

百草堂医药股份商业计划书

打造中国中草药大健康产业第一股



百草堂医药股份

中国制药行业百强企业



百草堂医药股份商业计划书



目 录

1百 草 堂 概 述	1 - 1 1 页
1产 品 与 技 术	1 2 - 1 8 页
1股 权 与 架 构	1 9 - 2 2 页
1营 销 策 略	2 3 - 2 8 页
1经 营 业 绩	2 9 - 3 3 页
1风 险 管 理	3 4 页
1未 来 规 划	3 5 - 4 6 页



百草堂概述—历史渊源

《百草堂》前身名曰：《草庵》，由始祖黄真人创建于大明永乐7年(公元1409年)。黄真人(公元1369-1449年)，原籍河南固始，名騫，字瞻仲，自号真人。黄真人自幼习武学医，博古通今，立志济世，行救死扶伤之道。

“草庵”原有道士18人，除以习武传道外，主要从事中草药的研制以治病行医。“庵”原为一种中草药，主折瘀血，以汤、散、丹见效最速。黄真人把道观铭记为“草庵”，寓意“百草精华，广益人间”。

在明成祖朱棣掌管朝政期间，政治清明、人民富足、天下太平。由于黄真人医术高超，修道研药炼丹卓著，深受朝廷的支持，其深厚的医术医德广益民间，深得人心。其时，最负盛名的是“草庵”炼制的“百草丹”，“百草丹”既可直接内服救死扶伤，也可浸泡成茶，常饮强身护神、防瘟疫。

永乐初期，“靖难之变”致山河疮痍，民生凋敝，瘟疫疾病猖獗。黄真人目睹无数百姓疾苦，率草庵道士到民间施药布善，“百草丹”发挥其神奇的功效，上至朝廷下至民间深受其益。

明末清初，因“草庵”参与反清复明运动遭清廷镇压，多数道士惨遭杀害，少数幸存的道士流落民间，去道号改名换姓，继续以练武、传道、研药行医为生。

顺治七年(公元1650年)，清廷为缓和民族矛盾，鼓励民间化缘修道。因此，黄真人的第八弟子黄守道和黄守德在都城(今北京)开办“草庵”中草药铺，志在继续弘扬昔日“草庵”的医药道德和医药精髓，后为避嫌将“草庵”更名为“百草厅”。黄守道、黄守德兄弟勤奋好学，兼得“草庵”之医药精髓，使“百草厅”生意日益兴隆，并传承发展了“草庵”的制药技艺，将配方先后进行改良，研制出“百草神油”、“百草强身散”、“百草追风膏”等灵丹妙药，药效神奇，产品遍布南北大地，“百草厅”从此声名远播、受到百姓传颂。

康熙15年(公元1675年)，因黄守道、黄守德各收门徒形成派系，久积成怨，最后使两位长者感情破裂各行其道，兄弟无奈分家，黄守德退出“百草厅”率徒出走他方。

康熙16年(公元1676年)，黄守德携家眷及门徒进入“南蛮”(今福建及广东东部)落脚，立字号“百草堂”，以研药行医走江湖为生。

此时，中医药发展空前繁荣，有关本草的研究在这一时期也达到了顶峰，在此历史背景下，“百草堂”坚持弘扬“草庵”、“百草厅”“百草精华，广益人间”的医药道德和医药精髓，吸取了《正骨心法要旨》等古方精髓，借鉴百草追风膏的技艺与配方，改良研制出新的验方“百草膏”，对跌打损伤效果卓著。

清末光绪32年(公元1906年)，黄守德第九代孙黄为尚定址广东海丰县汕尾衙门前(今汕尾市城区三马路九号)开设中草药铺，并继续命名为“百草堂”，志在继承和弘扬先祖“草庵”、“百草厅”、“百草堂”的医药道德。“百草堂”在传承祖先的灵丹验方为当地百姓排忧解难、救死扶伤的过程中，继续精益求精，根据岭南的气候、水土及岭南人常见疾病等特点，将“百草丹”的秘方进一步创新改良，组成新的验方名曰“百草汤”。“百草汤”用途广泛，饮用方便，有病治病，无病强身，防治瘟疫。

光绪35年(公元1909年)，广东东部为中心的大片地区突发空前的天灾瘟疫，瘟疫传染迅速，灾难猖獗，百姓处于生死边缘。目睹人间惨状，“百草堂”掌门人黄为尚高举义旗施药布善，将“百草汤”无偿赠予广大百姓饮用，并将“百草汤”秘方传授民间。在这场瘟疫中，“百草汤”发挥了神奇功效，解救无数百姓，自此“百草堂”的“百草汤”家喻户晓。

民国32年(1943年)，南太平洋战争爆发，寇祸日深，潮汕大旱，米价日涨数次，饿殍遍地。汕尾地区也未能幸免，饥荒严重，霍乱横行，缺医少药，奸商市俗乘机囤积居奇。“百草堂”则坚守仁德、济世、扶危的医药人文道德，再施义举，无偿将“百草汤”和“百草强身散”广布百姓，有效阻止了霍乱疫情的蔓延。

在漫漫的历史长河中，翻开“百草堂”自强不息的历史画卷，有可歌可泣的壮烈，有可惜可叹的起伏，也有可敬可颂的义举。600多年来，“百草堂”人秉承先人的高尚医德和精湛医术，恪守、传承“百草精华，广益人间”的宗旨，使“百草堂”悬壶济世、救死扶伤的精神不断发扬光大，并代代相传，造福百姓！



百草堂概述—公司简介及发展状况

百草堂医药股份有限公司创立于1998年，前身名为“草庵”，由始祖黄真人创建于大明永乐七年（公元1409年），是一家有600多年历史的百年老字号制药企业。

百草堂医药股份有限公司从传统药坊发展成为现代化企业，员工队伍达到200多人的规模，经销商团队销售人员数量更达五万多人，公司有着一支优秀的管理、研发、生产和销售团队，经过18年的市场沉淀，百草堂的品牌正在高速发展。

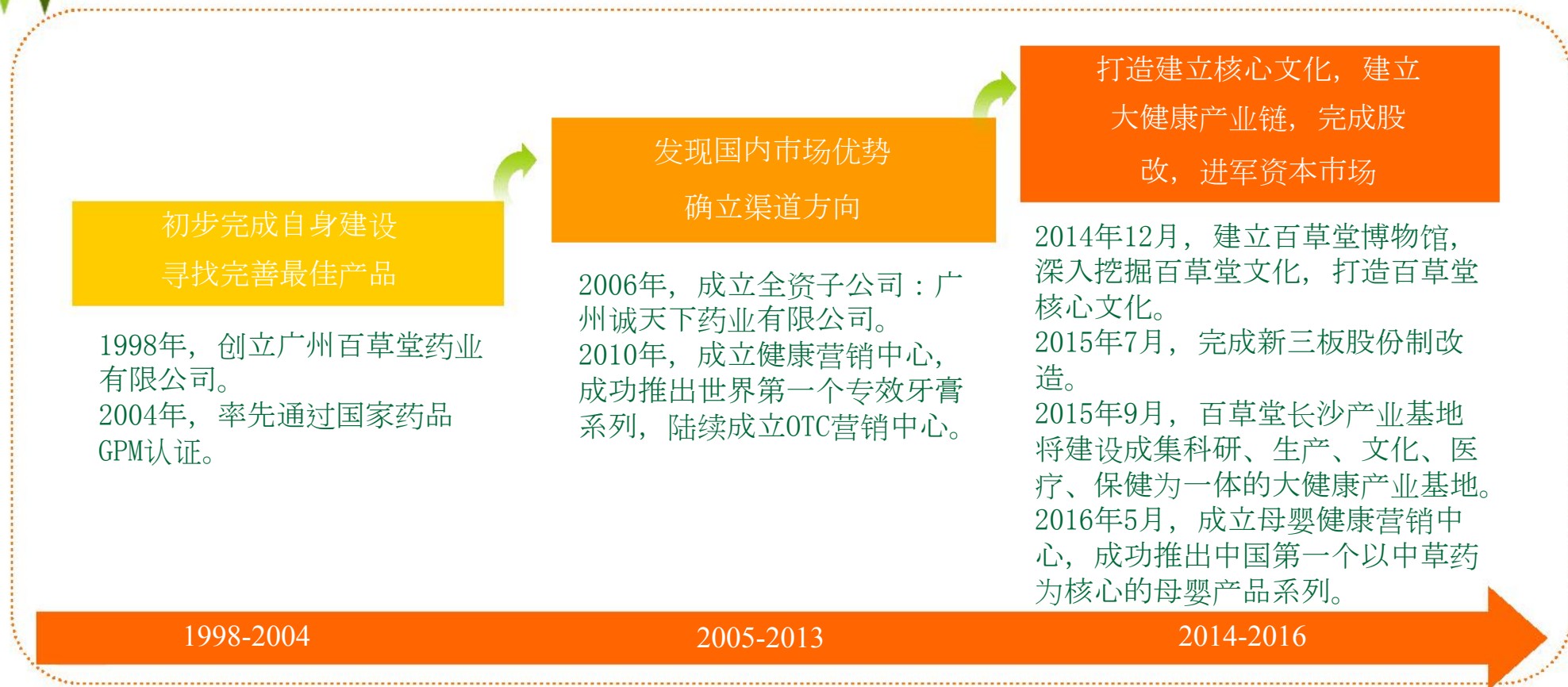
百草堂医药股份有限公司以研发、生产、销售为一体，以经销商代理制为主要经营模式，在全国有1000多个省、市级代理商，产品涵盖了全国所有省、市、县、乡镇。到目前为止，各级代理商全国终端销售门店已有65000多家。

百草堂医药股份有限公司已拥有占地600余亩的集药品、化妆品、保健食品、功能型牙膏及医疗、保健等于一体的大健康产业基地，及通过国家新版GMP认证的制药生产车间、中草药提取车间、药妆生产车间、植物饮料生产车间、中草药功效型牙膏及漱口水生产车间等多个处于行业先进水平的生产配套设施。公司旗下有百草堂制药有限公司、广州诚天下药业有限公司、产品研发中心、质量控制中心、OTC营销中心、口腔健康营销中心、母婴健康营销中心等。

随着当前互联网的冲击，市场也将面临着更新换代，为顺应时代的发展和变化，公司于2013年开始大力推进“互联网+”的营销模式，将线下的实体商务与互联网结合在一起，走线上线下整合营销的道路，线下开设体验馆，通过线上宣传消费者可享受线下服务及体验。2016年公司加大互联网+的投入，建立了线上“百草堂国医馆”，并于今年5月正式上线，线下将会开设“国医体验馆”，达到线上消费线下实体体验的营销方式。



百草堂概述—发展历程





百草堂概述—全产业链布局

〈一〉发展生物制药和以中草药为核心的个人护理产品

〈二〉发展中医药，在全国建立100家“百草堂国医馆”

〈三〉利用百草堂自身优势，发展中药药膳食疗

〈四〉从养身到养心，发展集度假、休闲、娱乐、运动等中医药健康旅游产业

〈五〉发展专业的电子商务交易服务平台

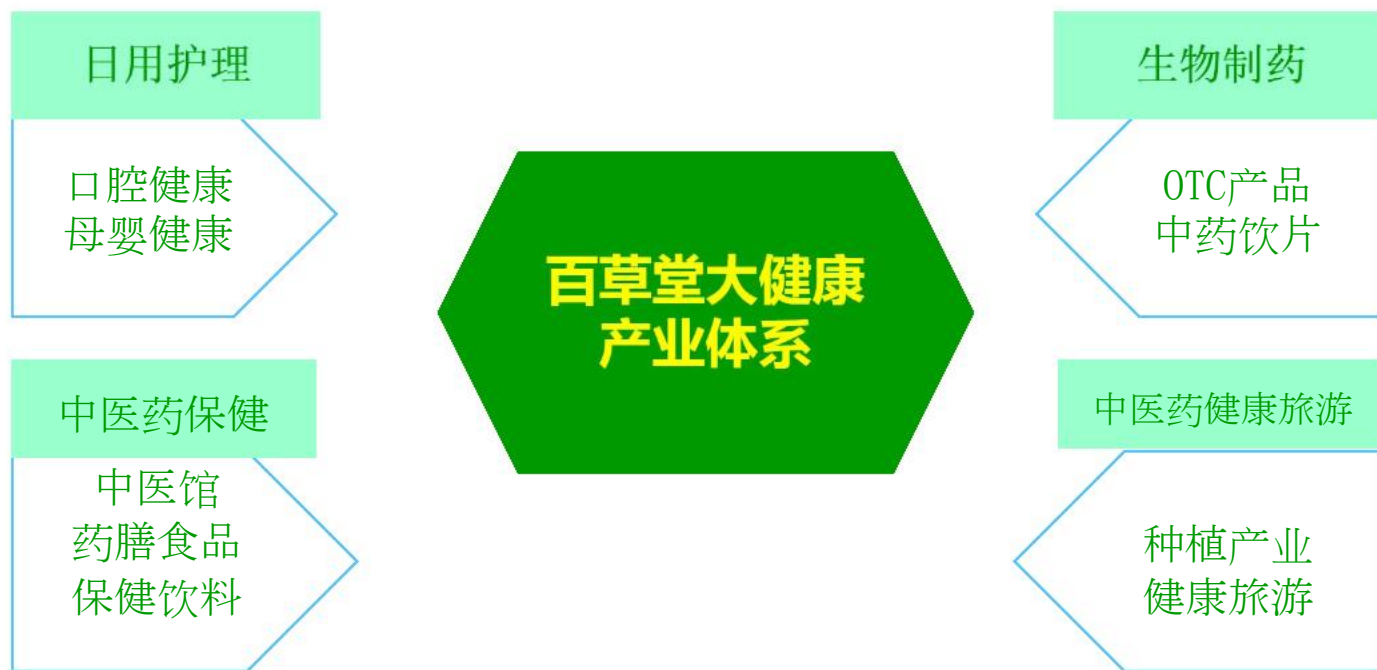
〈六〉发展名贵中草药种植产业





百草堂概述—百草堂大健康体系

百草堂中草药大健康体系





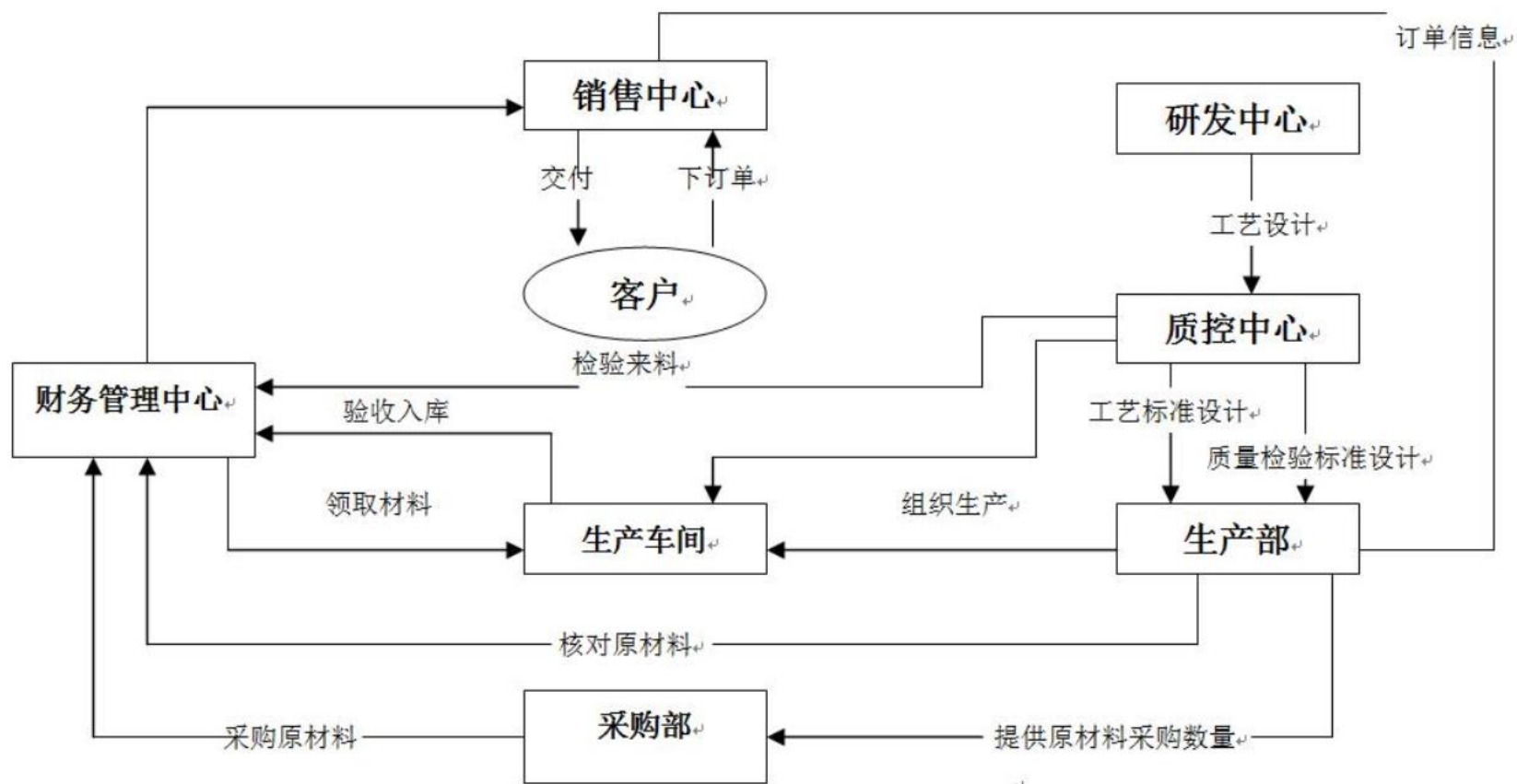
百草堂概述—渠道资源优势





百草堂概述—制造管控流程

制造管控流程





百草堂概述—研发与质控及工厂实景

研发与质控中心

广东百草堂药业建立由国内外知名专家学者组成的并与国际顶尖科技同步的产品研发中心和质量控制中心。



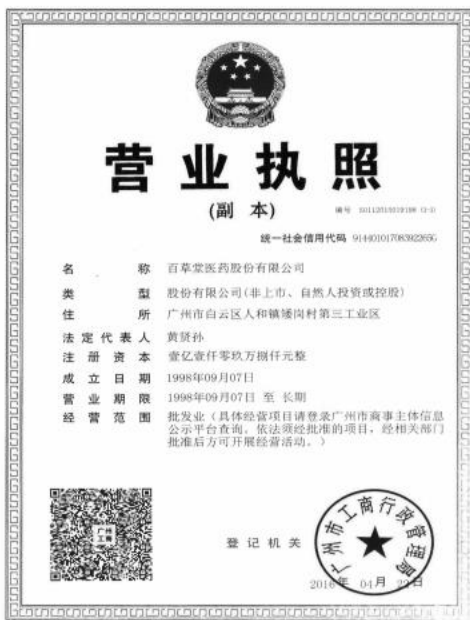
工厂实景





百草堂概述—品质认证

广东省食品药品监督管理局颁发：药品生产许可证和药品 **GMP**证书。广东省卫生和计划生育委员会颁发：消毒产品生产企业卫生许可证。广东省食品药品监督管理局颁发：化妆品生产企业卫生许可证。中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局颁发：全国工业产品生产许可证。国家食品药品监督管理局颁发：药品注册批件。广东省食品药品监督管理局颁发：药品经营许可证。广东省食品药品监督管理局颁发：药品经营质量管理规范认证证书。北京中联天润认证中心颁发：SO9001:2008。广州市白云区环境保护局颁发：广州市排放污染物许可证。





百草堂概述—商标注册，产权保护

公司成立以来，共注册97个自用品牌商标。

	注册号	商标名称	
1	5054769		
2	7312086		
3	5596977		
4	4778727		
5	12479871		
6	15849211		
7	9863538		
8	4019219		



百草堂概述—荣誉证书

公司成立以来，获得各级颁发荣誉证书共16项。荣获建国60周年中国制药行业百强企业、全国医药行业百姓放心医药品牌企业、中国市场产品用户满意第一品牌、医药行业中国民族品牌、经济学家企业家副会长单位、广东“老字号”企业等称号。黄贤孙董事长获得了“中国优秀企业家、广东省优秀企业家广东省企业家、建国60周年中国医疗卫生事业最具影响力功勋人物”等殊荣。





产品与技术—产品线丰富，潜力巨大

- 一、百草堂600多年的中医药文化历史积演和传承；
- 二、百草堂人18年专业、专注的精心打造；
- 三、百草堂获得23项专利，其中有六个核心技术发明专利领先于国内外，还有3个正在研发之中的核心技术，将填充世界空白；
- 四、97个品牌商标注册；
- 五、16项荣誉证书；
- 六、10项品质认证。

THANK
YOU

OTC
药品
系列

药妆
产品
系列

口腔
健康
产品
系列

母婴
健康
产品
系列



产品与技术—OTC药品

百草堂产品线丰富，发展潜力巨大，拥有OTC药品、口腔健康产品、母婴健康产品、药妆产品，共四大类产品。其中OTC药品有百验膏、百消膏、百卉膏、百消王、皮康王、百致膏、百草膏、百卉创伤喷剂、百卉脚宁喷剂、百娇乐等畅销产品。





产品与技术—口腔健康产品

草方牙膏是百草堂医药根据传承600年中医药研究成果与经验，结合现代国际先进技术研制而出品的中草药绿色口腔保健牙膏品牌，于2010年推出市场以来，获得广大经销商和消费者的肯定和良好的口碑，迄今在全国已有500家经销商，终端门店31500家，销售网络覆盖国内外30多个省市和地区，消费者已超过1亿人。



草方专效牙膏



草方专研牙膏



草方中药升级版牙膏



产品与技术—母婴健康产品

2016年5月上市的“绿草元”在中国庞大的孕婴童市场才刚刚崭露头角，但凭借百草堂这一坚强后盾和品牌、凭借高质量的产品品质、凭借团队的高效服务，“绿草元”已经占据了市场的一席之地。未来，孕婴童行业是中国的朝阳产业，我们期待在未来孕婴童产业欣欣向荣的发展中，“绿草元”一定能够成为令世界骄傲的品牌！





产品与技术—药妆产品系列

据权威机构分析：药妆产品必将在5-10年成为准OTC明星产品，中国药妆市场的发展空间巨大。目前，中国的药妆品销售额仅占国内化妆品市场的20%，而欧洲、美国和日本的药妆品已占各自国内化妆品市场的50%-60%。在美国、德国、法国和日本等化妆品产业大国，其药妆品销售额均有几十亿美元。前瞻产业研究院预计，到2020年，中国药妆市场销售额将达到870亿元。





产品与技术—具有自己的核心研发团队

百草堂公司的科技管理机构是研发中心和质检中心，由总经理直接负责，下辖研发部、质检部、技术部（含化验室、实验室）5个部门。研发部主要负责新产品的开发，技术部主要负责技术工艺和样机试制工作；质检部负责质量控制、质量管理、技术信息的收集、技术档案的管理、技术标准制定、实施和管理工作。科技人员包括：研发技术人员12人，其中博士3人，本科5人，大专3人，中专1人；其他研发辅助人员3人。高级技术职称有1人，中级职称有2人，他们都特别擅长在生物医药技术领域的开发。

序号	姓名	职位	学历	专业	职称	研发人员细分类别
1	李顺祥	教授	博士	中药	博士生导师	研究员
2	覃丽	副教授	博士	药理学	硕士生导师	研究员
3	李娟	研究员	博士	中药制药	医学博士	助理研究员
4	邹长清	研究员	硕士	口腔	理学硕士	研究员
5	覃瑜	研发部长	本科	药学	执业药师、制药工程师	研究员
6	杨来	研究员	本科	精细化工	助理工程师	研究员
7	李惠平	研究员	本科	制药工程	助理工程师	研究员
8	郑昌实	研究员	大专	生物制剂	药师	研究员
9	钟志娟	助理	大专	药学	执业药师、副主任药师	研究员
10	苏锦生	研究员	大专	药学	执业药师、副主任药师	研究员



产品与技术—创新能力持续领先

百草堂公司获得23项专利，正在申请中专利3项。其中具有核心技术获得了六个发明专利，其专利技术及先进性已领先于国内外市场。还有3个正在研发之中的核心技术，将填充世界空白，其一是“晚用助睡眠牙膏”，该项研究现已接近尾声，“晚用助睡眠牙膏”主要是以牙膏作为载体在保健口腔同时帮助改善睡眠，该产品的问世将填充世界空白。其二是针对糖尿病晚期引起的皮肤“癌症”（如皮肤腐烂）的外用药剂，该项技术也将是国内外的第二空白。其三是“益生菌”的研发，该产品将同时能解决皮肤问题、口腔及母婴皮肤问题的广泛应用，目前该产品也正在研发之中。10项实用专利，50项外观专利。于2015年初进入广东省高新技术企业培育库，并获得政府高新技术企业培育财政补贴。同年年底，通过广州市科创委审核进入广州科技创新小巨人库。经过一年多的培育，科研能力、经济产能等各项指标已符合高新技术企业的标准要求，现在已向科创委申请成为高新技术企业，今年5月份复核，预计2016年底前通过正式审批，获得高新技术企业证书。





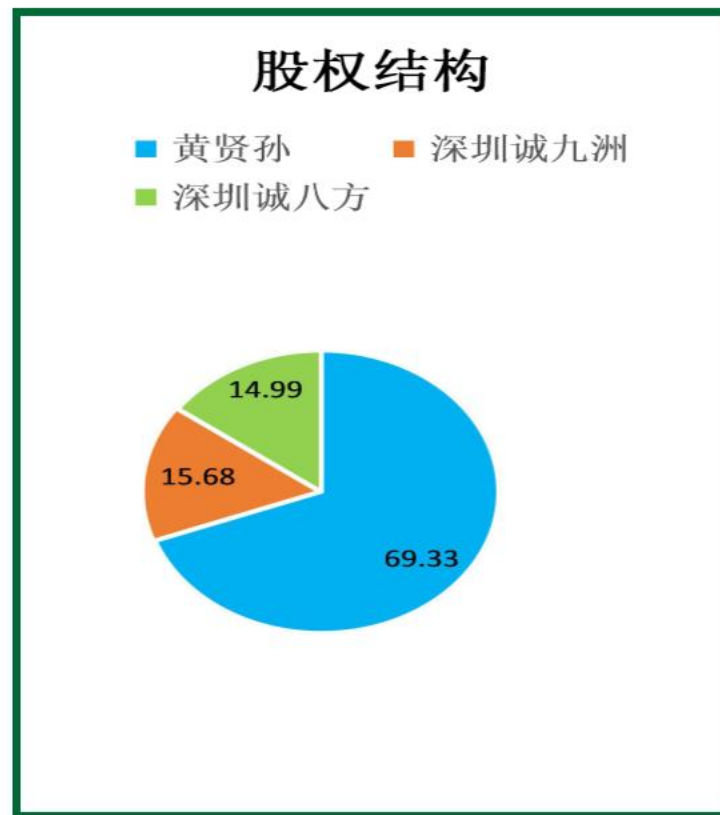
股权与架构—股本结构及股东介绍

公司注册资本11,0098,000.00元。股权结构如右图所示：

黄贤孙： 自然人持股，民营企业家长，本企业董事长。

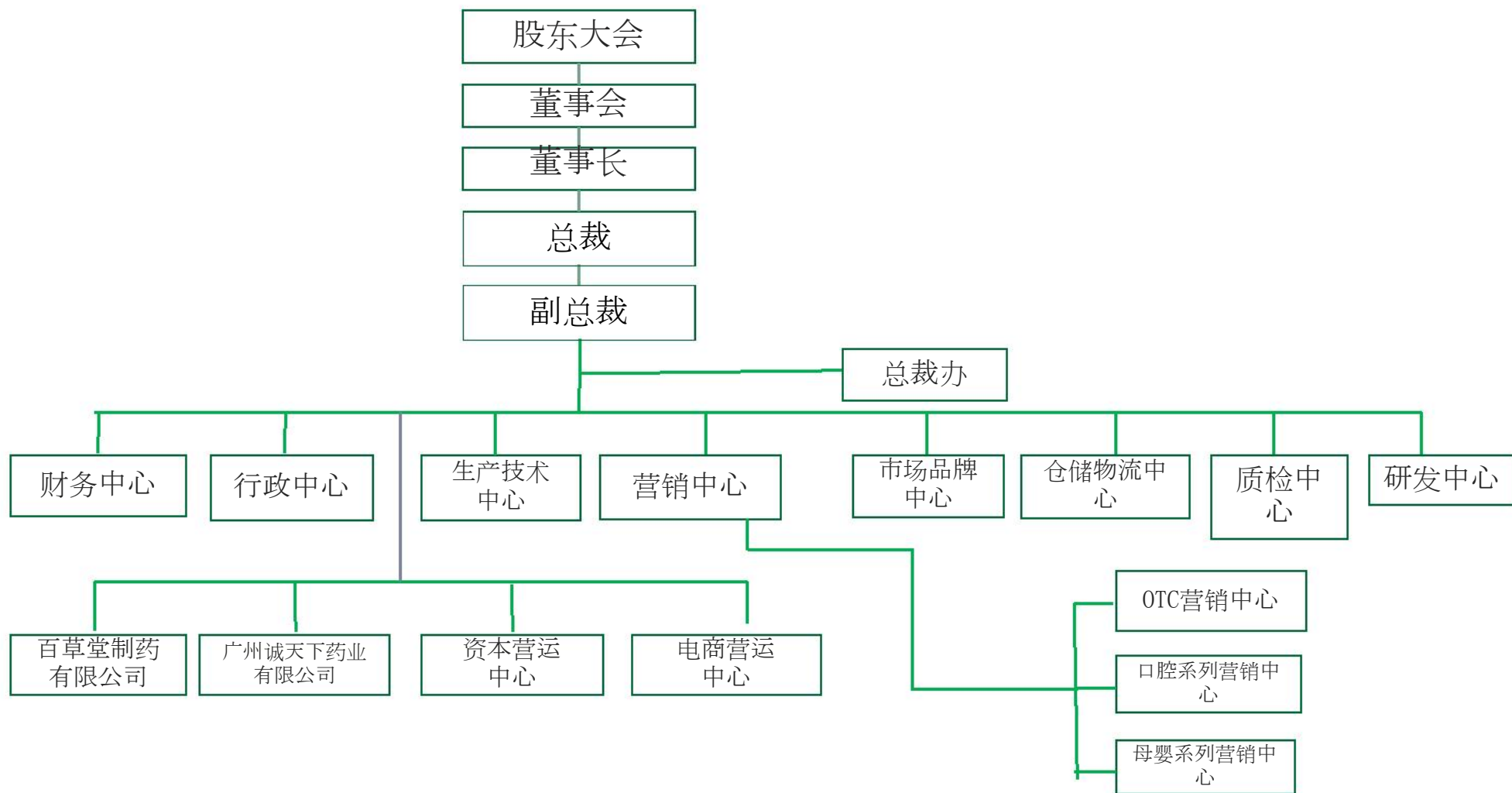
深圳诚九洲资本投资企业（有限合伙）：位于深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）主营：股权投资、投资咨询、投资管理、企业管理咨询、经济信息咨询（以上不含限制项目）；投资兴办实业（具体项目另行申报）；在合法取得使用权的土地上从事房地产开发经营；文化艺术品项目投资。商品批发贸易（许可审批类商品除外）货物及技术进出口（专营专控商品除外）。

深圳诚八方投资企业（有限合伙）：深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）主营：股权投资；投资咨询、投资管理、企业管理咨询、经济信息咨询；投资兴办实业（具体项目另行申报）；在合法取得使用权的土地上从事房地产开发经营；文化艺术品项目投资；国内贸易，货物及技术进出口。（以上法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许。





股权与架构—组织架构





股权与架构—管理团队



黄贤孙 董事长
广东省经企联副会长
广东省企业家理事会副会长
全国医药行业百位诚信企业家
中国优秀企业家，中国诚信企业家
2016中国优秀企业家评选委员会名誉主任
暨南大学广东企业与企业家人事中心理事（特约研究员）



黄一令 百草堂销售总监-药品
2004年12月至2006年12月年在海南省军区75569部队服役
2006年9月至2009年7月华南理工大学（工商管理）就读至毕业
2009年9月百草堂福建办主任助理
2010年9月百草堂销售部长
2012年3月任命为百草堂销售总监



郑晓君 百草堂董事/董事会秘书
2007年9月至2009年7月 函授毕业于广东省电视广播大学
2006年8月至2010年6月 广州百草堂药业有限公司总出纳
2010年7月至2011年12月 广州百草堂药业有限公司财务部副部长
2012年1月至2015年4月 广州百草堂药业有限公司财务部部长
2015年5月 担任百草堂医药股份有限公司董事会秘书。



黄一立 百草堂董事/采购部长
2008年11月至2010年11月 罗浮山军区7510部队服役
2011年9月担任广州百草堂药业有限公司销售主管
2012年9月至今广州百草堂药业有限公司采购部长
2015年5月起担任百草堂医药股份有限公司董事



李树明 百草堂董事副总经理
1992年8月至2003年6月 杭州建材冶金集团公司财务部总账会计
2003年9月至2007年12月 广州特别大药房有限公司财务总监
2008年1月至2010年2月 广东振业汽车集团广州分公司财务经理
2010年3月至今 百草堂财务总监



股权与架构—管理团队



陈静 百草堂制药有限公司副总经理

2002年8月至2003年7月 湖南青年学院 院长实习助理

2003年9月至2003年12月 广州百草堂药业 营销助理

2003年12月至2007年6月 广州百草堂药业 总经理助理

2007年6月至2015年8月 百草堂湖南办事处主任 主管全省销售工作

2015年8月至今 百草堂制药有限公司 副总经理



金光宏 百草堂口腔健康营销中心营销总监

1999年-2005年 中山美日洁宝 销售总监

2005年-2008年 广州白芙素生物美容 销售总监

2008年-2010年 广州珀兰美丽 销售总监

2010年9月 百草堂销售部长

2012年3月 任命为百草堂销售总监



廖明 百草堂母婴健康营销中心总监

1995年9月至1998年6月 武汉红桃K集团 区域经理

2003年1月至2005年12月 华世丹药业股份 分公司总经理

2006年3月至2009年6月 广州福蕾兰美容用品 销售总监

2009年9月至2011年7月 佛山市婴姿坊婴童用品 用品事业部总监

2011年8月至2012年9月 福建布朗博士婴儿用品 销售总监

2012年10月至2015年10月 广州原童母婴用品 营销总监

2015年12月至今 百草堂 营销总监



魏琳 百草堂口腔健康营销中心销售总监

1996年—1999年6月 生态美 办公室主任

1999年8月—2002年2月 有情 董事长助理

2002年—2007年 黛维莉 总经理

2008年—2013年 亮庄 终端部总经理

2013年—2014年 牙医生 销售总监

2014年—2015年9月 牙博士 销售总监

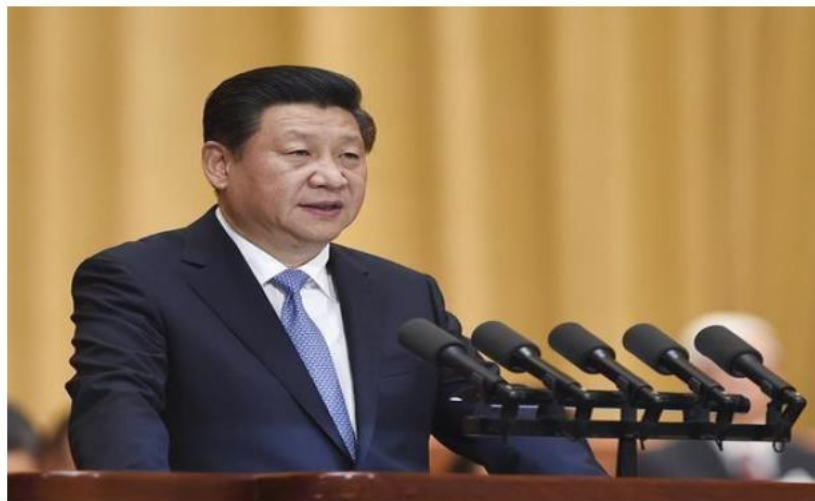
2016年2月至今 百草堂 销售总监



市场背景：

1、中国中医药产业迎来发展的黄金时期

2015年12月22日，国家主席习近平致信祝贺中国中医科学院成立60周年，信中强调，“中医药学是中国古代科学的瑰宝，也是打开中华文明宝库的钥匙。当前，中医药振兴发展迎来天时、地利、人和的大好时机，希望广大中医药工作者增强民族自信，勇攀医学高峰，深入发掘中医药宝库中的精华，充分发挥中医药的独特优势，推进中医药现代化，推动中医药走向世界，切实把中医药这一祖先留给我们的宝贵财富继承好、发展好、利用好，在建设健康中国、实现中国梦的伟大征程中谱写新的篇章。”



自从中共十八大以来，党和国家对中医药的发展非常重视，相继出台了《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》以及《中医药健康服务发展规划（2015—2020年）》等重要文件，对我国中医药健康服务发展进行全面部署，这些有利于推动中医药行业的健康发展。2013年10月，国务院出台的《促进健康服务业发展意见》中提出，到2020年，要基本建立覆盖全生命周期的健康服务业体系，形成一定的国际竞争力，届时健康服务业总规模达到8万亿元以上，而作为中国传统医学的中医药产业，基于“治未病”的理念，在健康服务领域有较强优势。

2016年3月23日下午，在“助推中医药国际化”分论坛上，国家卫计委第一副主任、国家中医药管理局局长王国强表示应制定实施中医药“一带一路”的发展规划，回应国际需求，支持在“一带一路”沿线国家建设中医药中心，完善中医药对外开放布局，统筹协调地方省区市错位发展的态势。



营销策略—市场分析

市场背景：

2、“健康中国”首次写入政府工作报告，中国将成为全球健康产业最大市场



国务院总理李克强主持召开国务院常务会议上，研究部署促进健康服务业发展成为一个重要议题。会议认为，促进健康服务业发展，重点在增加供给，核心要确保质量，关键靠改革创新。一要多措并举发展健康服务业，放宽市场准入。二要加快发展健康养老服务，加强医疗卫生支撑。三要丰富商业健康保险产品，支持发展与基本医疗保险相衔接的商业健康保险。四要培育相关支撑产业，加快医疗、药品、器械、中医药等重点产业发展。提升中医药医疗保健服务能力。

国务院总理李克强2月14日主持召开国务院常务会议，部署推动医药产业创新升级，更好服务惠民生稳增长；确定进一步促进中医药发展措施，发挥传统医学优势造福人民；决定开展服务贸易创新发展试点，推进外贸转型增强服务业竞争力。会议指出，传承中医药优势，发挥其独特作用，可以更好造福人类健康。会议确定，一要促进中医药和民族医药继承保护与挖掘，抢救濒临失传的珍稀与珍贵古籍文献，强化师承教育，大力培养中医药人才，提高中医药应急救治、防病治病能力。二要促进中西医结合，探索运用现代技术和产业模式加快中医药发展。加强重大疑难疾病、慢性病等中医药防治和新药研发。完善中医药标准体系，强化中药材资源保护利用和规范种养。三要放宽中医药服务准入，完善覆盖城乡的中医服务网络，保证社会办和政府办中医医疗机构在执业等方面享有同等权利。四要发展中医养生保健服务，促进中医药与健康养老、旅游文化等融合发展，推动“互联网+”中医医疗。五要加大中医药投入和政策扶持。在国家基本药物目录中增加中成药品种数量，更好发挥“保基本”作用。加强中医理念研究推广，扩大中医药国际贸易和传播普及。



市场背景：

3、中国国民收入持续增长，健康需求水涨船高

中国国民收入持续增长，健康需求水涨船高 2015年全国居民人均可支配收入21966元，比上年名义增长8.9%，扣除价格因素实际增长7.4%。随着物质生活条件的改善，健康的生活方式也逐渐进入公众视野，成为老百姓的生活追求。随之而来的，是健康体检、健康咨询、健康养老、体育健身、养生美容、健康旅游等新兴服务需求的快速增长。为人们提供健康生活解决方案，成为大健康服务产业发展契机。年中国首次成为世界中国社会人口的结构变化，也是驱动中国健康服务产业发展的重要因素。老龄化是未来半个世纪甚至更长时间内中国社会发展道路上的棘手难题，健康服务产业正是在这样的背景下被推到了历史前台。据国家计生委预测，到本世纪20年代，65岁以上老年人口将达到2.42亿，占总人口的比重将从2000年的6.96%增长到近12%。老龄化的社会问题，将带来对医疗保健产业的持续需求。

4、OTC市场发展趋势为保“二”争“一”

(1)、今年有望跻身世界第二大OTC市场：我国现有各类药物大约1.5万种，目前有OTC产品4727个。在OTC产品中中成药3718个，占78.7%。在所有的OTC产品中双跨产品2300多个。

(2)、到2020年，我国OTC药品市场规模将位居全球第一：将有更多的产品忠实OTC操作；大健康产品将越来越多；定型装药食同源类中药饮片将成为OTC市场最大的增长明星品类；药妆产品必将在5-10年成为准OTC明星产品。

(3)、大健康产品或成OTC产品主流：中国逐渐进入老龄化社会，人们对老年保健品的需求上升。“大病进医院、小病进社区、保健养生到药店”的消费行为习惯会逐步形成。药店要经营大健康市场，首先得有这健康产品。





营销策略—市场分析

市场潜力：

1、世界上80%的人在使用当地的传统药、国外的传统药就是草药，全世界草药市场以每年10%—20%的速度递增。美国有关部门统计，美国的草药和植物药也是每年两位数速度递增。随着中国经济的发展，人民生活水平提高，社会积聚了巨大的私人财富，具有享受更高品质健康服务的能力，在市场有巨大需求和民众有能力满足需求两方面作用下，医疗健康服务业就有巨大的发展空间。从全球范围看，医疗健康产业正处于快速发展的阶段，预计到2020年，中国医疗健康产业总规模将超过8万亿元。

健康产业迈入蓝海时代,2020年将达8万亿



- 目前健康服务业市场总量不到2亿元，到2020年，健康产业总规模将达到8万亿元以上。

——《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》

具备基本健康素养知识的人不足7%



卫计委统计

通过健康知识、健康能力等方面对中国人的健康素养进行监测，每100个人中仅有6.8%具备基本的健康素养。

我国健康产业的投入不足6%



健康产业成为带动整体国民经济发展的巨大动力。



市场潜力：

2、人口的自然增长，促进健康药疗市场需求增加

中国已步入老龄化国家行列，未来老年人口将每年以3%左右的幅度增长。据数据显示，2013年年底我国老年人已近两亿人，2015年年底我国老年人已达到2.21亿人，占总人口的16%，2020年将达到2.43亿，2025年将突破3亿，2040年将超过4.4亿，并达到顶峰，成为世界上老年人口最多的国家。目前，老年人的药品消费已占药品消费总额50%以上，人口的老龄化将进一步促进药品消费，这为医药消费提供了强劲的支撑。

2016年，国家正式开放二胎政策，据统计2016年中国迎来人口增长总数2000至2300万新生儿，带来2.4万亿的市场机会，不单带动母婴现有商业发展，也将催生新的领域和机会。

中国老年人口数量2025年将达4.8亿



- 目前老年人口数量为2.12亿，预计2025年将翻番。



营销策略—市场策略

1

产品策略

产品的特色化及个性化，以中草药为核心配方，以安全、天然、高效的品质占领市场；

2

定位策略

根据不同的消费群体，在产品的包装、宣传及推广方面有一定的独特性和针对性，其独特的功效、品质，价格及包装迎合消费者的需求；

3

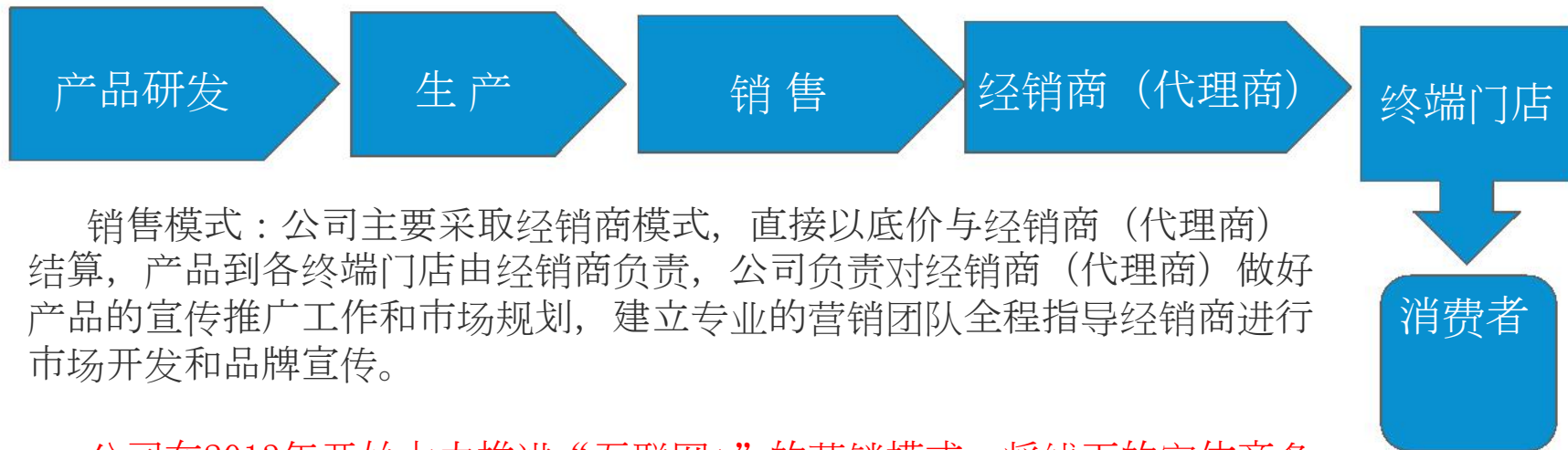
市场策略

产品上市之初以建立样板市场、采用重点投入、重点突破、以点带面、步步为营的市场策略。

产品个性化，针对性满足消费者的需求，建立样板市场，重点突破，专业化拓展



经营业绩—商业模式



公司在2013年开始大力推进“互联网+”的营销模式，将线下的实体商务与互联网结合在一起，走线上线下整合营销的道路，线下开设体验馆，通过线上宣传消费者可享受线下服务及体验。2016年公司将加大互联网+的投入，建立了线上“百草堂国医馆”，并于今年5月正式上线，线下将会开设“国医体验馆”，达到线上消费线下实体体验的营销方式。





经营业绩—建立了庞大的市场销售网络

西安市柏金工贸有限公司

赤峰沐琳商贸有限公司

新疆健驰商贸有限公司

湖北省咸丰县家家健医药有限公司

长沙安瑞齐日化贸易有限公司

贵州省医药（集团）有限责任公司

重庆同冠医药有限公司

四川省科欣医药贸易有限公司

广西柳州医药股份有限公司

东莞市源生医药有限公司

南昌万隆化妆品有限公司

深圳 天虹、君尚、百家华、永辉、大新湖南津湘药业有限公司

黑龙江朗力福商贸有限公司

沈阳市和顺行化妆品商行

大连圣雅多商贸有限公司

北京市谦宏贸易有限公司

山东康诺盛世医药有限公司

郑州确治贸易有限公司

无锡顺锡康生物科技有限公司

漳州市红霞商贸有限公司

厦门盛世名都商贸有限公司

1. 经销商团队人员数量
已达五万多人

2. 在全国有1000多个省、
市级代理商

3. 各级代理商全国终端销售
门店已有65000多家

4. 产品涵盖了全国所有省市、
县、乡镇，并幅射东南亚各国



经营业绩—品牌知名度极高

世称“北有同仁堂，南有百草堂”

中国驰名商标

600多年中医技术传承

家喻户晓，辐射全国

中草药牙膏第二民族品牌

百草堂

百卉膏



百验膏

百草济

百消膏

绿草元

《京华时报》（2006-08-25第063版）中国品牌研究院8月23日公布了“首届中华老字号品牌价值百强榜”，百强老字号的品牌总价值为460.74亿元。北京有11家老字号入围百强，其中同仁堂以29.55亿元的品牌价值名列榜首。2015胡润最具价值品牌医药保健行业排名出炉：1-云南白药品牌价值185亿元；2-同仁堂品牌价值100亿元。



经营业绩—高成长性

按产品类别2014年与2015年销售收入增长比较



2014年营收结构



2015年营收结构





经营业绩—盈利能力较强

2015年百草堂医药盈利能力指标

一、营业利润率18.61%

二、营业净利率15.24%

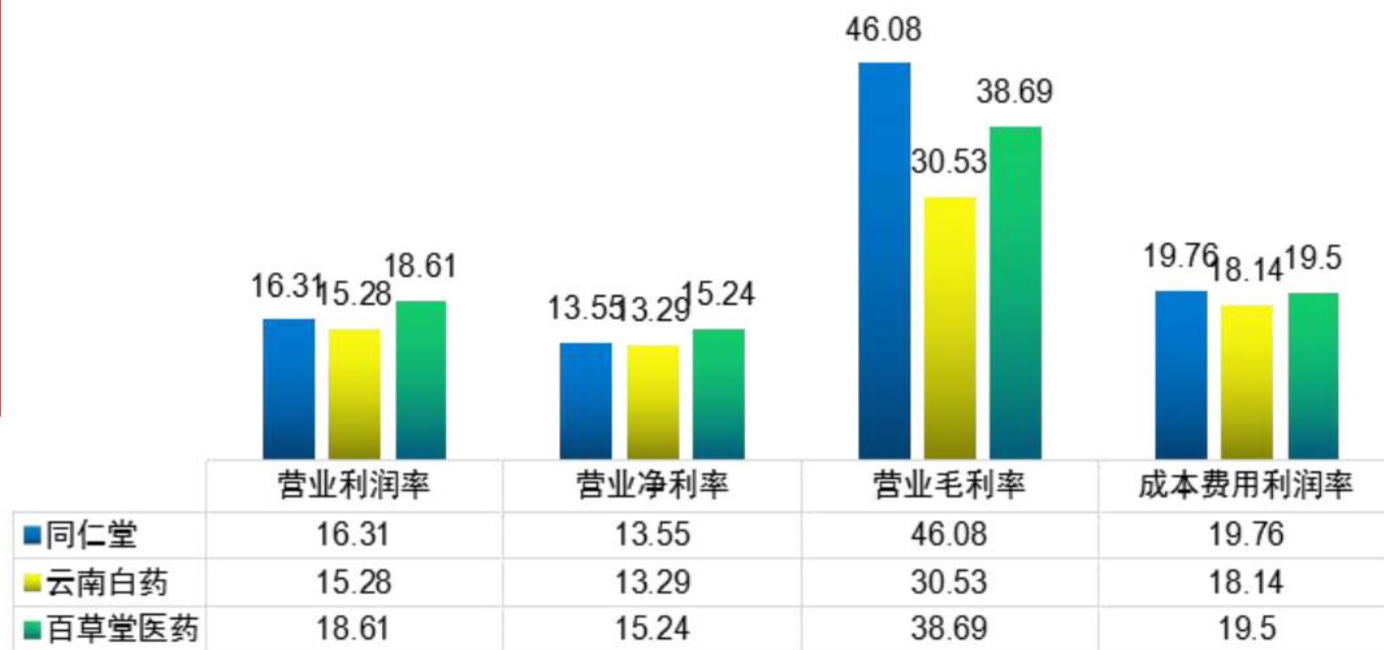
三、营业毛利率38.69%

四、成本费用利润率19.5%

以上指标，除营业毛利率外，其它指标都高与同仁堂和云南白药两家上市公司。

2015年盈利能力指标比较

■ 同仁堂 ■ 云南白药 ■ 百草堂医药





风险管理

1、政策风险

公司所属行业为医药行业。医药行业是我国国民经济的重要组成部分，医药行业对于保护和增进人民健康、提高生活质量、促进经济发展和社会进步均具有十分重要的作用，因此国家对医药的监管有很严格的要求，以达到提升行业成熟度，更有利于管理，更有利于人民群众的切身需求，有利于行业和健康的发展，坚定了百草堂的发展信心，坚定了以中草药为核心的产品研发、生产和销售，使产品更有市场竞争力。在产品的生产方面公司将严格按照国家食品药品监管机制，按照GMP流程要求规范安全生产。百草堂产品，质量符合国家相关规定，品质经得起消费者考验，深受各级管理部门和消费者好评。

2、技术风险

百草堂有六百多年的中医药传承，其相关技术在国内外都领先，在生产中已被成熟运用，降低了技术投入及技术风险。防风险措施：1、保持核心技术的先进性；2、加大研发和市场投入，以提升其独特的产品功效；3、产品更新换代与时俱进，保持质量优势。

3、市场风险

公司目前整体运作处于的风险主要来自于同行业竞争，由于市场环境的恶劣，同行业竞争也越来越激烈，在这样的环境下，我公司将坚持走产品特色化、个性化的路线，以质量取胜，服务第一为首要原则立足于市场。市场营销与时俱进，加快“互联网+”的发展，提供一流品牌服务。

4、经营风险

公司经营的主要风险是市场传统销售渠道萎缩的风险，同类产品的竞争风险，归根结底，是人力资源的竞争，人力资源是第一生产力，只有人才能创造奇迹、创造价值。从98年成立以来，一直在发现、挖掘行业人才，致力于打造精英团队。至今已汇聚了渠道开发、营销、运营等精英管理人才。

5、财务风险

一直致力于构筑完善财务制度、提高资金使用效率、拓宽畅通的销售，并完善和优化“造血”机制和功能，具备强大的财务运营能力。



未来规划—三年规划

一、发展方向

百草堂医药一路走来已有十八个春秋，十八年的艰苦奋斗已成为百草堂的发展蓝图，百草堂的发展方向将会坚定不移的走自己的路，依托百草堂六百多年的中医药文化优势，以现代的技术、观念、营销理念，以中医药为本，继续发展健康和大健康产品及产业，围绕“养身”、“养心”两大核心布局，进入资本市场。十年内把百草堂打造成为中国中医药和大健康产业的第一品牌。

二、2016年至2018年的总体规划

<一>产品线的规划：

在保留现成的品种的基础上，于2016年5月份推出药妆之母婴护理产品系列（单品约50个），2016年12月份前通过受让方式，增加2--3个OTC药品。2016年继续完善升级口腔产品系列，2017年至2018年12月前推出生物酶和助睡眠牙膏系列。

<二>生产线的规划：

预计OTC营收产品每年递增20%至30%，现有OTC药品、药妆生产线的产能在2018年前可以适应，“草方”功效型牙膏自2010年推出市场以来，其口感、功效得到广大消费者的认可，在中国市场已占一席之地，有望在三年内将会成为继“云南白药”自后的第二品牌，随着“草方”功效型牙膏销量的快速增长（13年以来年递增率50%以上），委托代工已不适应“草方牙膏”的发展，因此配备牙膏生产线已势在必行，要在2018年前完成牙膏生产的配备，月产量达到30万件。

<三>营收规划：

2016年1.7亿，2017年3亿，2018年5亿。

<四>上市规划：

2016年12月份前在新三板上市，2018年实现现在主板或创业板上市。



未来规划—长远规划

三、2018年上市后的发展规划

百草堂上市后将会借助资本市场向“两养”（养身、养心）发展，具体规划是：

<一>深入挖掘百草堂历史文化，建立“百草堂博物馆”

企业文化就是企业的灵魂，企业完成创业阶段后的竞争就是文化的竞争。百草堂有六百多年的历史渊源，这是百草堂的优势，必须要充分的挖掘和利用，以达到提升企业的核心竞争力和品牌文化。

<二>发展中医药，建立“百草堂国医馆”

中国中医药已有几千年的发展历程，现代医学一次又一次的证明，中医在疾病预防和慢性病的治疗方面是西医无法替代的，这也是现代医生形成的共识。中医养生将是社会的趋势，而百草堂是有着六百多年的中医药传承企业，其优势是无法估量的，“百草堂国医馆”的建立将可进一步提升百草堂的核心价值——中医药，全面释放百草堂的优势，三年内在全国建立30家“百草堂国医馆”，让这一优势顺应社会中医养生的潮流，深入发挥社会效益和经济效益。

<三>利用百草堂自身优势，发展药膳食疗

随着现代人健康意识的提高，疾病重在预防，“治未病”已经是现代人的养生保健趋势，药膳食疗等大健康产品将是人们生活的关注热点。百草堂凭自身的中医药文化优势可以在中草药方面开发功能性植物饮料和药膳等大健康食疗产品，其发展方向是无限的。

<四>从养身到养心，发展集度假、休闲、娱乐、运动等中医药健康旅游产业

随着中国人老年化和环境污染等因素的日益加剧，人们的身心健康将受到前所未有的压力。健康养生已是现代人追求的生活方式，单纯的养身已经不能满足现代人的需求。百草堂作为一个健康产业也必须与时俱进，迎合现代人的需求，从养身到养心发展，发展中医药健康旅游融入大健康产业，顺应世界潮流才有无限的生命力。

<五>发展专业的电子商务交易服务平台

在互联网迅速发展的今天，线下销售逐步被线上所取代，为保证百草堂持久之发展，必须与时俱进，根据自身条件大力发展和建立个性化、格式化、专业化的互联网+电子商务服务平台——线上建立“百草堂国医馆”，线下建立“百草堂国医体验馆”。

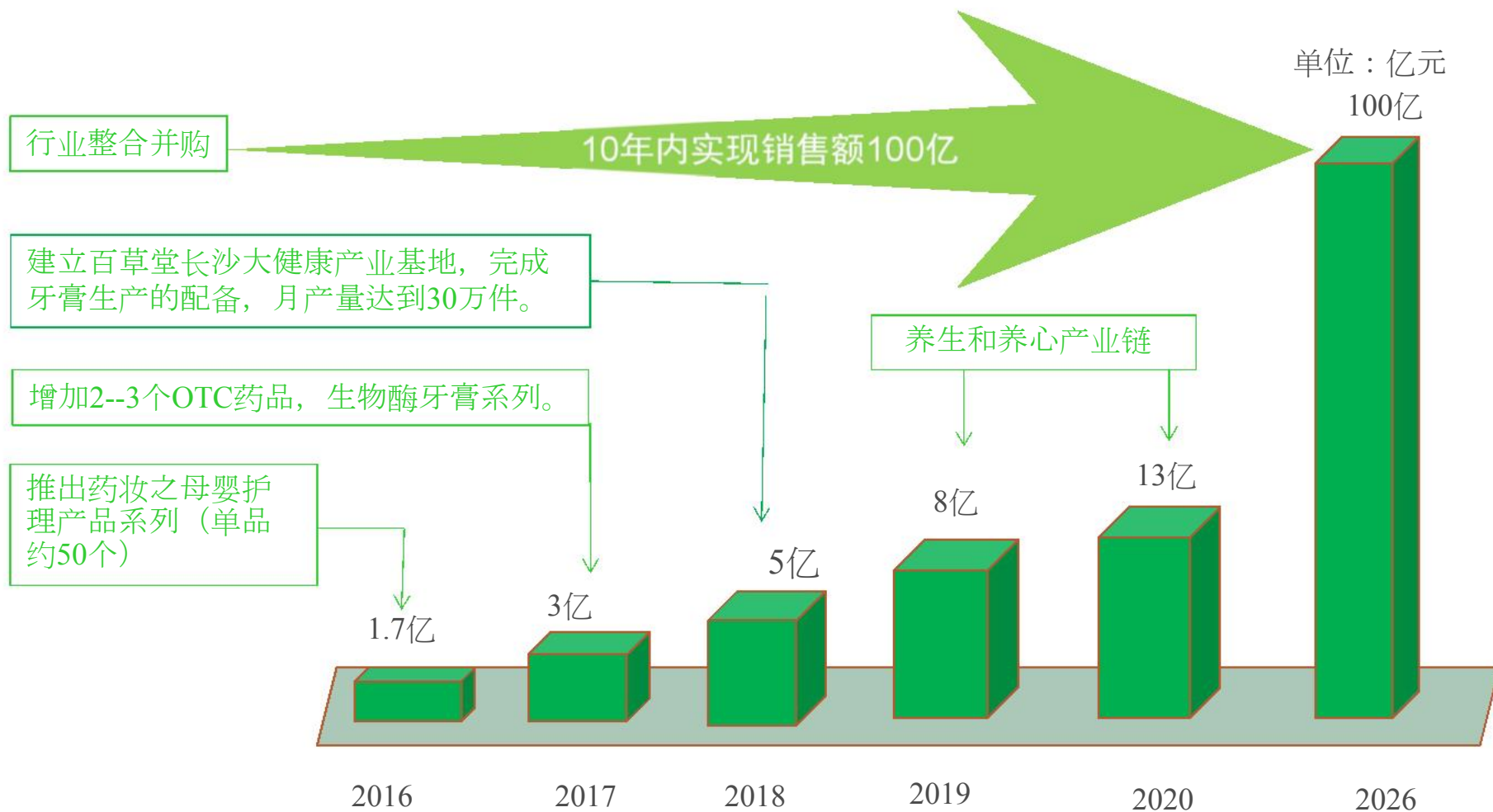
<六>发展名贵中草药种植产业

随现代人对中草药需求量的快速递增，中草药资源的日益贫乏和低品质，特别是名贵中草药更是价格一路攀升，严重影响了制药生产企业的发展。百草堂的发展需要充足地道的中草药材的供应，特别是在主材名贵中草药方面，因此百草堂自己必须发展中草药种植产业来保障供应，减低成本，提升质量，形成自己供、产、销的产业链，确保百草堂的健康发展。

2018年百草堂实现上市后将坚持以实际出发，整合自身优势和社会资源，步步为营，脚踏实地，用专业的人做专业的事，先易后难，按以上六个方面的发展规划逐个推进，百草堂人将满怀信心地去把握任何机遇和战胜任何困难，在2026年前，把百草堂打造成为中国大健康产业的龙头企业，实现市值1000亿！



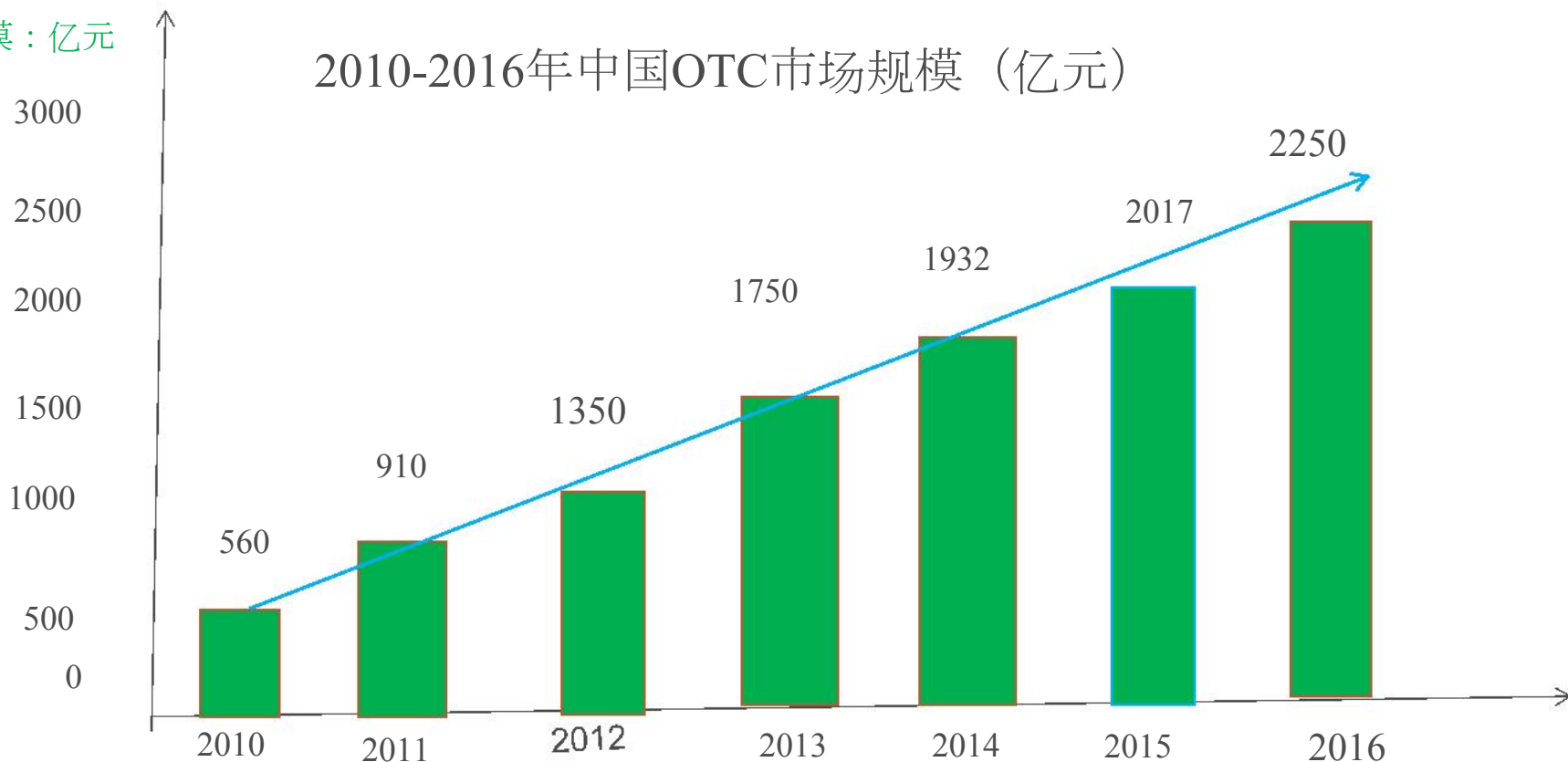
未来规划—营销规划之销售目标





未来规划—营销规划之中国OTC市场发展趋势

市场规模：亿元

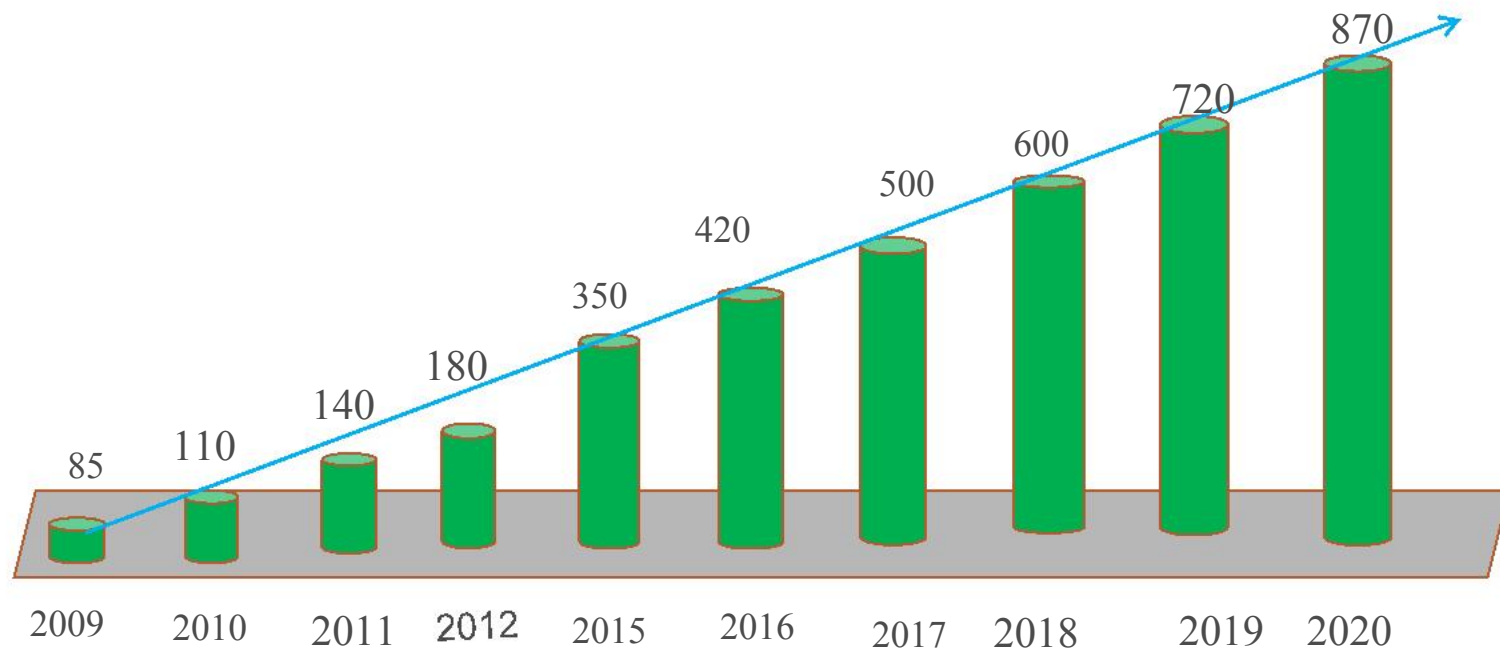


中国OTC市场，具有起步晚、增长快、潜力大的特点，呈现快速持续稳定增长态势，增速高于全球市场，已成为全球增长最快的地区之一。2015年，中国OTC市场规模达到2050亿元，5年间增长2.6倍，并且超过日本，成为仅次于美国的全球第二大OTC市场。2000年-2011年期间年复合增长率为18.4%。而百草堂的OTC产品“复方薄荷脑软膏”近两年增长在200-300%，到了增长的爆发时期！



未来规划—营销规划之中国药妆市场发展趋势

2009-2015年中国药妆市场规模及预测（单位：亿元）

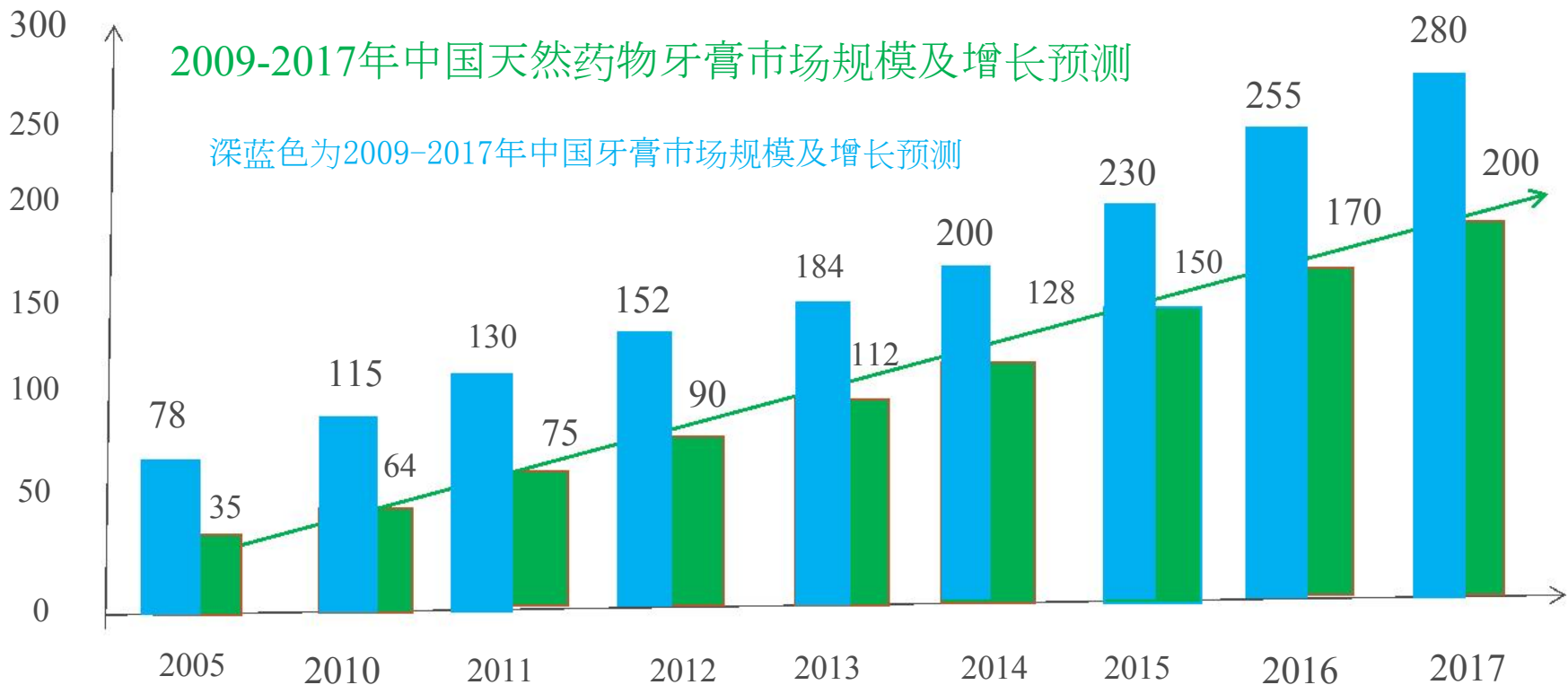


中国的药妆品销售额仅占国内化妆品市场的20%，而欧洲、美国和日本的药妆品已占各自国内化妆品市场的50%-60%。在美国、德国、法国和日本等化妆品产业大国，药妆品生产均已成为一种新兴产业，其药妆品销售额均有几十亿美元。前瞻产业研究院预计，到2020年，中国药妆市场销售额将达到870亿元。

市场规模：亿元



未来规划—营销规划之中国中草药牙膏市场发展趋势



据前瞻产业研究院中药行业报告了解，我国目前已成为全球牙膏消费量最大的国家，2005年牙膏市场实现销售额达78亿元，其中，中药题材牙膏市场占有率达到45%；2012年我国规模以上牙膏生产企业共生产牙膏97亿标准支，销售额达152亿元，中药题材牙膏市场占有率达到近60%。中药题材牙膏预计到2017年其市场占有率将达到70%左右。2017年牙膏市场预计实现销售额达280亿元。过去10年，中草药牙膏年增长在20%-30%，而百草堂的“草方牙膏”近两年增长在35%以上，高于全国平均增长速度！



未来规划—营销规划之草方系列营收预测

从云南白药牙膏营销策略对比预测百草堂草方牙膏未来业绩

云南白药牙膏

外聘营销策划，创新广告
聚焦商超，梯度布局全国

新白药，大健康

濮存晰

口腔保健

品牌推广

市场运作

品牌创意

形象代言

产品定位

百草堂草方牙膏

加大广告投放，生物酶牙膏
助睡眠牙膏

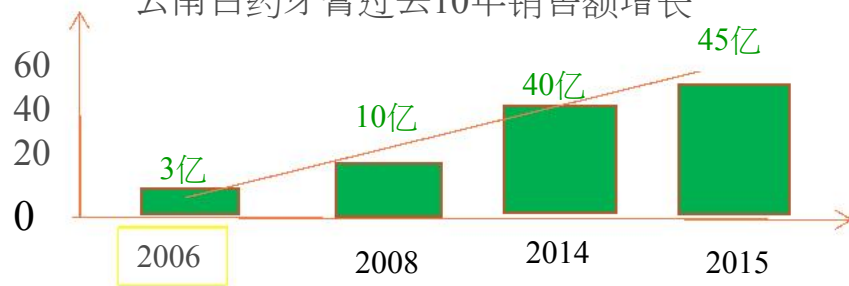
聚焦经销商，布局全国

百年字号，大健康

陈宝国

护理+治疗系列

云南白药牙膏过去10年销售额增长



百草堂草方牙膏未来5年销售额增长





从云南白药的发展轨迹看百草堂未来

日期	云南白药			股价变动
	年总市值（亿元）	年市盈率（PE，静态）	收盘价价	
2005-12-31	60	35	5	62%
2006-12-31	120	52	2	146%
2007-12-31	168	62	17	40%
2008-12-31	184	56	17	0%
2009-12-31	323	69	30	77%
2010-12-31	419	69	39	30%
2011-12-31	368	40	35	-12%
2012-12-31	372	39	45	29%
2013-12-31	708	45	67	51%
2014-12-31	658	28	63	-7%
2015-12-31	756	30	73	16%

从标杆企业云南白药业绩及其二级市场股市表现可以看出，企业有业绩及现金流支撑，往往成为股市黑马！云南白药在过去10年，股票价格由5元到73元，股价翻14.6倍，市值60亿元到756亿元，市值翻了12.6倍，从上面分析看”2026年前，把百草堂打造成为中国大健康产业的龙头企业，实现市值100亿！“是可行的。



未来规划——未来市值规划

主板上市企业

股票 代码	市值 (亿元)	市盈率
益佰制药 600594	137	63x
香梨制药 300147	111	62x
葵花药业 002737	110	40x
莱茵生物 002166	58	77x
百草堂医药	7.5	7x

新三板上市企业

新天药业 831215	12.4	30x
威门药业 430369	10.4	46x
三力制药 832708	20.1	42x
同济医药 430359	9.3	30x
百草堂医药	7.5	7x

下图为百草堂药业股份2016，2017，2018年营收及净利润预测数据



通过上述对比可见，百草堂药业股份现在估值极低，长期升值空间巨大，是投资者首选



协议转让融资方案

本轮公司计划通过释放百草堂医药股份10%的股权，融资6800万元

增资主体：百草堂医药股份有限公司

企业名称：百草堂医药股份有限公司

股权代码

当前股本：11,009,8000股

认购数量：1000万股

认购单价：6.8元/股



资金使用方向

〈一〉实现产品线的规划

2016年投入：¥6800万

- 1) 母婴护理产品系列；
- 2) 增加2--3个OTC药品；
- 3) 推出生物酶和助睡眠牙膏系列；
- 4) 广告投放；
- 5) 销售推广；
- 6) 2016年公司将加大互联网+的投入，建立了线上“百草堂国医馆”，线下将会开设“国医体验馆”，达到线上消费线下实体体验的营销方式。

〈二〉实现生产线的规划

2017-2018年 投入：1个亿

- 1) 牙膏生产线 完成牙膏生产的配备，月产量达到30万件。
- 2) 大健康产业园第一期建设

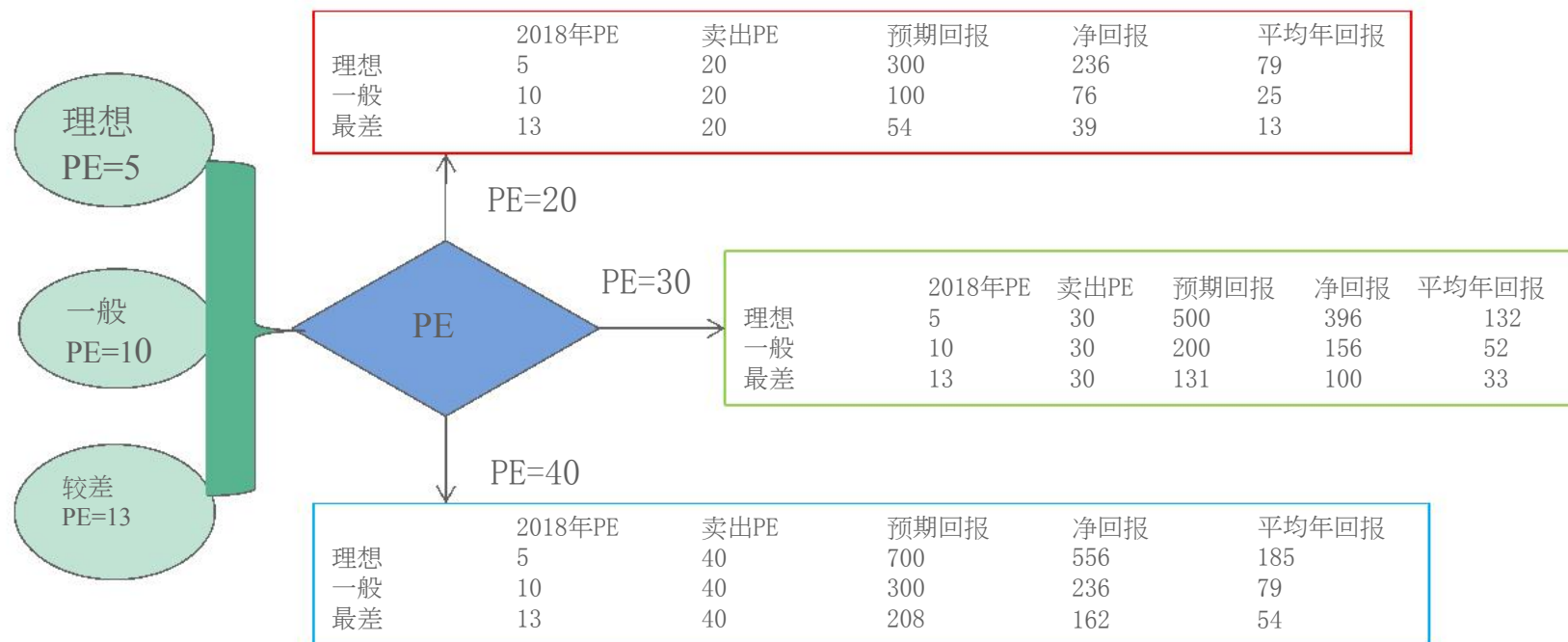




未来规划—资本规划之投资回报预测

投资回报预测

本轮计划通过释放百草堂医药股份10%的股权，融资6800万元。假如按企业2018年的理想PE=5,一般PE=10和较差PE=13，预测投资收益如下。





资本运作思路

目标：打造中国中草药大健康产业第一股；十年内把百草堂打造成为
中国中医药大健康产业的第一品牌，在“云南白药”之后的中草药牙
膏第二民族品牌

资本运作规划

- 一、引进战略投资者
- 二、发行百草堂大健康产业基金
- 三、稀释股权，扩大企业发展资金
- 四、整合购并同业优质企业

资本退出规划

- 一、新三板做市商退出
- 二、股权(溢价)转让，定向转让，内部股
东 受让，市场战略合作伙伴受让
- 三、大股东回购
- 四、IPO退出

百草堂医药股份商业计划书

谢谢观看