

[請即時發佈]



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

二零一六年中期業績公佈

收入達人民幣 30 億元
期內溢利為人民幣 4 億元

儘管行業面臨挑戰 集團仍保持市場領先地位
Swisse 業務持續錄得理想表現 為集團貢獻穩定收入

財務摘要

除另標示外均以人民幣千元計算	截至六月三十日止六個月	
	二零一六年	二零一五年
收入	3,008,304	1,962,902
毛利	1,928,108	1,142,904
期內溢利	404,892	204,955
每股基本盈利	人民幣 0.57 元	人民幣 0.34 元

(二零一六年八月二十三日,香港)中國領先高端家庭營養品及護理產品供應商 — 合生元國際控股有限公司(「合生元」或本「公司」,及其附屬公司,統稱本「集團」;股份代號:1112)公佈截至二零一六年六月三十日止的中期業績。

二零一六年上半年為於二零一五年九月收購Swisse Wellness Group Pty Ltd(「Swisse」)之後首個完整的半個財務年度。作為全方位的高端家庭營養及護理產品供應商,合生元已善用其資源順利對Swisse進行業務整合,並於中國啟動直銷。於上半年,本集團成功完成Swisse收購事項過渡性貸款及可換股債券的債務再融資,進一步增強本集團的資金效率及財務穩定。自去年收購Swisse以來,其業績表現理想,持續為集團收入作出貢獻。憑藉嬰幼兒配方奶粉及維生素、草本植物和礦物補充劑(「VHMS」)分部的兩個強勁品牌,本集團具備有利條件於此兩個瞬息萬變的行業中維持領先市場地位。

於二零一六年財政年度上半年,本集團截至二零一六年六月三十日止六個月的收入及純利分別為人民幣3,008.3百萬元以及人民幣404.9百萬元。其中,本集團收入上升53.3%,主要是由於Swisse品牌下的成人營養及護理用品經營分部經擴大產品分部所致。於本集團的收入當中,嬰幼兒營養及護理產品部分貢獻約57.3%的收入,而餘下的42.7%來自成人營養及護理產品分部。

由於新近頒布的嬰幼兒配方奶粉註冊制規定所帶來的緊縮效應,市場競爭依然激烈。嬰幼兒配方奶粉產品大規模去庫存及激進的價格競爭導致行業銷售量減少。因此,來自嬰幼兒營養和護理產品分部的收入較二零一五年同期減少約12.2%,來自嬰幼兒配方奶粉的收入減少14.0%至人民幣1,460.5百萬元。收入的減少主要由於中端產品競爭加劇,素加品牌下的中端嬰幼兒配方奶粉產品銷售額下滑65.7%。儘管分銷商因為法規變化的不

明朗因素而減少庫存持有水平，來自合生元品牌產品的收入維持相對穩定。

儘管競爭加劇，本集團仍繼續投資於品牌建設及消費者教育，以鞏固合生元品牌產品的市場地位。期內，益生菌分部收入的強勁增長足以證明合生元於中國市場的品牌影響力依然強大，該分部較去年同期增加**12.8%**。

雖然行業仍面臨巨大挑戰，於回顧期間，集團仍保持其於嬰幼兒配方奶粉市場的地位。根據獨立市場調查公司Nielsen的數據顯示，本集團所佔的整體嬰幼兒配方奶粉市場份額由截至二零一五年十二月三十一日止年度的**5.9%**輕微下降至截至二零一六年六月三十日止十二個月的**5.8%**。

繼Swisse的收購完成之後，Swisse旗下成人營養及產品護理部分持續為集團帶來穩定收入。鑒於澳洲及中國市場強勁銷售增長的推動，Swisse於二零一六年上半年為營業收入及純利帶來強勁的動力。截至二零一六年六月三十日止六個月，源自Swisse的收入較去年同期增加**34.9%**，達到人民幣**1,284.0**百萬元（相當於**267.6**百萬澳元）。基於IRI Worldwide的研究統計數據，Swisse於截至二零一六年六月三十日止十二個月繼續維持澳洲總體維生素及草本市場第**1**名，並持有市場份額**18.3%**。

自其旗艦店於Tmall.hk開業以來，Swisse繼續鞏固了其在天貓及淘寶平台醫療保健類第**1**名的地位。此外，Swisse亦與其他主要跨境電子商務平台（如VIP shop、Netease Kaola及JD.com）建立戰略夥伴關係，並於中國市場顯示出強勁的銷售勢頭。

展望未來，由於新近頒布的嬰幼兒配方奶粉註冊制的規定，集團認為在短期內嬰幼兒配方奶粉市場將繼續受到監管環境的影響。然而鑑於預期行業整合，新規定的中長期正面影響亦為本集團增強市場地位帶來機遇。此外，全面推行二胎政策自二零一七年起將可能大大促進對嬰幼兒配方粉產品的需求。二零一六年上半年，集團開始善用其先進營銷模式和分銷能力，以增強品牌知名度及擴大在中國的線上戰略合作夥伴關係。同時，為達到未來業務增長及產品差異化，本集團計劃於本年度年底推出Healthy Times品牌有機嬰幼兒配方奶粉產品，以增加於快速增長的有機分部的曝光。

繼《保健食品註冊與備案管理辦法》於二零一六年七月一日生效後，本集團已制定Swisse的線下策略，包括準備備案及註冊程序，以及開發可進口且能作為線下常規食品銷售的具吸引力的產品系列。此線下產品組合將由其他產品類別，如不需註冊的運動營養蛋白粉及部分Ultiboost產品補充來進行補充。展望未來，集團將啟動積極的營銷活動，以促進Swisse產品在中國市場的主動銷售，旨在應對被動銷售潛在的下滑趨勢。

本集團的長遠目標仍是成為整個家庭營養及護理產品的領先供應商，並繼續專注其多元化優質嬰幼兒及成人營養與護理產品系列的創新。本集團亦將投資於整個企業，包括品牌營銷、人才及經營能力，以保持競爭優勢，並實現長期可持續增長。

公司首席執行官羅飛先生表示：「二零一六年上半年，集團面臨行業的巨大挑戰與新近頒布法規全面實施的影響。然而，鑑於中國消費者健康意識提升，對於VHMS產品的相關需求增強，加上Swisse於VHMS市場的領先地位，集團正處於有利的位置，以把握未來龐大的商機。」

關於合生元

合生元為中國領先高端家庭營養品及護理產品供應商。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 / 韋珍明

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

傳真： (852) 3170 6606

電郵： biostime@iprogilvy.com