



碧生源控股有限公司

Besunyen Holdings Company Limited

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)

Stock code: 0926

2010年度业绩发布

2011年3月





免责声明

- 此等资料乃由碧生源控股有限公司（「我们」或「本公司」）所拟备。本报告的唯一目的是为阁下提供信息，不应该理解为要约发售，招揽或是邀请获取，购买或认购本公司的证券。本报告是根据公众信息及其它公司管理层认为可靠的信息来源所编制，但本公司不能保证这些信息是准确或是完整的。本文件并不构成或成为任何要约发售或认购或任何要约购买或认购任何股份或证券的邀请的任何部份，且其任何部份亦不应成为任何合约、承诺或相关投资决定的基准或依据。概无透过此等数据作出任何明示或暗示的陈述或保证及不应依赖此等资料所提呈及载有的信息及意见的准确性、公正性、完整性或正确性。本公司、其任何附属公司或彼等各自之董事、联系人、顾问或代表概不就因此等数据所提呈及载有的信息所引致的任何损失承担任何责任（因疏忽或失实陈述或侵权或合约内容或其它方面而产生）。本报告载有的信息乃于本报告日期编制，并将不会就本简报日期后可能出现的重大进展而进行更新，并可在未作另行通知下被修改。
- 本报告包含前瞻性陈述，而且公司管理层也可能在回答阁下的问题时作出更多的前瞻性陈述。在本报告中所有非历史事实的陈述都是前瞻性陈述。该等前瞻性陈述乃基于对本公司的营运，本公司所处的行业及环境及其它未来事件和情况的因素（其中大部分会随时间变化及超出本公司的控制）所作出的多种估计及若干假设。此等陈述包括关于意图、观点或本公司或其高级行政人员目前对本公司的综合营运业绩及财务状况的预期的描述。投资人应当考虑该等前瞻性陈述所涉及的风险和不确定因素，而实际结果可能因各种因素及假设而有别于前瞻性陈述。因此，本公司敬请阁下参阅本公司在向香港股票交易所递交文件中对于这些风险和不确定因素的更详细的讨论。
- 本公司的证券未曾也将不会根据一九三三年美国证券法（经修订）或美国任何州份的证券法律登记。除非已向美国证券交易委员会登记或获豁免进行该等登记，否则本公司的证券不可于美国发售。本报告及相关信息属于高度机密及仅供阁下参阅及使用及不能以任何方式复制、复印或重新分发予任何人。未经批准于美国或向任何美国人士（定义见一九三三年美国证券法（经修订）S规例）或其它第三方（包括记者）复制、复印或重新分发此等数据是被禁止的。通过参加此次报告，阁下同意保持本报告的内容及此等资料机密。

议程



- 业绩摘要
- 财务回顾
- 业务回顾
- 未来展望和发展策略
- 问答环节



业绩摘要

业绩摘要

- 营业额：人民币874.2百万元，相比2009年增长35.2%
- 毛利率：89.6%，相比2009年增加0.2%
- 年度溢利和全面收益总额：人民币59.7百万元，年下降57.9%
 - 主要受下列因素影响：（1）可转换优先股公允价值变动相关和非现金支出人民币121.4百万元，（2）IPO相关费用人民币33.5百万元，和（3）以股份为基础的薪酬非现金支出人民币36.6百万元
- 每股盈利：
 - 基本：人民币0.05元（2009年：人民币0.13元）
 - 摊薄：人民币0.05元（2009年：人民币0.13元）
- 2010年末期股息：董事会建议每股0.01港元



业绩摘要 (续)

- 完成了经销网路和渠道的扩张和全中国布局
- 强化了「碧生源」作为保健茶第一品牌的知名度和美誉度
- 实现了碧生源常润茶和减肥茶市场占有率双双第一
- 美安颗粒新品的全国试点销售取得预期的效果
- 公司于2010年9月成功在香港联交所上市，总融资额港币约13亿元



财务回顾



损益表摘要

(人民币千元)	截至12月31日止		
	2010	2009	变化率
营业额	874,216	646,535	35.2%
毛利	783,081	578,134	35.4%
毛利率	89.6%	89.4%	0.2%
经营利润	230,867	219,864	5.0%
经营利润率	26.4%	34.0%	(7.6%)
可赎回可转换优先股的公允价值变动	(121,361)	(33,497)	262.3%
税前利润	101,146	177,713	(43.1%)
税前利润率	11.6%	27.5%	(15.9%)
实际税率	(41.0%)	(20.3%)	(20.8%)
净利润 ⁽¹⁾	59,655	141,707	(57.9%)
净利润率	6.8%	21.9%	(15.1%)

注:(1) 影响净利润的因素: 非现金费用人民币1.214亿元的可赎回可转换优先股的公允价值变动; 人民币33.5百万元的IPO费用; 以股份为基础的薪酬非现金支出人民币36.6百万元



损益表摘要 (续)

(人民币元)	截至12月31日止		
	2010	2009	变化率
每股盈利			
- 基本	0.05	0.13	(61.5%)
- 摊薄	0.05	0.13	(61.5%)
调整后每股盈利 (不包含可赎回可转换优先股的公允价值变动)			
- 基本	0.14	0.16	(9.8%)
- 摊薄	0.13	0.16	(12.4%)

营业额



(人民币千元)	截至12月31日止		
	2010	2009	变化率
碧生源常润茶	566,222	373,135	51.7%
碧生源减肥茶	304,186	265,706	14.5%
其它产品	3,808	7,694	(50.5%)
总计	874,216	646,535	35.2%

费用率



	截至12月31日止		
	2010	2009	变化率
销售及市场营销费用比率 ⁽¹⁾	(48.4%)	(53.2%)	4.8%
- 广告开支比率 ⁽¹⁾	(28.6%)	(30.4%)	1.8%
行政开支比率 ⁽¹⁾	(11.1%)	(4.3%)	(6.8%)
- 研发成本比率 ⁽²⁾	(0.9%)	(0.3%)	(0.6%)
可赎回可转换优先股的公允价值变动比率 ⁽¹⁾	(13.9%)	(5.2%)	(8.7%)
融资成本比率 ⁽¹⁾	(1.0%)	(1.3%)	0.3%

注: (1) 占营业额的百分比
(2) 包括对生产质量管理的研发费用



营运资本效率

(天)	截至12月31日止		
	2010	2009	变化
存货周转天数	25	35	(10)
贸易应收款项 及应收票据周转天数	52	29	23
贸易应收款项周转天数	37	13	24
贸易应付款项周转天数	36	41	(5)



稳健的资产负债表

(人民币千元)	于12月31日		
	2010	2009	变化/变化率
现金及现金等价物	1,170,469	168,777	593.5%
银行贷款	-	65,000	(100%)
可赎回可转换优先股	-	135,921	(100%)
流动比率 (倍)	11.4	3.0	8.4
资产负债率 ⁽¹⁾⁽²⁾	-	1.7%	-
资本开支	151,906	149,114	1.9%

注: (1) 负债=银行贷款+可赎回可转换优先股-现金及现金等价物

(2) 资产负债率=负债/总资产

投资回报率



	截至12月31日止		
	2010	2009	变化
资产回报率 ⁽¹⁾	4.9%	33.6%	(28.7%)
股本回报率 ⁽²⁾	5.9%	61.7%	(55.8%)
调整后资产回报率 (不包含可赎回可转换优先股的公允价值变动)	14.8%	41.5%	(26.7%)
调整后股本回报率 (不包含可赎回可转换优先股的公允价值变动)	17.8%	76.3%	(58.5%)

注: (1) 资产回报率=年度净利润÷((年初总资产+年末总资产)/2)

(2) 股本回报率=年度净利润÷((年初股东权益+年末股东权益)/2)



业务回顾

实现经销网络的全国布局和扩张

- 全面覆盖全国**31**个省、自治区和直辖市的**462**家经销商（2009年：25个/409家）
- 产品进入超过**119,000**家零售店，其中超过**95%**为零售药店
- 约有**2,220**名员工（其中包括约**750**名促销人员）专注销售和促销之工作
- 进一步建立起包括屈臣氏、沃尔玛、家乐福、欧尚、世纪联华等的**超市和卖场销售渠道**

市场进入地图



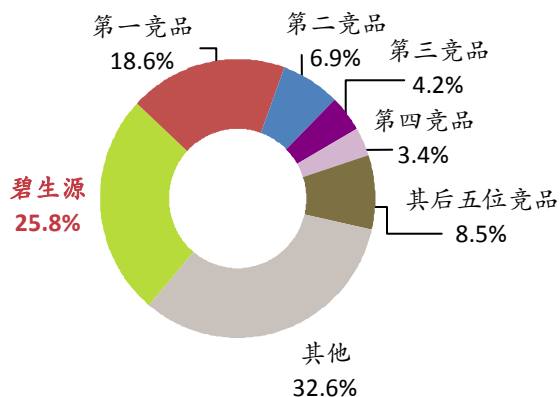
超市卖场客户



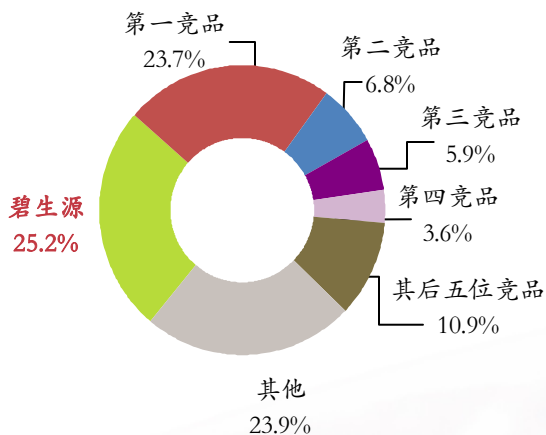
碧生源常润茶：巩固第一位的市场领导地位

碧生源在通便类产品的市场领导地位(1)

2010年

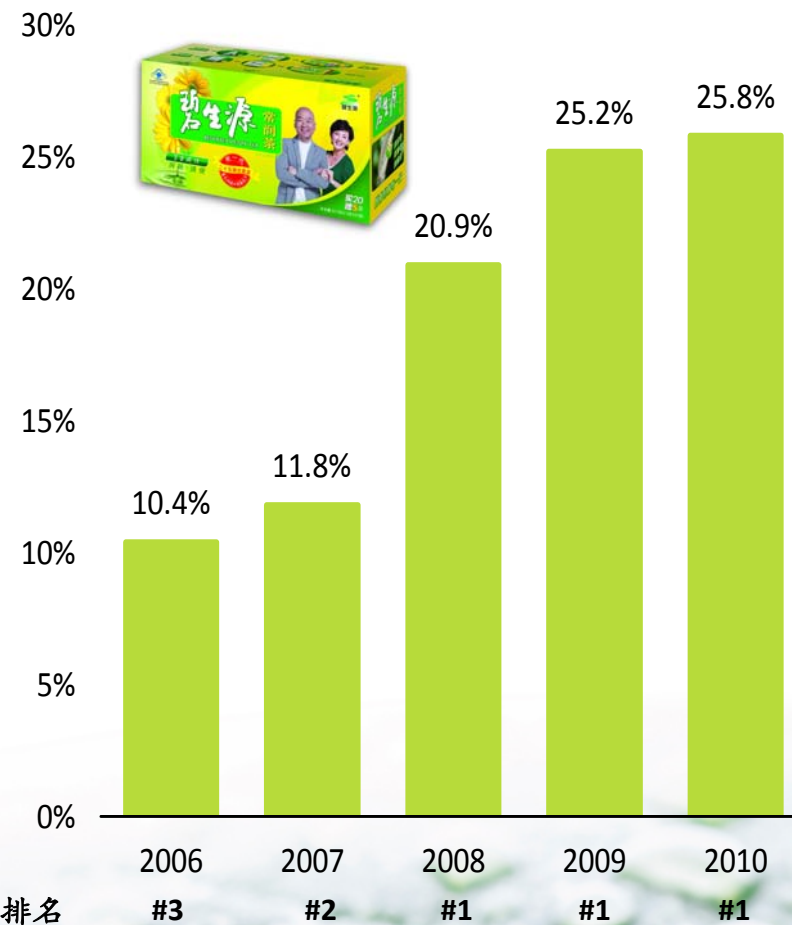


2009年



碧生源在通便类产品市场占有率的变化

市场占有率 (%)

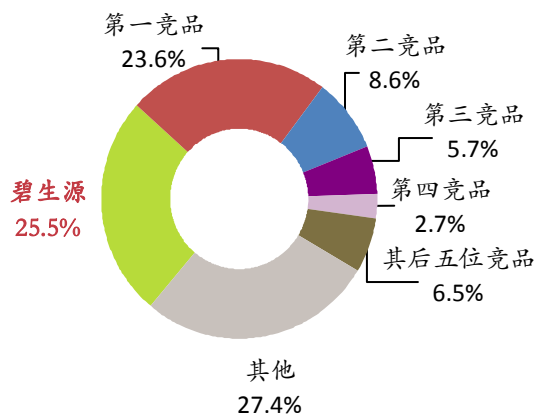


注：(1) 所有于零售药店销售的通便类产品，包括保健品、OTC药品和处方药品
资料来源：南方医药经济研究所调查，2011年2月

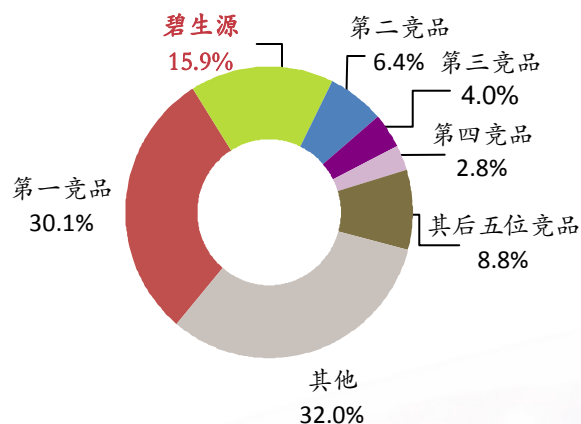
碧生源减肥茶：取得第一位的市场领导地位

碧生源在减肥类产品的市场领导地位(1)

2010年

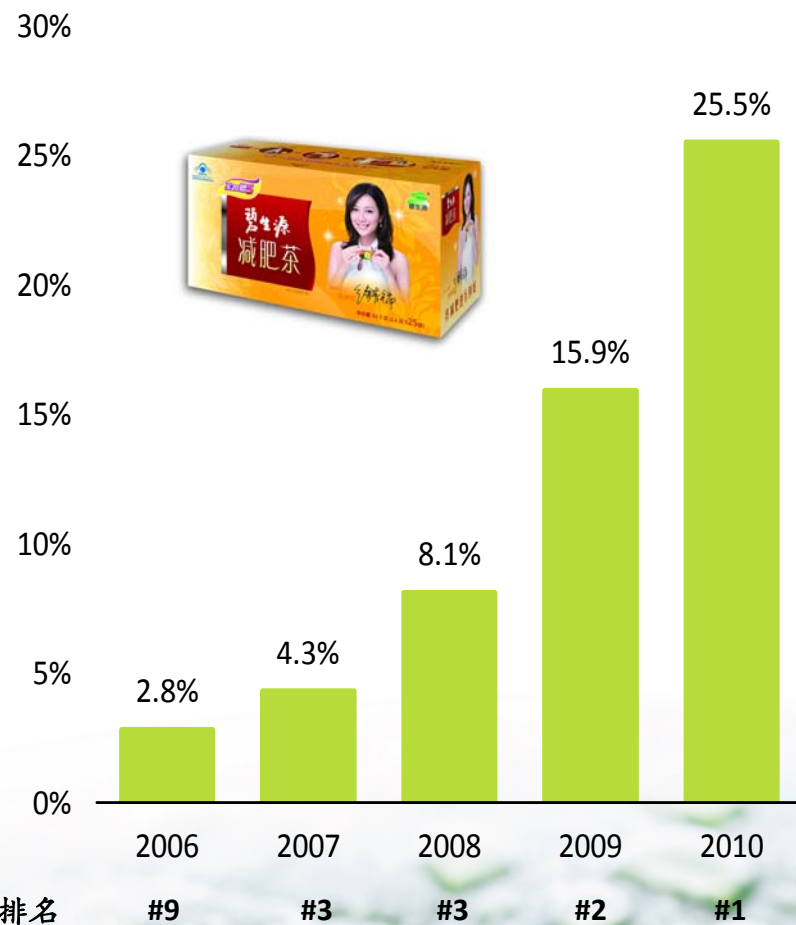


2009年



碧生源在减肥类产品市场占有率的变化(1)

市场占有率 (%)



注：(1) 所有于零售药店销售的减肥类产品，包括保健品、OTC药品和处方药品
资料来源：南方医药经济研究所调查，2011年2月

多媒体投放和活动冠名相结合的市场营销策略

多样化有效的市场营销平台

方式	合作伙伴	活动
电视台	  	 
公交	 	 
报纸	   	 
互联网	  	 
公共活动	 	 

通过跨媒体广告投放和活动冠名相结合的方式，提升「碧生源」品牌的影响力和产品的可信任度

启用名人代言: 进一步扩大品牌认知度和影响力



碧生源常润茶

碧生源 常润茶
BISHENGYUAN DETOX TEA

快给你的肠子洗洗澡吧

清宿便 • 排肠毒 • 润肠道

碧生源健康服务专线 400-686-9299 www.outsell.com.cn

Advertisement for Bishengyuan Detox Tea featuring a man and a woman. The man is on the left, wearing a grey blazer, and the woman is on the right, wearing a green top. They are both smiling. The background is a bright, indoor setting. The text '快给你的肠子洗洗澡吧' is written in a playful, bubbly font. At the bottom, there is a box of the product and the slogan '清宿便 • 排肠毒 • 润肠道'. The Bishengyuan logo and contact information are also present.

碧生源减肥茶

碧生源

将减肥 进行到底

不要本原呢

碧生源 减肥茶

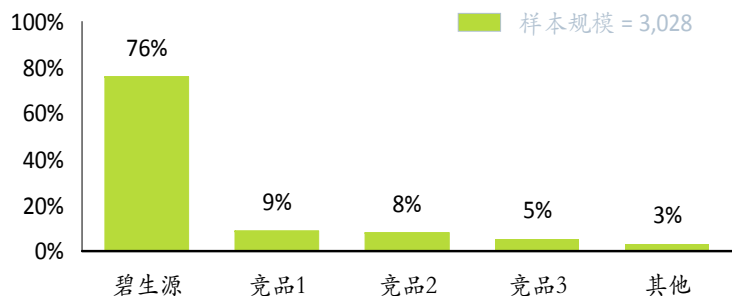
明星代言人 徐静蕾

Advertisement for Bishengyuan Weight Loss Tea featuring a woman in a white dress. She is holding a box of the product. The background is a warm, yellowish-orange color. The text '将减肥 进行到底' is written vertically in large, bold characters. The slogan '不要本原呢' is written in a stylized font. The Bishengyuan logo and the product name '碧生源 减肥茶' are also visible. The text '明星代言人 徐静蕾' is at the bottom.



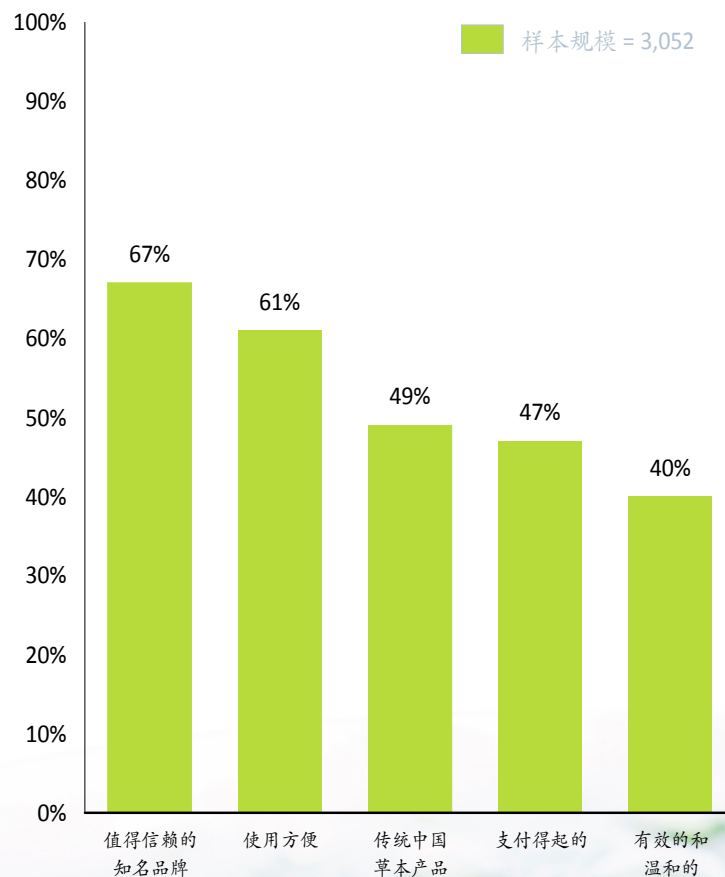
强有力的品牌认知度

碧生源常润茶：无提示下的品牌认知度



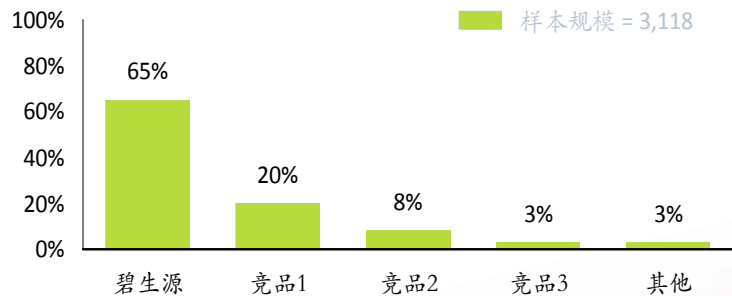
资料来源: Frost & Sullivan

「碧生源」品牌：广泛肯定的正面象征性



资料来源: Frost & Sullivan

碧生源减肥茶：无提示下的品牌认知度



资料来源: Frost & Sullivan

美安颗粒新品试销上市

- 主要功能为改善睡眠和祛除黄褐斑
- 自2010年11月开始陆续在包括北京，温州，武汉，深圳，广州等**9个城市**试点销售
- 截至2010年12月31日止，在超过**1,000家**零售药店和**数十家**商超卖场终端铺货试销
- 对购买美安颗粒的**209名**消费者进行回访：
 - 32%在服用2周后对睡眠改善程度满意
 - 64%表示会再次购买产品

美安颗粒新品



研发能力的提升

- 于2010年5月成功收购健士星，以保证持续的新产品开发能力
- 新品研发工作的重点在草本保健饮品细分市场，重点开发
 - 市场和消费需求大
 - 健康功效明显
 - 有较高技术门槛的产品
- 2010年7月向SFDA授权的测试机构(上海疾病预防控制中心)提交了一款潜在新品(功效:缓解体力疲劳、改善记忆力)，以测试产品功效及安全性
- 另外，还协调在生产基地建设一个产品安全与质量保证中心
 - 保证本集团对采购的原料和所生产的产品具有自有的、方便及时的质量和安全性检测功能



未来展望和发展策略

发展策略

碧生源的目标是成为中国保健品市场的领先运营商

扩大市场占有率

- 增加现有产品的市场渗透率
- 关注新市场广阔的客户基数

确保新品上市成功

- 预期美安颗粒在今年6月份全国推动
- 脉舒平OTC降压茶正在完成批文工作，争取在今年内尽早推出上市



强化销售网络和渠道拓展

- 全国性零售药店渠道向二、三线城市的深度分销
- 商超和卖场渠道的进一步拓展
- 积极开展电子商务业务

进一步提升“碧生源”品牌

- 通过名人代言和相关品牌宣传活动
- 新的电视广告强化本集团产品的「草本」，「健康」，「安全」，「有效」等特性
- 建立消费者对“碧生源”品牌的长期热情和忠诚度

本集团旨在吸引，保留和鼓励各方人才来执行本集团的发展策略

2011年资本开支计划

- 总资本开支预计约为人民币**5亿元**
- 由本集团的现有现金结余，营运产生的现金及公司**IPO**筹资余额支付

用途	金额 (人民币百万元)
生产设施和设备	199.0
上海华东总部	259.0
研发	30.0
ERP	12.0
总计	500.0



问答环节

