

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)

全年業績公告

截至二零二零年十二月三十一日止年度

財務摘要

於二零二零年，本集團的收入為人民幣1,292.7百萬元，較二零一九年的收入人民幣812.2百萬元上升59.2%。

毛利率由二零一九年的72.0%降低至二零二零年的70.7%。

於二零二零年，本集團的全面收益總額為人民幣130.9百萬元，而於二零一九年的全面收益總額為人民幣188.2百萬元。

於二零二零年，每股基本及攤薄盈利為人民幣2.85分，而二零一九年每股基本及攤薄盈利為人民幣10.18分。

末期股息

考慮到本集團年度業績表現，其中包括出售附屬公司之收益，董事會已決議建議宣派及派發截至二零二零年十二月三十一日止年度末期股息每股3.75港仙，總額約為61,133,000港元，惟須經本公司股東於將於二零二一年五月二十五日舉行之股東週年大會上批准方可作實。末期股息將於二零二一年六月十六日或該日前後派發予於二零二一年六月一日名列本公司股東名冊之股東。

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」）截至二零二零年十二月三十一日止年度的綜合業績連同截至二零一九年十二月三十一日止年度的比較數字如下：

綜合全面收益表

	附註	截至十二月三十一日止年度	
		二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
收入	3	1,292,711	812,160
銷售成本		<u>(379,385)</u>	<u>(227,708)</u>
毛利		913,326	584,452
其他收入		26,718	12,642
銷售及市場營銷開支		(661,514)	(449,987)
行政開支		(134,420)	(107,770)
研究及開發成本		(93,802)	(47,363)
其他開支		(3,682)	(4,454)
其他虧損淨額		(12,864)	(1,443)
出售附屬公司收益	4	<u>80,108</u>	<u>222,276</u>
營運溢利		113,870	208,353
財務收入		2,758	3,309
財務成本		<u>(6,306)</u>	<u>(5,593)</u>
財務成本淨額		<u>(3,548)</u>	<u>(2,284)</u>
應佔使用權益法核算的投資溢利／(虧損)		<u>4,736</u>	<u>(12,862)</u>
除所得稅前溢利		115,058	193,207
所得稅抵免／(開支)	5	<u>15,801</u>	<u>(4,961)</u>
年內溢利		<u>130,859</u>	<u>188,246</u>

		截至十二月三十一日止年度	
		二零二零年	二零一九年
	附註	人民幣千元	人民幣千元
以下各方應佔溢利：			
— 本公司擁有人		45,479	162,348
— 非控股權益		85,380	25,898
		<u>130,859</u>	<u>188,246</u>
其他全面收益			
		<u>—</u>	<u>—</u>
年內全面收益總額			
		<u>130,859</u>	<u>188,246</u>
以下各方應佔全面收益總額：			
— 本公司擁有人		45,479	162,348
— 非控股權益		85,380	25,898
		<u>130,859</u>	<u>188,246</u>
年內本公司擁有人應佔每股盈利(人民幣分)			
— 每股基本盈利	6	<u>2.85</u>	<u>10.18</u>
— 每股攤薄盈利	6	<u>2.85</u>	<u>10.18</u>

綜合資產負債表

		於二零二零年 十二月三十一日	於二零一九年 十二月三十一日
	附註	人民幣千元	人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		322,278	219,823
投資物業		9,500	9,424
無形資產		161,668	170,086
使用權資產		118,367	114,810
其他非流動資產		19,204	14,175
使用權益法核算的投資		55,890	79,276
遞延所得稅資產		106,567	65,242
		<u>793,474</u>	<u>672,836</u>
流動資產			
存貨		139,394	60,184
貿易應收款項	7	65,643	139,673
應收票據	8	9,119	5,187
按金、預付款項及其他應收款項		124,686	111,409
已抵押銀行存款		56,786	27,968
按公允值通過損益計量的金融資產		—	83,000
初始存款期超過三個月的定期存款		120,300	10,000
現金及現金等價物		543,822	270,803
		<u>1,059,750</u>	<u>708,224</u>
分類為持有待售的資產		—	286,500
		<u>1,059,750</u>	<u>994,724</u>
資產總值		<u><u>1,853,224</u></u>	<u><u>1,667,560</u></u>

		於二零二零年 十二月三十一日 附註 人民幣千元	於二零一九年 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	10	94	94
股份溢價		962,777	962,777
其他儲備		331,762	327,065
累計虧損		(280,402)	(321,261)
		<u>1,014,231</u>	<u>968,675</u>
非控股權益		196,151	110,771
		<u>1,210,382</u>	<u>1,079,446</u>
負債			
非流動負債			
遞延政府補助		33,795	34,381
租賃負債		10,044	8,327
遞延所得稅負債		37,380	32,117
長期借款		64,730	28,000
其他非流動負債		497	—
		<u>146,446</u>	<u>102,825</u>
非流動負債總額		<u>146,446</u>	<u>102,825</u>
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	9	107,148	49,105
其他應付款項及預提費用		235,627	328,813
合約負債		34,180	27,209
借款		95,050	66,800
租賃負債		12,563	9,241
當期所得稅負債		11,828	4,121
		<u>496,396</u>	<u>485,289</u>
流動負債總額		<u>496,396</u>	<u>485,289</u>
負債總額		<u>642,842</u>	<u>588,114</u>
權益及負債總額		<u>1,853,224</u>	<u>1,667,560</u>

截至二零二零年十二月三十一日止年度之全年業績公告附註

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(包括常潤茶、常菁茶、纖纖茶以及其他茶產品)以及減肥及其他藥品。

本公司的第一上市地為香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板。

2 編製基準

本集團的綜合財務報表乃根據所有適用《國際財務報告準則》(「國際財務報告準則」)及香港公司條例(第622章)之規定編製。綜合財務報表乃按照歷史成本法編製，惟若干按公允值通過其他全面收益(「按公允值計入其他全面收益」)或通過損益(「按公允值計入損益」)計量的金融資產除外。

2.1 會計政策及披露變動

(a) 本集團所採納的新訂及經修訂準則

本集團就於二零二零年一月一日開始的年度報告期間首次應用以下準則及修訂準則：

- 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)
- COVID-19相關租金寬減 — 國際財務報告準則第16號(修訂)
- 財務報告概念框架修訂版

採納上述修訂的準則及概念框架不會對集團的綜合財務報表產生重大影響。

(b) 尚未採納的新訂及經修訂準則

在以下日期或之後
開始的年度期間生效

國際會計準則第16號(修訂)	物業、廠房及設備：作擬定用途前的 所得款項	二零二二年一月一日
國際會計準則第37號(修訂)	虧損合約 — 履約成本	二零二二年一月一日
國際會計準則第3號(修訂)	引用概念框架	二零二二年一月一日
國際財務報告準則二零一八至二零二零年的年度改進		二零二二年一月一日
國際財務報告準則第17號	保險合約	二零二三年一月一日
國際會計準則第1號(修訂)	將負債分類為流動或非流動	二零二三年一月一日

此等新訂及經修訂準則未獲本集團提早採納，且預計在現有或未來報告期間及未來可預見交易中未對本集團產生重大影響。

3 收入及分部資料

本公司執行董事確認為主要營運決策者，檢討本集團的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(包括常潤茶、常菁茶、纖纖茶和其他茶產品)以及銷售減肥及其他藥品確認為獨立可呈報分部，即茶產品分部以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，並抵減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。

收入

向主要營運決策者報告截至二零二零年及二零一九年十二月三十一日止年度的收入分部資料如下：

	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
茶產品分部		
— 常潤茶	191,889	176,541
— 常菁茶	198,946	185,764
— 纖纖茶	94,425	62,828
— 其他	145,076	50,429
	<u>630,336</u>	<u>475,562</u>
減肥及其他藥品分部		
— 減肥藥	607,313	324,508
— 其他藥品	55,062	12,090
	<u>662,375</u>	<u>336,598</u>
	<u>1,292,711</u>	<u>812,160</u>

截至二零二零年十二月三十一日止年度的分部業績如下：

	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	630,336	662,375	1,292,711
分部間收入	—	—	—
來自外部客戶的收入	630,336	662,375	1,292,711
於時點確認收入	630,336	662,375	1,292,711
銷售成本	(116,445)	(262,940)	(379,385)
毛利	513,891	399,435	913,326
銷售及市場營銷開支	(403,777)	(257,737)	(661,514)
研究及開發成本	(16,098)	(77,704)	(93,802)
分部業績	94,016	63,994	158,010
其他收入			26,718
行政開支			(134,420)
其他開支			(3,682)
其他虧損淨額			(12,864)
出售附屬公司收益			80,108
營運溢利			113,870
財務收入			2,758
財務成本			(6,306)
財務成本淨額			(3,548)
應佔使用權益法核算的投資溢利			4,736
除所得稅前溢利			115,058
所得稅抵免			15,801
年內溢利			130,859
其他分部資料：			
非流動資產減值	(8,595)	—	(8,595)
折舊	(29,494)	(16,587)	(46,081)
攤銷	(750)	(9,399)	(10,149)

截至二零一九年十二月三十一日止年度的分部業績如下：

	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	475,562	336,598	812,160
分部間收入	—	—	—
來自外部客戶的收入	<u>475,562</u>	<u>336,598</u>	<u>812,160</u>
於時點確認收入	<u>475,562</u>	<u>336,598</u>	<u>812,160</u>
銷售成本	<u>(110,556)</u>	<u>(117,152)</u>	<u>(227,708)</u>
毛利	365,006	219,446	584,452
銷售及市場營銷開支	(308,324)	(141,663)	(449,987)
研究及開發成本	<u>(6,337)</u>	<u>(41,026)</u>	<u>(47,363)</u>
分部業績	<u>50,345</u>	<u>36,757</u>	<u>87,102</u>
其他收入			12,642
行政開支			(107,770)
其他開支			(4,454)
其他虧損淨額			(1,443)
出售附屬公司收益			<u>222,276</u>
營運溢利			<u>208,353</u>
財務收入			3,309
財務成本			<u>(5,593)</u>
財務成本淨額			<u>(2,284)</u>
應佔使用權益法核算的投資虧損			<u>(12,862)</u>
除所得稅前溢利			193,207
所得稅開支			<u>(4,961)</u>
年內溢利			<u><u>188,246</u></u>
其他分部資料：			
非流動資產減值	(2,830)	—	(2,830)
折舊	(32,472)	(10,286)	(42,758)
攤銷	<u>(2,712)</u>	<u>(9,449)</u>	<u>(12,161)</u>

本集團非流動資產全部位於中國境內。

截至二零二零年十二月三十一日止年度，金額約為人民幣325,680,000元(二零一九年：206,222,000元)的收入來源於一外部客戶，佔本集團總收入25.2%(二零一九年：25.4%)，收入主要來自減肥及其他藥品分部。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。

4 出售附屬公司收益

	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
出售北京申惠碧源雲計算科技有限公司(「北京申惠碧源」) 所得收益(附註(a))	80,108	—
出售北京暢升商務諮詢有限公司(「北京暢升」)及北京碧生源物業 管理有限公司(「碧生源物業」)所得收益(附註(b))	—	225,571
出售北京碧生源食品飲料有限公司(「碧生源食品飲料」) 所得虧損(附註(c))	—	(3,295)
	<u>80,108</u>	<u>222,276</u>

- (a) 根據本集團間接全資附屬公司北京澳特舒爾保健品開發有限公司(簡稱「北京澳特舒爾」)與第三方公司(「買方」)於二零二零年八月十四日訂立的股權轉讓協議，北京澳特舒爾已同意將北京澳特舒爾的一間全資附屬公司北京申惠碧源的100%股權出售給買方，該交易總代價約為人民幣478.3百萬元。

處置已於二零二零年九月二十一日完成，此項處置的收益約為人民幣80.1百萬元。

出售北京申惠碧源詳情如下：

	二零二零年 人民幣千元
已收或應收代價：	
已收現金	456,062
應收代價	<u>22,280</u>
出售代價總額	478,342
出售日附屬公司淨資產的賬面值	(371,197)
交易費用	<u>(27,037)</u>
出售收益	<u>80,108</u>

- (b) 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%股權出售給第三方外部公司，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，實現出售收益約為人民幣225.6百萬元。
- (c) 北京澳特舒爾已將一間全資附屬公司碧生源食品飲料的100%股權出售給第三方外部公司，該交易總代價約為人民幣75.0百萬元，且第三方已替碧生源食品飲料向北京澳特舒爾償還人民幣50.0百萬元的債務。該處置已於二零一九年十一月十五日完成，產生出售虧損約為人民幣3.3百萬元。

5 所得稅(抵免)／開支

	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
當期所得稅：		
中國企業所得稅	20,261	5,100
遞延所得稅		
產生及撥回暫時差額	<u>(36,062)</u>	<u>(139)</u>
所得稅(抵免)／開支	<u>(15,801)</u>	<u>4,961</u>

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

本公司為香港稅務居民，並須繳納香港利得稅。

香港適用利得稅兩級製，首個二百萬港元的利潤所得稅徵收稅率為8.25%，其後的利潤按照16.5%徵稅。由於本集團於截至二零二零年及二零一九年十二月三十一日止年度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。

於二零二零年八月，北京澳特舒爾已就二零二零年至二零二二年三個年度取得高新技術企業(「高新技術企業」)資格，於批准期間內的適用所得稅稅率為15%(二零一九年：15%)。

於二零二零年十一月，本集團非全資附屬公司中山萬遠新藥研發有限公司已就二零二零年至二零二二年三個年度取得高新技術企業資格，於批准期間內的適用所得稅稅率為15%(二零一九年：15%)。

於二零一九年十二月，本集團非全資附屬公司中山萬漢製藥有限公司已就二零一九年至二零二一年三個年度取得高新技術企業資格，於批准期間內的適用所得稅稅率為15%。

本集團的所有其他中國附屬公司按法定企業所得稅稅率25%徵稅(二零一九年：25%)。

6 每股盈利

(a) 基本

每股基本盈利乃按照本公司擁有人應佔盈利除以本年度已發行普通股加權平均數(不包括本公司就其受限制股份獎勵計劃購入並持作庫存股份的普通股)計算。

	二零二零年	二零一九年
本公司擁有人應佔盈利(人民幣千元)	<u>45,479</u>	<u>162,348</u>
已發行普通股加權平均數(千股)	<u>1,595,199</u>	<u>1,595,005</u>
每股基本盈利(每股人民幣分)	<u><u>2.85</u></u>	<u><u>10.18</u></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獎勵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虧損的分母)。

於截至二零二零年及二零一九年十二月三十一日止年度，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十二月三十一日，概無未歸屬受限制股份將導致對本集團產生攤薄影響。因此，於截至二零二零年及二零一九年十二月三十一日止年度，每股攤薄盈利與每股基本盈利保持一致。

7 貿易應收款項

	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
貿易應收款項	66,099	140,182
減：呆賬備抵	<u>(456)</u>	<u>(509)</u>
	<u>65,643</u>	<u>139,673</u>

本集團給予其客戶30至90日的信貸期。以下為按向客戶交付相關貨品的日期(與其發票日期相若)的貿易應收款項及應收票據(扣除呆賬備抵後)賬齡分析：

	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
0-90日	62,760	137,321
91-180日	2,773	795
181-365日	92	1,075
超過365日	<u>18</u>	<u>482</u>
	<u>65,643</u>	<u>139,673</u>

8 應收票據

於二零二零年十二月三十一日和二零一九年十二月三十一日，應收票據餘額為人民幣9,119,000元和人民幣5,187,000元，均為到期日為六個月內的銀行承兌票據，屬於按公允值於其他全面收益列賬的金融資產。

9 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：

	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
0-90日	67,574	46,978
91-180日	10,956	2
超過180日	<u>28,618</u>	<u>2,125</u>
	<u>107,148</u>	<u>49,105</u>

10 股本

已發行及繳足普通股：

	普通股數目 (千股)	普通股面值 美元	普通股的 相等面值 人民幣千元
法定：			
每股面值0.00000833333美元的普通股			
於二零一九年一月一日、			
二零一九年十二月三十一日及			
二零二零年十二月三十一日	<u>6,000,000</u>	<u>50,000</u>	<u>341</u>
已發行及繳足：			
於二零一九年一月一日、			
二零一九年十二月三十一日及			
二零二零年十二月三十一日	<u>1,630,208</u>	<u>13,585</u>	<u>94</u>

11 股息

根據於二零二一年三月十二日的董事會決議，董事會已決議建議宣派及派發截至二零二零年十二月三十一日止年度末期股息每股3.75港仙，總額約為61,133,000港元，惟須經本公司股東於將於二零二一年五月二十五日舉行之應屆股東週年大會上批准方可作實。末期股息將於二零二一年六月十六日或該日前後派發予於二零二一年六月一日名列本公司股東名冊之股東。

於二零一九年八月二十三日，董事會宣佈派發每股股息0.11港元（折合人民幣約0.10元），合共派發股息179,323,000港元（折合人民幣163,408,000元）。

12 資產負債表日期後事項

- 於二零二一年二月一日，本集團全資附屬公司西藏千瑞萬福創業投資有限公司（「千瑞萬福」）訂立重整投資協議，據此，千瑞萬福同意以人民幣31.99百萬元的現金對價收購河南雪櫻花製藥有限公司100%股權。截至本公告日，該交易尚未完成。
- 於二零二一年二月二十六日，本集團全資附屬公司海南碧生源健康投資有限公司（「碧生源健康投資」）簽訂認購協議（「認購協議」），據此，碧生源健康投資同意向Vstar Investment Fund Limited Partnership（「該基金」）作出2.35百萬美元的資本承諾，該基金將投資於一家從事與感染有關的免疫治療和抗病毒及細菌感染診療藥物及疫苗方面的研發的新加坡公司。
- 於資產負債表日後，董事會擬宣派及派發截至二零二零年十二月三十一日止年度末期股息。詳情於附註11中披露。

羅兵咸永道會計師事務所之工作範疇

上文所載於本初步公告的截至二零二零年十二月三十一日止年度的本集團綜合全面收益表、綜合資產負債表及有關附註所列數字已經由本集團的核數師羅兵咸永道會計師事務所核對與本年度的本集團經審核綜合財務報表所載數字一致。羅兵咸永道會計師事務所就此執行的工作並不構成根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱聘用準則或香港核證聘用準則而進行之核證業務。因此，羅兵咸永道會計師事務所並無對初步公告發表任何保證。

業務回顧和展望

概述

二零二零年，面對新冠肺炎疫情（「**新冠疫情**」）全球大流行、國際政治格局深刻變化，中國政府持續統籌疫情防控和經濟社會發展工作，中國經濟在全球率先實現恢復性增長。從產業發展來看，據中商產業研究院發佈的《2020年中國保健品行業發展現狀及未來發展趨勢分析》顯示，人口增長、老齡化趨勢及人們健康意識的不斷增強將促使醫藥、保健品行業保持持續穩健的增長。此外，在快節奏和高強度的現代社會中，亞健康狀態人群擴大，保健食品受眾已逐步向年輕群體滲透，進而加強了保健食品的剛需屬性，保健食品市場的消費潛力將逐步得到釋放。同時，為促使市場有序發展，國家監管部門不斷加大監管力度。二零二零年四月，國家市場監督管理總局等七部委聯合印發了《保健食品行業專項清理整治行動方案（2020年-2021年）》，重點對保健食品市場存在的非法生產、違法宣傳營銷、欺詐誤導消費者等行為進行整治，力爭在二零二一年年底前有效淨化保健食品市場。法律法規的日臻完善及行業監管的日趨規範，有效抑制了行業內的惡性競爭，為規範運營的企業提供了更好更多的發展機會。

本集團成立二十年以來，立足消費者，按照行業要求把控每一款產品的品質，努力為消費者的健康保駕護航。同時，在過去的一年中，政策的變化、市場的變化、傳播環境的變化、銷售模式及國民健康消費觀念的升級，使得行業競爭越來越激烈。二零二零年，本集團繼續實施從產品營銷向品牌價值營銷的升級，持續以電商平臺為基礎開發多渠道的銷售模式，不斷調整本集團的研發體系及產品策略，持續豐富產品品類。同時，憑藉中山萬漢與中山萬遠在製藥領域的研發優勢，本集團在醫藥行業不斷研發及儲備新產品，逐步完善醫藥產品鏈佈局。在「一豎兩橫」產品戰略的基礎上，本集團積極調整業務運作模式和營銷策略，對產品進行精準功能定位及市場定位，為本集團未來的發展奠定了堅實的基礎。

本集團於二零二零年的收入為人民幣1,292.7百萬元，較二零一九年的收入人民幣812.2百萬元上升59.2%。毛利由二零一九年的人民幣584.5百萬元上升至二零二零年的人民幣913.3百萬元，上升56.3%。毛利率由二零一九年的72.0%下降至二零二零年的70.7%。另一方面，本集團二零二零年的營運開支總額（包括銷售及市場營銷開支、行政開支及研究及開發成本）為人民幣889.7百萬元，較二零一九年的人民幣605.1百萬元上升47.0%。於二零二零年，本集團錄得的全面收益總額為人民幣130.9百萬元，而於二零一九年的全面收益總額為人民幣188.2百萬元。

行業、市場及競爭

碧生源牌常潤茶及碧生源牌常菁茶在市場上與同類型產品相比具有絕對的競爭優勢。根據國家藥品監督管理局南方醫藥經濟研究所於二零二一年三月發表的全國零售藥房調查報告，按在零售藥房出售的包括保健品、藥品或其他類型產品的零售額計算，在減肥產品的市場板塊上，碧生源牌常菁茶連續十一年名列前茅，二零二零年的市場份額為22.38%，同比減少3.84個百分點。在潤腸通便產品的市場板塊上，碧生源牌常潤茶連續十三年名列前茅，二零二零年的市場份額為13.89%，同比減少0.96個百分點，位居市場第一。在減肥藥品的市場板塊上，二零二零年，根據阿里巴巴「生意參謀」的統計，在阿里系電商平台奧利司他板塊，碧生源牌奧利司他及來利牌奧利司他的市場份額合計37%，同比上升2.66個百分點，連續兩年位居第一。

業績回顧

二零二零年是本集團成立二十週年，亦是本公司股票上市的第一十一年。二零二零年，本集團全面打響品牌升級戰，在提升品牌曝光的同時，積極推動品牌社會化傳播及年輕化建設，擴大產品線範圍，加強研發投入及新品引進，推出涵蓋藥品、保健食品、醫療器械、普通食品等碧生源品牌產品。同時，本集團不斷優化業務運作模式和銷售策略，持續聚焦客戶服務體系的建設，擴大了客戶運營管理（「CRM」）中心的團隊規模，完善了會員管理模式並實現了產品精準推廣。二零二零年，本集團開啟了創新營銷模式，啟動了全員營銷及社群裂變項目，在銷售渠道上實現了從「傳統渠道」到「傳統渠道+互聯網營銷」的拓寬，在銷售產品線上實現了從「保健食品」到「保健食品+藥品+普通食品+醫療器械」的拓展，實現了從產品的生產商、服務的供應商到品牌價值創造者的成功轉型。

緊抓消費需求，持續豐富產品線，提升市場競爭力

人們對健康生活的嚮往，就是我們的奮鬥目標。二零二零年，本集團持續聚焦減肥與體重管理及潤腸通便與胃腸道健康序列產品，確保其銷售的快速增長並穩步提升其市場佔有率。同時，本集團積極挖掘消費者需求，進一步豐富產品線，陸續在電商平台推出碧生源牌酵素果凍、碧生源牌膳食纖維粉、碧生源牌白芸豆壓片糖果等新品，全方位滿足消費者的多樣化需求。同時，本集團通過對用戶數據的分析，以消費者「變美」訴求為出發點，推出健康美容系列產品。至此，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，「藥品+保健食品+普通食品+醫療器械」多個品類並行發展的格局。在緊抓消費需求的基礎上，創新求變，以具備持續打造爆款產品的能力。

借勢醫藥電商的多元化發展，豐富產品品類，助力電商業績增長

擴大藥品品類儲備，提升藥品銷售份額

本集團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，形成了業務與服務相結合的運營綜合體。二零二零年，本集團依託在電商運營方面的經驗與資源，加強了與天貓、京東、拼多多、唯品會等各大電商平台的合作力度與深度，根據各電商平台的特點，通過細分消費者需求，豐富產品品類及規格，匹配不同的營銷策略，進行差異化經營。本集團在保持奧利司他產品在各大電商平台的份額優勢的同時，借助成熟的藥品運營能力，不斷擴充藥品品類，在電商平台陸續上線了甲硝唑凝膠、潤腸膠囊、葉酸片等新品，提升了本集團的藥品銷售份額，同時拓展了電商各店鋪流量並擴大了品牌影響力。

攜手行業夥伴，積極佈局新零售業務與大藥房業務

二零二零年，本集團電商運營中心攜手行業夥伴成立了新零售站，並與藥師幫等O2O平台進行深度合作，在藥品新零售方面持續探索。此外，電商各站在天貓、京東、拼多多等平台開設了線上大藥房店舖，共同推進各電商平台大藥房業務的發展，在獲取更多客戶流量和提高產品曝光率的同時，保持本集團藥品電商業績持續增長。

緊隨用戶關注點，開啟短視頻及直播營銷

二零二零年，本集團進一步加強電商佈局，緊隨用戶關注熱點，加大在短視頻及直播營銷方面的投入力度，在原有藥品站、杭州站、北京站、廣州站的基礎上，陸續成立推廣組、設計組、售後組、直播組、抖快組、內容組等二級支持項目組，針對各平台站內直播進行系統化管理與資源互助，形成高效的業務協同運營模式。

擴大CRM運營中心團隊規模，聚焦私域服務，實現消費升級

二零二零年，本集團繼續擴大CRM運營團隊規模，分別在北京、廣州、西安、杭州及丹陽等地設立客服團隊，逐漸完善了從產品向服務的延伸，為本集團業績獲取新的增長引擎。CRM運營中心積極探索「私人訂製的銷售模式」，通過專業銷售團隊的服務及對消費者數據的分析，瞭解每個消費者的個體化需求，並推廣同類相關產品，為消費者的進一步留存、轉化、復購、忠誠和裂變打下了基礎。同時，CRM運營中心不斷升級並豐富私域營銷產品線，開發了燃卡女王品牌系列產品套裝，通過精細化運作積累了私域流量，實現了在服務基礎上的產品復購與消費升級。

探索線下渠道新模式，打造營銷新動力

優化線下銷售組織架構，不斷探索新營銷模式

二零二零年，本集團在原銷售組織架構的基礎上，調整了區域劃分及業務模式的佈局。銷售團隊由原三大戰區調整為六大戰區，並增設了全國重點客戶（「NKA」）部、社群營銷部、控銷事業部及新品部。NKA部負責全國大型連鎖客戶的精細化管理，針對不同連鎖的特性制定不同的銷售政策，打造樣板連鎖，極大地提升了零售終端的經營質量。新品部負責新產品統籌佈局與營銷規劃，與新興O2O和B2B平台夥伴合作，進一步整合了B端渠道與線下終端單店資源，同時將兩茶與新產品進行聯合績效激勵，激發了銷售團隊的戰鬥力。

本集團陸續在全國各大連鎖藥店及終端單店上架簡肥牌奧利司他、潤腸膠囊、金舒通、葉酸片、甲硝唑凝膠等新產品，重塑了線下渠道的產品格局。二零二零年，本集團成立控銷事業部，建立合夥人機制，開闢了全國控銷新模式，打造以減肥、慢病管理及健康美容為主的控銷產品體系。本集團在持續探索線下渠道新模式、打造營銷新動力的同時，不斷完善在醫藥行業的整體佈局。

加強產品價格及物流數據監管，確保市場健康穩定發展

二零二零年，本集團協同各級經／分銷商與合作夥伴，完成了線上線下產品價格的統一調整，加大了對銷售渠道產品價格的監管。通過採取專人監測線上線下產品價格、發現低價及時處理等一系列舉措，穩定了產品價格，提升了經／分銷商的信心，為市場健康穩定的發展保駕護航。同時，本集團加強了對經／分銷商數據直連的管理，利用本集團的物流編碼系統對已經進入經／分銷商倉庫的貨物進行監控。通過及時掌握經／分銷商的出庫、庫存、批號等數據，本集團有效避免了經／分銷商壓貨現象，並完善了防竄貨管理制度，大幅減少了竄貨現象，營造了良好的市場環境。

啟動社群營銷新模式，打造私域與線下交易閉環

二零二零年，在新冠疫情居家辦公期間，本集團迅速調整銷售策略，成立社群營銷項目組，推動全員營銷，利用微商城、社群、直播等工具獲客，並通過社群活動、產品種草、內容轉發等方式提升銷售轉化率與復購率。同時，利用分銷返利與團隊激勵等機制擴大分銷團隊規模，實現了線下銷售團隊從「渠道經銷」模式向「渠道經銷+個人終端分銷」模式的業務拓展，豐富了銷售團隊的營銷思路，打通了私域與線下的交易閉環，為線上線下業務的融合奠定了基礎。社群營銷項目開展以來，累計獲得60多萬消費者關注，產品復購率大幅度提升。同時，與消費者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。

保障新品上市質量，規範產品供應鏈管理

隨著本集團線上線下渠道產品線的不斷豐富，為了降低在新品開發及運營過程中的風險，二零二零年，產品運營中心加強了對線上線下產品供應鏈的管理，規範了產品立項、產品供應及產品運營各環節的制度與流程，並協同產品研發中心、公共關係中心、整合營銷中心、生產管理中心等部門，嚴格執行國家及地方相關法律法規，共同推動新品按時保質地進入市場，為銷售業務多元化發展提供前端支持與安全保障。

以綜藝影視劇為媒介，打通品牌場景化營銷路徑，推動品牌年輕化建設

特別贊助綜藝節目，持續推進品牌年輕化發展

為進一步增強碧生源品牌在市場的聲譽，提高消費者對品牌的認知度和關注度，二零二零年，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，從不同視角展現碧生源的產品特性及品牌理念，持續推進品牌年輕化建設。二零二零年在《青年榜-二零二零年中國大學生愛用的品牌》榜單評選中，本集團榮獲「品牌年輕化十大案例」獎項並榮登「大健康新零售品牌榜」。此外，本集團特別贊助全國首檔治癒系音樂旅行類節目《美好的時光》，節目多場景多維度的植入形式為品牌打造了實景化的營銷通路。

借助影視劇植入，用內容及場景化營銷為品牌助力

二零二零年，本集團在內容營銷方面持續發力，以影視劇植入為媒介，通過品牌功能場景化的傳播形式與消費者進行溝通。二零二零年植入的影視劇有4部，其中《精英律師》、《還沒愛夠》、《如果歲月可回頭》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，網絡劇《沉默不語的顧小姐》在騰訊視頻播出。借助影視劇植入的方式，本集團在提升碧生源品牌曝光的同時，用內容營銷及場景化營銷的形式為品牌賦能，持續推進品牌年輕化建設。

優化媒體策略，開啟戶外營銷新模式，加大高鐵媒體投放力度

二零二零年，本集團與全國戶外媒體攜手，開啟戶外營銷新模式，利用戶外媒體高到達率和視覺衝擊力強的特點，在碧生源成立二十週年之際，點亮北京、上海等全國200個城市上千塊戶外大屏，並根據不同的城市設計不同的廣告畫面，形成線上線下聯動營銷模式。同時，本集團加大對高鐵媒體廣告的投放力度，借助高鐵媒體高覆蓋率、區域強滲透且精準觸達高消費人群的優勢，在旅途中持續衝擊消費者眼球，達到品牌深層傳播的效果。

升級營銷策略，推動品牌社會化傳播，賦能全民健康新生態

借助電梯廣告資源，精準定位家庭消費群體

二零二零年，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，提高了碧生源品牌在消費者日常生活區域內的曝光量。同時，線下銷售團隊與社區附近的藥店進行深度合作，借助電梯廣告引流、線下提供服務的形式，成功地激活了老客戶，獲得了新客戶，實現了一體化的服務閉環。

創新營銷內容與方式，彰顯品牌營銷智慧

本集團始終注重營銷內容及方式的創新，通過充滿創意的品牌宣傳，不斷拓展品牌營銷思路，加深消費者對品牌的情感共鳴。憑藉對新冠疫情影響下公眾健康訴求的精準洞察，本集團以四大王牌產品為主題，打造了一場趣味品牌營銷活動——《深宮職場「碧」有一計》，包括「吸油計」(奧利司他膠囊 — 排油減脂)、「捉腰計」(碧生源牌常菁茶 — 減肥)、「美人計」(朝暮白酵母重組膠原蛋白敷料貼 — 肌膚修復)和「宮心計」(花草茶 — 多重養生)，並在第九屆社會化營銷論壇上獲「整合營銷類案例金獎」殊榮，受到職場人士和年輕消費群體的高度關注。

攜手馬拉松賽事，提升品牌健康形象

二零二零年，本集團特別贊助「重慶半程馬拉松」與「廈門環東半程馬拉松」兩場馬拉松賽事，向大眾傳遞「健康生活、環保運動」的理念，與對身材有較高要求的跑友人群進行精準溝通，品牌影響力和關注度不斷提高。未來，本集團將繼續深耕大健康領域，多維度傳遞碧生源品牌的健康理念，賦能全民健康新生態。

攜手學院獎，冠名《碧生源杯》公益廣告大賽

二零二零年，本集團冠名第18屆中國大學生廣告藝術節學院獎春季賽及秋季賽，舉辦了「碧生源杯」公益廣告大賽，覆蓋30多個省市，舉辦了60餘場線上+線下巡講，命題官方海報及策略單覆蓋全國2,500所院校。借助與學院獎的合作，通過讓大學生主動研究品牌及與其進行深度互動，本集團洞察了年輕人的消費心理，開創了校園營銷新生態，為碧生源品牌注入了無限青春活力。

自碧生源與學院獎合作以來，作品數量逐年增加，作品表現力逐年提升。本屆「碧生源杯」公益廣告徵集圍繞碧生源牌纖纖茶展開，以「纖纖之美悅國潮」、「SHOW TIME」為主題，面向全國高校的創意學子徵集平面廣告、影視廣告、短視頻、廣告文案、營銷策劃等8個類別的創意設計，共收獲18,424組22,874件優秀作品。首次加入學院獎話題的碧生源牌纖纖茶，借助學院獎平台搭建了產品與學子間的橋樑，建立起了品牌與年輕人的深度聯結。

堅持開放創新的研發理念，提升研發能力，加強研發合作

加強自身研發實力，拓展多品類產品開發

二零二零年，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和產品策略，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，同時拓展新的產品品類和市場。

為進一步促進協同創新合作，持續提高產品研發能力，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。二零二零年，本集團積極開展知識產權佈局工作，獲得多項國家發明專利授權。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，向醫藥及普通食品拓展的多品類產品結構和佈局。

借助中山萬漢萬遠的研發優勢，完善醫藥產品鏈佈局

中山萬漢與中山萬遠均具有高新技術企業資質，中山萬漢通過了中山市首批創新標桿企業認定、廣東省及中山市工程技術中心認定，中山萬遠通過了廣東省新型研發機構認定。二零二零年，中山萬漢與中山萬遠重點佈局內分泌代謝藥物、眼科藥物和抗病毒藥物領域的研發工作。中山萬漢的左氧氟沙星滴眼液和玻璃酸鈉滴眼液分別於二零二零年四月和六月獲批生產，同時，中山萬漢完成了磷酸奧司他韋膠囊和干混懸劑的藥學研究，奧利司他通過了國家食品藥品審核查驗中心的註冊生產現場檢查和廣東省藥監局組織的符合性現場檢查。此外，中山萬漢與中山萬遠高度重視知識產權工作，均通過了知識產權管理體系認證，並針對奧利司他、伏硫西汀和滴眼液等藥品形成了較完整的專利佈局。

推動銷售運營平台數字化轉型，提升業務數字化運營能力

二零二零年，本集團全面升級了銷售運營平台，在藥品管理上啟動運行海典供應鏈系統，以保障快速的物流配送通道和良好的客戶體驗，同時啟動WMS倉儲系統配套建設，進一步優化了智能化的倉儲物流配送系統，提升了電商供應鏈管理水平。同時，本集團建立了線上線下業務的全數據倉庫，為本集團數字化轉型打下了基礎。此外，電商CRM中台的成功實施為電商運營及服務提供了統一的管理平台，實現了供應、銷售、庫存、物流、財務等各業務板塊的數字化重構，驅動了全業務全渠道可視化運營，提升了本集團業務的數字化運營及管理能力。

社會公益

本集團一直懷抱感恩之心反哺社會，積極履行社會責任，與北京市慈善協會成立「碧生源慈善專項基金」，用於開展包括社會救助活動、為困難群眾提供服務等在內的慈善公益。優化了企業參與公益慈善的路徑，為本集團致力的公益慈善事業創造了一個切實而高效的平台。

二零二零年，為了在生態建設公益事業上貢獻力量，本集團與「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。同時，本集團與北京市發展僑務事業基金會合作，捐贈善款用於新疆墨玉縣布達夏合勒克村和庫勒艾日克村的扶貧項目建設，並在葡萄口村精準脫貧項目中參與校舍及飲水設施建設。在新冠疫情期間，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、湖南省定點醫院捐贈物資60餘萬件，參與公益捐贈項目9個，累計對外捐贈公益善款人民幣近百萬元。

榮獲殊榮

獲得社會責任傑出企業獎

二零二零年一月，在二零二零年中國企業社會責任雲峰會上，本集團榮獲「二零二零年中國企業社會責任傑出企業獎」。本集團自成立以來，積極履行社會責任，在行業中堅持產品質量和企業誠信，宣傳健康理念，並不斷地求新、突破，把誠信和回報社會作為企業的核心經營理念。本集團始終堅持「小公益大傳播」，通過促進扶貧工作、提供兒童福利，把公益傳播出去，號召更多的人參與進來。

展望

宏觀經濟

國家統計局發佈的經濟運行數據顯示，二零二零年，面對新冠疫情衝擊和國內外複雜嚴峻形勢的雙重壓力，國家國民經濟持續穩定恢復，中國成為世界上唯一在二零二零年實現經濟正增長的主要經濟體。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年–2030年）》及《「健康中國2030」規劃綱要》等文件，大健康產業將作為促進經濟結構轉型升級、推進供給側結構性改革的著力點及新的經濟增長點。隨著居民收入水平不斷提高，消費結構升級不斷加快，人口老齡化加劇及人們對生活質量要求的日益提高，保健食品剛需屬性逐漸加強，大健康產業迎來了前所未有的機遇和廣闊的發展前景。同國外發達市場相比，中國保健食品整體市場規模仍然較小，與此同時，消費群體的擴大以及消費能力的提升，都將使得保健食品市場的消費潛力逐步得到釋放，行業迎來發展藍海。

強化電商業務能力，積極佈局新業態，加大私域流量的培育力度

本集團將持續以電商平臺作為銷售的發力點，緊跟行業發展趨勢，加強與各大電商平台及行業夥伴的合作力度，持續探索新零售業務與大藥房業務，推動電商平台業態升級。未來，本集團將繼續加碼私域流量運營，完善從產品向服務的延伸，推進精細化、個性化會員服務系統的建設，打造引流、營銷、服務的業務閉環。

加強研發實力，優化產品結構，提升品牌市場競爭力

本集團將繼續聚焦「一豎兩橫」的產品戰略，在深耕減肥與體重管理及潤腸通便與胃腸道健康兩大領域的同時，不斷推出新品以匹配用戶的實際需求和消費習慣，拓展草本保健功能食品，積極佈局健康美容新領域，使產品體系更加立體化。同時，借助北京及中山地區的研發優勢及產品儲備，不斷豐富藥品品類，完善本集團於藥品、保健食品、醫療器械及普通食品的全產業鏈佈局。

聚焦創新營銷策略，持續推動品牌社會化傳播及年輕化建設

本集團將在品牌營銷方面持續發力，通過升級營銷策略及優化媒體傳播方案等方式，輸出更為年輕化的品牌調性，打造獨屬的品牌年輕化道路。此外，本集團將積極探索適合自己的營銷模式，借助社會化營銷方式的高效傳播特性，精準匹配目標消費人群在產品和心理上的需求，使其通過良好的視覺感受與內容理解，加深與品牌的情感聯結，持續推動品牌社會化傳播進程。

關注醫藥大消費及創新醫療產品領域，積極探索投資機會

在投資方面，本集團將重點探索醫藥消費及創新醫療產品兩個領域，關注消費類的醫藥新產品及投資新劑型工藝的醫藥項目，通過加強參與實體運營醫藥類及消費投向類基金，實現在醫藥消費領域的戰略投資。在創新醫療產品方面，本集團將借助豐富的產業投資經驗及資源，擬通過參與或設立項目基金的形式，投資具有創新潛力的新醫療產品項目，並借助基金的投資形式來提高資金的利用效率、降低投資管理風險，同時借助行業專家的視角、經驗和資源來更敏銳地把握項目投資機會。

財務回顧

下表載列本集團於截至十二月三十一日所示年度的經營業績：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
收入	1,292,711	812,160
銷售成本	(379,385)	(227,708)
毛利	913,326	584,452
其他收入	26,718	12,642
銷售及市場營銷開支	(661,514)	(449,987)
行政開支	(134,420)	(107,770)
研究及開發成本	(93,802)	(47,363)
其他開支	(3,682)	(4,454)
其他虧損淨額	(12,864)	(1,443)
出售附屬公司收益	80,108	222,276
營運溢利	113,870	208,353
財務收入	2,758	3,309
財務成本	(6,306)	(5,593)
財務成本淨額	(3,548)	(2,284)
應佔使用權益法核算的投資溢利／(虧損)	4,736	(12,862)
除所得稅前溢利	115,058	193,207
所得稅抵免／(開支)	15,801	(4,961)
年內溢利	130,859	188,246
以下各方應佔溢利：		
— 本公司擁有人	45,479	162,348
— 非控股權益	85,380	25,898
年內全面收益總額	130,859	188,246
以下各方應佔全面收益總額：		
— 本公司擁有人	45,479	162,348
— 非控股權益	85,380	25,898
年內全面收益總額	130,859	188,246

收入

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二零年		二零一九年	
	估收入的 人民幣千元	估收入的 百分比	估收入的 人民幣千元	估收入的 百分比
收入：				
碧生源牌常潤茶	191,889	14.8%	176,541	21.7%
碧生源牌常菁茶	198,946	15.4%	185,764	22.9%
碧生源牌纖纖茶	94,425	7.3%	62,828	7.7%
減肥藥品	607,313	47.0%	324,508	40.0%
其他產品及藥品	200,138	15.5%	62,519	7.7%
總計	<u>1,292,711</u>	<u>100.0%</u>	<u>812,160</u>	<u>100.0%</u>

本集團二零一九年收入為人民幣812.2百萬元，二零二零年收入上升59.2%至人民幣1,292.7百萬元，該等上升主要得益於產品的多元化，以及電商渠道的深耕及其他銷售渠道的擴展帶來的各類產品的銷量增加。

其中，增長尤其明顯的是減肥藥品及其他產品及藥品兩個分部。二零一九年減肥藥品的收入為人民幣324.5百萬元，二零二零年收入上升87.1%至人民幣607.3百萬元。二零一九年其他產品及藥品的收入為人民幣62.5百萬元，二零二零年收入則上升220.2%至人民幣200.1百萬元。

減肥藥品和其他產品及藥品的收入佔比分別從二零一九年的40.0%和7.7%提升到二零二零年的47.0%和15.5%。碧生源牌常潤茶和碧生源牌常菁茶的銷售收入佔比分別從二零一九年的21.7%和22.9%下降至二零二零年的14.8%和15.4%。

銷售成本、毛利及毛利率

	截至十二月三十一日止年度	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
銷售成本	379,385	227,708
毛利	913,326	584,452
毛利率	70.7%	72.0%

本集團的銷售成本由二零一九年的人民幣227.7百萬元上升66.6%至二零二零年的人民幣379.4百萬元，主要是收入增加導致成本增加所致。

本集團的毛利率從二零一九年的72.0%下降到二零二零年的70.7%，主要是產品多元化導致的高毛利的碧生源牌常潤茶及碧生源牌常菁茶佔整體銷售收入的比例下降所致。

其他收入

本集團二零二零年的其他收入為人民幣26.7百萬元，主要包括中國政府為支持本集團經營業務而提供的政府補貼人民幣18.2百萬元(二零一九年：人民幣6.5百萬元)，利息收入人民幣3.6百萬元(二零一九年：人民幣2.0百萬元)。

銷售及市場營銷開支

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二零年		二零一九年	
	人民幣千元	估收入的 百分比	人民幣千元	估收入的 百分比
廣告開支	115,473	8.9%	116,372	14.3%
市場營銷及促銷開支	352,010	27.2%	169,853	20.9%
僱員福利開支	142,968	11.1%	114,059	14.1%
其他	51,063	4.0%	49,703	6.1%
總計	661,514	51.2%	449,987	55.4%

本集團的銷售及市場營銷開支由二零一九年的人民幣450.0百萬元上升至二零二零年的人民幣661.5百萬元。

二零二零年廣告開支較二零一九年同期減少人民幣0.9百萬元，基本與上年持平。

二零二零年市場營銷及促銷開支較二零一九年同期增加人民幣182.2百萬元，主要是電商平台營銷推廣費用增加所致。

二零二零年僱員福利開支較二零一九年同期增加人民幣28.9百萬元，主要是二零二零年收入上升，銷售人員人數增加且績效工資增加所致。

行政開支

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二零年		二零一九年	
	估收入的	估收入的	估收入的	估收入的
	百分比	百分比	百分比	百分比
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
僱員福利開支	43,921	3.4%	42,679	5.3%
辦公室開支	8,038	0.6%	7,157	0.9%
專業服務費	49,041	3.8%	25,642	3.1%
招待及差旅費	5,996	0.5%	7,816	1.0%
其他	27,424	2.1%	24,476	3.0%
總計	<u>134,420</u>	<u>10.4%</u>	<u>107,770</u>	<u>13.3%</u>

本集團行政開支由二零一九年的人民幣107.8百萬元上升24.7%至二零二零年的人民幣134.4百萬元，主要是本集團專業服務費增加所致。

研究及開發成本

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二零年		二零一九年	
	估收入的	估收入的	估收入的	估收入的
	百分比	百分比	百分比	百分比
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
研究及開發成本	<u>93,802</u>	<u>7.3%</u>	<u>47,363</u>	<u>5.8%</u>

本集團的研究及開發成本由二零一九年的人民幣47.4百萬元上升97.9%至二零二零年的人民幣93.8百萬元，主要是藥品部分加大了自主研發力度及增加了委外研發所致。

其他虧損淨額

截至十二月三十一日止年度
二零二零年 二零一九年
人民幣千元 人民幣千元

其他虧損淨額	<u>12,864</u>	<u>1,443</u>
--------	---------------	--------------

本集團的其他虧損淨額由二零一九年的人民幣1.4百萬元上升至二零二零年的人民幣12.9百萬元，主要是使用權資產減值和部分閒置無形資產減值導致。

出售附屬公司收益

二零二零年出售附屬公司收益為人民幣80.1百萬元，為出售北京申惠碧源雲計算科技有限公司（「北京申惠碧源」）所得，有關詳情請見以下「重大收購或出售事項」章節（二零一九年：出售附屬公司收益為人民幣222.3百萬元，其中出售北京暢升商務諮詢有限公司（「北京暢升」）與其全資附屬公司北京碧生源物業管理有限公司（現已更名為北京暢升物業管理有限公司）（「碧生源物業公司」）100%股權的收益為人民幣225.6百萬元；出售北京碧生源食品飲料有限公司100%股權的投資虧損為人民幣3.3百萬元）。

稅項

本集團二零二零年所得稅抵免為人民幣15.8百萬元，二零一九年所得稅開支為人民幣5.0百萬元，主要是確認本集團以前年度未確認可抵扣虧損及暫時性差異的增加，以及本集團若干附屬公司適用所得稅優惠導致。

本集團的年度全面收益總額

綜合上述因素，二零二零年度的全面收益總額為人民幣130.9百萬元（二零一九年：全面收益總額為人民幣188.2百萬元）。

流動資金及資本來源

於二零二零年度，本集團營運所需資金及資本開支主要來源於營運活動產生的現金流量及出售附屬公司及銀行借款所得款項。

現金流量

下表概述截至十二月三十一日止的所示年度本集團的現金流量淨額：

	截至十二月三十一日止年度	
	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	75,147	(42,921)
投資活動現金流入淨額	170,851	481,399
融資活動現金流入／(流出) 淨額	43,138	(228,946)
	<u>289,136</u>	<u>209,532</u>
外匯匯率變動對現金及現金等價物之影響	<u>(16,117)</u>	<u>(488)</u>
現金及現金等價物淨增加額	<u>273,019</u>	<u>209,044</u>

二零二零年，本集團的經營活動現金流入淨額為人民幣75.1百萬元(二零一九年：流出淨額為人民幣42.9百萬元)，主要是年內的營運溢利收到現金所致。二零二零年，本集團投資活動現金流入淨額為人民幣170.9百萬元，主要是出售北京申惠碧源100%股權收到的淨現金所致(二零一九年：流入淨額人民幣481.4百萬元，主要是出售北京暢升與其全資附屬公司碧生源物業公司100%股權收到現金所致)。二零二零年，本集團融資活動現金流入淨額為人民幣43.1百萬元，主要是借款收到現金所致(二零一九年：融資活動現金流出淨額為人民幣228.9百萬元，主要是派發股息及償還借款所致)。

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已抵押銀行存款，截至二零二零年十二月三十一日為人民幣720.9百萬元，相比二零一九年十二月三十一日的人民幣308.8百萬元上升了133.5%。同時，截至二零二零年十二月三十一日，本集團的銀行借款為人民幣159.8百萬元，其中固定利率的銀行借款為人民幣88.3百萬元(於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

二零二零年，本集團的資本開支現金支出為人民幣173.7百萬元(二零一九年度：人民幣118.3百萬元)。下表載列截至十二月三十一日止所示年度本集團已支付的資本開支：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
物業、廠房及設備	123,443	45,880
投資物業	1,376	57,870
分類持有待售的資產	47,541	14,204
無形資產	1,359	338
	<u>173,719</u>	<u>118,292</u>
總計	<u>173,719</u>	<u>118,292</u>

投資物業

下表載列於所示日期投資物業的詳情：

	於十二月三十一日	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
投資物業	<u>9,500</u>	<u>9,424</u>

本集團擁有位於上海市普陀區中山北路3000號，郵編200061的長城大廈的若干物業。本集團持有上述物業以作出租之目的，因此將其分類為投資物業。截至二零二零年十二月三十一日，投資物業賬面值為人民幣9.5百萬元(二零一九年：人民幣9.4百萬元)。

使用權益法核算的投資

於十二月三十一日
二零二零年 二零一九年
人民幣千元 人民幣千元

使用權益法核算的投資	<u>55,890</u>	<u>79,276</u>
------------	---------------	---------------

於二零二零年十二月三十一日，本集團使用權益法核算的投資資產主要為寧波源遠流長投資管理有限公司及寧波源遠流長投資中心(有限合夥)。

存貨

本集團的存貨包括原材料及包裝材料、在製品(半成品)及成品。下表載列本集團於所示日期的存貨分析：

於十二月三十一日
二零二零年 二零一九年
人民幣千元 人民幣千元

原材料及包裝材料	48,351	15,550
在製品	5,052	2,443
成品	<u>85,991</u>	<u>42,191</u>
存貨總額	<u>139,394</u>	<u>60,184</u>

於二零二零年，本集團的存貨周轉天數(以期初及期末的存貨結餘平均數除以期間的銷售成本，乘以年內的天數計算)為96天(二零一九年：73天)。

外匯匯率風險

本集團絕大部分營業收入、銷售成本和費用等均以人民幣計值。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。

截至二零二零年十二月三十一日止年度，本集團購買外匯遠期合約淨利潤為人民幣11.5百萬元(二零一九年：無)。

重大收購或出售事項

二零二零年八月十四日，北京澳特舒爾保健品開發有限公司（「北京澳特舒爾」）及正嘉有限公司（「正嘉」）及本公司及碧生源（香港）有限公司（作為擔保方）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100%股權。該等出售的最終代價為人民幣478.3百萬元，全部將由正嘉以現金支付。於完成後，北京申惠碧源不再為本公司之附屬公司。該股權轉讓協議及其項下擬進行之交易已由本公司股東於二零二零年九月十五日召開的股東特別大會上批准，且上述交易已於二零二零年九月二十一日完成交割。有關詳情，請參閱日期為二零二零年八月十四日及二零二零年九月十五日的本公司公告，以及日期為二零二零年八月二十八日的本公司通函。

除上述披露外，本集團於二零二零年概無有關附屬公司、聯營公司及合營公司的其他重大收購及出售事項。

資產抵押

截至二零二零年十二月三十一日，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104.9百萬元的樓宇及賬面淨值總計為人民幣42.5百萬元的土地使用權，共獲得銀行借款人民幣140.5百萬元（二零一九年：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十二月三十一日之資產負債率（總負債除以總資產的百分比）為34.7%（二零一九年：35.3%）。

或然負債及擔保

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

資本性承諾

截至二零二零年十二月三十一日，本集團資本性承諾為人民幣52.4百萬元（二零一九年：人民幣117.0百萬元）。

遵守法律法規

本集團的業務須遵守多項法律法規規定，主要包括《中華人民共和國食品安全法》、《中華人民共和國藥品管理法》、《中華人民共和國藥品管理法實施條例》、《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》以及根據或有關該等法律法規頒布的其他適用法規、政策和規範性法律文件。本集團現行的產品生產質量安全控制制度完善，控制設計及執行有效，並通過了ISO9001、ISO22000及HACCP等質量管理體系的認證，多方位、深層次確保產品的質量安全。若關於主營業務的適用法律、法規和規範性法律文件有任何變動，本集團均會及時通知相關員工及相關運營團隊。此外，本集團通過內部監控及審批程序、培訓及監督不同業務部門等多項措施確保遵守該等規定。

於本年度，據本公司董事所知，並無不遵守任何相關法律及法規而對本集團有重大影響。

與僱員、供貨商及客戶之關係

本集團致力於保持長期的可持續發展，為僱員和客戶持續創造價值，並與供貨商維持良好關係。本集團深明僱員為寶貴資產，僱員價值的實現與提升，會有助於本集團整體目標的實現。於截至二零二零年十二月三十一日止年度，本集團為僱員提供豐富的社保福利，在激發僱員工作積極性的同時亦加強了僱員的歸屬感。本集團亦明白與供貨商及客戶維持良好關係，對本集團之整體發展十分重要。本集團十分重視對供貨商的選擇，鼓勵公平及公開競爭，本著互信原則與優質供貨商建立長遠的合作關係。為維持本集團品牌及產品之競爭力，本集團秉承誠實守信之原則，致力向客戶提供一貫之優質產品，為客戶營造一個可信賴的服務環境。於截至二零二零年十二月三十一日止年度，本集團與其供貨商及／或客戶之間概無重要及重大之糾紛。

人力資源管理

本集團將高質素僱員視為最重要的資源。於二零二零年十二月三十一日，本集團在中國大陸及香港有1,437名僱員(二零一九年：1,187名僱員)。截至二零二零年十二月三十一日止年度，本集團的員工成本(包括董事薪酬)為人民幣226.9百萬元(二零一九年：人民幣191.7百萬元)。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。於年內，董事和部分高中級管理人員根據本公司分別於二零二零年四月三十日及二零二零年九月八日採納的首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃享有購股權。本公司亦採用一項受限制股份獎勵計劃，以授予合資格僱員限制性股份。本公司通過(但不限於)以上方式激勵員工，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。

本集團重視並致力於投入員工的持續教育和培訓，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。

末期股息

考慮到本集團年度業績表現，其中包括出售附屬公司之收益，董事會已決議建議宣派及派發截至二零二零年十二月三十一日止年度末期股息每股3.75港仙，總額約為61,133,000港元，惟須經本公司股東於將於二零二一年五月二十五日舉行之應屆股東週年大會(「股東週年大會」)上批准方可作實。末期股息將於二零二一年六月十六日或該日前後派發予於二零二一年六月一日名列本公司股東名冊之股東。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將由二零二一年五月二十日起至二零二一年五月二十五日止(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續。於該期間內，概不辦理本公司股份(「股份」)之過戶登記。確定出席將於二零二一年五月二十五日舉行之股東週年大會之資格之記錄日期將為二零二一年五月二十五日。為符合資格出席股東週年大會，所有填妥之過戶表格連同有關股票不得遲於二零二一年五月十八日下午四時三十分送抵本公司之香港證券登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖，以進行登記。

本公司將於二零二一年六月一日暫停辦理股份過戶登記手續。於該日，概不辦理股份之過戶登記。確定收取末期股息之資格之記錄日期將為二零二一年六月一日。為符合資格收取末期股息，所有填妥之過戶表格連同有關股票不得遲於二零二一年五月三十一日下午四時三十分送抵本公司之香港證券登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖。

企業管治

本公司承諾恪守高水平之企業管治，以保障股東權益及提升企業價值和問責性。

截至二零二零年十二月三十一日止年度，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(「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，並遵守其守則條文，惟企業管治守則守則條文第A.2.1條則除外。

董事致力維持本公司的企業管治，以確保已制訂正式及透明程序，保障及盡量提升股東利益。

企業管治守則下之守則條文第A.2.1條

根據企業管治守則守則條文第A.2.1條，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。趙一弘先生現同時兼任董事長及首席執行官角色。趙先生為本集團共同創辦人，擁有31年的中國食品飲料行業經驗。董事會相信，將兩個角色歸屬於同一人，在當前和可預見的未來可為本公司提供有力而貫徹一致之領導，便於本集團業務策略之實施及執行。然而，本集團將按當時情況不時檢討其架構。

董事證券交易

本公司已採納上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「**標準守則**」）作為其本身的董事買賣證券守則。經向全體董事作出特定查詢後，全體董事確認於截至二零二零年十二月三十一日止年度已遵守標準守則所載的規定標準。

由於指定員工（包括高級管理人員）可能會不時知悉內幕消息，故本公司已將標準守則的涵蓋範圍進一步擴展至該等員工。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至二零二零年十二月三十一日止年度，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。

審核委員會及年度業績審閱

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（具備合適專業資格的董事，並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十二月三十一日止年度之綜合財務報表及本年度業績公告，審閱本集團所採納之會計準則及慣例，以及討論審核、內部控制及財務報告事宜。

期後事項

期後事項有關詳情請參閱本公告第15頁年度業績公告附註12之「資產負債表日期後事項」。

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十二月三十一日止年度的年報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，二零二一年三月十二日

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。