

【請即時發佈】



## Biostime International Holdings Limited

合生元國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

二零一一年全年業績公佈

\*\*\*

年內溢利攀升 **98.5%** 至人民幣 **5.27** 億元  
維持強勁增長勢頭 進一步完善產品組合

### 財務摘要

(除另外標示外,單位均以人民幣千元計算)	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年	二零一零年	變動
收入	<b>2,189,034</b>	1,233,560	+77.5%
毛利	<b>1,456,127</b>	877,173	+66.0%
期內溢利	<b>527,351</b>	265,683	+98.5%
年內經營溢利	<b>459,151</b>	265,773	+72.8%
經營活動所得現金流量淨流	<b>516,212</b>	381,012	+35.5%
每股基本盈利 (人民幣元)	<b>0.88</b>	0.58	+51.7%
每股普通股全年股息 (港元)	<b>0.76</b>	0.20	+280.0%
已付每股中期股息 (港元)	<b>0.16</b>	-	不適用
每股末期股息 (港元)	<b>0.27</b>	0.20	+35.0%
每股特別股息 (港元)	<b>0.33</b>	-	不適用

【二零一二年三月二十一日，香港】中國高端嬰幼兒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「集團」；股份代號：1112）公佈截至二零一一年十二月三十一日止全年業績。

於二零一一年，集團實現總收入為人民幣2,189.0百萬元，較二零一零年人民幣1,233.6百萬元增加77.5%；毛利為人民幣1,456.1百萬元，較二零一零年增加66.0%，與收入的增加趨勢相符。年內溢利由二零一零年人民幣265.7百萬元增加98.5%至二零一一年人民幣527.4百萬元。每股基本盈利由二零一零年人民幣0.58元增加至二零一一年人民幣0.88元。公司董事會決議派付末期股息每股普通股0.27港元及特別股息每股普通股0.33港元。

年內，毛利率由二零一零年71.1%下降至二零一一年66.5%，主要由於：(i) 產品組合的影響，此乃因高端價位嬰幼兒配方所貢獻的收入增加，而高端價位嬰幼兒配方奶粉的毛利率較超高端價位嬰幼兒配方奶粉低，加上嬰幼兒配方奶粉所佔收入比例增加，而嬰幼兒配方奶粉的毛利率較益生菌的毛利率低所致；(ii) 供應商所收取的嬰幼兒配方奶粉的價格較高及生產的勞工成本上升；(iii) 換領禮品的成本因媽媽100會員積分的換領率上升而增加。

- 續 -

銷售及分銷成本佔總收入的百分比則由二零一零年的**36.4%**下降至二零一一年**32.4%**，主要反映本集團有效地透過媽媽**100**會員計劃和精密的價值鏈管理進行數據庫營銷活動，令我們可有效降低吸納新會員的成本和提高會員的忠誠度。

作為中國的高端嬰幼兒營養品及嬰幼兒護理用品的優質供應商，合生元一直積極在中國開發、營銷及銷售高端嬰幼兒產品，並愈來愈受市場歡迎。根據尼爾森公司於二零一一年上半年所編製的中國嬰幼兒配方奶粉市場報告，以銷售額計算，合生元在中國嬰幼兒配方奶粉行業的超高端價位分部中位列行內之首，市場份額約為**44.0%**；而在高端分部中，我們佔**7.4%**市場份額，穩踞第六位。

為滿足高端客戶各式各樣的需要，本集團於年內繼續豐富其產品組合。於二零一一年九月，本集團在中國市場推出供兒童及媽媽服用的乳鈣片及DHA咀嚼丸／軟膠囊的兩個新產品系列，藉以豐富其營養補充品種類。該等新產品旋即獲得市場的正面反應，於二零一一年九月至十二月錄得人民幣**27.5**百萬元的銷售收入，佔本集團總收入的**1.2%**。新產品系列使集團產品組合更多元化，並可延長客戶購買周期。

在產品供應方面，本集團加深與其現有嬰幼兒配方奶粉供應商在質量控制及供應方面的合作。與此同時，本集團與其他歐洲的嬰幼兒配方奶粉生產商共同開發及進行產品測試，以鞏固其於供應方面的實力及滿足日益殷切的市場需求。自二零一一年十二月起，一家新的嬰幼兒配方奶粉供應商開始為本集團生產嬰幼兒配方奶粉，新的供應來源確保產品供應的持續性、穩定性及質量。二零一二年二月，本集團亦在法國開設新的實驗室設施，專責其在歐洲生產的嬰幼兒配方奶粉的質量控制。

此外，媽媽**100**會員平台依然是本集團成功的重要一環。截至二零一一年年底，媽媽**100**的活躍會員人數及會員零售商店的數目分別增加至**825,230**及**10,240**，較上年度上升**77.3%**及**79.5%**，而媽媽**100**活躍會員的銷售佔本集團總收入約**78.0%**。透過實時分銷管理系統及積分制度，我們將繼續利用媽媽**100**會員平台加強交叉銷售及支援一系列的數據庫營銷活動，有助本集團提高銷售額及宣傳效率。

與此同時，為促進銷售及分銷渠道的拓展，本集團於中國大陸的銷售辦事處數目由**62**個增加至**87**個，並繼續為其銷售團隊提供廣泛的培訓，以支援全國的業務擴充。於二零一一年年底前，本集團所覆蓋的VIP嬰童專賣店數目增加**82.5%**至**6,727**間，而於藥房的媽媽**100**會員專區及超市的數目亦分別增加**81.1%**及**73.0%**至**545**個及**2,968**間。

於二零一一年，嬰幼兒配方奶粉繼續成為本集團最主要收入來源，年度收入為人民幣**1,684.7**百萬元，較二零一零年度大幅增加**112.3%**，佔本集團二零一一年總收入的**77.0%**。收入增加反映本集團在中國嬰幼兒配方奶粉行業內市場份額的增加，銷售網絡的擴展以及更大的市場認受性。本集團於二零一零年引進合生元呵護嬰幼兒配方奶粉，有賴於此新產品，我們的高端嬰幼兒配方奶粉（包括合生元呵護嬰幼兒配方奶粉及合生元金裝嬰幼兒配方奶粉）的收入較二零一零年增加**129.8%**；超高端嬰幼兒配方奶粉（包括合生元超級金裝嬰幼兒配方奶粉及合生元超級呵護嬰幼兒配方奶粉）的收入則較二零一零年增加**99.3%**。

益生菌的收入維持平穩增長，由二零一零年人民幣303.4百萬元增加至二零一一年人民幣332.0百萬元，增長為9.3%，佔本集團二零一一年總收入15.2%。葆艾™ 品牌嬰幼兒護理用品收入為人民幣47.8百萬元，較上年度增加24.4%，佔二零一一年總收入的2.2%。新增營養補充品收入佔二零一一年總收入的1.2%。

由於中國於二零一一年四月生效有關嬰兒穀物系列產品的新法規，及中國有關有機系列產品的新標籤法規，本集團耗時六個月以重新開發配方及重新設計包裝，導致若干地區的乾製嬰幼兒食品產品短缺。因此乾製嬰幼兒食品收入於去年輕微下降0.7%至人民幣97.1百萬元。本集團已於二零一二年一月完成重新開發及重新包裝，乾製嬰幼兒食品產品的銷售已回復正常。

展望二零一二年，本集團將繼續透過多元化的廣告宣傳提升品牌在消費者間的知名度。同時，在渠道方面，本集團會透過鞏固包括嬰童專賣店、超市及藥房在內的分銷渠道，以增加在第三線城市的滲透率。於二零一二年底，本集團計劃將覆蓋8,500間VIP嬰童專賣店、1,000個於藥房的媽媽100會員專區，以及4,000間超市。本集團將在維持高端會員基礎的同時，發展新的媽媽100會員，並定下目標在三年內將媽媽100的活躍會員人數增至150萬人。

在業務發展的同時，本集團將繼續重視產品供應的質素及穩定性，特別是其最大產品分部一嬰幼兒配方奶粉。在二零一二年，本集團將繼續與其他上游生產商就潛在合作進行試運及磋商，以確保嬰幼兒配方奶粉系列獲得長期的產能。本集團將拓闊於法國實驗室的質量控制範圍至其他營養品及嬰幼兒護理產品，並繼續與歐洲主要的乳品研究組織開展共同研究。

集團財務總監曹文輝先生說：「本集團預期中國於龍年的生育率將會有上升趨勢，高端嬰幼兒營養品及嬰幼兒護理產品市場亦將快速增長。本集團有信心，憑藉集團在高端嬰幼兒用品行業的優勢，發揮其現有的高品牌價值、嚴格產品質量控制、以及其獨特的業務模式，尤其是數據庫營銷策略等多方面的競爭力，在二零一二年吸納中國市場的龐大商機。」

- 完 -

## 關於合生元

合生元為中國提供高端嬰幼兒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、乾製嬰幼兒食品等，以合生元™ 品牌營銷。公司於二零一零年五月推出嬰兒紙尿褲等嬰幼兒護理用品，以葆艾™ 品牌營銷。根據尼爾森公司統計，合生元™ 於二零一一年上半年以44.0%的市場份額，成為中國超高端嬰幼兒配方奶粉市場中零售銷售額最高的品牌，同時亦佔中國高端嬰幼兒配方奶粉市場7.4%之份額。公司於二零一零年十二月十七日於香港聯交所主板上市。

若有垂詢，請聯絡：

### IPR 奧美公關

譚寶瑩 / 丘倩瑜 / 卓思伶 / 阮熙煒

電話：(852) 2136 6182 / 2136 6183 / 3920 7648 / 3920 7678

傳真：(852) 3170 6606

電郵：natalie.tam@iprogilvy.com / charis.yau@iprogilvy.com /  
cindy.cheuk@iprogilvy.com / caesar.yuen@iprogilvy.com