

概 要

概 覽

我們的霸王品牌是中國整體洗髮液市場的龍頭中國品牌。根據 Euromonitor 的數據顯示，按零售銷售額而言，在所有中國品牌中，我們的霸王品牌在中國整體洗髮液市場擁有最大的市場佔有率，於二零零七年及二零零八年上半年分別約為6.2%及7.6%。我們主要設計、製造及營銷霸王品牌中草藥洗髮液及護髮產品，以及設計、製造及營銷護膚產品和其他產品，例如牙膏及沐浴露。

我們建立的霸王品牌於二零零七年獲授予中國馳名商標，並成功在與其他對手的競爭中脫穎而出，成為中國中草藥洗髮液市場的龍頭品牌。根據 Euromonitor 的數據顯示，按零售銷售額而言，我們的霸王品牌於二零零六年、二零零七年及二零零八年上半年的市場佔有率分別約為24.3%、43.5%及46.3%。中國消費者對於健康及生活方式的日益關注，而此情況(其中包括)帶動了中草藥洗髮液的需求增加。我們相信，我們處於市場上有利位置，有能力滿足消費者不斷轉變的喜好及市場不斷增加的需求。

我們相信，我們的其中一項核心競爭優勢是我們能提供優質的中草藥家用個人護理產品以滿足消費者的需求。我們已推出各種中草藥家用個人護理產品，以迎合不同消費群的需要及需求。我們不斷提升現有產品以及開發新產品。我們亦(i)與中國的大學合作開發新技術及知識，例如精華提取方面；及(ii)與中國一家學會合作，其向我們提供生產中草藥洗髮液的技術支援。我們相信，持續致力研究及開發能有助維持及增強我們在市場上的領導地位、競爭力及盈利能力。

我們一般通過分銷商及零售商銷售產品。於二零零八年十二月三十一日，我們廣泛的分銷及零售網絡包括567個分銷商及46個重點零售商，覆蓋中國24個省份和4個直轄市及香港、澳門與新加坡。我們於二零零八年在香港、澳門及新加坡推出我們的產品，並預期於二零零九年在馬來西亞、緬甸及泰國推出我們的產品。憑藉我們在中國中草藥洗髮液市場的龍頭地位，我們有意繼續將業務拓展至中國大陸以外的其他市場，例如台灣。

我們相信，我們在中國整體洗髮液市場的中國品牌當中及中國中草藥洗髮液市場中處於龍頭地位，主要歸功於我們的創新及多元化營銷策略。我們專注的營銷及推廣團隊負責設計及推廣我們的品牌及產品，並制定我們的營銷策略。我們已透過以下各種渠道實行我們的營銷策略：(i)電視廣告及贊助電視節目；(ii)於報章、雜誌、互聯網、公共交通工具、廣告牌、橫幅及售貨亭刊登廣告；(iii)策略性挑選合適的名人作為我們的品牌代言人；(iv)經常組織店內營銷及推廣活動及路演；及(v)參加有關中草藥活動，藉此營銷我們的產品。

概 要

我們於往績紀錄期間一直迅速增長。我們的收益及淨溢利於二零零六年至二零零八年分別以年均複合增長率89.7%及55.9%增長。截至二零零六年、二零零七年及二零零八年十二月三十一日止年度，我們的收益分別為人民幣392.4百萬元、人民幣921.7百萬元及人民幣1,411.2百萬元。我們於同期的淨溢利分別為人民幣116.0百萬元、人民幣181.3百萬元及人民幣281.8百萬元。

近期發展

全球資本及信貸市場自二零零七年下半年開始受壓，而於二零零八年下半年所承受的壓力持續及大幅增加。對信貸的供應及其成本、美國按揭市場、能源成本、通脹及美國房地產市場下調的關注導致全球未來經濟及金融市場的波動及預期縮減。此等因素連同業務及消費者信心下滑以及美國及歐洲失業率上升均引發全球衰退及消費者需求下跌。

中國及國際股票市場亦出現大幅波動。此等事宜及持續劇變導致中國經濟放緩及消費者信心下滑，從而影響整體消費者的消費意欲及對消費品的需求。截至二零零九年四月三十日止四個月，與二零零八年同期相比，我們的收益及溢利水平因經濟衰退而下跌。有關詳情，請參閱本文件中「財務資料—近期發展」一節。由於我們的產品需求與中國及中國大陸以外其他市場的消費水平有直接關係，我們的收益及溢利水平可能會繼續受到不利影響。有關詳情，亦請參閱本文件中「風險因素—目前全球市場波動及經濟下滑可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響」一節。

我們的競爭優勢

我們相信，我們的成功及未來前景有賴以下各項競爭優勢：

- 在中國高速發展的中草藥洗髮液市場上的市場領導地位
- 獨特的品牌定位及家喻戶曉的品牌知名度
- 產品研究及開發實力雄厚及致力於質量監控
- 完善覆蓋全國的分銷及零售網絡
- 創新及有效的品牌打造及多方面的營銷策略
- 經驗豐富、盡責及創新的管理團隊實現增長及盈利能力的往績卓越

策略

我們的目標是成為全球中草藥家用個人護理產品品牌的領軍企業。我們現擬採取以下策略實踐此目標：

- 鞏固我們在中草藥洗髮液市場的市場領導地位，進一步實行中草藥家用個人護理產品多元化及繼續採納多品牌組合策略
- 增強現有及新品牌推廣以提升品牌知名度
- 擴充分銷及零售網絡
- 持續增強我們的研究及開發能力

概 要

- 擴充我們的產能
- 擴充至上游業務，以確保原材料的供應及質量監控
- 吸引及挽留人才

風險因素

與我們的業務有關的風險

- 倘若我們無法有效地推廣我們的品牌，尤其是霸王品牌，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響
- 我們可能無法預計或迎合消費者喜好或需求，而我們的產品可能失去競爭優勢
- 我們為推廣品牌、實行產品多元化及開發產品以及拓展市場作出的努力未必取得成效
- 我們的產品可能會產生我們並不知悉且意料之外或不良的副作用。該等未知的副作用、質量監控問題或其他理由可能導致代價高昂的產品退回或回收，從而造成嚴重聲譽受損、金錢損失或招致訴訟
- 我們可能因產品未如我們標榜般有效而遭提出索償
- 我們依賴名人作為品牌代言人營銷我們的品牌及產品
- 我們將產品(尤其是洗髮液及護髮產品)的配方視為我們的知識技術，若該等知識技術被披露予第三方，則可能削弱我們的競爭力
- 廣州霸王將我們的霸王商標用於若干未使用商標類別，而有關類別並不視為我們的業務一部分，此舉可能攤薄或降低霸王品牌的價值
- 我們的品牌及產品可能遭第三方假冒、偽造及／或侵害
- 第三方可能指出或聲稱我們侵害其知識產權
- 我們擴充分銷及零售網絡時可能遭遇困難
- 我們依賴主要分銷商及主要零售商銷售產品
- 我們對分銷商、其次級分銷商以及彼等經營的零售門市的最終零售手法及方式的控制權有限
- 我們可能無法管理未來的迅速增長及我們的業務及營運可能受到影響
- 我們可能無法以有利條款或完全無法取得融資以應付我們的資金需要
- 我們的成功及業務營運主要依賴若干主要人員以及我們吸引及挽留優秀人員的能力
- 我們依賴現有生產設施，而我們未必能取得足夠產能履行現有約定責任及應付市場對我們產品日益增長的需求
- 我們易受原材料及包裝物料的價格上漲所影響及我們的銷售成本可能增加

概 要

- 我們依賴有限數目的供應商供給我們主要原材料
- 我們在中草藥精華提取上依賴一名獨立第三方加工商
- 我們依賴獨立第三方勞務派遣公司就經營、銷售及推廣活動提供合約員工、我們對該等合約員工的控制有限，故此我們可能因勞務派遣公司違反適用的中國勞動法而承擔法律責任
- 我們依賴獨立第三方營銷及推廣公司於我們指定的零售門市進行銷售及推廣活動
- 我們的生產廠房並無存放大量原材料或包裝物料及我們的生產在延遲付運或供應短缺時可能被中斷
- 我們的保險未必完全涵蓋業務及營運的相關風險
- 我們現時享有的稅務優惠待遇或會更改或終止
- 我們依靠我們的資訊科技基礎設施，其系統故障或損壞可能導致本公司業務及營運中斷
- 我們未必能成功把未來收購的業務整合到現有業務

與家用個人護理產品行業有關的風險

- 中草藥及家用個人護理產品行業的競爭非常激烈
- 我們須取得及持有各類執照及許可證以經營我們的業務，並可能須進行更縝密的測試以確立產品的功效及安全性
- 現行法例及規例的變動可能導致我們付出額外成本以符合更嚴格的規則，此舉可能拖慢產品開發工作並局限我們的增長及發展

與在中國經營業務有關的風險

- 目前全球市場波動及經濟下滑可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響
- 政治或經濟政策改變以及中國經濟衰退可能對我們的業務產生不利影響
- 全球信貸市場長期受干擾可能對我們的流動資金、經營業績、財務狀況及前景造成重大不利影響
- 新實施的企業所得稅法可能影響根據中國法例支付股息的限制以及本公司及股東已收股息的稅項豁免
- 我們應付予投資者的股息及出售股份的收益可能須根據中國稅法繳納預扣稅
- 我們的中國附屬公司向我們派付股息或做出其他分派方面受到現行法規限制以及外匯法規變動均可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響
- 人民幣價值波動可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響

概 要

- 中國法律體系的變動及有關的不明朗因素可能會對我們的經營有不利影響
- 可能難以向我們或居於中國的董事送達法律文件或對我們或彼等執行非中國法院做出的裁決
- 我們受限於多項不同的環保規例，未能遵從任何該等規例或控制相關的成本可能會損害我們的業務
- 在中國實施勞動合同法及其他有關勞動合同的規例可能對我們的業務及經營業績造成不利影響
- 天災、戰爭及傳染病等非我們所能控制的因素或會令我們的業務受到損害、損失或干擾

概 要

歷年財務資料摘要

下表載列本集團的合併財務資料概要。截至二零零六年、二零零七年及二零零八年十二月三十一日止年度的合併財務資料乃源自本招股章程附錄一會計師報告所載的經審核合併財務報表。合併財務資料概要應與此等合併財務報表(包括相關附註)一併閱讀，以確保其完整性。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零六年	二零零七年	二零零八年
	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)
合併損益表			
營業額.....	392,369	921,680	1,411,248
銷售成本.....	(166,543)	(422,708)	(509,324)
毛利.....	225,826	498,972	901,924
其他收益.....	—	—	484
其他虧損淨額.....	(207)	(266)	(779)
銷售及分銷成本.....	(97,823)	(292,728)	(512,285)
行政開支.....	(9,239)	(23,525)	(47,419)
經營溢利.....	118,557	182,453	341,925
財務收入.....	538	1,464	3,117
財務費用.....	(1,202)	(1,900)	—
財務(費用)／收入淨額.....	(664)	(436)	3,117
除所得稅前溢利.....	117,893	182,017	345,042
所得稅.....	(1,934)	(672)	(63,268)
本公司權益持有人應佔年內溢利.....	115,959	181,345	281,774
年內已宣派股息.....	—	114,903	146,423

概 要

	於十二月三十一日		
	二零零六年 (人民幣千元)	二零零七年 (人民幣千元)	二零零八年 (人民幣千元)
合併資產負債表			
非流動資產			
物業、廠房及設備	23,949	22,571	31,510
租賃預付款項	4,756	—	—
非流動資產總值	28,705	22,571	31,510
流動資產			
存貨	83,673	41,983	51,992
貿易及其他應收款項	88,828	141,204	136,495
應收關聯方款項	16,016	135,197	132,746
可收回所得稅	386	—	—
其他投資	—	100,000	—
現金及現金等價物	71,441	102,830	298,148
流動資產總值	260,344	521,214	619,381
流動負債			
貿易及其他應付款項	94,054	238,711	171,997
應付關聯方款項	36,092	130,846	144,342
應付即期稅項	255	—	13,655
	130,401	369,557	329,994
流動資產淨值	129,943	151,657	289,387
總資產減流動負債	158,648	174,228	320,897
非流動負債			
遞延稅項負債	—	—	6,369
資產淨值	158,648	174,228	314,528
資本及儲備			
實繳股本	118,813	—	—
儲備	39,835	174,228	314,528
權益總額	158,648	174,228	314,528

概 要

股息政策

於二零零七年七月十八日，霸王廣州從二零零六年底的可供分派溢利向其當時的唯一股東霸王百慕達宣派股息人民幣114.9百萬元，有關股息已於二零零七年九月派付。於二零零八年五月十五日，本公司從二零零七年底的可供分派溢利向我們的唯一股東 Fortune Station 宣派股息人民幣163.0百萬元，有關股息已於二零零八年五月派付。本公司於二零零九年一月七日及二零零九年五月二十三日，從二零零八年底的可供分派溢利，宣派兩項分別為數166.7百萬港元及116.7百萬港元的股息，有關股息已分別於二零零九年一月及二零零九年五月派付。為免生疑問，[●]股份持有人將無權享有任何上述[●]股息。

我們從經營活動產生的現金淨額派付[●]前股息，並無獲取任何外部融資以作出分派。董事確認[●]前股息的所有支付款項經已於[●]前支付。

然而，該等付款並不代表我們的未來股息政策。我們的董事會於考慮我們的營運、盈利、財務狀況、現金規定及可使用性及其他董事會屆時視為有關的因素後，可能於未來宣派股息。任何股息的宣派及派付，以至股息的數額均受限於我們的憲章及開曼群島公司法，包括我們股東的批准。我們未來宣派股息不一定反映我們過去宣派的股息，且將由董事會全權決定。

未來的股息派付亦將取決於從我們的中國營運附屬公司霸王廣州收取的股息的可使用性。中國法律規定，股息只能根據中國會計原則計算的淨溢利中派付，該原則與國際財務報告準則的若干方面均不相同。中國法律亦規定外商獨資企業(例如霸王廣州)必須轉撥至少其淨溢利(經抵銷過往年度虧損後)的10%至法定儲備，直至儲備結餘根據中國外資企業法實施細則達註冊資本的50%。轉撥款項至其儲備須於分派股息予其權益持有人前進行。倘若我們中國的營運附屬公司錄得虧損或按照任何銀行信貸額的限制性契約、可轉換債券工具或我們中國的營運附屬公司可能於未來達成的其他協議，來自彼等的分派亦可能受到限制。

概 要

受限於上述因素，我們計劃於聯交所[●]後分派一般股息。我們有意自[●]後整個財政年度本公司股東應佔的可分派溢利分派約30%作為股息。有關意向並非本公司必須或將以有關方式宣派及支付股息或宣派及支付任何股息的任何擔保或聲明或指標。

[●]前購股權計劃

於本文件內僅為作說明目的，根據[●]前購股權計劃估計產生的攤薄效應預期不會超過本公司緊隨[●]及資本化發行完成後的已發行股本0.8%，假設根據[●]前購股權計劃授出的所有購股權於同時行使（惟不計及根據購股權計劃授出的任何購股權獲行使或行使[●]而可能配發及發行的任何股份）。此外，假設根據[●]前購股權計劃授出的所有購股權按上述方式行使，估計截至二零零九年十二月三十一日止年度的股份支付開支將不超過9.5百萬港元。

我們已採納[●]前購股權計劃，以鼓勵我們的董事、高級管理層及僱員優化彼等的表現、效率及對本集團的未來貢獻，以及獎勵彼等對本集團的貢獻。

根據[●]前購股權計劃授出的購股權獲行使而可能發行的股份總數：

- (i) [●]股股份，假設[●]價定為指示[●]價範圍的最高價，佔(a)緊隨[●]及資本化發行完成後，本公司的已發行股本的[●]%(未計入根據[●]前購股權計劃授出或根據購股權計劃授出的任何購股權獲行使或行使[●]而可能配發及發行的任何股份)；或(b)緊隨[●]及資本化發行完成後並假設根據[●]前購股權計劃授出的所有購股權同時獲行使，本公司的已發行股本約[●]%(未計入根據購股權計劃授出的任何購股權獲行使或行使[●]而可能配發及發行的任何股份)；或
- (ii) [●]股股份，假設[●]價定為指示[●]價範圍的最低價，佔(a)緊隨[●]及資本化發行完成後，本公司的已發行股本的[●]%(未計入根據[●]前購股權計劃授出或根據購股權計劃授出的任何購股權獲行使或行使[●]而可能配發及發行的任何股份)；或(b)緊隨[●]及資本化發行完成後並假設根據[●]前購股權計劃授出的所有購股權同時獲行使，本公司的已發行股本約[●]%(未計入根據購股權計劃授出的任何購股權獲行使或行使[●]而可能配發及發行的任何股份)。

假設所有根據[●]前購股權計劃授出之購股權於截至二零零九年十二月三十一日止年度獲悉數行使，2,800,000,000股股份(包括緊隨[●]及資本化發行後將予發行的2,799,990,000股股份，以及因根據[●]前購股權計劃授出的所有購股權獲行使而將予發行的(i)[●]股股份(假

概 要

設[●]價定為指示[●]價範圍的最高價)；或(ii)[●]股股份(假設[●]價定為指示[●]價範圍的最低價)將被視為於截至二零零九年十二月三十一日止年度內均已發行(未計入因行使[●]或根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能須配發及發行的任何股份)，[●]前購股權計劃對本集團截至二零零九年十二月三十一日止年度的合併損益表的預測影響：

- (i) 約[●]百萬港元，假設[●]價定為指示[●]價範圍的最高價；或

概 要

- (ii) 約[●]百萬港元，假設[●]價定為指示[●]價範圍的最低價。

根據[●]前購股權計劃及就授出購股權而發出的有關提呈信函：

- (a) [●]前購股權計劃的每股認購價應為[●]價面值或較發售價折讓50%；
- (b) 根據[●]前購股權計劃授出的各購股權具有10年行使期；及
- (c) 根據[●]前購股權計劃授出的各購股權不得轉讓或分配，亦不得以任何方式出售、轉讓、質押、抵押、增設產權負擔或透過其他形式出售或就任何購股權為第三方設立任何權益或訂立協議以設立權益(不論法定或實益)。

我們的董事已向本公司承諾，倘若[●]及資本化發行後由公眾人士(定義見上市規則)持有的股份將少於上市規則第8.08條載列的所須百分比或聯交所不時准予的其他百分比，彼等及相關僱員將不會行使根據[●]前購股權計劃授出的購股權。

有關[●]前購股權計劃詳情，請參閱本文件附錄五中「[●]前購股權計劃」一節。

購股權計劃

本公司已有條件地採納購股權計劃，計劃旨在鼓勵我們的董事、高級管理層及僱員提升彼等於未來對本集團的貢獻及／或獎勵彼等過去的貢獻，吸引及挽留對本集團的表現、增長或成功有重大影響及／或貢獻或將有利於本集團的表現、發展或成功的參與者，或以其他方式與彼等保持持續關係，尤其是本集團的執行董事及高級管理層，從而令本集團能吸引及挽留個別有經驗及能力的人員及／或獎勵彼等過去的貢獻。有關購股權計劃的詳情，請參閱載於本文件附錄五「購股權計劃」一節。