

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倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



碧生源控股有限公司
BESUNYEN HOLDINGS COMPANY LIMITED

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：926)

全年業績公告
截至二零一零年十二月三十一日止年度

財務摘要

於二零一零年，本集團的營業額為人民幣874.2百萬元，較二零零九年的人民幣646.5百萬元增加人民幣227.7百萬元或增長約35.2%。

毛利率略有提高，由二零零九年的89.4%提高至二零一零年的89.6%。

於二零一零年，本公司擁有人應佔溢利及全面收益總額為人民幣59.7百萬元，較二零零九年的人民幣141.7百萬元減少人民幣82.1百萬元或降低約57.9%。此減幅主要是由於A系列優先股公允值變動的相關非現金支出人民幣121.4百萬元、首次公開發售（「首次公開發售」）的相關費用人民幣33.5百萬元及以股份為基礎的薪酬非現金支出人民幣36.6百萬元的影响所致。

於二零一零年，本公司擁有人應佔每股基本盈利約為人民幣0.05元，而二零零九年則約為人民幣0.13元。

董事會建議派付二零一零年末期股息每股0.01港元。

碧生源控股有限公司（「本公司」）董事會（「董事會」）欣然宣佈，本公司及其子公司（「本集團」）截至二零一零年十二月三十一日止年度的經審核綜合業績連同二零零九年同期的比較數字如下：

綜合全面收益表

	附註	截至十二月三十一日止年度	
		二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
營業額	2	874,216	646,535
銷售成本		<u>(91,135)</u>	<u>(68,401)</u>
毛利		783,081	578,134
其他（開支）收入		(32,090)	13,338
銷售及市場			
營銷開支		(423,314)	(343,808)
行政開支		(96,810)	(27,800)
融資成本		(8,360)	(8,654)
可贖回可轉換優先股 的公允值變動		<u>(121,361)</u>	<u>(33,497)</u>
除稅前溢利	3	101,146	177,713
稅項	4	<u>(41,491)</u>	<u>(36,006)</u>
年度溢利及 全面收益總額		<u>59,655</u>	<u>141,707</u>
每股盈利			
基本（人民幣元）	6	<u>0.05</u>	<u>0.13</u>
攤薄（人民幣元）	6	<u>0.05</u>	<u>0.13</u>

綜合財務狀況表

	附註	於十二月三十一日	
		二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		272,145	130,935
預繳租賃付款		68,767	18,025
無形資產		22,147	7,138
非流動按金		58,705	93,056
遞延稅項資產		8,408	976
商譽		20,785	—
		<u>450,957</u>	<u>250,130</u>
流動資產			
存貨		5,669	6,397
貿易應收款項及應收票據	7	152,803	94,723
按金、預付款項及其他應收款項	8	102,548	44,506
應收關聯公司款項		—	20
抵押銀行存款		—	1,955
銀行結餘及現金		1,170,469	168,777
		<u>1,431,489</u>	<u>316,378</u>
流動負債			
貿易應付款項	9	7,342	10,512
其他應付款項及應計開支	10	100,504	31,981
應付關聯公司款項		1,000	—
應付稅項		17,142	13,436
銀行借貸		—	50,000
		<u>125,988</u>	<u>105,929</u>
流動資產淨額		<u>1,305,501</u>	<u>210,449</u>
總資產減流動負債		<u>1,756,458</u>	<u>460,579</u>
資本及儲備			
實繳股本／股本		95	63
儲備		1,735,600	299,451
		<u>1,735,695</u>	<u>299,514</u>
非流動負債			
銀行借貸		—	15,000
遞延政府補助		9,459	3,944
遞延稅項負債		11,304	6,200
可贖回可轉換優先股份		—	135,921
		<u>20,763</u>	<u>161,065</u>
		<u>1,756,458</u>	<u>460,579</u>

截至二零一零年十二月三十一日止年度的綜合財務報表附註

1. 集團重組及綜合財務報表的呈列基準

本公司於二零零九年八月五日根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免公司。本公司註冊辦事處地址為the Grand Pavilion Commercial Centre, Oleander Way, 802 West Bay Road, P.O. Box 32052, Grand Cayman KY1-1208, Cayman Islands，及主要營業地點位於中國北京房山區竇店鎮秋實工業小區1號。

本公司已按以下步驟進行重組（「重組」）：

- (a) 重組前，崔山先生以信託方式代表趙一弘先生持有北京澳特舒爾保健品開發有限公司（「北京澳特舒爾」）全部股權。根據二零零九年九月一日訂立的買賣協議，崔山先生同意向碧生源（香港）有限公司（「碧生源香港」）轉讓所持北京澳特舒爾全部股權，換取碧生源香港全部股份。
- (b) Besunyen Investment (BVI) Co. Ltd.（「Besunyen Investment」）於二零零九年八月十一日在英屬維爾京群島（「維爾京群島」）註冊成立為有限公司，由趙一弘先生擁有。二零零九年九月二十五日，趙一弘先生擁有的Besunyen Investment全部股權轉讓予本公司。
- (c) 碧生源香港於二零零九年六月十日在香港註冊成立為有限公司，由崔山先生擁有。二零零九年十月五日，崔山先生擁有的全部股權按股份轉讓協議轉讓予Besunyen Investment，以換取1股面值1美元的股份。因此，本公司自二零零九年十月五日起成為本集團控股公司。
- (d) 北京碧生源食品飲料有限公司（「碧生源食品飲料」）於二零零七年六月二十九日成立，由趙一弘先生實益擁有。二零零九年十月九日，北京澳特舒爾向趙一弘先生所擁有公司碧生源投資有限公司收購碧生源食品飲料全部股權，對價為人民幣2,200,000元。有關對價入賬列為股東分派。

重組後的本集團視為持續經營實體。因此，本集團綜合財務報表採用合併會計原則編製，猶如集團架構於整個呈報年度或自該等公司各自的註冊成立／成立日期以來（以較短者為準）一直存在。

綜合財務報表以本公司的功能貨幣人民幣（「人民幣」）呈列。

本公司及其子公司（統稱「本集團」）的主要業務為製造及銷售功能保健茶產品。

2. 營業額及分部資料

營業額指本集團向客戶出售功能保健茶產品的銷售額減退貨、折扣、退款及增值稅。

本集團主要按生產及銷售功能保健茶產品來經營及管理業務。本公司董事長及首席執行官擔任本集團首席營運決策者，於制定有關本集團資源分配及表現評估的決策時，檢討按本集團主要產品進行的收益分析。由於並無其他個別財務資料可供評估不同產品表現，故並無呈列其他分部資料。

本集團主要產品應佔收益如下：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
常潤茶	566,222	373,135
減肥茶	304,186	265,706
其他茶產品	3,808	7,694
	<u>874,216</u>	<u>646,535</u>

主要客戶

於截至二零一零年及二零零九年十二月三十一日止年度，並無單一客戶貢獻本集團營業額10%或以上。

區域披露

本集團於中華人民共和國（「中國」）經營業務。本集團絕大部份非流動資產均位於中國。

3. 除稅前溢利

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
除稅前溢利，已扣除（計入）：		
員工成本（包括董事酬金）		
－ 工資及其他津貼	142,104	54,267
－ 退休福利計劃供款	6,475	5,748
總員工成本	<u>148,579</u>	<u>60,015</u>
無形資產攤銷	4,102	1,807
核數師酬金	3,921	1,088
銷售成本	91,135	68,401
物業、廠房及設備折舊	15,690	4,081
出售物業、廠房及設備之虧損	152	642
物業、廠房及設備之減值虧損	1,528	–
預繳租賃付款撥回	1,125	368
研發成本	8,185	1,946
貿易應收款項減值虧損	–	(323)

4. 稅項

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
已扣除以下項目：		
中國所得稅	49,515	30,369
遞延稅項		
－ 本年度	(8,024)	5,637
	<u>41,491</u>	<u>36,006</u>

根據綜合全面收益表，年內所得稅開支與除稅前溢利對賬如下：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
除稅前溢利	101,146	177,713
按中國企業所得稅稅率25%計算的稅項 (二零零九年：25%)	25,286	44,428
所得稅項豁免的影響	(35,301)	(27,320)
未確認稅項虧損的稅項影響	2,426	1,359
彌補以前年度未確認稅項虧損	(1,838)	(986)
毋須課稅收入的稅項影響	-	(233)
不可扣稅開支的稅項影響	48,196	12,558
未分配盈利的預扣稅	2,722	6,200
年內稅項開支	41,491	36,006

本公司於開曼群島註冊成立，而Besunyen Investment於維爾京群島註冊成立，各自根據開曼群島與維爾京群島稅法獲豁免納稅。

由於中國所得稅法改變，北京澳特舒爾自二零零八年一月一日起按法定稅率25%納稅。北京澳特舒爾於首個獲利年度起計兩年（即二零零七年及二零零八年）豁免繳納中國所得稅，其後三年（即二零零九年、二零一零年及二零一一年）則稅項減半。

二零零七年三月十六日，中國根據主席令63號頒佈中國企業所得稅法（「新稅法」）。二零零七年十二月六日，中國國務院頒佈新稅法實施條例。自二零零八年一月一日起，除北京澳特舒爾外，其餘中國子公司均須按統一稅率25%納稅。

除北京澳特舒爾外，在中國經營業務的實體於二零一零年的適用企業所得稅稅率為25%（二零零九年：25%）。

根據財政部及國家稅務總局二零零八年的聯合通知財稅1號文，僅當外商投資企業於二零零八年一月一日之前賺取的溢利分派予外國投資者時不受條例限制，並可豁免繳納預扣稅。然而，根據企業所得稅法第3及27條及實施細則第91條，中國實體須就自其後溢利所分派股息繳交10%的預扣企業所得稅。根據《中國內地與香港避免雙重徵稅安排》（中國內地－香港徵稅安排），香港居民企業收取其中國子公司股息時可享受5%優惠稅率。北京澳特舒爾於二零一零年八月五日獲國家稅務局批文，訂明其直接控股公司可就收自中國子公司的股息享受5%優惠稅率。

截至二零一零年十二月三十一日止年度，預期股息由本公司董事釐定約為該年度溢利的25%，其相關遞延稅項負債按5%稅率計算。

7. 貿易應收款項及應收票據

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
貿易應收款項	135,117	39,428
應收票據	17,686	55,295
	<u>152,803</u>	<u>94,723</u>

本集團給予貿易客戶60至180日的信貸期。以下為按呈報期結算日的發票日期所呈列對貿易應收款項及應收票據的賬齡分析。

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
0-90日	149,392	93,150
91-180日	3,411	1,502
181-365日	-	71
	<u>152,803</u>	<u>94,723</u>

在接納任何新客戶前，本集團會自行評估潛在客戶的信用質素，按客戶界定信貸限額，並對給予客戶的限額及評估結果進行年審。

本集團的貿易應收款項及應收票據包括賬面總值約人民幣1,524,000元（二零一零年：人民幣零元）的應收賬款，該等應收賬款已於二零零九年十二月三十一日逾期，惟本集團並無計提減值虧損撥備。本集團並無就該等結餘持有任何抵押物。

已逾期但未減值的貿易應收款項的賬齡分析如下：

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
91-180日	-	1,453
181-365日	-	71
	<u>-</u>	<u>1,524</u>

本集團預計可悉數收回上述款項，因此並無就該等應收款項計提減值撥備。

貿易應收款項不計利息。貿易應收款項乃參考以往拖欠紀錄及由賬面值與以原實際利率折現的估計未來現金流量之現值間的差額所釐定的客觀減值證據，按貨品銷售的估計不可收回款項撥備。

呆賬撥備的變動

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
年初結餘	-	323
本年度已撥回款項	-	(323)
	<hr/>	<hr/>
年終結餘	<u>-</u>	<u>-</u>

8. 按金、預付款項及其他應收款項

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
預付廣告費用	89,933	37,050
其他預付款項	6,165	5,223
其他應收款項	4,023	1,392
預繳租賃付款	1,447	388
向供應商預付款項	980	349
員工借款	-	104
	<hr/>	<hr/>
	<u>102,548</u>	<u>44,506</u>

9. 貿易應付款項

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
貿易應付款項	<u>7,342</u>	<u>10,512</u>

供應商授出的信貸期為60至90日。本集團財務風險管理政策可確保應付款項均於信貸期內結清。以下為按發票日期呈列的貿易應付款項於呈報期結算日的賬齡分析：

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
0至90日	<u>7,342</u>	<u>10,512</u>

10. 其他應付款項及應計開支

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
其他應付稅項	23,444	14,326
應計銷售折扣	18,851	—
應計工資	15,268	6,354
其他應付款項	12,691	632
應付土地使用權款項	11,210	—
客戶預付款項	9,911	5,528
應付珠海奇佳前股東款項	4,550	—
收購子公司應付款項	2,000	—
應計開支	1,493	3,033
遞延政府補助	786	136
應付廣告費用	300	1,855
應計利息開支	—	117
	<u>100,504</u>	<u>31,981</u>

應付珠海奇佳前股東款項為無抵押、非貿易相關、免息且須應要求償還。

業務回顧和展望

概述

本集團乃中國功能保健茶的領先供應商，從事開發、生產、銷售及推廣功能保健茶以及其他保健食品業務。本集團產品乃使用專有配方以高品質中草藥及茶葉配製而成，為有輕度慢性或長期健康問題以及追求健康身心的人士提供有效、安全、實惠且便於使用的保健品。本集團相信「碧生源」品牌為中國領先的功能保健茶品牌。

二零一零年在全球主要發達國家經濟復蘇形勢充滿不確定性的複雜環境下，中國經濟卻保持了平穩快速的發展，全年中國國內生產總值(GDP)達到約人民幣397,980億元，同比增長10.3%，較二零零九年高出1.1%。同時，中國政府還通過鼓勵內需消費經濟的增長，改革中國的經濟結構。

二零一零年，得益於中國經濟的強勁增長、國民可支配收入的不斷增加和消費模式的轉變所產生的強勁的消費增長，加上國民因工作、生活壓力和習慣的改變而導致的健康問題日趨普遍、健康意識的進一步加強以及國民傾向服用中國茶和中草藥相關的保健品以保持或改善健康狀況及防止病情惡化的習慣，促進了整個保健茶市場的持續穩步增長。

作為中國功能保健茶的領先供應商，本集團及時把握機遇，通過對包括下列方面發展策略的規劃和實施，實現了本集團在二零一零年業績的持續快速增長：

- 完成了經銷網絡和渠道的擴張和全中國布局，並拓展了商超賣場渠道的業務；
- 結合全國多媒體聯動的投放、品牌冠名活動和多樣化的市場營銷和促銷活動，強化了「碧生源」作為保健茶領先品牌的知名度和美譽度；
- 通過引進意大利先進的生產設備，使產品升級，增強了碧生源產品的市場形象和競爭力。

本集團二零一零年實現營業額人民幣874.2百萬元，相比較於二零零九年的營業額人民幣646.5百萬元，增長了35.2%。毛利由二零零九年的人民幣578.1百萬元增長了35.4%，達到了人民幣783.1百萬元；同時毛利率由二零零九年的89.4%微升到二零一零年的89.6%。本集團二零一零年的年度溢利和全面收益總額為人民幣59.7百萬元，相比較於二零零九年的人民幣141.7百萬元下降了57.9%，主要是由於二零一零年本集團可贖回可轉換優先股公允值變動相關的非現金支出人民幣121.4百萬元、首次全球發售的相關費用人民幣33.5百萬元及以股份為基礎的薪酬非現金支出人民幣36.6百萬元的影響所致。

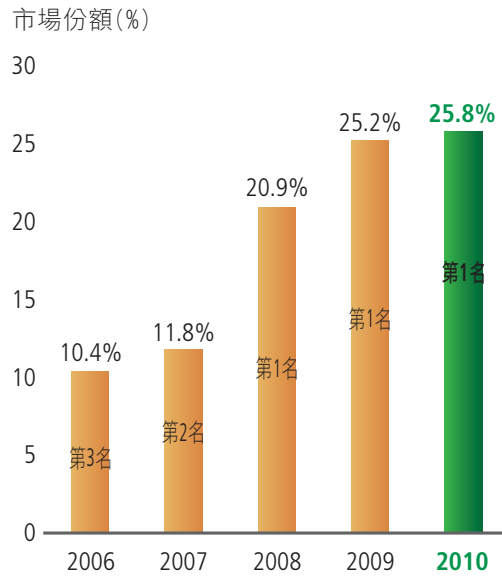
二零一零年九月二十九日，本公司股票在香港聯合交易所有限公司成功上市。我們的首次全球發售獲得了廣大香港散戶和國際機構投資者的支持和超額認購。上市也進一步提高了消費者對「碧生源」品牌的認知度，也吸引了管理人員和僱員的加盟。

行業、市場和競爭

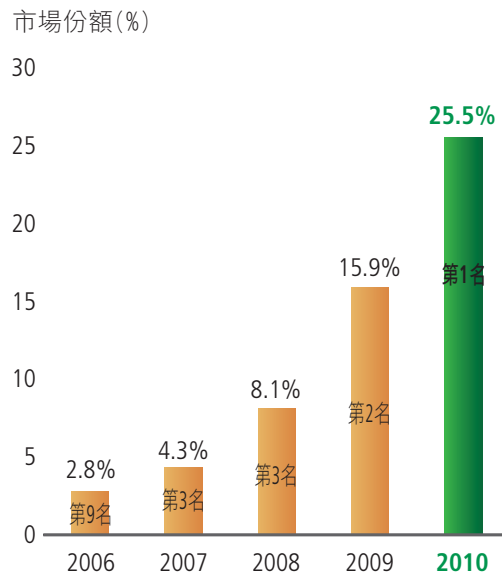
通便或減肥保健品市場近年的增長與有便秘或體重問題的人口增多有關。根據本集團委託Euromonitor Internatioanl Plc.（「Euromonitor」）進行的調查，通便保健品的銷售額預期二零一四年將增至人民幣85億元，二零零九年至二零一四年的複合年增長率為10.8%。減肥保健品的銷售額預期二零一四年將增至人民幣95億元，二零零九年至二零一四年的複合年增長率為10.6%。

本集團的碧生源常潤茶及碧生源減肥茶與其他通便及減肥產品競爭，包括保健品、OTC藥品及其他產品，尤其是在零售藥房出售的有關產品。根據本集團委託南方醫藥經濟研究所進行的調查，按二零一零年的零售額計算，本集團為在零售藥房銷售的通便產品市場份額排名第一的領先供應商，市場份額為25.8%。在零售藥房銷售的減肥產品市場，按二零一零年的零售額計算，本集團也為在零售藥房銷售的減肥產品市場份額排名第一的領先供應商，市場份額為25.5%。

碧生源常潤茶佔中國市場^(註)
 所有於零售藥房銷售的通便產品
 的市場份額和排名
 (按零售額計算)

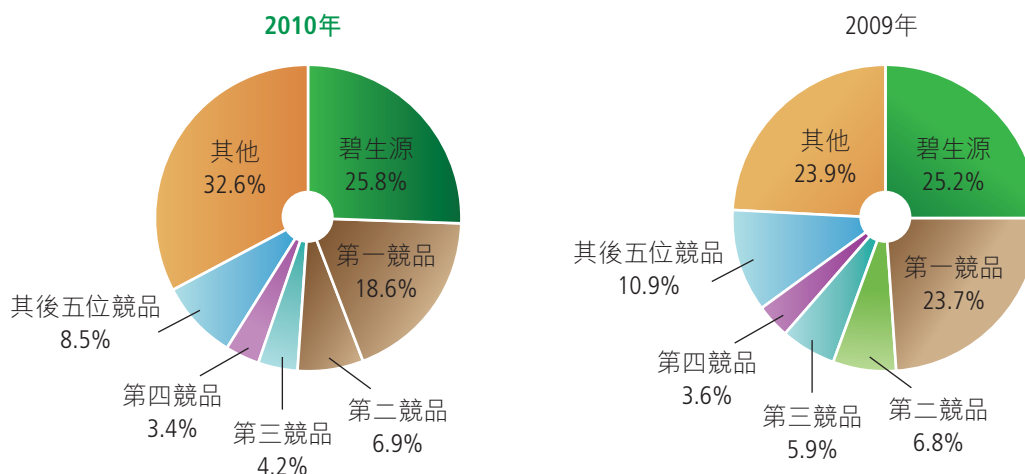


碧生源減肥茶佔中國市場^(註)
 所有於零售藥房銷售的減肥產品
 的市場份額和排名
 (按零售額計算)

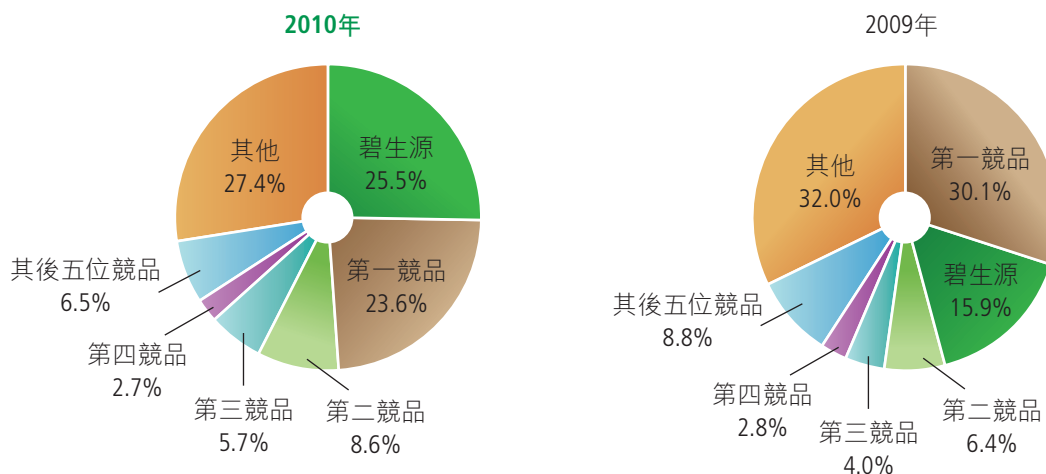


註：中國市場指不包括香港、澳門和台灣之中國市場
 資料來源：南方醫藥經濟研究所調查，二零一一年二月

碧生源常潤茶佔中國市場^(註)
所有於零售藥房銷售的通便產品的
的市場份額和排名 (按零售額計算)



碧生源減肥茶佔中國市場^(註)
所有於零售藥房銷售的減肥產品的
的市場份額和排名 (按零售額計算)



註：中國市場指不包括香港、澳門和台灣之中國市場
資料來源：南方醫藥經濟研究所調查，二零一一年二月

二零一零年十月，中國國家食品藥品監督管理局認為使用西布曲明可能增加嚴重心血管風險，並決定停止15種西布曲明制劑和原料藥在中國的生產、銷售和使用，已上市銷售的藥品由生產企業負責召回銷毀。這為倡導健康、安全、有效的減肥理念的本集團帶來了更大的商機。

根據南方醫藥經濟研究所調查，通便功能保健茶零售額佔所有於零售藥房銷售的通便產品百分比由二零零六年的27.3%增至二零一零年的44.9%。減肥茶的零售額佔所有在零售藥房銷售的減肥產品百分比由二零零六年的8.2%增至二零一零年的31.1%。預期增長勢頭將會持續，至二零一五年功能保健茶產品佔通便產品及減肥產品市場的百分比將會分別增至63.6%及42.1%。

業務回顧

經銷網絡和渠道的全國化拓展

二零一零年本集團經營業務的地域擴張對本集團業務的發展有着深遠和積極的意義。除香港、澳門、台灣以外，本集團已完成了中國內地所有省、自治區和直轄市零售藥房的市場布局。通過多年的渠道深化經營，建立了與直接合作並信譽良好的經銷商462家、分銷商161家的全國流通渠道框架和良好合作，並實現對約119,000家的零售終端（其中超過95%是零售藥店）的貨物供應。

同時，為充分利用本集團「碧生源」作為中國保健茶第一品牌的影響力，進一步擴大市場佔有率，本集團拓展了在商超賣場渠道的布局。除了原有的屈臣氏、沃爾瑪，本集團還建立起包括家樂福、樂購、大潤發、歐尚、世紀聯華、華聯超市、農工商、易買得等商超賣場經銷網絡和渠道，促進了本集團業務的增長。另外，本集團也在積極探索電子商務的經銷方式。

衛視聯動媒體投放的建立

於二零一零年，為配合品牌提升、銷售渠道全國化和向二、三線城市的深耕，本集團逐步減少了在省地市媒體的投放量，並增加了對衛視媒體的投放，全年與本集團合作的衛視頻道超過14個。同時，在衛視媒體的投放策略上，本集團採用了將活動冠名與TVC（電視廣告）相結合的方法，達到了預期的效果。本集團積極贊助及冠名了一些一線媒體活動，包括：浙江衛視的上海世博《世博美麗匯》、《我愛記歌詞》、《非同凡響》等獨家冠名活動，南方電視台的《新絲路模特大賽》（連續4年獨家冠名）和成都電視台《舞動嘉年華》活動（連續兩年獨家冠名）等，不僅提升了「碧生源」品牌的影響力，也提高了產品的可信任度，對促進銷售產生了積極的影響。

市場營銷和品牌的提升

另外，為配合本集團業務規模和發展需求，本集團決定通過啟用名人代言，進一步擴大「碧生源」品牌的影響力。經過嚴格的甄選，二零一零年十一月本集團聘請國內知名度高、家庭影響力強的喜劇明星郭冬臨先生、牛莉女士成為碧生源常潤茶的代言人，新廣告片於二零一一年一月開始了全面投放。另外，二零一一年二月本集團聘請中國著名女導演和電影明星徐靜蕾女士擔任碧生源減肥茶的代言人。徐女士是國內人氣非常高、形象健康、時尚且具親和力的明星，非常合乎「碧生源」品牌的要求。徐靜蕾女士代言的減肥茶廣告已經通過國家食品藥品監督管理局審批，於二零一一年三月五日開始在全國各主要電視台播放。

研發能力的提升

為保證持續的新產品開發能力，本集團於二零一零年五月成功地收購了擁有草本保健茶開發實力的健士星生物技術研發（上海）有限公司、並用它作為本集團的研發中心（「研發中心」），使本集團的研發能力得到了很大提升。本集團的新品研發工作目前主要聚焦在草本保健飲品細分市場，重點開發市場和消費需求大、健康功效明顯、有較高技術門檻的產品。同時，研發中心還於二零一零年七月向國家食品藥品監督管理局授權的測試機構上海疾病控制中心遞交了一款潛在新品（功效是緩解體力疲勞、改善記憶力），以測試產品功效及安全性。另外，研發中心還協調在本集團的生產基地建設一個產品安全與質量保證中心，從而從根本上保證本集團對採購的原料和所生產的產品具有自有的、方便及時的質量和安全性檢測功能。

常潤茶和減肥茶的新裝上市

隨着生產設備由國產南峰茶包機更新至意大利進口的IMA全自動包裝設備，本集團提高了產品的進入門檻和品質。新包裝內包均由普通的單囊濾袋茶包變成雙囊濾袋茶包，溶出更快，飲用效果更佳，包裝設計更精美，攜帶更方便。同時，新包裝的品質升級，也有效地提升了「碧生源」品牌的形象。

美安顆粒的試銷上市

美安顆粒自二零一零年十一月開始陸續在包括北京、溫州、武漢、深圳、廣州等9個試點城市上市。截至二零一零年十二月三十一日止美安顆粒在超過1,000家零售藥房和數十家商超賣場終端鋪貨試銷，預計將在今年六月份進行美安顆粒的全國性推廣。

展望

回顧二零一零年，本集團在實現全國網絡布局的同時，推進了渠道的多樣化的深耕。「碧生源」品牌影響力進一步增強，與消費者的溝通更加人性化、多元化。我們在新產品的推出和研發方面也取得了符合預期的進展。同時，本集團的業務實現了快速的增長。

未來十年中國的經濟將迎來消費的黃金時期，消費將超越投資和出口，成為國民經濟發展主要的增長引擎。伴隨着消費的強勁增長，消費的結構性變化也逐步發生，保健支出比例將逐步提高，具有健康概念的產品會越來越受到消費者的青睞。

作為中國保健茶領域的領先品牌和營運商，本集團在竭力延續碧生源常潤茶和碧生源減肥茶的市場領導地位和成長性的同時，將在二零一一年繼續以消費者對健康的需求為根本出發點，在強化銷售網絡和渠道、進一步提升「碧生源」品牌、加強新品的推出和成功率以及提高企業的綜合營運效益上下功夫，實現本集團企業價值的最大化。具體而言，二零一一年的工作重點主要包括：

- 強化銷售網絡和渠道的拓展，包括全國性擴展零售藥店渠道向二、三級城市的深度分銷，商超和賣場渠道的拓展，以及積極開展電子商務業務。
- 進一步提升「碧生源」品牌：通過名人代言和相關的品牌宣傳活動，進一步提升品牌的美譽度和信賴度。通過新的電視廣告，傳播保健新概念，強化本集團產品具有的「草本」、「健康」、「安全」、「有效」等特性，增加品牌喜好度，從而也可以進一步促進銷售的增長。另外，通過「陽光家庭計劃」和網絡營銷的拓展，建立消費者對「碧生源」品牌的長期熱情和忠誠度。
- 確保新品上市成功：美安顆粒已經在全國展開營銷試點，本集團預期在今年六月份向全國推動。脈舒平OTC降壓茶正在逐步完成有關上市所需的生產、質量檢驗和銷售等政府審批工作，在今年年內盡早推出上市。
- 加快新品的研發和申報：本集團的研發團隊計劃每年完成一至二款的新品開發和申報，並爭取有一至二款的新品獲得中國國家食品藥品監督管理局的批准。同時，隨着本集團的商超賣場銷售渠道的逐步拓展，本集團也正在着手研究試驗推出食品類的草本茶產品，以豐富本集團的產品系列和強化「碧生源」品牌的「健康」形象。

做一個負責任的企業公民一直是本集團的目標之一，本集團將會以更積極的姿態參與到社會公益事業中去。在新的一年，我們也會在節約能源等方面採取措施，建立低碳綠色環保的企業形象。

本集團相信，本集團的領先市場地位、卓越的全國品牌知名度、遍及全國的經銷及銷售網絡加上本集團對中國有關保健品的嚴格監管規定的經驗及了解，均為本集團的市場設立了堅實門檻。本集團相信，由於樹立品牌知名度、長期保持良好業績及建立全國經銷與銷售網絡所需的投資金額及時間龐大，故其他市場參與者難以在短期內取得與本集團相同的成功。此外，取得國家食品藥品監督局的保健品批文可能需時長達兩年，而本集團預期，隨着中國保健品標準及嚴謹的審批制度進一步完善，對於新營運商的監管審批過程將日趨嚴格。本集團鞏固的市場聲譽、資深的產品開發團隊、廣泛的經銷網絡及一系列獲國家食品藥品監督局批准的產品儲備，均使本集團在市場推出新產品時享有競爭優勢。我們將繼續與廣大消費者和合作伙伴一起，將「碧生源」發展成為茶保健行業中著名的中國品牌，同時也為本公司股東帶來豐厚的回報。

財務回顧

經營業績

下表載列本集團於截至十二月三十一日的所示年度的經營業績：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
營業額	874,216	646,535
銷售成本	(91,135)	(68,401)
毛利	783,081	578,134
其他收入(開支)	(32,090)	13,338
銷售及市場營銷開支	(423,314)	(343,808)
行政開支	(96,810)	(27,800)
融資成本	(8,360)	(8,654)
可贖回可轉換優先股的公允值變動	(121,361)	(33,497)
除稅前溢利	101,146	177,713
稅項	(41,491)	(36,006)
年度溢利及全面收益總額	59,655	141,707
每股盈利		
基本(人民幣元)	0.05	0.13
攤薄(人民幣元)	0.05	0.13

營業額

	截至十二月三十一日止年度			
	二零一零年		二零零九年	
	人民幣千元	佔總數的 百分比	人民幣千元	佔總數的 百分比
營業額：				
碧生源常潤茶	566,222	64.8%	373,135	57.7%
碧生源減肥茶	304,186	34.8%	265,706	41.1%
其他產品	3,808	0.4%	7,694	1.2%
總計	<u>874,216</u>	<u>100.0%</u>	<u>646,535</u>	<u>100.0%</u>

本集團的營業額由二零零九年的人民幣646.5百萬元增加35.2%至二零一零年十二月三十一日止年度的人民幣874.2百萬元，是由於本集團的碧生源常潤茶及碧生源減肥茶的銷售快速增長所致。碧生源常潤茶的營業額由二零零九年度的人人民幣373.1百萬元增加51.7%至二零一零年度的人人民幣566.2百萬元，主要是因為銷量由235.2百萬包茶包增至371.0百萬包茶包。碧生源減肥茶的營業額由二零零九年度的人人民幣265.7百萬元增長14.5%至二零一零年度的人人民幣304.2百萬元，主要是因為銷量由216.8百萬包茶包增至292.9百萬包茶包。銷量增加主要是由於本集團拓展新市場及擴大經銷網絡所致。

在本集團將經銷網絡擴大至截至二零一零年十二月三十一日止的31個省、自治區及直轄市的同時，本集團亦於二零一零年度大幅增加媒體（尤其是電視）廣告、品牌冠名和名人代言等活動，並增加地方的市場營銷及促銷活動。本集團銷售團隊所負責的當地市場經營的經銷商網絡覆蓋範圍由截至二零零九年十二月三十一日止的409個經銷商擴大至截至二零一零年十二月三十一日止的462個經銷商。同時，截至二零一零年十二月三十一日，除了原有的屈臣氏、沃爾瑪，本集團還拓展了包括家樂福、樂購、大潤發、歐尚、世紀聯華、華聯超市、農工商、易買得等商超賣場經銷網路和渠道，促進了本集團業務的增長。

在二零一零年度，儘管本集團的主要產品碧生源常潤茶和碧生源減肥茶銷量大幅增長，而產品的實際售價（營業額除以銷量）相對保持不變。期間，碧生源常潤茶和碧生源減肥茶的實際售價分別為每包人民幣1.53元和人民幣1.04元（二零零九年度：分別為每包人民幣1.59元和人民幣1.23元）。碧生源減肥茶於二零一零年度的實際價格較二零零九年減少主要是由於本集團於二零零九年年底開始使用更先進的意大利製造的IMAC24包裝機後將每盒20包改為每盒25包的新包裝。

銷售成本及毛利

	截至十二月三十一日止年度			
	二零一零年		二零零九年	
	人民幣千元	佔營業額的百分比	人民幣千元	佔營業額的百分比
原材料成本	29,719	3.4%	20,269	3.1%
包裝材料成本	38,416	4.4%	34,293	5.3%
勞工成本	7,172	0.8%	4,887	0.8%
制造成本	15,828	1.8%	8,952	1.4%
銷售成本總額	<u>91,135</u>	<u>10.4%</u>	<u>68,401</u>	<u>10.6%</u>
毛利	<u>783,081</u>	<u>89.6%</u>	<u>578,134</u>	<u>89.4%</u>

本集團的銷售成本由二零零九年的人民幣68.4百萬元增加33.2%至二零一零年度的人民幣91.1百萬元，是由於原材料成本、包裝材料成本、勞工成本及制造成本因本集團大幅擴大生產水平以滿足不斷增長的需求而上升。本集團的銷售成本佔營業額的百分比由二零零九年度的10.6%略降至二零一零年度的10.4%，主要是由於一方面本集團新廠房投入使用，及開始使用IMAC24茶包自動包裝機新設備及設施後水電開支及折舊費用增加，再加上產品生產過程中的檢驗費用的增加，使制造成本由二零零九年度佔營業額的1.4%增至二零一零年度的1.8%。同時，新設備的使用由於自動化程度提高，減少了操作人員數量的需求，但由於需要技術較高的工人操作，所以工人的人均成本卻有所上升。整體而言，人力成本佔營業額的百分比與二零零九年相比，基本維持不變。另外，儘管本集團的主要原材料市場價格普遍上漲，但由於本集團的議價能力較強，使得原材料成本佔營業額的百分比增長相對緩慢。而另一方面，本集團採用新設備後，產品的包裝規格發生了變化（由每盒20包變成25包），導致了包裝材料成本佔營業額百分比的下降，從而基本抵消了上述其它因素所產生的銷售成本上升的影響。

結果，本集團的毛利由二零零九年度的人人民幣578.1百萬元增加35.4%至二零一零年度的人人民幣783.1百萬元，而本集團的毛利率則由二零零九年度的89.4%微增至二零一零年度的89.6%。

其他（開支）收入

本集團二零一零年度的其他開支為人民幣32.1百萬元，而二零零九年度則有其他收入人民幣13.3百萬元。該變動主要是由於本公司普通股首次全球發售相關開支人民幣33.5百萬元所致。其他收入（開支）亦受本集團因人民幣於二零一零年內相對於美元、港幣等貨幣的升值而使本集團產生人民幣11.7百萬元的匯兌損失的影響。其他（開支）收入的減少部份被中國政府為支持本集團於北京房山區經營業務而授出的政府補貼人民幣12.0百萬元所抵銷。

銷售及市場營銷開支

	截至十二月三十一日止年度			
	二零一零年		二零零九年	
	人民幣千元	佔營業額的百分比	人民幣千元	佔營業額的百分比
廣告開支	250,105	28.6%	196,694	30.4%
其他市場營銷及促銷開支	60,256	6.9%	47,099	7.3%
員工成本 ⁽¹⁾	83,512	9.6%	70,014	10.8%
其他	29,441	3.3%	30,001	4.6%
總計	<u>423,314</u>	<u>48.4%</u>	<u>343,808</u>	<u>53.1%</u>

(1) 包括於截至二零一零年十二月三十一日止年度以股份支付的薪酬開支人民幣4.3百萬元。

本集團的銷售及市場營銷開支由二零零九年度的人民幣343.8百萬元增加23.1%至二零一零年度的人民幣423.3百萬元，主要是由於廣告開支由二零零九年度的人民幣196.7百萬元增長27.2%至二零一零年度的人民幣250.1百萬元，以及其他市場營銷及促銷開支（包括終端銷售費、宣傳費和贈品費等）由二零零九年度的人民幣47.1百萬元增長27.9%至二零一零年度的人民幣60.3百萬元。廣告開支的增加主要是由於電視及其他廣告、品牌冠名活動的增加。市場的營銷及促銷開支的增加主要是因終端銷售網絡擴大及本集團增加了終端營銷活動等所致。不計以股份支付的薪酬開支人民幣4.3百萬元，二零一零年度本集團市場營銷及銷售人員的員工成本為人民幣79.3百萬元，較二零零九年的人民幣70.0百萬元增長13.2%，主要是由於銷售人員人均成本的上升。本集團的市場營銷及銷售人員的人數由二零零九年十二月三十一日的2,279名（包括透過職業介紹所僱用的916名促銷人員）少量減少至二零一零年十二月三十一日的2,221名（包括透過職業介紹所僱用的751名促銷人員）。

行政開支

	截至十二月三十一日止年度			
	二零一零年		二零零九年	
	人民幣千元	佔營業額的百分比	人民幣千元	佔營業額的百分比
員工成本 ⁽¹⁾	57,895	6.6%	9,508	1.5%
辦公室開支	11,917	1.4%	6,697	1.0%
專業費用	4,942	0.6%	3,304	0.5%
差旅及招待費	6,640	0.8%	3,452	0.5%
研發成本	8,185	0.9%	1,946	0.3%
其它	7,232	0.8%	2,893	0.4%
總計	<u>96,810</u>	<u>11.1%</u>	<u>27,800</u>	<u>4.2%</u>

(1) 包括於截至二零一零年十二月三十一日止年度以股份支付的薪酬開支人民幣32.4百萬元。

本集團的行政開支由二零零九年度的人民幣27.8百萬元增加248.2%至二零一零年度的人民幣96.8百萬元，主要是由於本集團於二零一零年度增聘經驗豐富的高級管理人員管理本集團的迅速發展、籌備本集團上市，加上向本集團行政人員提供以股份支付的薪酬而產生非現金開支人民幣32.4百萬元（二零零九年度：無）所致。同時，加強對生產質量的管理和對新產品的研究開發也使本集團的研究開發費用從二零零九年度的人民幣1.9百萬元增加320.6%至二零一零年度的人民幣8.2百萬元。另外，為配合本集團的業務迅速發展和籌備本公司的上市，本集團二零一零年度的辦公室開支和差旅及招待費均較二零零九年度有所增加。

融資成本

本集團的融資成本由二零零九年度的人民幣8.7百萬元微降至二零一零年度的人民幣8.4百萬元。於二零一零年度，除去資本化部分後的銀行借貸及銀行融資的利息開支從二零零九年度的人民幣1.3百萬元增至人民幣8.4百萬元。

可贖回可轉換優先股的公允值變動

二零一零年度本集團可贖回可轉換A系列優先股的公允值變動的相關支出為人民幣121.4百萬元，而二零零九年度則為人民幣33.5百萬元，是由於本集團於二零零九年十月發行之可贖回可轉換優先股的公允值增加所致。公允值增加主要是由於：(i)二零一零年五月根據A系列優先股購股協議所規定的盈利調整和反攤薄保

護而額外發行144,572股可贖回可轉換優先股，及(ii)本集團知名度提高因而使未來經營的風險減少，加上本公司普通股首次全球發售臨近前令股份流動性增加，因此本集團於上市前的企業價值增加。可贖回可轉換優先股已於上市前轉換為本公司普通股股份，成為本公司股東權益的一部份。轉換後，可贖回可轉換優先股不再屬於本公司負債。

稅項

本集團的稅項支出由二零零九年度的人民幣36.0百萬元增長15.2%至二零一零年度人民幣41.5百萬元，主要是由於本集團應課稅收入增加所致。

本集團的年度溢利及全面收益總額

綜合上述因素，本集團的年度溢利及全面收益總額由二零零九年度的人民幣141.7百萬元減少57.9%至二零一零年度的人民幣59.7百萬元。本集團的年度溢利及全面收益總額的減少主要受二零一零年度可贖回可轉換優先股的公允值變動相關的非現金支出人民幣121.4百萬元、首次全球發售的相關費用人民幣33.5百萬元及以股份為基礎的薪酬非現金支出人民幣36.6百萬元的影響所致。

首次公開發售所得款項淨額用途

上市於扣除有關開支後的所得款項淨額約為人民幣1,033.2百萬元。本公司已按照本公司二零一零年九月十六日的招股文件中所得款項用途所披露的方式運用這些款項淨額。因此，截至二零一零年十二月三十一日止所得款項淨額用途相應如下：

	首次公開發售所得款項淨額		
	可供動用	已動用	未動用
	人民幣千元		
購買新的生產設備和興建新的生產設施	364,913	52,761	312,152
建立華東地區總部	273,664	—	273,664
擴展經銷網絡、渠道和經營品牌	73,092	54,957	18,135
設計、研究及開發新產品	146,185	8,979	137,206
提升ERP和整體資訊系統	43,855	408	43,447
償還債務	73,000	73,000	—
營運資金	58,474	58,474	—
合計	<u>1,033,183</u>	<u>248,579</u>	<u>784,604</u>

流動資金及資本來源

於二零一零年度，本集團營運所需資金及資本開支主要來源於內部營運產生的現金流量、銀行借貸及本公司發行普通股融資。

現金流量

下表概述截至於十二月三十一日止所示年度本集團的現金流量淨額：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
經營活動所得(所用)現金淨額	181,302	96,564
投資活動所用現金淨額	(142,681)	(131,735)
融資活動(所用)所得現金淨額	975,795	115,870
現金及現金等價物增加(減少)	1,014,416	80,699
年末現金及現金等價物	1,170,469	168,777

經營活動所得(所用)現金淨額

於二零一零年度，本集團的經營活動所得現金淨額為人民幣181.3百萬元(二零零九年度：人民幣96.6百萬元)，而除稅前溢利為人民幣101.1百萬元。該差額主要是由於貿易應收款項及應收票據增加人民幣58.1百萬元，按金、預付款項及其他應收款項(主要為預付廣告費用)增加人民幣54.3百萬元，其它應付款項及應計開支增加人民幣48.6百萬元(主要是由於購買土地等的預繳租賃付款的應計開支及應付款項所致)及已付所得稅人民幣45.8百萬元所致；而部份被本集團可贖回可轉換優先股的公允值變動的相關非現金支出人民幣121.4百萬元與向本集團員工(包括董事)提供以股份支付的薪酬而產生非現金開支人民幣36.6百萬元所抵銷。

投資活動所用現金淨額

於二零一零年度，本集團的投資活動所用現金淨額為人民幣142.7百萬元(二零零九年度：人民幣131.7百萬元)，主要是由於有關在房山物業興建、安裝及裝備生產設施及購買IMAC24茶包自動包裝機的購買物業、廠房及設備付款人民幣139.5百萬元，以及增購北京房山區土地的付款人民幣13.5百萬元所致。

融資活動（所用）所得現金淨額

於二零一零年度，本集團融資活動所得現金淨額為人民幣975.8百萬元（二零零九年度：人民幣115.9百萬元），主要是由於本公司普通股首次公開發售所得款項人民幣1,131.4百萬元、銀行貸款人民幣50.0百萬元所致，而部分被發放特別股息人民幣47.5百萬元、償還銀行借貸人民幣115.0百萬元及首次全球發售資本化的費用人民幣51.6百萬元所抵銷。

現金與銀行借貸

截止於二零一零年十二月三十一日，本集團銀行結餘及現金為人民幣1,170.5百萬元（二零零九年十二月三十一日：人民幣168.8百萬元），較前一年度增加了人民幣1,001.7百萬元。本集團77.3%以上的銀行結餘及現金是人民幣。同時，截止於二零一零年十二月三十一日，本集團沒有任何銀行借貸（二零零九年十二月三十一日：銀行借貸人民幣65.0百萬元）。另外，本集團於二零一零年十二月三十一日並無任何未動用銀行授信。

資本開支

於二零一零年度，本集團的資本開支為人民幣152.3百萬元（二零零九年度：人民幣149.1百萬元），主要包括收購土地使用權及購買用作生產設施的物業、廠房及設備的開支。下表載列截至十二月三十一日止所示年度本集團經營的資本開支。

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
土地使用權	13,546	994
物業、廠房及設備	139,499	142,518
無形資產	1,255	3,602
收購一間子公司退還按金	(2,000)	—
收購一間子公司已付按金	—	2,000
總計	<u>152,300</u>	<u>149,114</u>

本集團現時預期於二零一一年全年將產生資本開支總額約人民幣498.8百萬元，將主要用於購買與房山總部興建、安裝及裝備額外生產設施有關的土地、物業、廠房及設備、增加研發設備的投資、添置和提升IT設施和功能以及在上海建立華東總部。本集團預期以現有現金結餘、營運產生的現金及公司首次公開發售所得款項共同用於本集團二零一一年的資本開支。

存貨

本集團的存貨包括原材料及包裝材料、在製品（半成品）及成品。下表載列本集團於所示日期的存貨分析：

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
原材料及包裝材料	4,159	2,943
在製品	1,354	3,042
成品	156	412
存貨總額	<u>5,669</u>	<u>6,397</u>

二零一零年本集團的存貨佔銷售成本的百分比比二零零九年進一步下降。本集團的存貨週轉天數（以期初及期末的存貨結餘平均數除以期間的銷售成本，乘以期間的天數計算）由二零零九年的35天減至二零一零年的25天。本集團積極監控存貨水平，力求令原材料、在製品及成品保持較低但充足的原料及包裝材料存貨量。本集團於經銷及零售整個過程中監控及評估銷售表現及產品趨勢，以更好預測存貨要求。

貿易應收款項及應收票據

本集團通常要求經銷商於交收貨物前付款。對於與本集團有長期合作的若干主要經銷商，本集團或會允許更有利的付款結算條款。例如，倘該等供應商可向本集團提供有效付款證明，如銀行承兌票據，儘管於到期前或本集團將該票據轉交其他人士前於本集團資產負債表內列作應收票據，但本集團認為其風險甚低而實質相等於付款，本集團便可以交付新貨品。本集團通常按照合約向少數經銷商提供60天或最多六個月的信貸期，該等經銷商大部份為向超市及連鎖便利店（一般行業慣例允許記賬銷售）銷售之有信譽經銷商。並無享有合約信貸期的經銷商亦可就個別採購申請信貸，由本集團基於市場發展需要及經銷商支付能力與過往支付紀錄逐個審批。

下表載列本集團於所示日期和貿易應收款項和應收票據分析：

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
貿易應收款項	135,117	39,428
應收票據	17,686	55,295
	<u>152,803</u>	<u>94,723</u>

下表載列本集團於所示期間的貿易應收款項及應收票據的週轉期（以期初及期末結餘的平均值除以期內的營業額，乘以期內的天數計算）：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年	二零零九年
貿易應收款項及應收票據週轉天數	52	29
其中的貿易應收款項週轉天數	37	13

本集團貿易應收款項及應收票據週轉天數由截至二零零九年十二月三十一日止年度的29天增至截至二零一零年十二月三十一日止年度的52天，主要是由於業務規模擴大及向獲本集團授出信貸期的經銷商銷售增加，使本集團的貿易應收款項由二零零九年十二月三十一日的人民幣39.4百萬元增至二零一零年十二月三十一日的人民幣135.1百萬元。

下表概述本集團於所示日期的貿易應收款項及應收票據賬齡：

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
0至90天	149,392	93,150
91至180天	3,411	1,502
181至365天	-	71
總計	<u>152,803</u>	<u>94,723</u>

二零一零年十二月三十一日，本集團的呆帳撥備為零（二零零九年十二月三十一日：零）。本集團於二零一零年度並無產生任何呆賬減值（二零零九年：無）。

貿易應付款項

本集團的貿易應付款項主要包括應付本集團的原材料及包裝材料供應商的款項。基於與本集團主要供應商的長期關係，本集團一般享有最多90天的優惠信貸期。

下表載列本集團於所示日期貿易應付款項分析：

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
貿易應付款項	<u>7,342</u>	<u>10,512</u>

下表載列本集團於截至十二月三十一日止所示年度的貿易應付款項的週轉期（以期初及期末的貿易應付款項結餘的平均數除以期內銷售成本，乘以期內的天數計算）：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年	二零零九年
貿易應付款項週轉天數	36	41

貿易應付款項週轉天數由二零零九年度的41天減至二零一零年度的36天，主要是由於原材料及包裝材料價格上漲，本集團為了穩定採購成本，對個別供應商縮短了信用期限。

下表概述本集團於截至十二月三十一日止所示年度的貿易應付款項賬齡：

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
0至90天	<u>7,342</u>	<u>10,512</u>

按金、預付款項及其他應收款項

下表載列本集團於所示日期的按金、預付款項及其他應收款項分析：

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
預付廣告費	89,933	37,050
其他預付款項	6,165	5,223
其他應收款項	4,023	1,392
預繳租賃付款	1,447	388
預付款項予供應商	980	349
員工墊款	—	104
	<hr/>	<hr/>
總計	102,548	44,506

本集團於二零一零年十二月三十一日的預付廣告費增加主要是由於(i)本集團廣告活動大幅增加，(ii)要求預付廣告費的媒體渠道增加（尤其是電視渠道），及(iii)本集團決定為更多廣告活動預付費用以爭取有利的電視廣告收費，從而減輕廣告費上升的影響。本集團通常與電視網絡及其他媒體平台或透過彼等廣告代理（均為獨立第三方）訂立預付廣告費協議。

其他應付款項及應計費用

下表載列本集團於所示日期的其他應付款項及應計費用分析：

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
其他應付稅項	23,444	14,326
應付銷售折讓	18,851	—
應計工資	15,268	6,354
其他應付款項	12,691	632
土地使用權應付款項	11,210	—
預收賬款	9,911	5,528
應付珠海奇佳前股東之款項	4,550	—
收購子公司應付款項	2,000	—
應計開支	1,493	3,033
遞延政府補助	786	136
應付廣告費用	300	1,855
應計利息開支	—	117
	100,504	31,981

本集團於二零一零年十二月三十一日的其他應付款項及應計費用波動主要是由於土地使用權應付款項、其他應付稅項、應計工資、應付銷售折讓和其他應付款項變動所致。本集團截至二零一零年十二月三十一日的土地使用權與本集團購買位於北京房山區作生產用途的土地有關。本集團於二零一零年度內的其他應付稅項增加，主要是由於本集團營業額增加導致增值稅及應付所得稅增加。本集團於二零一零年度內的應計工資增加主要是由於本集團高級管理人員增加及人均工資增加，所以年末計提的獎金增加。應付銷售折讓增加主要是由於自二零一零年，本集團開始執行銷售折讓政策而出現的年末存在尚末兌現的銷售折讓。其他應付款增加主要是未支付的上市費用所致。

外匯匯率風險

本集團絕大部分營業收入、銷售成本和費用、以及行政開支等均以人民幣計值。除部分銀行存款以港元及美元計值外，本集團大部分資產及負債亦以人民幣計值。由於人民幣為本集團的功能貨幣，故外匯匯率風險主要來自以港元及美元計值的資產。

截至二零一零年十二月三十一日止年度，本集團概無購買任何外匯及利率衍生產品或相關對沖工具。

資產抵押

截至二零一零年十二月三十一日，本集團並無任何資產抵押。

或然負債及擔保

截至二零一零年十二月三十一日，本集團並無重大或然負債及擔保。

資產負債表外承擔及安排

截至二零一零年十二月三十一日，本集團並無資產負債表外承擔或安排。

資本承擔

截至二零一零年十二月三十一日，本集團資本承擔總額為人民幣16.1百萬元，主要用於購買設備，擴展研發中心。

人力資源管理

本集團將高質素僱員視為最重要的資源。於二零一零年十二月三十一日，本集團在中國及香港約有2,711名僱員（包括由僱傭代理僱用的751名促銷人員）（二零零九年：2,693名僱員（包括由僱傭代理僱用的916名促銷人員），及截至二零一零年十二月三十一日止年度的總員工成本（包括董事薪酬及以股份支付的非現金開支）約為人民幣148.6百萬元。僱員薪酬乃參考個人表現、工作經驗、資歷及當前行業慣例而釐訂。除基本薪酬及法定退休福利計劃外，僱員福利亦包括授予合資格僱員的酌情花紅及購股權。

本集團重視合適人才的招募、激勵和保留。董事和部分高中級管理人員根據本公司首次全球發售前購股權計劃享有購股權。僱員購股權計劃用於激勵員工，鼓勵他們為提高本集團價值、並促進本集團的長期發展而不懈努力。

本集團對員工的持續教育和培訓計劃有相當的投入，以不斷提升員工的知識、技能和協作精神。本集團經常根據需要給相關的工作人員提供內部及外部的培訓課程。

報告年度結算日後變動

董事確認，自二零一零年十二月三十一日以來，本集團債務或或然負債並無任何重大變動。

股息

董事會建議派付截至二零一零年十二月三十一日止年度的末期股息每股0.01港元，股息派息率約為23.8%。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將由二零一一年四月二十七日起至二零一一年四月二十九日止（首尾兩天包括在內）暫停辦理股份過戶登記。於該期間內，概不辦理本公司股份之過戶手續。為符合出席本公司應屆股東週年大會及（如適用）收取截至二零一零年十二月三十一日止年度之末期股息的資格，所有填妥之過戶表格連同有關股票不得遲於二零一一年四月二十六日下午四時正送抵本公司於香港之證券登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室。釐定獲取末期股息資格的記錄日期將為二零一一年四月二十九日。

企業管治

本公司自其於二零一零年九月二十九日上市起至二零一零年十二月三十一日止（「回顧期間」）一直遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄14所載的企業管治常規守則的守則條文，惟守則第A.2.1條及第A.4.1條除外。

守則第A.2.1條

根據守則第A.2.1條，董事長與首席執行官的職能應有所區分，且不應由一人同時兼任。趙一弘先生同時擔任董事長及首席執行官。趙先生為本集團創辦人，擁有21年的中國食品飲料行業經驗。董事會相信，將兩個職能集中於同一人士，在當前和可預見的未來可為本集團提供強大一致之領導，方便本集團業務策略之實施及執行。然而，本集團將根據當時情況不時檢討其架構。

守則第A.4.1條

根據守則第A.4.1條，非執行董事須委以特定任期，並可膺選連任。本公司非執行董事卓福民先生及王兵先生以及本公司獨立非執行董事黃晶生先生概無委以特定任期。然而，根據本公司組織章程細則第16.18條，本公司全體董事（包括執行及非執行）均須至少每三年於股東週年大會上輪席退任一次。董事會相信，此輪席退任規定與守則第A.4.1條之目的如出一轍。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至二零一零年十二月三十一日止年度，本公司及其子公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載的標準守則作為董事買賣本公司證券的行為守則。經向全體董事作出特定查詢後，全體董事確認彼等於回顧期間一直遵守標準守則所載的買賣規定準則。

審核委員會及年度業績審核

本公司已成立審核委員會，由三名獨立非執行董事（即黃立達先生（一名具備合適專業資格的董事，彼擔任審核委員會主席）、黃晶生先生及忻榕女士）組成。審核委員會主要職責是在提供獨立意見及監管本集團的財務報告程序、內部控制及風險管理系統的有效性方面、審查審核過程及履行本公司董事會指派的其他職責上協助董事會。

本集團審核委員會已審閱本集團截至二零一零年十二月三十一日止年度的經審核財務報表。

於聯交所網站刊發資料

本公告已載於本公司網站(www.besunyen.com)及香港聯合交易所有限公司網站(www.hkexnews.hk)。本公司截至二零一零年十二月三十一日止年度的年報將適時發予本公司股東並登載於上述網站。

承董事會命
碧生源控股有限公司
董事長及首席執行官
趙一弘

香港，二零一一年三月十一日

於本公告日期，本公司執行董事為趙一弘先生（董事長及首席執行官）及高雁女士（副董事長）；非執行董事為卓福民先生及王兵先生；而獨立非執行董事為黃晶生先生、黃立達先生及忻榕女士。