

致：財經版編輯

【請即時發放】

BaWang International (Group) Holding Limited
霸王國際（集團）控股有限公司

霸王集團公佈 2009 年全年業績
收入及權益持有人應佔溢利分別上升 24.4%及 29.2%至
人民幣 1,756.0 百萬元及 364.1 百萬元

* * *

利潤擴張 維持強勁收入增長動力

財務概覽

	截至 12 月 31 日止 12 個月		轉變 (%)
	2009 年 人民幣千元	2008 年 人民幣千元	
營業額	1,756,001	1,411,248	+24.4
毛利	1,165,646	901,924	+29.2
毛利率 (%)	66.4%	63.9%	+2.5 百分點
經營溢利	452,252	341,925	+32.3
權益持有人應佔溢利	364,131	281,774	+29.2
淨利率 (%)	20.7%	20.0%	+0.7 百分點
每股基本盈利 (人民幣元)	人民幣 0.15 元	人民幣 0.13 元	+15.4
每股末期股息 (港仙)	4.25 港仙	不適用	不適用
每股特別股息 (港仙)	4.25 港仙	不適用	不適用
派息比率(%)	60%	不適用	不適用

[2010年4月15日,香港訊] 中國整體洗髮液市場龍頭中國品牌—霸王國際(集團)控股有限公司(「霸王集團」或「集團」,股份代號:1338),今天宣佈其截至2009年12月31日止12個月全年業績。

受惠2009年下半年,中國市場環境及消費氣氛改善,霸王集團成功把握市場機遇,於2009年取得令人鼓舞的業績。回顧年內,集團的營業額達人民幣1,756.0百萬元,較2008年同期的人民幣1,411.2百萬元,上升24.4%。營業額增加的主要原因,歸結於霸王品牌和新推出的追風品牌洗髮護髮系列的銷售增長所致。

回顧年內,集團毛利達到人民幣1,165.6百萬,較二零零八同期的人民幣901.9百萬增加29.2%,而毛利率從二零零八年的 63.9%上升到二零零九年的 66.4%。毛利率上升主要是因為產品組合的變化,以及原材料成本佔收入比例降低所致。二零零九年,集團權益持有人應佔溢利增加至人民幣364.1百萬元,較2008年同期的人民幣281.8百萬元,上升29.2%。淨利率由2008年的20.0%增加至2009年的20.7%。董事會建議就二零零九年十二月三十一日止年度派發末期股息每股股份4.25港仙及特別股息每股股份4.25港仙,總派息比率為60%。

— 續 —

霸王集團主席陳啟源先生表示：「隨著今年七月霸王股份成功上市，二零零九年標誌著集團發展史上一個重要的里程碑。於掛牌後六個月，霸王集團被納入恒生綜合指數成份股，並於二零一零年三月起生效。在品牌建設方面，2009年是卓有成效的一年，集團實施多品牌多產品的策略進展順利。集團今年推出多個新品牌包括追風中草藥去屑洗髮水系列、本草堂高端中草藥護膚品系列及霸王男士系列，成功鞏固集團在中國市場的地位及品牌認知度，並增加市場佔有率。」

霸王集團採納多品牌策略，向不同消費群體營銷集團的產品。本集團核心品牌，霸王品牌的收入為人民幣1,411.1百萬元，約佔集團2009年總收入的80.4%。2009年5月新推出的中草藥去屑品牌—追風，市場反應熱烈，收入為人民幣292.6百萬元，約佔2009年總收入的16.7%。而麗濤及雪美人的收入佔集團總收入的2.9%，達人民幣52.0百萬元。

2009年5月，集團成功在中國市場推出了中草藥去屑洗髮系列—追風系列，是國內第一款使用中草藥解決頭皮屑問題的洗髮水。追風系列覆蓋洗髮、護髮和沐浴三種主要品類產品。2009年12月，集團推出中草藥護膚品系列—本草堂系列。該系列的目標客戶群體是擁有高購買力、崇尚健康自然、年齡介乎於25至45歲的白領女性。集團正在建設該本草堂中草藥護膚產品系列在百貨公司和國際大賣場的銷售渠道，進展順利。在2009年底，本公司推出霸王品牌旗下一款全新的洗髮護髮系列—霸王男士系列，是目前國內市場第一款高端專業中草藥洗護髮產品，其產品系列涵蓋洗髮、護髮、沐浴三種主要品類產品。

回顧年內，集團繼續實行創新有效的品牌打造及多方面的營銷策略推廣品牌與產品，以進一步強化霸王品牌及增加產品的曝光率。集團透過不同的管道推行市場推廣策略，包括電視廣告及贊助電視節目、平面廣告，以及店內營銷活動及路演。除起用成龍先生作為霸王品牌以及在2009年底新推出的霸王男士系列的代言人以外，集團亦策略地挑選了知名巨星王菲女士，成為追風及本草堂品牌產品的形象及品牌代言人。

霸王集團建立了覆蓋全國的分銷及零售網絡，集團與分銷商及重點零售商維持堅固及穩定的合作關係。截至2009年12月31日止12個月，集團的分銷網絡包括586個霸王品牌分銷商、458個追風品牌分銷商，48個霸王品牌重點零售商及34個追風品牌重點零售商，覆蓋中國24個省份、4個直轄市以至香港、澳門與新加坡。回顧期內，集團產品已進入馬來西亞、緬甸及泰國等市場，海外銷售額約佔2009年整體銷售額之4.5%。

展望將來，集團將會繼續投放資源於開拓中草藥家庭及個人護理產品，以強化霸王集團的領導地位及進一步擴大市場份額。集團計劃在2010年4月推出一款新的中草藥飲料系列產品—霸王涼茶。甄子丹先生已被指定作為本品牌的形象大使。集團可能進一步在今年稍後推出一系列新的中草藥家居清潔產品。當這兩種新產品系列成功推向市場後，集團將擁有由個人護理用品、飲料、家庭護理這三類主要產品組成的綜合產品組合。

— 續 —



市場多元化是集團的另一個主要戰略。對於海外市場的發展，集團將在2010年進入汶萊和中東市場，並將繼續拓展海外國家的潛在市場。對於國內市場的發展，集團近期將產品銷售至兩個西部省份的地域範圍，即青海和寧夏，使分銷網絡幾乎覆蓋國內的每個省和/或直轄市。此外，集團將繼續拓展業務機會，可能涉及潛在收購相關家用個人護理產品業務以補充其現有業務或配合集團長期業務發展戰略的需要。

如招股書所披露，集團計劃租賃位於廣州白雲區建築面積約75,000平方米的新生產廠房。第一階段廠房設備可在2010年使用，預計洗髮護髮產品的年生產能力將增加約100,000公噸至200,000公噸。

此外，集團會繼續拓展上游原材料種植業務。集團近期在廣東省租用了一塊約500畝面積的土地用於種植中草藥。該土地的準備工作正在進行中。集團在2011年開展中草藥種植業務時，將採用「良好農業規範(GAP)」的概念對合約農民進行培訓和指導，藉此有效地擴大種植面積及增加中藥藥材的收割。預計最早可於2011年使用其自行種植的中草藥生產。

陳主席總結：「我們相信中國經濟將持續發展及增長，帶動消費意慾在2010年持續強勁，從而刺激市場對個人護理用品的需求。憑藉集團穩健的業務基礎及競爭優勢，我們將持續鞏固霸王在中國家用個人護理產品領域的領導地位。我們目標成為全球中草藥家用個人護理產品品牌的領軍企業，並為集團的投資者帶來最佳的回報。」

—完—

此新聞稿由博達國際（財經）公關有限公司代霸王國際（集團）控股有限公司發佈。
如有垂詢，請聯絡：

博達國際（財經）公關有限公司

陳卿青小姐	+852 3150 6760 / 9770 2950	keely.chan@pordafinance.com.hk
蕭慕潔小姐	+852 3150 6771 / 9316 8576	sharis.siu@pordafinance.com.hk
高詠詩小姐	+852 3150 6750 / 6025 0533	fiona.ko@pordafinance.com.hk
伍育慈小姐	+852 3150 6750 / 9158 5025	karina.ng@pordafinance.com.hk

傳真： +852 3150 6728

