



BaWang International (Group) Holding Limited

霸王國際(集團)控股有限公司

壬辰年春月
啟源

2011年度全年业绩发布 2011 Annual Results Announcement





1. 主要成就

2. 财务概览

3. 业务回顾

4. 未来策略

5. 问答时间



BaWang International (Group) Holding Limited

霸王國際(集團)控股有限公司

壬辰年春月
啟源本

主要成就





主要成就

- 集团三大系列产品 – “霸王防脱系列洗发液”、“霸王乌发系列洗发水”、“追风去屑系列洗发水” 被广东省科学技术厅认定为「广东省高新技术产品」



- 成功推出防脱、乌发和滋补三大系列产品



- 集团拥有六项技术获国家知识产权局颁发国家发明专利证书



- 与广州中医药大学合作，成立中草药日化药理药效研究联合实验室





主要成就 (续)

- “凉茶清润饮料的研究开发及产业化”项目荣获“2009-2011年广东食品行业科学技术奖”；霸王凉茶荣获广东省食品行业协会颁发的“广东省凉茶行业领军品牌”奖



- 主席陈啟源先生被广东省文化厅授予「凉茶项目省级非物质文化遗产代表性传承人」称号；被广东省食品行业协会评为“广东省食品行业领军人物”



- 首席执行官万玉华女士被授予“广东省医药行业著名企业家”、“2009-2011年广东省食品行业科学技术奖自主创新企业家”及“2009-2011年食品工业科技进步先进科技带头人”的荣誉称号



- 霸王(广州)有限公司被评为“广东省医药行业杰出贡献企业”霸王(中国)饮料有限公司被评为“广东省食品行业杰出贡献企业”





优化管理效率

聘请美世咨询 (Mercer Consulting) 为集团的顾问，
有利于提升业务流程，优化供应链和人力资源的管理



从国际知名消费品公司选聘
多名具跨国经验之营销精英

从国际知名消费品公司聘请资深研发人员，
增强整体研发实力，提升产品品质



BaWang International (Group) Holding Limited

霸王國際(集團)控股有限公司

壬辰年春月
啟源本

財務概覽





财务概览：主要损益表数据

| | 2011 | 2H2011 | 1H2011 | 2010 |
|---------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| (人民币千元) | 截至12月31日止年度 | 截至12月31日止6个月 | 截至6月30日止6个月 | 截至12月31日止年度 |
| 营业额 | 888,909 | 449,066 | 439,843 | 1,475,355 |
| 销售成本 | (544,154) | (241,328) | (302,826) | (564,017) |
| 毛利 | 344,755 | 207,738 | 137,017 | 911,338 |
| 销售及分销成本 | (872,339) | (413,782) | (458,557) | (941,811) |
| 行政费用 | (102,457) | (57,720) | (44,737) | (101,511) |
| 营运亏损 | (625,287) | (261,644) | (363,643) | (131,573) |
| 所得税抵扣 | 59,967 | 2,374 | 57,593 | 16,160 |
| 权益持有人应占亏损 | (558,570) | (263,714) | (294,856) | (117,971) |
| 每股基本盈亏 (人民币元) | (0.19) | (0.09) | (0.10) | (0.04) |
| 毛利率 | 38.8% | 46.3% | 31.2% | 61.8% |
| 亏损率 | -62.8% | -58.7% | -67.0% | -8.0% |



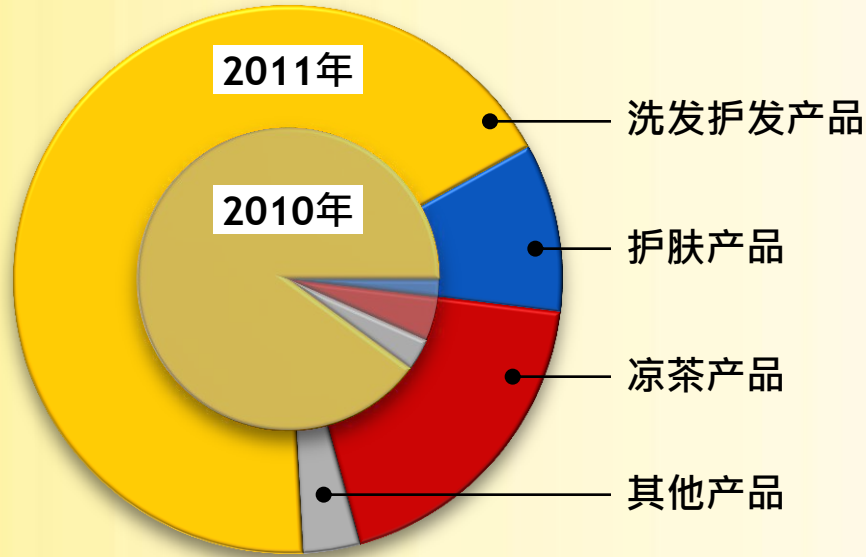
生产管理维持稳健

| | 2011 | 2H2011 | 1H2011 | 2010 |
|---------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| (人民币千元) | 截至12月31日止年度 | 截至12月31日止6个月 | 截至6月30日止6个月 | 截至12月31日止年度 |
| 营业额 | 888,909 | 449,066 | 439,843 | 1,475,355 |
| 销售成本 | (544,154) | (241,328) | (302,826) | (564,017) |
| 毛利 | 344,755 | 207,738 | 137,017 | 911,338 |
| 毛利率 (A) | 38.8% | 46.3% | 31.2% | 61.8% |
| 调节： | | | | |
| 销售成本 | (544,154) | (241,328) | (302,826) | (564,017) |
| 减去：存货拨备 (B) | (48,364) | 28,220 | (76,584) | (10,811) |
| 销售及分销成本 (经调整) | (495,790) | (269,548) | (226,242) | (553,206) |
| 毛利 (经调整) | 393,119 | 179,518 | 213,601 | 922,149 |
| 毛利率 (经调整) (C) | 44.2% | 40.0% | 48.6% | 62.5% |

1. 2011年存货拨备金额 : 人民币48.4百万
2. 产品组合调整 : 霸王凉茶占整体营业额18.8%
3. 分销渠道调整 : 零售及分销商



收入按产品类别分析

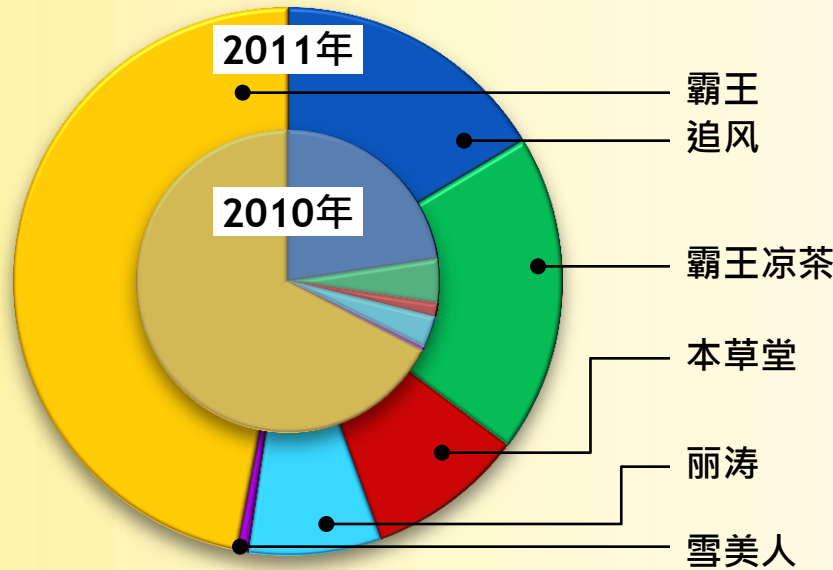


| | 2011 | | 2010 | |
|--------|---------|-------|-----------|-------|
| | (人民币千元) | % | (人民币千元) | % |
| 洗发护发产品 | 567,404 | 63.8% | 1,328,079 | 90.0% |
| 护肤产品 | 89,060 | 10.0% | 27,272 | 1.9% |
| 凉茶产品 | 167,262 | 18.8% | 69,757 | 4.7% |
| 其他产品 | 65,183 | 7.4% | 50,247 | 3.4% |

| | 2011 | 2H2011 | 1H2011 | 2010 |
|----------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| (人民币千元) | 截至12月31日止年度 | 截至12月31日止6个月 | 截至6月30日止6个月 | 截至12月31日止年度 |
| ● 洗发护发产品 | 567,404 | 319,195 | 248,209 | 1,328,079 |
| ● 护肤产品 | 89,060 | 47,553 | 41,507 | 27,272 |
| ● 凉茶产品 | 167,262 | 48,946 | 118,316 | 69,757 |
| ● 其他产品 | 65,183 | 33,372 | 31,811 | 50,247 |
| 合计 | 888,909 | 449,066 | 439,843 | 1,475,355 |



收入按品牌分析



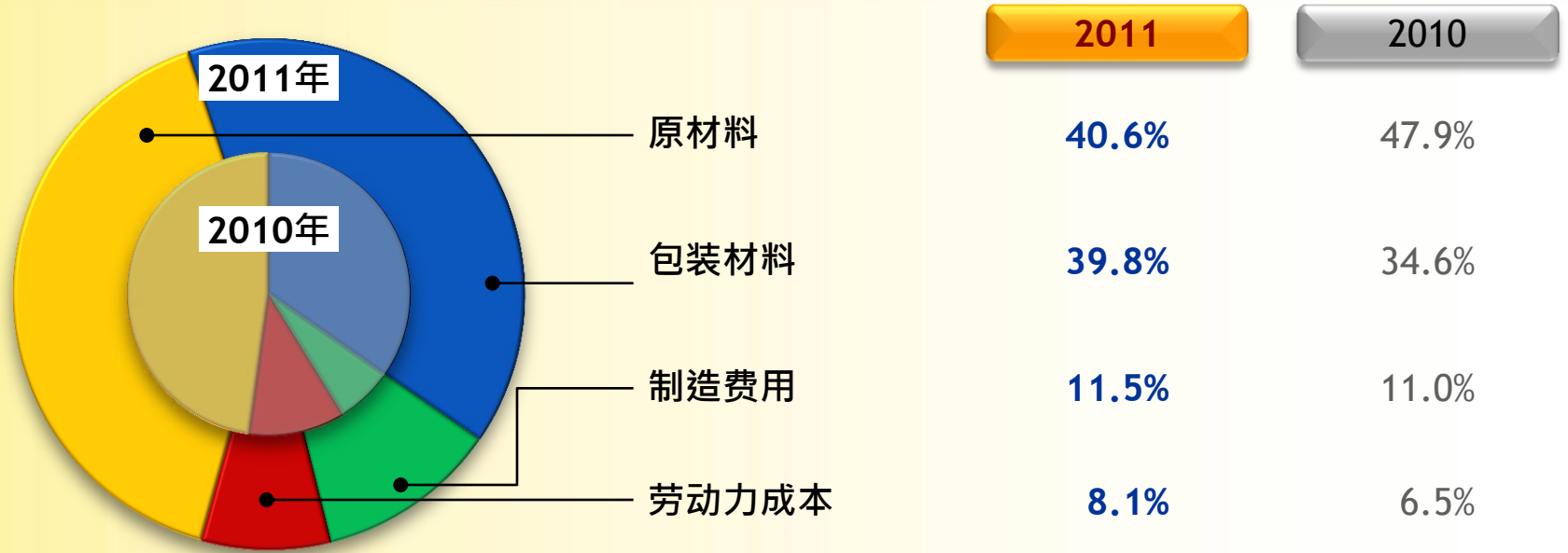
| 2011 | | 2010 | | |
|---------|---------|---------|---------|-------|
| (人民币千元) | % | (人民币千元) | % | |
| 霸王 | 417,972 | 47.0% | 993,817 | 67.4% |
| 追风 | 145,768 | 16.4% | 333,449 | 22.6% |
| 霸王凉茶 | 167,262 | 18.8% | 69,757 | 4.7% |
| 本草堂 | 82,750 | 9.3% | 21,822 | 1.5% |
| 丽涛 | 68,847 | 7.8% | 51,060 | 3.4% |
| 雪美人 | 6,310 | 0.7% | 5,450 | 0.4% |

| | 2011 | 2H2011 | 1H2011 | 2010 |
|---------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| (人民币千元) | 截至12月31日止年度 | 截至12月31日止6个月 | 截至6月30日止6个月 | 截至12月31日止年度 |
| 霸王 | 417,972 | 271,239 | 146,733 | 993,817 |
| 追风 ⁽¹⁾ | 145,768 | 60,998 | 84,770 | 333,449 |
| 霸王凉茶 ⁽²⁾ | 167,262 | 48,946 | 118,316 | 69,757 |
| 本草堂 ⁽³⁾ | 82,750 | 43,955 | 38,795 | 21,822 |
| 丽涛 ⁽⁴⁾ | 68,847 | 20,330 | 48,517 | 51,060 |
| 雪美人 | 6,310 | 3,598 | 2,712 | 5,450 |
| 合计 | 888,909 | 449,066 | 439,843 | 1,475,355 |

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



销售成本细分



| | 2011 | | 2H2011 | | 1H2011 | | 2010 | |
|---------|-------------|--------|--------------|--------|-------------|--------|-------------|--------|
| | 截至12月31日止年度 | | 截至12月31日止6个月 | | 截至6月30日止6个月 | | 截至12月31日止年度 | |
| | (人民币千元) | 占比 | (人民币千元) | 占比 | (人民币千元) | 占比 | (人民币千元) | 占比 |
| ● 原材料 | 220,816 | 40.6% | 88,586 | 36.7% | 132,230 | 43.7% | 269,973 | 47.9% |
| ● 包装材料 | 216,330 | 39.8% | 105,774 | 43.8% | 110,556 | 36.5% | 195,491 | 34.6% |
| ● 制造费用 | 62,721 | 11.5% | 25,501 | 10.6% | 37,220 | 12.3% | 61,952 | 11.0% |
| ● 劳动力成本 | 44,287 | 8.1% | 21,467 | 8.9% | 22,820 | 7.5% | 36,601 | 6.5% |
| 总计 | 544,154 | 100.0% | 241,328 | 100.0% | 302,826 | 100.0% | 564,017 | 100.0% |



运营费用分析

- 增加的销售及分销成本收入主要是由于提升新产品线的品牌知名度
- 为了恢复消费者在二恶烷事件后对公司产品的信心，而导致市场推广费用的增加

| | 2011 | 2H2011 | 1H2011 | 2010 |
|---------------------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| (人民币千元) | 截至12月31日止年度 | 截至12月31日止6个月 | 截至6月30日止6个月 | 截至12月31日止年度 |
| 销售及分销成本 | 872,339 | 413,782 | 458,557 | 941,811 |
| - 广告 | 313,578 | 161,150 | 152,428 | 378,817 |
| - 市场推广及工资 | 438,188 | 191,619 | 246,569 | 478,668 |
| - 其他销售费用 (包括新品发布费用、 会议费用) | 120,573 | 61,013 | 59,560 | 84,326 |
| 管理费用 | 102,457 | 57,720 | 44,737 | 101,511 |
| - 研发费用 | 33,818 | 21,735 | 12,083 | 40,164 |
| 费用合计 | 974,796 | 471,502 | 503,294 | 1,043,322 |



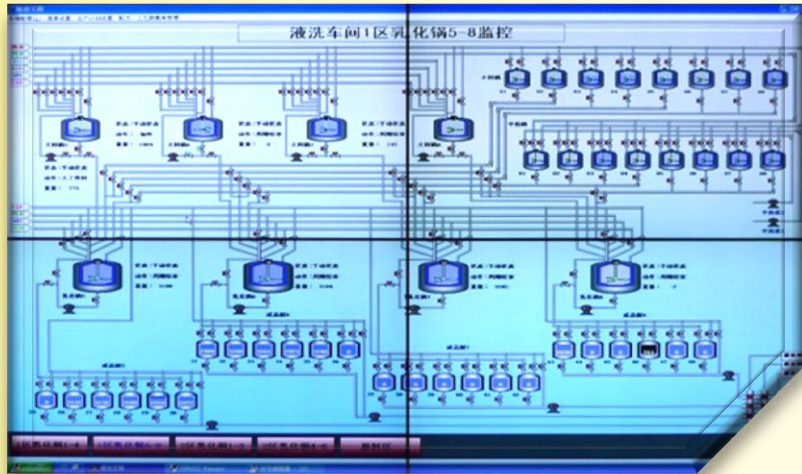
财务状况

| | 2011 | 2010 |
|-----------|-------------|-------------|
| (人民币千元) | 截至12月31日止年度 | 截至12月31日止年度 |
| 净贸易应收款项天数 | 94天 | 85天 |
| 贸易应付款项天数 | 42天 | 56天 |
| 存货周转天数 | 66天 | 47天 |
| 现金及现金等价物 | 602,672 | 1,186,544 |
| 流动资产 | 973,752 | 1,943,712 |
| 流动负债 | 215,211 | 441,943 |
| 净资产 | 1,028,842 | 1,589,400 |
| 流动比率 | 4.5倍 | 4.4倍 |



资本开支计划

2012年资本开支预计为人民币0.75亿元





BaWang International (Group) Holding Limited

霸王國際(集團)控股有限公司

壬辰年春月
敬源本

业务回顾





多元化的品牌和产品组合

| 品牌 | 进入市场年份 | 主要产品类别 | 目标客户 |
|---|----------|--------------------------|-------|
| 中草药产品 | | | |
|  霸王 (Bawang) | 1998年 | 中草药洗发水、 护发产品及其他个人护理产品 | 中高端市场 |
|  追风 (Royal Wind) | 2009年5月 | 中草药去屑 洗发及护发、美发产品 | |
|  本草堂 (Herborn) | 2009年12月 | 中草药护肤产品 | |
|  霸王凉茶 (Bawang Herbal Tea) | 2010年4月 | 凉茶产品 | |
| 天然植物产品 | | | |
|  丽涛 (Litao) | 2001年 | 洗发水、护发产品及 其他个人护理产品 | 中低端市场 |
|  雪美人 (Smerry) | 2004年 | 护肤产品 | |



成功推出新产品 — 乌发及滋补系列

- 在2011年6月推出乌发固发洗发液及滋补修复洗发精华素
- 通过现代化科技将传统中草药与现代护理品相结合，为消费者带来「黑润新生、乌黑浓密」的健康秀发
- 集团推出的滋补系列主要针对女性消费者，弥补霸王洗发水主要针对男性市场空缺的市场份额
- 邀请韩国巨星金喜善担任乌发及滋补系列新代言人





成功推出升级产品 — 防脱系列

- 在2011年6月推出升级防脱系列
- 配方源自四个入选广东省岭南中药文化遗产保护名录的祖传秘方
- 继续邀请成龙先生代言升级防脱系列产品
- 截至2011年12月31日，霸王品牌拥有543个经销，51个KA客户，销售网络覆盖国内27个省和4个直辖市。香港、澳门、新加坡、缅甸、泰国、马来西亚、文莱和澳大利亚均有销售





追风洗发护发系列



- 追风系列定位于年轻时尚、天然专业去屑及中高端洗护发产品市场
- 2011年全年销售额约人民币1.46亿元
- 委任流行歌手韩庚先生担任品牌代言人
- 截至2011年12月31日，追风品牌拥有461个经销商，49个KA客户，销售网络覆盖国内27个省和4个直辖市，已在新加坡市场销售





霸王凉茶

- “凉茶清润饮料的研究开发及产业化”项目获得“2009-2011年广东省食品行业科学技术奖”；霸王凉茶获“广东省凉茶行业领军品牌”奖
- 2011年全年销售额约人民币1.67亿元
- 国际巨星甄子丹先生继续担任品牌代言人
- 截至2011年12月31日，霸王凉茶拥有491个经销商，销售网络覆盖国内26个省和4个直辖市





本草堂中草药护肤品牌

- 定位于中高端中草药护肤产品市场
- 2011年全年销售额约人民币8,275.0万元
- 成为第61界世界小姐中国区总决赛唯一指定护肤品
- 销售网络进一步建立，已成功进入香港市场，并在国内的百货公司、国际超级市场及化妆品专营店销售
- 截至2011年12月31日，本草堂品牌拥有105个经销商，15个KA客户，销售网络覆盖国内27个省和4个直辖市





雪美人





- 2011年全年销售额约人民币631.0万元
- 邀请新生代清纯亮丽女星景甜为代言人
- 建立天然植物护肤品牌，传达自信活力、时尚年轻的品牌形象，倡导健康积极环保的生活理念





深化国内分销及零售网络，进一步开拓海外市场



| 截至2011年6月30日 |  |  |  |  |  |
|--------------|---|--|--|--|--|
| 分销商 | 543 | 461 | 105 | 491 | 379 |
| KA零售商 | 51 | 49 | 15 | - | - |
| 省份 | 27 | 27 | 27 | 26 | 26 |
| 直辖市 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

注：1. 公司还通过香港及澳门、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

2. 截至2011年12月31日



推动中草药科研及日化产品开发

- 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
- 集团已成功研发了旱墨莲苷类化合物的提取方法，并被确认为广州市科学技术成果；同时还成功实现了其中药功能成分在防脱育发洗发水中的产业化应用，并达到国内领先水平
- 集团拥有多项在中草药液提取及制备方面的科学技术成果，并获得国家发明专利证书
- 2011年全年研发总开支为人民币3,382.0万元





广泛及多元化之市场营销策略

全面覆盖：

全国的报纸、电视频道、互联网络以及户外媒体





BaWang International (Group) Holding Limited

霸王國際(集團)控股有限公司



未来战略





未来战略



继续奉行品牌及
产品多样化的策略



继续加强各品牌产品的
推广力度



延伸至上游业务以确保
原材料的供应与质量



霸王®
BAWANG



进一步拓展国内
及海外分销网络



按照原定计划
逐步扩充产能



加强产品研发能力
及质量监控



霸王®
BAWANG

**成为全球中草药
家庭及个人护理产品领军企业**



BaWang International (Group) Holding Limited

霸王國際(集團)控股有限公司

壬辰年
秋
啟源
和

问答时间