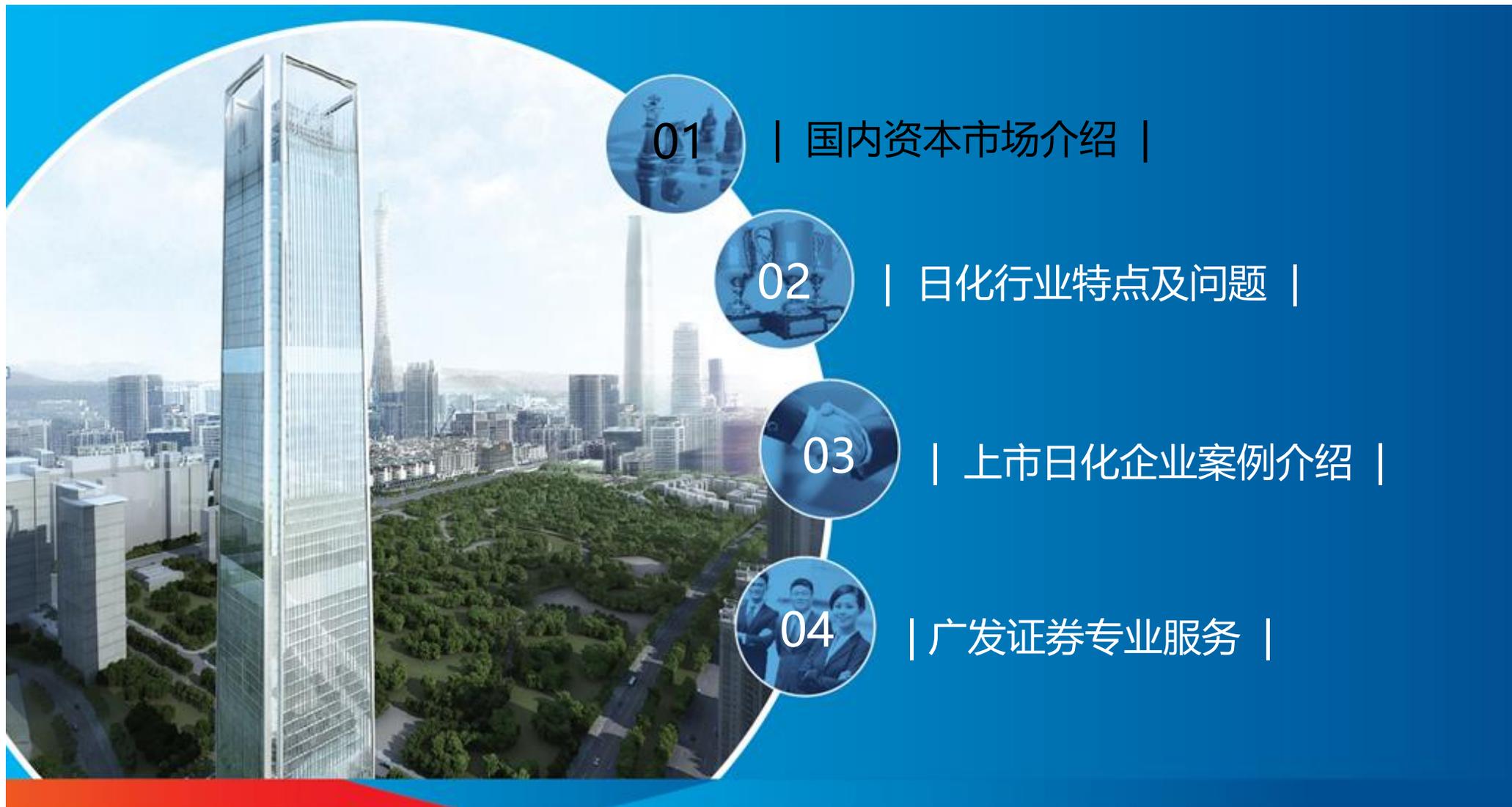


# 日化行业资本市场运作介绍

广发证券股份有限公司  
2017年11月29日





- **资本市场 ( Capital Market ) :**

**广义定义：**“长期资金市场”，一般指期限在一年以上各种资金借贷和证券交易的场所

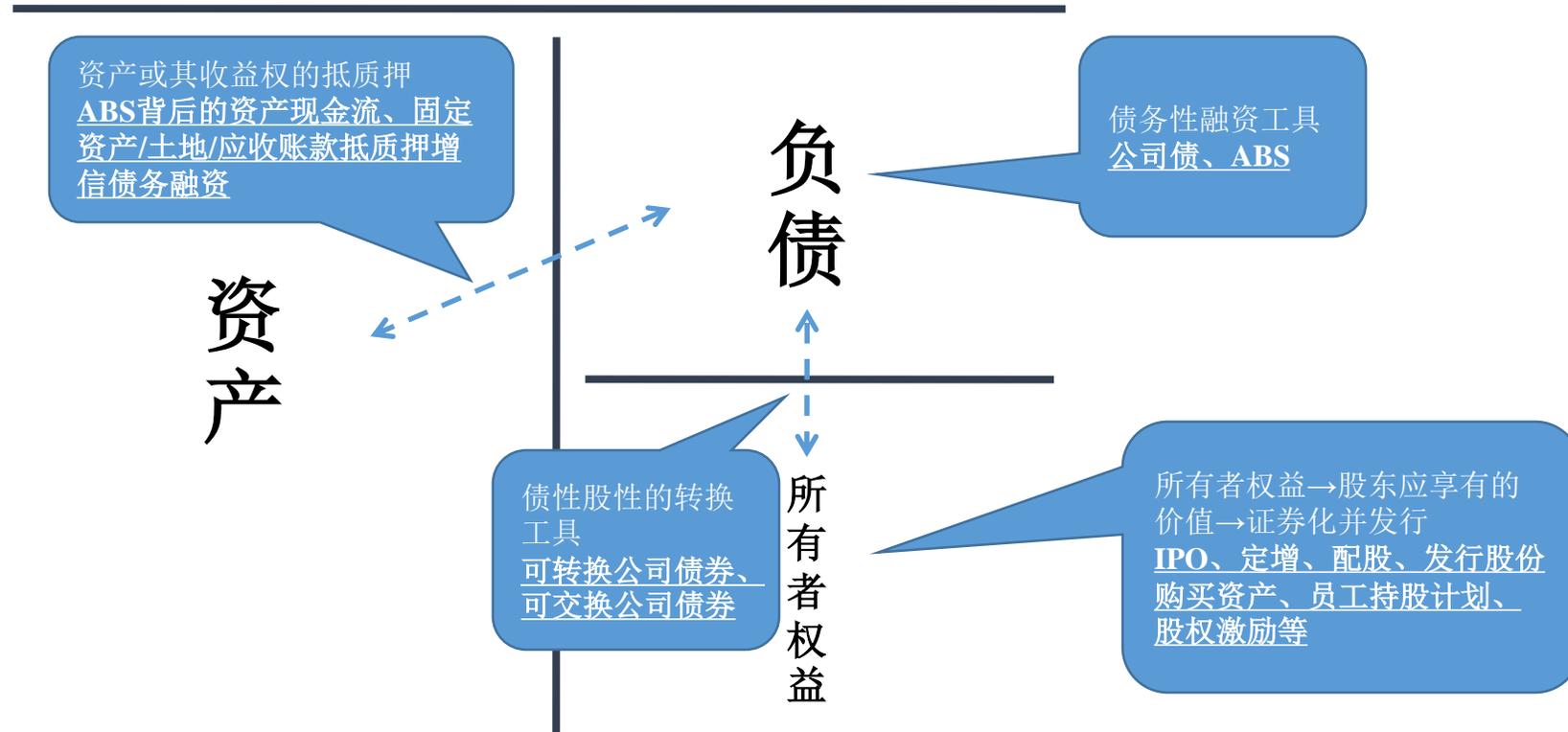
**狭义定义：**“直接融资市场”，具有直接融资功能的证券市场，包括一级市场、二级市场

以下仅讨论“狭义资本市场”，主要讨论A股市场

时间	事件
20世纪80年代	少量企业开始自发地向社会或企业内部发行股票或债券集资
1990年11月	上海证券交易所开始营业
1991年7月	深圳证券交易所开始营业
1992年10月	中国证监会成立
1993年	股票发行试点正式由上海、深圳推广至全国
1997年11月	中国金融体系分业管理的原则
1998年4月	中国证监会成为全国证券期货市场的监管部门
1999年7月	《证券法》实施
2001年11月	中国正式加入WTO，开放加快
2004年	中小企业板创立
2004年1月	《关于推进资本市场改革开放和稳定发展的若干意见》（俗称“国九条”）
2005年5月	启动股权分置改革
2009年11月	创业板成立
2010年	股指期货和融资融券退出
2013年	新三板
2016年	发行速度加快，向“注册制”过渡

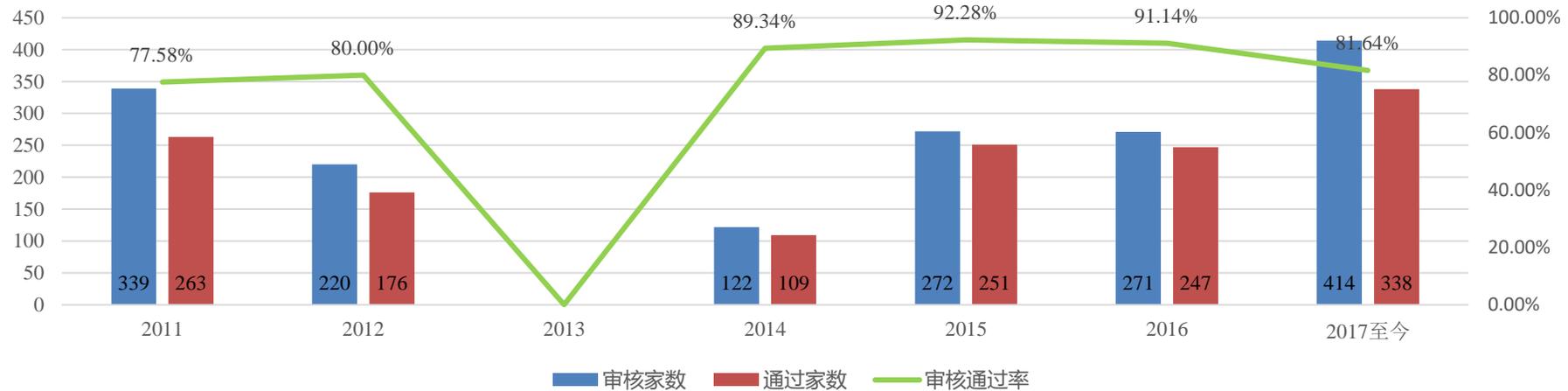
- 国家以及监管机构一直致力于让资本市场服务于实体经济，希望企业通过资本市场做大做强，成为国民经济增长的中坚力量
- 十九大报告提出“建设现代化经济体系”，并将现代金融归为产业体系的组成部分，新时代的资本市场，应当具备更强的服务实体经济的能力。更强的服务能力既包括更广的服务范围、更高的服务效率，也包括更高的服务质量。
- 要求资本市场稳步发展股权融资，加速资本形成；完善多层次资本市场体系，拓展服务中小微企业的覆盖面，更好支持创新创业；推动债券市场数量质量协调发展，丰富直接融资工具。

- 2017年7月14日至15日，第五次全国金融工作会议强调要把发展直接融资放在重要位置，增强资本市场服务实体经济功能，积极有序发展股权融资，提高直接融资比重。
- 7月召开的2017年全国证券期货监管系统年中监管工作座谈会提出，要切实加大发行质量审核力度，保持首次公开发行的常态化，规范和支持上市公司并购重组，完善退市制度，加大退市力度，充分发挥好资本市场的功能。IPO常态化与发审趋严态势的双确立印证了监管部门对于IPO“堰塞湖”的治理思路。
- 截至9月30日，证监会今年以来共审核了405家公司的首发申请，328家获通过，16家暂缓表决，8家取消审核，53家未获通过。IPO审核通过率80.99%，同比下降近10个百分点。去年前三季度的通过率为90.96%，全年为91.14%。去年共有271家拟IPO企业上会，247家获通过，18家被否。



## IPO发审情况-审核提速

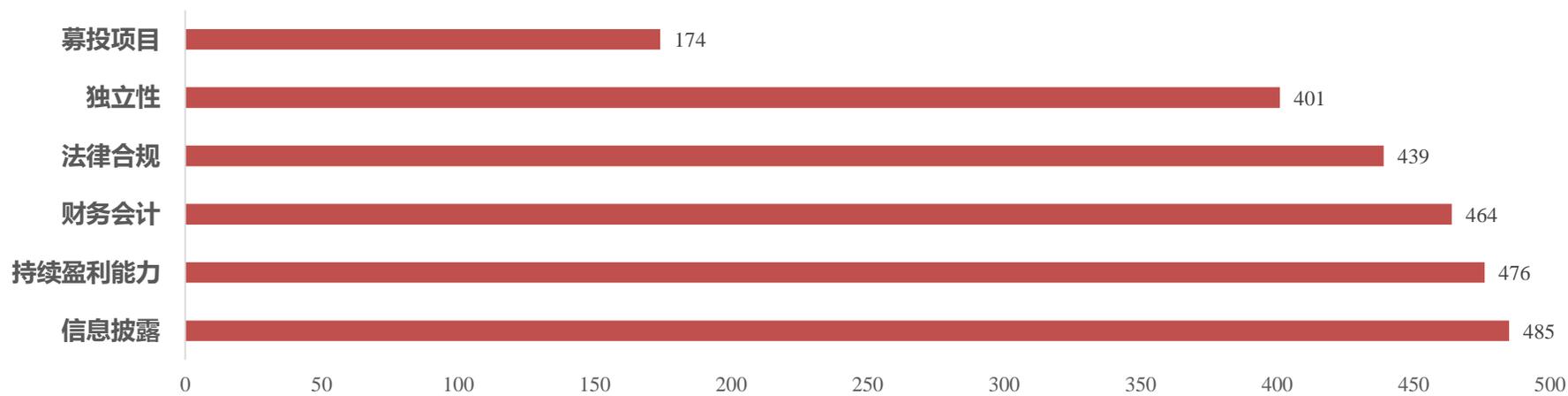
近年IPO审核及通过率



- 从2016年下半年至今，监管层明显加快了新股发行的速度；监管层表示希望在2018年年底前彻底解决目前IPO堰塞湖问题
- 截止目前IPO发行家数达338家，虽然已经超过2016年全年发行家数，但目前审核更加严格，审核通过率明显下降，审核通过率相较于2016年下降10个百分点。
- IPO常态化与发审趋严态势的双确立印证了监管部门对于IPO“堰塞湖”的治理思路。

## IPO发审情况-审核关注点

近年IPO审核反馈问题关注点



- 证监会对申报的494家企业公开的反馈意见显示，发行人信息披露、持续经营能力和财务会计是IPO审查的重点
- 其中有485家反馈问题涉及披露，有476家反馈问题涉及持续盈利能力，有464家反馈问题涉及财务会计

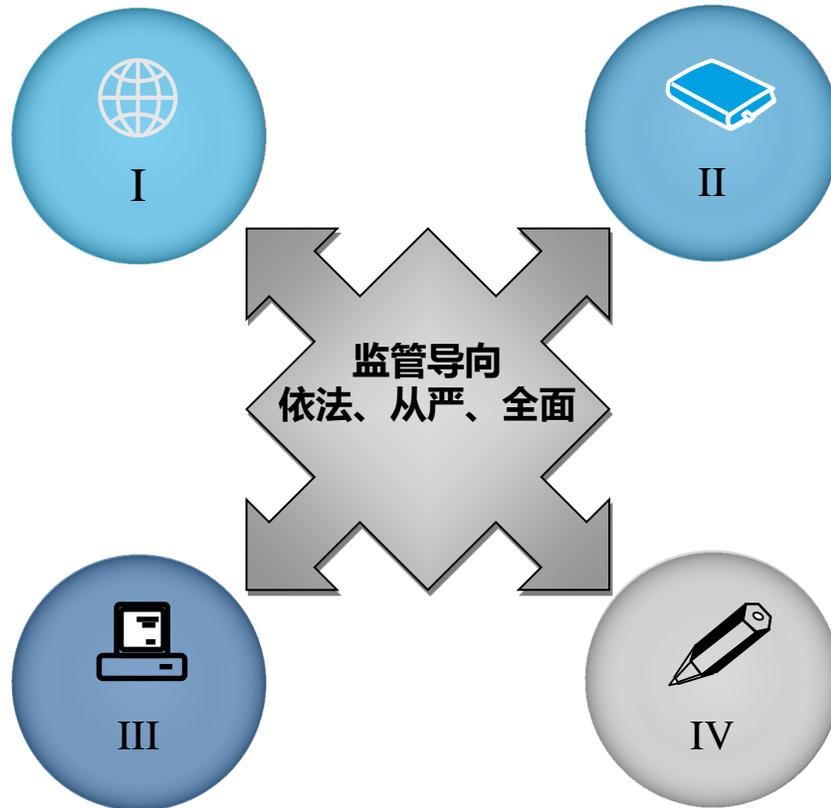
## 并购重组趋严

### 严控重组上市

新实施的重组管理办法，针对借壳上市（重组上市）情况进行了更为严格的规定

### 监管层关注并购重组业绩承诺完成情况

近期关于并购重组标的方业绩承诺的监管正在收紧，证监会对于在会的并购重组项目，会关注估值与业绩承诺，进行检查，主要根据行业和标的公司经营情况，来判断标的方是否有能力达到业绩承诺



### 打击配套融资套利

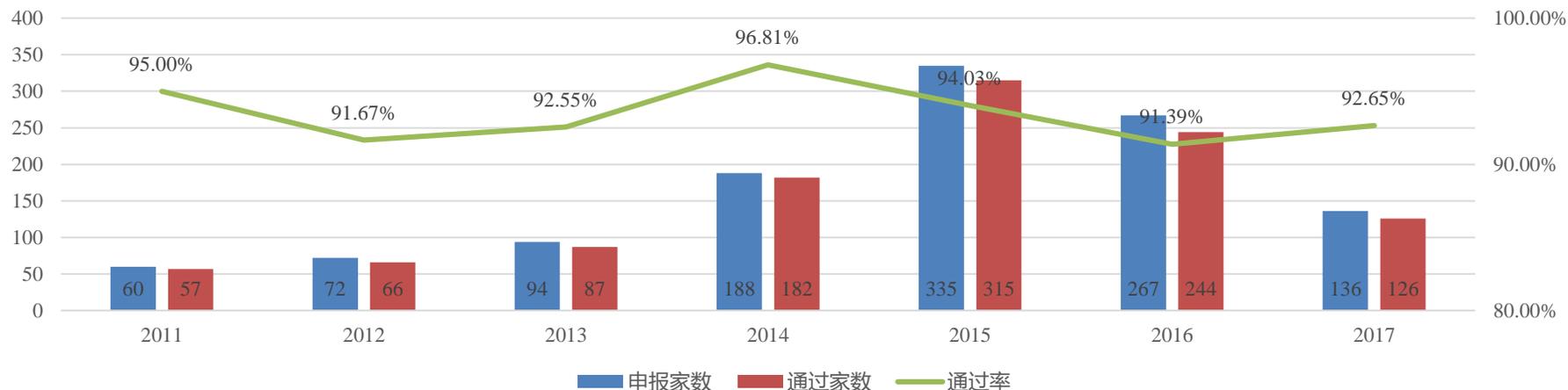
- 缩小配套融资规模，并严格限制配套融资用途，取消重组上市配套融资；
- 董事会阶段确定定增投资者的，若投资者涉及资管计划、理财产品等，要求穿透披露至最终出资人，所有出资人合计不能超200人

### 跨界并购重组监管趋严

- 证监会对“叫停跨界定增”传言进行了辟谣，但涉及到VR、游戏、影视、互联网金融等行业项目的审核从严；
- 对类金融项目暂停

## 并购重组审核通过情况

### 并购重组审核及通过率



- 2012年开始，并购重组持续升温，2015年审核总家数，审核通过总家数均达到峰值
- 《上市公司重大资产重组管理办法》和《上市公司非公开发行股票实施细则》被修订后，借壳与再融资受到更严格的约束与监管，并购重组审核通过家数与通过率均大幅下降，政策收紧对并购“降温”影响显著。
- IPO的提速改变了很多被并购企业的想法，与被并购相比，企业直接IPO上市的溢价更高且股票被稀释较少，从股东角度来看财务收益更大，很多企业都试图通过排队IPO方式上市，导致当前并购市场“标的荒”现象。

## 再融资：多维度限制，强调脱虚向实

2017年2月17日，证监会宣布对《上市公司非公开发行股票实施细则》(以下简称《实施细则》)部分条文进行了修订，发布了《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求》。本次修订围绕发行定价、定增规模、再融资周期、再融资募资用途四个维度作出相关调整。

### 规范定价基准日

取消将董事会决议公告日、股东大会决议公告日作为上市公司非公开发行股票定价基准日的规定，明确定价基准日只能为本次非公开发行股票发行期的首日。

主要针对 消除套利空间，保护中小股东利益

### 限制定增周期

上市公司申请增发、配股、非公开发行股票的，本次发行董事会决议日距离前次募集资金到位日原则上不得少于18个月

主要针对 频繁融资

### 限制资金用途

上市公司申请再融资时，除金融类企业外，原则上最近一期末不得存在持有金融较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形

主要针对 募集资金大量闲置，频繁变更用途，或者脱实向虚

### 限制定增规模

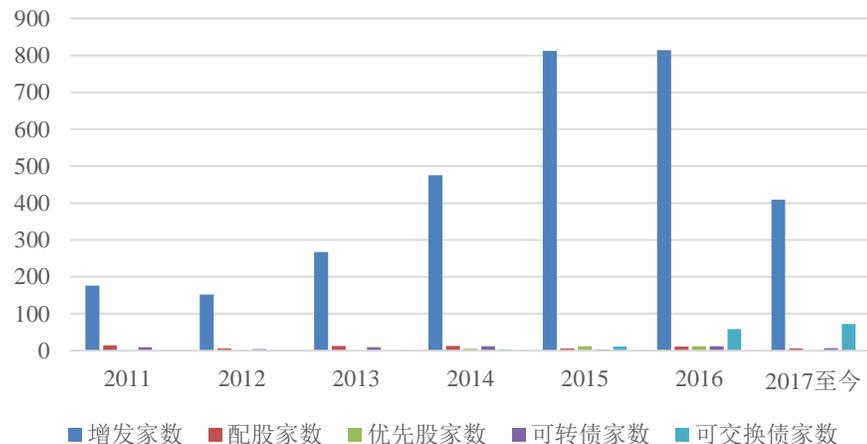
拟发行的股份数量不得超过本次发行前总股本的20%

主要针对 单次融资金额过大

提高资金使用效率

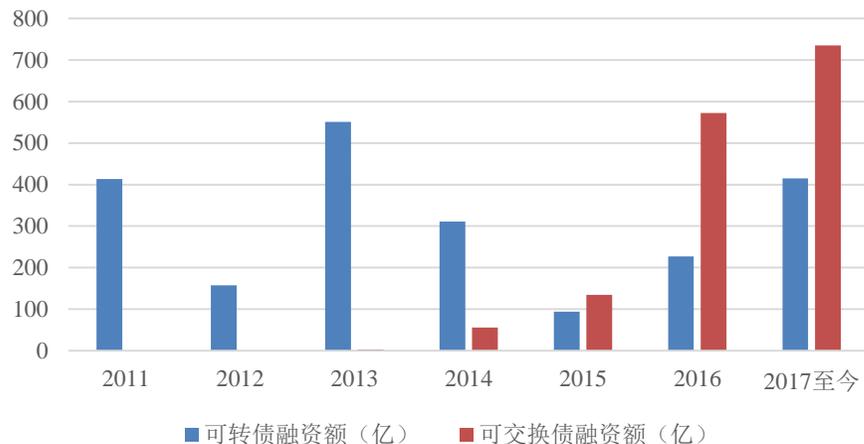
## 再融资情况

再融资种类分布



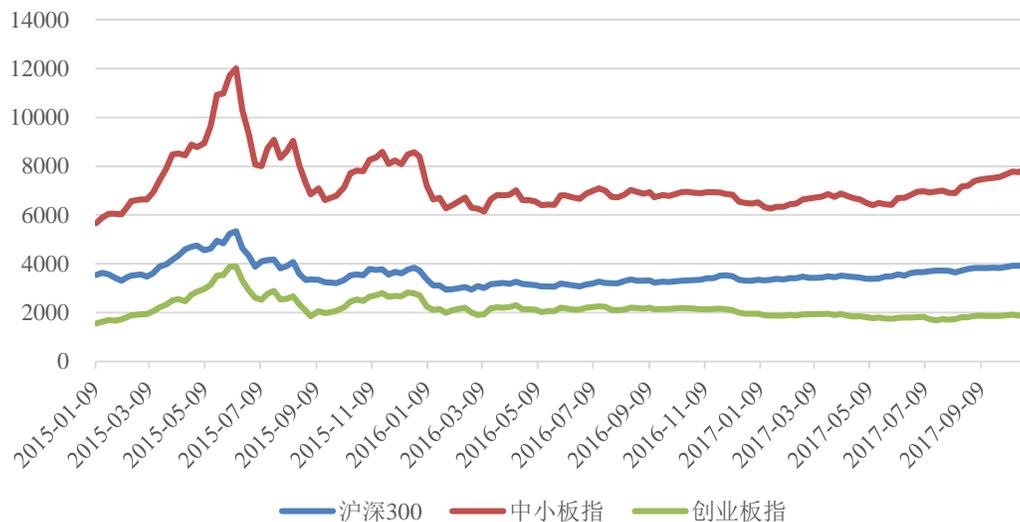
- 上半年再融资新规和减持新规的发布，增发市场规模明显变小
- 2017年至今发行可交换债的家数已达72家，高于2016年全年的58家

募集资金额



- 可转债和可交换债募集资金规模明显上升
- 2017年至今可转债发行家数虽然仅有7家，但募集资金额达415亿元，高于2016年募集资金额226.5亿元

2015年至今股票大盘指数走势



自2015年6月股灾以来，大盘仅用时半年便被腰斩，此后长达一年多时间一直都在低位震荡，今年以来各板块指数进入慢牛状态

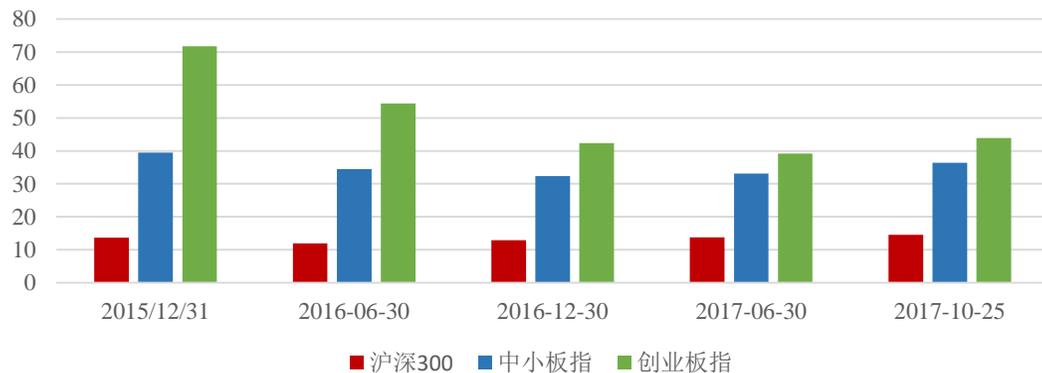
截止2017年10月25日：

沪深300指数为3977点，与2015年年底相比，上升6.59%

中小板指数为7854点，与2015年年度相比，下降6.43%

创业板指数1913点，与2015年年底相比，下降29.51%

大盘指数市盈率



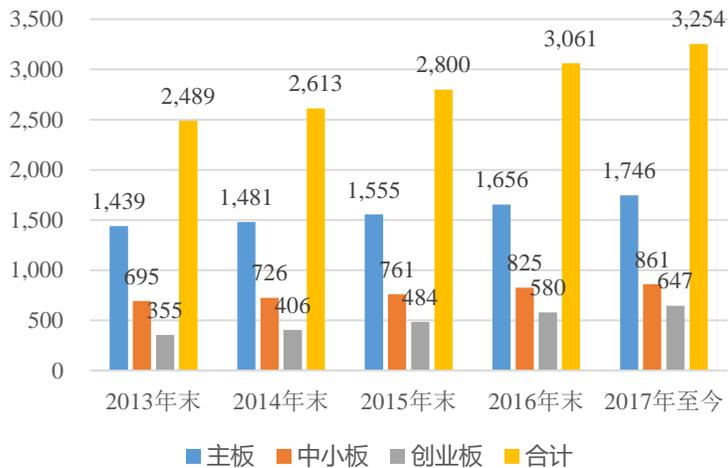
2015股灾过后，各板块市盈率均有所回落，市场逐渐回归理性

2016年年底以来三大指数市盈率略有上升，与最近一年的慢牛市场情况相符，中小板指和创业板指市盈率差距有缩小趋势

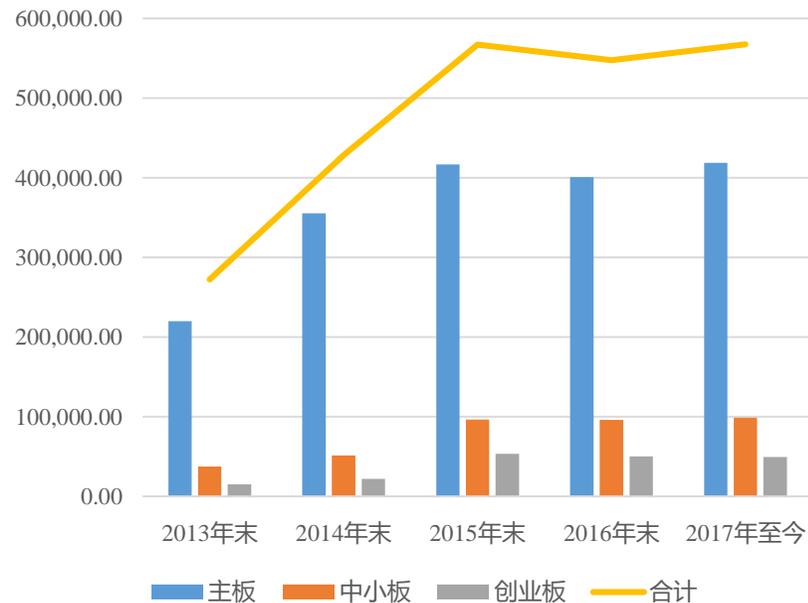
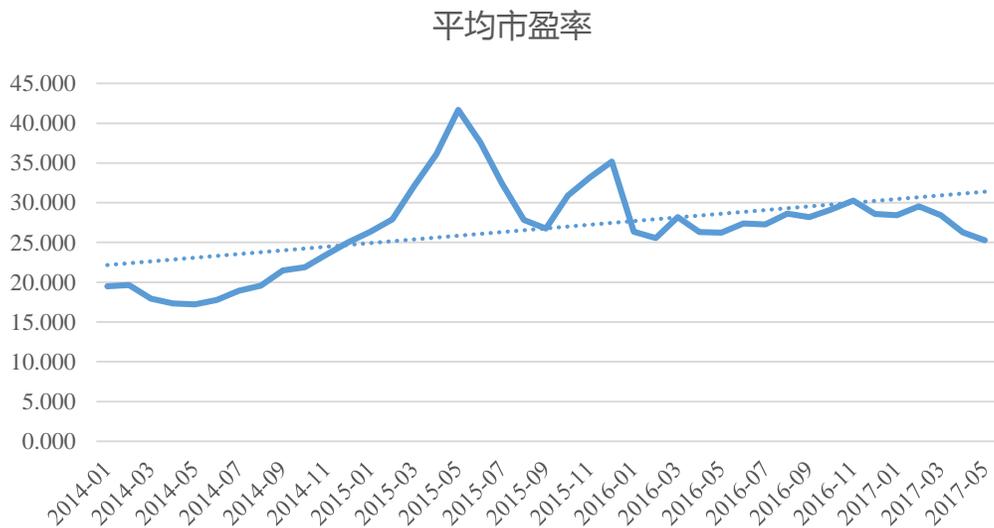
# 1 国内资本市场介绍——二级市场走势

## ●主板、中小板、创业板上市公司家数上升：

多年来，上市公司数量呈逐年上升趋势，截至2017年6月10日，A股市场共有上市公司3,254家，其中主板1,746家，中小板861家，创业板647家。

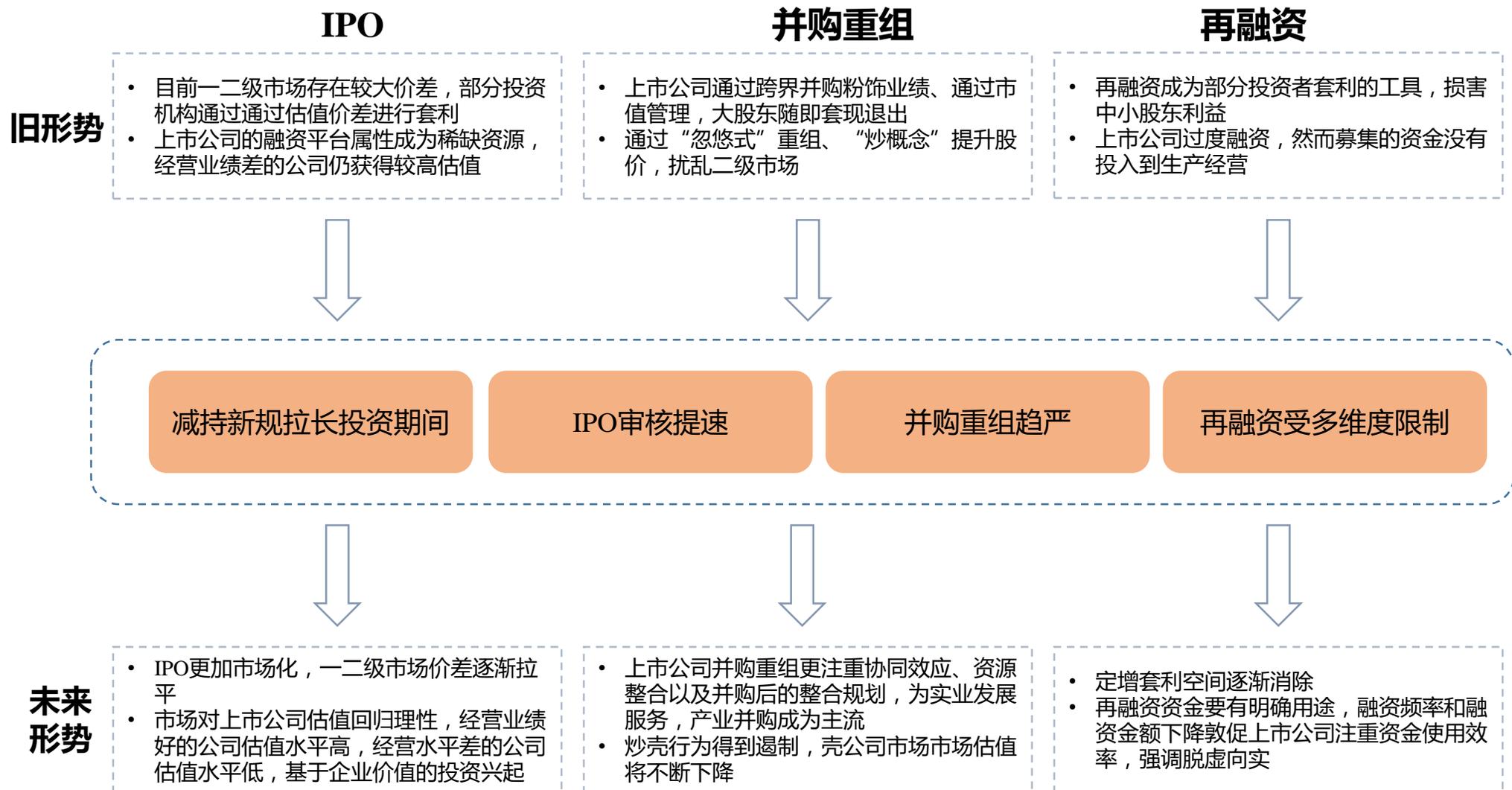


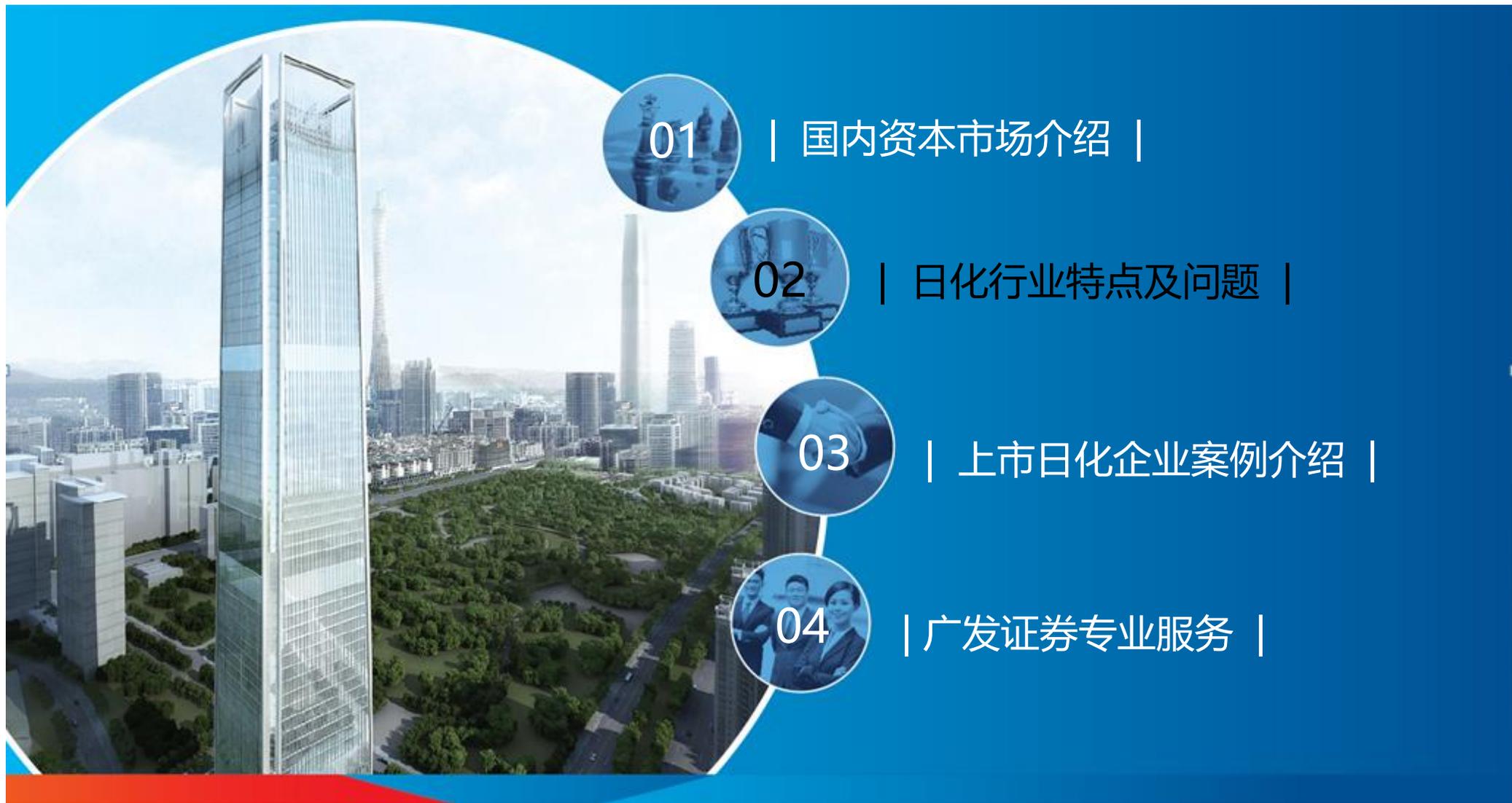
## ●2014年至2017年A股所有板块市场市盈率平均情况：



## ●主板、中小板、创业板上市公司市值趋于稳定：

截至2017年6月10日，A股市场总市值为567,645.97亿元，其中主板419,033.84亿元，中小板98,990.36，创业板49,621.77亿元，主板、中小板和创业板上市公司市值增速放缓。





## 2 日化行业特点及问题——行业发展趋势（行业规模）

●**市场空间巨大**：根据Euromonitor 的预测，中国化妆品行业将在未来几年继续保持稳定增长态势，预计到2021 年市场容量将达到4,337 亿元，行业发展空间巨大

行业市场总规模保持增长，但增速呈下降趋势

中国人均化妆品消费金额远低于美、日、韩，中国人口数量众多，酝酿巨大市场发展空间

2008-2015 年国内化妆品市场规模及增速



2008-2015 年社零消费总额及增速

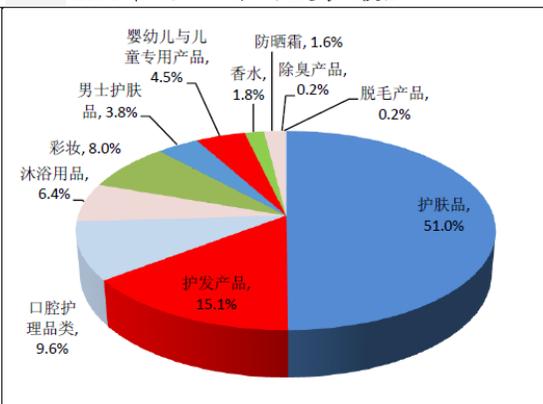


国内社会消费品零售总额保持增长，但增速呈下降趋势，与化妆品市场规模及增速趋势一致

2008-2015 年中、美、日、韩人均化妆品消费额



2015 年化妆品细分品类交易规模占比



护肤品、护发产品、口腔护理品类在化妆品细分品类中排名前3

(数据来源：广发证券行业研究报告及Euromonitor)

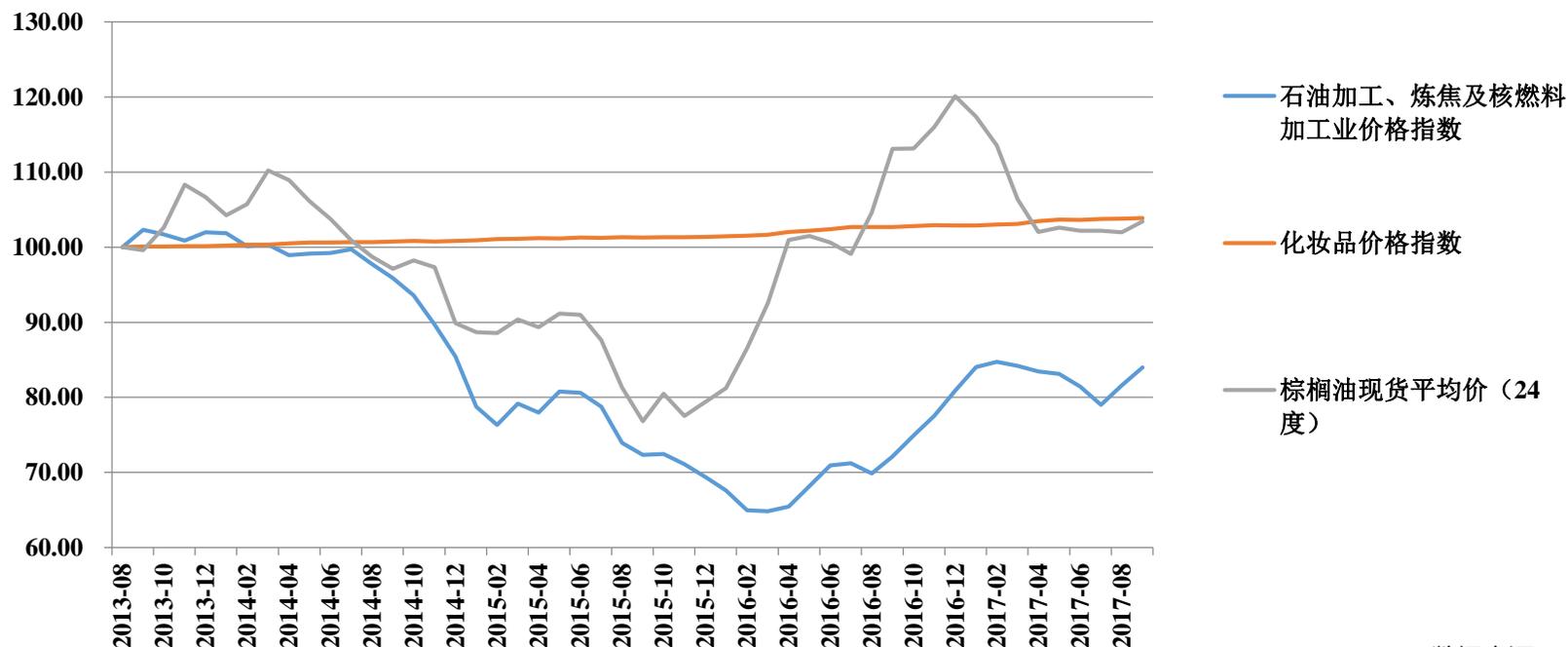
**●行业上下游价格情况：**

**时间范围：**2013年8月-2017年8月

**下游价格：**化妆品价格基本保持稳定增长（定价能力增强）

**上游原料价格：**呈现较大波动

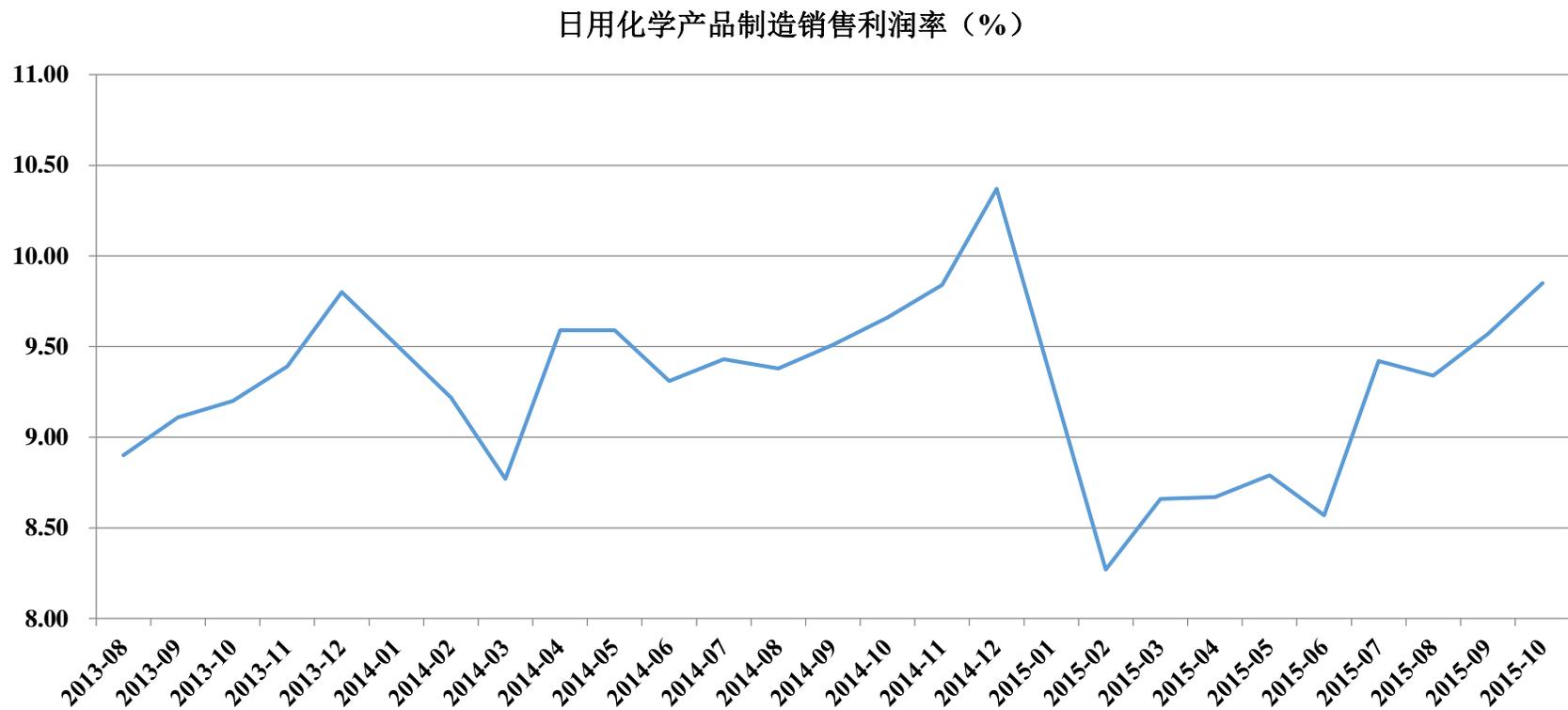
**●行业盈利空间：**近年来，行业（含原料供应商、日化企业、渠道商）的盈利空间变化较大。在此背景下，要求日化企业逐步建立核心优势（如品牌知名度、渠道、专注细分市场等）



（数据来源：Wind）

●行业销售利润率变动情况：呈现较大波动。

要求日化企业在品牌、渠道、细分领域等方面建立核心竞争力，增强经营稳定性。



（数据来源：Wind）

●**销售渠道呈多元化趋势（线下→线上→线上线下结合）**：传统的经销渠道、商超卖场，近年来兴起的电商渠道、CS渠道（专营店）、商业综合体

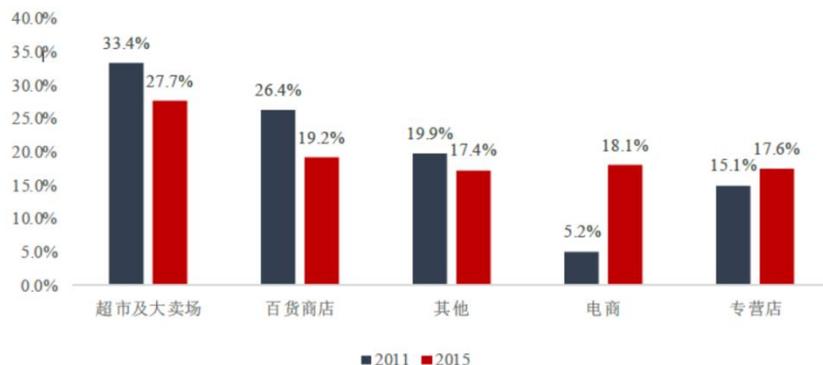
考验企业对渠道的把控、建设能力（要建设、沉淀适合企业自身的渠道网络）

传统渠道和新兴渠道出现两极分化的表现

渠道	2016 增速	2015 增速
百货（护肤+彩妆）	-0.9%	5%
大卖场（日化品类）	-4.3%	1.5%
超市（日化品类）	-0.6%	-2%
化妆品专营店	9.2%	17%
电商	40%	26%

数据来源：中怡康，尼尔森，兴业证券研究所

新兴渠道（电商、专营店）市场份额不断提升，传统渠道不断萎缩



数据来源：Euromonitor，兴业证券研究所整理

- 便利性（面积小、灵活布点）
- 专业性（集中各类品牌的化妆）
- 销售人员专业的服务与指导
- 进入渠道的门槛较商超低

## 2 日化行业特点及问题——行业发展趋势（其他）

### ●对产品功能需求的多样化：

- (1) 洗发水，清洁功能外衍生出美发、护发、满足各种发质
- (2) 护肤品，保湿、美白功能外衍生出抗衰老、祛斑、祛刺、瘦身等多重功效
- (3) 牙膏，清洁口腔功能外衍生出美白、消炎、坚固牙齿、抗敏感
- (4) 天然、草本、无硅油等系列逐渐受到追捧
- (5) 男士洗护产品的兴起

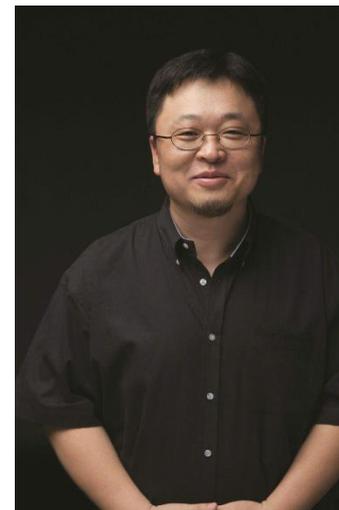
考验企业的研发能力（细分功效的研发）、市场敏锐度（感知市场需求的动态变化）、渠道网络（新品快速推出上架）

### ●消费者品牌意识增强：

- (1) 消费升级的趋势之一即为品牌化消费；
- (2) 根据百度数据研究中心统计显示，产品和品牌是网民搜索大众日化产品时最关注的内容
- (3) 内资品牌逐步站稳脚跟

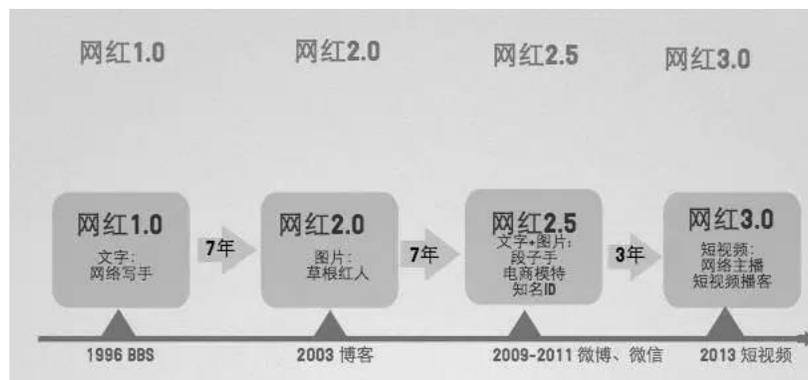


数据来源：Euromonitor，兴业证券研究所整理



### ●网红的的发展：

通过网络平台而走红并在进行一定商业化实践的群体，“广义”网红起源于1996年前后的BBS，经历了四个阶段发展。



数据来源：《papi酱何以拍出2200万，2016网红元年深度解读报告》，拉芳投资

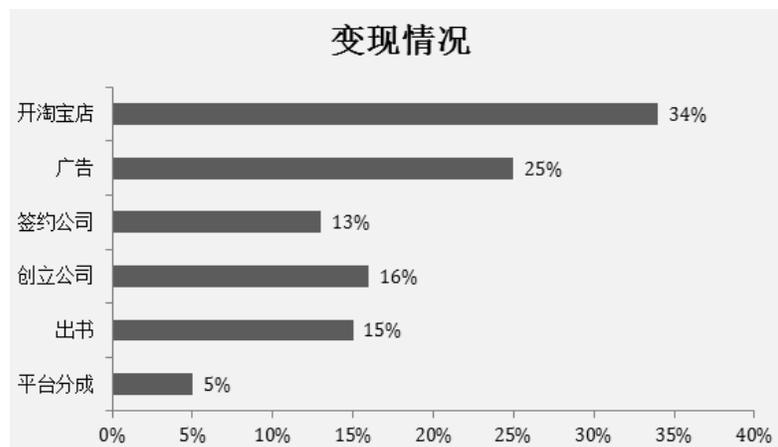
●网红主要类型：



数据来源：《papi酱何以拍出2200万，2016网红元年深度解读报告》，拉芳投资

●网红经济核心逻辑：

通过文字、视频、图像等形式传播内容、颜值、故事以积累人气，通过销售产品、广告等方式变现粉丝流量



数据来源：《papi酱何以拍出2200万，2016网红元年深度解读报告》，拉芳投资

●网红经济与日化行业：（1）当前网红经济销售的两大领域：化妆品、服装；（2）广告代言；（3）线上电商渠道

## 2 日化行业特点及问题——行业发展趋势（新业态启示——去品牌化）

### ●网易严选模式：

从源头全程严格把控商品生产环节，剔除品牌溢价、去除各级经销商、商场专柜等中间环节，帮消费者甄选到最优质的商品。

### ●核心竞争力：

- (1) 打破原有供应链模式，去中间环节、去品牌化，降低价格
- (2) 口碑营销；
- (3) 严格的品控能力；
- (4) 有品牌知名度的线上平台及用户积累  
(严选背靠网易端口)

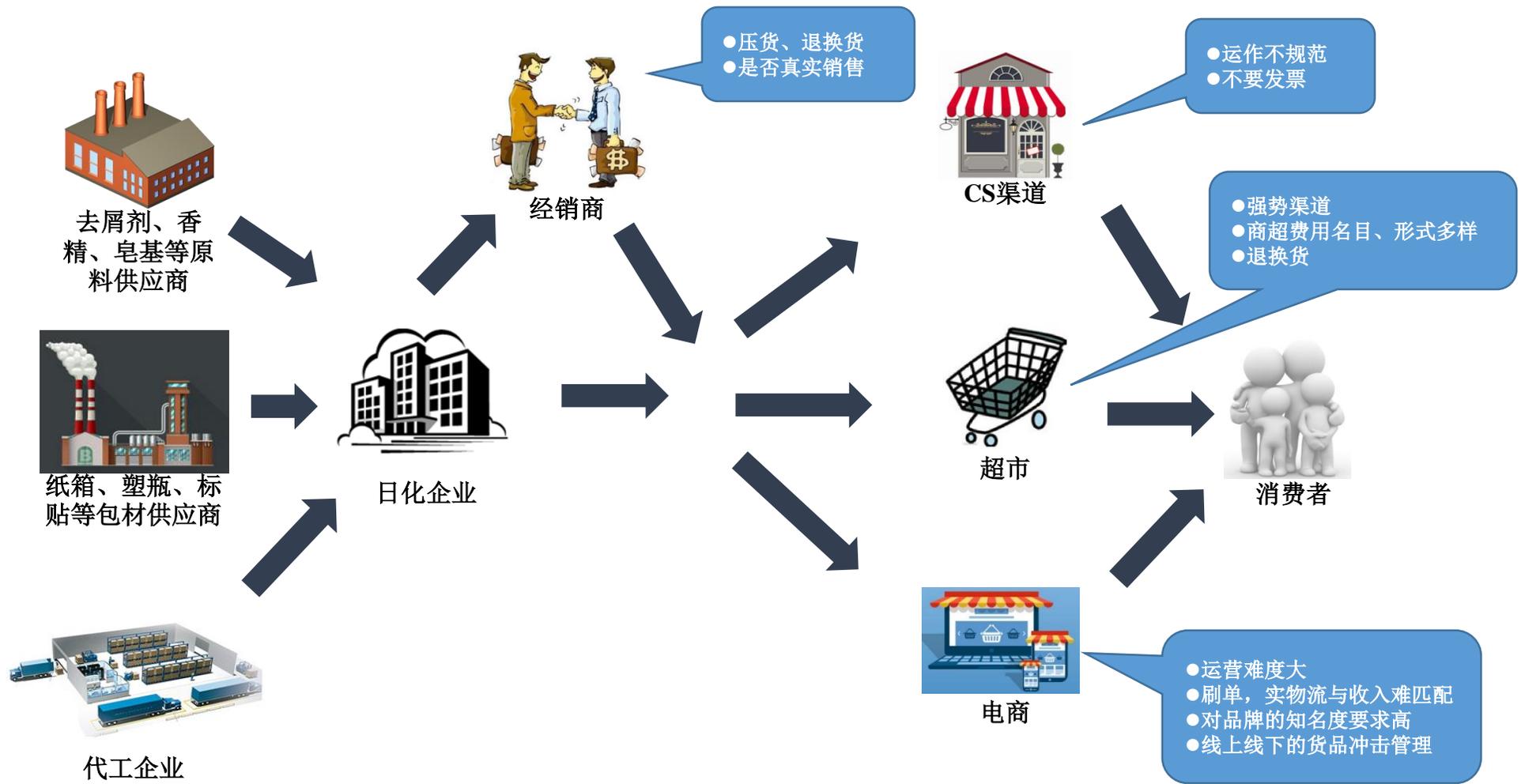
核心：渠道整合；通过线上平台及口碑营销打造的品牌替代原供应链中品牌商的品牌

### ●对日化行业的启示：

- (1) 产品品质是基础
- (2) 品牌知名度、渠道网络建设是核心



## 2 日化行业特点及问题——产业链

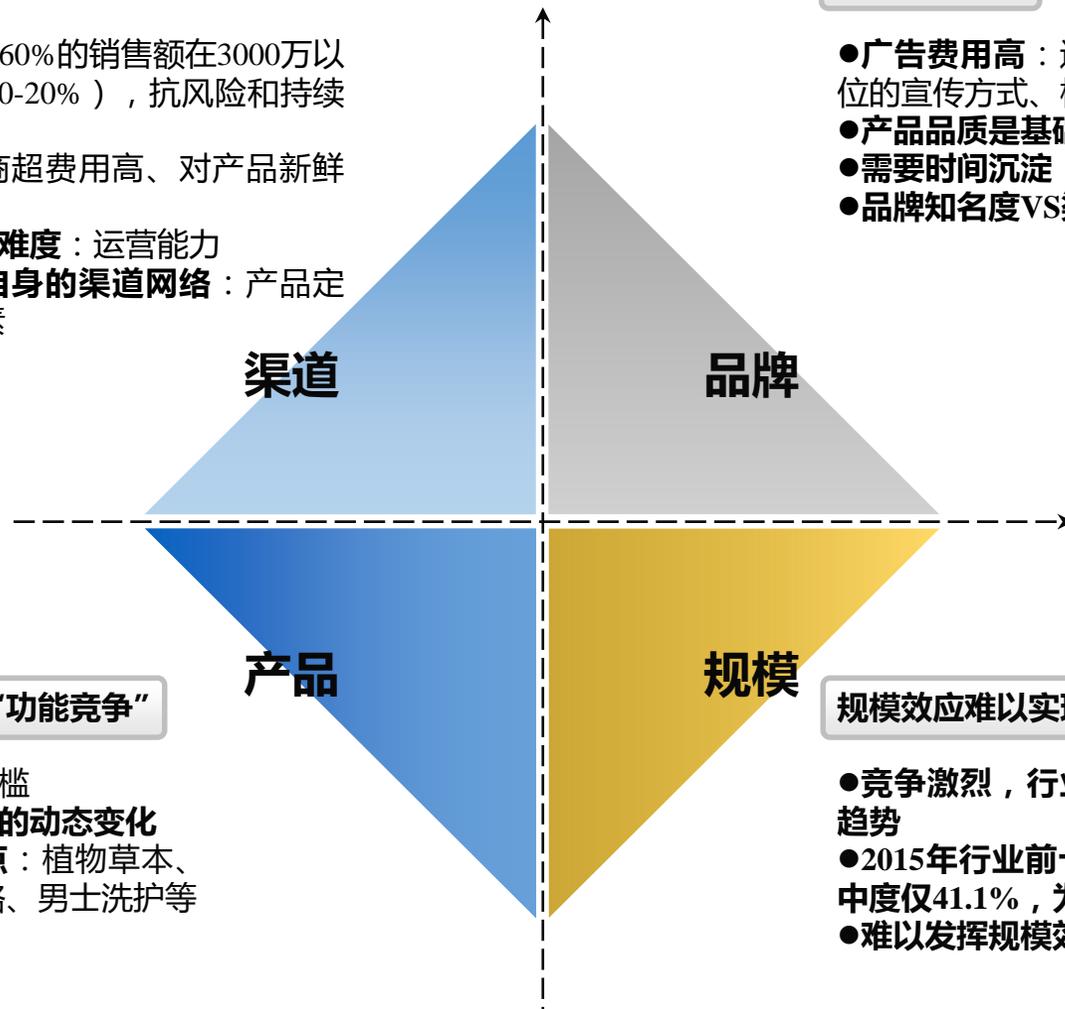


## “渠道为王”

- **经销商**：规模较小（60%的销售额在3000万以下）、毛利率较低（10-20%），抗风险和持续运营能力较差
- **商超模式**：强势、商超费用高、对产品新鲜度等要求较高
- **电商渠道的建设存在难度**：运营能力
- **如何建立适合企业自身的渠道网络**：产品定位、品牌知名度等因素

## “品牌竞争”

- **广告费用高**：选择适合自己品牌定位的宣传方式、植入节目等
- **产品品质是基础**
- **需要时间沉淀**
- **品牌知名度VS渠道强势**

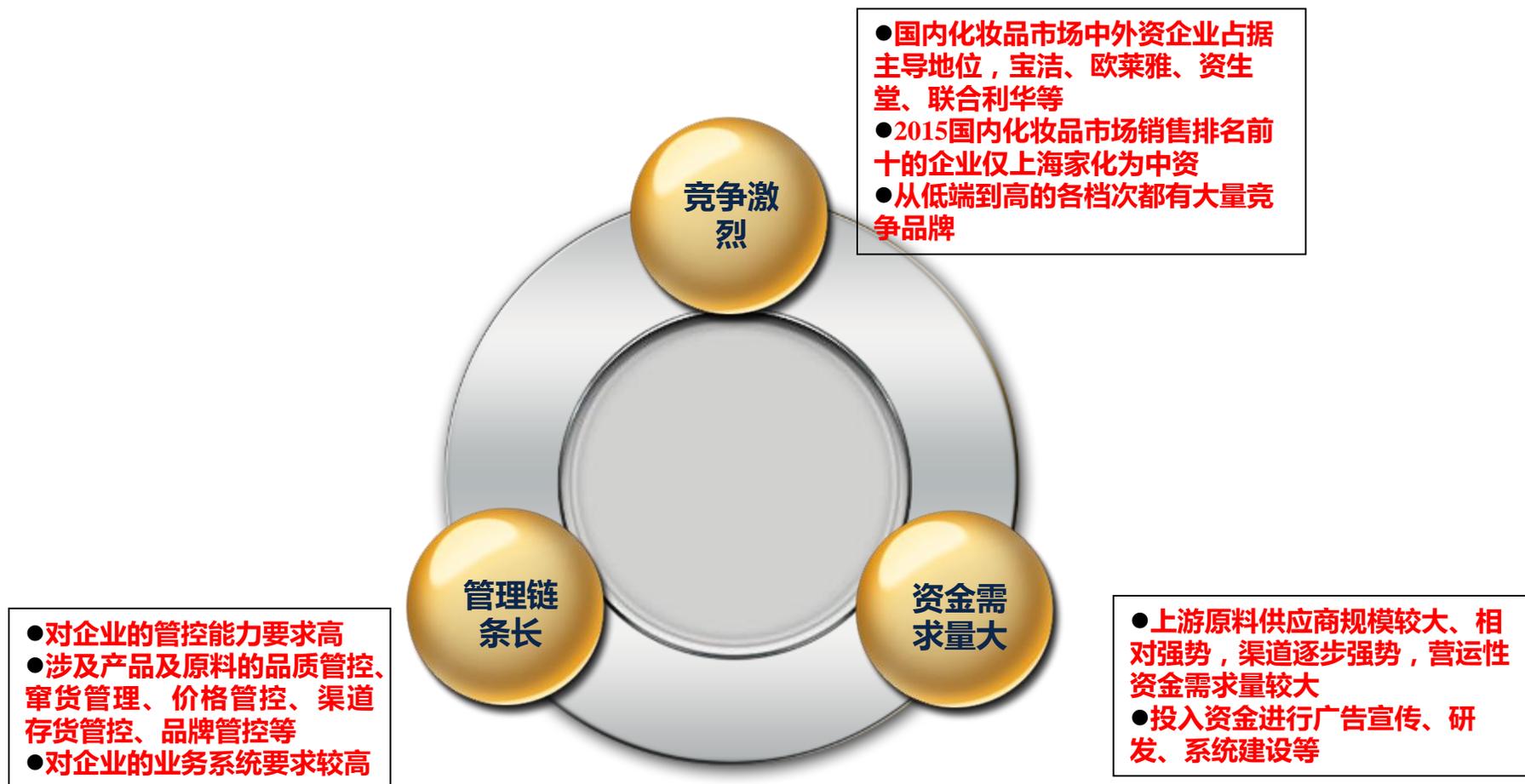


## 产品竞争更多体现为“功能竞争”

- **基础功能**：基本无门槛
- **快速迎合消费者需求的动态变化**
- **功能细分、市场热点**：植物草本、无硅油、精油、小规格、男士洗护等

## 规模效应难以实现

- **竞争激烈，行业集中度低并有下降趋势**
- **2015年行业前十化妆品企业市场集中度仅41.1%，为近十年最低**
- **难以发挥规模效应、降低运营成本**



### 审核理念：从业务到财务，从行业到公司

#### ●盈利能力及业绩增长（与过会率直接挂钩）

对于发行人的盈利能力，监管机构重点关注财务的真实性以及业绩增长是否具有合理性，以及财务规范性。

净利润规模	IPO企业数量（家）	IPO失败数量（家）	失败比例
3000-4000万元	41	19	46.34%
4000-5000万元	36	12	33.33%
5000-8000万元	68	15	22.06%
8000万元以上	80	14	17.50%

#### ●重视各销售模式收入真实性及会计处理的合理性

（1）经销模式：①经销商的库存情况及最终销售去向；②异动经销商情况，例如新增/撤销、销售额大幅变动；③销售返利；④退换货情况。

（2）商超模式：①销售模式及对应的收入确认政策；②商超费用与销售额的匹配性；③销售返利；④退换货情况。

（3）第三方回款核查

（4）实际控制人、董监高流水的核查

#### ●按品牌、品类、规格等维度打开收入、成本，关注毛利率变动原因及与同行业的差异原因

## 审核理念：从业务到财务，从行业到公司

### ●期间费用的真实性、期间费用率与同行业的比较

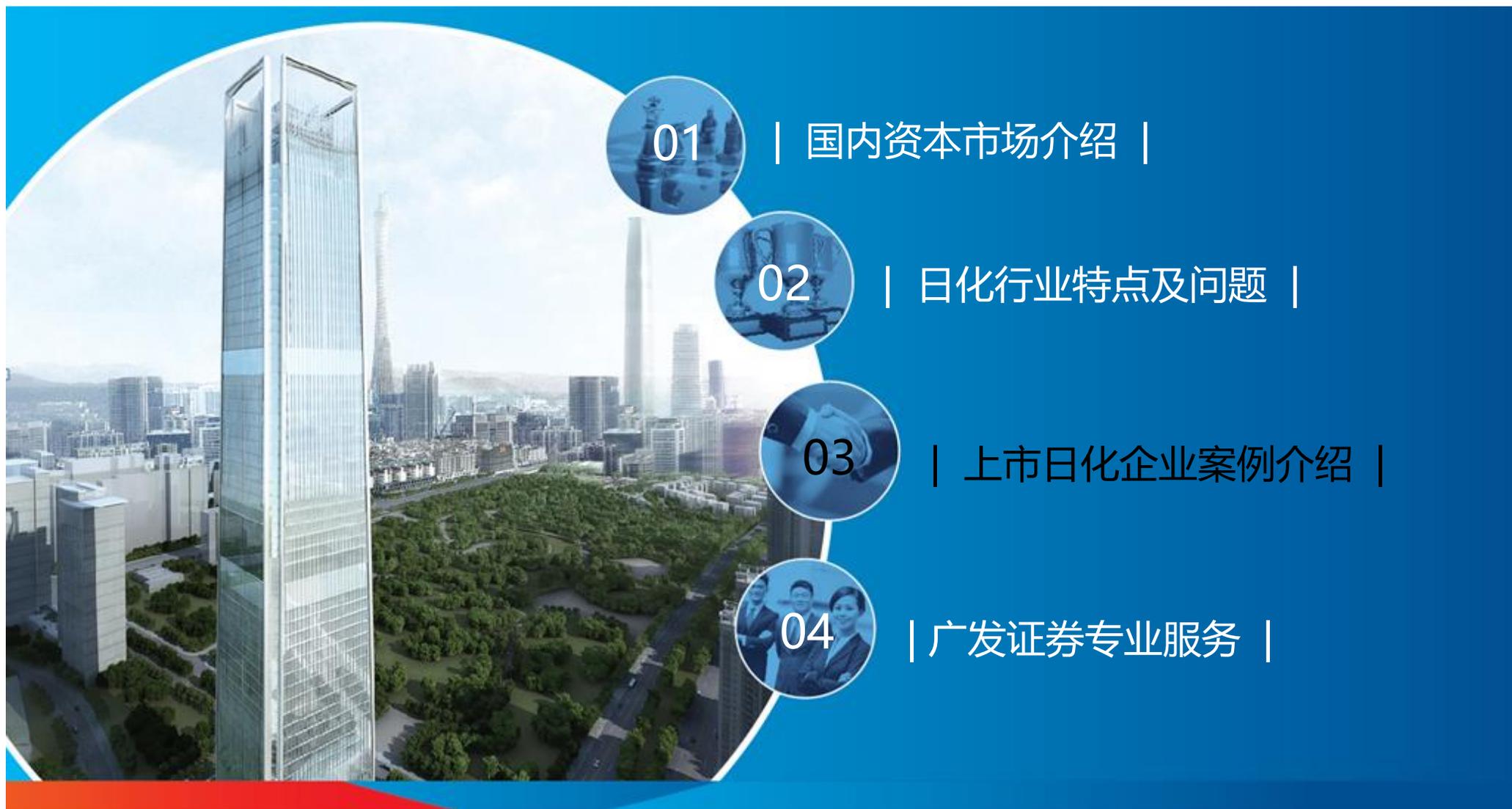
#### ●财务规范性、内控有效性

- (1) 收入、成本费用的不匹配
- (2) 成本归集、分配不合理
- (3) 内控薄弱、内环节点未留痕、原始单据未保留
- (4) 大股东、实际控制人的资金占用

#### ●同业竞争、关联交易占比较大

- (1) 同业竞争的认定范围较宽，包括实际控制人、5%以上股东、董监高以及上述人员的直系亲属，遵循实质重于形式原则
- (2) 关联交易的占比不宜过大（30%），关注价格公允性

#### ●供应商、客户关联关系：发行人与下游经销商的关联关系核查和披露是否充分



- 根据国民经济行业分类指引，其将日用化学产品行业进一步分为5大类



### 3 上市日化企业案例介绍——同行业上市公司

- 截至2017年11月3日，日化行业主要上市公司（A股）概况如下：

目前已上市企业，  
以**家居、洗护类**等  
细分行业为主

证券代码	证券简称	上市日期	主要涉及行业	主要产品类型	2016年 营业收入 (亿元)	2016年 净利润 (亿元)	总市值 (新收盘) (亿元)	市盈率 (新收盘) (倍)	市净率 (新收盘) (倍)
600315.SH	上海家化	2001-03-15	化妆品	护肤品、化妆品	53.21	2.16	249.57	294.49	4.52
002094.SZ	青岛金王	2006-12-15	化妆品	化妆品	23.71	1.99	85.97	19.01	3.47
603630.SH	拉芳家化	2017-03-13	化妆品	洗发水、沐浴露	10.49	1.49	54.45	37.39	3.28
000523.SZ	广州浪奇	1993-11-08	肥皂及合成洗涤剂	家居洗涤剂	98.49	0.39	48.16	115.98	2.69
600249.SH	两面针	2004-01-30	口腔清洁用品	牙膏	15.62	-0.07	39.33	80.67	2.03

- 截至2017年11月3日，日化行业正在审核的拟上市公司（A股）概况如下：

目前待上市企业，以  
彩妆细分行业为主

公司简称	上市状态	主要涉及行业	主要产品类型	2016年 营业收入 (亿元)	2016年 净利润 (亿元)
丽人丽妆	2016年8月首次申报，现已 预披露更新	化妆品	彩妆	20.16	0.81
珀莱雅	已发行完毕	化妆品	彩妆	16.23	1.54
丸美股份	2016年11月发审会未通过； 2017年6月再次申报，现已 受理	化妆品	彩妆	12.08	2.32
毛戈平股份	2016年12月首次申报，现 已预披露更新	化妆品	彩妆	3.43	0.53
名臣健康	已过会	化妆品	洗发水、沐浴露	5.96	0.47



公司名称	拉芳家化股份有限公司
证监会行业分类及行业代码	化学原料和化学制品制造业 (C26)
股票代码	603630.SH
主营业务	拉芳家化主要从事日用化学产品的研发、生产与销售，涵盖洗发水、护发素、沐浴露、香皂、膏霜等产品。
主要销售模式	经销模式、以沃尔玛、大润发等商超为主的直销模式及电商模式
主要产品及品牌	拉芳、雨洁、美多丝
广发证券IPO服务时间	2014年8月至2017年3月
上市日期	2017年3月
市值	60.53亿元
市盈率	42.61倍





- **产品类型**：涵盖洗发水、护发素、沐浴露、香皂、膏霜等产品
- **主要品牌**：“拉芳”、“雨洁”、“缤纯”、“美多丝”、“圣峰”等品牌
- **核心优势**：

(1) **盈利能力较强**：

项目	2016.12.31 2016年度	2015.12.31 2015年度	2014.12.31 2014年度
资产总计（万元）	107,976.85	87,277.94	76,457.67
股东权益合计（万元）	83,998.24	69,051.74	57,350.79
营业收入（万元）	104,897.59	98,468.76	93,349.56
净利润（万元）	14,946.50	14,282.77	12,605.52
综合毛利率	59.19%	55.94%	50.26%

(2) **渠道优势**：经销渠道为基础，电商、商超渠道快速发展

(3) **品牌知名度较高**：据Nielsen统计数据显示，2015年公司在我国的洗发水市场销售额市占率位居民族品牌前列



- **关注点一：经销模式（重点关注销售真实性）：**
  - （1）关注经销商的库存情况及最终销售去向；
  - （2）异动经销商情况，例如新增/撤销、销售额大幅变动；
  - （3）经销商返利情况。
- **关注点二：商超模式（重点关注收入确认政策的合理性）**
  - （1）销售模式及对应的收入确认政策；
  - （2）商超费用与销售额的匹配性；
  - （3）商超返利情况；
  - （4）退换货情况。
- **关注点三：第三方回款的金额及比例**
- **关注点四：按品牌、品类、规格等维度打开收入、成本，关注毛利率变动原因**



公司名称	名臣健康用品股份有限公司
证监会行业分类及行业代码	化学原料和化学制品制造业（C26）
主营业务	名臣健康是一家研发、生产、销售健康护理用品的企业，主要产品包括洗发水、护发素、沐浴露、啫喱水及护肤品等
主要销售模式	经销模式销售占比99%
主要产品及品牌	蒂花之秀、美王等
广发证券IPO服务时间	2015年8月至2017年9月
上市日期	已通过发审会

2016年6月申报

2017年6月递交反馈

2017年9月通过发审会



- **关注点一：经销模式（重点关注销售真实性）：**
  - （1）关注经销商的库存情况及最终销售去向；
  - （2）异动经销商情况，例如新增/撤销、销售额大幅变动；
  
- **关注点二：经销商返利（重点关注返利计提依据及会计处理）**
  - （1）返利会计处理（以商业折扣形式反映销售净额）；
  - （2）返利计提的依据及计算的准确性；
  - （3）跨期返利的处理方式；
  - （4）保荐机构对返利的核查。
  
- **关注点三：第三方回款的金额及比例，以及报告期内是否得到较好规范**
  
- **关注点四：费用的真实、准确和完整性，是否存在刻意压缩费用的行为**
  - （1）广告推广费较小，但仍能使得销售额上涨的合理性；
  - （2）保荐机构对销售费用完整性核查（如是否涉及体外支付）；
  - （3）是否存在压低员工薪酬的行为；
  - （4）制造费用打开，包括料工费按产品分类等；



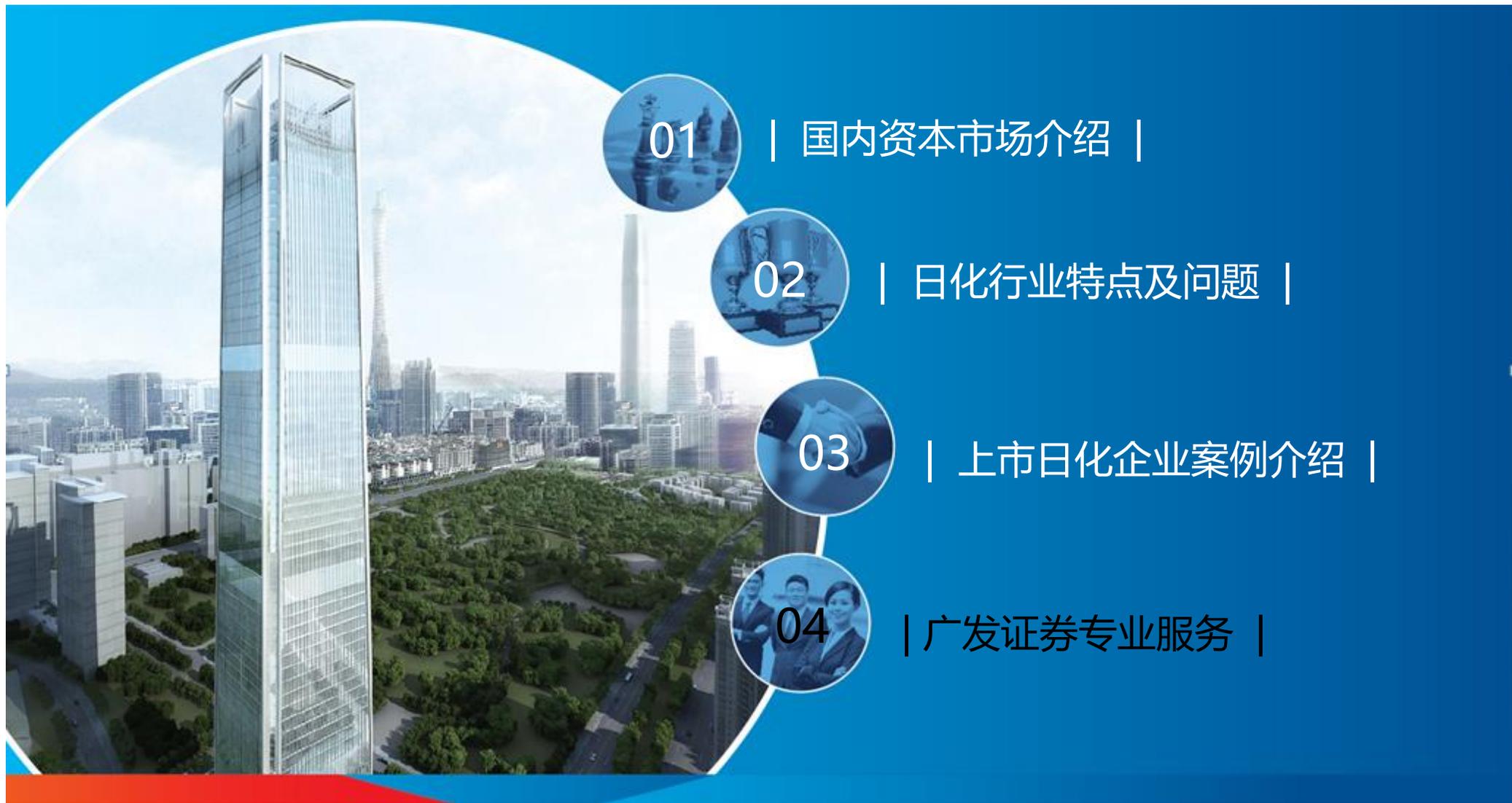
MARUBI 丸美

- **关注点一：**采用经销的销售模式，商品的销售是否最终在终端实现并经充分核查
- **关注点二：**销售收入的增长显著高于同行业公司，是否有合理的解释，能否打消证监会对收入真实性的疑虑
- **关注点三：**单个客户主体的收入增长过快，是否有合理性解释，是否与发行人存在关联关系



珀莱雅 PROYA

- **关注点一：**采用经销的销售模式，商品的销售是否最终在终端实现并经充分核查
- **关注点二：**经销模式下的返利和补贴政策，重点关注返利和补贴金额及其计提、支付的标准和依据，返利和补贴金额是否充分合理地计提，会计处理是否符合企业会计准则的规定。



**截至2016年12月31日：**

- 广发证券总股本约76.21亿股，注册资本76.21亿元；
- 合并报表资产总额3,598.01亿元，合并报表实现营业收入207.12亿元，实现利润总额107.05亿元；
- 资本实力及盈利能力在国内证券行业持续领先，总市值居国内上市证券公司前列

**首批综合类证券公司**

- 2004年12月获创新试点资格
- 2010年2月12日在证交所上市：股票代码:000776.SZ
- 2011年5月16日非公开发行A股股票申请获无条件通过
- 2015年4月10日在香港联交所上市：股票代码：1776.HK

**广发证券的历次转型，资本实力不断壮大**

1991年  
广东发展银  
行证券部

注册资本1000万元



1994年  
广东广发证  
券公司

注册资本1.5亿元



1996年  
广发证券有  
限责任公司

注册资本8亿元



2001年  
广发证券股  
份有限公司

注册资本20亿元



2010年  
深交所上市  
2015年  
港交所上市

注册资本76.21亿元



- **我们的愿景：成为具有国际竞争力、品牌影响力和系统重要性的现代投资银行。2014-2016年，广发证券在总资产、净资本、营业收入、净利润等主要指标均位居行业前列。**

总资产（亿元）

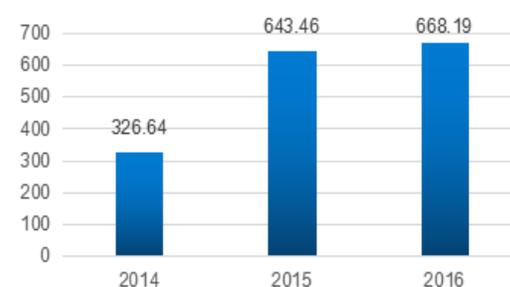


2014年排名：4

2015年排名：3

2016年排名：4

净资本（亿元）

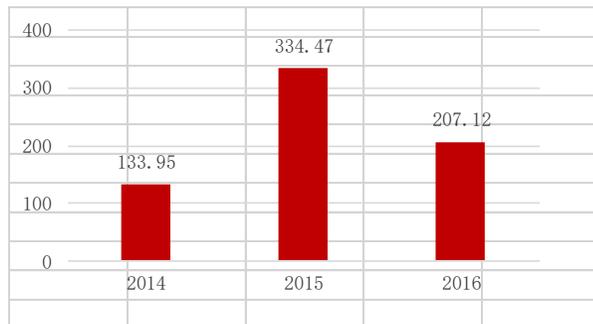


2014年排名：3

2015年排名：4

2016年排名：4

营业收入（亿元）

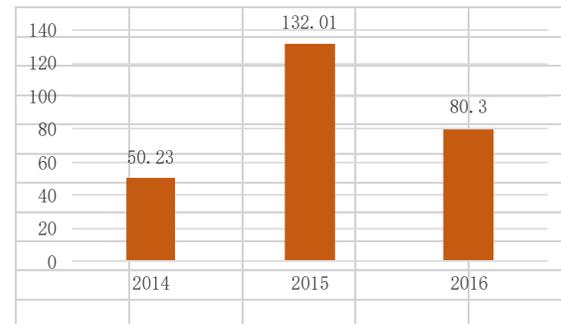


2014年排名：4

2015年排名：4

2016年排名：3

净利润（亿元）

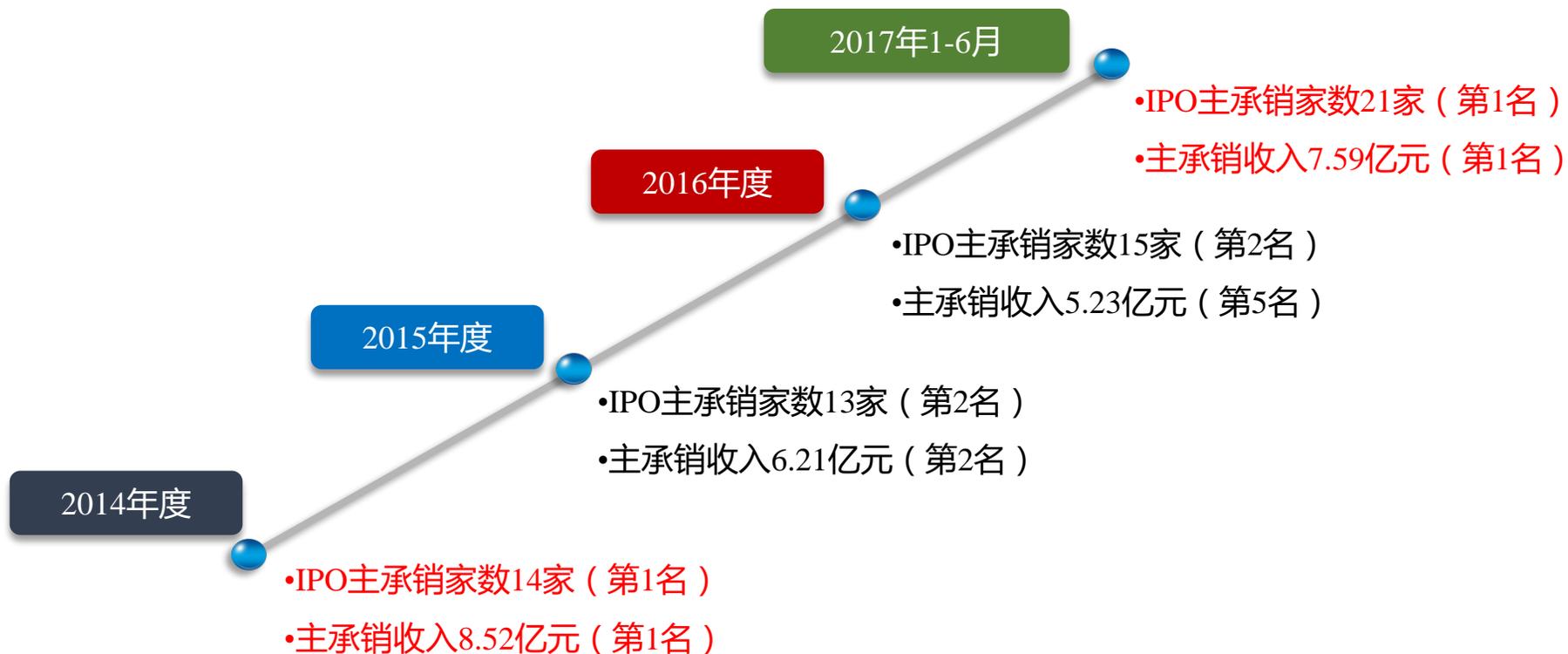


2014年排名：5

2015年排名：5

2016年排名：3

- 广发证券投资银行业务突出，近年均保持了较高的家数和承销收入排名。



● **债权融资**：2013年至2016年，广发证券累计综合债务融资业务市场份额排名第1，累计单项债务融资业务市场份额排名前3

● **兼并收购**：2016年担任财务顾问的重大资产重组项目27家，行业排名第1，2017年1-6月担任财务顾问的重大资产重组项目12家，行业排名第2；拥有成功运作跨境并购项目的的能力

- 广发证券不仅在投资银行业务突出，而且在经纪业务、资产管理业务等领域也是屡创佳绩，是国内优秀的综合类券商。

### 《财富》中国500强

《财富》中文版

### 证券业年度社会责任卓越贡献企业

信息时报

### 最具市场影响力奖最佳证券公司奖

全国银行间同业拆借中心

### 最佳投资者关系公司

香港投资者关系协会

### 中国区最佳全能证券投行

证券时报

### 中国最佳资产管理券商

证券时报

### 中国最佳财富管理品牌

证券时报

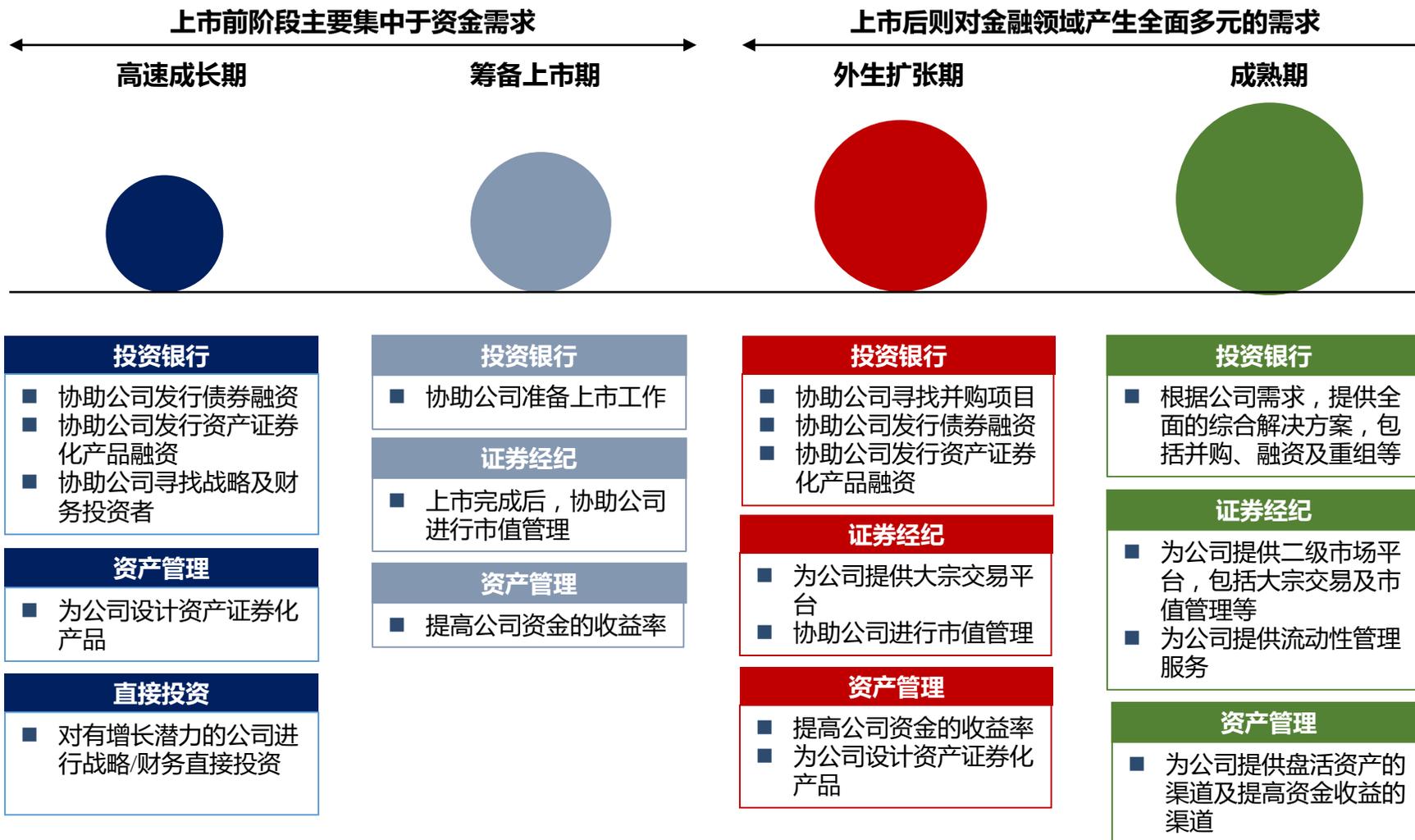
### 中国最佳证券经纪商

证券时报



- 广发证券拥有卓越的专业人才团队，支持广发证券在证券行业各领域屡创佳绩。





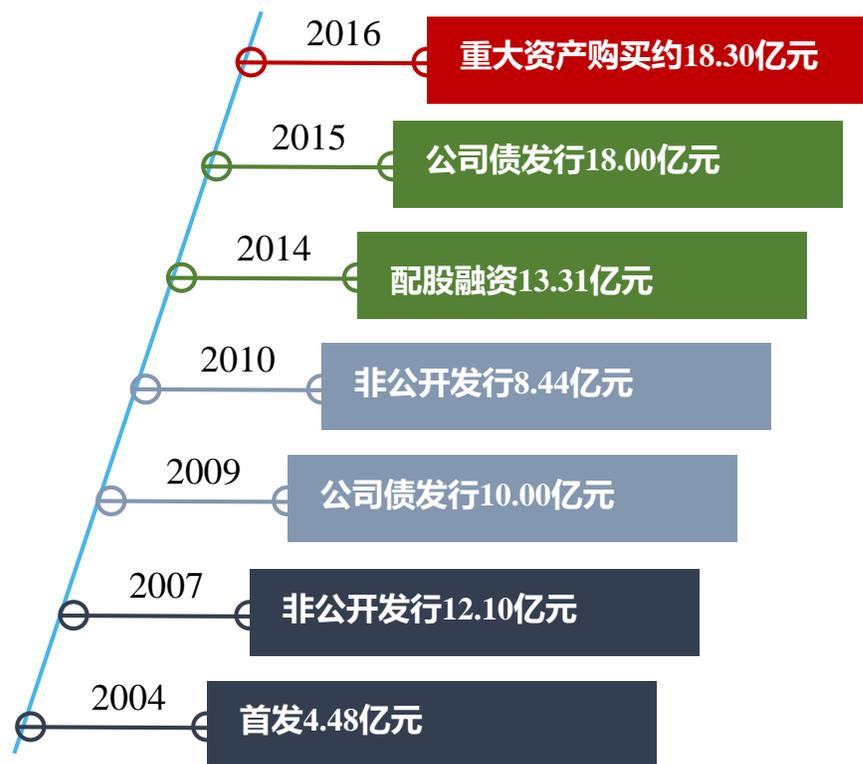
## 4 广发证券专业服务——合作的成功案例（宜华生活）

- 广发证券保荐的诸多行业龙头企业及细分行业的第一家上市公司在上市后均表现出良好的成长性，获得了市场的广泛认同。



- 2004年上市，协助其融资超过**66亿元**
- 上市以来收入增长超过**9倍**、净利润增长超过**9倍**、市值增长超过**8.4倍**

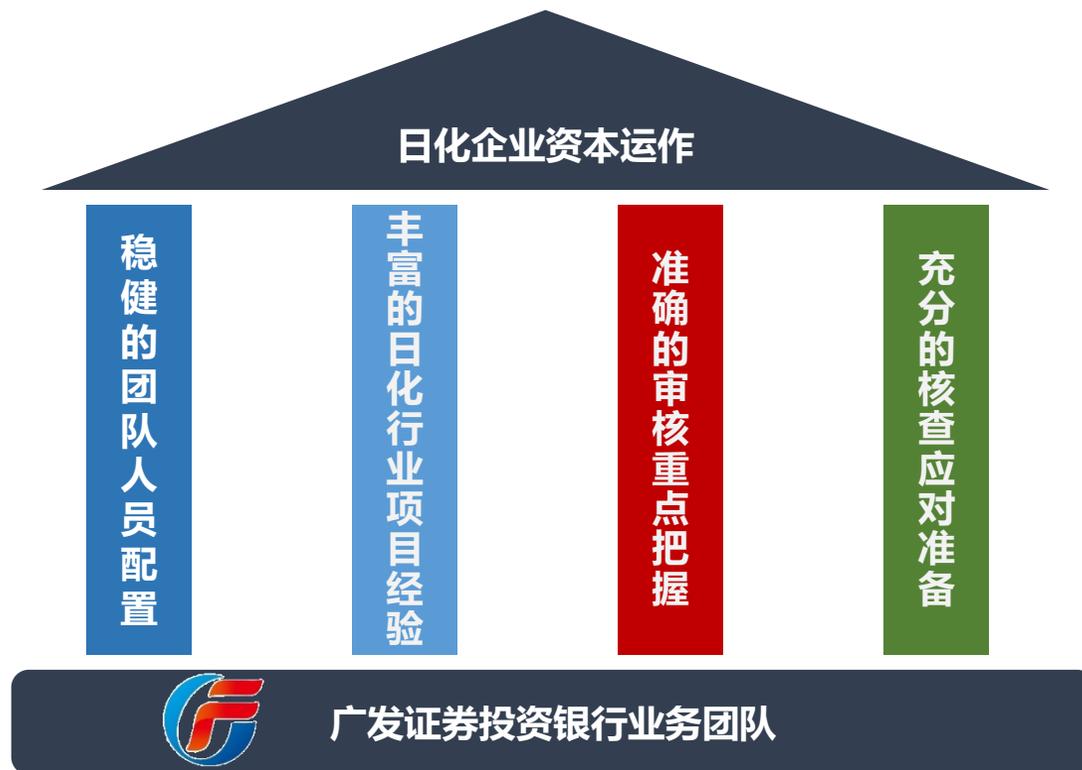
（相关数据截至2016年底）



- 曾主持、参与多家企业IPO，行业上以大消费行业为主
- 日化行业：拉芳家化、名臣健康等IPO项目
- 其他大消费行业：金发拉比、瑞尔特、松发股份、四通股份等IPO项目
- 在日化领域具有丰富的项目经验

代码	名称	IPO融资净额	上市日期	所属行业
600518	康美药业	2.16亿元	2001-03-19	中成药
600978	宜华木业	4.27亿元	2004-08-24	家居用品
002167	东方锆业	0.98亿元	2007-09-13	金属
002212	南洋股份	5.53亿元	2008-02-01	电缆
002292	奥飞动漫	8.68亿元	2009-09-10	动漫、玩具
002345	潮宏基	9.41亿元	2010-01-28	珠宝
002433	太安堂	6.81亿元	2010-06-18	中成药
300043	星辉车模	5.49亿元	2010-01-20	文教休闲
300281	金明精机	3.45亿元	2011-12-29	专用机械
002741	光华科技	3.69亿元	2015-02-09	化工原料
<b>603268</b>	<b>松发股份</b>	<b>2.57亿元</b>	<b>2015-03-11</b>	<b>陶瓷</b>
<b>603838</b>	<b>四通股份</b>	<b>2.58亿元</b>	<b>2015-06-18</b>	<b>陶瓷</b>
<b>002762</b>	<b>金发拉比</b>	<b>4.42亿元</b>	<b>2015-06-02</b>	<b>纺织服装</b>
<b>002790</b>	<b>瑞尔特</b>	<b>6.63亿元</b>	<b>2016-03-08</b>	<b>家具用品</b>
002842	翔鹭钨业	2.86亿元	2017-01-19	金属冶炼加工
<b>603630</b>	<b>拉芳家化</b>	<b>7.50亿元</b>	<b>2017-03-13</b>	<b>日化用品</b>
603535	嘉诚国际	5.24亿元	2017-08-08	物流服务
-	<b>名臣健康</b>	-	<b>已过会</b>	<b>日化用品</b>

- 综上所述，广发证券项目团队：（1）具有稳健的人员配置；（2）丰富的日化行业项目经验；（3）对日化行业深入了解；（4）能够准确把握日化行业的审核重点，前期对日化企业进行针对性的规范，审核过程中对可能面对的问题充分应对。广发证券有信心为日化企业的资本运作之路保驾护航。



# Thanks !

谢谢

刘令	13825065505
詹晓婷	13825099660
张晓	13321160588