



BaWang International (Group) Holding Limited

霸王國際(集團)控股有限公司

2012年度全年业绩发布





1 主要成就

2 财务概览

3 业务回顾

4 策略目标

5 问答时间

秘方粹取极地红花
重塑肌肤红润透白



HERBORN
美颜有方·本草堂





主要成就



主要措施和发展



自动化销售管理系统

卓越项目

双赢项目

绩效考核制度



霸王中药日化工业园正式投入运营

概况	➤ 霸王中药日化工业园位于广州市白云区，占地面积75,000平方米
设备	➤ 工业园拥有世界先进、国内领先的工艺流程以及检测系统，采用德国、日本最先进的设备，自主研发成中国第一条自动化程度最高的中草药洗发水生产线
愿景	➤ 打造「透明工厂」，发展为世界最大的中草药日化研发、生产和科普教育基地



中草药文化之旅



营销策略	<ul style="list-style-type: none">➤ 中草药文化之旅
活动简介	<ul style="list-style-type: none">➤ 形象大使韩庚先生带领来自全国的消费者游览霸王罗定中药种植园，聆听中草药知识课堂，参观中药日化工业园及全新生产流程
活动意义	<ul style="list-style-type: none">➤ 于消费者：加强对追风品牌的认知和信任➤ 于媒体及大众：提升品牌认可度及美誉度➤ 于公司：增强品牌亲和力，树立良好企业形象
荣誉认可	<ul style="list-style-type: none">➤ 获权威杂志「销售与市场」颁发「年度最佳人际互动奖」➤ 「2012中国互联网音乐营销奖」



情感营销—为爱洗一次头



情感营销	<ul style="list-style-type: none">▶ 霸王美丽行动 — 为爱洗一次头
活动简介	<ul style="list-style-type: none">▶ 通过为亲人、爱人、朋友洗一次头的活动，传达关爱的信息▶ 分别在广州、北京、上海等六大城市，于六大传统节日期间举行▶ 逾40位明星现身参与活动及线上宣传美发知识
整合传播	<ul style="list-style-type: none">▶ 新兴渠道：微电影、微博直播▶ 传统渠道：电视报纸、视频网站、网络媒体



荣誉奖项





财务概览



财务概览——主要损益表数据



(人民币千元)	2012年度	2011年度
营业额	555,955	888,909
销售成本	(343,906)	(544,154)
毛利	212,049	344,755
销售及分销成本	(635,029)	(872,339)
行政费用	(88,938)	(102,457)
营运亏损	(535,549)	(625,287)
所得税 (支出) / 抵扣	(82,605)	59,967
权益持有人应占亏损	(617,569)	(558,570)
每股基本盈亏 (人民币元)	(0.21)	(0.19)
毛利率	38.1%	38.8%
亏损率	-111.1%	-62.8%

运营表现分析



(人民币千元)	2012年度	2011年度	变化
营业额	555,955	888,909	-37.5%
减去：凉茶销售额	17,583	167,263	
调整后销售额 (不包括凉茶)	538,372	721,646	-25.4%

(人民币千元)	2012年度	2011年度	变化
营运亏损	(535,549)	(625,287)	-14.4%
减去：凉茶亏损	(98,506)	(86,851)	
调整后亏损 (不包括凉茶)	(437,043)	(538,436)	-18.8%

(人民币千元)	2012年度	2011年度	变化
营业亏损	(511,252)	(621,618)	-17.8%
营业外收入 / (支出)			
- 营业外收入	2,407	4,397	
- 营业外支出 (合计) — 附注	(26,121)	(1,316)	
除税前亏损	(534,965)	(618,537)	-13.5%
所得税冲回 / (抵扣) — 非现金	(82,605)	59,967	
除税后亏损净额	(617,569)	(558,570)	10.6%

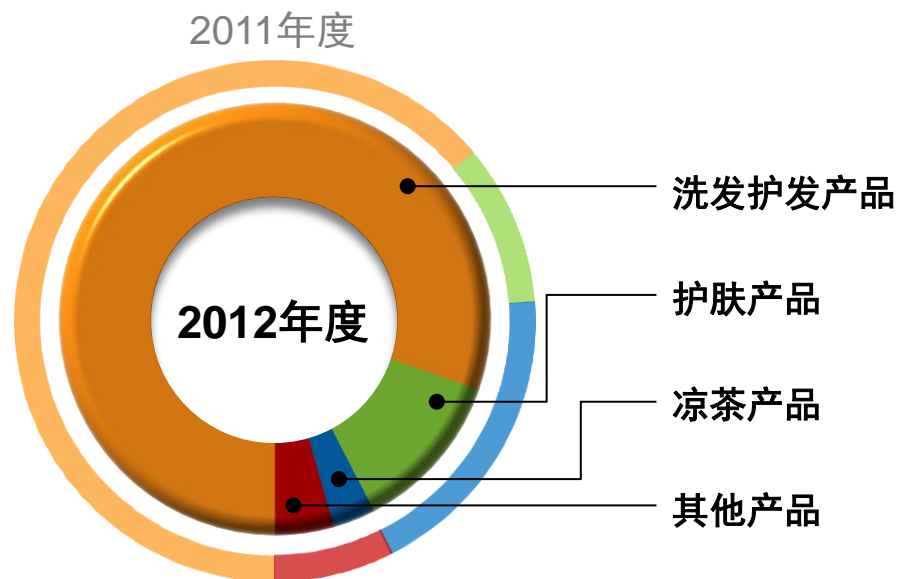
附注：营业外支出包括冲销固定资产约人民币2,510万元及慈善捐款人民币100万元。

财务概览：洗发水及护肤品



(人民币千元)	2012年度	2011年度
营业额	538,373	721,647
销售成本	(312,609)	(417,262)
毛利	225,764	304,385
销售及分销成本	(551,126)	(745,072)
行政费用	(65,505)	(78,127)
营运亏损	(414,813)	(523,525)
毛利率	41.9%	42.2%

收入按产品类别分析



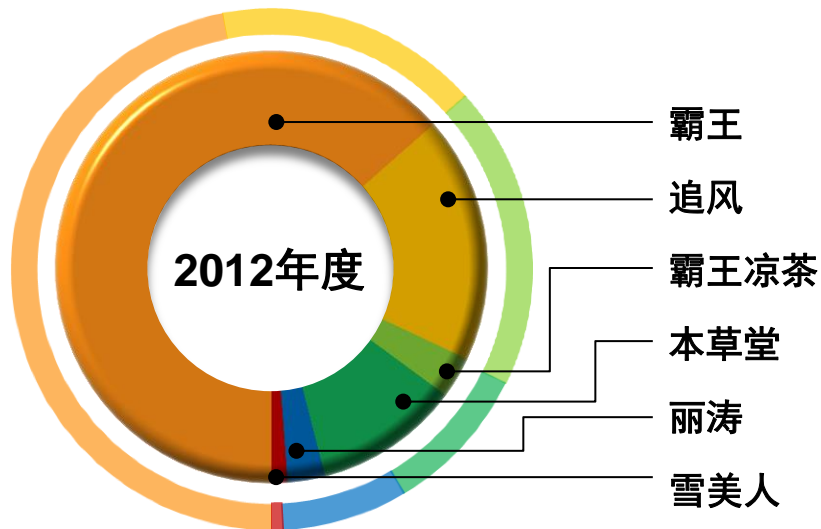
2012年度		2011年度	
(人民币千元)	%	(人民币千元)	%
446,666	80.3%	567,404	63.8%
67,308	12.1%	89,060	10.0%
17,583	3.2%	167,263	18.8%
24,398	4.4%	65,182	7.4%
555,955	100%	888,909	100%

(人民币千元)	2012下半年	2012上半年	2011下半年	2011上半年
洗发护发产品	225,428	221,238	319,195	248,209
护肤产品	35,400	31,908	47,552	41,508
凉茶产品	1,475	16,108	48,947	118,316
其他产品	4,951	19,447	33,372	31,810
合计	267,254	288,701	449,066	439,843

收入按品牌分析



2011年度

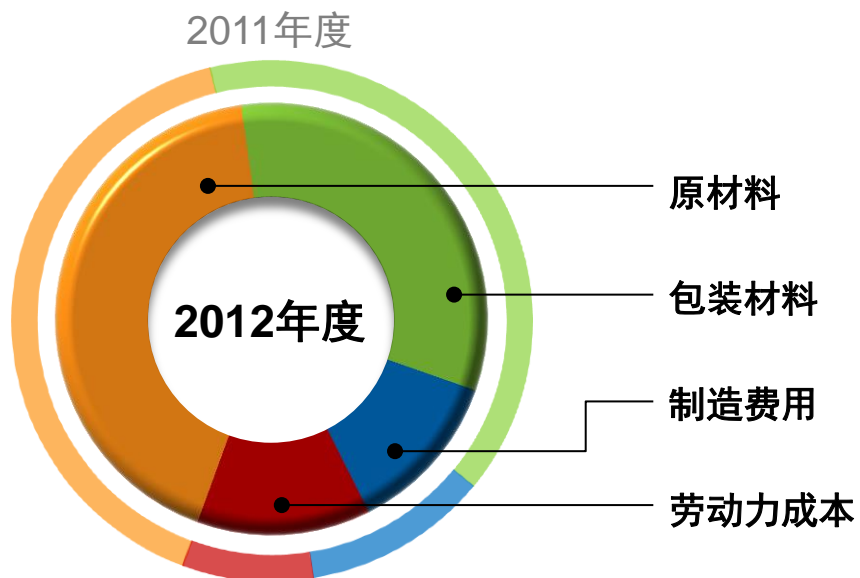


2012年度		2011年度	
(人民币千元)	%	(人民币千元)	%
352,785	63.5%	417,972	47.0%
102,896	18.5%	145,768	16.4%
17,583	3.1%	167,262	18.8%
60,694	10.9%	82,750	9.3%
15,383	2.8%	68,847	7.8%
6,614	1.2%	6,310	0.7%
555,955	100%	888,909	100%

(人民币千元)	2012下半年	2012上半年	2011下半年	2011上半年
霸王	193,705	159,080	271,239	146,733
追风 ⁽¹⁾	38,946	63,950	60,998	84,770
本草堂 ⁽²⁾	31,759	28,935	43,955	38,795
丽涛 ⁽³⁾	(2,413)	17,796	20,330	48,517
雪美人	3,782	2,832	3,598	2,712
霸王凉茶 ⁽⁴⁾	1,475	16,108	48,946	118,316
合计	267,254	288,701	449,066	439,843

注：1. 于2009年5月推出市场；2. 于2009年12月推出市场；3. 于2010年10月推出新品系列；4. 于2010年4月推出市场

销售成本细分



	2012年度	2011年度
	%	%
原材料	42.2%	40.6%
包装材料	32.6%	39.8%
制造费用	12.2%	11.5%
劳动力成本	13.0%	8.1%
合计	100%	100%

(人民币千元)	2012年度	2011年度	变化
● 原材料	144,998	220,816	-34.3%
● 包装材料	112,281	216,330	-48.1%
● 制造费用	41,840	62,721	-33.3%
● 劳动力成本	44,787	44,287	+1.1%
合计	343,906	544,154	-36.8%

运营费用分析



- 成功降低成本
- 努力控制成本，改善经营状况

(人民币千元)	2012年度	2011年度	2012下半年	2012上半年	2011下半年	2011上半年
销售及分销成本	635,029	872,339	314,039	320,990	413,782	458,557
– 广告	141,710	313,578	64,560	77,150	161,150	152,428
– 市场推广及工资	384,249	438,188	194,958	189,291	191,619	246,569
– 其他销售费用 (包括新品发布费用、 会议费用)	109,070	120,573	54,521	54,549	61,013	59,560
管理费用	88,938	102,457	40,667	48,271	57,720	44,737
– 研发费用	23,487	33,818	7,442	16,045	21,735	12,083
费用合计	723,967	974,796	354,706	369,261	471,502	503,294

财务状况



(人民币千元)	2012年度	2011年度
净贸易应收款项天数	79天	94天
贸易应付款项天数	66天	42天
存货周转天数	94天	66天

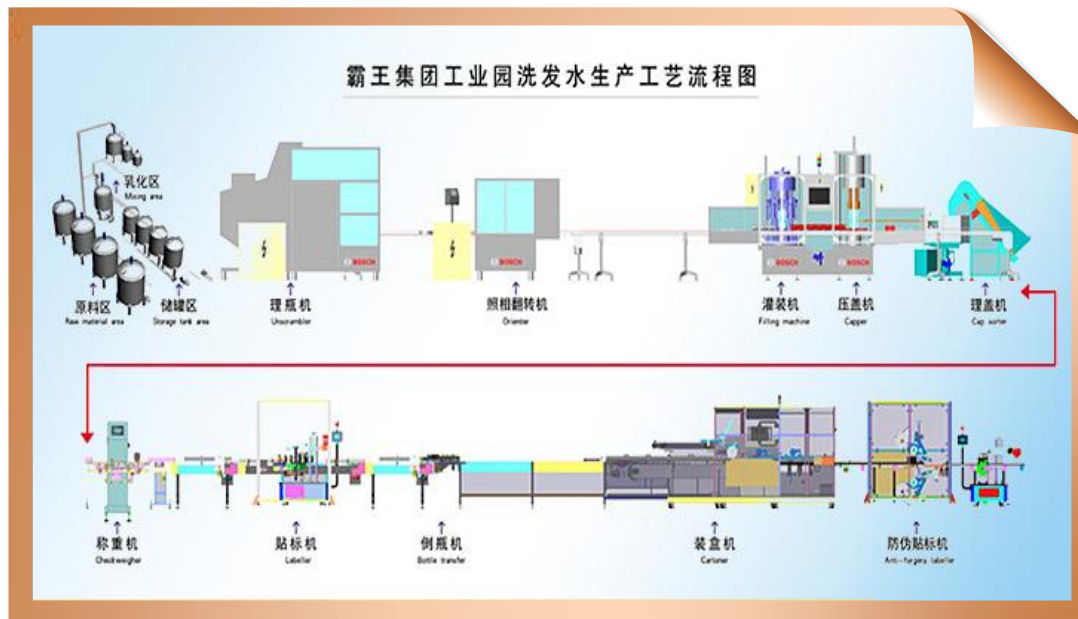
现金及现金等价物	224,608	602,672
流动资产	429,406	973,752
流动负债	337,921	215,211
净资产	412,669	1,028,842
流动比率	1.3倍	4.5倍



资本开支计划



2013年资本开支预计为人民币4千万元





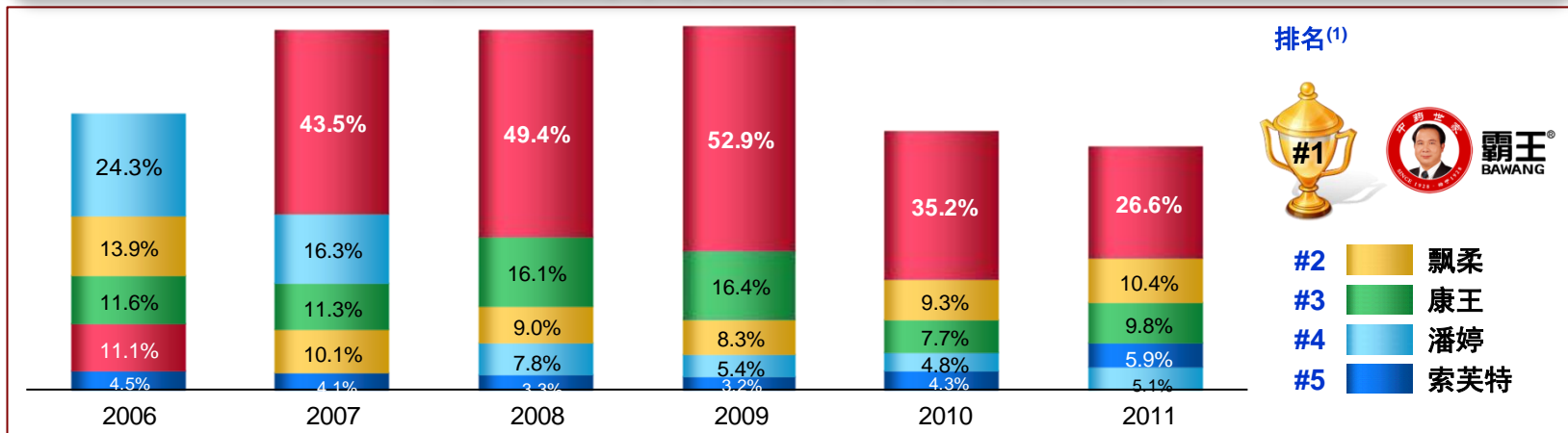
业务回顾



市场份额



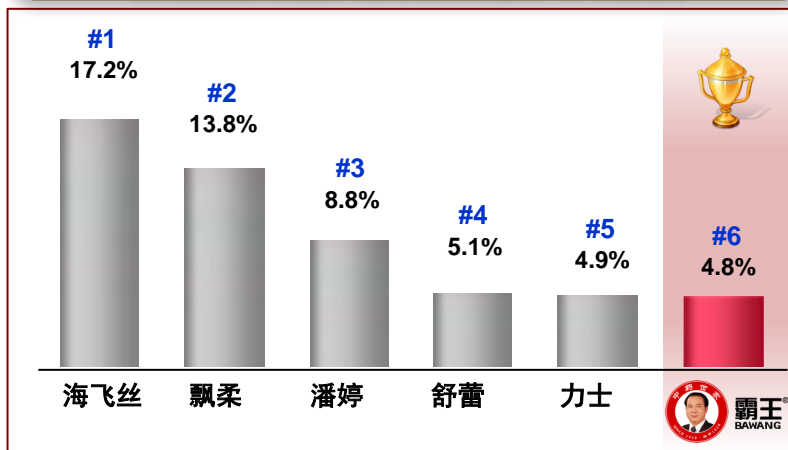
霸王2011年中草药洗发水市场份额占26.6%



数据来源: Euromonitor

注: 于2011年中草药洗发水品牌的市场占有率

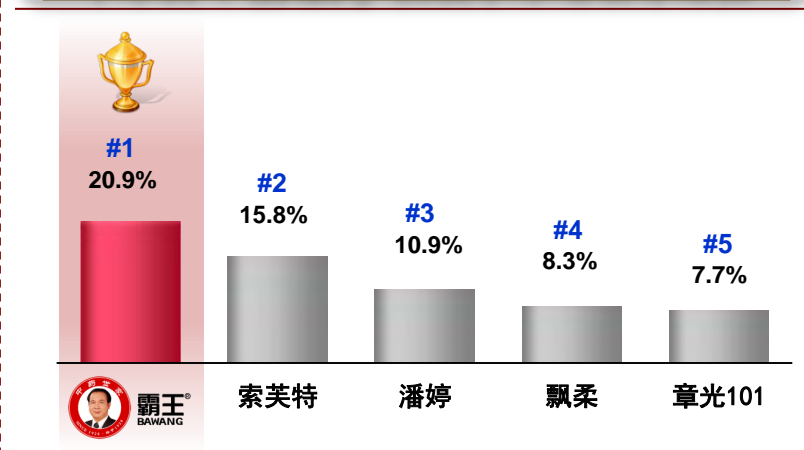
霸王成为国内洗发水第六大品牌



数据来源: Euromonitor

注: 2011年的排名

中草药「防脱」洗发水市场领导地位



多元化的品牌和产品组合



	推出时间	主要产品类别	2013年品牌策略
中草药概念产品			
 霸王 (Bawang)	1998年	中草药洗发水、防脱护发产品及其他个人护理产品	提升品牌美誉度及品质 力推女士防脱系列，滋补系列全面升级
 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
 霸王凉茶 (Bawang Herbal Tea)	2010年4月	凉茶产品	维持最低开支，保持品牌延续
天然植物概念产品			
 丽涛 (Litao)	2001年推出 2010年10月重塑品牌	洗发水、护发产品及其他个人护理产品	主推沐浴产品，在流通渠道推广
 雪美人 (Smerry)	2004年推出 2012年5月重塑品牌	护肤产品	打造鲜活玫瑰花瓣水为明星产品

霸王女士防脱洗发水



新品上市	<ul style="list-style-type: none">➤ 2012年8月推出霸王女士防脱洗发水和修复润发精华素➤ 滋补系列将全面升级
产品定位	<ul style="list-style-type: none">➤ 天然、温和、健康、含中草药成分的女士防脱品牌
目标人群	<ul style="list-style-type: none">➤ 职业白领及家庭主妇
品牌策略	<ul style="list-style-type: none">➤ 传承祖传秘方精髓，并与广州中医药大学联合升级研发➤ 产品线全面优化，产品品质全面提升



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"> ➤ 中药养发，天然健康 ➤ 配方源自四个入选广东岭南中药文化遗产保护名录的祖传秘方 ➤ 全国性促销活动「五大实力成就冠军品质」，提升品牌影响力
<p>品牌代言</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 成龙先生 MBE, SBS 及韩国巨星金喜善小姐
<p>销售网络</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 霸王品牌拥有488个经销，46个KA客户，销售网络覆盖国内26个省和4个直辖市；海外市场包括香港、澳门、新加坡、缅甸、泰国、马来西亚、文莱和澳大利亚





追风洗发护发系列

产品定位及推广主题	<ul style="list-style-type: none">▶ 年轻时尚、专业去屑、天然健康的中高端洗发护发产品▶ 「中药去屑 年轻时尚」▶ 「去头屑 养头皮 一次做到」
产品升级	<ul style="list-style-type: none">▶ 新产品采用新配方、新香型、新包装▶ 推出多效水润系列和防掉发系列新品
品牌代言	<ul style="list-style-type: none">▶ 流行歌手韩庚先生
品牌策略	<ul style="list-style-type: none">▶ 多样化创新网络宣传，明星活跃互动▶ 提高品牌知名度，重塑品牌形象
销售网络	<ul style="list-style-type: none">▶ 拥有440个经销商，45个KA客户，销售网络覆盖国内26个省和4个直辖市，已在新加坡市场销售



本草堂中草药护肤品牌



产品定位及推广主题	<ul style="list-style-type: none"> 品牌新形象定位为“美颜有方”，针对中高端中草药护肤产品市场 红润透白，闪耀中国美
品牌代言	<ul style="list-style-type: none"> 乐坛天后王菲小姐
新品上市	<ul style="list-style-type: none"> 本草堂贵妃系列：高端奢华、精致典雅
营销策略	<ul style="list-style-type: none"> 开拓销售网络，提高单店销量 三度成为世界小姐中国区总决赛「唯一指定护肤品」合作伙伴
荣誉认可	<ul style="list-style-type: none"> 红润透白养颜精华霜获得2012年“美伊奖”新品桂冠 2012PClady&天猫美容馆时尚盛典口碑奖
销售网络	<ul style="list-style-type: none"> 拥有108个经销商，11个KA客户，销售网络覆盖国内27个省和4个直辖市，已在香港市场销售





<p>新品上市</p>	<p>➤ 2012年7月推出四大系列： 鲜活玫瑰美白、鲜活芦荟嫩白补水、雪莲晶莹透白、深层洁净</p>
<p>产品定位</p>	<p>➤ 打造鲜活植物透白护肤的品牌形象，满足消费者天然健康的护肤需求</p>
<p>品牌策略</p>	<p>➤ 打造鲜活玫瑰花瓣水为明星产品</p>
<p>品牌代言</p>	<p>➤ 新生代清纯靓丽女星景甜小姐</p>



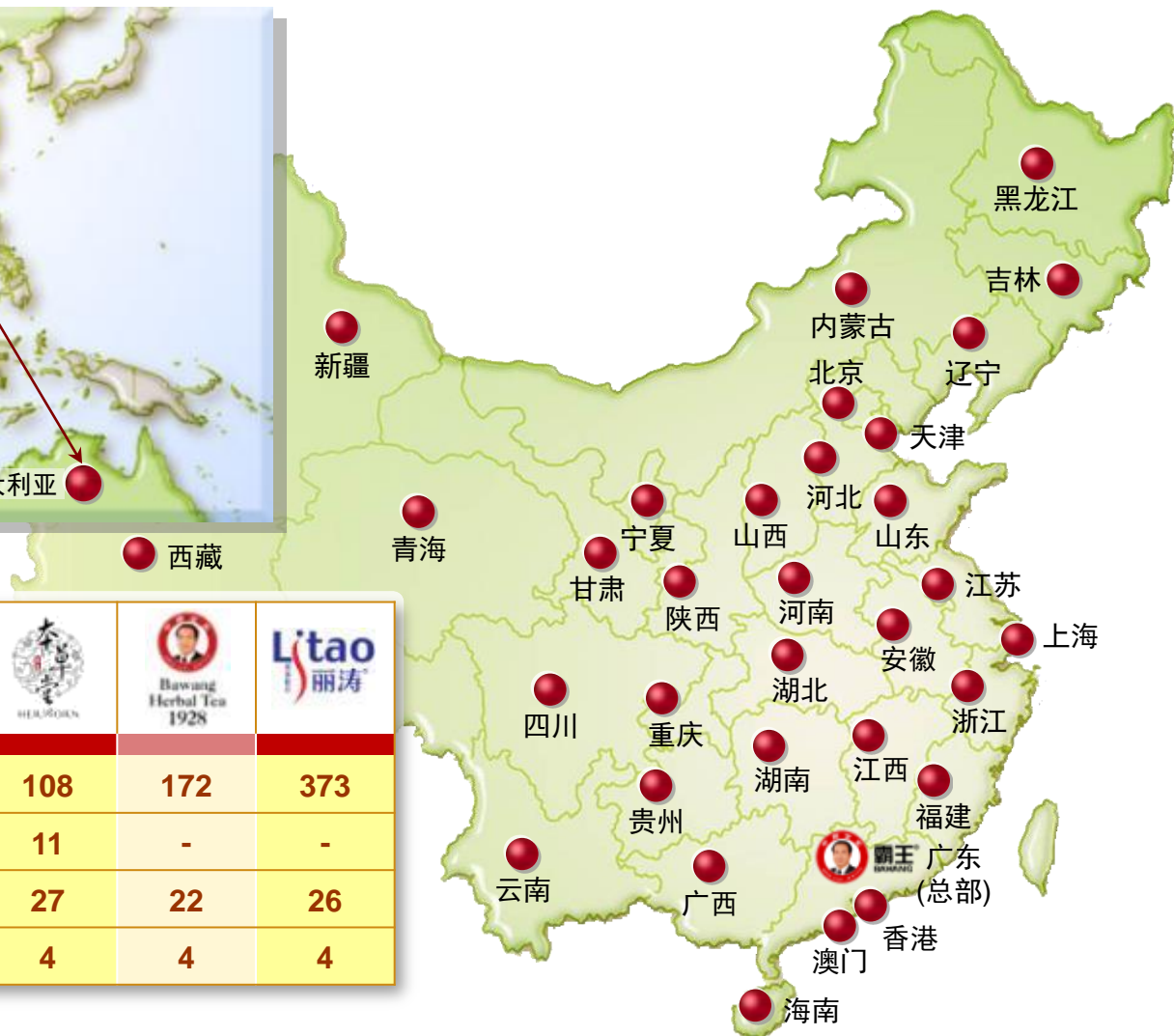
霸王凉茶








推广活动	➤ 2012年环崇明岛女子国际公路自行车赛的凉茶指定供应商
销售网络	➤ 拥有172个经销商，销售网络覆盖国内22个省和4个直辖市
品牌代言	➤ 国际巨星甄子丹先生



深化国内分销及零售网络，进一步开拓海外市场



截至2012年 12月31日					
分销商	488	440	108	172	373
KA零售商	46	45	11	-	-
省份	26	26	27	22	26
直辖市	4	4	4	4	4

注：公司还通过香港、澳门、新加坡、泰国、缅甸、马来西亚、汶莱、澳大利亚的分销商销售产品。霸王洗发护发产品稍后将在越南和印尼推出。

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五项有关中草药液提取制备方面的专利证书以及一项中药清润无糖饮料及其制备方面的专利证书
- 集团于2012年10月获广州市经贸局认定为广州市市级企业技术中心；并于同年12月通过广州市科信局项目验收，被认定为广州市中草药日化重点工程技术研究中心
- 2012年研发总开支为人民币2,348.7万元



广泛及多元化之市场营销策略





策略目标



战略目标



短期目标

提升投资者信心

继续组建在国内外家庭及
个人护理行业拥有丰富经验
的管理团队

恢复销售增长和盈利水平



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的策略

建立可持续发展模式
提升竞争能力



问答环节

