

【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)

二零一四年中期業績公佈

媽媽 **100** 活躍會員人數增加 **20.4%** 至約 **200** 萬名
嬰幼兒配方奶粉銷售量同比增長 **17.7%** 按金額增長 **10.5%**
期內溢利上升至人民幣 **3.12** 億元

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		
	二零一四年	二零一三年	變動
收入	2,188,974	2,061,481	+6.2%
毛利	1,345,601	1,369,597	-1.8%
期內溢利	312,223	297,507	+4.9%
每股基本盈利	人民幣 0.52 元	人民幣 0.50 元	+4.0%
每股中期股息	0.26 港元	0.25 港元	+4.0%
每股特別股息	-	0.19 港元	不適用

【二零一四年八月二十日，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）公佈截至二零一四年六月三十日止的中期業績。

截至二零一四年六月三十日止六個月，集團收入為人民幣**21.89**億元，較去年同期上升**6.2%**。期內溢利為人民幣**3.12**億元，上升**4.9%**；每股基本盈利為人民幣**0.52**元，上升**4.0%**。公司董事會決議派發中期股息每股**0.26**港元。

回顧上半年，儘管中國嬰幼兒配方奶粉業競爭更加激烈，然而本集團嬰幼兒配方奶粉的銷量和銷售額仍然錄得增長，同比分別上升**17.7%**及**10.5%**。同時，根據獨立第三方市場研究公司尼爾森(Nielsen)的報告，於二零一四年第二季度，本集團在中國綫下嬰幼兒配方奶粉市場的市場份額排名第三。

「素加」品牌旗下嬰幼兒配方奶粉業務於期內錄得強勁銷售收入，佔本集團嬰幼兒配方奶粉銷售額**19.3%**。鑑於「素加」品牌於二零一三年九月推出市場後獲消費者的積極反饋，本集團於該新品牌追加投資，增加營銷開支及建立獨立銷售團隊，成功推動「素加」品牌在全中國的高速發展。

長沙素加營養品有限公司（「長沙素加」）於二零一四年五月成功續新生產嬰幼兒配方奶粉產品的《國家工業產品生產許可證》。此許可證獲續期後，長沙素加將可以歐洲進口的奶源開始生產新的「素加」品牌系列產品，並計劃在今年年底前將新系列產品推出市場。管理層相信新產品將有助於進一步增加「素加」品牌嬰幼兒配方奶粉在中國市場的滲透率。

與此同時，本集團在歐洲的三個嬰幼兒配方奶粉供應商成功獲得 CNCA 認證，並根據規管外資嬰幼兒配方奶粉生產商的新規定於 AQSIQ 登記。本集團亦因此能夠鎖定足夠而穩定的優質進口嬰幼兒配方奶粉產品的供應。

至於「合生元」品牌旗下的嬰幼兒配方奶粉及益生菌，期內的銷售額均未達到管理層的預定目標，此乃由於競爭激烈及團隊關注不夠。為此，本集團已進行業務單位重組，重組亦已於六月三十日前完成。本集團相信，在新的業務單位架構下各個業務單位將會更加專注投入，並使各個品牌實現更快的業務增長。

「葆艾」品牌嬰幼兒護理用品收入同比增加 15.4%。於二零一四年五月，本集團嘗試向市場推出新系列的紙尿褲。該等產品在部分試點上架銷售，迄今受到廣大媽媽消費者的好評。本集團計劃在與杭州可靠護理用品股份有限公司成立的合資公司大量生產新系列的紙尿褲，新產品將於今年年底前推向全國上架銷售。

媽媽100會員平台在集團業務繼續起到重要作用。二零一四年上半年，媽媽100活躍會員平均數目按年增加20.4%至1,995,233名。媽媽100活躍會員所產生的銷售額佔本集團收入總額約84%。

於二零一四年六月三十日止，本集團 VIP 嬰童專賣店、商場超市及 VIP 藥房的數目分別增加至 16,941、5,659 及 1,900。本集團繼續追蹤其產品於分銷商層面的存貨水平及銷售情況，此乃重要的渠道管理措施以避免存貨積壓，使本集團業務得以透過實時分銷管理系統維持可持續的增長。根據實時分銷管理系統，本集團分銷商於二零一四年上半年的存貨周轉日數平均約 29 日。

爲了利用線上購物的新趨勢，本集團透過將網上訂購平台結合線下 VIP 嬰童專賣店的物流資源，建立線上到線下（「O2O」）的業務模式。二零一四年上半年，O2O 業務訂單積分佔本集團總積分 9.0%。集團目前在四個訂購平台營運 O2O 模式，包括媽媽 100 移動應用程式、媽媽 100 微信商城、媽媽 100 京東旗艦店及於二零一四年六月剛開設的媽媽 100 天貓旗艦店。於二零一四年六月底，媽媽 100 移動應用程式用戶及關注媽媽 100 微信的註冊賬戶人數合共達至約 130 萬名。目前約 14,000 間會員零售商店已加入本集團 O2O 業務，本集團計劃選取其中 3,000 間店舖打造 O2O 旗艦店，以期將這些店舖的服務流程標準化。

公司主席兼首席執行官羅飛先生表示：「管理層預期，中國嬰幼兒配方奶粉市場將繼續擴大。根據尼爾森的報告，中國嬰幼兒配方奶粉市場將於未來三年以年複合增長率 14% 增長，並會於二零一六年達到人民幣 1,000 億元的市場規模。同時，可觀的市場前景亦吸引新的參與者，故本集團預期競爭保持激烈。爲了捕捉新出現的商機及應對充滿挑戰的環境，本集團計劃採取多項策略措施。下半年，我們將推出新系列的『素加』品牌嬰幼兒配方奶粉產品，以擴闊新嬰

幼兒配方奶粉的消費者。我們亦計劃會推出新嬰幼兒紙尿褲產品以將業務擴展至更廣闊的嬰幼兒紙尿褲市場。

「鑑於線上購物已成不可逆轉的潮流，我們將加快其電子商務渠道的部署，提升本集團O2O業務模式的客戶體驗，尋求與知名的線上電商平台開展合作本集團B2C模式，並逐步授權線上零售店鋪銷售本集團的產品。為了更好迎合當今年輕母親的需求，本集團將繼續加大在新媒體的投入，以及組織創新客戶交流活動以贏得品牌認可。憑藉各業務單位的不懈努力，管理層對實現持續的長期增長充滿信心。」

- 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，及嬰幼兒護理用品。公司於二零一零年於香港聯交所主板上市。

若有垂詢，請聯絡：

iPR 奧美公關

丘倩瑜/ 譚珩/ 譚卓敏

電話： (852) 2136 6183/ 3920 7656/ 3920 7626

傳真： (852) 3170 6606

電郵： biostime@iprogilvy.com