

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



碧生源控股有限公司
BESUNYEN HOLDINGS COMPANY LIMITED

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：926)

中期業績公告
截至二零二零年六月三十日止六個月

本集團的經營業績

本集團二零二零年上半年的收入為人民幣609.8百萬元，較二零一九年同期的收入人民幣338.2百萬元增加80.3%。

本集團二零二零年上半年的毛利為人民幣441.3百萬元，較二零一九年同期的毛利人民幣246.8百萬元增加78.8%。本集團二零二零年上半年的毛利率為72.4%，較二零一九年同期的毛利率73.0%微降0.6個百分點。

本集團二零二零年上半年運營開支(包括銷售及市場營銷開支、行政開支，以及研究及開發成本)總額為人民幣382.5百萬元，較二零一九年同期的運營開支總額人民幣252.9百萬元增加51.2%。

本集團二零二零年上半年運營溢利為人民幣60.1百萬元，二零一九年同期的運營溢利為人民幣222.9百萬元(扣除出售附屬公司收益人民幣225.6百萬元後，二零一九年同期的運營虧損為人民幣2.7百萬元)。

本集團二零二零年上半年錄得全面收益總額人民幣47.3百萬元，二零一九年同期錄得全面收益總額人民幣172.7百萬元。

二零二零年上半年之本公司擁有人應佔每股基本及攤薄盈利均為人民幣0.59分(二零一九年同期：本公司擁有人應佔每股基本及攤薄盈利均為人民幣10.48分)。

中期股息

董事會已決議不宣派及派發截至二零二零年六月三十日止六個月的中期股息。

碧生源控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)謹此宣佈，本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零二零年六月三十日止六個月的未經審核綜合中期業績(「業績公告」)如下：

中期簡明綜合全面收益表

	附註	未經審核	
		截至六月三十日止六個月 二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
收入	5	609,775	338,222
銷售成本		(168,467)	(91,434)
毛利		441,308	246,788
其他收入		7,659	8,295
銷售及市場營銷開支		(294,299)	(187,437)
行政開支		(52,425)	(49,634)
研究及開發成本		(35,741)	(15,856)
其他開支		(1,609)	(2,281)
其他虧損淨額		(4,839)	(2,594)
出售附屬公司收益	6	-	225,571
運營溢利		60,054	222,852
財務收入		1,298	-
財務成本		(2,764)	(3,758)
財務成本淨額		(1,466)	(3,758)
應佔使用權益法核算的投資虧損		(124)	(11,586)
除所得稅前溢利		58,464	207,508
所得稅開支	7	(11,172)	(34,760)
期內溢利		47,292	172,748
以下各方應佔溢利			
— 本公司擁有人		9,384	167,173
— 非控股權益		37,908	5,575
		47,292	172,748
其他全面收益		-	-
期內全面收益總額		47,292	172,748

		未經審核	
		截至六月三十日止六個月	
附註		二零二零年	二零一九年
		人民幣千元	人民幣千元
以下各方應佔期內全面收益總額：			
— 本公司擁有人		9,384	167,173
— 非控股權益		37,908	5,575
		<u>47,292</u>	<u>172,748</u>
本公司擁有人應佔溢利的每股盈利(人民幣分)			
— 每股基本盈利	8	<u>0.59</u>	<u>10.48</u>
— 每股攤薄盈利	8	<u>0.59</u>	<u>10.48</u>

中期簡明綜合資產負債表

	附註	未經審核 二零二零年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		237,005	219,823
投資物業		9,186	9,424
無形資產		164,976	170,086
使用權資產		114,058	114,810
其他非流動資產		14,129	14,175
使用權益法核算的投資		79,152	79,276
遞延所得稅資產		75,361	65,242
		<u>693,867</u>	<u>672,836</u>
非流動資產總值			
		<u>693,867</u>	<u>672,836</u>
流動資產			
存貨		95,141	60,184
貿易應收款項	9	81,769	139,673
應收票據		4,095	5,187
按金、預付款項及其他應收款項		75,641	111,409
受限銀行存款		10,418	27,968
按公允值於損益列賬的金融資產		185,227	83,000
初始存款期超過三個月的定期存款		65,442	10,000
現金及現金等價物		232,458	270,803
		<u>750,191</u>	<u>708,224</u>
流動資產總值			
		<u>750,191</u>	<u>708,224</u>
分類為持有待售的資產	10	326,163	286,500
		<u>326,163</u>	<u>286,500</u>
流動資產總值			
		<u>1,076,354</u>	<u>994,724</u>
資產總值			
		<u>1,770,221</u>	<u>1,667,560</u>

	附註	未經審核 二零二零年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
權益及負債			
本公司擁有人應佔權益			
股本		94	94
股份溢價		962,777	962,777
其他儲備		327,089	327,065
累計虧損		<u>(311,877)</u>	<u>(321,261)</u>
		978,083	968,675
非控股權益		<u>148,679</u>	<u>110,771</u>
權益總額		<u>1,126,762</u>	<u>1,079,446</u>
負債			
非流動負債			
遞延政府補助		34,088	34,381
租賃負債		6,415	8,327
遞延所得稅負債		30,835	32,117
長期借款		<u>55,108</u>	<u>28,000</u>
非流動負債總額		<u>126,446</u>	<u>102,825</u>
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	11	69,957	49,105
其他應付款項及應計開支		295,905	328,813
合約負債		18,082	27,209
借款		101,400	66,800
租賃負債		8,738	9,241
當期所得稅負債		<u>22,931</u>	<u>4,121</u>
流動負債總額		<u>517,013</u>	<u>485,289</u>
負債總額		<u>643,459</u>	<u>588,114</u>
權益及負債總額		<u>1,770,221</u>	<u>1,667,560</u>

附註

1. 一般資料

碧生源控股有限公司(「**本公司**」)根據開曼群島公司法(二零一零年修訂版)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限責任公司。本公司的註冊辦事處地址為The Grand Pavilion Commercial Centre, Oleander Way, 802 West Bay Road, P.O. Box 32052, Grand Cayman KY1-1208, Cayman Islands。本公司及其附屬公司(統稱「**本集團**」)的主要業務為生產及銷售功能保健茶產品以及減肥及其他藥品。

除另有說明者外，本業績公告之財務資料以人民幣(「**人民幣**」)呈列。

本集團之本未經審核中期簡明綜合財務資料於二零二零年八月三十一日獲本公司董事會批准刊發。

2. 主要事項

截至二零二零年六月三十日止六個月，本集團的財務狀況及表現尤為受到下列事項所影響：

自二零二零年一月中旬新型冠狀病毒肺炎形成疫情並蔓延(「**新冠肺炎疫情**」)，二零二零年一月三十日被世界衛生組織宣佈為「國際關注的突發公共衛生事件」。

由於新冠肺炎疫情對於本集團位於湖北的辦事處和經銷商的影響，本集團位於湖北的業務量於二零二零年二月和三月保持在較低水平。自二零二零年四月起，本集團位於湖北的業務活動逐步恢復，且收入保持在正常水平。

二零二零年二月，本集團的線上銷售業務受到物流環境的影響。二零二零年三月，隨著物流逐步恢復正常運轉，線上業務也在逐步恢復正常。

如上所述，本集團截至二零二零年六月三十日止六個月的財務狀況和業績並未受到重大影響，與本公司董事于公司截至二零一九年十二月三十一日止的年度財務報告(「**二零一九年年度財務報表**」)中所做出的評估基本保持一致。

3. 編製基準

本集團截至二零二零年六月三十日止六個月的中期簡明綜合財務資料已根據國際會計準則第34號(「國際會計準則第34號」)「中期財務報告」編製。中期簡明綜合財務資料應與本公司二零一九年年度財務報表(已根據國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製)以及本公司在本期間內公开发佈的所有公告一併閱讀。

4. 主要會計政策

本集團所採用修訂準則和概念框架

在本中期簡明綜合財務資料中，本集團首次採用以下修訂準則和概念框架：

- 重要性的定義—對國際會計準則第1號及國際會計準則第8號(修訂)
- 業務的定義—對國際財務報告準則第3號(修訂)
- 基準利率改革—對國際財務報告準則第7號及第9號、國際會計準則第39號(修訂)
- 財務報告概念框架修訂版

採納上述修訂準則和概念框架並無對本集團重大會計政策以及中期簡明綜合財務資料的列報造成任何重大影響。

本集團在中期簡明綜合財務資料中未提前採納已發佈但截至二零二零年十二月三十一日止年度尚未生效的國際財務報告準則新訂及經修訂準則。

中期應計所得稅開支使用預計年盈利總額適用的稅率進行計提。

5. 收入及分部資料

主要營運決策者被識別為本公司執行董事，檢討本集團內部報告以評估表現及分配資源。

主要營運決策者將生產及銷售茶產品以及減肥及其他藥品確認為獨立可呈報分部，即茶產品分部及減肥及其他藥品分部。

主要營運決策者根據可呈報分部的收入、毛利及經營業績評估其表現。經營業績源自毛利，並包括銷售及市場營銷開支以及研究及開發成本。主要營運決策者並無評估經營分部的資產及負債。

截至二零二零年六月三十日止六個月的分部業績如下：

	茶產品分部 人民幣千元	減肥及其他 藥品分部 人民幣千元	總計 人民幣千元
總收入	288,179	321,596	609,775
分部間收入	—	—	—
來自外部客戶的收入	288,179	321,596	609,775
收入確認時點 於時點確認收入	288,179	321,596	609,775
銷售成本	(45,854)	(122,613)	(168,467)
毛利	242,325	198,983	441,308
銷售及市場營銷開支	(173,276)	(121,023)	(294,299)
研究及開發成本	(20,559)	(15,182)	(35,741)
分部業績	48,490	62,778	111,268
其他收入			7,659
其他虧損淨額			(4,839)
行政開支			(52,425)
其他開支			(1,609)
運營溢利			60,054
財務收入			1,298
財務成本			(2,764)
財務成本淨額			(1,466)
應佔使用權益法核算的投資虧損			(124)
除所得稅前溢利			58,464
所得稅開支			(11,172)
期內溢利			47,292
其他分部資料：			
減值	(2,264)	—	(2,264)
折舊	(15,648)	(6,065)	(21,713)
攤銷	(484)	(4,679)	(5,163)

截至二零一九年六月三十日止六個月的分部業績如下：

	茶產品分部 人民幣千元	減肥及其他 藥品分部 人民幣千元	總計 人民幣千元
總收入	224,796	113,426	338,222
分部間收入	—	—	—
來自外部客戶的收入	<u>224,796</u>	<u>113,426</u>	<u>338,222</u>
收入確認時點 於時點確認收入	<u>224,796</u>	<u>113,426</u>	<u>338,222</u>
銷售成本	<u>(50,614)</u>	<u>(40,820)</u>	<u>(91,434)</u>
毛利	<u>174,182</u>	<u>72,606</u>	<u>246,788</u>
銷售及市場營銷開支 研究及開發成本	<u>(150,048)</u> <u>(4,397)</u>	<u>(37,389)</u> <u>(11,459)</u>	<u>(187,437)</u> <u>(15,856)</u>
分部業績	<u>19,737</u>	<u>23,758</u>	<u>43,495</u>
其他收入			8,295
其他虧損淨額			(2,594)
行政開支			(49,634)
其他開支			(2,281)
出售附屬公司收益			<u>225,571</u>
運營溢利			222,852
財務收入			—
財務成本			<u>(3,758)</u>
財務成本淨額			(3,758)
應佔使用權益法核算的投資虧損			<u>(11,586)</u>
除所得稅前溢利			207,508
所得稅開支			<u>(34,760)</u>
期內溢利			<u><u>172,748</u></u>
其他分部資料：			
減值	<u>(2,831)</u>	<u>—</u>	<u>(2,831)</u>
折舊	<u>(14,682)</u>	<u>(4,012)</u>	<u>(18,694)</u>
攤銷	<u>(2,804)</u>	<u>(5,065)</u>	<u>(7,869)</u>

附註：

非流動資產全部均位於中國境內。

截至二零二零年六月三十日止六個月，金額約為人民幣164,204,000元(截至二零一九年六月三十日止六個月：人民幣64,482,000元)的收入來源於一家電商平台(「客戶A」)，佔本集團總收入26.9%(截至二零一九年六月三十日止六個月：19.1%)，該收入主要來自減肥及其他藥品分部。除客戶A，其餘任何單一外部客戶的收入均佔本集團總收入的10%以下。

6. 出售附屬公司收益

截至六月三十日止六個月	
二零二零年	二零一九年
人民幣千元	人民幣千元

出售北京暢升商務諮詢有限公司(「北京暢升」)以及北京碧生源物業管理有限公司(「碧生源物業」)所得收益

-	225,571
---	---------

本公司之間接全資子公司阿利雲山(北京)商務諮詢有限公司(「阿利雲山」)已將北京暢升和碧生源物業的100%股權出售給第三方公司，該交易現金代價約為人民幣555.0百萬元。該處置已於二零一九年三月八日完成。

7. 所得稅開支

	截至六月三十日止六個月	
	二零二零年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元
當期所得稅		
— 期內溢利的當期所得稅	21,966	516
— 上一年度中國所得稅不足撥備	607	51
	22,573	567
遞延所得稅		
— 產生及撥回暫時差額	(11,401)	34,193
	11,172	34,760

本公司於開曼群島註冊成立，Besunyen Investment (BVI) Co. Ltd.於英屬維爾京群島（「英屬維爾京群島」）註冊成立，故根據開曼群島及英屬維爾京群島稅法獲豁免納稅。

香港的利得稅稅率適用利得稅兩級製，首個二百萬港元的利潤利得稅徵收稅率為8.25%，其後的利潤按照16.5%徵稅。由於本集團本期及之前期間並無源自香港或在香港產生估計應課稅溢利，故並無計提香港利得稅撥備。

若干位於中國的附屬公司已取得高新技術企業（「高新技術企業」）資格，故符合資格於三年期間享有15%的優惠所得稅稅率。

本集團的所有其他位於中國附屬公司按法定企業所得稅稅率25%徵稅。

截至二零二零年六月三十日止六個月的有效稅率約為19%（二零一九年：17%）。

8. 每股盈利

(a) 基本

每股基本盈利的計算方式為將本公司擁有人應佔溢利除以期內已發行普通股加權平均數(不包括根據本公司受限制股份獎勵計劃所購買及持作庫存股份的普通股)。

	截至六月三十日止六個月	
	二零二零年	二零一九年
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	9,384	167,173
已發行普通股加權平均數	<u>1,595,189,678</u>	<u>1,595,004,031</u>
每股基本盈利(每股人民幣分)	<u>0.59</u>	<u>10.48</u>

(b) 攤薄

本公司授出的購股權及受限制股份對每股盈利具有潛在攤薄影響。每股攤薄盈利乃根據調整已發行普通股加權平均數計算，並假設已兌換本公司授出之購股權及受限制股份而產生的所有潛在具攤薄作用的普通股(一起組成計算每股攤薄盈利的分母)。於截至二零二零年及二零一九年六月三十日止六個月，該等購股權對本集團具反攤薄作用。此外，於二零二零年及二零一九年六月三十日，概無未歸屬受限制股份將導致對本集團產生攤薄影響。並無就溢利作出調整。因此，於截至二零二零年及二零一九年六月三十日止六個月，每股攤薄盈利與每股基本盈利保持一致。

9. 貿易應收款項

	於	
	二零二零年 六月三十日 人民幣千元	二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
貿易應收款項	81,785	140,182
減：呆賬備抵	<u>(16)</u>	<u>(509)</u>
	<u>81,769</u>	<u>139,673</u>

本集團給予客戶15至90日的信貸期。以下為基於向客戶交付相關貨品日期(與其發票日期相若)的貿易應收款項(扣除呆賬備抵後)賬齡分析：

	於	
	二零二零年 六月三十日 人民幣千元	二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
0至90日	80,576	137,321
91至180日	605	795
181至365日	492	1,075
超過365日	96	482
	<u>81,769</u>	<u>139,673</u>

10. 分類為持有待售的資產

於二零一九年十二月八日，北京澳特舒爾保健品開發有限公司(「北京澳特舒爾」)與第三方公司(「買方」)訂立框架協議(「框架協議」)，據協議規定北京澳特舒爾同意出售且買方同意購買北京申惠碧源雲計算科技有限公司(「目標公司」)的全部股權，目標公司預計持有位於北京市房山區的樓宇及設施。

根據框架協議的執行，北京澳特舒爾與買方於二零二零年八月十四日訂立股權轉讓協議，據此各方同意最終對價為人民幣463百萬元另加目標公司於交割日報表中列示現金金額減負債總額(「建議出售事項」)。

本集團董事預計建議出售事項將於二零二零年九月完成並將產生收益淨額約人民幣66百萬元，因此將上述樓宇及設施劃分為分類為持有待售的資產，並於截至二零二零年六月三十日和二零一九年十二月三十一日的綜合資產負債表分別列示。

	於	
	二零二零年 六月三十日 人民幣千元	二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
使用權資產	8,012	8,012
投資物業	318,151	278,488
	<u>326,163</u>	<u>286,500</u>

11. 貿易應付款項及應付票據

貿易應付款項及應付票據基於各發票及發出日期的賬齡分析如下：

	於	
	二零二零年 六月三十日 人民幣千元	二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
0至90日	69,706	46,978
91至180日	179	2
超過180日	72	2,125
	<u>69,957</u>	<u>49,105</u>

12. 股息

董事會已決議不宣派截至二零二零年六月三十日止六個月的任何股息(截至二零一九年六月三十日止六個月：無)。

13. 報告期後事項

除於附註10中披露的事項外，資產負債表日後未發生其他重大事項。

上述本集團未經審核簡明綜合全面收益表、未經審核簡明綜合資產負債表及其解釋附註摘錄自截至二零二零年六月三十日止六個月的本集團未經審核中期簡明綜合財務資料。

管理層討論及分析

業績回顧

以消費者為中心，多品種全線出擊，提升產品競爭力

人們對健康生活的嚮往，就是我們的奮鬥目標。二零二零年上半年，本集團致力於打造大健康品類的跨界創新型產品，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和夯實消費群體，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。本集團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。目前，本集團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。

推動電商各站精細化管理，優化團隊經營意識，提升組織效能

二零二零年上半年，本集團在持續推進電商品牌化戰略及以用戶為核心的電商數字化策略的指引下，以各站所管轄平台的主要店舖為基礎，進一步推動電商北京站、杭州站、廣州站、藥品站及西安站等各運營團隊的精細化管理，重點關注每日每店經營進展，在確保電商各站業績迅猛發展的同時，不斷提升利潤率。在分工明確、協同高效的內部管理體系的指引下，碧生源電商團隊已逐步形成以業務一線為核心，配套整合營銷支持、銷售管理支持、產品供應鏈支持及客戶服務支持的矩陣化運營組織，形成業務與服務支持相結合的運營綜合體。各團隊間高效合作，運用合理的分配機制，有效地激發了各級員工的主觀能動性，電商團隊的運營效率不斷攀升。

拓寬電商流量入口，借力客服中心，實現消費升級

二零二零年上半年，電商團隊逐步增強了與各大電商平台的合作力度與深度，積極參與平台各類大促活動，充分利用平台傳播與流量資源，助力業績不斷提升。同時，電商各站不斷嘗試直播及短視頻等各類引流形式，吸引目標客戶群，鏈接更多精準消費人群。由於電商流量與用戶量的不斷增長，二零二零年上半年客服中心服務團隊的規模亦不斷擴大，員工遍佈北京、杭州、廣州、西安、丹陽各站，人數已達230餘人，分別負責各電商平台消費者的售前、售後客服諮詢，以一對一服務的形式開展客服工作。客服團隊在為新老客戶提供減脂、減重、胃腸道健康等各類專業化諮詢的同時，還根據用戶需求定制個性化的健康方案並推銷對應的產品套組，從而精準積累了大量的高端消費客戶。

多維度品牌宣傳，不斷提升知名度

二零二零年上半年，本集團進一步增強碧生源品牌在市場的聲譽，從多個角度提高消費者對品牌的認知度和關注度。在上半年，本集團特別贊助國內首檔校園音樂綜藝節目《新聲請指教》，借助校園概念及流行音樂節目對碧生源品牌進行宣傳，推進品牌年輕化進程，並從不同視角展現碧生源的產品特性。節目播出期間適逢新冠肺炎疫情，本集團借助節目的平台，專門錄製了抗疫歌曲「楚行者，武漢加油」來表達對武漢人民的支持。

二零二零年上半年，本集團還通過在熱播電視劇中以廣告植入的方式對品牌進行宣傳。上半年植入的熱播電視劇有《精英律師》、《還沒愛夠》和《如果歲月可回頭》等，以上劇目分別在北京衛視、東方衛視、江蘇衛視、浙江衛視等高收視率平台黃金時段和四大網絡平台(愛奇藝、騰訊、優酷、芒果TV)同步播出，不斷加深消費者對於碧生源品牌的印象。

二零二零年上半年，本集團借助新潮傳媒的大數據和電梯廣告的資源，將碧生源的廣告投入社區，使得碧生源品牌在消費者日常生活區域內頻頻曝光。同時，線下銷售團隊與社區附近的藥店進行深度合作，成功地激活了老客戶，獲得了新客戶。

創新線下營銷模式，制定新品激勵政策

隨著全民帶貨時代的到來，「私域」已經是品牌重要的經營渠道和服務消費者的主營陣地。為了應對新冠肺炎疫情帶來的影響，本集團在二零二零年上半年居家辦公期間迅速調整銷售戰略。借助成熟的品牌、優質的產品、遍佈全國的銷售團隊、經／分銷商及零售終端資源，本集團啟動了全員營銷及社群裂變項目（「**CRM營銷項目**」），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、店員甚至消費者來進行帶貨，而面對面的銷售形式也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，線上微商城累計獲得40多萬消費者的關注，產品復購率大幅度提升。而經銷人員的裂變數量急速增長，也打破了以往本集團的線下銷售無法直接觸及消費者的局面。同時，與消費者面對面、一對一的互動也為本集團提供了更多產品改良與迭代建議，通過不斷促進渠道差異化和多元化發展，本集團逐漸實現了傳統渠道+互聯網渠道的全渠道銷售模式。

二零二零年上半年，本集團結合線下渠道的特性，豐富線下銷售的品種—簡肥牌奧利司他膠囊已在線下啟動銷售，有力地擴充了線下減肥產品品類；青春寶牌抗衰老新產品已在北京和廣州上市銷售；碧生源牌金舒通產品的銷售也正穩步推進。同時，本集團不斷完善經／分銷體系，創新終端營銷模式，以此加速線下渠道建設，進一步挖掘市場機會。

加強貨物流向管理，打造良好營銷體系

二零二零年上半年，為確保市場上貨物批號的新鮮度，本集團加強了對經／分銷商數據直連的管理，利用本集團的物流碼管理系統對已經進入經／分銷商倉庫的貨物進行監控，及時掌握經／分銷商的出庫、庫存、批號等數據，並從發貨源頭上控制經／分銷商的庫存周轉天數，有效避免了經／分銷商壓貨現象。

為使銷售團隊更專注市場純銷的增長，本集團持續升級考核制度，把純銷及純銷達成率作為銷售團隊的主要績效考核指標，鼓勵銷售人員積極參與到銷售終端維護及消費者服務工作中，打造了良好的營銷體系。

加強研發創新，外求研發合作，夯實研發實力

二零二零年上半年，本集團在研發方面繼續聚焦「一豎兩橫」的產品戰略，堅定不移地把「草本植物與健康養生」作為本集團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，調整本集團的研發體系、產品策略和競爭優勢，助力本集團在減肥與體重管理及潤腸通便與胃腸道健康兩大保健功能領域中進行深耕。

為進一步促進協同創新合作，持續提高技術創新能力，本集團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。同時，根據各業務部門對於新品研發的需求，研發工作重點關注多方位、全品類產品的開發，打造以保健食品為基礎，向醫藥、功能食品及普通食品拓展的多品類產品結構和佈局。

中山萬漢具有高新技術企業資質，並獲得廣東省工程技術中心及中山市創新標桿企業兩個資格認定。二零二零年上半年，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。二零二零年四月和六月，中山萬漢的左氧氟沙星滴眼液和玻璃酸鈉滴眼液分別獲批生產。同時，中山萬漢完成了磷酸奧司他韋膠囊的藥學研究並開展生物等效性(BE)試驗，以考察質量與療效的一致性。中山萬漢的奧利司他膠囊、聚維酮碘藥膜已通過廣東省高新技術產品認定。

加強合規體系建設，提升風險控制意識

二零二零年上半年，本集團高度重視規範運作，從建立健全本集團各項規章制度、流程出發，強化內部控制和風險管控，本集團抗風險能力持續提升。本集團將原審計、內控、法務和檔案等部門進行資源整合，成立內控管理中心，全面負責本集團內控合規管理工作。本集團根據發展需要和外部監管要求，成立了由生產管理中心和研發中心組成的質量管理小組，負責本集團產品質量安全體系的建設和風險控制；由公共關係中心和整合營銷中心組成的品牌管理小組，負責本集團市場推廣、媒體宣傳等品牌體系的建設和風險控制。同時，本集團進一步加強對各業務開展過程中的實際管控，促進各業務部門更加緊密協調，完善風險管理體系及內控架構，通過組織各業務部門開展專項自查工作，加強了員工的風險管控與合規意識。二零二零年上半年，本集團完善了創新業務的合規管理，在創新業務準備與運行階段，對業務制度、流程、合同方案和法律文件展開合規審查和評估，逐步建立了完善的創新業務合規管理體系。

社會公益

二零二零年上半年，本集團繼續加大在社會責任履行方面的投入力度，與「北京綠色陽光環保公益基金會」、「中國綠色碳匯基金會」簽署合作協議，捐贈人民幣45萬元的公益善款用於「西藏生態建設及管護能力建設項目」、「打擊瀕危野生動植物非法貿易專項基金」等公益項目的開展。在新冠肺炎疫情期間，本集團發起「光明計劃公益行動」，聯合各愛心企業及個人向湖北省、湖南省各定點醫院捐贈物資60餘萬件，累計參與公益捐贈項目7個，累計對外捐贈公益善款人民幣近百萬元。

展望

行業、市場及競爭

根據國家發佈的《關於實施健康中國行動的意見》、《健康中國行動(2019-2030年)》及《「健康中國2030」規劃綱要》等文件，健康服務業將成為國民經濟支柱性產業，國家持續推動衛生健康工作理念和服務方式從「以治病為中心」轉變為「以人民健康為中心」，不斷加大對大健康產業扶持力度。同時，隨著大健康理念興起和人口老齡化等，消費者更加關注健康生活，由此衍生出巨大的健康市場需求，行業前景和細分領域在未來有很大的增長空間。與此同時，外部嚴峻的市場環境、國家對保健食品行業的整治行動、藥品零售行業的改革和規範等因素也增大了市場的壓力和挑戰。在新渠道新媒體繁榮發展的背景下，越來越多的海外品牌借助跨境電商的方式進入中國市場，新品類新品牌亦快速發展，行業競爭態勢呈現多樣化。對此，本集團一方面將繼續實施從產品營銷向品牌價值營銷的升級，另一方面，本集團還將積極佈局新渠道、新產品、新業態，借助新的業務板塊贏得市場。

持續激活品牌競爭力，優化產品結構，加速推進品牌年輕化進程

品牌資產是企業的核心資產之一，加大對品牌資產的投資就是加大對未來發展的投資。本集團將持續在「一豎兩橫」產品戰略的基礎上，發展傳統的草本功能保健食品，推進相關藥品及功能食品等新品的開發與上市工作。同時，本集團將利用自身的研發優勢及產品儲備，通過在不同品類的佔位和突破，帶動全品類銷售，完善大健康產業的整體佈局。二零二零年下半年，本集團將持續創新推廣模式，推出全新單品以切入年輕消費人群，通過渠道拓展、品牌包裝形象升級、媒體策略優化等方式，持續推進品牌年輕化進程，使品牌煥發新的活力和生機，為本集團貢獻新的收入增量。

強化電商業務能力，加快電商平台銷售個性化、年輕化發展

本集團將持續把電商平台銷售作為戰略發展的重點，緊跟行業發展趨勢，推動電商平台銷售升級。二零二零年下半年，本集團將繼續聚焦客戶服務體系的建設，完善會員管理模式，實現精準營銷推廣，有效助力電商渠道銷量增長。本集團將迅速提升現有的來利牌奧利司他與碧生源牌奧利司他的市場份額，並通過自主研發、委託加工等方式持續豐富產品品類。同時，本集團將充分利用各大電商平台資源，打造多種營銷模式並存的電商銷售格局。

財務回顧

收入

	截至六月三十日止六個月			
	二零二零年		二零一九年	
	人民幣 千元	佔收入的 百分比	人民幣 千元	佔收入的 百分比
收入：				
碧生源牌常潤茶	92,912	15.2%	84,865	25.1%
碧生源牌常菁茶	105,201	17.3%	92,922	27.5%
碧生源牌纖纖茶	45,207	7.4%	24,167	7.1%
減肥藥品	305,274	50.1%	108,911	32.2%
其他產品及藥品	61,181	10.0%	27,357	8.1%
總計	<u>609,775</u>	<u>100.0%</u>	<u>338,222</u>	<u>100.0%</u>

本集團二零一九年上半年的收入為人民幣338.2百萬元，二零二零年同期收入上升80.3%至人民幣609.8百萬元。

碧生源牌常潤茶的收入由二零一九年上半年的人民幣84.9百萬元上升9.4%至二零二零年同期的人民幣92.9百萬元，但銷量由二零一九年上半年的59.4百萬茶包下降16.3%至二零二零年同期的49.7百萬茶包，平均售價由二零一九年上半年的每包人民幣1.43元上升至二零二零年同期的每包人民幣1.87元。

碧生源牌常菁茶的收入由二零一九年上半年的人民幣92.9百萬元上升13.2%至二零二零年同期的人民幣105.2百萬元，但銷量由二零一九年上半年的67.0百萬茶包下降12.8%至二零二零年同期的58.4百萬茶包，平均售價由二零一九年上半年的每包人民幣1.39元上升至二零二零年同期的每包人民幣1.80元。

碧生源牌常潤茶及碧生源牌常菁茶二零二零年上半年銷量較二零一九年同期下降，主要是新冠肺炎疫情對二零二零年二月至三月份物流發貨的影響所致；碧生源牌常潤茶及碧生源牌常菁茶二零二零年上半年收入較二零一九年同期上升，主要是銷售單價上漲所致。

碧生源牌纖纖茶的收入由二零一九年上半年的人民幣24.2百萬元上升86.8%至二零二零年同期的人民幣45.2百萬元，主要是電商平台銷售量增加及銷售單價上漲所致。

減肥藥品主要包含碧生源牌奧利司他和來利牌奧利司他，收入由二零一九年上半年的人民幣108.9百萬元上升180.3%至二零二零年同期人民幣305.3百萬元，主要由於加大碧生源牌奧利司他在電商平台的推廣，搶佔奧利司他單品的市場份額，在平台大促中實現銷售增長。

其他產品及藥品主要包含碧生源牌清源茶、碧生源牌代餐系列產品、膳食補充劑系列產品及其他藥品，收入由二零一九年上半年的人民幣27.4百萬元上升123.4%至二零二零年同期的人民幣61.2百萬元。

銷售成本及毛利

	截至六月三十日止六個月			
	二零二零年		二零一九年	
	人民幣 千元	佔收入的 百分比	人民幣 千元	佔收入的 百分比
銷售成本	<u>168,467</u>	<u>27.6%</u>	<u>91,434</u>	<u>27.0%</u>
毛利	<u>441,308</u>	<u>72.4%</u>	<u>246,788</u>	<u>73.0%</u>

本集團的銷售成本由二零一九年上半年的人民幣91.4百萬元上升84.4%至二零二零年同期的人民幣168.5百萬元，主要是銷售增加導致成本增加所致。銷售成本佔收入的百分比由二零一九年上半年的27.0%微增至二零二零年同期的27.6%。

相比二零一九年同期，二零二零年上半年的收入上升80.3%，銷售成本上升84.4%，本集團的毛利由二零一九年上半年的人民幣246.8百萬元上升78.8%至二零二零年同期的人民幣441.3百萬元。本集團的毛利率則由二零一九年上半年的73.0%微降至二零二零年同期的72.4%。

銷售及市場營銷開支

	截至六月三十日止六個月			
	二零二零年		二零一九年	
	人民幣 千元	佔收入的 百分比	人民幣 千元	佔收入的 百分比
廣告開支	<u>59,992</u>	<u>9.9%</u>	<u>52,968</u>	<u>15.7%</u>
市場營銷及促銷開支	<u>142,019</u>	<u>23.3%</u>	<u>63,110</u>	<u>18.6%</u>
僱員福利開支	<u>74,388</u>	<u>12.2%</u>	<u>48,854</u>	<u>14.4%</u>
其他	<u>17,900</u>	<u>2.9%</u>	<u>22,505</u>	<u>6.7%</u>
總計	<u>294,299</u>	<u>48.3%</u>	<u>187,437</u>	<u>55.4%</u>

本集團的銷售及市場營銷開支由二零一九年上半年的人民幣187.4百萬元上升至二零二零年同期的人民幣294.3百萬元。

二零二零年上半年廣告開支較二零一九年同期增加人民幣7.0百萬元，主要是在原有的多媒體的廣告投放上增加了LED電子屏幕、音貼音播等新媒體的投放，導致成本增加所致。

二零二零年上半年市場營銷及促銷開支較二零一九年同期增加人民幣78.9百萬元，主要是電商平台營銷推廣費用增加所致。

二零二零年上半年僱員福利開支較二零一九年同期增加人民幣25.5百萬元，主要是收入增加，銷售人員績效工資增加所致。

行政開支

	截至六月三十日止六個月			
	二零二零年		二零一九年	
	人民幣 千元	佔收入的 百分比	人民幣 千元	佔收入的 百分比
僱員福利開支	17,039	2.8%	20,030	5.9%
辦公室開支	2,600	0.4%	3,294	1.0%
專業及諮詢服務費	20,648	3.4%	12,729	3.8%
招待及差旅費	2,054	0.3%	3,007	0.9%
其他	10,084	1.7%	10,574	3.1%
總計	<u>52,425</u>	<u>8.6%</u>	<u>49,634</u>	<u>14.7%</u>

本集團行政開支由二零一九年上半年的人民幣49.6百萬元增加5.6%至二零二零年同期的人民幣52.4百萬元。主要是專業及諮詢服務費增加所致。

研究及開發成本

	截至六月三十日止六個月			
	二零二零年		二零一九年	
	人民幣 千元	佔收入的 百分比	人民幣 千元	佔收入的 百分比
研究及開發成本	<u>35,741</u>	<u>5.9%</u>	<u>15,856</u>	<u>4.7%</u>

本集團的研究及開發成本由二零一九年上半年的人民幣15.9百萬元上升124.5%至二零二零年同期的人民幣35.7百萬元，主要由於加大了自主研發力度及增加了委外研發。

稅項

本集團二零二零年上半年所得稅開支為人民幣11.2百萬元，二零一九年同期所得稅開支為人民幣34.8百萬元，所得稅開支減少是除所得稅前溢利減少所致。

期內全面收益總額

綜合上述因素，本集團二零二零年上半年錄得全面收益總額為人民幣47.3百萬元(二零一九年同期：全面收益總額為人民幣172.7百萬元，其中出售附屬公司收益為人民幣225.6百萬元)。

流動資金及資本來源

於二零二零年上半年，本集團運營所需資金及資本開支主要來源於運營活動產生的現金流量及銀行借款所得款項。

現金流量

下表概述截至二零二零年及二零一九年六月三十日止六個月本集團的現金流量淨額：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
經營活動現金流入／(流出)淨額	58,700	(40,107)
投資活動現金(流出)／流入淨額	(148,174)	264,209
融資活動現金流入／(流出)淨額	52,467	(77,534)
	(37,007)	146,568
外匯匯率變動對現金及現金等價物之影響	(1,338)	785
現金及現金等價物淨(減少)／增加額	(38,345)	147,353

於二零二零年上半年，本集團的經營活動現金流入淨額為人民幣58.7百萬元，主要是運營溢利收到現金所致(二零一九年同期：經營活動現金流出淨額為人民幣40.1百萬元，主要是運營溢利扣除出售附屬公司收益後，本集團運營虧損導致現金流出)。於二零二零年上半年，本集團投資活動現金流出淨額為人民幣148.2百萬元，主要由於基建工程支出、購入按公允值於損益列賬的金融資產支出及出售北京暢升與其全資附屬公司碧生源物業公司100%股權收到的現金尾款(二零一九年同期：流入淨額為人民幣264.2百萬元，主要由於出售北京暢升與其全資附屬公司碧生源物業公司100%股權收到的淨現金，其中部分金額與人民幣170.0百萬元定期存款增加相抵銷)。於二零二零年上半年，本集團融資活動現金流入淨額為人民幣52.5百萬元，主要是銀行借款收到現金所致(二零一九年同期：融資活動現金流出淨額為人民幣77.5百萬元，主要是償還銀行借款所致)。

按公允值於損益列賬的金融資產

本集團於二零二零年六月三十日按公允值於損益列賬的金融資產為人民幣185.2百萬元，其中包括於多家銀行存放的銀行結構性存款人民幣155.2百萬元及銀行理財產品人民幣30.0百萬元(二零一九年十二月三十一日：人民幣83.0百萬元，其中包括於多家銀行存放的銀行結構性存款人民幣20.0百萬元及銀行理財產品人民幣63.0百萬元)。

銀行結餘、現金及銀行借貸

本集團銀行結餘及現金包括現金及現金等價物、初始存款期超過三個月的定期存款以及受限銀行存款，於二零二零年六月三十日為人民幣308.3百萬元，相比二零一九年十二月三十一日的人民幣308.8百萬元減少了0.2%。此外，於二零二零年六月三十日，本集團的銀行借款為人民幣156.5百萬元，其中固定利率的銀行借款為人民幣94.8百萬元(二零一九年十二月三十一日：人民幣94.8百萬元，其中固定利率的銀行借款為人民幣61.0百萬元)。

資本開支

於二零二零年上半年，本集團的資本開支為人民幣50.0百萬元(二零一九年同期：人民幣31.4百萬元)，主要為廠房建設開支。

存貨

本集團的存貨包括原材料及包裝材料、在製品及成品，於下表中列示：

	於	
	二零二零年 六月三十日 人民幣千元	二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
原材料及包裝材料	36,864	15,550
在製品	4,545	2,443
成品	53,732	42,191
存貨總額	<u>95,141</u>	<u>60,184</u>

外匯匯率風險

本集團絕大部分營業收入、銷售成本和費用以及行政開支等均以人民幣計值。除部分銀行存款以港元及美元計值外，本集團大部分資產及負債亦以人民幣計值。由於人民幣為本集團的功能貨幣，故外匯匯率風險主要來自以港元及美元計值的資產及負債。

截至二零二零年六月三十日止六個月，本集團概無購買任何外匯及利率衍生產品或對沖工具(二零一九年同期：無)。

重大收購或出售事項

二零二零年上半年，本集團並無進行有關附屬公司、聯營公司及合營公司的重大收購及出售事項。

源遠流長基金

由本集團持有89%份額總承諾出資額為人民幣100.0百萬元的寧波源遠流長投資中心(有限合夥)(「源遠流長基金」)，主要專注保健產業、TMT(科技、媒體及電訊)產業及消費者產業等的投資項目，以及若干早期階段合夥企業的投資。截至二零二零年六月三十日止六個月，源遠流長基金並無投資新項目。

資產抵押

截至二零二零年六月三十日，本集團通過向銀行及擔保公司抵押賬面淨值總計為人民幣107.2百萬元的樓宇及賬面淨值總計為人民幣43.0百萬元的土地使用權共獲得銀行借款人民幣136.7百萬元(截至二零一九年十二月三十一日，本集團通過向銀行及擔保公司抵押賬面淨值總計為人民幣109.5百萬元的樓宇及賬面淨值總計為人民幣43.5百萬元的土地使用權，共獲得銀行借款人民幣86.8百萬元)。

資產負債率

本集團截至二零二零年六月三十日之資產負債率(總負債除以總資產的百分比)為36.3%(二零一九年十二月三十一日：35.3%)。

或然負債及擔保

截至二零二零年六月三十日，本集團並無重大或然負債及擔保(二零一九年十二月三十一日：無)。

資本承擔

截至二零二零年六月三十日，預期將要產生的物業、廠房及設備資本開支為人民幣11.6百萬元(二零一九年十二月三十一日：人民幣117.0百萬元)。

截至二零二零年六月三十日，預期將要產生的資本投資為人民幣22.3百萬元(二零一九年十二月三十一日：人民幣9.8百萬元)。

人力資源管理

本集團將高素質僱員視為最重要的資源。於二零二零年六月三十日，本集團在中國內地及香港有1,455名僱員(二零一九年十二月三十一日：1,187名僱員，其中包括由僱傭代理僱用的12名促銷人員)。截至二零二零年六月三十日止六個月的總員工成本(包括董事薪酬及以股份支付的非現金開支)為人民幣109.8百萬元(二零一九年同期：人民幣84.4百萬元)。僱員薪酬乃參考個人表現、工作經驗、資歷及當前行業慣例而釐訂。除基本薪酬及法定退休福利計劃外，僱員福利亦包括僱員的酌情花紅及購股權。

本集團重視合適人才的招募、激勵和保留。董事和部分高中級管理人員根據本公司於二零一零年九月八日採納的購股權計劃(「**購股權計劃**」)享有購股權，以激勵員工，鼓勵他們為提高本集團價值、並促進本集團的長期發展而不懈努力。本公司亦採用一項受限制股份獎勵計劃(「**受限制股份獎勵計劃**」)，以授予合資格僱員限制性股份。

本集團對員工的持續教育和培訓計劃有相當的投入，以不斷提升員工的知識、技能和協作精神。本集團經常根據需要給相關的工作人員提供內部及外部的培訓課程。

企業管治

截至二零二零年六月三十日止六個月，本公司已應用香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則附錄十四所載企業管治守則(「企業管治守則」)的原則，並遵守企業管治守則條文，惟企業管治守則條文第A.2.1條除外。

守則條文第A.2.1條

根據守則條文第A.2.1條，董事長與首席執行官的職能應有所區分，且不應由一人同時兼任。趙一弘先生同時擔任董事長及首席執行官。趙先生為本集團共同創辦人，擁有30年的中國食品飲料行業經驗。董事會相信，將兩個職能集中於同一人士，在當前和可預見的未來可為本公司提供強大一致之領導，方便本集團業務策略之實施及執行。然而，本集團將根據當時情況不時檢討其架構。

審核委員會

於本公告日期，本公司審核委員會(「審核委員會」)由三名獨立非執行董事(即何願平先生(一名具備合適專業資格的董事，彼擔任審核委員會主席)、任光明先生及付舒拉先生)組成。審核委員會已審閱本集團截至二零二零年六月三十日止六個月之未經審核中期簡明綜合財務資料及本公告、本集團所採納之會計準則及慣例，以及討論本集團的內部控制及財務報告事宜。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至二零二零年六月三十日止六個月，本公司及其附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

中期股息

董事會已決議不宣派及派發截至二零二零年六月三十日止六個月的中期股息。

期後事項

於二零二零年八月十四日(交易時段後)，北京澳特舒爾保健品開發有限公司(「北京澳特舒爾」)、正嘉有限公司(「正嘉」)、本公司及碧生源(香港)有限公司訂立股權轉讓協議，據此，北京澳特舒爾已有條件同意出售而正嘉已有條件同意收購北京申惠碧源雲計算科技有限公司(「目標公司」) 100%股權，預估代價為人民幣4.63億元，最終代價為預估代價加上相當於交割報表所載的目標公司現金減去總負債之金額，全部將由正嘉以現金支付。於該出售事項完成後，目標公司將不再為本公司之附屬公司。有關詳情，請參閱日期為二零二零年八月十四日的本公司公告及日期為二零二零年八月二十八日的本公司通函。

於聯交所網站刊發資料

本公告已載於本公司網站(<http://ir.besunyen.com>)及聯交所網站(www.hkexnews.hk)。本公司截至二零二零年六月三十日止六個月的中期報告將適時寄發予本公司股東並登載於上述網站。

承董事會命
碧生源控股有限公司
董事長及首席執行官
趙一弘

香港，二零二零年八月三十一日

於本公告日期，執行董事為趙一弘先生(董事長及首席執行官)及高雁女士(副董事長)；非執行董事為卓福民先生；而獨立非執行董事為任光明先生、何願平先生及付舒拉先生。