

【請即時發佈】

BIOSTIME 合生元
Biostime International Holdings Limited
合生元國際控股有限公司

二零一五年全年業績公佈

收入達人民幣 **48.2** 億元
年內溢利為人民幣 **2.9** 億元

重新定位邁入新發展階段
策略性整合資源 把握市場增長機遇 穩固整體市場地位

財務摘要

(除另標示外均以人民幣千元計算)	截至十二月三十一日止年度	
	二零一五年	二零一四年
收入	4,818,561	4,731,563
毛利	2,984,565	2,926,931
年內溢利	293,321	806,786
每股基本盈利	人民幣 0.41 元	人民幣 1.34 元

【二零一六年三月三十日，香港】中國高端家庭營養品及護理用品供應商 — 合生元國際控股有限公司（「合生元」或「公司」，及其附屬公司，統稱本「集團」；股份代號：1112）公佈截至二零一五年十二月三十一日止的全年業績。

二零一五年，本集團邁入新的發展階段。透過於二零一五年九月收購 Swisse Wellness（「Swisse」）83%的股權，本集團重新定位為全方位的高端家庭營養及護理供應商。本集團已在中國嬰幼兒營養及護理市場奠定堅實基礎，於各大渠道居領先地位。同時，Swisse為知名的澳洲維生素及草藥和礦物補充劑（「VHMS」）市場領導者，其第四季度的銷售業務表現強勁，為集團的2015年第四季度業績提供可觀的銷售貢獻。

在Swisse的財務業績於二零一五年第四季度合併至本集團財務賬目後，本集團於截至二零一五年十二月三十一日止年度的總收入達到人民幣4,818.6百萬元，而淨利潤達到人民幣293.3百萬元。

於回顧年度內，中國嬰幼兒配方奶粉市場保持高單位數增長，同時由於新競爭對手的出現及業內推廣活動增加，競爭有所加劇。有見及此，集團採取了數項應對措施，包括成功推出合生元SN-2 PLUS親和均衡配方奶粉，以及推出一系列的折扣活動，就原有合生元牌嬰幼兒配方奶粉給予分銷商一次性折扣，因此，二零一五年度來自嬰幼兒配方奶粉的收入為人民幣3,355.8百萬元，較二零一四年減少15.7%。

在管理層成功推行策略性的應對措施後，集團的嬰幼兒營養及護理業務表現於第四季度回復正常。臨床研究證明新系列的合生元SN-2 PLUS親和均衡配方奶粉可有效促進嬰兒的均衡發育。該產品自推出後獲得市場的一致正面反饋。集團有信心其SN-2 PLUS親和均衡配方奶粉將有助於其保持競爭優勢，並實現長遠增長。

儘管行業不景氣，本集團於二零一五年維持其在嬰幼兒配方奶粉市場的地位。根據獨立市場研究公司尼爾森(Nielsen)之調研報告，集團於全國整體嬰幼兒配方奶粉市場的銷售份額由二零一四年的5.6%上升至二零一五年的5.9%，集團於整體市場的份額居第六位。線上銷售方面，集團於二零一四年下半年推出企業對客戶(B2C)線上銷售後迅速獲取市場份額，並於二零一五年躋身行業前十名。年內高端嬰幼兒配方奶粉的收入佔分部總銷售額的65.3%，較二零一四年增加2.3個百分點。

自集團成功收購Swisse部份股權，集團的產品組合擴展至成人營養及護理用品領域，產品包括以「Swisse」為品牌的維他命和保健品。Swisse於二零一五年第四季度為本集團新增銷售額人民幣849.9百萬元，佔本集團總銷售額約17.6%。根據一家獨立市場研究公司，Swisse於二零一五年佔據澳洲整體維生素及草本植物市場第一位。

於二零一五年年底，本集團開始在媽媽100 APP直銷Swisse品牌產品，受到中國客戶的熱烈歡迎。於二零一六年三月，本集團透過在天貓國際「Tmall.hk」開設首間旗艦店，正式向中國市場推出維他命和保健品，開業以來顧客流量持續飆升。目前Swisse於天貓和淘寶電商平台，是保健類產品的第一品牌。

未來，本集團將尋求在多個跨境電子商務平台銷售Swisse產品。Swisse成功於新加坡及英國市場嶄露頭角，並將繼續於歐洲、亞洲、及北美洲拓展其全球化業務。

為迎合作為領先的高端家庭營養及護理供應商之重新定位，本集團將合生元事業部、素加事業部及葆艾事業部整合成嬰兒營養及保健事業部，並設立專門的Swisse中國事業部，以支持Swisse在中國的業務拓展。在此情況下，媽媽100電子商務平台的戰略目標乃調整為內部服務平台，致力於本集團產品的專賣及營銷。本集團相信，該新結構將有助於為長期業務發展整合資源及提高經營效率。

展望未來，本集團對中國嬰幼兒及成人的營養及護理市場之發展前景感到樂觀，相信中國嬰幼兒營養及護理市場仍具吸引力，並預期該市場將受惠於全面推行的二胎政策，新政策將對新生兒的數量產生正面及重大之影響。另一方面，中國VHMS分部市場廣闊，增長潛力巨大。中國VHMS市場規模約為人民幣1,000億元，預期二零一五年至二零一九年的複合增長率達到雙位數，此乃得益於人口老齡化、中國消費者健康意識提升及可支配收入增加。該市場板塊的另一利好因素是近期推出並於二零一六年七月一日生效的《保健食品註冊與備案管理辦法》，該政策將縮短通過傳統渠道銷售之保健食品的審批過程。

本集團將堅持其全面創新市場模式，融合品牌傳播、互動教育、線上和線下POS管理及數據庫營銷（「合生元模式」）。本集團將向新興媒體分配更多資源，同時保持一定程度的傳統媒體推廣力度，將繼續發展內部客戶關係管理系統，實現精準營銷及消費者教育。

線上、線下POS管理系統下的銷售及分銷渠道擴張是本集團業務增長的關鍵動力。兒童專賣店及藥店渠道的銷售增長迅速，本集團將拓展該等渠道，藉此增加本集團產品在全國範圍內的分銷滲透率。

多年來，Swisse定位自身為一個優質、可靠及有抱負的品牌：其優質的配方採用高品質標準的原料和醫藥製程，經科學證明其品質可靠，通過贊助奧運會和名人等方式積極推廣其品牌，奠定其作為令人渴求的品牌之地位。其精密的營銷模式整合不同類型的推廣活動，可在一切營銷媒體和地區加以複製。Swisse將繼續加大投入，鞏固其在澳洲的領先市場地位。進入中國後，Swisse將完善其360度營銷模式，充分融入中國的營商環境。

最後，集團將致力於滿足客戶不斷增長的多樣化需求。展望未來，憑藉於嬰幼兒及成人和營養及護理領域的全球卓越研發網絡，本集團將尋求利用強大品牌資產及分銷網絡在不同市場擴充產品種類。除產品開發外，集團將持續推行創新的業務模式，並將繼續提升內部客戶關係管理（「CRM」）系統，以配合精準營銷和消費者教育。同時，我們亦尋求利用該CRM系統來管理Swisse的客戶數據並運用數據庫營銷，務求實現更大的協同效應。

公司首席執行官羅飛先生表示：「集團深信其戰略和強大執行能力乃獲取業務成功之保障，有助於抓住嬰幼兒及成人營養及護理分部之商機。」

- 完 -

關於合生元

合生元為中國提供高端家庭營養品及護理用品供應商。產品系列包括高端兒童益生菌沖劑、嬰幼兒配方奶粉、乾製嬰幼兒食品，及嬰幼兒護理用品。集團又持有澳洲維生素及草藥和礦物補充劑市場領導者Swisse Wellness Group Pty Ltd.的83% 股權。合生元於二零一零年在香港聯交所主板上市。

若有垂詢，請聯絡：

iPR 奧美公關

譚寶瑩 / 陸詠詩 / 梁牧謙 / 陳熹楠 / 陳樂怡

電話： (852) 2136 6182 / 2169 0467 / 3920 7683 / 3920 7651 / 3920 7656

傳真： (852) 3170 6606

電郵： biostime@iprogilvy.com