

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不會就本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

Ba Wang International (Group) Holding Limited

霸王國際(集團)控股有限公司*

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：01338)

截至二零二四年六月三十日止六個月之中期業績報告公告

霸王國際(集團)控股有限公司(「本公司」)之董事(「董事」)會(「董事會」)謹公佈本集團(「本集團」或「我們」)及其附屬公司截至二零二四年六月三十日止六個月之未經審核綜合中期業績，連同去年同期之比較數字。

董事會茲提述本集團日期為二零二四年六月十四日的盈利預警。下文載列本集團截至二零二四年六月三十日止六個月的未經審核綜合業績概要：

本集團的總收入約人民幣109.8百萬元，較去年同期約人民幣99.6百萬元增加了約10.3%。

電商渠道的營業額約人民幣55.6百萬元，較去年同期約人民幣45.7百萬元增加了約21.6%。

本集團的經營利潤約人民幣1.7百萬元，而去年同期錄得經營利潤約人民幣5.2百萬元。

淨利潤約人民幣1.2百萬元，而去年同期錄得淨利潤約人民幣4.5百萬元。

本公司擁有人應佔之期內盈利約人民幣1.2百萬元，而去年同期錄得應佔之期內盈利約人民幣4.5百萬元。

每股盈利一基本及攤薄約人民幣0.04仙。

根據本集團經營業績的回顧，董事會不建議派發中期股息。

* 謹供識別

簡明綜合損益及其他全面收益表
截至二零二四年六月三十日止六個月

	附註	截止六月三十日六個月	
		二零二四年 人民幣千元 (未經審核)	二零二三年 人民幣千元 (未經審核)
營業額	4	109,820	99,567
銷售成本		<u>(58,428)</u>	<u>(58,329)</u>
毛利		51,392	41,238
其他收入		826	1,461
銷售及分銷成本		(37,366)	(27,562)
行政開支		(13,047)	(9,722)
貿易應收賬款減值損失		(32)	(48)
其他開支		<u>(56)</u>	<u>(134)</u>
營業利潤		1,717	5,233
融資成本	5	<u>(528)</u>	<u>(715)</u>
稅前利潤	6	1,189	4,518
所得稅	7	<u>21</u>	<u>—</u>
本公司擁有人應佔之期內利潤		<u>1,210</u>	<u>4,518</u>
每股盈利	9		
基本(人民幣仙)		<u>0.04</u>	<u>0.14</u>
攤薄(人民幣仙)		<u>0.04</u>	<u>0.14</u>

簡明綜合損益及其他全面收益表
截至二零二四年六月三十日止六個月

	截止六月三十日六個月	
	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)	二零二三年 人民幣千元 (未經審核)
本公司擁有人應佔之期內利潤	1,210	4,518
其他全面收入		
不會被重新分類為損益的項目：		
因從功能貨幣轉換至記賬本位幣的匯兌差額	<u>730</u>	<u>573</u>
本公司擁有人應佔期內全面收入	<u><u>1,940</u></u>	<u><u>5,091</u></u>

簡明綜合財務狀況表
於二零二四年六月三十日

	附註	二零二四年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		38,681	34,575
使用權資產		18,209	22,573
遞延所得稅資產		400	379
購買物業、廠房及設備已付 按金		2,346	—
定期存款		30,000	30,000
		<u>89,636</u>	<u>87,527</u>
流動資產			
存貨		29,327	25,831
退回存貨之權利		267	719
貿易及其他應收賬款	10	23,800	27,984
銀行結餘及現金		82,418	88,272
		<u>135,812</u>	<u>142,806</u>
流動負債			
貿易及其他應付賬款	11	57,371	59,411
合同負債		5,340	5,225
償還負債		419	1,092
租賃負債		10,077	9,208
		<u>73,207</u>	<u>74,936</u>
流動資產淨值		<u>62,605</u>	<u>67,870</u>
總資產減流動負債		<u>152,241</u>	<u>155,397</u>
非流動負債			
租賃負債		10,799	15,895
淨資產		<u>141,442</u>	<u>139,502</u>
股本及儲備			
股本	12	277,932	277,932
儲備		(136,490)	(138,430)
權益總額		<u>141,442</u>	<u>139,502</u>

簡明綜合財務報表附註

截至二零二四年六月三十日止六個月

1. 編製概況及基準

霸王國際(集團)控股有限公司(「本公司」)於開曼群島註冊成立為獲豁免的有限公司並且在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)上市。其直接母公司為在英屬處女群島(「英屬處女群島」)註冊的Fortune Station Limited，其股份受益人(1)Heroic Hour Limited擁有49.57%，該公司的22.00%股權由本公司之執行董事及首席執行官陳正鶴先生實益持有，而餘下之78.00%則由陳正鶴先生之六位弟妹實益持有；及(2)本公司的董事(「董事」)會主席陳啟源先生擁有50.43%。

本公司及其附屬公司(以下統稱為「本集團」)主要從事生產及銷售家庭及個人護理產品業務。

本集團每一個實體的財務報表所列項目均使用該實體所處的主要經濟環境的貨幣(「功能貨幣」)來計量。綜合財務報表以人民幣(「人民幣」)表示，人民幣是本集團主要子公司在中國的主要經濟環境下的功能貨幣。除在中國境內設立的以人民幣為記賬本位幣的子公司外，本公司及其他子公司的記賬本位幣為港幣(「港幣」)。除非另有註明，所有的值都四舍五入到最接近的千元(「人民幣千元」)。

2. 編製基準

本集團截至二零二四年六月三十日止的簡明綜合財務報表乃根據國際會計準則委員會(「國際會計準則委員會」)頒布的國際會計準則(「國際會計準則」)第34號中期財務報告及香港聯合交易所有限公司管治條例附錄D2之適用披露條文編製。綜合財務報表所運用的會計政策及計算方法與本集團編製至二零二三年十二月三十一日止年度綜合財務報表所依循者一致，即根據國際會計準則委員會發佈的國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製。

3. 主要會計政策

中期簡明綜合財務資料乃按歷史成本法編製，惟若干金融工具以公允價值計量除外。

編製中期簡明綜合財務資料所採用之會計政策與本集團截至二零二三年十二月三十一日止年度之年度綜合財務報表所採用者一致，惟以下披露者除外。

應用新訂及經修訂國際財務報告準則

於本中期期間，本集團已首次應用國際會計準則理事會頒佈的下列新訂及經修訂國際財務報告準則，該等修訂於本集團自二零二四年一月一日開始的財政年度生效：

國際財務報告準則第16號修訂本	售後租回交易中的租賃負債
國際會計準則第1號修訂本	負債分類為流動或非流動
國際會計準則第1號修訂本	附帶契諾的非流動負債
國際會計準則第7號及國際財務報告準則第7號修訂本	供應商融資安排

此外，本集團應用國際會計準則理事會的國際財務報告準則詮釋委員會發佈的與本集團有關的議程決議。

除下文所披露者外，於本中期期間應用新訂及經修訂國際財務報告準則不會對本集團於本期間及過往期間的財務表現及狀況及／或該等中期簡明綜合財務資料所載的披露事項造成重大影響。

國際會計準則第1號修訂本負債分類為流動或非流動； 國際會計準則第1號修訂本—附帶契諾的非流動負債

二零二零年頒佈的國際會計準則第1號修訂本負債分類為流動或非流動澄清確定負債為流動或非流動的要求，特別是確定實體是否有權將負債的結算期推遲至報告期後至少12個月。修訂本明確規定，實體推遲結算的權利必須於報告期末存在。分類不受管理層關於實體是否行使其推遲結算權的意圖或預期的影響。修訂本亦澄清將通過或可能通過發行實體自身權益工具來結算的負債的分類。

二零二二年頒佈的國際會計準則第1號修訂本附帶契諾的非流動負債進一步闡明，在因貸款安排產生的負債契約中，只有主體在報告日或之前必須遵守的義務才會將該負債歸類為流動或非流動。

應用該修訂本不會導致本集團於二零二三年一月一日，二零二三年十二月三十一日及二零二四年六月三十日的負債分類產生影響。

4. 營業額及分部資料

營業額是指當期貨物扣除折扣和銷售相關稅金後的銷售收入。本集團當期的收入分析列示如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二四年	二零二三年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
國際財務報告準則第15號範圍內的 來自與客戶的合約收入		
按主要產品分類		
家庭及個人護理用品的生產和銷售		
護髮產品	99,582	91,526
護膚產品	—*	21
其他家用及個人護理產品	10,238	8,020
	<u>109,820</u>	<u>99,567</u>

按客戶的合約收入的確認時間分解

	截至六月三十日止六個月	
	二零二四年	二零二三年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
收入確認的時間		
某一時間點	109,820	99,567

* 金額少於人民幣一千元。

為分配資源及評估分部表現，向主要經營決策者（「主要經營決策者」），即本公司之執行董事報告之訊息，着重於所支付貨品的類型。主要經營決策者選擇圍繞產品差異來組織本集團。由於各經營分部提供不同的產品且需要不同的產品信息以制定不同的產品策略，因而各分部係單獨管理。

具體地，本集團之可報告的經營分部為：

- 護髮產品
- 護膚產品
- 其他家用及個人護理產品

經營分部包括其他家庭和個人護理產品的生產和銷售，在考慮到沒有一個足夠規模的分部可以單獨報告後，已合併為一個單獨的報告分部。

主要經營決策者獲提供有關分部收入和分部業績的信息，而分部資產和負債的信息則不會定期向主要經營決策者報告。

分部營業額及業績

以下是本集團按分部報告的收入及業績分析。

截至二零二四年六月三十日止六個月

	護髮產品 人民幣千元 (未經審核)	護膚產品 人民幣千元 (未經審核)	其他 家用及個人 護理產品 人民幣千元 (未經審核)	合計 人民幣千元 (未經審核)
來自外部客戶之營業額	<u>99,582</u>	<u>—*</u>	<u>10,238</u>	<u>109,820</u>
分部盈利／(虧損)	<u>3,297</u>	<u>—*</u>	<u>(1,467)</u>	<u>1,830</u>
銀行利息收入				637
其他收入				189
公司及其他未分配費用				<u>(1,467)</u>
稅前利潤				<u><u>1,189</u></u>

* 金額少於人民幣一千元。

截至二零二三年六月三十日止六個月

	護髮產品 人民幣千元 (未經審核)	護膚產品 人民幣千元 (未經審核)	其他 家用及個人 護理產品 人民幣千元 (未經審核)	合計 人民幣千元 (未經審核)
來自外部客戶之營業額	<u>91,526</u>	<u>21</u>	<u>8,020</u>	<u>99,567</u>
分部盈利／(虧損)	<u>5,831</u>	<u>(9)</u>	<u>(1,449)</u>	4,373
銀行利息收入				627
其他收入				834
公司及其他未分配費用				<u>(1,316)</u>
稅前利潤				<u><u>4,518</u></u>

分部業績指各分部所錄得之利潤／(虧損)，當中並無分配銀行利息收入、售賣廢料收益、政府補助、中央管理成本及董事薪酬。此乃為資源分配及表現評估而向本公司之主要經營決策者報告之計量方式。

5. 融資成本

	截至六月三十日止六個月	
	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)	二零二三年 人民幣千元 (未經審核)
利息：租賃負債	<u><u>528</u></u>	<u><u>715</u></u>

6. 稅前利潤

經扣除／(彌補)後的稅前虧損：

	截止六月三十日六個月	
	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)	二零二三年 人民幣千元 (未經審核)
銀行利息收入	(637)	(627)
政府補助	—	(435)
存貨跌價準備的回撥 (包括在存貨成本中確認為一項費用)	(207)	(425)
物業、廠房及設備折舊	7,880	6,045
使用權資產折舊	4,364	4,364
存貨報廢之撇銷(包括在存貨成本中確認為 一項費用)	123	382
物業、廠房及設備報廢損失	<u>56</u>	<u>134</u>

7. 所得稅

	截止六月三十日六個月	
	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)	二零二三年 人民幣千元 (未經審核)
遞延稅項	<u>21</u>	<u>—</u>

- (i) 根據中國企業所得稅法(「企業所得稅法」)及企業所得稅法實施條例，本集團附屬公司的稅率自二零零八年一月一日起為25%。

根據財政部、國家稅務局二零一九年一月十七日下發的通知，年應納稅所得額在人民幣1,000,000元(含人民幣1,000,000萬元)以下的小型微利企業，自二零一九年一月一日起至二零二一年十二月三十一日，享受免徵75%應納稅所得額的稅收優惠政策，適用20%的所得稅稅率。於二零二一年四月二日，財政部和國家稅務局下發通知，在上述優惠政策基礎上減半徵收企業所得稅，並將政策期限從二零二一年一月一日延長至二零二二年十二月三十一日；於二零二三年三月二十六日，財政部和國家稅務總局下發通知，自二零二三年一月一日至二零二四年十二月三十一日，對小型微利企業年應納稅所得額不超過100萬元的部分，減按25%計入應納稅所得額，按20%的稅率繳納企業所得稅；於二零二三年八月二日，財政部和國家稅務總局發佈通知，將這一政策進一步延長至二零二七年十二月三十一日。本集團在中國的某些子公司在截至二零二四年和二零二三年六月三十日的六個月期間獲得此資格。

中國企業所得稅法允許企業申請高新技術企業(「**高新技術企業**」)證書，而獲得該資格的企業可以享有15%的優惠稅率。霸王(廣州)有限公司(「**霸王廣州**」)，本集團國內的一家附屬公司，自二零零九年被認定為高新技術企業。然而，截至二零二四年及二零二三年六月三十日六個月，霸王廣州並沒有任何須繳納企業所得稅之應課稅溢利。

- (ii) 截至二零二四年及二零二三年六月三十日止六個月，本集團並沒有任何須繳納香港所得稅之應課稅溢利，所以並無計提香港所得稅。
- (iii) 根據開曼群島及英屬處女群島的規則及條例，本集團無須為截至二零二四年及二零二三年六月三十日止六個月繳納開曼群島及英屬處女群島的任何稅項。

8. 股息

截至二零二四年六月三十日止六個月，並無派付、宣派或擬派任何股息(截至二零二三年六月三十日止六個月：無)，也不建議派付截至二零二四年六月三十日止六個月的任何股息。

9. 每股盈利

本公司擁有人應佔之每股基本及攤薄盈利是根據期內盈利約人民幣1,210,000元(截至二零二三年六月三十日止六個月：約人民幣4,518,000元)及期內已發行普通股加權平均數約3,162,441,000股(截至二零二三年六月三十日止六個月：約3,162,441,000股)計算。

因不存在潛在攤薄，截至二零二四年度及二零二三年六月三十日止六個月的每股攤薄盈利等同每股基本盈利。

10. 貿易及其他應收款項

包括在貿易及其他應收款項的債務人(扣除貿易應收款項減值準備後)，並根據接近各自收入確認日期的發票日期呈列以下賬齡分析：

	二零二四年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
少於三個月	12,859	17,452
超過三個月但少於六個月	215	193
超過六個月但少於十二個月	4	6
超過十二個月	—	4
	<hr/>	<hr/>
扣除貿易應收賬款減值準備後的應收賬款總額	13,078	17,655
原材料採購預付款	6,495	8,553
其他預付款項	1,438	1,007
應收銀行利息	498	180
非所得稅應收款項	79	175
其他應收款	2,212	414
	<hr/>	<hr/>
	23,800	27,984

本集團給予其貿易客戶的平均信貸期為30日至90日。

11. 貿易及其他應付款項

包括在貿易及其他應付款項的債權人，根據報告期結束時的發票日期呈列以下賬齡分析：

	二零二四年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
1個月內或即付	10,835	10,525
1個月後3個月內支付	9,829	8,553
	<hr/>	<hr/>
應付賬款總額	20,664	19,078
應付推廣費	4,922	9,218
應計未付薪金	2,422	3,651
非所得稅應付款項	5,135	2,195
其他應付款及應計項目	24,228	25,269
	<hr/>	<hr/>
	57,371	59,411

12. 股本

	股份數目 千	報告金額 人民幣千元
每股港元0.10之普通股		
已授權的：		
於二零二三年一月一日(經審核)，二零二三年 十二月三十一日(經審核)，二零二四年 一月一日(經審核)及二零二四年 六月三十日(未經審核)	<u>10,000,000</u>	<u>880,500</u>
於二零二三年一月一日(經審核)， 二零二三年十二月三十一日(經審核)， 二零二四年一月一日(經審核)及 二零二四年六月三十日(未經審核)	<u>3,162,441</u>	<u>277,932</u>

13. 其他承擔

截至報告期末，公司尚有其他承諾事項如下：

	二零二四年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
就收購物業、廠房及設備已訂約但未在簡明 綜合財務報表撥備的金額	<u>4,535</u>	<u>—</u>

業務回顧

董事報告本集團截至二零二四年六月三十日止六個月的總收入約人民幣109.8百萬元，較二零二三年同期約人民幣99.6百萬元增加了約10.3%。本集團截至二零二四年六月三十日止六個月期間錄得經營利潤約人民幣1.7百萬元，而去年同期錄得經營利潤約人民幣5.2百萬元。

本集團截至二零二四年六月三十日止六個月錄得淨利潤約人民幣1.2百萬元，而去年同期錄得淨利潤約人民幣4.5百萬元。

關於本集團經營業績的更多信息，請參照本公告之「財務回顧」部分。

於回顧期內，本集團繼續執行價值鏈導向的業務模式，使其將銷售成本及營運成本控制在可持續的水平。

於回顧期內，我們邀請全國的經銷商客戶參加我們品牌產品的新品發佈會，這是自疫情結束後首次開展的財富盛會暨新品發佈會。在發佈會上，我們向經銷商客戶展示了我們的新品並向他們介紹了新品的各項功效。新產品新穎的包裝和獨特的功效激發了他們的下訂單興趣，從而增加了經銷商客戶的訂單量，增加了本集團的銷售收入。

於回顧期內，我們採用多渠道新媒體推廣，利用目前最流行的社交媒體平台，通過抖音、微博、小紅書、嗶哩嗶哩的圖文和短視頻片段，促進和培育客戶對我們品牌產品的興趣，通過消費者的口碑傳播，擴大品牌影響力，激發目標客戶的購買興趣，推動產品銷售增長。

我們在各種節日和店慶活動中，通過在各大賣場的店內端架展示區開展豐富多彩的貼櫃秀活動，現場美妝課程教學及現場給消費者宣傳洗髮和護髮知識，吸引消費者參與，增強與消費者的互動，從而增加消費者的購買興趣，增加了傳統渠道的銷售。

於回顧期內，我們成功開拓了海外加拿大市場，並把將我們的霸王品牌產品出口到當地市場，從而增加了本集團的海外銷售收入。

於回顧期內，我們繼續參與社區福利活動，以提升我們作為負責任的企業的公眾形象。在五一勞動節期間，我們聯合廣州市江高鎮委對環衛工人展開關愛活動，向環衛工人捐贈洗髮水、沐浴露及髮膜。我們相信這些類型的社會公益活動有助於宣傳我們的企業使命和提升我們的企業形象。參與更多社會公益活動，在活動中植入廣告，推廣霸王品牌產品和提升霸王品牌形象。

截至二零二四年六月三十日止，霸王品牌分銷網絡包括957個分銷商及六個重點零售商，覆蓋中國26個省份及四個直轄市。此外，該集團的產品也銷往中國香港及新加坡、泰國、馬來西亞、美國、加拿大及蒙古等國家。

於回顧期內，本集團推廣追風品牌的營銷主題「等風來，不如追風去」。截至二零二四年六月三十日，追風品牌分銷網絡包括957個分銷商及六家重點零售商，覆蓋中國26個省份及四個直轄市。此外，追風品牌產品也銷往香港、新加坡、泰國以及馬來西亞。

麗濤產品主要由沐浴露和洗衣液組成，以中國二三線城市的消費者為目標客戶群體。本集團的目標是將市場擴大至整個中國。截至二零二四年六月三十日，麗濤品牌分銷網絡包括921個分銷商和一家重點零售商，覆蓋中國26個省份及四個直轄市。

截至二零二四年六月三十日止，本集團已經在15個線上零售平台上建立了霸王和追風的線上旗艦店。我們會深化力量去發展這渠道。

於回顧期內，我們獲得，更新及/或依然持有的證書及/或認證如下：

- 廣東省食品藥品監督管理局頒發的化妝品生產許可證書，有效期截至二零二七年五月；
- 我們的中草藥養髮護髮系列洗髮液、中藥去屑系列洗護髮產品及中草藥護膚系列沐浴露系列產品於二零二三年一月被廣東省高新技術企業協會認定為「2022年度廣東省名優高新技術產品」，有效期為三年截至二零二六年一月；
- 我們護髮護膚產品的生產流程通過了SGS機構的評估，獲得美國食品安全營養中心有關化妝品良好生產規範(GMP)2008的認證，有效期截至二零二五年七月；
- 我們護髮護膚產品的生產流程通過了SGS機構評估，獲得國際化標準組織化妝品生產操作指南ISO22716：2007有關化妝品良好生產規範(GMP)認證，有效期截至二零二五年七月；
- 霸王(廣州)有限公司於二零二四年一月六日被廣東省工業和信息化廳認定為「專精特新中小企業」，有效期截至二零二七年一月。
- 我們於二零二四年八月一日被國家稅務總局廣州市稅務局評定為二零二三年度納稅信用A級納稅人。

財務回顧

營業額

截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團收入約人民幣109.8百萬元，較去年同期約人民幣99.6百萬元增加了約10.3%。電商渠道的營業額約人民幣55.6百萬元，較去年同期約人民幣45.7百萬元增加了約21.6%。

截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團核心品牌，霸王的收入約人民幣104.3百萬元，約佔本集團總收入約95.0%，較去年同期增加了約8.6%。

截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團的中草藥去屑品牌，追風的收入約人民幣1.3百萬元，約佔本集團總收入的1.1%，較去年同期增加了約10.2%。

截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團的以純天然為基礎的洗髮水、沐浴露和洗衣液產品系列麗濤的收入約人民幣3.2百萬元，約佔本集團總收入的3.0%，較去年同期增加了約39.7%。

我們通過廣泛的分銷商和零售商網絡，也通過傳統和電商兩個渠道銷售我們的產品，截止二零二四年六月三十日止六個月，綜述我們通過不同網絡和/或渠道的銷售額百分比列示如下：

網絡/渠道	傳統 (%)	電商 (%)	合計 (%)
分銷商	46.3%	21.7%	68.0%
零售商	<u>3.0%</u>	<u>29.0%</u>	<u>32.0%</u>
合計	<u><u>49.3%</u></u>	<u><u>50.7%</u></u>	<u><u>100.0%</u></u>

截至二零二四年六月三十日止六個月，我們的產品也在香港、新加坡、泰國、馬來西亞、美國、加拿大和蒙古國市場上銷售。截至二零二四年六月三十日止六個月，這些香港以及境外市場的營業額約佔本集團總銷售額約0.8%。

銷售成本

截至二零二四年六月三十日止六個月，銷售成本約為人民幣58.4百萬元，較去年同期的約人民幣58.3百萬元輕微增加了約人民幣0.1百萬元(或約0.2%)。這一小幅增長主要是由於原材料和包裝材料的消耗與銷量的增長相一致，但這一增長被直接人工成本和總的製造費用的下降大部份抵銷了。這就解釋了，銷售成本率從二零二三年同期的約58.6%下降至二零二四年六月三十日止的約53.2%。

毛利

截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團的毛利增加至約人民幣51.4百萬元，與去年同期約人民幣41.2百萬元相比增加了約24.6%。截至六月三十日止六個月的毛利率亦從二零二三年上半年的約41.4%上升到二零二四年六月三十日止六個月的約46.8%。毛利率上升的主要原因是由於上述之平均單位生產成本的減少。

銷售及分銷開支

截至二零二四年六月三十日止六個月，銷售及分銷開支約人民幣37.4百萬元，較去年同期的約人民幣27.6百萬元增加了約35.6%。就營業額佔比而言，截至二零二四年六月三十日止六個月的銷售及分銷開支，從去年同期的約27.7%增加到約34.0%，其增加的主要原因是由於促銷費費用的增加，但部份被外包業務成本和物流運輸費的減少所抵減。

行政費用

截至二零二四年六月三十日止六個月，行政費用約人民幣13.0百萬元，較去年同期的約人民幣9.7百萬元增加了約34.2%。其增加的主要原因是研發費用和工資獎金的增加，但部份被折舊費的減少所抵減。

貿易應收賬款減值損失

在回顧期內，管理層根據國際報告準則第9號的預期信貸損失進行信貸風險評估後，本集團確認了約人民幣32,000元的貿易應收款項之減值損失。

經營利潤

本集團截至二零二四年六月三十日止六個月錄得經營利潤約為人民幣1.7百萬元，而去年同期則錄得經營利潤約人民幣5.2百萬元。經營利潤下降的主要原因是銷售及分銷開支和行政費用的顯注增加，但部份被毛利的增加所抵減。

融資成本

截至二零二四年六月三十日止六個月，因二零一九年一月一日生效的國際財務報告準則第16號的採用而產生的租賃負債的利息金額約為人民幣0.5百萬元（截至二零二三年六月三十日止六個月：人民幣0.7百萬元）。

其他收入

本集團截止二零二四年六月三十日止六個月錄得其他收入約人民幣0.8百萬元，較去年同期約人民幣1.5百萬元減少了約43.5%，其減少的主要原因是廢料銷售收入的減少，但部份被銀行利息收入增加所抵銷。

所得稅回撥

截至二零二四年六月三十日期間，本集團錄得約21,000元的遞延所得稅（截至二零二三年六月三十日止六個月：無）。

期內淨利潤

因上述因素的綜合影響，本集團截至二零二四年六月三十日止六個月錄得淨利潤約為人民幣1.2百萬元，而截至二零二三年六月三十日止六個月錄得淨利潤約為人民幣4.5百萬元。

本公司擁有人應佔期內利潤

因上述因素的綜合影響，本集團截至二零二四年六月三十日止六個月錄得本公司擁有人應佔期內利潤約人民幣1.2百萬元，而截至二零二三年六月三十日止六個月則錄得應佔利潤約人民幣4.5百萬元。

展望

二零二四年七月，國際貨幣基金組織(「國際貨幣基金組織」)將中國二零二四年的經濟增長率上調至5.0%，與二零二四年四月發佈的預測相比上調了0.4個百分點。國際貨幣基金組織預計，二零二五年經濟增長率將達到4.5%，也比之前的預測高出0.4個百分點。

根據中國國家統計局(「國家統計局」)在二零二四年七月中旬發佈的統計資料，中國經濟在二零二四年第二季度同比放緩至4.7%。上半年國內生產總值同比增長5.0%，得益於國民經濟總體平穩運行，生產穩中有進，需求持續回升，就業和物價總體穩定，居民收入繼續增加，新動能加快增長，高品質發展取得新成果。

路透社在二零二四年七月初於三家全球投資銀行進行的一項調查顯示，預計中國在二零二四年將實現5.0%的經濟增長，這主要是由於二零二四年第一季度的強勁數據。

在中國共產黨第二十屆中央委員會第三次全體會議上，官員們誓言要「更好地發揮市場的作用」，同時指出需要更好地管理市場力量，並持續之前「堅定不移」發展國有經濟的承諾。為實現全年經濟增長5.0%的預期目標，政府將積極擴大內需，培育優質新生產力。致力於長期改革計劃，他們接著指出，「高質量發展」是中國的「首要任務」，並列出了到二零二九年完成的結構性改革。

在地緣政治衝突之前，外部局勢並不太和平，貿易保護主義有所嚴峻。在國內，國家需要解決住宅房產去庫存的問題，以及全國各地政府面臨日益嚴重的債務危機。因此，董事們在制定集團的持續業務戰略時往往持非常謹慎的態度。

本集團的企業經營主題是「勇往直前•奔向共贏」。

對於霸王品牌系列產品，本集團擬採取以下策略來宣傳及推廣我們的品牌產品從而增加銷售收入：

- (1) 我們將持續提供高質量的品牌產品，借助消費者對國貨的熱愛和信任，推廣霸王品牌系列產品，從而深化消費者對「怕脫髮，用霸王」這一品牌理念的認知。
- (2) 我們將繼續通過多渠道新媒體推廣，包括官方微博、抖音、快手和小紅書等新媒體平台，通過種草和口碑傳播，提高這個品牌的知名度和美譽度，激發目標客戶的購買興趣，加快品牌產品的銷售增長；
- (3) 我們將繼續通過我們的高新設備、霸王品牌的各項專利和防脫新特證及創新的包裝吸引更多消費者，同時針對他們喜好的生活方式推出年輕人喜愛的各種新穎包裝的防脫洗髮水，吸引年輕消費者的關注和購買興趣。
- (4) 我們將開展多樣化的推廣活動，通過與消費者進行面對面的互動，舉辦有獎問答，從而提升品牌的親和力和知名度，通過節假日大促、舉辦有關頭髮健康和護理的在線教育課程和講座，提升消費者對防脫髮知識的了解，從而提升霸王防脫專業度和優先選擇霸王產品的機會。
- (5) 設置霸王品牌體驗店或體驗區，讓消費者親自試用產品，增強產品的體驗感和認可度。
- (6) 通過不斷參與社會公益活動，在活動中植入廣告，推廣霸王品牌產品和提升霸王品牌形象。
- (7) 增加多種形式的直播帶貨活動，增加品牌曝光度和消費者參與度，同時加強建立完善的消費者反饋機制，及時了解消費者需求和意見，不斷優化產品和服務。

- (8) 通過視覺設計和營銷手段，使宣傳物料更生動、年輕化，吸引更多年輕消費者，從而提高銷售轉化率。同時推出霸王品牌的會員制度，為會員提供專屬優惠、積分獎勵和個性化服務，提升品牌忠誠度和複購率。

對於追風品牌系列產品，集團將通過傳統和電商渠道，主推美髮系列產品，以吸引更多年輕消費者，增加這個品牌的銷售收入。

對於麗濤品牌系列產品，集團將延續麗濤「家庭洗護」的品牌定位，繼續通過傳統渠道銷售洗衣液等家用清潔護理產品。

對於傳統渠道，集團將繼續通過下列措施深耕與經銷商的合作與互動：

- (1) 我們將繼續推進從今年三月開始的「千鎮萬店」市場開發項目，來加快產品在當地市場的分銷，以提高銷售收入，我們在海南島各地的傳統渠道中指定多家重點經銷商去確保我們的洗髮水產品的供貨能夠迅速到達各自的鄉鎮網絡銷售點。此外，我們會舉辦宣傳及推廣活動，以提升我們的品牌知名度及信心。我們相信這些營銷舉措體現了我們廣泛開拓市場的決心，提升了我們的品牌影響力，擴大了市場覆蓋範圍以增加我們在這個渠道的銷售。
- (2) 利用年初召開的新品招商會議，通過促銷政策促使更多的經銷商客戶增加新品珍果系列、養源系列、追風美髮品、麗濤新品沐浴露、中藥經典系列、小彩瓶氨基酸等的訂單量，利用這些新品去開發新的經銷商並開拓有銷售潛力的空白市場設立銷售點以增加傳統渠道的銷售；
- (3) 加快CS化妝品渠道的招商速度，來增加這個渠道的銷售收入。
- (4) 增加在優質銷售點的周末促銷和貼櫃秀活動的頻率，利用創意表演來引起顧客的注意，並對我們的品牌影響力產生積極影響；

- (5) 持續優化各個門店的基礎建設，在全國不斷開展促銷活動，去除經銷商庫存；同時加大對重點經銷商、重點經銷系統和主要門店的投入，提高這些渠道產品的分銷收入。

對於電商渠道，本集團將計劃通過以下方式，以期實現銷售穩定增長：

- (1) 對於天貓旗艦店和天貓超市，集團將重新梳理和定位貨品結構，在該平台原有熱銷產品育髮套裝和育髮液基礎上，補充中草藥系列洗髮水（如生薑、首烏、皂角、無患子等），通過高性價比來滿足消費者需求，並拓展平台活動流量。同時在這個平台開發和推廣護髮和身體護理品類，如頭皮精華、沐浴露等產品來增加這個平台的銷售額；
- (2) 對於京東平台，集團將根據渠道合作特性和方向，通過加大推廣，提升運營效率來獲得更多的流量，以此來增加這個平台的銷售額；並根據市場趨勢開發新品來吸引消費者購買，從而提升這個平台的銷售額；
- (3) 對於拼多多平台，集團將繼續推出適合平台人群和高性價比的新品，通過拼多多官方平台的百億補貼等活動拉動這個渠道的銷售增長；
- (4) 對於直播渠道，集團將繼續加大店播投入，在現有直播間的基礎上增加直播間室，並細分消費人群，根據人群在生活場景中出現的頭髮和頭皮問題開發產品解決方案，從而提升霸王品牌產品形象，以此增加這個平台的銷售額；同時通過拓展中腰部及頭部主播達人，和他們合作種草和帶貨，實現品牌知名度和品牌體量上的增長。

在生產管理方面，為了保持我們產品的競爭優勢、霸王品牌形象和中草藥領先地位，我們在保證產品質量的前提下，將重點放在產品的核心技術創新

上，利用我們現有的專業研發團隊，持續與各大高校和科研機構建立戰略合作，開展產學研合作項目，將科研成果轉換為高質量和高品質的產品。

我們通過不斷改進和優化內部流程、管理體系、生產效率等方面，提高企業運營效益和競爭力；我們通過對生產車間進行翻新，提升工廠形象，從而使我們的產品更加安全；我們將替換部分舊的生產線和生產設備，使得我們的產品生產線更加智能化，高效化和節約能源消耗。

我們繼續推動績效考核制度，秉承「以人為本」的生產管理理念，培訓工人技能水平和安全生產教育，提高工人對綠色生產的環境意識，從而創造更多的員工生活福利，在降低生產成本同時增加工人的報酬。

我們將一直致力於更加靈活和先進的供應鏈管理方法，合理利用現有的車間資源，優化生產流程，我們的光伏發電設備在今年初開始運營以達到節約生產用電，在降低能源消耗降低生產成本的同時減少碳排放；並對生產流程和工藝進行嚴格控制，確保產品質量的同時，最大限度地減少物料損耗和能源浪費，以期達成公司設定的ESG各項排放的目標。

關於代工生產（「**OEM**」）業務，將利用我們原有的專業設計、研發能力、成熟的生產管理技能和先進的生產設施等競爭優勢，拓展**OEM**業務，加強與優質客戶的合作，以提升我們在這些業務領域的市場佔有率和影響力。

我們相信通過上述資源和能源管理和工作流程的整合，在合理的「降本增效」把控下，最大限度地提高生產效率，實現可持續性的高質量發展，以實現公司ESG報告中的各項環境排放指標，為我們的股東創造更多的價值回報。

在業務拓展計劃方面，本集團將繼續開發與潛在經銷商的合作，積極開展社交電商平台業務，以增加銷售。本集團將繼續以開放的態度尋找潛在的海外經銷商洽談更多海外商業合作的機會，把本集團的品牌產品推廣至其他國家。

截至本公告發佈之日，本集團並無任何正在洽談處理的收購事宜，並且暫時不會積極尋找潛在的收購機會。

展望未來，在當前不穩定的經濟環境及在地緣政治衝突中，維持和發展我們業務之戰略方向將集中在以下兩個方面：就短期而言，本集團擬在家庭及個人護理行業開拓新的銷售渠道，提升銷售收入，達到盈利，從而增加收入並提高本集團投資者的信心；就長期而言，本集團將繼續致力於加強其業務模式和市場定位，從而重新獲得銷售增長的動力和盈利能力以提高其在國內外競爭對手中的市場份額，奉行個人護理產品品牌及產品多樣化的策略，成為全球中草藥家庭及個人護理產品領軍企業。

流動資金、財務資源及資本架構

本集團採用保守的理財策略並維持良好穩定的財務狀況。截止二零二四年六月三十日，本集團的定期存款、銀行結餘及現金為約人民幣112.4百萬元(截止二零二三年十二月三十一日：約人民幣118.3百萬元)，這其中本集團定期存款約為人民幣30.0百萬元(截止二零二三年十二月三十一日：人民幣30.0百萬元)。流動資金和財務資源概要列載如下：

	於 二零二四年 六月三十日 人民幣百萬元 (未經審核)	於 二零二三年 十二月三十一日 人民幣百萬元 (經審核)
定期存款、銀行結餘及現金	112.4	118.3
貸款總額	0	0
總資產	225.4	230.3
資產負債率 ¹	0%	0%

附註：

1. 資產負債率按貸款總額除以資產總額計算

重大收購及出售

於回顧期間，本集團並無重大收購或出售其任何附屬或聯營公司。

匯率波動風險及有關對沖

本集團主要在中國境內經營業務，大部分交易以人民幣結算。本集團的報告貨幣為人民幣。本集團出口產品銷往香港和部分海外國家，交易以港幣或美元結算。本集團大部份現金及銀行存款以人民幣計值。本公司宣派股息時亦以港元派付。

董事會認為本集團從事的業務主要是以人民幣結算的，因此外匯風險對本集團的日常經營影響並不重大。

截至二零二四年六月三十日，本集團並沒有發行任何重大金融工具或訂立任何重大合約作外匯對沖用途。然而，董事會將繼續監察本集團的外匯風險，並準備在需要時採取審慎的措施，例如對沖。

或然負債

於二零二四年六月三十日，本集團並無任何重大或然負債。

資本承擔

於二零二四年六月三十日，本集團收購物業、廠房及設備的資本承擔約為人民幣4.5百萬元。

資產抵押

於二零二四年六月三十日，本集團並無任何資產抵押。

貿易及其他應付款項

於二零二四年六月三十日，本集團貿易及其他應付款項約為人民幣57.4百萬元(二零二三年十二月三十一日約人民幣59.4百萬元)減少了約3.4%。截至二零二四年六月三十日止，貿易及其他應付款項並無任何應付關聯方的結餘。

購入、出售或贖回本公司之上市證券

於回顧期間，本公司或其任何附屬公司概無購入、出售或贖回本公司之任何上市證券。

報告期後事項

截至本公告發佈之日，董事們並未知曉任何二零二四年六月三十日之後發生的需要披露的重大事件。

遵守企業管治常規守則

本公司致力提高本集團的企業管治水平，而董事會則檢討及更新為促進良好企業管治的一切必要措施。

董事會認為，截至二零二四年六月三十日止六個月期間，本公司一直遵守香港聯合交易所之證券上市規則（「上市規則」）附錄C1所載企業管治守則（「企業管治守則」）所載適用的守則條文。

董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載上市發行人之董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」），作為董事進行證券交易的行為守則。向董事進行特定查詢後，所有董事確認於回顧期間一直遵守標準守則所載的規定標準。

審核和風險管理委員會

審核和風險管理委員會已被授予與公司治理準則一致的職權範圍。審核和風險管理委員會已與公司管理層審閱本集團截至二零二四年六月三十日止六個月之中期業績，並建議董事會將其採納。

派息

根據本集團經營業績的回顧，董事會不建議派發關於截至二零二四年六月三十日止六個月的中期股息。

刊發中期業績及中期報告

此中期業績公佈亦於本公司的網站(www.bawang.com.cn)，IRAsia的網站(www.irasia.com/listco/hk/bawang/)，及聯交所的網站(www.hkex.com.hk)發佈。本公司將向股東寄發載有上市規則附錄D2規定之所有資料包括截至二零二四年六月三十日止六個月的中期報告，並於適當時候在上述網站可供查閱。

致謝

董事會謹藉此機會，向一直擁戴及支持本公司的全體股東、客戶、供應商、銀行、專業人仕和僱員，致以衷心的謝意！

承董事會命
霸王國際(集團)控股有限公司
陳啟源
主席

香港，二零二四年八月二十九日

於本公佈日期，本公司董事會成員由三名執行董事，即陳啟源先生、陳正鶴先生及黃善榕先生，以及三名獨立非執行董事，即張建榮先生、劉婧博士及朱達凱先生組成。