



2017年11月

打造內容型佈局電商 購物狂歡節銷售創歷史新高

碧生源



碧生源



- 2017年，碧生源順應阿里、京東內容電商的發展趨勢，形成碧生源品牌包括圖文、直播、短視頻的內容佈局，持續電商種草，從單純零售電商向更貼近消費者的內容型電商逐步推進。碧生源2017年雙十一電商銷售B2B及B2C整體銷售額達850萬元人民幣，天貓碧生源官方旗艦店銷售額達478萬元人民幣，B2C新增客戶一萬五千人。
- 從雙十一零點開始，碧生源電商平台於三十分鐘內銷售額破百萬元人民幣，銷售額創歷史新高。
- 雙十一促銷季截至11月11日0點01分，京東醫藥健康滋補類商品銷售同比增長超過70%，碧生源成為雙十一對保健品分類銷售額貢獻最大的品牌之一。
- 碧生源電商打造定制IP產品，獲得美泰芭比官方授權，11月推出芭比定制款代餐奶昔、左旋肉碱咖啡、玫瑰人參紅糖薑茶，更加貼近年輕女性用戶群體，也是在除代言人之外的IP授權領域新嘗試，並在雙十一當天在天貓碧生源官方旗艦店完成上線。



緊貼消費需求擴充產品線 奧利司他銷量獲得突破



- 在2017年品質電商節暨金麥獎品質大獎的評選中，「碧生源牌纖纖茶」、「碧生源牌左旋肉碱咖啡」分別榮獲「醫療保健類」及「茶水飲料類」兩項品質大獎。
- 碧生源緊貼消費需求，不斷在電商平台推出新品。2017年度完成上線產品共6款，使得現有產品線數量擴充到26款。其中全新產品5款（左旋肉碱咖啡，玫瑰人參紅糖姜茶，複合果蔬酵素粉，維生素C咀嚼片，天然維生素E軟膠囊）；同品擴充1款（代餐奶昔系列的口味擴充）。左旋肉碱咖啡自四月初上線以來銷售情況喜人，已成功晉升店鋪爆款。
- 碧生源牌奧利司他自2017年10月11日阿里大藥房上市以來，備受消費者青睞，2017年12月12日凌晨1小時之內，碧生源牌奧利司他銷售近五千盒，銷售金額近80萬元人民幣。雙十二購物節期間，天貓碧生源藥品旗艦店獲得整體藥品旗艦店類目排名第二、奧利司他旗艦店排名第一的好成績。





碧生源「身體力行，從小做起」榮獲 「2017中國社會責任傑出企業獎」



- 2017年12月6日，由新華網和中國社科院企業社會責任研究中心等單位聯合主辦的「2017中國社會責任公益盛典」上，碧生源榮獲「2017中國社會責任傑出企業獎」。
- 「中國社會責任公益盛典」今年是第十屆，活動得到包括企業界在內的社會各界的廣泛回應和支持，成為國內目前最具權威性和影響力的社會責任交流平台。
- 副總裁林如海在接受專訪時表示，碧生源以綠色、健康、環保為重點，致力於為國民大健康服務的產品理念，在履行企業本職工作的同時，積極開展社會救助活動，帶動了更多的企業和人員投身到公益行動中。獲得此次獎項，也為企業提出更高的要求，今後將會保持初心，在社會責任和公益方面，碧生源會更加有擔當。





碧生源積極行善保持初心

堅持為善信念回饋社會



- 碧生源從成立之初，就一直投身於公益事業，實現企業踐行社會責任的常態化。碧生源與中國綠色碳匯基金會簽訂了《捐贈協議書》，發起設立「打擊瀕危野生動植物非法貿易專項基金」，該基金設立的「打擊野生動植物非法貿易衛士行動」推動了野生生物保護工作的開展，提升了公眾對野生生物的保護意識和參與度。2017年9月，碧生源聯合中國綠色碳匯基金會發起「成為雪豹攝影師」主題公益項目，公司號召員工積極參與，並借助「99公益日」的契機，發起「企業一起捐」，在公司上下形成了「人人熱愛公益，人人參與公益」的文化氛圍。
- 碧生源與北京市慈善基金會簽訂了《捐贈協議書》，成立了「碧生源慈善專項基金」，積極開展社會救助活動，為困難群眾提供服務。2017年初，碧生源向北京豐台區康助護養院捐贈康復設備，為老人日常身體健康治療和恢復提供服務。



碧生源成為首批國家食物營養 教育示範基地創建單位



- 12月8日，由國家食物與營養諮詢委員會主辦的「2017健康中國——食物與營養高層研討會」在北京召開。會上，碧生源等13家單位脫穎而出，獲得首批國家食物營養教育示範基地創建單位稱號。
- 碧生源獲此殊榮有利於進一步提高食品安全和營養研究的水準，加快食品營養教育的普及力度，將為公眾提供學習食品營養的機會，有利於完善中國傳統的教育體系，豐富以義務教育、專業技能教育、職業教育等為主體的全鏈條教育體系，提升公眾對食品營養的認知水準，促進社會和諧發展。
- 堅持採用天然原料，尊重茶葉生長發育規律，盡全力保護產品原料基地，實現零污染低消耗的生產，碧生源不僅給消費者帶來了真正意義上的健康茶產品，更給消費者傳遞了綠色、健康、草本的生活理念。

