

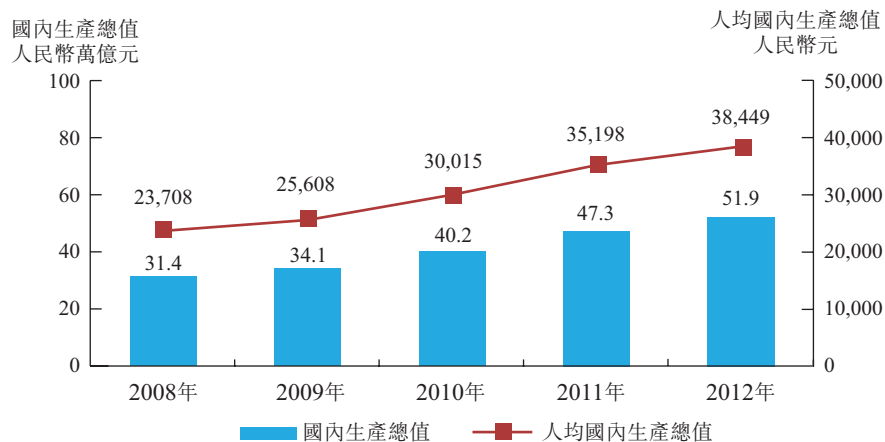
本節及本招股說明書其他章節所載資料及統計數據部分摘錄及取材自多份政府官方刊物。此外，我們委任南方醫藥經濟研究所（獨立研究機構）編製報告（「南方醫藥經濟研究所報告」），以提供營養膳食補充劑行業及其他資料並闡述我們在中國目標市場的地位。本節及本招股說明書其他章節載有南方醫藥經濟研究所報告的資料。我們相信此等資料的來源乃屬適當，且已合理審慎摘錄及轉載該等資料。我們並無理由相信該等資料在任何重大方面屬虛假或具誤導性，或遺漏任何重大事實致使該等資料虛假或具誤導性。我們、獨家全球協調人、獨家保薦人、獨家賬簿管理人、獨家牽頭經辦人、包銷商、他們各自的聯屬人士或顧問或參與全球發售的任何其他方均無對來源於政府官方或其他第三方的資料進行獨立核證，對該等資料的準確性亦不發表任何聲明。該等資料可能與中國國內或國外編製的其他資料不一致。

中國經濟

中國經濟強勁增長

自1970年代末中國政府開始實施改革及市場開放政策以來，中國經濟突飛猛進。過去30年，中國經濟強勁增長，並已成為全球最大的經濟體之一。根據中國國家統計局的資料，中國2008年至2012年的名義國內生產總值由人民幣31.4萬億元增長至人民幣51.9萬億元，而人均名義國內生產總值由人民幣23,708元增長至人民幣38,449元，複合年增長率分別約為13.4%及12.8%。下圖載列2008年至2012年中國的名義國內生產總值及人均名義國內生產總值。

國內生產總值及人均國內生產總值

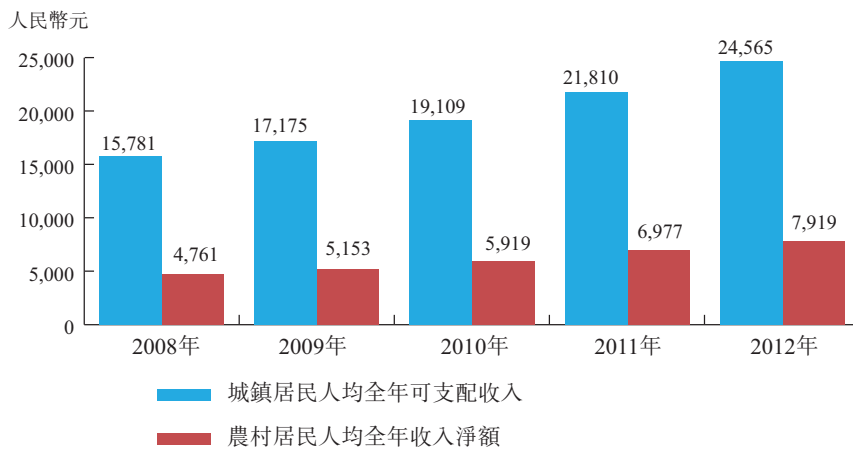


資料來源：中國國家統計局

中國可支配收入增長

隨着中國經濟迅速發展，可支配收入水平亦顯著提升。根據中國國家統計局的資料，中國城鎮居民的人均全年可支配收入由2008年的人民幣15,781元增至2012年的人民幣24,565元，此五年期間的複合年增長率為11.7%。同期，中國農村居民的人均全年收入淨額由2008年的人民幣4,761元增至2012年的人民幣7,919元，複合年增長率為13.6%。下圖載列2008年至2012年中國城鎮居民的人均全年可支配收入及農村居民的人均全年收入淨額。

中國城鎮居民人均全年可支配收入及農村居民人均全年收入淨額

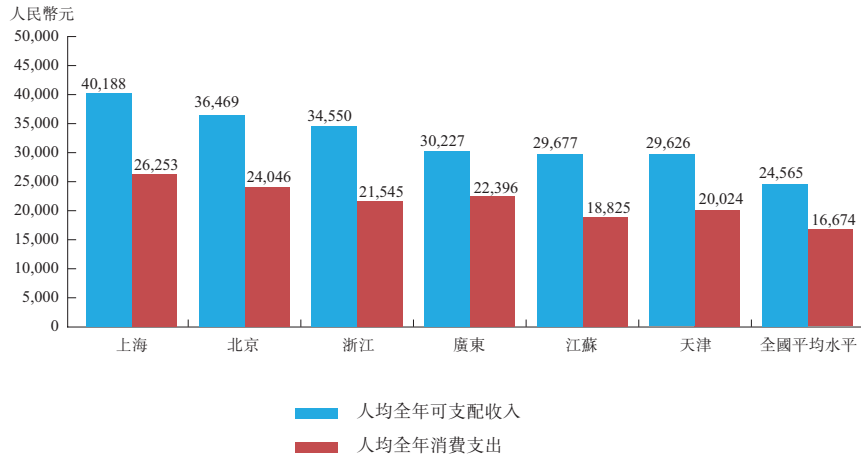


資料來源：中國國家統計局

地理特徵

由於中國地方經濟發展程度不一，上海、北京、浙江、廣東、江蘇及天津城鎮居民近年的人均全年可支配收入及人均全年消費支出較高。下圖載列2012年中國上海、北京、浙江、廣東、江蘇及天津的城鎮居民人均全年可支配收入及城鎮居民人均全年消費支出。

按地理位置劃分的城鎮居民人均全年可支配收入及
城鎮居民人均全年消費支出（2012年）

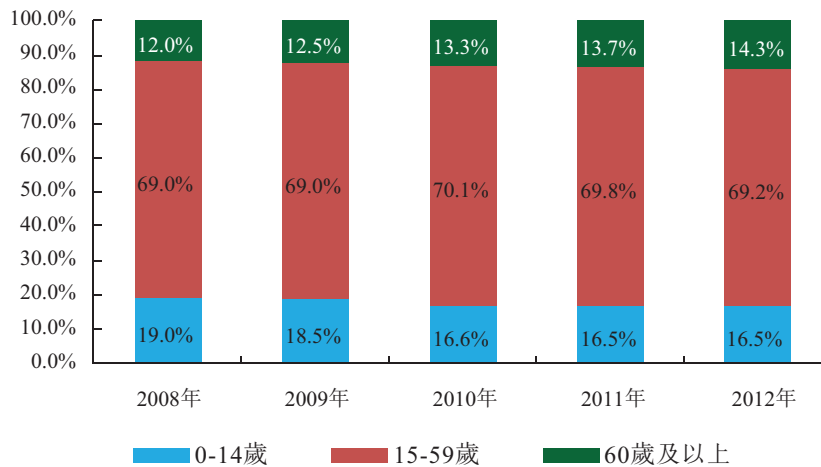


資料來源：中國國家統計局、中國衛生統計年鑒2012、南方醫藥經濟研究所報告

人口特徵


隨着生活水平不斷提高及保健支出日益增加，根據中國國家衛生和計劃生育委員會的數據，2012年，中國人口平均壽命達到73.7歲。儘管中國整體人口因獨生子女政策而增長緩慢，年齡在60歲或以上的人口在過去幾年仍呈現增長。於2012年年底，年齡在60歲或以上的人口佔總人口的14.3%。下圖載列2008年至2012年間中國各年齡段群體的人口佔總人口的百分比。

中國各年齡段群體的人口佔總人口的百分比



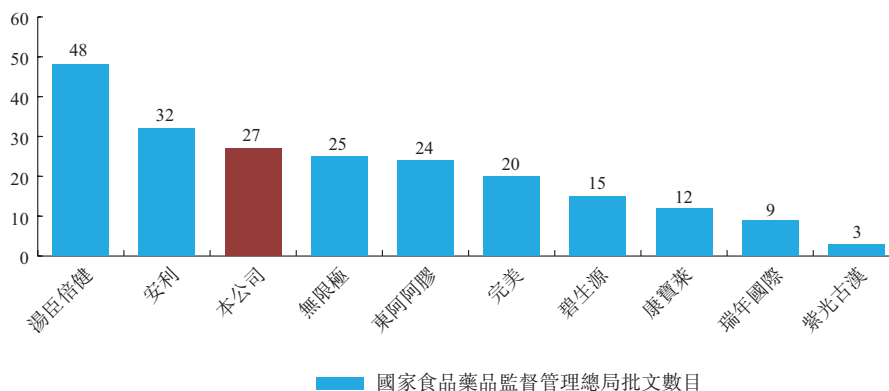
資料來源：中國國家統計局

中國營養膳食補充劑市場

中國營養膳食補充劑市場包括多款用於幫助攝入豐富及均衡營養以及改善身體機能的產品。中國營養膳食補充劑分為兩大類：須經過國家食品藥品監督管理總局審批的保健食品和作為一般食品規管的營養食品。就保健食品而言，國家食品藥品監督管理總局審批程序要求產品須進行人體或動物測試（視乎其功能及成分而定），而這一流程最長可需要兩年。通過審批後，產品包裝可加上「保健食品」(「」) 標記，以確定為經國家食品藥品監督管理總局批准的保健食品，且其保健功效可公開宣傳。有關國家食品藥品監督管理總局審批程序及相關規定的詳情，請參閱本招股說明書「監管概覽」一節。

根據南方醫藥經濟研究所報告，截至2012年12月31日，國家食品藥品監督管理總局已合共批准12,314款保健食品。下圖載列截至2012年12月31日經甄選的主要市場參與者（包括本公司、湯臣倍健股份有限公司（「湯臣倍健」）、安利（中國）日用品有限公司（「安利」）、無限極（中國）有限公司（「無限極」）、山東東阿阿膠股份有限公司（「東阿阿膠」）、完美（中國）有限公司（「完美」）、碧生源控股有限公司（「碧生源」）、康寶萊（中國）保健品有限公司（「康寶萊」）、瑞年國際有限公司（「瑞年國際」）及紫光古漢集團股份有限公司（「紫光古漢」）持有的國家食品藥品監督管理總局批文數目。

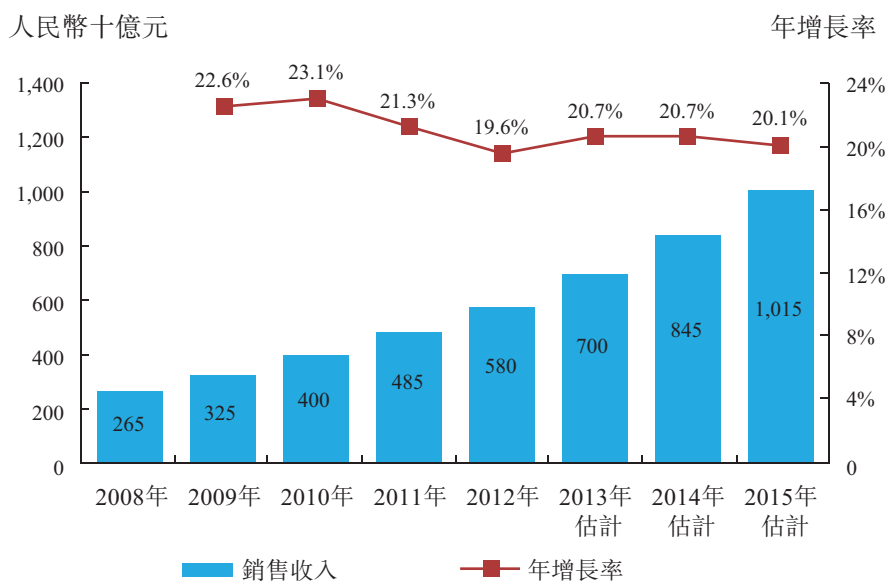
2012年中國經甄選主要市場參與者所持國家食品藥品監督管理總局批文數目



資料來源：國家食品藥品監督管理總局、南方醫藥經濟研究所報告

根據南方醫藥經濟研究所報告，中國營養膳食補充劑銷售錄得強勁增長，由2008年的人民幣2,650億元增至2012年的人民幣5,800億元，此五年期間的複合年增長率為21.6%。我們相信，中國營養膳食補充劑總銷售在眾多有利因素綜合影響下將繼續高速增長，有關因素包括可支配收入及中產階級人口增加、健康意識加強、健康問題加重以及人口日益老化。根據南方醫藥經濟研究所報告，2012年至2015年期間，中國營養膳食補充劑總銷售估計將以20.5%的複合年增長率增長，並於2015年達到人民幣10,150億元。下圖載列中國營養膳食補充劑的過往及預期銷售情況以及其於所示期間的年增長率。

中國營養膳食補充劑銷售及年增長率



資料來源：南方醫藥經濟研究所報告

根據南方醫藥經濟研究所報告，儘管中國營養膳食補充劑市場近年錄得巨大增長，中國的人均營養膳食補充劑支出仍顯著低於美國同期的支出。憑藉其佔世界人口五分之一的人口總數，結合各項利好社會及經濟因素，中國的人均營養膳食補充劑支出於2008年至2012年期間以21.0%的複合年增長率增長，且據南方醫藥經濟研究所估計未來仍將呈現迅猛增長。根據南方醫藥經濟研究所報告，就未來增長潛力而言，中國已然成為全球最具吸引力的營養膳食補充劑市場。

中國營養膳食補充劑的銷售渠道

中國營養膳食補充劑行業的市場參與者通過多個銷售渠道銷售及推廣產品，包括超市及便利店、藥店、直銷、專賣店（包括加盟店及自營零售店）、電商平台、展銷會及電話營銷。下表載列2008年至2012年間通過各個銷售渠道所作銷售佔中國營養膳食補充劑總銷售的百分比。

銷售渠道	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
超市、便利店及藥店 ...	81.9%	81.3%	81.0%	81.0%	81.0%
直銷 ⁽¹⁾	9.1%	9.2%	9.3%	9.3%	9.5%
專賣店 ⁽²⁾	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	1.6%
電商平台	0.6%	0.8%	1.0%	1.2%	1.4%
其他	7.0%	7.2%	7.3%	7.0%	6.6%

資料來源：南方醫藥經濟研究所報告

附註：

- (1) 指大部分銷售由製造商直接向終端消費者進行的一種銷售渠道。
 (2) 包括自營及特許經營零售店。

因自營零售店的初始投資相對較高，主要通過專賣店銷售其營養膳食補充劑的市場參與者大多通過加盟店銷售及推廣其營養膳食補充劑。根據南方醫藥經濟研究所報告，自營零售店通常較易建立並鞏固其品牌形象，並享有更高的每店營業額及利潤。下表載列主要通過自營零售店出售營養膳食補充劑的主要市場參與者於所示期間的營業額相關資料。

排名	公司名稱	產品類型	銷售渠道	於2012年 12月31日的 零售店數目	2012年 營業額 (人民幣 百萬元)	複合 年增長率 (2010年至 2012年的 營業額增長)	2012年每店 年度營業額 (人民幣 百萬元) ⁽¹⁾
1	山東東阿阿膠 股份有限公司	阿膠產品	自營零售店	104	380	9.0%	3.7
2	Fancl (中國) 有限公司	膠原蛋白產品	自營零售店	140	350	32.3%	2.5
3	DHC Co., Ltd.	膠原蛋白產品	自營零售店	590	200	41.4%	0.3
4	杭州蜂之語蜂業 股份有限公司	蜂蜜產品	自營零售店	210	180	22.5%	0.9
5	本公司	多元產品	自營零售店	39	150	50.0%	3.9

資料來源：南方醫藥經濟研究所報告

附註：

- (1) 每店營業額乃按特定公司的年度總營業額除以其於該年末的零售店數目計算得出。

中國營養膳食補充劑行業的競爭格局

中國營養膳食補充劑行業仍然處於發展初期，高度分散，變化迅速且利潤率高。在中國，政府對整個行業的監管較為鬆散，唯獨對獲國家食品藥品監督管理總局批准的保健食品規管嚴格。由於就小企業而言准入門檻不高，故當今營養膳食補充劑市場充斥着產品類型有限、產品質量低下以及研發能力不足的小企業。然而，經國家食品藥品監督管理總局批准的保健食品市場存在准入門檻，乃由於就保健食品申請國家食品藥品監督管理總局批文通常需時兩年，以及前期須投入大量成本及時間方可建立強勁的品牌名稱、消費者認知度及全國經銷網絡。有關准入門檻在短期內不易克服。營養膳食補充劑行業的競爭主要集中於產品及服務質量、銷售渠道以及產品開發能力。安利、GNC Holdings, Inc.及NBTY, Inc.等全球行業領導者進入中國市場亦進一步加劇行業競爭，皆因該等市場參與者通常於資本資源、銷售及經銷模式以及研發能力方面擁有極大優勢。

2012年，營養膳食補充劑行業高度分散，擁有逾10,000名市場參與者。缺乏銷售渠道及產品研發能力方面的競爭優勢的小企業最終將會淡出營養膳食補充劑市場，而資源雄厚的大企業則或可透過內生增長或收購進一步強化銷售網絡及加強產品研發能力從而鞏固其市場領導地位。

推動中國營養膳食補充劑市場增長的因素

可支配收入及中產階級人口增加

根據中國國家統計局的資料，中國城鎮居民的人均全年可支配收入及農村居民人均全年收入淨額在過去幾年大幅增加，並於2012年分別達到人民幣24,565元及人民幣7,919元。可支配收入增加主要乃因近年來中國的名義國內生產總值上升及工資上漲所致。隨着購買力增強，消費者可就營養膳食補充劑產品花費更多。此外，根據南方醫藥經濟研究所報告，中國2010年的中產階級人口為2億，估計中產階級人口在2020年前將另外增加4.56億，而中產階級人口為營養膳食補充劑的主要消費群體之一，未來亦是如此。

保健行業的發展及健康意識日益增強

根據南方醫藥經濟研究所報告，當一個國家的人均國內生產總值超出3,000美元時，其健康相關行業將經歷迅猛增長及發展。而因中國的人均國內生產總值於2010年達到4,200美元，中國多個健康相關行業已步入迅速增長及發展時期。隨着健康相關行業的發展和生活水平不斷提高，中國消費者日益重視並了解身心健康的觀念，主要原因在於營養膳食補充劑製造商及零售商、執業醫師及中國政府推行消費者教育計劃及活動。在中國，互聯網的普及使用令健康相關資訊更流通，亦是提高消費者對健康及保健問題的認知及關注的重要因素。這個趨勢在平均可支配收入及生活水平相對較高的大中型城市尤為顯著，而這些地區的人們在追求健康的生活方式過程中願意在營養膳食補充劑方面消費更多。隨着對健康生活方式的認知改變，消費習慣亦將改變，因此，健康相關產品最終將成為必需品，而非可選擇商品。

健康問題日趨嚴重

隨着中國工業化、經濟增長及城鎮化，人口不斷增加、勞動強度增加、生活節奏加快及壓力日增，導致多個健康問題日趨普遍。根據南方醫藥經濟研究所報告，中國人口中約有70%存在體力及免疫力下降但未被診斷患有一種已知疾病（此情況通常稱為「亞健康」）。從南方醫藥經濟研究所獲悉，該類人群多數分佈在一線或二線城市，而中國大約75%的年輕高學歷個體均處於亞健康狀態。此類處於亞健康狀態的人群日漸關注營養膳食補充劑的益處。

人口日益老化

根據中國國家統計局的資料，中國年齡為60歲或以上的人口於2012年年底達到1.94億，約佔中國總人口14.3%。南方醫藥經濟研究所估計，截至2020年年底，中國年齡為60歲或以上的人口將達2.61億，佔總人口18.0%。因為老年人為營養膳食補充劑的主要消費群體之一，據南方醫藥經濟研究所估計，人口日益老化加上健康意識隨着年齡增長而日益加強預期會在將來帶動營養膳食補充劑需求增長。

中國經甄選產品的市場

輔酶Q₁₀

根據南方醫藥經濟研究所報告，輔酶Q₁₀產品的設計初衷在於幫助保護心臟、緩解疲勞、促進血液循環、增強免疫系統和提供抗氧化功效。中國輔酶Q₁₀市場由2010年的人民幣30百萬元增長至2012年的人民幣63百萬元，2010年至2012年期間的複合年增長率為44.5%，估計2015年將達到人民幣153百萬元，即2012年至2015年期間的複合年增長率為34.4%。

下表載列於所示期間中國輔酶Q₁₀產品三大供應商的營業額及市場佔有率（以營業額計）。

排名	公司名稱	2010年		2011年		2012年		複合年 增長率 (2010年至 2012年)
		營業額	市場 佔有率	營業額	市場 佔有率	營業額	市場 佔有率	
(人民幣百萬元，百分比除外)								
1	本公司 ⁽¹⁾	18	59.4%	35	67.0%	42	67.1%	52.8%
2	浙江醫藥股份有限公司 ⁽²⁾	4	13.3%	5	9.7%	6	9.5%	22.5%
3	洛陽華以生物工程有限公司	4	13.3%	4	8.3%	5	7.6%	11.8%

資料來源：南方醫藥經濟研究所報告

附註：

- (1) 本公司的輔酶Q₁₀產品包括輔酶Q₁₀片及輔酶Q₁₀膠囊。
- (2) 有關數據僅指浙江醫藥股份有限公司新昌製藥廠的數據。

葡萄籽提取物

根據南方醫藥經濟研究所報告，葡萄籽提取物的活性成分為原花青素，可提供抗氧化功效。葡萄籽提取物的設計初衷在於幫助保護心血管系統、預防高血壓及提供抗癌、防輻射、抗皺及抗過敏功效。中國葡萄籽提取物市場由2010年的人民幣303百萬元增長至2012年的人民幣444百萬元，2010年至2012年期間的複合年增長率為20.9%，且據南方醫藥經濟研究所估計，2015年將達到人民幣839百萬元，即2012年至2015年期間的複合年增長率為23.6%。

行業概覽

下表載列於所示期間中國葡萄籽提取物主要供應商的營業額及市場佔有率（以營業額計）。

排名	公司名稱	2010年		2011年		2012年		複合年 增長率 (2010年至 2012年)
		營業額	市場 佔有率	營業額	市場 佔有率	營業額	市場 佔有率	
(人民幣百萬元, 百分比除外)								
1	美國健安喜.....	77	25.4%	95	26.7%	120	27.1%	24.8%
2	北醫大生物科技有限公司.....	65	21.4%	75	21.1%	88	19.8%	16.4%
3	上海春芝堂生物製品有限公司.....	50	16.5%	55	15.5%	60	13.5%	9.5%
4	北京雷特康生物科技有限公司.....	20	6.6%	23	6.5%	25	5.6%	11.8%
5	本公司 ⁽¹⁾	0.3	0.1%	1	0.2%	20	4.5%	1,314.2%

資料來源：南方醫藥經濟研究所報告

附註：

(1) 本公司的葡萄籽產品為葡芪膠囊。

紫蘇油產品

根據南方醫藥經濟研究所報告，紫蘇油產品的設計初衷在於幫助保護心血管系統和肝臟、提供抗癌、抗過敏及抗老化功效、提高記憶力以及緩解壓力。中國紫蘇油市場由2010年的人民幣181百萬元增長至2012年的人民幣294百萬元，2010年至2012年期間的複合年增長率為27.3%，估計2015年將達到人民幣578百萬元，即2012年至2015年期間的複合年增長率為25.3%。

下表載列於所示期間中國紫蘇油產品主要供應商的營業額及市場佔有率（以營業額計）。

排名	公司名稱	2010年		2011年		2012年		複合年 增長率 (2010年至 2012年)
		營業額	市場 佔有率	營業額	市場 佔有率	營業額	市場 佔有率	
(人民幣百萬元, 百分比除外)								
1	上海天龍生物科技有限公司.....	43	23.7%	53	23.5%	65	22.1%	22.9%
2	許昌元化生物科技有限公司.....	45	24.8%	50	22.1%	60	20.4%	15.5%
3	湖北李時珍保健油有限責任公司.....	40	22.3%	46	20.4%	52	17.7%	14.0%
4	四川利好科技有限責任公司.....	28	15.4%	43	19.0%	50	17.0%	33.6%
5	本公司 ⁽¹⁾	-	-	1	0.6%	24	8.3%	-

資料來源：南方醫藥經濟研究所報告

附註：

(1) 本公司的紫蘇油產品為亞麻酸軟膠囊。

進口營養膳食補充劑

根據南方醫藥經濟研究所報告，本公司是中國為數不多、開發及提供以橄欖葉提取液、鵝鵝油及奶薊草為主要成分的產品的公司。下表載列此等成分的功效：

成分	功效
橄欖葉提取液	有助於加強免疫系統、保護心血管系統及提供抗菌及抗氧化支持
鵝鵝油	有助於提高細胞再生能力，改善肌膚新陳代謝
奶薊草	有助於保護肝臟免受毒素侵害

資料來源：南方醫藥經濟研究所報告

資料來源

南方醫藥經濟研究所是一家經驗豐富的中國保健行業諮詢公司，受聘撰寫南方醫藥經濟研究所報告，以供本招股說明書全部或部分採用。南方醫藥經濟研究所於1979年成立，已在中國建立其研究網絡，並專注於醫藥及保健行業。南方醫藥經濟研究所根據中國國家統計局及國家發改委等政府機關發佈的數據，以及南方醫藥經濟研究所收集的數據及其根據可用數據所作的分析而撰寫報告。南方醫藥經濟研究所報告及本招股說明書中的資料均來自南方醫藥經濟研究所認為可靠的渠道，但是南方醫藥經濟研究所不能保證這些資料的準確性和完整性。南方醫藥經濟研究所報告中的預測和假設具有內在的不確定性，因為某些事件或事件組合無法被合理預見，包括但不限於政府、個人、第三方和競爭者的行為。可能導致實際結果迥異的特定因素包括營養膳食補充劑行業的內在風險、財務風險、勞動力風險、供應風險和監管因素等。

本招股說明書「行業概覽」和「業務」等章節包含摘錄自南方醫藥經濟研究所報告的資料。我們已向南方醫藥經濟研究所支付人民幣600,000元的費用，作為撰寫和更新行業報告的酬勞。