

企业通讯

2014年3月

草本健康

企业活动

碧生源荣膺“中国驰名商标”称号，成品牌发展重要里程碑

2013年12月，国家工商行政管理总局商标局印发《关于认定“碧生源及图”商标为驰名商标的批复》，根据《商标法》、《商标法实施条例》及《驰名商标认定和保护规定》的有关规定，经审查研究，认定北京澳特舒尔保健品开发有限公司（碧生源旗下的全资子公司）使用在商标注册用商品和服务国际分类第30类茶叶、茶叶代用品商品上的“碧生源及图”注册商标为驰名商标。

“中国驰名商标”为中国商标领域内最权威的国家级企业荣誉，亦为中国广为公众知悉的商标，代表着中国商品最高品质。“中国驰名商标”申报门槛高，认定过程严格，需要综合考虑品牌知名度、品牌发展实力，品牌宣传覆盖度、产品品质信誉度以及销售范围等。

集团董事长及首席执行官赵一弘先生表示：“很荣幸碧生源能够获得国家权威机构的认可成为“中国驰名商标”，这是集团在品牌推广及发展过程中获得的里程碑式的成功。获得“中国驰名商标”的认定，是碧生源企业品牌无形资产的增值，不但确立了我们在市场竞争中的领先地位，同时是代表碧生源未来的发展将获政府的高度重视及大力支持。”

产品形象升级，换新包装

2013年是碧生源修整图强及寻求改变突破的一年。在品牌定位上，以“东方茶术”为印记，并提出“功能好茶，碧生源”的广告主张，以吸引消费者高度关注。为了明确传达品牌定位与主张，本集团将包装图像设计进行全面性修改：以产品原材料草本植物的图谱当做新包装的元素，充分传达品牌的天然草本内涵，并以全新包装面貌呈现给消费者，以建立在消费者心目中的良好品牌形象。

東方
茶術
Oriental Tea Craft
有保健功能的东方茶



中华人民共和国国家工商行政管理总局

State Administration for Industry & Commerce of the People's Republic of China

企业通讯

2014年3月



企业活动

碧生源荣膺“第五届中国保健品公信力品牌”

2014年3月30日, 第五届中国保健品公信力论坛暨第五届保健品公信力产品及品牌推选活动表彰大会于北京国家会议中心隆重召开。中国保健品公信力产品及品牌推广活动经历十年的发展, 备受国家相关部委重视, 并获消费者的广泛认同。该活动为中国保健产业年度盛事, 旨在树立诚信典范, 营造诚信经营环境, 推动中国健康产业蓬勃发展。



凭籍优质的产品及服务、诚信经营的原则及享誉全国的品牌知名度, 碧生源于本届评选活动中荣膺“第五届中国保健品公信力品牌”。同时, 碧生源旗下明星产品“碧生源常润茶”、“碧生源减肥茶”及新产品“美安颗粒”获评为“第五届中国保健品公信力产品”。因三度蝉联“中国保健品公信力品牌”, 于本届评选活动中, “碧生源”品牌被推选为“中国保健行业名牌”。

集团董事长及首席执行官赵一弘先生表示: “公信力是碧生源生存与发展的生命线。自创立以来, 碧生源始终坚持诚信经营的原则, 从重视产品品质和服务、尊重消费者的价值、加强企业的责任感三方面着力, 塑造企业公信力。未来, 碧生源将一如既往坚持诚信经营, 以天然优质保健茶品满足消费者多样保健需求, 以回报公众及权威机构对碧生源历年来的支持及信任。”

碧生源赵一弘、高雁夫妇当选中国知名企业家和谐家庭典范

2014年3月4日, 全国妇联宣传部指导的第三届“和谐家庭·幸福榜样”推选活动颁奖典礼在北京举行。

碧生源控股有限公司董事长赵一弘先生、副董事长高雁女士夫妇光荣入选, 成为中国知名企业家和谐家庭典范。



碧生源公布2013年全年业绩

截至12月31日止 (人民币千元)	2013年	2012年	变动(%)
营业额	487,500	475,182	2.6%
毛利	406,103	392,119	3.6%
毛利率	83.3%	82.5%	+0.8ppt
营运开支总额	503,391	690,068	(27.1%)
税前亏损	(96,946)	(343,697)	71.8%
每股基本亏损	(0.06) 人民币元	(0.22) 人民币元	72.8%

