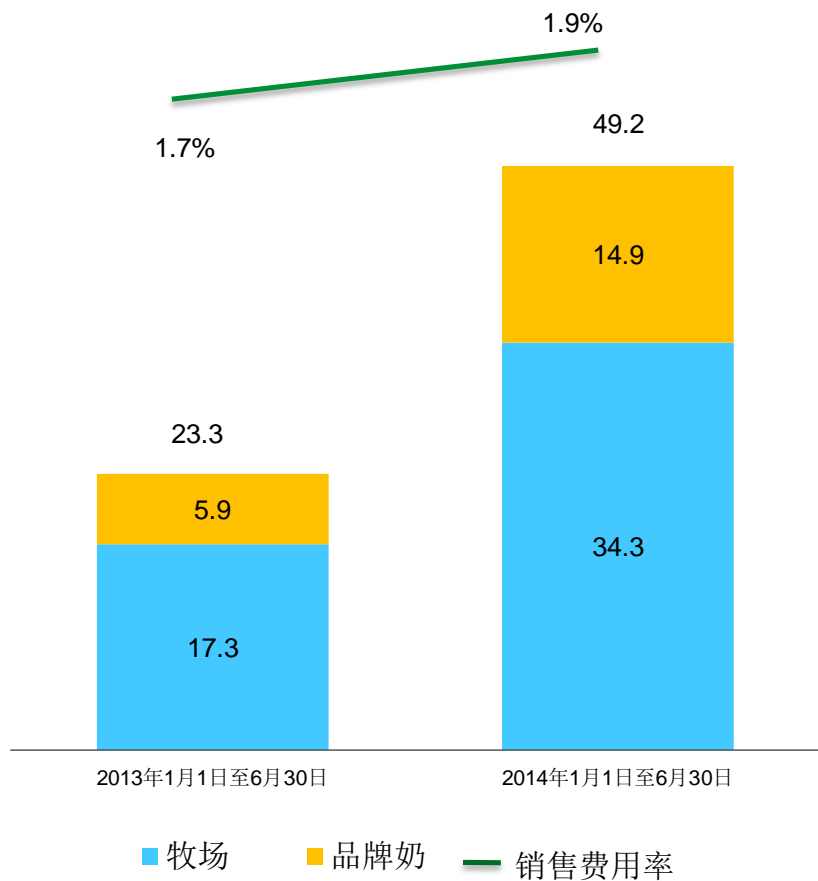


注释：(1) 原奶销售业务成本(抵消内部原料奶供应相关销售成本前) 减去折旧除以原奶销售量(抵消内部原料奶供应相关销售量前)

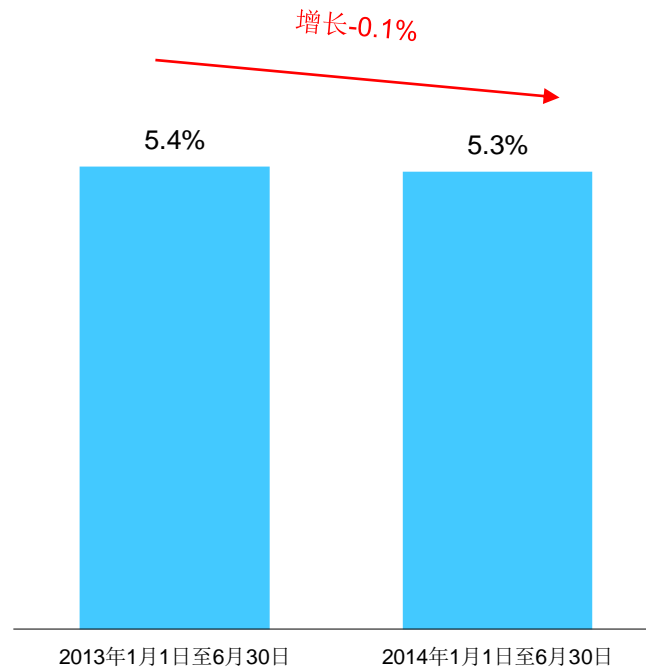
销售费用及销售费用率

销售费用及销售费用率

(人民币百万元)



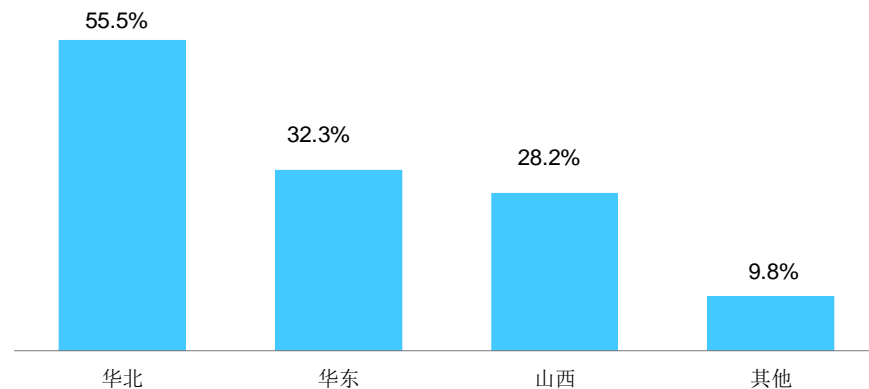
品牌奶销售费用占销售额比例



获奖
产品



KA铺货率

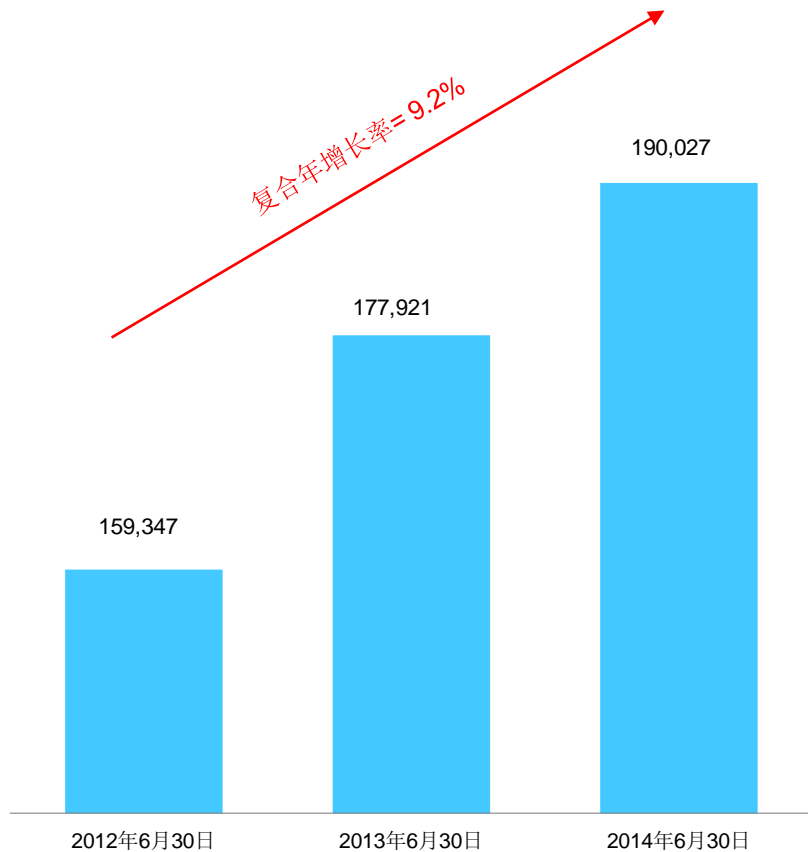


- ▶ 华北销售中心：北京、天津、河北、山东、安徽、内蒙古所属 50个一线到四线城市；
- ▶ 华东销售中心：上海、浙江、江西、江苏、福建所属 31个一线到四线城市；
- ▶ 山西销售中心：山西省所有一线到四线城市；
- ▶ 其他销售中心：1个直辖市、17个省目前已经开发104一线到四线城市；（新开拓的市场）

中国最大的规模化牧场

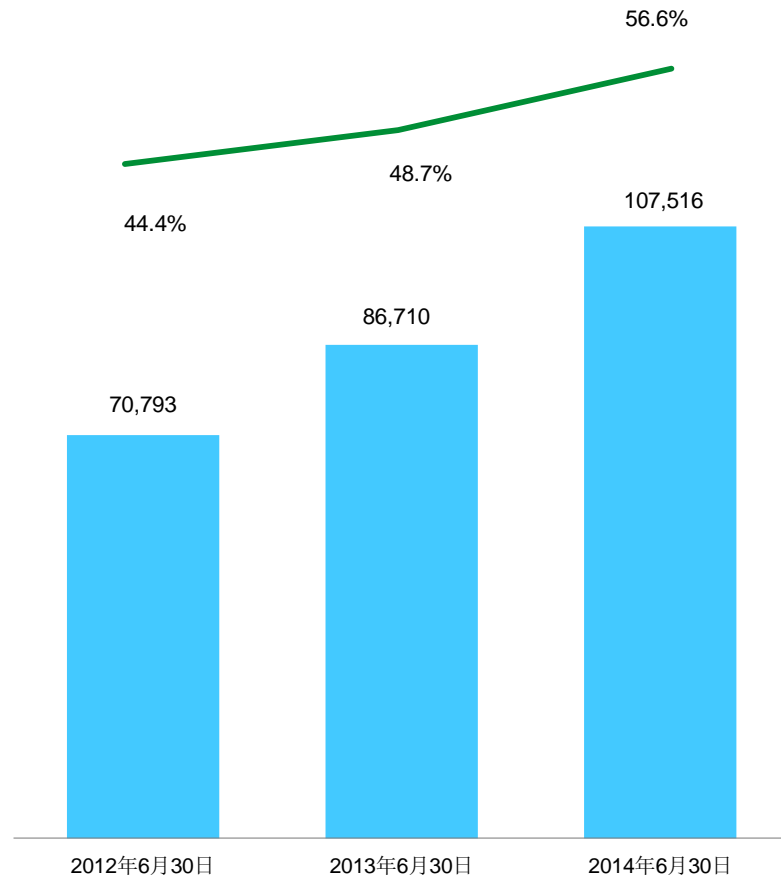
牛群数量稳步增长

牛群数量 (头)



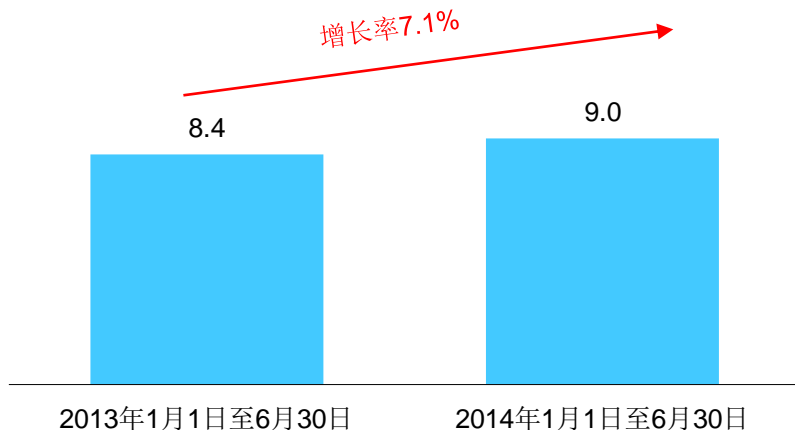
成乳牛数量迅速攀升，结构逐步趋于合理

成乳牛数量及占比 (头)

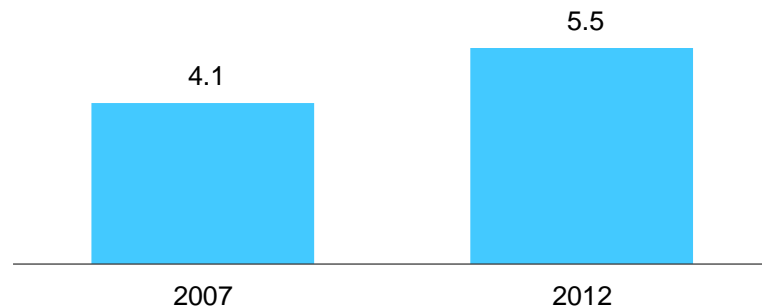


奶牛单产及牛奶销量持续上升

成乳牛单产不断提高



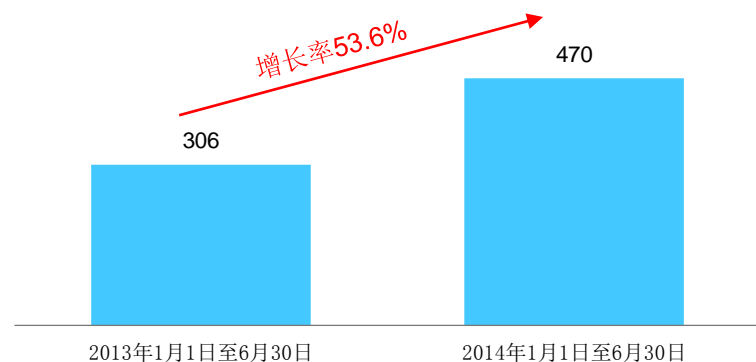
行业状况(1)



奶牛单产

项目	日单产 (kg/天)
成乳牛	24.6
泌乳牛	28.1

原奶销量不断增长(2)



注释：(1) 资料来源：国家统计局，Frost & Sullivan (2) 包含内部销售的原奶

资产规模持续增长、负债比率小幅降低

项 目	2014年 6月30日止	2013年 12月31日止	增加/ (减少)
	人民币千元	人民币千元	%
生物资产	6,297,959	5,954,363	5.8%
固定资产	4,113,612	4,032,642	2.0%
总资产	13,179,089	12,493,821	5.5%
总负债	6,756,010	6,633,087	1.9%
借贷总额	5,125,277	4,948,666	3.6%
负债比率 ⁽¹⁾	44.9%	46.3%	-1.4个百分点
现金余额 ⁽²⁾	1,014,984	799,576	26.9%
银行授信（未使用）	7,565,266	3,668,079	106.2%

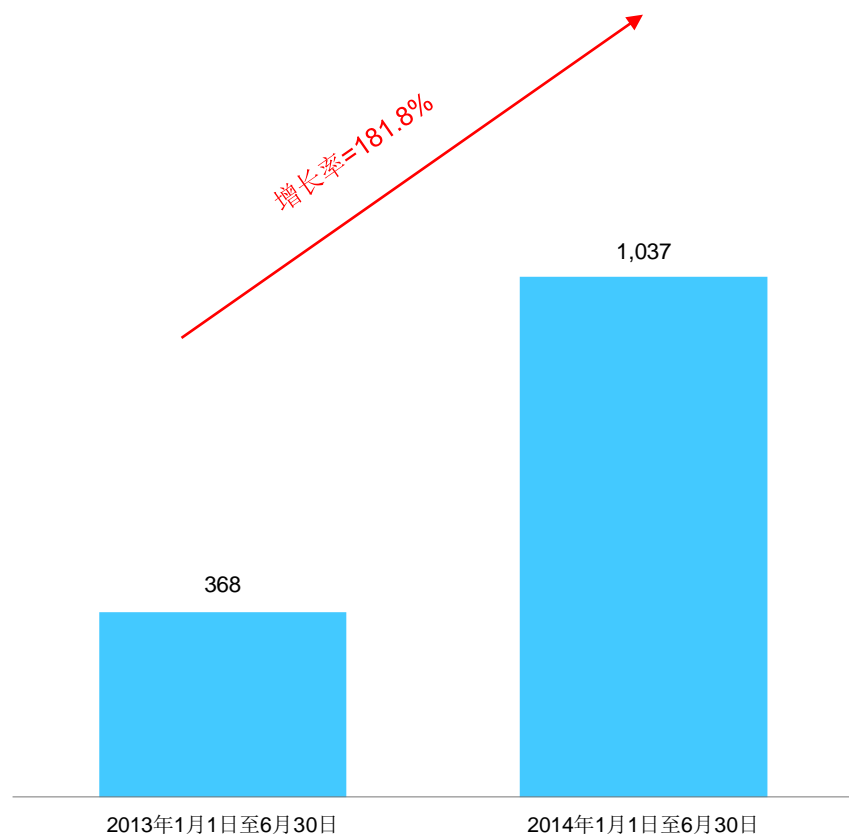
注释：（1）负债比率=有息负债/（有息负债+所有者权益账面值）。

注释：（2）包括已质押银行结余

资产利用效率

经营活动所产生现金净额

(人民币百万元)



周转天数

项目	2014年1月至6月	2013年1月至6月
存货	61	48
应收账款	38	35
应付账款	77	85

- ▶ 公司为了提高饲料的品质，加大了对青贮饲料的储存，增加了存货的周转天数；同时青贮付款期短相应缩减了应付账款周转天数。
- ▶ 公司开展了自有品牌的销售，给予客户一定账期导致应收账款天数增加，原奶销售账期为30天。

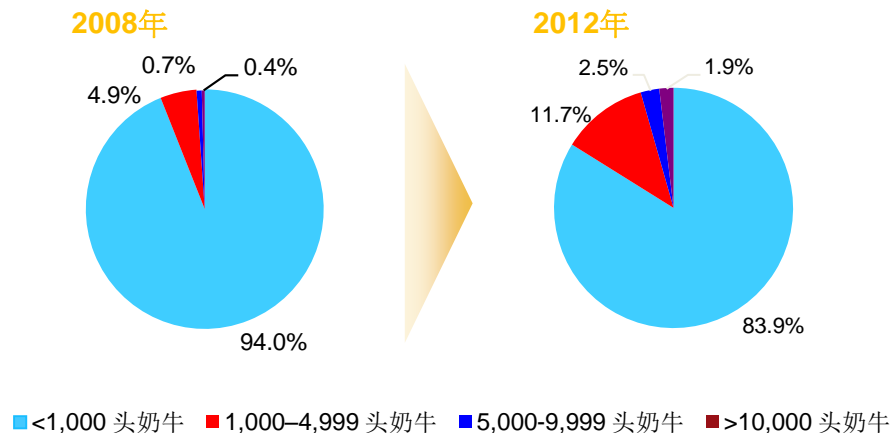


业务前景

受益于原奶需求增长及乳业整合的趋势

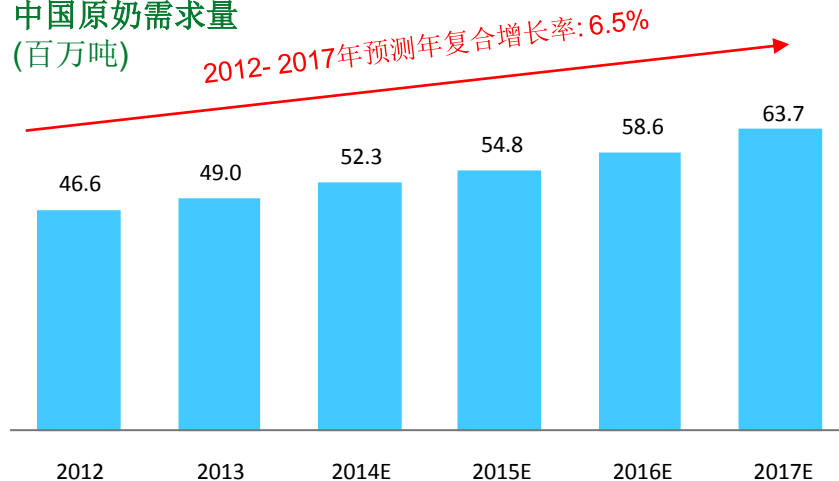
全行业整合趋势

原奶产量按牧场规模划分



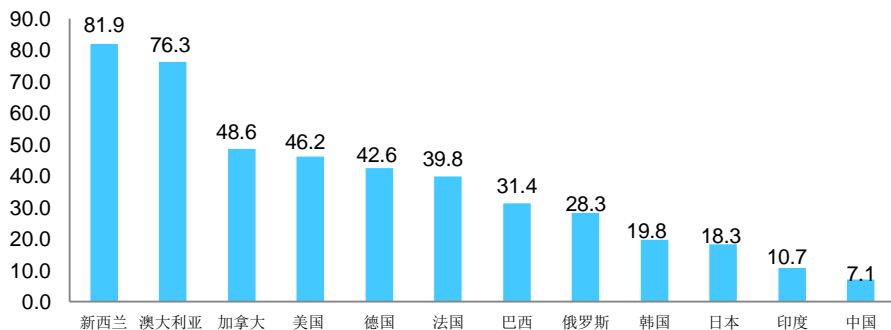
对原奶的需求增加

中国原奶需求量
(百万吨)



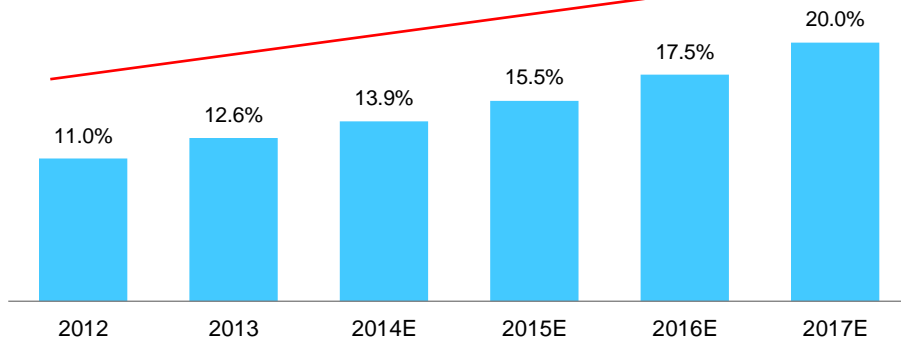
中国人均饮用牛奶量仍处于成长阶段

2013年人均牛奶消费量 (千克/人)



尤其是优质原奶

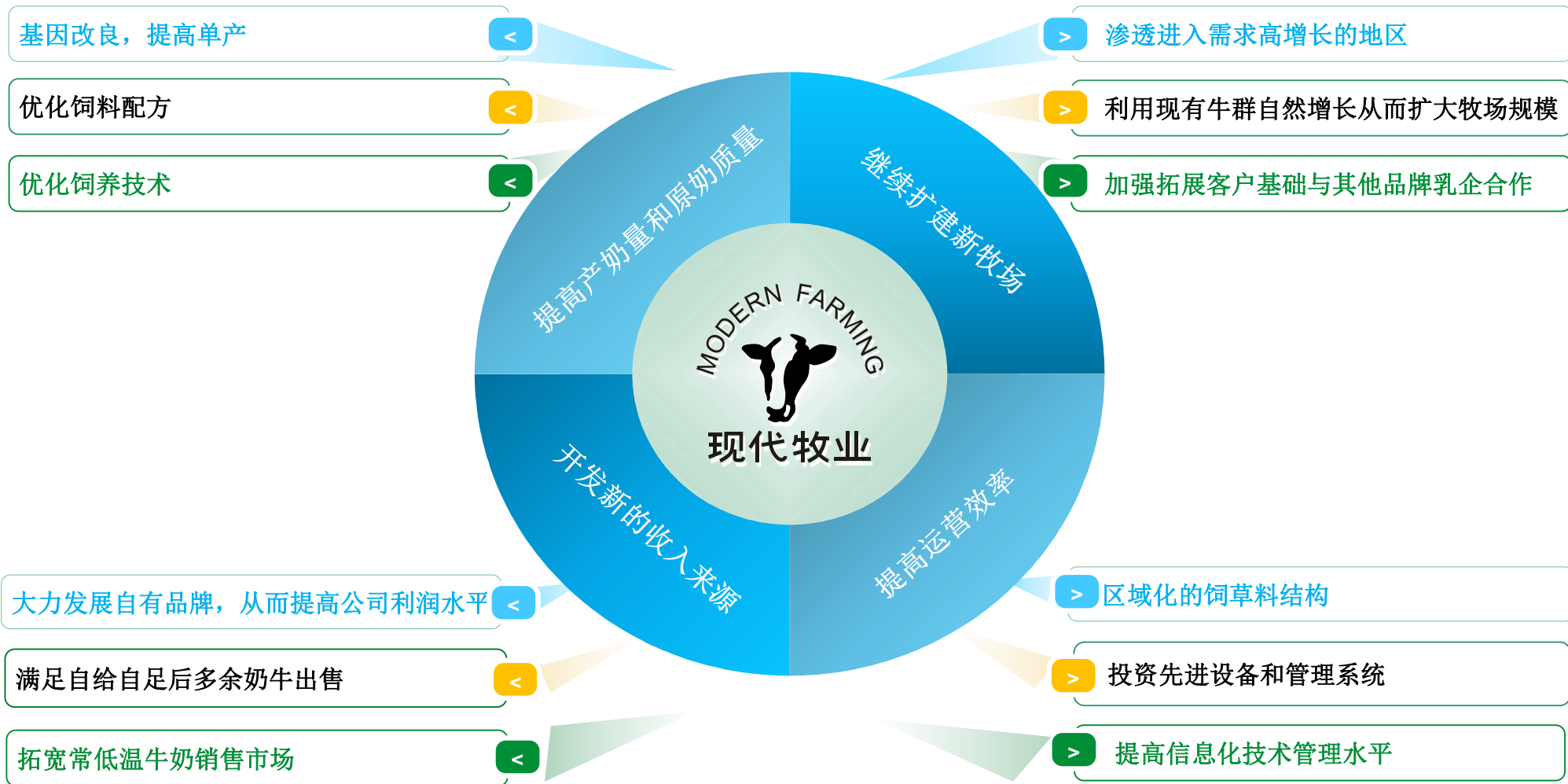
优质原奶占原奶总产量的%



资料来源: 中国国家统计局、弗若斯特沙利文咨询公司和Euromonitor International。

公司未来的增长策略

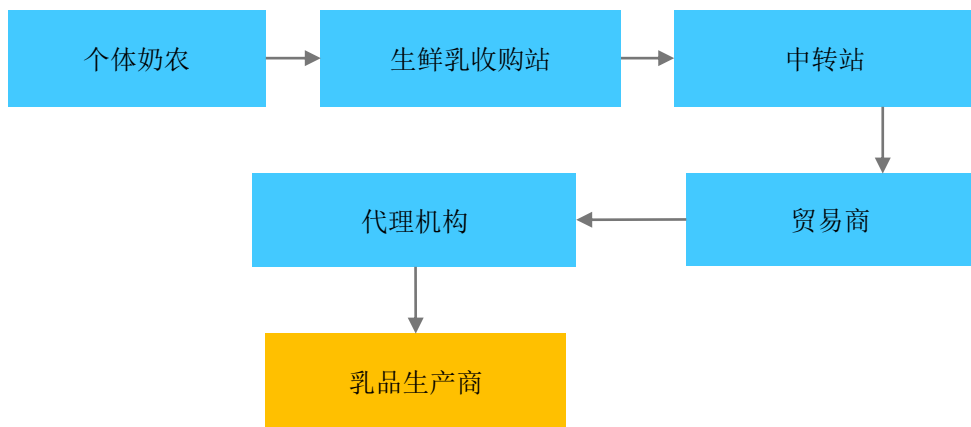
中国高质量原奶供应的品牌企业



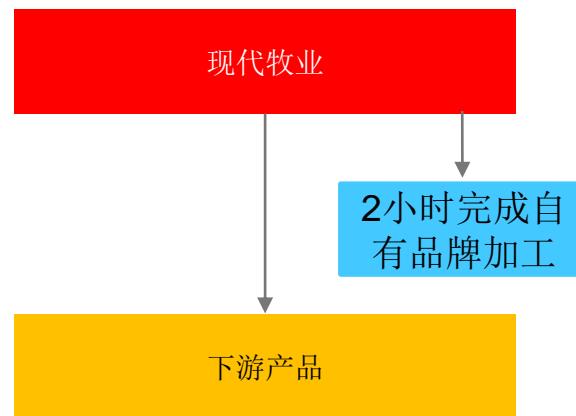
大规模牧场具有明显的竞争优势

确保奶源安全、控制成本、消除风险

个体经营牧场模式



大规模的牧场模式



vs.

大规模牧场的竞争优势



优良的奶牛品种

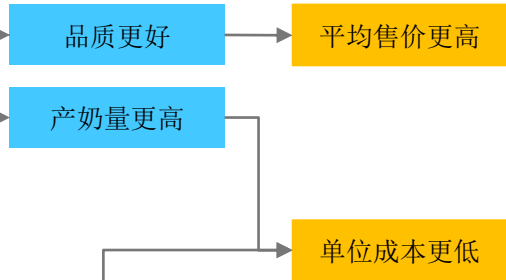
- ▶ 从澳大利亚/新西兰进口的小母牛
- ▶ 用荷斯坦公牛精液人工配种
- ▶ 选用荷斯坦全球优选的公牛

更好的饲养条件

- ▶ 优质进口牧草和施用沼液的优质牧草
- ▶ 科学的饲料组合

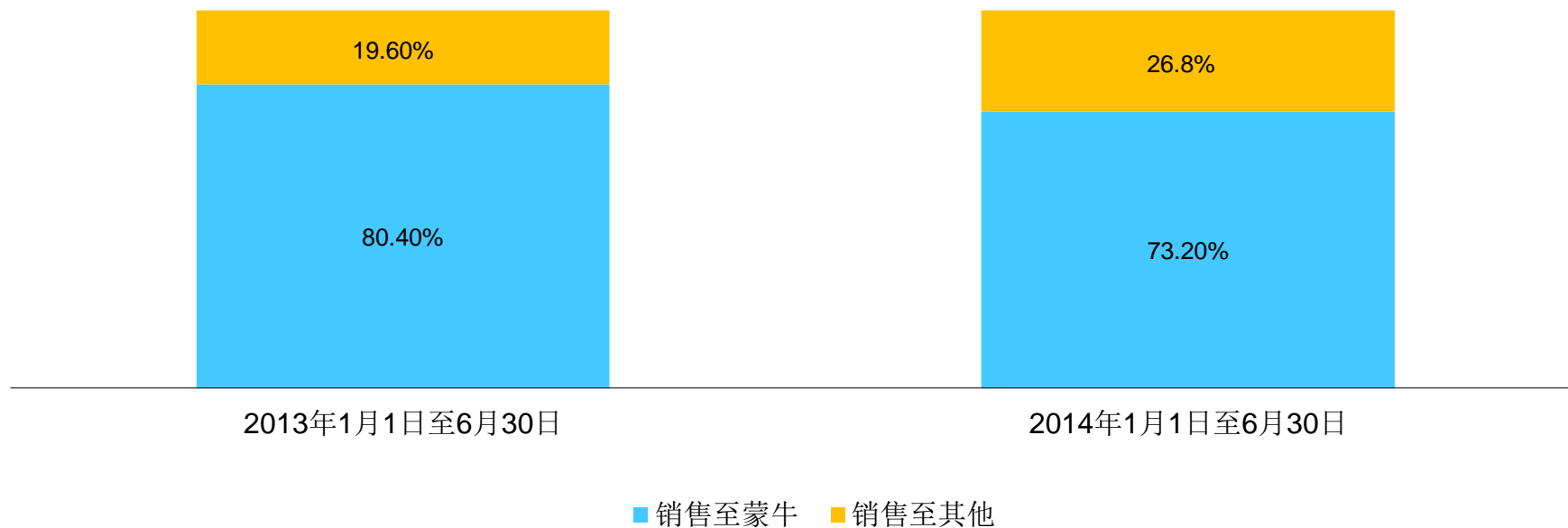
先进的设施

- ▶ 科学合理的牧场设计
- ▶ 自动挤奶设备
- ▶ 自动搅拌、撒料和清粪系统



原奶外部销售量占比(以客户群计)

原奶销售客户多元化



- ▶ 继续执行与蒙牛的长期战略销售的营销
- ▶ 积极拓宽第三方销售渠道，建立营销网络
- ▶ 2014年已经向20多家第三方客户销售原奶



谢谢!