

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

概覽

本公司在中國提供高端嬰幼兒營養品及護理用品。我們的產品家族包括高端兒童益生菌沖劑、嬰幼兒配方奶粉及乾製嬰幼兒食品產品，以合生元™品牌營銷。根據歐睿國際的資料，按零售銷售額計算，本公司的合生元™產品於二零零九年佔中國兒童益生菌沖劑產品市場約85.4%的市場份額，佔中國超高端嬰幼兒配方奶粉產品市場約13.1%的市場份額。憑藉本公司在高端嬰幼兒營養品的市場定位，我們於二零一零年五月開始以新推出的葆艾™品牌營銷嬰幼兒護理用品並同時推出主要嬰幼兒護理用品嬰幼兒紙尿褲，而二零一零年七月，我們另推出防溢乳墊，作為該類別的補充產品。

我們的產品

於往績記錄期內，我們的產品組合包括益生菌沖劑、嬰幼兒配方奶粉、乾製嬰幼兒食品及嬰幼兒護理用品。下表載述我們於所示期間按產品分部劃分的收入及佔總收入的百分比：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零零九年		二零一零年	
	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%
益生菌沖劑 ⁽¹⁾	172.2	91.4	253.8	78.0	265.9	47.6	122.5	54.3	138.5	27.9
嬰幼兒配方奶粉 ⁽²⁾ ...	— ⁽³⁾	— ⁽³⁾	40.8	12.5	238.1	42.6	81.8	36.3	287.8	58.0
乾製嬰幼兒食品	16.1	8.6	30.9	9.5	55.0	9.8	21.3	9.4	42.7	8.6
嬰幼兒護理用品	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	27.1	5.5
總收入	188.3	100.0	325.5	100.0	559.0	100.0	225.6	100.0	496.1	100.0

(1) 包括孕婦專用的益生菌沖劑。

(2) 包括適合孕婦及哺乳母親的配方奶粉。

(3) 我們於二零零八年七月開始營銷及銷售嬰幼兒配方奶粉。

(4) 我們於二零一零年五月開始營銷及銷售嬰幼兒紙尿褲，此乃我們嬰幼兒護理用品類別的第一類主要產品。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

我們於二零零三年推出合生元™益生菌沖劑產品，此後分別於二零零七年及二零零八年推出乾製嬰幼兒食品及嬰幼兒配方奶粉。二零一零年五月，憑藉在高端嬰幼兒營養品方面的市場地位，我們開始以新推出的葆艾™品牌展開嬰幼兒護理用品(如嬰幼兒紙尿褲及專供嬰幼兒、兒童和哺乳母親使用的盥洗包)的市場推廣。根據歐睿國際的資料，中國嬰幼兒配方奶粉市場的價值的增長率預期會比嬰幼兒配方奶粉零售量的相應增長更高；總零售量及零售總額於二零一零年至二零一四年的增長估計分別佔複合年增長率14.9%及17.2%。嬰幼兒配方奶粉產品的收入自二零零八年起得益於銷量上升而大幅增加，而其他產品(包括益生菌沖劑)於往績記錄期的銷售額則相對穩定。截至二零零八年及二零零九年十二月三十一日止年度及截至二零一零年六月三十日止六個月，我們的嬰幼兒配方奶粉產品收益分別佔我們的總收益12.5%、42.6%及58.0%。我們預計，嬰幼兒配方奶粉產品會成為我們的主要收入來源，但我們在可預見的將來並無計劃集中在某一特定產品分類。然而，我們的策略是繼續保持和進一步加強作為中國主要的高端嬰幼兒營養品供應商的市場地位，並擴大在嬰幼兒護理用品領域的市場份額。

我們產品類別資料載列如下：

產品類別	產品名稱	材料/產品供應商	產品製造詳情及我們的職務
益生菌沖劑	益生菌沖劑、片劑和膠囊	Lallemand	— 益生菌粉等主要成分自法國進口 — 該產品於我們GMP認證工廠製造，製造工序涉及透過篩分、混合及包裝工序將原材料轉變為最終食品
嬰幼兒 配方奶粉	嬰幼兒及媽媽 配方奶粉	Laiterie de Montaigu	— 製成品自法國原裝進口 — 該產品於我們的廣州工廠貼條碼及進行外部包裝
乾製嬰幼兒食品	嬰幼兒有機米粉	Kerry Ingredients & Flavors	— 製成品自美國原裝進口 — 該產品於我們的廣州工廠貼條碼

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

產品類別	產品名稱	材料／產品供應商	產品製造詳情及我們的職務
	多種水果粉、蔬菜粉、肉粉及其他粉狀食品	Diana Naturals、Naturex AG及Seagarden ASA	<ul style="list-style-type: none"> — 食品粉等主要成分自法國、瑞士及挪威進口 — 該產品於我們GMP認證工廠製造，製造工序涉及透過篩分、混合及包裝工序將原材料轉變為最終食品
嬰幼兒護理用品	嬰幼兒紙尿褲	First Quality	<ul style="list-style-type: none"> — 製成品自美國原裝進口 — 該產品於我們的廣州工廠貼條碼及進行外部包裝
	洗髮香液、沐浴露及嬰幼兒潤膚油	Sarbec	<ul style="list-style-type: none"> — 製成品自法國原裝進口 — 該產品於我們的廣州工廠貼條碼及進行外部包裝
	防溢乳墊	Flawa	<ul style="list-style-type: none"> — 製成品自瑞士原裝進口 — 該產品於我們的廣州工廠貼條碼及進行外部包裝

我們的主要供應商

我們從法國、挪威及瑞士等其他歐洲國家及美國進口優質成份，更大程度上確保於中國的GMP認證工廠生產兒童益生菌沖劑及若干乾製嬰幼兒食品產品的最終產品質素。我們認為最後生產是透過篩分、混合及包裝工序將原材料轉變為可消費及可面市的食品的一道重要的工序。我們委聘有質素的國際產品供應商製造我們的嬰幼兒配方奶粉及若干乾製嬰幼兒食品，包括嬰幼兒有機米粉產品及嬰幼兒護理用品，並以原包裝進口。我們持續從歐洲國家及美國採購主要原材料及聘用產品供應商的做法，令本集團有別於在國內生產或採購主要原材料的中國競爭對手。我們一直致力於生產高端產品並保持一貫的優質。以嬰幼兒有機米粉產品為例，我們與我們的產品供應商自願遵守美國一九九零年有機食品生產法所載有機食品規定及標準。本公司亦認為，本公司的品牌實力讓本公司得以發展並維繫客戶對本公司的嬰幼兒各發展階段產品組合的忠誠。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

下表載列往績記錄期內我們各產品類別收入來源細分：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止 六個月	
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零一零年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
在GMP認證工廠								
製造的產品								
— 益生菌沖劑 ⁽¹⁾	172,163	91.4	253,859	78.0	265,886	47.6	138,492	27.9
— 蔬果肉粉 ⁽²⁾	16,134	8.6	30,869	9.5	37,730	6.7	20,130	4.1
小計	188,297	100.0	284,728	87.5	303,616	54.3	158,622	32.0
原裝進口製成品								
— 嬰幼兒配方奶粉	— ⁽³⁾	— ⁽³⁾	40,812	12.5	238,108	42.6	287,864	58.0
— 嬰幼兒有機米粉 ⁽²⁾	—	—	—	—	17,245	3.1	22,556	4.5
— 嬰幼兒護理用品	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	27,098	5.5
小計	—	—	40,812	12.5	255,353	45.7	337,518	68.0
總計	188,297	100.0	325,540	100.0	558,969	100.0	496,140	100.0

附註：

- (1) 二零零九年十一月之前，我們原裝進口Lallemand生產的益生菌沖劑。
- (2) 蔬果肉粉以及嬰幼兒有機米粉為其他嬰幼兒食品類別的產品。
- (3) 我們於二零零八年七月開始營銷及銷售嬰幼兒配方奶粉。
- (4) 我們於二零一零年五月開始營銷及銷售嬰幼兒紙尿褲，此乃我們嬰幼兒護理用品類別的第一類主要產品。

我們產品中用到多種原材料。下表載列所示期間我們各產品類別的主要原材料、主要原材料供應商及其位置、我們的採購總額及採購額佔總採購額的百分比：

供應商	產品類別	主要 原材料	國家	截至十二月三十一日止年度						截至 六月三十日 止六個月	
				二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零一零年	
				人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
Lallemand	益生菌沖劑	益生菌粉 ⁽¹⁾	法國	35,655	67.2	55,922	48.9	46,400	23.8	27,295	14.1
Diana Naturals	乾製嬰幼兒食品	蔬果粉	法國	3,122	5.9	3,692	3.2	2,247	1.2	496	0.3

附註：

- (1) 二零零九年十一月之前，我們原裝進口Lallemand生產的益生菌沖劑。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

我們亦委聘多家產品供應商，如Laiterie de Montaigu、Sarbec、First Quality及Kerry Ingredients&Flavors，根據我們的設計及配方生產產品。下表載列所示期間我們自產品供應商進口的產品及其位置、我們的採購額以及採購額佔我們採購總額的百分比：

供應商	產品類別	國家	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月	
			二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零一零年	
			人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
Laiterie de Montaigu	嬰幼兒配方及媽媽營養配方奶粉	法國	—	—	27,963	24.5	99,509	51.0	86,992	44.8
Sarbec	嬰幼兒及兒童護理用品	法國	—	—	—	—	—	—	1,705	0.9
First Quality	紙尿褲	美國	—	—	—	—	—	—	30,837	15.9
Kerry Ingredients & Flavors	乾製嬰幼兒食品—米粉、燕麥粉及多種穀物粉	美國	—	—	—	—	6,405	3.3	8,206	4.2

品牌推廣、銷售及營銷

我們以合生元™的品牌名稱在中國營銷我們的高端嬰幼兒營養品系列。於最後實際可行日期，本公司經266家地區分銷商將本公司產品售予消費者，該等分銷商再將本公司產品分銷至遍佈中國各省、直轄市和自治區的逾5,000家專賣店、1,500家商場超市和眾多藥房。本公司遍佈全國的足跡，讓本公司得以在成熟且增長最迅速的中國市場上佔優。透過我們先進的實時物流管理系統，我們持續在地區分銷商層面追蹤產品的存貨及銷售水平，以監測分銷系統的穩定性。我們要求我們的地區分銷商付清採購款後方交付產品，以減低應收款項對我們的財務狀況及現金流量的影響。為進一步鞏固與客戶及我們的銷售渠道之間的關係，以及客戶與客戶之間的關係，我們亦創立了媽媽100會員計劃(讓我們的會員可享用我們的客戶服務及護理諮詢熱線即客服熱線，以及mama100.com網站、會員積分累積計劃的一項主要服務計劃。我們亦提供月刊訂閱及其他獨家服務。截至二零一零年六月三十日，媽媽100會員計劃擁有約1,830,000名登記會員，其中約322,000名為活躍會員。

本公司持續專注高端嬰幼兒營養品業務外，同時與產品供應商合作開發若干嬰幼兒護理用品，如洗護產品。二零一零年五月開始，本公司向我們的客戶推出以新品牌葆艾™為名稱的多類嬰幼兒紙尿褲。我們計劃憑藉本公司廣泛的消費者基礎和完善的分銷網絡開拓該項新業務。嬰幼兒紙尿褲在二零一零年五月推出後直至二零一零年六月三十日的銷售額已達人民幣27.1百萬元。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

研發

我們的研發方法主要著重於與我們的原材料供應商及產品供應商共同開發或合作，整合創新技術、高品質原料及先進的生產工藝，並憑藉管理層的生物技術背景、對當前市場需求的了解及與我們的原材料供應商及產品供應商間穩定的關係，開發供嬰幼兒、兒童和母親使用的高端產品。在進行商業化生產前，透過與供應商共同進行廣泛的可行性研究及實驗室研究，我們與供應商合作修改我們產品的規格及／或改良配方。

於往績記錄期內，我們的共同開發及合作方案包括益生菌沖劑的成分升級及開發嬰幼兒配方奶粉的特別配方、嬰幼兒有機米粉新食譜以及嬰幼兒護理用品的新產品線。對於完全由我們產品供應商生產的產品，我們作為產品品牌的所有人以及相關配方的開發商及擁有人，於選擇成分及控制成分方面與產品供應商緊密合作，並通常根據產品供應合同指定特定成分及組成，以確保符合我們任何特定在產量、功能、安全、質量及成本方面的標準。儘管我們或許未掌握或擁有生產產品所用的所有創新技術及原料，但透過與供應商合作，我們可在生產產品時應用該等技術及原料。舉例而言，在嬰幼兒配方奶粉產品中額外添加β-植物油及應用全配方噴霧乾燥技術促進營養分解。整合技術、配料及生產是複雜的過程，須得到生物技術與營養知識及經驗的支持，尤其是像我們的產品這類高端保健食品及嬰幼兒配方奶粉產品。

我們的研發團隊由一群經驗豐富的生物技術專家領導，主要負責融合目前世界上可供利用及使用的創新原料以及先進技術，以生產我們的產品。

下表載列往績記錄期內我們研發成本的細分：

	截至十二月三十一日止年度			截至
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	六月三十日 止六個月
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
實驗及檢測成本(包括材料成本)	3,106	465	1,010	268
員工薪金(包括社會保險基金)	198	998	2,569	1,089
其他	408	709	706	262
總計	3,712	2,172	4,285	1,619

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

市場份額及財務業績

根據歐睿國際的資料，按零售銷售額計算，本公司的合生元™產品於二零零九年佔中國整體嬰幼兒食品行業⁽¹⁾約1.1%的市場份額及佔其他嬰幼兒食品行業⁽²⁾約1.7%的市場份額。

於往績記錄期間，本公司錄得大幅收入及盈利增長。本公司的總收入從截至二零零七年十二月三十一日止年度人民幣188.3百萬元增至截至二零零八年十二月三十一日止年度人民幣325.5百萬元及截至二零零九年十二月三十一日止年度人民幣559.0百萬元，二零零七年至二零零九年的年複合增長率為72.3%。本公司的純利從截至二零零七年十二月三十一日止年度約人民幣17.5百萬元增至截至二零零八年十二月三十一日止年度人民幣35.2百萬元及截至二零零九年十二月三十一日止年度人民幣108.3百萬元，二零零七年至二零零九年的年複合增長率為148.8%。截至二零一零年六月三十日止六個月，我們的收入為人民幣496.1百萬元，較二零零九年同期增長119.9%，而截至二零一零年六月三十日止六個月，我們的純利為人民幣116.8百萬元，較二零零九年同期增長229.0%。

本公司的競爭優勢

我們相信，以下競爭優勢有利於本公司於高端嬰幼兒營養品及嬰幼兒護理用品市場競爭中佔據有利位置：

- 我們強大的品牌可以促進高端產品及市場開發的成功；
- 具創新意識及以消費者為本的營銷策略，增強了我們品牌的知名度；
- 實時物流管理系統促進分銷網絡有效運作；
- 有效的消費者服務平台，促進了我們的客戶基礎強勁增長；
- 整合來自信譽良好的原材料供應商及產品供應商的優質原材料及生物技術的能力；
- 嚴謹的品質保證及監控，確保了產品安全；及
- 具有深厚行業經驗的幹練管理團隊以確保我們的業務成功發展。

附註：

- (1) 嬰幼兒食品行業包括嬰幼兒配方奶粉及其他嬰幼兒食品分部。
- (2) 其他嬰幼兒食品行業包括速食嬰幼兒食品、乾製嬰幼兒食品及其他分部。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

本公司的業務策略

本公司主要業務目標乃維持及進一步鞏固本公司作為中國高端嬰幼兒營養品主要供應商的地位，並透過以下主要策略拓展嬰幼兒護理用品的市場份額：

- 不斷提升品牌知名度，專注高端市場；
- 增加我們在會員平台方面的投資；
- 持續擴張及發展銷售分銷網絡；
- 進一步豐富及擴展我們的產品種類；
- 進一步鞏固與供應商、學術機構及慈善基金組織的合作關係；及
- 進一步改善我們的信息技術系統及基礎建設。

過往財務資料概要

合併全面收益表

下表載列所示期間的合併全面收益表節選資料：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零零九年	二零一零年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
收入	188,297	325,540	558,969	225,643	496,140
銷售成本	(50,425)	(88,666)	(163,016)	(67,365)	(143,700)
毛利	137,872	236,874	395,953	158,278	352,440
其他收益及利益	554	922	3,061	1,162	4,549
銷售及分銷成本	(95,026)	(168,844)	(248,299)	(103,425)	(190,319)
行政開支	(9,992)	(20,321)	(26,462)	(10,165)	(28,361)
其他開支	(6,006)	(4,025)	(6,100)	(1,471)	(2,514)
除稅前溢利	27,402	44,606	118,153	44,379	135,795
所得稅開支	(9,916)	(9,444)	(9,836)	(8,911)	(19,042)
年／期內溢利	17,486	35,162	108,317	35,468	116,753
以下人士應佔年／期內溢利：					
本公司擁有人	17,487	35,066	108,317	35,468	116,753
非控制權益人	(1)	96	—	—	—
	17,486	35,162	108,317	35,468	116,753

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

合併財務狀況表

下表載列於二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日及二零一零年六月三十日的財務狀況表節選資料：

	於十二月三十一日			於
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	六月三十日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
非流動資產	15,487	27,869	29,755	37,307
流動資產	88,265	147,429	253,664	394,814
流動負債	63,494	86,625	112,862	180,151
流動資產淨值	24,771	60,804	140,802	214,663
資產淨值	40,258	88,673	170,557	251,970

合併現金流量表

下表載列所示期間的合併現金流量表節選資料：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零零九年	二零一零年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
年／期初現金及 現金等價物	31,104	47,935	59,765	59,765	133,795
經營活動所得現金 流量淨額	24,314	23,183	109,798	13,545	143,030
投資活動所用現金流量淨額	(9,926)	(11,605)	(9,835)	(14,037)	(6,798)
融資活動所得／(所用) 現金流量淨額	2,443	263	(25,930)	—	(24,703)
匯率變動的影响淨額	—	(11)	(3)	(2)	5
年／期末現金及 現金等價物	47,935	59,765	133,795	59,271	245,329

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

按產品劃分的收入及成本明細

下表細分所示期間我們按產品分部劃分的收入來源及佔總收入的百分比：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零零九年		二零一零年	
	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%
益生菌沖劑 ⁽¹⁾	172.2	91.4	253.8	78.0	265.9	47.6	122.5	54.3	138.5	27.9
嬰幼兒配方奶粉 ⁽²⁾ ..	— ⁽³⁾	— ⁽³⁾	40.8	12.5	238.1	42.6	81.8	36.3	287.8	58.0
乾製嬰幼兒食品	16.1	8.6	30.9	9.5	55.0	9.8	21.3	9.4	42.7	8.6
嬰幼兒護理用品	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	— ⁽⁴⁾	27.1	5.5
總收入	188.3	100.0	325.5	100.0	559.0	100.0	225.6	100.0	496.1	100.0

(1) 包括孕婦專用的益生菌沖劑。

(2) 包括適合孕婦及哺乳母親的配方奶粉。

(3) 我們於二零零八年七月開始嬰幼兒配方奶粉的市場推廣及銷售。

(4) 我們於二零一零年五月開始營銷及銷售嬰幼兒紙尿褲，此乃我們嬰幼兒護理用品類別的第一類主要產品。

於往績記錄期，各產品分類的銷售成本及相關百分比如下：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零零九年		二零一零年	
	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%
銷售成本										
益生菌沖劑	45.6	90.5	63.8 ⁽¹⁾	72.0	62.6 ⁽¹⁾	38.4	31.7	47.1	28.2	19.6
嬰幼兒配方奶粉 ..	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	14.7	16.6	77.8	47.7	27.5	40.9	90.9	63.3
乾製嬰幼兒食品 ..	4.8	9.5	10.1	11.4	22.6	13.9	8.1	12.0	13.1	9.1
嬰幼兒護理用品 ..	— ⁽³⁾	— ⁽³⁾	— ⁽³⁾	— ⁽³⁾	— ⁽³⁾	— ⁽³⁾	— ⁽³⁾	— ⁽³⁾	11.5	8.0
銷售成本總額	50.4	100.0	88.6	100.0	163.0	100.0	67.3	100.0	143.7	100.0

(1) 自二零零九年起，我們開始進口原材料自行生產益生菌沖劑產品，而不進口製成品，故因關稅大幅下降及人民幣對美元升值，我們益生菌沖劑產品的銷售成本略微下降。

(2) 我們於二零零八年七月開始營銷及銷售嬰幼兒配方奶粉。

(3) 我們於二零一零年五月開始營銷及銷售嬰幼兒紙尿褲，此乃我們嬰幼兒護理用品類別的第一類主要產品。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

下表載列我們於所示期間按產品分類劃分的毛利及毛利率：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零零九年		二零一零年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%	人民幣 百萬元	%
益生菌沖劑	126.6	73.5	190.0	74.9	203.3	76.5	90.8	74.1	110.3	79.6
嬰幼兒配方奶粉	— ⁽¹⁾	— ⁽¹⁾	26.1	64.0	160.3	67.3	54.3	66.4	196.9	68.4
乾製嬰幼兒食品	11.3	70.2	20.8	67.3	32.4	58.9	13.2	62.0	29.6	69.3
嬰幼兒護理用品	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	15.6	57.6
總毛利／										
平均毛利率	137.9	73.2	236.9	72.8	396.0	70.8	158.3	70.2	352.4	71.0

(1) 我們於二零零八年七月開始營銷及銷售嬰幼兒配方奶粉。

(2) 我們於二零一零年五月開始營銷及銷售嬰幼兒紙尿褲，此乃我們嬰幼兒護理用品類別的第一類主要產品。

溢利預測

在並無不可預見的情況下，根據本文件[●]所載的基準及假設，預計截至二零一零年十二月三十一日止年度本公司股權持有人應佔合併溢利不少於人民幣230.0百萬元。

根據上述溢利預測以加權平均基準計算，並假設：(i)本公司已成立且於二零一零年一月一日已發行及發行在外450,000,000股股份；(ii)根據[●]將予發行的150,000,000股股份將於二零一零年十二月十七日發行及(iii)不會行使[●]，每股估計盈利為人民幣0.50元，按發行價每股[●]港元及[●]港元計算，分別相當於加權平均市盈率的●及●倍。根據備考全面攤薄基準並假設[●]已於二零一零年一月一日完成，且於整個年度已發行及發行在外合共600,000,000股股份（不計可能因行使[●]而發行的任何股份及根據[●]購股權計劃發行的股份或根據購股權計劃可能授出的任何股份），備考全面攤薄每股估計盈利為人民幣0.38元，按發行價分別每股[●]港元及[●]港元計算，分別相當於全面攤薄市盈率約●及●倍。

概 要

股息政策

完成[●]後，我們可能透過現金或董事認為合適之其他方式派發股息。派發任何中期股息或建議派發任何末期股息須取得董事會之批准，並由其酌情決定。此外，一個財政年度之任何末期股息將須取得股東批准。由於釐定是否宣派及派付股息時須考慮下列因素，董事會將不時審閱本公司之股息政策：

- 我們之財務業績；
- 股東權益；
- 一般業務狀況、策略及未來擴展需要；
- 本公司資本需求；
- 本公司附屬公司向本公司支付現金股息；
- 可能對本公司流動資金及財務狀況造成之影響；及
- 董事會可能認為相關之其他因素。

廣州合生元就截至二零零七年十二月三十一日止年度宣派股息人民幣13.0百萬元，並於二零零八年派付同樣金額。廣州合生元於截至二零零九年十二月三十一日止年度宣派及派付股息人民幣27.5百萬元。另外，於二零一零年一月五日，廣州合生元宣派股息人民幣33.4百萬元，合生元健康宣派股息人民幣7.7百萬元。於二零一零年九月二十日，廣州合生元及合生元健康分別向其當時唯一股權擁有人合生元製藥宣派股息人民幣33.6百萬元及人民幣71.2百萬元。[●]後宣派股息將須獲我們的董事會考慮上述因素及屆時股東批准後方可作實。

[●]購股權計劃

我們已於二零一零年七月十二日採納[●]購股權計劃。[●]購股權計劃旨在向董事、高級管理層、僱員及業務夥伴提供於本公司擁有個人股權的機會，並激勵董事、高級管理層、僱員及業務夥伴盡量提升其日後對本集團的表現及效率，及／或就彼等過去的貢獻給予獎勵，並挽留或維持對本集團的長期發展及盈利能力有重大貢獻的員工。

根據[●]購股權計劃授出的購股權獲行使而可能發行的股份總數為11,150,249股股份，佔(i)緊隨[●]完成後，本公司的已發行股本的約1.8584% (未計入根據[●]購股權計劃授出或根據購股權計劃授出的任何購股權獲行使或行使[●]而可能配發及發行的任何股份)；或(ii)緊隨[●]完成後並假設根據[●]購股權計劃授出的所有購股權同時獲行使，本公司的已發行

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

股本約1.8245% (未計入根據購股權計劃授出的任何購股權獲行使或行使[●]而可能配發及發行的任何股份)。然而，由於[●]購股權計劃項下授出的購股權於[●]後三年內不得行使，故截至二零一零年、二零一一年或二零一二年十二月三十一日止年度不會因該等購股權獲行使而導致持股架構受到任何攤薄影響或令每股盈利受到任何影響。截至最後實際可行日期，根據[●]購股權計劃授出的購股權概無由受讓人行使。各承授人應向本公司支付1.0港元作為購股權的代價。

按受讓人分類劃分根據[●]購股權計劃授出的購股權明細載列如下：

受讓人分類	受讓人數目	因全面行使 根據[●] 購股權 計劃授出的 全部購股權 而將予發行的 股份數目
執行董事	3	1,407,592
本集團的高級管理層人員	14	2,655,665
本集團的其他僱員	311	6,986,992
業務夥伴	1	100,000
	<u>329</u>	<u>11,150,249</u>

除上文所披露者外，概無購股權根據[●]購股權計劃授出或將予授出。

根據[●]購股權計劃及就授出購股權而發出的要約函件：

- (i) 每份購股權的行使價為2.53港元；及
- (ii) 受讓人可於下列購股權期間隨時行使根據[●]購股權計劃授出的購股權：(a)有關所授出購股權總數的30.0%，[●]日起三年後的任何時間；(b)有關所授出購股權總數的另外30.0%，[●]日起四年後的任何時間；及(c)有關所授出購股權總數的餘下40.0%，[●]日起五年後的任何時間。購股權持有人概不得以任何方式將任何購股權出售、轉讓、分配、抵押、按揭、質押或就任何購股權為任何第三方設立任何權益，或意圖如此行事。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

我們的董事已向本公司承諾，彼等不會行使根據[●]購股權計劃授予的購股權，以致於[●]後，公眾所持股份(定義見相關規則)跌至低於相關規則[●]所規定的百分比或[●]不時批准的其他百分比。

[●]購股權計劃的進一步詳情載於本文件「附錄六－法定及一般資料」一節。

風險因素

有關我們業務營運的風險

- 我們倚賴為數不多的獨立供應商。
- 我們的供應商可能中斷供應及生產。
- 我們的業務及聲譽或受屬於確實的或察覺的質素問題所影響，包括產品召回、產品法律責任或其他申索。
- 未能有效維持或推廣本公司品牌或提升我們的市場推廣能力可能對我們的日後成功、我們的品牌名稱及產品聲譽構成不利影響。
- 我們的生產及供應鏈的中斷可對我們的業務造成重大不利影響。
- 無法轉嫁給消費者的原材料及商品價格的上漲將會降低我們的毛利率及盈利能力。
- 我們許多產品的製造工序高度精確而複雜，倘我們或我們的供應商遇到有關製造工序的困難，則我們的業務可能受到影響。
- 我們的增長視乎在我們的設施及我們主要供應商的設施提升產能的能力。
- 我們於推出新產品系列或擴充分銷網絡時或會遇到困難。
- 我們或未能維持我們的過往銷售額及利潤率以及進一步有效地維持我們的發展。
- 我們的持續成功倚賴於我們充分保護我們的知識產權的能力。
- 我們尚未在香港將本集團的標誌註冊為商標。

概 要

- 我們可能須就第三方提出的知識產權申索進行辯護，可能對我們的業務不利。
- 中國的假冒嬰幼兒營養品或會對我們的收入、品牌聲譽、業務及經營業績產生負面影響。
- 未能維持我們與地區分銷商的關係可能對我們造成重大不利影響。
- 我們的持續成功依賴滿足市場需求。倘我們的產品未能與行業發展同步，可能會被我們的競爭者的新開發產品取代。
- 提早終止我們租賃的唯一生產廠房可能影響我們的生產及營運。
- 我們的控股股東對本公司有重大影響力，其利益未必與我們其他股東的利益一致。
- 合生元營養的業務運營可能會在本公司與我們的控股股東之間形成潛在的利益衝突並對我們的業務構成不利影響。
- 我們的持續成功倚賴我們挽留我們高級管理層及主要人員的能力。
- 我們的業務可能因我們信息技術及管理系統故障而受損害。
- 我們取得額外融資的能力可能有限，可能延遲或阻止我們一項或多項策略的完成。
- 我們的投保範圍有限，未必足夠彌補本公司的所有潛在損失。

有關行業的風險

- 本公司的盈利能力可能因市場競爭而受損。
- 我們須遵守中國的多項政府規例，而遵守目前及日後的監管規定可大幅提高成本。
- 公眾健康及食品安全法律法規的更改可能對我們的業務造成不利影響。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

- 人口、消費者及經濟趨勢的不利變動以及有關我們產品的科學意見改變，或會對我們的業務構成重大及不利影響並減低我們的盈利能力。

有關在中國經營業務的風險

- 中國的經濟、政治及社會狀況以及政府政策的不利變動可能對中國整體經濟增長造成不利影響，從而可能對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響。
- 中國政府對匯兌的限制可能限制本公司的流動資金。
- 人民幣匯率變動可能對本公司財務狀況及經營業績造成不利影響。
- 我們屬控股公司，非常依賴我們的附屬公司派付予我們的股息以提供資金。
- 根據企業所得稅法，我們可能被視為一家中國居民納稅企業，並須就全球收入繳納中國稅項。
- 由外國[●]出售我們股份的收益及應付外國[●]的我們股份的股息可能須繳納中國所得稅。
- 我們的業務可能因中國法律制度的變化及不確定性受不利影響。
- 對本公司、我們居於中國的董事或高級行政人員執行非中國法院作出的裁決可能會遇上困難。
- 未能遵守中國居民成立的離岸特殊目的公司之相關外匯管理局法規，可能對我們業務經營造成負面影響。
- 未能遵守有關登記我們中國居民僱員購股權的中國法規可能導致該等僱員或我們被徵收罰款及受到法律或行政制裁。
- 中國新勞動法可能對我們的營運業績構成影響。
- 嚴重急性呼吸系統綜合症（「沙士」）、甲型禽流感（「H5N1」）或甲型亞型流感病毒H1N1（「H1N1」）或其他傳染病倘失控，或會對我們的生產、銷售及分銷運營造成負面影響。