



2017年11月

打造内容型布局电商 购物狂欢节销售创历史新高

碧生源



碧生源



- 2017年，碧生源顺应阿里、京东内容电商的发展趋势，形成碧生源品牌包括图文、直播、短视频的内容布局，持续电商种草，从单纯零售电商向更贴近消费者的内容型电商逐步推进。碧生源2017年双十一电商销售B2B及B2C整体销售额达850万元人民币，天猫碧生源官方旗舰店销售额达478万元人民币，B2C新增客户一万五千人。
- 从双十一零点开始，碧生源电商平台于三十分钟内销售额破百万元人民币，销售额创历史新高。
- 双十一促销季截至11月11日0点01分，京东医药健康滋补类商品销售同比增长超过70%，碧生源成为双十一对保健品分类销售额贡献最大的品牌之一。
- 碧生源电商打造定制IP产品，获得美泰芭比官方授权，11月推出芭比定制款代餐奶昔、左旋肉碱咖啡、玫瑰人参红糖姜茶，更加贴近年轻女性用户群体，也是在除代言人之外的IP授权领域新尝试，并在双十一当天在天猫碧生源官方旗舰店完成上线。



紧跟消费需求扩充产品线 奥利司他销量获得突破



- 在2017年品质电商节暨金麦奖品质大奖的评选中，“碧生源牌纤纤茶”、“碧生源牌左旋肉碱咖啡”分别荣获“医疗保健类”及“茶水饮料类”两项品质大奖。
- 碧生源紧跟消费需求，不断在电商平台推出新品。2017年度完成上线产品共6款，使得现有产品线数量扩充到26款。其中全新产品5款（左旋肉碱咖啡，玫瑰人参红糖姜茶，复合果蔬酵素粉，维生素C咀嚼片，天然维生素E软胶囊）；同品扩充1款（代餐奶昔系列的口味扩充）。左旋肉碱咖啡自四月初上线以来销售情况喜人，已成功晋升店铺爆款。
- 碧生源牌奥利司他自2017年10月11日阿里大药房上市以来，备受消费者青睐，2017年12月12日凌晨1小时之内，碧生源牌奥利司他销售近五千盒，销售金额近80万元人民币。双十二购物节期间，天猫碧生源药品旗舰店获得整体药品旗舰店类目排名第二、奥利司他旗舰店排名第一的好成绩。





碧生源“身体力行，从小做起”

荣获“2017中国社会责任杰出企业奖”



- 2017年12月6日，由新华网和中国社科院企业社会责任研究中心等单位联合主办的“2017中国社会责任公益盛典”上，碧生源荣获“2017中国社会责任杰出企业奖”。
- “中国社会责任公益盛典”今年是第十届，活动得到包括企业界在内的社会各界的广泛响应和支持，成为国内目前最具权威性和影响力的社会责任交流平台。
- 副总裁林如海在接受专访时表示，碧生源以绿色、健康、环保为重点，致力于为国民大健康服务的理念，在履行企业本职工作的同时，积极开展社会救助活动，带动了更多的企业和人员投身到公益行动中。获得此次奖项，也为企业提出更高的要求，今后将会保持初心，在社会责任和公益方面，碧生源会更加有担当。





碧生源积极行善保持初心

坚持为善信念回馈社会



- 碧生源从成立之初，就一直投身于公益事业，实现企业践行社会责任的常态化。碧生源与中国绿色碳汇基金会签订了《捐赠协议书》，发起设立“打击濒危野生动植物非法贸易专项基金”，该基金设立的“打击野生动植物非法贸易卫士行动”推动了野生生物保护工作的开展，提升了公众对野生生物的保护意识和参与度。2017年9月，碧生源联合中国绿色碳汇基金会发起“成为雪豹摄影师”主题公益项目，公司号召员工积极参与，并借助“99公益日”的契机，发起“企业一起捐”，在公司上下形成了“人人热爱公益，人人参与公益”的文化氛围。
- 碧生源与北京市慈善基金会签订了《捐赠协议书》，成立了“碧生源慈善专项基金”，积极开展社会救助活动，为困难群众提供服务。2017年初，碧生源向北京丰台区康助护养院捐赠康复设备，为老人日常身体健康治疗和恢复提供服务。



碧生源成为首批国家食物营养教育示范基地创建单位



- 12月8日，由国家食物与营养咨询委员会主办的“2017健康中国——食物与营养高层研讨会”在北京召开。会上，碧生源等13家单位脱颖而出，获得首批国家食物营养教育示范基地创建单位称号。
- 碧生源获此殊荣有利于进一步提高食品安全和营养研究的水平，加快食品营养教育的普及力度，将为公众提供学习食品营养的机会，有利于完善中国的教育体系，丰富以义务教育、专业技能教育、职业教育等为主体的全链条教育体系，提升公众对食品营养的认知水平，促进社会和谐发展。
- 坚持采用天然原料，尊重茶叶生长发育规律，尽全力保护产品原料基地，实现零污染低消耗的生产，碧生源不仅给消费者带来了真正意义上的健康茶产品，更给消费者传递了绿色、健康、草本的生活理念。

