

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
截至二零一六年六月三十日止六個月

本集團的經營業績

本集團二零一六年上半年的收益為人民幣324.5百萬元，較二零一五年同期的收益人民幣347.9百萬元下跌6.7%。

本集團二零一六年上半年的毛利為人民幣274.1百萬元，較二零一五年同期的毛利人民幣301.5百萬元下跌9.1%。本集團二零一六年上半年的毛利率為84.5%，較二零一五年同期的毛利率86.7%減少2.2個百分點。

本集團二零一六年上半年運營開支(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277.9百萬元，較二零一五年同期的運營開支人民幣263.6百萬元增加5.4%。

本集團於二零一六年上半年錄得本公司擁有人淨溢利人民幣3.7百萬元，較二零一五年同期的本公司擁有人淨溢利人民幣39.3百萬元下跌90.6%。

二零一六年上半年之每股基本及攤薄溢利均為人民幣0.24分(二零一五年同期：每股基本及攤薄溢利均為人民幣2.57分)。

中期股息

董事會決議不宣派截至二零一六年六月三十日止六個月的任何中期股息。

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」)截至二零一六年六月三十日止六個月的未經審核綜合中期業績如下：

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 二零一六年 人民幣千元	二零一五年 人民幣千元
收益	4	324,540	347,883
銷售成本		(50,454)	(46,387)
毛利		274,086	301,496
其他收入		18,609	18,265
銷售及市場營銷開支		(234,057)	(208,505)
行政開支		(38,898)	(52,951)
研究及開發成本		(4,979)	(2,175)
其他開支		(5,236)	(6,907)
其他虧損淨額		(327)	(1,059)
應佔聯營公司虧損		(298)	—
除所得稅前溢利		8,900	48,164
所得稅開支	5	(10,618)	(8,363)
期內(虧損)/溢利		(1,718)	39,801
以下各方應佔(虧損)/溢利：			
— 本公司擁有人		3,682	39,292
— 非控股權益		(5,400)	509
		(1,718)	39,801
其他全面收益		—	—
期內全面(虧損)/收益總額		(1,718)	39,801
以下各方應佔全面(虧損)/收益總額：			
— 本公司擁有人		3,682	39,292
— 非控股權益		(5,400)	509
		(1,718)	39,801
本公司擁有人應佔每股盈利(人民幣分)			
— 每股基本盈利	6	0.24	2.57
— 每股攤薄盈利	6	0.24	2.57

中期簡明綜合資產負債表

		未經審核 二零一六年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一五年 十二月三十一日 人民幣千元
	附註		
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		382,715	389,052
土地使用權		368,858	377,100
投資物業		56,663	57,694
無形資產		8,934	9,608
非流動按金		6,902	6,755
按權益法核算的投資	8	55,382	—
遞延所得稅資產		33,274	38,723
		912,728	878,932
流動資產			
存貨		18,710	6,188
貿易應收款項及應收票據	9	33,272	17,404
按金、預付款項及其他應收款項		40,587	32,905
短期投資	10	30,000	—
受限銀行存款		14,472	—
初始存款期超過三個月的定期存款		—	50,000
現金及現金等價物		225,708	425,858
		362,749	532,355
資產總值		1,275,477	1,411,287
權益及負債			
本公司擁有人應佔權益			
股本		84	89
股份溢價		1,085,251	1,229,764
其他儲備		327,230	326,773
累計虧損		(313,169)	(316,851)
		1,099,396	1,239,775
非控股權益		560	5,960
權益總額		1,099,956	1,245,735

		未經審核 二零一六年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一五年 十二月三十一日 人民幣千元
負債			
非流動負債			
遞延政府補助		5,932	6,325
遞延所得稅負債		8,124	8,429
其他非流動負債		1,698	1,698
		<u>15,754</u>	<u>16,452</u>
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	11	24,360	7,577
其他應付款項及應計開支		128,773	135,110
當期所得稅負債		6,634	6,413
		<u>159,767</u>	<u>149,100</u>
負債總額		<u>175,521</u>	<u>165,552</u>
權益及負債總額		<u>1,275,477</u>	<u>1,411,287</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及銷售減肥藥。

本公司的第一上市地為香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）。

除另有說明者外，本中期簡明綜合財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列。

截至二零一六年六月三十日止六個月（「本期間」）的中期簡明綜合財務資料經已審閱但未經審核。

本未經審核中期簡明綜合財務資料於二零一六年八月十九日獲本公司董事會批准刊發。

2. 主要事項

- (i) 期內的營運摘要為投資於合營公司。進一步詳情載列於附註8(b)。
- (ii) 於截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團積極與中華人民共和國國家食品藥品監督管理總局（「食藥監總局」）就食藥監總局發出的關於進一步規範保健食品命名有關事項的公告（二零一五年第168號文）（「第168號通知」）及關於保健食品命名有關事項的公告（二零一六年第43號文）（統稱「該等通知」）的詳細實施指導意見溝通。根據該等通知，本集團主要產品減肥茶產品的現有註冊名稱應更改為另一個並不包括相關功能的任何描述在內的註冊名稱（「經修訂註冊名稱」）。

於二零一六年四月底，本集團首次提呈的減肥茶產品經修訂註冊名稱（「首次提呈」）並未獲食藥監總局批准。因此，本集團根據該等通知自二零一六年五月一日起暫停生產附帶現有註冊名稱的減肥茶，待經修訂註冊名稱一經食藥監總局批准後，即可恢復生產。本集團採取食藥監總局就該等通知闡釋的建議，於二零一六年七月七日已再次向食藥監總局提呈減肥茶產品經修訂註冊名稱，供其審批（「再次提呈」）。經參考食藥監總局頒佈監管保健食品註冊的現行規則及條文，管理層預期食藥監總局有望於二零一六年十一月批准再次提呈，而本集團的減肥茶產品生產將隨之恢復。

管理層認為，首次提呈於二零一六年四月未獲批准，且繼而導致本集團暫停生產減肥茶產品，為觸發重估本集團製造及銷售本集團保健茶現金產生單位（「茶產品現金產生單位」）生產廠房及設施（「主要營運資產」）可收回金額的事件。因此，管理層已進行減值評估，評估茶產品現金產生單位主要營運資產於二零一六年六月三十日的可收回金額。根據管理層於本期間進行的減值結果，本公司董事的總結為並無茶產品現金產生單位主要營運資產減值撥備須於二零一六年六月三十日予以確認。

3. 編製及呈列基準

截至二零一六年六月三十日止六個月的本中期簡明綜合財務資料乃按照國際會計準則第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截至二零一五年十二月三十一日止年度按照國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製的年度財務報表一併閱覽。

於二零一六年一月一日或之後開始的財政年度生效的國際財務報告準則修訂本及年度改進(二零一四年週期)對本集團並無任何重大影響。

本集團在此中期簡明綜合財務資料中並未提前應用已經頒佈及於截至二零一六年十二月三十一日止年度尚未生效的國際財務報告新準則及修訂本，但已開始評估對本集團的相關影響。本集團尚未確定該修訂會否對本集團重大會計政策及財務資料列報方式產生任何實質變化。

4. 收益及分部資料

本公司執行董事確認為主要營運決策者(「主要營運決策者」)，彼檢討本集團的內部報告以評估表現及分配資源。

截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團擁有兩個可呈報分部即茶產品分部及減肥藥分部，而截至二零一五年六月三十日止六個月的若干分部資料已作延展以依從本期間之呈列方式。

主要經營決策者根據可呈報分部的收益、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。主要經營決策者不會評估經營分部的資產及負債。

截至二零一六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	減肥藥分部 人民幣千元	總計 人民幣千元
總收益	252,040	72,500	324,540
分部間收益	—	—	—
來自外部客戶的收益	252,040	72,500	324,540
銷售成本	(35,532)	(14,922)	(50,454)
毛利	216,508	57,578	274,086
銷售及市場營銷開支	(164,745)	(69,312)	(234,057)
研究及開發成本	(4,979)	—	(4,979)
分部業績	46,784	(11,734)	35,050
其他收入			18,609
其他虧損淨額			(327)
行政開支			(38,898)
其他開支			(5,236)
應佔聯營公司虧損			(298)
除所得稅前溢利			8,900
所得稅開支			(10,618)
期內虧損			(1,718)
其他分部資料：			
折舊	17,654	18	17,672
攤銷	4,876	408	5,284

截至二零一五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	減肥藥分部 人民幣千元	總計 人民幣千元
總收益	327,327	20,556	347,883
分部間收益	—	—	—
來自外部客戶的收益	327,327	20,556	347,883
銷售成本	(42,685)	(3,702)	(46,387)
毛利	284,642	16,854	301,496
銷售及市場營銷開支	(194,174)	(14,331)	(208,505)
研究及開發成本	(2,175)	—	(2,175)
分部業績	88,293	2,523	90,816
其他收入			18,265
其他虧損淨額			(1,059)
行政開支			(52,951)
其他開支			(6,907)
除所得稅前溢利			48,164
所得稅開支			(8,363)
期內溢利			39,801
其他分部資料*：			
折舊	17,184	—	17,184
攤銷	5,419	3	5,422

* 其他分部資料已根據本集團截至二零一五年十二月三十一日止年度的年度財務報表附註41(b)所述的過往年度重新分類而作出調整。

5. 所得稅開支

	截至六月三十日止六個月	
	二零一六年 人民幣千元	二零一五年 人民幣千元
即期所得稅		
— 中國企業所得稅	6,634	8,158
— 以往年度中國企業所得稅超額撥備	(1,160)	(3,849)
	5,474	4,309
遞延所得稅開支	5,144	4,054
	10,618	8,363

截至二零一六年六月三十日止六個月的有效稅率約為119% (二零一五年：17%)。本期間之有效稅率較高乃主要由於不可扣減支出項目於本期間大幅增加所致。

6. 每股盈利

(a) 基本

每股基本盈利(「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(不包括本公司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	
	二零一六年	二零一五年
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	3,682	39,292
已發行普通股加權平均數	1,523,389,319	1,531,454,253
每股基本盈利(每股人民幣分)	<u>0.24</u>	<u>2.57</u>

(b) 攤薄

本公司所授出的購股權及所頒授的受限制股份對每股盈利具有潛在攤薄效應。每股攤薄盈利的計算方式為按轉換全部本公司所授出的購股權及所頒授股份所產生的具潛在攤薄效應普通股的假設調整已發行普通股加權平均數(共同組成計算每股攤薄盈利的分母)。於截至二零一六年及二零一五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。於二零一六年六月三十日，概無導致對本集團產生攤薄影響的未歸屬受限制股份(二零一五年：80,495股股份)。並無就盈利(分子)作出調整。

	截至六月三十日止六個月	
	二零一六年	二零一五年
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	3,682	39,292
已發行普通股加權平均數	1,523,389,319	1,531,454,253
受限制股份產生的攤薄相等股份	—	80,495
每股攤薄盈利(每股人民幣分)	<u>0.24</u>	<u>2.57</u>

7. 股息

(a) 本期間應佔股息

董事會已議決不會宣派截至二零一六年六月三十日止六個月的任何中期股息(二零一五年：每股1.25港仙(合共19,618,000港元，相當於約人民幣15,483,000元))。

(b) 於本期間批准及派付之上一個財政年度應佔股息

	截至六月三十日止六個月	
	二零一六年	二零一五年
	人民幣千元	人民幣千元
於本期間批准及派付之上一個財政年度之普通股末期股息 每股0.05港元(相當於約人民幣0.04元) (二零一五年：0.02港元(相當於約人民幣0.016元))	<u>64,378</u>	<u>24,180</u>
於本期間批准及派付之上一個財政年度之特別股息 每股0.05港元(相當於約人民幣0.04元)(二零一五年：無)	<u>63,591</u>	<u>—</u>

8. 使用權益法核算的投資

於中期簡明綜合資產負債表中確認的款項如下：

	於	
	二零一六年 六月三十日 人民幣千元	二零一五年 十二月三十一日 人民幣千元
聯營公司(a)	—	—
合營公司(b)	55,382	—
	<hr/>	<hr/>
	55,382	—
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

(a) 於聯營公司的投資

於二零一六年三月三十日，本集團已與雲南植物藥業有限公司（「雲植」）就於中國成立一間名為雲植碧生源醫藥銷售有限公司（「雲植碧生源」）的有限公司訂立投資協議。本集團於雲植碧生源持有49%股權，僅可對雲植碧生源行使重大影響力。

雲植碧生源的主要業務包括：銷售藥品、醫療設備、化妝品、預先包裝食品、乳製品、技術及貨物進出口，以及倉儲及貨運服務。

本集團已承諾根據投資協議向雲植碧生源注資人民幣24,500,000元，而於二零一六年六月三十日，本集團尚未向雲植碧生源注入任何資金。

(b) 於合營公司的投資

於二零一六年三月二十九日，本集團的一間全資附屬公司北京碧生源藥業有限公司（「碧生源藥業」）、柏極光先生（「共同合夥人」）與寧波源遠流長投資管理有限公司（「源遠流長基金管理公司」）已訂立有限合夥協議，據此，涉及各方同意於中國成立寧波源遠流長投資中心（有限合夥）（「源遠流長基金」）。源遠流長基金總承諾出資額為人民幣100,000,000元，由碧生源藥業、共同合夥人及源遠流長基金管理公司分別持有89%、10%及1%，而源遠流長基金管理公司乃由碧生源藥業及共同合夥人共同擁有。

源遠流長基金的主要業務為投資於保健業、TMT（技術、媒體及電訊）業及消費者業等的公司，以及投資於若干初期合夥公司。源遠流長基金的年期為5年，並於全部各方一致同意的情況下可予延長至不超過7年。

儘管本集團擁有源遠流長基金過半的股權及源遠流長基金管理公司的一半股權，根據投資協議，本集團與共同合夥人僅對源遠流長基金及源遠流長基金管理公司有共同控制權。因此，本集團已使用權益法核算源遠流長基金管理公司及源遠流長基金。

	源遠流長基金 管理公司 人民幣千元	源遠流長基金 人民幣千元	總計 人民幣千元
於二零一六年一月一日的結餘	—	—	—
注資	500	55,180	55,680
分佔期內虧損	(210)	(88)	(298)
於二零一六年六月三十日的結餘	<u>290</u>	<u>55,092</u>	<u>55,382</u>

9. 貿易應收款項及應收票據

	於	
	二零一六年 六月三十日 人民幣千元	二零一五年 十二月三十一日 人民幣千元
貿易應收款項	12,917	5,881
應收票據	<u>20,646</u>	<u>11,724</u>
	33,563	17,605
減：呆賬撥備	<u>(291)</u>	<u>(201)</u>
	<u>33,272</u>	<u>17,404</u>

本集團給予客戶20至180日的信貸期。以下為按向客戶交付相關貨品日期(與其發票日期相若)對貿易應收款項及應收票據(扣除呆賬撥備後)的賬齡分析：

	於	
	二零一六年 六月三十日 人民幣千元	二零一五年 十二月三十一日 人民幣千元
0至90日	29,282	10,865
91至180日	3,920	6,482
181至365日	64	29
超過365日	6	28
	<u>33,272</u>	<u>17,404</u>

10. 短期投資

於	
二零一六年	二零一五年
六月三十日	十二月三十一日
人民幣千元	人民幣千元

投資於理財產品

30,000

—

短期投資指本集團投資於由銀行發行之理財產品，乃分類為可供出售金融資產。該等理財產品之可變回報率與若干相關資產之表現掛鉤，並將於一年內到期。於二零一六年六月三十日，該等投資之賬面值與其公允值相若。

11. 貿易應付款項及應付票據

按發票日期呈列的貿易應付款項及應付票據的賬齡分析如下：

於	
二零一六年	二零一五年
六月三十日	十二月三十一日
人民幣千元	人民幣千元

0至90日

24,233

7,447

91至180日

127

130

181至365日

—

—

24,360

7,577

上述本集團未經審核中期簡明綜合全面收益表、未經審核中期簡明綜合資產負債表及其解釋附註1至11摘錄自截至二零一六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，該財務資料已經本公司核數師羅兵咸永道會計師事務所根據國際審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。

管理層討論及分析

業務回顧

碧生源減肥茶產品名稱的變更風險

中華人民共和國國家食品藥品監督管理總局(「食藥監總局」)二零一五年第168號文第三條規定：「自二零一六年五月一日起，不得生產名稱中含有表述產品功能相關文字的保健食品，此前已經生產的產品允許銷售至保質期結束」，由於碧生源減肥茶產品名稱含有表述產品功能的相關文字，因此，根據上述文件規定，本集團已於二零一六年五月一日起停止生產減肥茶，此前已生產的產品可銷售至保質期結束。同時，本集團已於二零一五年十二月三十日及之後陸續向食藥監總局遞交了「碧生源牌減肥茶」產品名稱變更的申請，但至今尚未獲得新名稱的批准。為順利做好更名銜接，本集團已啟動更換碧生源減肥茶產品名稱的系統工程，以確保重新命名、包裝設計、信息告知、市場對接等流程無縫對接，降低因更換產品名稱而導致的市場衝擊。由於減肥茶產品更改名稱對於兩茶銷售狀況帶來的影響，本集團已於二零一六年五月二十七日作出盈利警告，以提示股東及投資者潛在的風險。管理層預期食藥監總局有望於二零一六年十一月批准名稱變更的申請，而本集團的減肥茶產品將隨之恢復生產。本集團亦會持續跟進碧生源減肥茶更名事項的進展，並會及時將重要進展信息公開予投資者知曉。

展開「碧生源攜手終端戰略合作會」，貼近客戶，調動終端營銷推力

為了能夠與終端藥房建立並維護良好的合作關係、維護良性的市場，二零一六年上半年，全國各銷售大區組織連鎖藥店及地方單體藥店的店員、店長、店老闆、營業員、開票員、送貨員、採購經理等，舉辦數百場「碧生源攜手連鎖戰略合作會」。以戰略合作會為平台，本集團展開與終端藥店互動活動，推送碧生源企業文化、產品知識、銷售技巧、品牌推廣、資源匹配等內容，調動了終端藥店銷售碧生源產品的積極性，使得碧生源產品在這些區域的終端藥店銷售增長迅速，在整體保健品市場需求放緩的情況下，為碧生源產品創造了提升銷售業績的機會。截止二零一六年六月底，本集團共在全國舉辦400餘場戰略合作會，鞏固了兩茶與來利奧利司他在渠道及終端的品牌形象，受到各地連鎖藥店及單體藥店的一致歡迎，為集團產品在終端的推廣打下堅實基礎。

採用組合拳廣告表現，發揮品牌廣告效果

對於二零一六年的廣告投放策略，本集團採取兩個基本原則，即產品功能訴求廣告和精準投放。同時考慮到消費者對碧生源常潤茶的穩定需求，以及碧生源減肥茶處於更名過程的因素，二零一六年上半年兩茶媒體投放，以碧生源常潤茶為主，同時擴大與提升碧生源品牌聲量。

碧生源常潤茶廣告

依據消費者訪談結果顯示，消費者對碧生源常潤茶以往的廣告語「清宿便、降火氣、潤腸道」及「快給你的腸子洗洗澡吧！」記憶猶新。今年本集團繼續使用相同訴求，只改變廣告創意表現，達到喚醒過往消費者、提示新消費者、維護忠實消費者，以獲取既得廣告紅利的目的。本集團在二零一六年上半年冠名北京衛視《我是大醫生》科普醫學欄目，以貼近理性中高端收視人群，該節目在全國省市網播出的最高收視率達到1.2%，連續在全國同檔期時段欄目收視排名第一，創造了極佳的廣告效果，以此持續深耕重複購買的消費者。碧生源常潤茶廣告結合了衛視全國覆蓋、定點地方電視台投放及聚焦公交視頻的投放方式，形成了立體交叉式的廣覆蓋與深溝通的精準投放傳播模式。

碧生源減肥茶廣告

本集團針對現在年輕女性族群對健康的偏好，碧生源減肥茶廣告以草本為利益點，宣傳配合合理的飲食、健康的運動，引領健康的減肥的生活方式，配以活潑時尚的語氣。碧生源減肥茶的廣告語為：「減肥好夥伴，草本嘍」。本集團冠名福建省東南衛視減肥真人秀節目《定制好身材》，及深圳衛視第一季度《對口型大作戰》，其中《對口型大作戰》網絡點擊量超過2億人次，專門針對年輕女性收視人群。除了娛樂營銷外，還為消費者提供了健康減肥的方法指引，推薦配合，合理的運動方法，從而為消費者帶來對未來美好生活的憧憬。

來利奧利司他廣告

因產品功能強大、效果明顯，來利奧利司他的廣告訴求以直接表現產品功能「排油」作為主要宣傳點，其廣告語為：「來利，排油減肥，隨餐一粒」。

免費派送千萬袋常潤茶，創造新一代使用者

碧生源常潤茶安全且效果顯著，本集團通過向潛在消費者免費派送碧生源常潤茶來拉動新的消費者，擴大碧生源常潤茶使用人群規模，以達到提升終端藥店銷售量的最終目的。全國銷售人員根據本集團統一的派發方案，定點定時地將碧生源常潤茶贈袋精準派送至潛在消費人群手中，並在終端藥店的協助下，展開各類促銷活動，以吸引消費者到附近藥店購買碧生源常潤茶。從二零一六年上半年在相關地區監測到的終端藥店銷售數據可以看到，這些地區的終端藥房的碧生源常潤茶銷量有明顯上升。

整合電商優質資源，直面消費者，提升銷量

通過深耕電商旗艦店，開展會員營銷、微信營銷等活動，本集團兩茶電商事業於二零一六年上半年取得優異的銷售成績，收益同比二零一五年成長約88%。

深挖顧客消費習慣，提高復購率，為網上渠道提供精準數據支持

- 通過碧生源微信公眾號「我要好身材」成功接入艾客微信客戶管理系統，打通了天貓旗艦店與微信公眾號的連接，使微信粉絲可以在微信公眾平台上直通全部碧生源線上零售渠道，並可下單、查詢物流、累積積分。省去各平台互相跳轉的繁瑣程序，為顧客帶來便利，以提高用戶粘性及復購率。
- 舉辦首次旗艦店大型粉絲活動「陪伴是最長情的告白」。共吸引過萬粉絲參與，是碧生源電商首次在天貓平台與阿里合作推出的showcase粉絲互動活動。
- 打造樣板市場，建立數據模型，複製到其他平台。

整合優質資源，跨界玩轉大健康

- 本集團與騰訊、百合網、樂視等線上優質平台深度合作，增加品牌產品曝光以及新用戶覆蓋。二零一六年上半年共計合作平台23家，曝光PV約2,000萬次，新客戶顯著增加，並與線上媒體建立了的深度合作模式。
- 與多家傳統知名品牌在線上建立聯合營銷新體系，共享品牌美譽度及優質用戶。二零一六年上半年本集團共計合作品牌20餘家，曝光PV約2,000萬次，新客戶增加顯著，由此建立了跨界傳統品牌的深度合作模式。

以用戶購買體驗為基礎，強化會員營銷，主抓重複購買，引導口碑傳播

- 以服務終端消費者為基礎，建立從視覺、產品、價格、促銷、物流、售後等多維度的整體服務模型，提升對會員服務質量，從而提高客戶滿意度。

依托在「一豎兩橫」事業發展戰略指導原則下，研發新產品

依托碧生源減肥茶及來利奧利司他的市場優勢，本集團在減肥與體重控制市場板塊上，開發營養代餐奶昔，以豐富體重管理產品結構。經過精心研製，每盒7袋裝的新產品——碧生源營養代餐奶昔，已於二零一六年六月二十八日正式在電商渠道上市。

依據公開市場信息，營養代餐類產品約佔全球減肥和體重控制市場的60%以上份額。在國內，代餐產品已形成60億以上市場規模，為年輕消費群體比較喜歡的瘦身塑形產品。

為強化本集團潤腸通便類產品的結構，本集團計劃於近期推出含益生菌固體飲料新產品。同時亦計劃上市幾款具有保健功能的袋泡茶新產品。

結盟雲南植物藥業，推進新事業發展進程

二零一五年年末，本集團與雲南植物藥業有限公司簽署有關合作項目的戰略合作協議後，於二零一六年五月九日，雲植碧生源醫藥銷售有限公司（「雲植碧生源」）正式成立，第一筆註冊資本已於二零一六年七月投資到位。整個合作項目進展順利，預計二零一六年下半年，雲植碧生源將開展全面營銷活動，推進產品上市，促進新事業發展進程。

收集定量市場信息，精準營銷決策

本集團管理的基本精神：「可衡量才可管理，可管理才可改善」。本集團於去年開始建立督導部門，以及時與精準的收集定量市場信息。二零一六年上半年督導部每月收集的信息，橫跨全國109個地級市，3,500個樣本藥店。經過每月收集、整理、分析市場信息，督導部系統地總結出兩茶與來利奧利司他的貨齡、終端庫存、價格、市場滲透率、貨架佔有率、競品等定量分析資料，以向管理層提供及時與真實的市場信息，作為營銷決策的依據。

承辦二零一六第三屆中國功能袋泡茶產業研討會

二零一六年三月十一日，由中國保健協會支持，中國社會科學院食品藥品產業發展與監管研究中心主辦，本集團承辦的「二零一六第三屆中國功能袋泡茶產業研討會」在位於北京房山寶店的碧生源花園工廠舉行。研討會就中國袋泡茶產業功能化發展趨勢做出了深入的討論。此外，與會貴賓指出，碧生源的企業發展過程，就是中國功能袋泡茶的發展過程的代表。袋泡茶給人們帶來了生活的便利，在本次研討會上，本集團作為袋泡茶領跑企業，明確表示其未來將繼續堅持功能袋泡茶的研究和發展，針對不同消費者的不同需求，推出更多品種。

八年攜手學院獎，五屆冠名「碧生源杯」公益廣告大賽

本集團冠名第14屆中國大學生廣告藝術節學院獎(春季賽)，且舉辦了「碧生源杯」公益廣告大賽，歷時10個月，覆蓋30座城市，深入40所高校，舉辦40場創意講座。截止二零一六年四月，全國巡講活動正式完美收官，活動現場有28,850人次參與，創意命題徵集覆蓋全國1,200所院系。

本屆「碧生源杯」公益廣告大賽以「改變，從輕開始」公益命題，宣揚綠色公益。命題徵集包含廣告平面、廣告文案、營銷策劃和網絡微電影等類別創意作品。二零一六年五月二十九日，本屆「碧生源杯」公益廣告大賽在集團工廠成功舉辦，共收集合格作品11,983組，15,205件，創歷年來新高。

中國大學生廣告藝術節學院獎是由中國廣告協會主辦的高校創意競賽活動，至今已經是第14屆，其影響力從高校延伸到整個廣告行業。學院獎搭建企業與高校學子交流平台，今年是碧生源攜手學院獎走過的第八年，也是碧生源第五屆冠名公益廣告大賽。八年來，碧生源成為深植於高校學子心中的行業領軍品牌，跟隨著學院獎的腳步走入全國高校校園，與萬名學子分享碧生源的初心和公益理念。

「碧生源牌」連續四屆榮獲公信力品牌獎

二零一六年六月十八日，由中國保健協會主辦的「第六屆中國保健品公信力論壇暨第六屆中國保健品公信力產品及品牌推選活動發佈會」在人民網新媒體大廈圓滿落幕。大會上「碧生源牌減肥茶」和「碧生源牌常潤茶」榮獲第六屆中國保健品公信力產品獎，「碧生源牌」榮獲第六屆中國保健品十大公信力品牌獎。屆此，自二零一零年以來，從上千款產品、數百家企業參評中，碧生源已連續四屆榮獲該獎項。

展望

宏觀經濟

中國物流信息中心刊文稱，二零一六年上半年中國經濟增速可望保持在6.8%左右。二零一六年下半年，經濟增長具備穩定運行的基礎，但也存在不確定性風險。經濟走勢很難表現出明顯回升，整體趨穩，在一個相對較小的區間內波動。預計二零一六年全年製造業PMI均值水平保持在49.8%左右，對應的GDP增速6.7%左右。

持續深耕現有產品市場

在經濟放緩的環境下，本集團將延續二零一六年上半年的營銷策略，在二零一六年下半年持續聚焦於碧生源常潤茶、碧生源減肥茶、來利奧利司他的銷售、渠道、終端、存貨等管理工作，並積極建立與藥房終端店員的緊密互動關係，以期獲得藥房終端對碧生源產品最大的推力。

本集團將繼續採取精耕細作的策略，深入全國各級城市，滲透終端藥房，以充分掌握潛在市場成長機會。本集團會定期舉辦連鎖藥房訂貨會，借助連鎖的力量推廣產品，以擴大市場推廣效益。同時，本集團也會定期舉辦連鎖藥房的培訓，宣達產品使用方法，以提升連鎖藥房營業人員的產品知識，從而為消費者提供優質服務。

繼續採組合拳廣告表現

在廣告傳播上，本集團將繼續承接二零一六年上半年的廣告策略，即分品牌與分產品的組合拳廣告表現，並以品牌宣傳為主，進一步加深消費者對品牌的認知度，深度演繹產品功能及使用的時機與場合，從而擴大消費者群體，以期提升銷售。

嚴控費用

本集團將通過線上與線下聯動的媒體傳播方式，以相對經濟及低成本的模式，獲得更高的廣告傳播效益，以期將媒體廣告投放效果提升至最大化。同時，本集團將謹慎控制廣告與促銷費用支出，確保費用與銷售產出之間的比率合理化。

導入營銷新型模式護航新品成功上市

本集團將利用電商平台低運營成本及快速反饋市場信息的優勢，推出系列新產品，不僅可以豐富電商產品結構，而且將電商當作新品正式上市前測試市場的載體。在線上受歡迎的爆款新品，將被快速導入全國線下市場，以發揮整體規模效益。以這種線上創新試點新產品，線下規模展開的縱合營銷新型模式，將極大降低新品推廣風險，提升新品上市成功率。

碧生源減肥茶更名

二零一六年下半年，本集團將全力推進碧生源減肥茶更名的快速完成，力爭在最短的時間內完成更名事項，並確保更名後的產品的及時生產和上市銷售可以順利進行。本集團預計新的名稱不會對產品銷售產生重大影響。

碧生源纖纖茶的上市

根據相關市場研究和消費者洞察，18-24歲的女性約佔整體減肥市場的目標人群的54%，是減肥消費市場的主力人群，她們對減肥茶飲普遍存在多重需求：包括包裝時尚，口感好，功效可見等，並且眾多具有減肥需求的人群期望通過服用輕度纖體功能的產品保持現有體型。依托碧生源品牌優勢，二零一六年下半年本集團擬推出一款減肥新產品，以滿足年輕目標消費群體的需求。碧生源纖纖茶定位為為追求口感的年輕時尚女性提供可以做到輕纖體功能的茶飲，碧生源纖纖茶將成為碧生源品牌家族的新成員，期待碧生源纖纖茶為集團貢獻新的收入增量。

掌握新機遇，創造新事業

正值大健康產業蓬勃發展之際，本集團一直不斷地關注、尋找、評估適合發展的新產品與新事業。二零一六年下半年，本集團將依據新事業發展策略的原則，以「一豎兩橫」為事業發展指導方針，積極拓展在草本養生健康、減肥與體重管理、潤腸通便等領域的新事業發展機會，並透過併購、參股、合資、代理等方式，快速進入這些戰略性市場板塊，以掌握大健康產業發展的機會。同時，本集團將豐富產品結構，提升產品競爭力，並擴大銷售渠道張力，滿足人們對健康生活的需求，從而提升碧生源在產業中的競爭優勢，為集團帶來更多的利潤。

財務回顧

收益

	截至六月三十日止六個月			
	二零一六年		二零一五年	
	人民幣千元	佔收益的百分比	人民幣千元	佔收益的百分比
收益：				
碧生源常潤茶	110,732	34.1%	146,877	42.2%
碧生源減肥茶	137,804	42.5%	179,593	51.6%
其他茶產品	3,504	1.1%	857	0.3%
減肥藥	72,500	22.3%	20,556	5.9%
總計	<u>324,540</u>	<u>100%</u>	<u>347,883</u>	<u>100%</u>

本集團的收益由二零一五年上半年的人民幣347.9百萬元下降6.7%至二零一六年同期的人民幣324.5百萬元。其中，碧生源常潤茶的收益由二零一五年上半年的人民幣146.9百萬元減少24.6%至二零一六年同期的人民幣110.7百萬元，主要是因為銷量由二零一五年上半年的94.5百萬茶包減少21.9%至二零一六年同期的73.8百萬茶包所致。碧生源減肥茶的收益由二零一五年上半年的人民幣179.6百萬元減少23.3%至二零一六年同期的人民幣137.8百萬元，主要因為碧生源減肥茶銷量由二零一五年上半年的120.5百萬茶包減少18.3%至二零一六年同期的98.5百萬茶包所致。收益下降主要是因為受到碧生源減肥茶更名的影響，從而影響二零一六年上半年兩茶之收益。另一方面，集團新產品，來利奧利司他對集團銷售收入有較大貢獻；電商渠道銷售收入穩定增長亦對於集團收益有所貢獻。

碧生源常潤茶在二零一六年上半年的平均售價(收益除以銷量)為每包人民幣1.50元，較二零一五年同期的每包人民幣1.55元減少3.2%；碧生源減肥茶在二零一六年上半年的平均售價(收益除以銷量)為每包人民幣1.40元，較二零一五年同期為每包人民幣1.49元減少6.0%。平均售價下降主要是由於兩茶加大促銷活動力度，以拉動消費者購買之舉措所致。

銷售成本及毛利

	截至六月三十日止六個月			
	二零一六年		二零一五年	
	人民幣千元	佔收益的百分比	人民幣千元	佔收益的百分比
銷售成本	<u>50,454</u>	<u>15.5%</u>	<u>46,387</u>	<u>13.3%</u>
毛利	<u>274,086</u>	<u>84.5%</u>	<u>301,496</u>	<u>86.7%</u>

本集團的銷售成本由二零一五年上半年的人民幣46.4百萬元增長8.8%至二零一六年同期的人民幣50.5百萬元。銷售成本佔收益的百分比由二零一五年上半年的13.3%增長至二零一六年同期的15.5%。銷售成本佔收益的百分比的上升，主要是因為新品來利奧利司他的加入，使得本集團產品銷售結構發生變化。

相比二零一五年同期，二零一六年上半年度的收益下降6.7%而銷售成本在收益中的佔比增加2.2%，因此，本集團的毛利由二零一五年上半年的人民幣301.5百萬元減少9.1%至二零一六年同期的人民幣274.1百萬元。本集團的毛利率則由二零一五年上半年的86.7%輕微減少至二零一六年同期的84.5%。

銷售及市場營銷開支

	截至六月三十日止六個月			
	二零一六年		二零一五年	
	人民幣千元	佔收益的百分比	人民幣千元	佔收益的百分比
廣告開支	113,317	34.9%	108,900	31.3%
市場營銷及促銷開支	53,871	16.6%	35,834	10.3%
員工成本	48,121	14.8%	44,707	12.8%
其他	18,748	5.8%	19,064	5.5%
總計	234,057	72.1%	208,505	59.9%

本集團的銷售及市場營銷開支由二零一五年上半年的人民幣208.5百萬元增長12.3%至二零一六年同期的人民幣234.1百萬元。由於本集團多年積累的媒體資源和媒體投放經驗，使得本集團的廣告投放效益逐步提升。本集團二零一六年上半年兩茶媒體投放以碧生源常潤茶為主，同時擴大與提升碧生源品牌聲量。同時，本集團注重來利奧利司他新品的品牌及產品的宣傳力度，以提高消費者對來利奧利司他的認知，拉動終端銷售。二零一六年上半年的廣告開支、市場營銷及促銷開支、員工成本，較二零一五年同期分別增加4.1%、50.3%、7.6%，其他較二零一五年同期減少1.7%，員工成本較去年同期有所上升主要是因為二零一五年上半年的員工成本中不包括廣州潤良藥業有限公司（「廣州潤良」）二零一五年一至四月的員工成本（廣州潤良於二零一五年五月成為本集團附屬公司）。

因此，由於二零一六年上半年本集團收益較二零一五年同期下降6.7%，同時銷售及市場營銷開支總額增長12.3%，故銷售及市場營銷開支佔收益的百分比由二零一五年上半年的59.9%增長至二零一六年同期的72.1%。銷售及市場營銷開支增長主要由於新品來利奧利司他的推廣所致。

行政開支

	截至六月三十日止六個月			
	二零一六年		二零一五年	
	人民幣千元	佔收益的百分比	人民幣千元	佔收益的百分比
員工成本	14,116	4.3%	20,585	5.9%
辦公室開支	1,789	0.6%	2,373	0.7%
專業費用	7,462	2.3%	13,490	3.9%
差旅及招待費	3,260	1.0%	3,299	0.9%
其他	12,271	3.8%	13,204	3.8%
總計	38,898	12.0%	52,951	15.2%

本集團行政開支由二零一五年上半年的人民幣53.0百萬元減少26.6%至二零一六年同期的人民幣38.9百萬元。行政開支佔收益的百分比由二零一五年上半年的15.2%下降至二零一六年同期的12.0%，主要由於本集團在二零一六年上半年股份獎勵費用減少，導致行政開支中的員工成本佔收益的百分比由二零一五年上半年的5.9%下降至二零一六年同期的4.3%，以及專業費用佔收益的百分比由二零一五年上半年的3.9%下降至二零一六年同期的2.3%。

研究及開發成本

	截至六月三十日止六個月			
	二零一六年		二零一五年	
	人民幣千元	佔收益的百分比	人民幣千元	佔收益的百分比
研究及開發成本	4,979	1.5%	2,175	0.6%

本集團的研發成本由二零一五年上半年的人民幣2.2百萬元增加127.3%至二零一六年同期的人民幣5.0百萬元。二零一六年上半年本集團加大研發成本的投入，引入專業研發人員，提升分析質控能力，在減肥與體重控制市場板塊上開發若干研發項目，在為本集團補充新的產品的同時，確保現有產品的品質保障和升級。

稅項

本集團的所得稅開支由二零一五年上半年的人民幣8.4百萬元上升至二零一六年同期的人民幣10.6百萬元，主要是由於個別附屬公司不可抵扣支出項目增加的原因所致。

虧損及全面虧損總額

綜合上述因素，本集團於二零一六年上半年虧損及全面虧損總額為人民幣1.7百萬元(二零一五年同期利潤及全面收益總額為人民幣39.8百萬元)。

首次公開發售所得款項淨額用途

首次公開發售所得款項淨額約為人民幣1,033.2百萬元。本公司已按照招股章程及本公司日期為二零一五年六月十六日公告中披露的所得款項用途運用這些款項淨額。截至二零一六年六月三十日止，前述所得款項淨額使用如下：

	首次公開發售所得款項淨額		
	可供動用 人民幣千元	已動用 人民幣千元	未動用 人民幣千元
購買新的生產設備和興建新的生產設施	275,094	275,094	—
建立華東地區總部	77,518	77,518	—
北京新辦公大樓	123,664	123,664	—
設計、研究及開發新產品	62,981	62,981	—
提升ERP和整體資訊系統	8,834	8,834	—
償還債務	73,000	73,000	—
擴展傳統及互聯網經銷網絡、渠道和經營品牌	153,092	153,092	—
營運資金	109,000	109,000	—
投資傳統及互聯網醫療及醫藥行業	150,000	55,180	94,820
合計	<u>1,033,183</u>	<u>938,363</u>	<u>94,820</u>

流動資金及資本來源

於二零一六年上半年，本集團營運所需資金及資本開支主要來源於內部營運產生的現金及自首次公開發售所得款項。

現金流量

下表概述截至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	
	二零一六年 人民幣千元	二零一五年 人民幣千元
經營活動(所用)／收到現金淨額	(4,244)	63,830
投資活動所用現金淨額	(50,755)	(209,681)
融資活動所用現金淨額	(144,518)	(24,180)
現金及現金等價物減少淨額 (計及外匯匯率變動之影響前)	(199,517)	(170,031)
外匯匯率變動之影響	(633)	676
現金及現金等價物減少淨額	<u>(200,150)</u>	<u>(169,355)</u>

於二零一六年上半年，本集團的經營活動所用現金淨額為人民幣4.2百萬元(二零一五年同期：經營活動所收到現金淨額為人民幣63.8百萬元)。於二零一六年上半年，本集團投資活動所用現金淨額為人民幣50.8百萬元(二零一五年同期：人民幣209.7百萬元)，較二零一五年同期減少的原因主要是由於大於三個月存期的定期存款減少所致。於二零一六年上半年，本集團融資活動所用現金淨額為人民幣144.5百萬元(二零一五年同期：人民幣24.2百萬元)，較二零一五年同期增加主要是由於支付股息和回購股份所致。

現金及現金等價物以及銀行借貸

截至二零一六年六月三十日，本集團現金及現金等價物合共為人民幣225.7百萬元(二零一五年十二月三十一日：人民幣425.9百萬元)，即相較前一年末減少人民幣200.2百萬元。本集團93.8%左右的現金及現金等價物為人民幣。同時，截至二零一六年六月三十日，本集團並無任何銀行借貸(於二零一五年十二月三十一日：無)及未動用銀行授信(於二零一五年十二月三十一日：零)。

資本開支

於二零一六年上半年，本集團的資本開支為人民幣10.4百萬元(二零一五年同期：人民幣10.2百萬元)，主要包括購買物業、廠房及生產設備的開支。下表載列截至六月三十日止所示六個月本集團已付的資本開支：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一六年 人民幣千元	二零一五年 人民幣千元
物業、廠房及設備	<u>10,408</u>	<u>10,159</u>

投資物業

下表載列於所示日期我們投資物業的詳情：

	於	
	二零一六年 六月三十日 人民幣千元	二零一五年 十二月三十一日 人民幣千元
投資物業	<u>56,663</u>	<u>57,694</u>

本集團擁有位於北京市海淀區西四環北路160號的玲瓏天地碧生源大廈(郵編100036)以及位於上海市普陀區中山北路3000號的長城大廈的若干辦公物業。於二零一六年六月三十日，本集團正在申領賬面總值約為人民幣45.5百萬元並位於中國的樓宇的房屋產權證。本集團不會完全動用此等物業全部的單位，並已經將未動用的單位租賃予獨立第三方，直至本集團於未來因業務拓展需要收回該等單位為止。持作租賃物業分類為投資物業。

於二零一六年六月三十日，投資物業賬面值為人民幣56.7百萬元(二零一五年十二月三十一日：人民幣57.7百萬元)。此等投資物業按成本法計量，並以直線法於估計可使用年期30年內折舊。

按權益法核算的投資

	於	
	二零一六年 六月三十日 人民幣千元	二零一五年 十二月三十一日 人民幣千元
按權益法核算的投資	55,382	—

於二零一六年六月三十日，本集團對寧波源遠流長投資管理有限公司(「源遠流長基金管理公司」)及寧波源遠流長投資中心(有限合夥)(「源遠流長基金」)投資的賬面值為人民幣55.4百萬元。

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	
	二零一六年 六月三十日 人民幣千元	二零一五年 十二月三十一日 人民幣千元
原材料及包裝材料	2,791	2,183
在製品	792	774
成品	15,127	3,231
存貨總額	18,710	6,188

於二零一六年上半年本集團的存貨週轉天數(以期初及期末的存貨結餘平均數除以期間的銷售成本，乘以期內的天數計算)為49天(截至二零一五年十二月三十一日止年度：21天)。主要由於碧生源減肥茶集中生產備貨所致。本集團積極監控存貨水平，力求令原材料、在製品及成品保持較低但充足的存貨量。本集團於經銷及零售整個過程中監控及評估銷售表現及產品趨勢，以更好預測存貨要求。

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。

截至二零一六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相關對沖工具(截至二零一五年六月三十日止六個月：無)。

重大收購或出售事項

截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團概無重大收購或出售事項(截至二零一五年六月三十日止六個月：無)。

重大投資

二零一六年三月二十九日，碧生源藥業、柏極光先生及源遠流長基金管理公司簽訂有限合夥協議，於中國設立源遠流長基金，源遠流長基金總承諾出資額為人民幣100.0百萬元，由碧生源藥業、柏極光先生及源遠流長基金管理公司分別持有89%、10%及1%，而源遠流長基金管理公司乃由碧生源藥業及柏極光先生共同持有，且為源遠流長基金的普通合夥人。源遠流長基金註冊成立後，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。

截至二零一六年六月三十日，源遠流長基金已向三個項目作出投資，金額總計人民幣60.0百萬元。項目主要涉及保健品及滋補品零售、骨科醫療、眼科醫療等領域。

除上述或本報告其他部分所披露者外，報告期內，本集團概無重大投資且無任何重大投資或購入資本資產的計劃。

資產抵押

截至二零一六年六月三十日，本集團並無任何資產抵押(於二零一五年十二月三十一日：無)。

資產負債率

本集團截至二零一六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13.76%(於二零一五年十二月三十一日：11.73%)。

或然負債及擔保

截至二零一六年六月三十日，本集團並無重大或然負債及擔保(於二零一五年十二月三十一日：無)。

資本承擔

截至二零一六年六月三十日，本集團資本承擔為人民幣59.9百萬元(於二零一五年十二月三十一日：人民幣28.7百萬元)。

人力資源管理

本集團將高質素僱員視為最重要的資源。於二零一六年六月三十日，本集團在中國及香港約有1,283名僱員(二零一五年十二月三十一日：1,231名僱員)，其中包括由僱傭代理僱用的107名促銷人員(二零一五年十二月三十一日：113名)。截至二零一六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)約為人民幣71.6百萬元(二零一五年同期：人民幣77.7百萬元)。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。董事和部分高中級管理人員根據本公司分別於二零一零年四月三十日及二零一零年九月八日採購的首次公開發售前購股權計劃(「**首次公開發售前購股權計劃**」)及購股權計劃(「**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

截至二零一六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。趙先生為本集團創辦人，擁有26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(即王晶先生(一名具備合適專業資格的董事，彼擔任審核委員會主席)、黃晶生先生及任光明先生)組成。審核委員會已審閱本集團截至二零一六年六月三十日止六個月之未經審核簡明綜合財務資料及本公告，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。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至二零一六年六月三十日止六個月，本公司於聯交所購回以下股份：

月份	購回股份數目	每股價格		總代價 千港元
		最高 港元	最低 港元	
一月	2,400,000	0.80	0.76	1,885
二月	1,200,000	0.80	0.79	952
五月	8,634,000	0.69	0.64	5,760
六月	15,455,000	0.76	0.65	10,975
總計	27,689,000	0.80	0.64	19,572

上述購回的理由為提高本公司的每股資產淨值及盈利。

除上述所披露外，截至二零一六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

董事會決議不宣派截至二零一六年六月三十日止六個月的任何中期股息。

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)。本公司截至二零一六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，二零一六年八月十九日

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及張桂梅女士；而獨立非執行董事為黃晶生先生、王晶先生及任光明先生。