



## 碧生源控股有限公司

### 2014年中期業績

**轉虧為盈 產品獲權威醫學認證  
整合銷售發力 收益激增 24.7%**

#### 2014年中期業績摘要：

- 上半年的收益為人民幣 314.0 百萬元，增幅 24.7%。
- 毛利由在 2013 年上半年的人民幣 216.8 百萬元上升 24.6%至 2014 年同期的人民幣 270.1 百萬元。
- 毛利率由 2013 年上半年的 86.1%輕微降低至 2014 年同期的 86.0%。
- 2014 年上半年錄得淨利潤人民幣 17.2 百萬元，2013 年同期則為淨虧損人民幣 4.6 百萬元。
- 董事會決議向於 2014 年 8 月 28 日名列本公司股東名冊的股東就截至 2014 年 6 月 30 日止六個月宣派中期股息每股 1.25 港仙。中期股息將於 2014 年 9 月 8 日派發。

(2014年8月11日—香港)中國功能保健茶的領先供應商碧生源控股有限公司(「碧生源」或「公司」；股份代號：926)董事會宣佈公司截至2014年6月30日止6個月(「報告期」)之未經審核綜合財務業績。

2014年上半年的收益為人民幣314.0百萬元，較2013年同期人民幣251.8百萬元上升24.7%。毛利由2013年上半年的人民幣216.8百萬元上升24.6%至2014年同期的人民幣270.1百萬元。毛利率由2013年上半年的86.1%輕微降低至2014年同期的86.0%。綜合以上原因，本集團於2014年上半年錄得淨利潤人民幣17.2百萬元，2013年同期則為淨虧損人民幣4.6百萬元。

繼2013年下半年，公司完成對傳統渠道銷售團隊的重組及銷售渠道的整合，將全國的銷售區域重新劃分為13個片區進行管理，傳統渠道銷售團隊於2014年上半年集體發力開拓市場並卓有成效。本集團的銷售網絡目前已全面涵蓋中國內地所有的省、自治區及直轄市。

在2014年上半年，為了穩定渠道和有效地管理公司產品價格體系，公司制定明確的經、分銷商指標。通過整合經、分銷商渠道，使得公司產品可以依照公司設計的渠道進行定向流動，進一步加強了對產品銷售渠道的管理與控制。2014年上半年，公司將不能滿足集團要求的經銷商調整為分銷商。並終止與未達標的分銷商合作。截至2014年6月30日止，集團經銷商數目從2013年底的148家降低至125家，分銷商數目從2013年底的630家減低至558家。經、分銷商的數量優化

不會對終端零售店的覆蓋和銷售量有負面影響。

本集團的銷售團隊在 2013 年下半年設立了運營管理部，並在 2014 年上半年逐步完善。較 2013 年，在銷售團隊人員精簡之下，2014 年上半年可服務的零售點數目仍保持在 12.5 萬家。

自 2014 年 1 月 1 日起，本集團更換了碧生源常潤茶和碧生源減肥茶的包裝。同時，碧生源減肥茶的零售價也提升了 32.9%，從而與常潤茶同價。2014 年上半年，碧生源常潤茶與碧生源減肥茶銷售量價齊升，對比 2013 年同期，常潤茶銷量從 81.7 百萬袋銷量上升 7.8% 到 88.1 百萬袋，常潤茶銷售收入從人民幣 117.7 百萬元上升 8.4% 到人民幣 127.5 百萬元；減肥茶銷量從 117.7 百萬袋的銷量上升 9.9% 到 129.3 百萬袋，減肥茶銷售收入從人民幣 130.8 百萬元上升 39.8% 到人民幣 182.9 百萬元，兩茶的量價齊升為公司 2014 年上半年的收入增長帶來了巨大貢獻。

電商渠道的銷售處於起步階段，仍有較大潛力可以發掘。為集團上半年收入總額貢獻 4.5% 的。下半年，本集團計劃將電商渠道的推銷重點放在積極維護老客戶和開發新客戶上。

2014 年 6 月，第五屆「中國國際健康與營養保健品展」召開，會上公佈碧生源常潤茶和碧生源減肥茶是具有有效性、安全性和適應性。碧生源常潤茶和碧生源減肥茶獲得保健食品循證醫學項目的驗證，再一次印證了集團的產品的品質。

展望 2014 年下半年，碧生源控股有限公司董事長、執行董事及首席執行官趙一弘表示：「我們欣喜有見上半年收益錄得顯著增長，這和我們一直強調的整合業務策略息息相關。2014 年下半年，公司將會延續上半年的業務策略，持續聚焦在現有的碧生源常潤茶和碧生源減肥茶的營銷工作，雖然下半年不是公司產品的熱銷季，但我們依然期待下半年各項收入對比去年同期會有一個平穩的增長，為公司帶來合理的利潤。公司亦會嚴格控制下半年的各項費用支出，通過線上線下聯動的媒體傳播形式，將上半年的廣告影響力進一步擴大，進一步深化集團的品牌影響力。」

— 完 —

#### **關於碧生源控股有限公司（股份代號：926）**

本集團乃中國功能保健茶的領先供應商，主要從事開發、生產、銷售及推廣功能保健茶業務。本集團產品乃使用專有配方以高品質中草藥及茶葉配製而成，為有輕度慢性或長期健康問題以及追求健康身心的人士提供有效、安全、實惠且便於使用的保健品。本集團絕大部份收益來自本集團兩項最暢銷產品的銷售，即碧生源常潤茶及碧生源減肥茶。於 2013 年，碧生源常潤茶和碧生源減肥茶的市場佔有率分別達到了 22.7% 和 38.2%，保持碧生源品牌於市場上的領導地位。

本新聞稿由皓天財經集團有限公司 代表碧生源控股有限公司發行。

傳媒垂詢：

毛雨 / 俞錦原 / 趙燕萍

電話：(852) 3970 2157/ 3970 2156/ 3970 2279

傳真：(852) 2815 1352

電郵：kevinmao@wsfg.hk / rebeccay@wsfg.hk / chloechiu@wsfg.hk