



BaWang International (Group) Holding Limited

霸王國際(集團)控股有限公司

2016年度中期业绩发布





议程

1 主要成就

2 业务回顾

3 财务概览

4 策略目标

5 问答时间

防脱发·年轻**新**主张
专利技术 年轻防脱 药植精油



主要成就



坚忍六年 只为公道

坚忍六年
只为公道

- ▶ 于二零一零年十月在香港高等法院向壹週刊提起法律诉讼。
- ▶ 二零一六年五月二十三日本集团收到了香港高等法院宣判的有利于公司的判决结果。壹週刊需支付：
约港币三百万元：诽谤的一般损害赔偿
有关法律诉讼的80%法律费用





凝力量 创新章

- ▶ 於2015年12委任新的首席执行官
- ▶ 於2016年1月及5月，新的管治团队主持经销商会议
- ▶ 为振兴霸王的品牌声誉从而提升销售业绩，销售团队已经开始重塑品牌以加强经销商的信心。销售团队特别与一些前任经销商重新联系





打造透明工厂，建立教育实践基地

营销策略	▶ 打造透明工厂，建立教育实践基地
活动简介	▶ 定期向政府部门、媒体、消费者、学生等各个群体开放参观工业园，向其展示先进的生产技术及全新的生产流程
活动意义	▶ 加强品牌的认知度和信任感 ▶ 提升品牌的知名度和美誉度 ▶ 增强品牌亲和力，树立良好企业形象
活动详情	▶ 国内外经销商、香港理工大学等学校师生、专业团队如国际会计师公会常委等各界人士先后参观工业园





霸王关爱社区行动

<p>喜迎新春</p>	<p>一系列娱乐活动在广州天河南的社区展开。</p>
<p>试用产品活动</p>	<p>三月，与《信息时报·商周刊》特别策划组织了一系列的霸王集团洗发水产品免费试用活动，客户满意度高达90%。</p>
<p>用霸王，做女王</p>	<p>三月女人节，霸王联合各大超市，为广大女性客户送出免费洗发水产品。</p>
<p>辣妈帮下午茶</p>	<p>增进与女性客户的关系，同时通过活动向她们展示中国草本配方产品的优势。</p>
<p>关爱折翼天使</p>	<p>于五月全国助残日走进残疾人护理中心，为这些折翼天使带去温暖。</p>





树立品牌行业地位

国内权威
认证

- ▶ 广州安全生产协会颁发的“安全生产标准化三级企业(轻工)”证书。
- ▶ 霸王中药防脱系列洗发水、霸王中草药去屑系列洗发水和霸王中药乌发系列洗发水被广东省科技技术厅认证为「2015年广东省高新技术产品」，有效期截至2018年底。





树立品牌行业地位

二零一六年五月

- 我们更新了由广东省食品药品监督管理局颁发的「化妆品生产许可证」有效期截止2021年5月；

二零一六年六月

- 我们获得了中国（广州）国际物流装备于技术展组委会颁发的2015 - 2016年度中国物流行业「金蚂蚁」奖。



业务回顾





多元化的品牌和产品组合

	推出时间	主要产品类别	2016年品牌策略
中草药概念产品			
	1998年	中草药洗发水、 防脱护发产品及其 其他个人护理产品	提升品牌美誉度及品质 主推防脱系列产品
 追风 (Royal Wind)	2009年5月	中草药去屑洗发及护发、 美发产品	提高品牌知名度，重塑品牌形象
 本草堂 (Herborn)	2009年12月	中草药护肤产品	开拓销售网络，提高单店销量
天然植物概念产品			
 丽涛 (Litao)	2001年推出 2010年10月重塑品牌	洗发护发产品、 其他个人护理产品	在流通渠道大力推广洗衣液、 丽涛植物精萃洗护系列



霸王洗发护发系列

<p>产品定位及推广主题</p>	<ul style="list-style-type: none"> 霸王推出“防脱发，年轻新主张！”口号，力争招募更多的年轻消费人群，号召年轻人要尽早注意脱发问题。
<p>销售网络</p>	<ul style="list-style-type: none"> 霸王品牌拥有564个经销，38个KA客户，销售网络覆盖国内27个省/自治区和4个直辖市； 海外市场包括香港、新加坡、泰国、马来西亚和澳大利亚。





追风洗发护发系列

产品定位及推广主题

- ▶ 集团推出“追随本我·自然成风”的新系列品牌产品，主供电商平台。
- ▶ 年轻时尚、专业去屑、天然健康的中高端洗发护发产品
- ▶ 快速去屑，更天然

销售网络

- ▶ 拥有564个经销商，29个KA客户，销售网络覆盖国内27个省/自治区和4个直辖市
- ▶ 追风产品已在新加坡市场销售





丽涛植物洗护系列

丽涛系列	<ul style="list-style-type: none">▶ 升级丽涛植物精萃系列，“多重呵护，一瓶拥有”，带来简单又全面的秀发护理▶ 丽涛香氛沐浴露，“健康肌肤，全家共享”，带来天然、清新、时尚健康
销售网络	<ul style="list-style-type: none">▶ 拥有564个经销商，2个KA客户，销售网络覆盖国内27个省/自治区和4个直辖市



本草堂

- 品牌定位：“中草药护肤”，美丽、天然、健康
- 目标人群：拥有相对较高的收入、热衷追求健康自然的生活方式、年龄介于25岁至45岁的白领女性
- 销售网络：拥有93个经销商和1个KA个客户，销售覆盖国内27个省/自治区和4个直辖市，拥有约4,780家化妆品专门店专柜





深化国内分销及零售网络，进一步开拓海外市场



● 西藏

截至2015年 12月31日				
分销商	564	564	93	564
KA零售商	38	29	1	2
省份	27	27	27	27
直辖市	4	4	4	4

注：1. 公司还通过香港、新加坡、泰国、马来西亚和澳大利亚的分销商销售产品。
2. 本集团已于二零一三年七月一日停止凉茶分部的生产及销售。



推动中草药科研及日化产品开发

- 公司继续与广州中医药大学研究所合作，结合双方资源优势，以先进技术提高集团研发能力，推动行业健康发展。
- 集团获得国家知识产权局颁发的两项有关中草药液提取制备方面的专利证书以及三项包装瓶的专利证书。
- 集团获得ISO9001质量管理体系认证和ISO14000环境管理体系认证。
- 霸王(广州)有限公司于2015年10月被广东省科学技术厅认定为高新技术企业，有效期截至2018年底。
- 2016中期研发总开支为人民币约741万元。





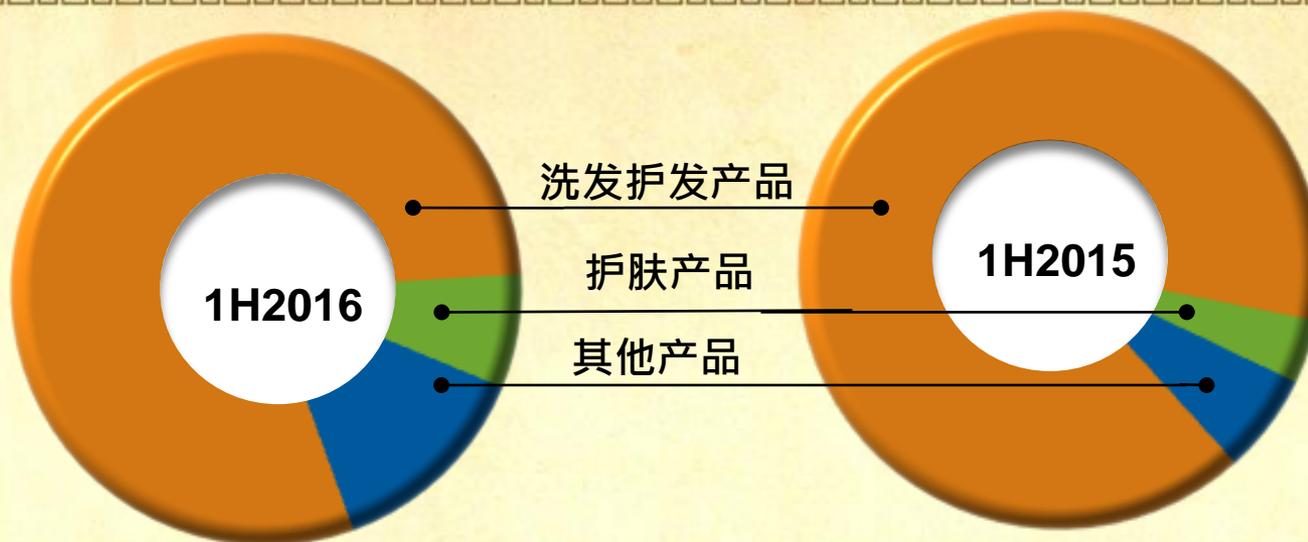
财务回 顾





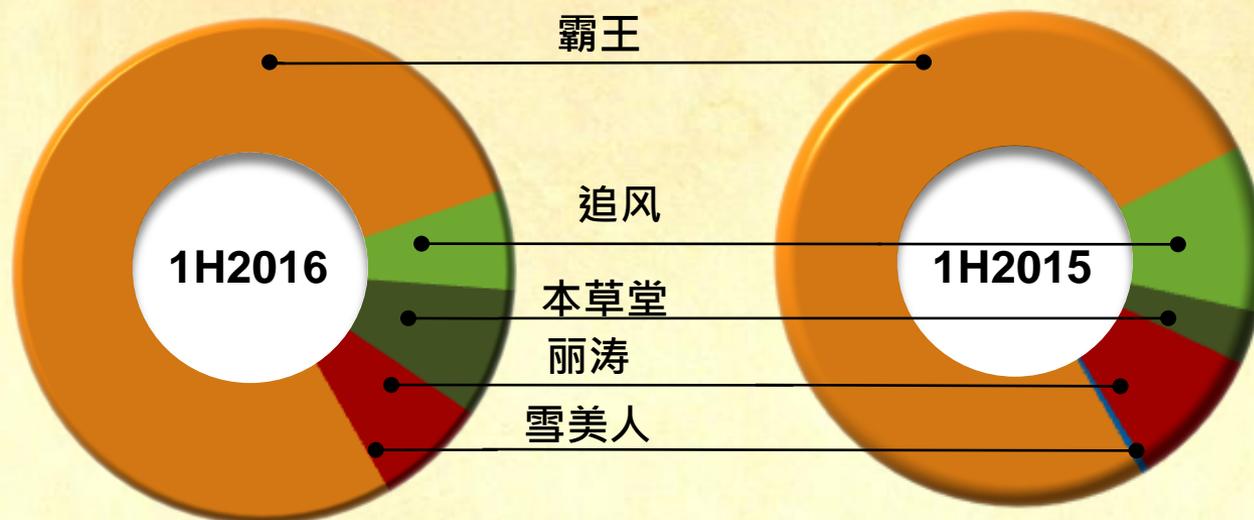
财务概览——主要损益表数据

(人民币千元)	1H2016	1H2015	+/- %
营业额	135,396	100,976	+34.1%
销售成本	(62,771)	(68,076)	-7.8%
毛利	72,625	32,900	+120.7%
销售及分销成本	(36,704)	(43,822)	-16.2%
行政费用	(16,730)	(23,814)	-29.7%
营运亏损	22,610	(86,136)	不适用
所得税 (支出) / 抵扣	-	-	-
洗发水&护肤品业务之期内亏损	21,164	(88,138)	不适用
凉茶业务之期内亏损	-	-	-
期内净亏损	21,164	(88,138)	不适用
毛利率	53.6%	32.6%	+21 个百分点



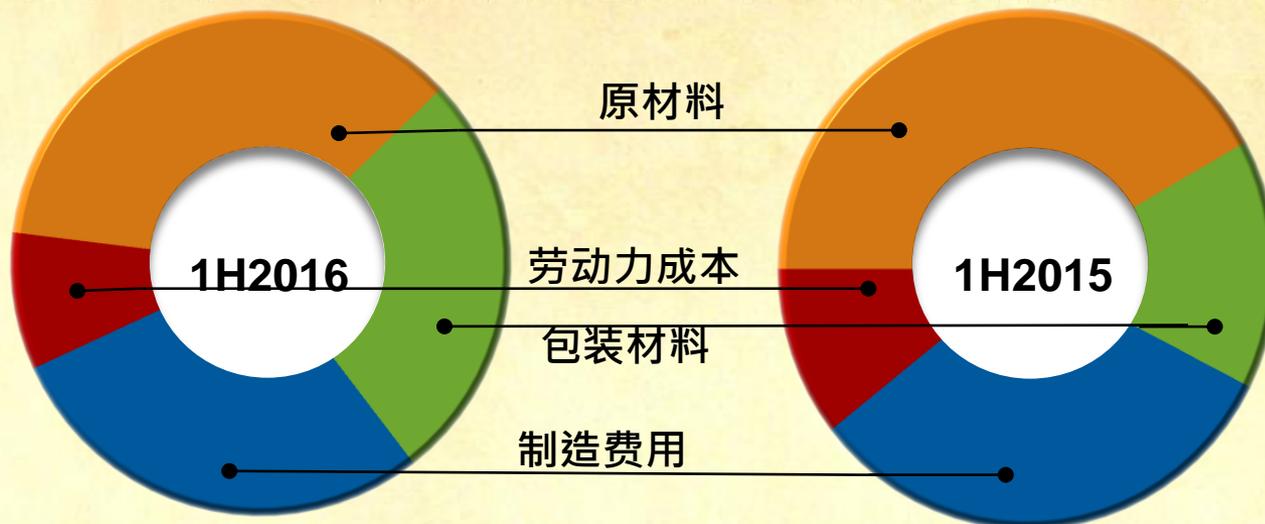
	1H2016		1H2015	
	(人民币千元)	%	(人民币千元)	%
洗发护发产品	107,837	79.6%	90,667	89.8%
护肤产品	9,753	7.2%	4,085	4%
其他产品	17,806	13.2%	6,224	6.2%
合计	135,396	100%	100,976	100.0%

收入按品牌分析 (持续经营)



	1H2016		1H2015	
	(人民币千元)	%	(人民币千元)	%
霸王	105,731	78.1%	76,663	75.9%
追风	8,692	6.4%	10,968	10.9%
本草堂	9,753	8.3%	3,513	3.5%
丽涛	11,220	7.2%	9,287	9.2%
雪美人	-	0%	545	0.5%
合计	135,396	100%	100,976	100.0%

销售成本细分 (持续经营)



	1H2016		1H2015	
	(人民币千元)	%	(人民币千元)	%
原材料	22,514	35.9%	28,500	41.9%
包装材料	16,745	26.7%	10,654	15.6%
制造费用	17,986	28.6%	21,690	31.9%
劳动力成本	5,526	8.8%	7,233	10.6%
合计	62,771	100.0%	68,076	100.0%



运营费用分析(持续经营)

- 成功降低成本
- 努力控制成本，改善经营状况

(人民币千元)	1H2016	1H2015	+/- %
销售及分销开支*	36,704	43,822	-16.2%
– 广告	1,293	1,258	2.8%
– 市场推广及工资	13,826	17,824	-22.4%
– 研发费用	405	372	8.9%
– 其他销售费用 (包括新品发布费用、 会议费用)	21,180	24,368	-13.1%
行政费用*	16,730	23,814	29.7%
– 研发费用	3,405	3,800	-10.4%
费用合计	53,434	67,636	-21%

*本页仅显示关键费用明细

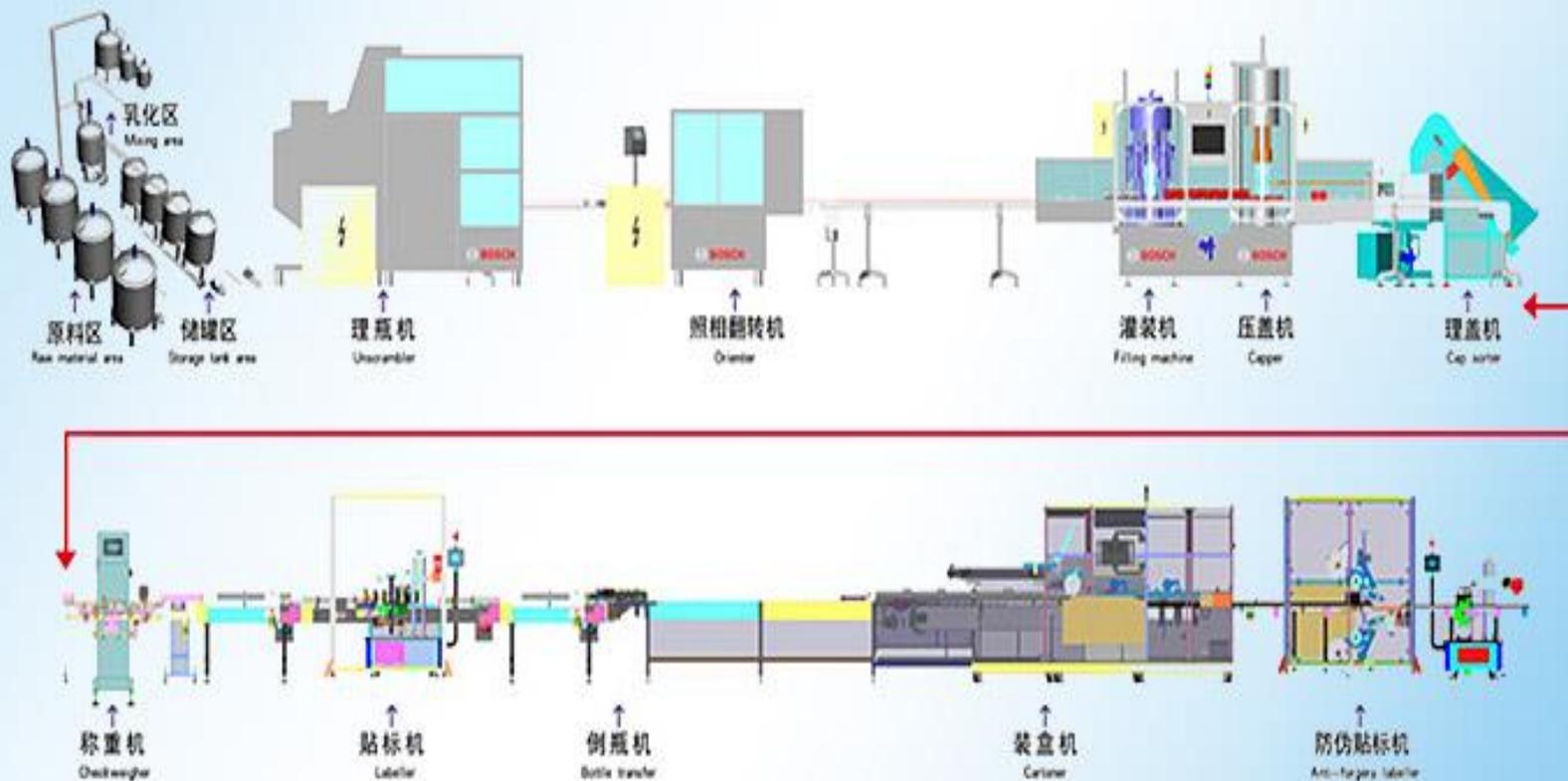


财务状况

(人民币千元)	1H2016	1H2015
净贸易应收款项天数	68天	96天
贸易应付款项天数	55天	106天
存货周转天数	116天	139天
现金及现金等价物	52,392	31,556
流动资产	141,008	130,645
流动负债	153,313	174,206
净资产	136,910	72,134
流动比率	0.9倍	0.7倍

➤ 2016年中期资本开支预计为人民币741万元

霸王集团工业园洗发水生产工艺流程图



策略目标





战略目标



霸王
BAWANG

短期目标

提升投资者信心

继续组建销售及管理团队

恢复销售增长
达到盈亏平衡，扭亏为盈

长期目标

成为全球中草药家庭及
个人护理产品领军企业

奉行品牌及产品多样化策略

建立可持续发展模式
提升竞争能力



问答环节