

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

BIOSTIME

Biostime International Holdings Limited

合生元國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：1112)

截至二零一六年九月三十日止九個月 未經審核營運數據

合生元國際控股有限公司(「本公司」，連同其附屬公司統稱「本集團」)為更有效向投資者及股東提供披露資料，本公司董事(「董事」)會(「董事會」)謹此公佈本集團截至二零一六年九月三十日止九個月的未經審核營運數據。以下為本集團截至二零一六年九月三十日止九個月的未經審核營運數據，連同截至二零一五年九月三十日止九個月的比較數字：

按產品分部劃分的收益(未經審核)

本公司截至二零一六年九月三十日止九個月按產品分部劃分的未經審核綜合收益及截至二零一五年九月三十日止九個月的比較數字如下：

	截至九月三十日止九個月	
	二零一六年	二零一五年
	人民幣百萬元	人民幣百萬元
	(未經審核)	(未經審核)
按產品分部劃分的收益		
嬰幼兒營養及護理用品	2,760.347	2,854.282
成人營養及護理用品	1,921.358	1,637.151
總計	<u>4,681.705</u>	<u>4,491.433</u>

附註：

1. 上表內截至二零一五年九月三十日止九個月的比較數字乃按Swisse Wellness Group Pty Ltd已於二零一五年一月一日前成為本公司附屬公司之假設而編製。
2. 已分別採用1澳元兌人民幣4.7175元及1澳元兌人民幣4.8865元編製本公司截至二零一五年九月三十日止九個月的未經審核綜合收益及截至二零一六年九月三十日止九個月的比較數字以供闡釋用途。

於二零一六年前三個季度，由於受中國嚴峻的政策環境影響，嬰幼兒配方奶粉市場仍然競爭激烈。於截至二零一六年九月三十日止九個月，本集團來自嬰幼兒營養及護理用品分部的收益較二零一五年同期減少約3.3%，減少主要由於素加品牌下的中端嬰幼兒配方奶粉產品銷售額下滑。然而，來自合生元品牌的嬰幼兒配方奶粉產品截至二零一六年九月三十日止九個月較二零一五年同期增長8.8%。根據獨立市場調查公司Nielsen的資料，本集團於中國整體嬰幼兒配方奶粉市場的份額維持平穩，由截至二零一五年八月三十一日止九個月期間的5.9%增至截至二零一六年八月三十一日止九個月期間的6.0%。

截至二零一六年九月三十日，會員零售網點數目由二零一五年九月三十日的41,027間按年減至38,025間，其中本集團VIP嬰兒專賣店數目由29,131間減至27,301間；零售機構由6,844間減至5,727間；及VIP藥房由5,052間減至4,997間。

於截至二零一六年九月三十日止九個月，本公司非全資附屬公司Swisse Wellness Group Pty Ltd (「Swisse」) 於澳洲維生素、草本和礦物補充劑 (「VHMS」) 市場保持領導地位。截至二零一六年九月三十日止九個月，源自成人營養及護理用品分部的收益較二零一五年同期增長13.3%。然而，澳洲本土市場於中國監管政策變化之後面臨代購商去庫存，源自Swisse的收益截至二零一六年九月三十日止三個月較二零一五年同期減少約15.7%。

然而，根據獨立市場調查公司IRI的數據顯示，Swisse仍保持為澳洲VHMS市場的第一品牌，市場份額於截至二零一六年九月三十日止十二個月期間達到17.1%，較截至二零一五年同期保持平穩。根據阿里巴巴的數據，Swisse截至二零一六年九月三十日止九個月於阿里巴巴平台保健品類銷售業績持續維持於首位。自Swisse在中國市場與主流跨境電商平台達成戰略合作，Swisse的銷售增長表現強勁，並且計劃在2017年初期擴大線下渠道銷售。

董事會謹此提醒股東及潛在投資者，上述營運統計數據未經本公司獨立核數師審閱或審核。由於審閱及審核調整，該等統計數據與經審核報告所披露數據或有差異。敬請股東及潛在投資者切勿過份依賴此等統計數據，於買賣本公司股份時宜謹慎行事。

附注：

1. Swisse Wellness Group Pty Ltd截至九月三十日止九個月和截至九月三十日止三個月的收入同比增長均以澳元計價。

承董事會命
合生元國際控股有限公司
主席
羅飛

香港，二零一六年十月三十一日

於本公告日期，執行董事為羅飛先生及Radek Sali先生；非執行董事為張文會博士、吳雄先生、羅雲先生及陳富芳先生；及獨立非執行董事為魏偉峰博士、陳偉成先生及蕭柏春教授。