

企業通訊



碧生源控股有限公司
Besunyen Holdings Company Limited

公司網址：<http://www.besunyen.com/> 股票代號：926

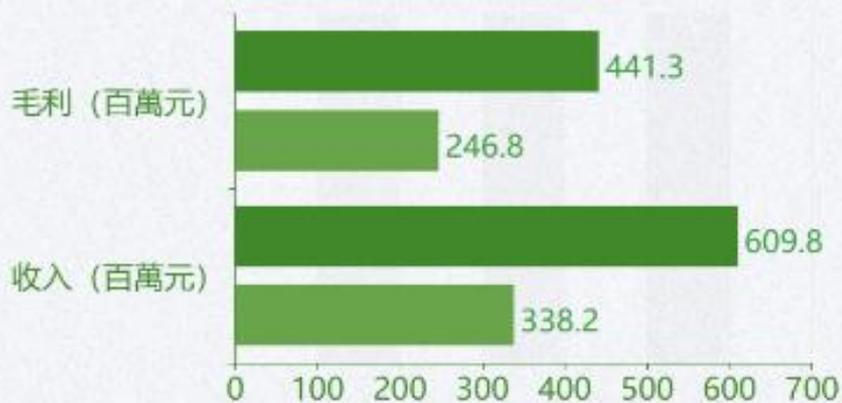
投資者關係：http://ir.besunyen.com/s/ir_highlights.php



碧生源中期報告成績喜人 持續保持行業領先地位

業績摘要

2020中期 2019中期



* 收入約為人民幣609.8百萬元，較去年同期增加80.3%

* 毛利為人民幣441.3百萬元，較去年同期增加78.8%

* 毛利率為72.4%

* 收益總額為人民幣47.3百萬元

* 每股基本及攤薄盈利均為人民幣0.59分

營業收入：

碧生源牌常潤茶 0.93億

碧生源牌常菁茶 1.05億

碧生源牌纖纖茶 0.45億

減肥藥品 3.05億

其他產品及藥品 0.61億



企業通訊



碧生源控股有限公司
Besunyen Holdings Company Limited

公司網址：<http://www.besunyen.com/> 股票代號：926

投資者關係：http://ir.besunyen.com/s/ir_highlights.php

以消費者為中心 多品種全線出擊

- ◆ 持續聚焦減肥與體重管理及潤腸通便與胃腸道健康品類，進一步豐富產品線，通過推出新產品，更新包裝、創新營銷模式等路徑拓寬消費群體，確保體重管理及胃腸道健康序列產品銷售的快速增長，並穩步提升其市場佔有率。
- ◆ 陸續在電商平台推出新品，聚焦年輕消費人群，與其進行持續精準溝通，提升品牌認知度，推動品類拓展。
- ◆ 碧生源已形成以減肥與體重管理序列及潤腸通便與胃腸道健康序列的功能性產品為主，「OTC藥品+保健食品+普通食品」三個品類並行發展的格局。



企業通訊



碧生源控股有限公司
Besunyen Holdings Company Limited

公司網址：<http://www.besunyen.com/> 股票代號：926

投資者關係：http://ir.besunyen.com/s/ir_highlights.php



CRM·碧生源式營銷創新讓私域裂變

- ◆ 為了應對新冠肺炎疫情帶來的影響，碧生源在上半年居家辦公期間迅速調整銷售戰略。借助品牌、產品、銷售團隊、經/分銷商及零售終端資源，啟動了全員營銷及社群裂變項目（CRM營銷項目）。項目以每個員工為啟動源點，打通朋友圈、微信群並帶動親友、經/分銷商、店員甚至消費者進行帶貨，面對面的銷售形式為消費者提供了更直接、更緊密的服務。
- ◆ CRM營銷項目開展以來，在線微商城累計獲得40多萬消費者的關注，產品複購率大幅度提升，經銷人員的裂變量急速增長，也打破了以往線下銷售無法直接觸及消費者的局面。
- ◆ 碧生源逐漸實現了傳統渠道+互聯網渠道的全渠道銷售模式。



企業通訊



碧生源控股有限公司
Besunyen Holdings Company Limited

公司網址：<http://www.besunyen.com/> 股票代號：926

投資者關係：http://ir.besunyen.com/s/ir_highlights.php



加強研發創新 夯實研發實力

- ◆ 在研發方面繼續聚焦「一豎兩橫」的產品戰略，把「草本植物與健康養生」作為碧生源多元化產業佈局的基石，通過自主研發、外部引進、合作研發等多種形式，調整研發體系、產品策略和競爭優勢。
- ◆ 參與科技部重點研發計劃「中醫藥現代化專項」課題，與北京中醫藥大學等多家知名科研院所搭建合作研發平台。
- ◆ 作為碧生源主動研發的兩大核心發動機——中山萬漢和中山萬遠不斷產出新品。2020年上半年，中山萬漢與中山萬遠在內分泌代謝藥物、眼科藥物和抗病毒藥物領域的研發工作有所突破。





第六屆金梧獎圓滿收官 碧生源連獲兩項年度營銷大獎



- ◆ 超百家品牌、廣告公司、媒體、科技公司、MCN等行業機構參與的2020第六屆金梧獎-移動廣告創意節在上海落下帷幕。碧生源在眾多競爭者中脫穎而出，一舉斬獲兩項含金量極高的年度大獎，再次迎來集團高光時刻。
- ◆ 憑藉過去一年在營銷領域的持續深耕，碧生源不僅積極搶佔移動營銷市場主賽道，其年輕化路線的消費群體定位，也得到了大健康行業以及營銷領域的充分認可。
- ◆ 本屆金梧獎，碧生源X陌陌「拯救加班狗計劃」斬獲品牌營銷類金獎，碧生源X有道筆記「職場逆襲計劃」被評為品牌營銷類經典案例。成為第六屆金梧獎-移動廣告創意節雙料獎項得主。





碧生源榮獲2020十大中國大學生 愛用的健康保健品品牌



- ◆ 8月25日，碧生源在《青年榜-2020中國大學生愛用的品牌》榜單評選中，榮獲十大中國大學生愛用的健康保健品品牌，在1300多個品牌中脫穎而出，得到中國大學生基於對品牌的認識、認知、認同三個方面的高分認證，成為被年輕人選擇、認可、信賴的年輕品牌。
- ◆ 隨著各個行業的市場趨近飽和，中國企業開始大規模面臨品牌年輕化的問題。中國的Z世代人群（15-23歲）最為龐大，共計1.49億人，2020年將佔據整體消費力的40%，大學生作為未來市場消費的主力軍，他們的消費喜好和消費習慣在一定程度上代表著未來社會的消費趨向。



企業通訊



碧生源控股有限公司
Besunyen Holdings Company Limited

公司網址：<http://www.besunyen.com/> 股票代號：926

投資者關係：http://ir.besunyen.com/s/ir_highlights.php



創意持續「在線」雲端相見 碧生源春季賽線上評審圓滿落幕



- ◆ 7月16日-25日，來自學界、業界的專家評委與碧生源命題企業評委組成一支線上評審團，對本屆學院獎「碧生源杯」公益廣告征集收穫的兩萬餘件作品進行評審討論。
- ◆ 首次加入學院獎的碧生源牌纖纖茶，憑藉自身溫和草本的特點深受喜愛，18場線上直播巡講輻射百萬大學生人群，建立起品牌與年輕人的深度聯結，打通高校渠道。



企業通訊



碧生源控股有限公司
Besunyen Holdings Company Limited

公司網址：<http://www.besunyen.com/> 股票代號：926

投資者關係：http://ir.besunyen.com/s/ir_highlights.php



明星產品穿越深宮職場 碧生源攜手聚划算打造品牌歡聚日



- ◆ 此次歡聚日活動，碧生源以深宮職場「「碧」有一計」為主題，旗下碧生源奧利司他膠囊、纖纖茶、常菁茶、朝暮白酵母重組蛋白敷料貼、花草茶禮等明星產品大玩穿越，上演了「吸油計」「捉腰計」「美人計」「宮心計」。
- ◆ 「聚划算·歡聚日」活動吸引了大量觀眾參與，從7月27日10點到7月30日9點，碧生源產品銷量持續爆棚，口碑、熱度實現雙豐收。據統計在歡聚日活動三天時間內，碧生源總銷售額突破1199萬元，並且主店鋪碧生源官方旗艦店、碧生源藥品旗艦店同時榮登行業品類TOP 2。

企業通訊



碧生源控股有限公司
Besunyen Holdings Company Limited

公司網址：<http://www.besunyen.com/> 股票代號：926

投資者關係：http://ir.besunyen.com/s/ir_highlights.php



碧生源攜手京東再造超級品牌日



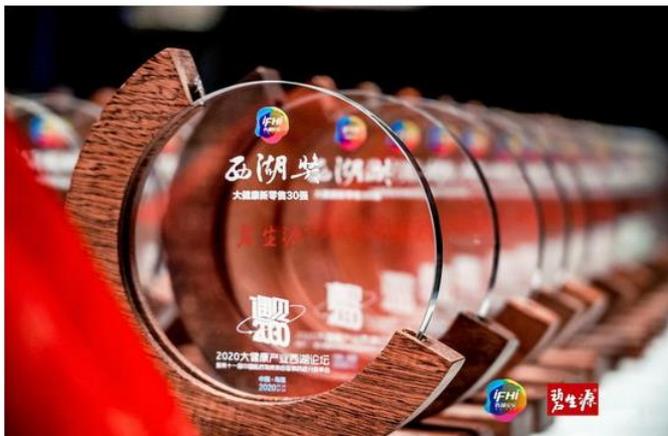
◆ 啟動全新的大健康零售戰略以來，碧生源全面入駐各大電商平台。此次碧生源在京東超級品牌日的優惠折扣力度是6.18以來最大，因此活動一上線便迅速火爆全網，引爆以吃貨為代表的「躺瘦」一族的購買熱情。

◆ 「奧利司他膠囊」是經中國藥監局批准的減肥OTC產品，是全網減肥藥冠軍單品。作為本次活動主推爆品之一，碧生源奧利司他膠囊在北京7-11門店進行了全面覆蓋，為超品日活動爆發進行了強有力加持。





碧生源榮登2020西湖論壇 「大健康新零售品牌榜」



- ◆ 7月14日，「2020大健康產業西湖論壇暨第十一屆中國醫藥物資協會連鎖店分會年會」在浙江烏鎮繼續舉行。碧生源憑藉在大健康產業新零售戰略的持續深耕和驕人業績，榮登「大健康新零售品牌榜」！
- ◆ 2020年正值疫情背景下全球經濟大調整，以5G、人工智慧為代表的數字產業全面興起，推動著大健康產業鏈的價值重塑。在新零售方面，碧生源一直緊跟行業發展趨勢，成功打造出新零售環境下的線上+線下完整閉環。此次獲獎，印證了碧生源在新零售領域的佈局思考符合產業發展方向，受到了行業的一致認可。



企業通訊



碧生源控股有限公司
Besunyen Holdings Company Limited

公司網址：<http://www.besunyen.com/> 股票代號：926

投資者關係：http://ir.besunyen.com/s/ir_highlights.php



碧生源一往「輕身」20年 各地打卡「刷屏」為慶生

- ◆ 2000-2020二十年間，從開始的籍籍無名發展至如今的家喻戶曉，碧生源始終秉承著「傳播健康生活理念」的企業宗旨，不斷為廣大消費者提供更多更好的健康產品。今年中秋佳節前夕，正值碧生源20周年生日。全國各省市標誌建築的LED大屏幕紛紛亮起「碧生源，一往輕身20年」的紅色畫幅，為碧生源刷屏慶生。
- ◆ 二十年，是節點，更是新開始。未來，碧生源將繼續深耕大健康領域，賦能全民健康新生態。用良好的口碑在消費者心中不斷「刷屏」，刷新品牌印象，提升企業形象，為全民養生事業貢獻自己的力量。

