

# 维达国际控股有限公司

(于开曼群岛注册成立的有限公司)

(股份代号: 3331)



## 2016年中期业绩 投资者推介

健康生活  
从维达开始

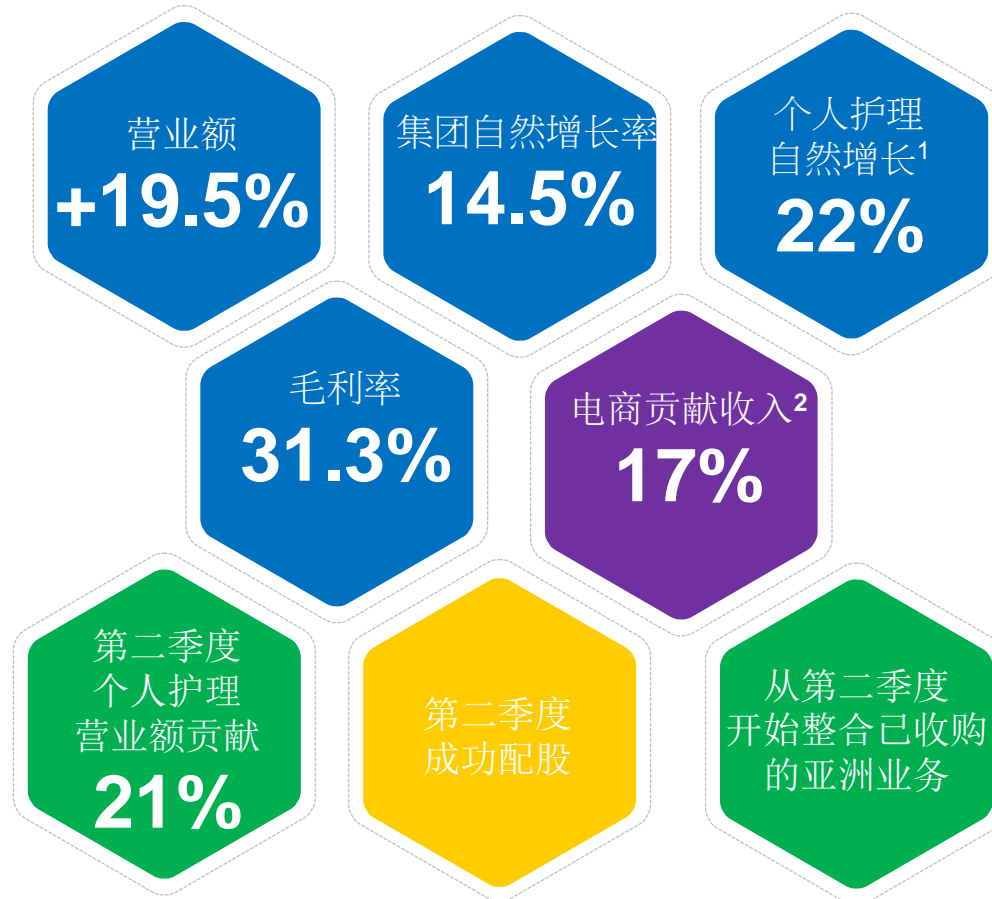


## 主要成就

# 2016年上半年主要成就

## 抱负

成为亚洲领先的卫生用品公司



1. 撇除收购和汇率因素影响

2. 撇除收购影响

# 财务摘要



# 财务摘要

(百万港元)	2016 上半年	2015 上半年	变动
营业额*	5,666	4,743	+19.5%
毛利	1,772	1,497	+18.4%
息税折旧摊销前利润	831	702	+18.3%
经营溢利	515	468	+9.9%
净利	321	331	-2.9%
每股基本盈利 (港仙)	30.6	33.1	
建议每股中期股息 (港仙)	5.0	5.0	

\* 自然增长率: 14.5%<sup>1</sup>

1. 撇除收购及汇率影响

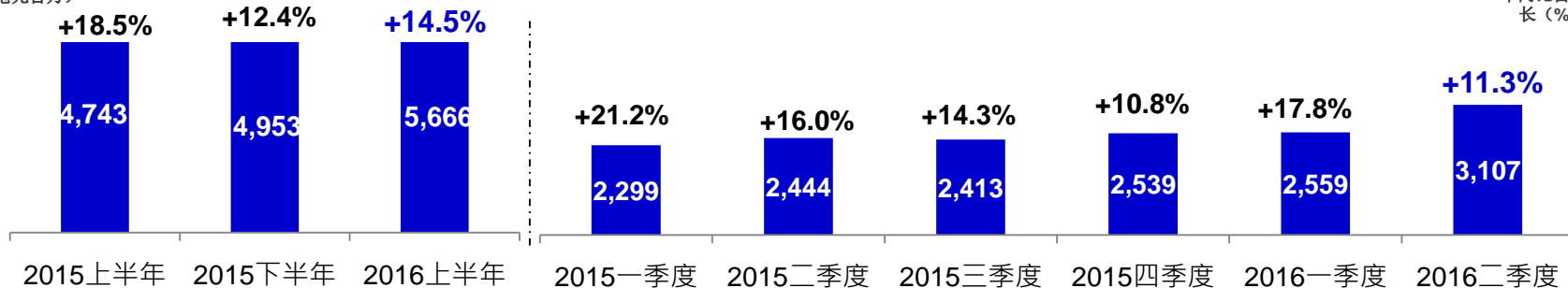
# 财务摘要



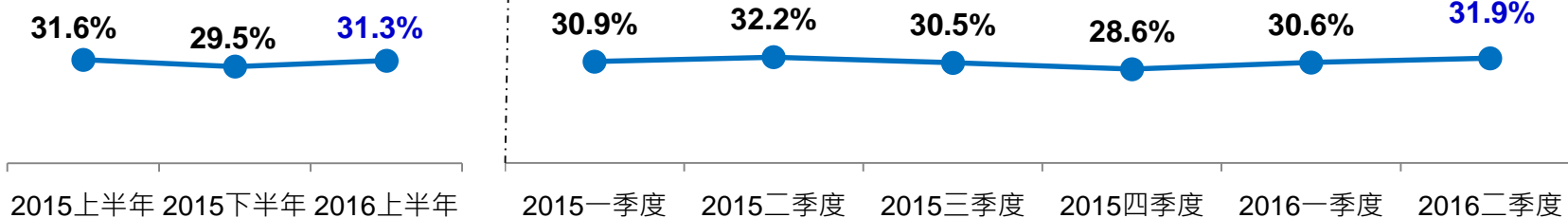
## 营业额及自然增长

营业额 (港元百万)

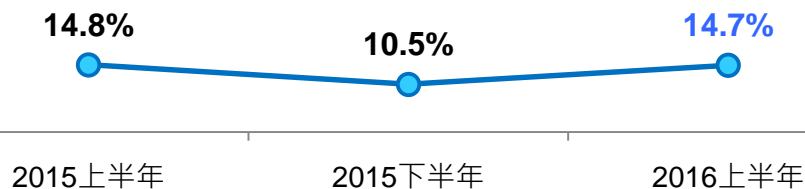
年同比自然增长 (%)



## 毛利率



## 息税折旧摊销前利润率



# 提升个人护理产品组合

	2015上半年		2015下半年		2016上半年		2016上半年		
<b>营业额</b>						<b>营业额自然增长<sup>3</sup></b>			
纸巾	4,583	(97%)	4,774	(96%)	<b>4,923</b>	<b>(87%)</b>	纸巾	<b>14%</b>	
个护	160	(3%)	178	(4%)	<b>743</b>	<b>(13%)<sup>1</sup></b>	个护	<b>22%</b>	
总计	4,743	(100%)	4,952	(100%)	<b>5,666</b>	<b>(100%)</b>	总计	<b>14.5%</b>	
<b>毛利率</b>									
纸巾	31.7%		29.6%		<b>31.5%</b>				
个护	26.2%		26.5%		<b>29.7%</b>				
总计	31.6%		29.5%		<b>31.3%</b>				
<b>分部业绩<sup>2</sup></b>									
<b>利润率</b>									
纸巾	12.3%		9.4%		<b>11.1%</b>				
个护	(28.2%)		(29.1%)		<b>5.4%</b>				

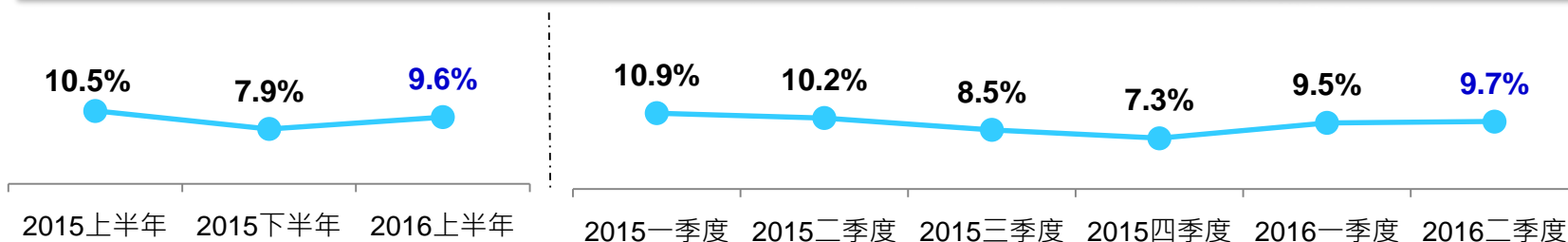
<sup>1</sup> 个人护理业务于2016年第一季度和第二季度分别占总营业额之4%及21%

<sup>2</sup> 分部业绩：除商标、牌照和合约客户摊销后之分部溢利

<sup>3</sup> 撇除收购及汇兑影响

# 财务摘要

## 基础经营利润率<sup>1</sup>



影响可比性项目 (港元百万)	2016上半年	2015上半年
<b>营运项目：</b>		
• 汇兑损益	(14)	(32)
• 2016年4月1日被收购公司无形资产之摊销 (非现金项目) <sup>2</sup>	(14)	-
• 收购交易成本	(3)	-
<b>融资项目：</b>		
• 汇兑损益	(1)	2
• 可换股票据之公允价值调整 (非现金项目)	(18)	-

<sup>1</sup> 撇除影响可比性项目

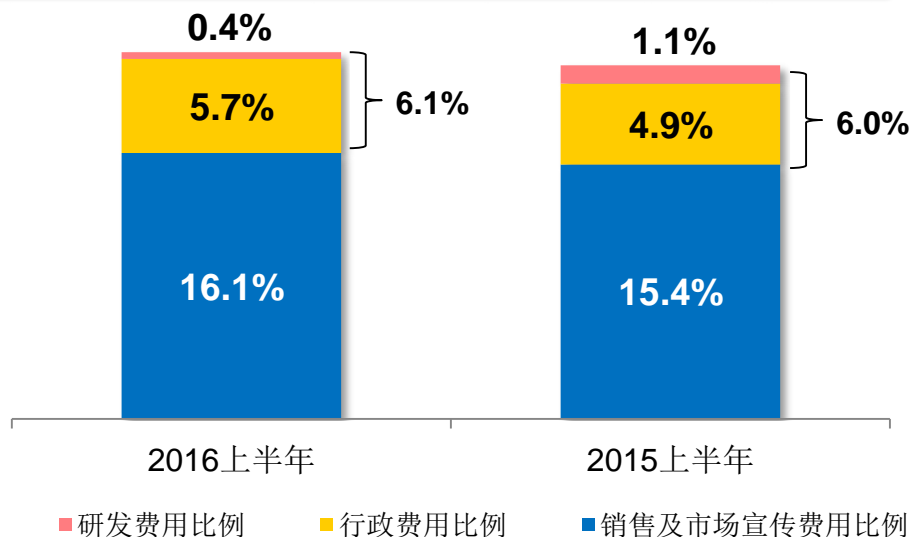
<sup>2</sup> 去年并无上述影响可比性项目



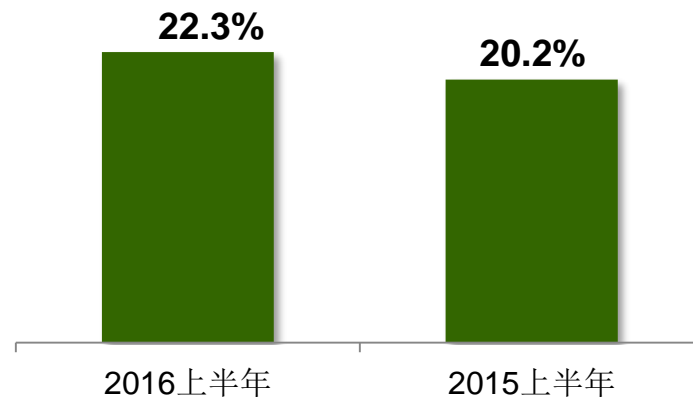
# 费用



## 运营费用占销售比例



## 有效税率



- 行政费用比例上升
  - 由于2016年4月1日收购相关之无形资产摊销（非现金项目）所致
  - 由于持续投入品牌建设及维达品牌、新品牌及个人护理业务宣传活动所致

- 有效税率上升, 主要由于:
  - 非税项扣减之可换股票据公允价值下调

# 营运资金管理

(百万港元)	于2016年6月30日	于2015年12月31日	于2015年6月30日
应收账款周转天数	44	43	45
应付账款周转天数	66	79	71
成品周转天数	45	43	40
营运资金对销售比率	14%	14%	16%
(百万港元)	于2016年6月30日	于2015年12月31日	于2015年6月30日
现金及现金等价物 <sup>1</sup>	632	393	514
总借贷 <sup>2</sup>	5,666	4,739	4,528
以人民币计价借贷占比 (%)	61%	42%	10%
净负债	5,035	4,345	4,014
净负债比率 <sup>3</sup> (%)	74%	88%	76%
利息覆盖比率 <sup>4</sup> (倍)	5.8	6.2	7.4

2016年5月  
股份配售净集资所得  
**3.9亿港元**

降低  
负债水平

提高人民币借款比例以  
降低外币汇兑  
波动风险

于2016年6月30日:

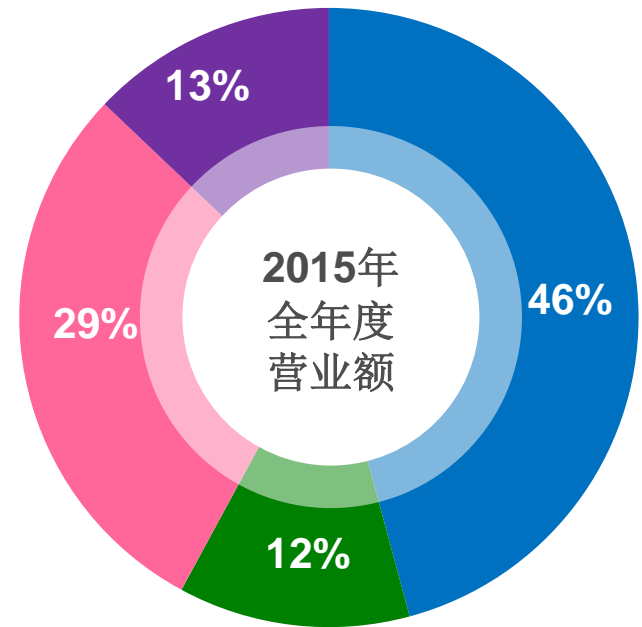
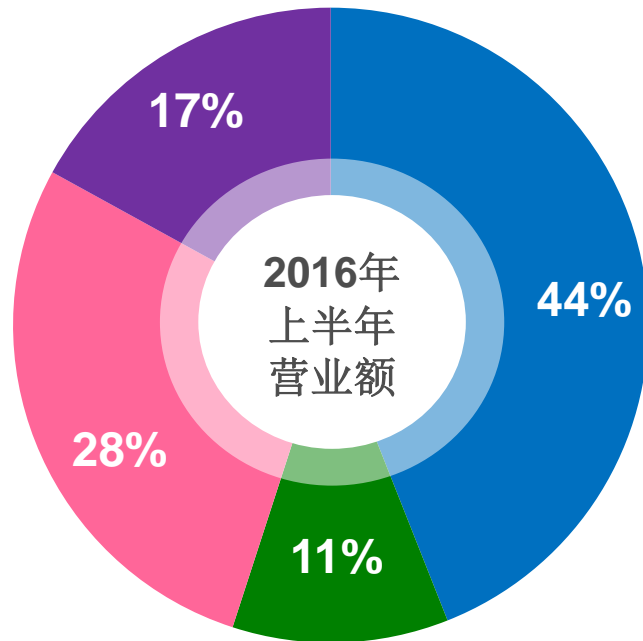
- 由爱生雅提供之未偿还贷款总额: 约18亿港元
- 未动用的借贷(连同未动用之爱生雅股东贷款)总额度: 57亿港元

1. 包括受限制银行存款。 2. 总借贷(包括爱生雅之股东贷款)

3. 按总借贷减去银行及现金结存、限制性存款对比股东权益之百分比作计算基准。 4. 撇除利息资本化因素, 相关息税前溢利对比利息 (倍)

# 电商业务发展迅猛

营业额<sup>1</sup>（按销售渠道划分）

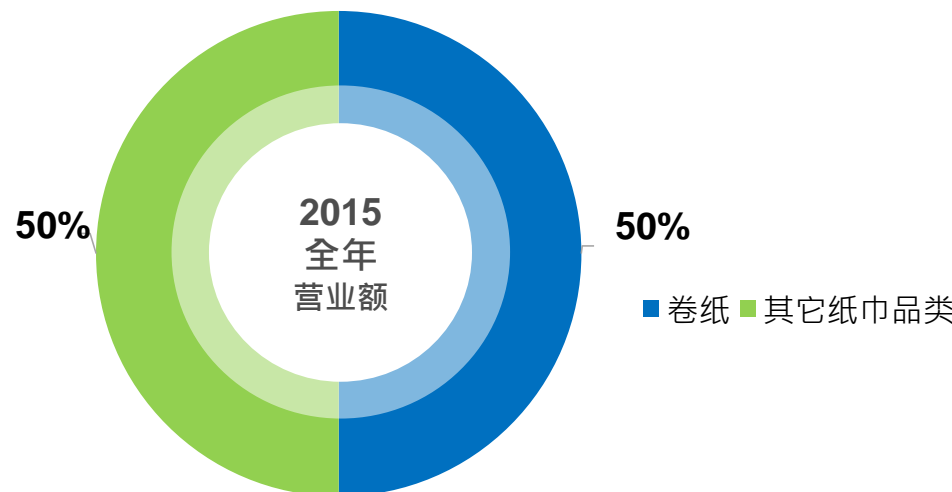
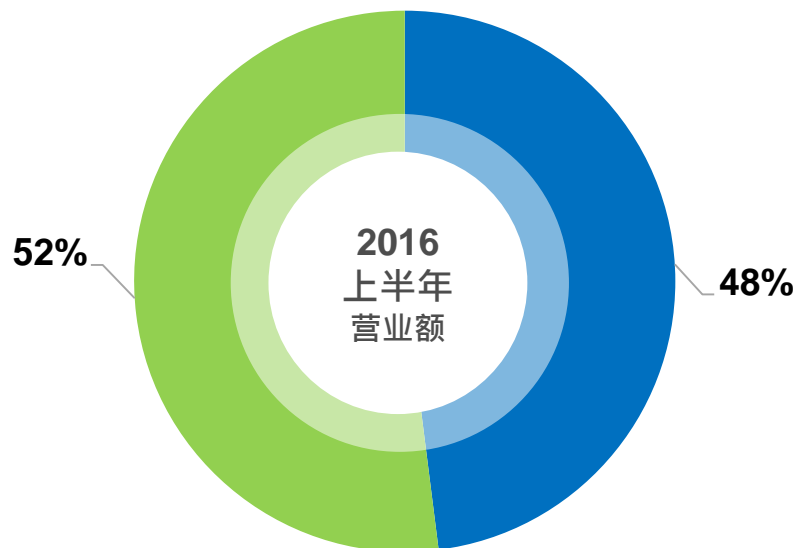


- 传统渠道（即分销商）
- B2B（即企业客户）
- 现代渠道（即大卖场、超市）
- 电子商务

<sup>1</sup> 撤除2016年已收购之销售额

# 纸巾产品组合改善

## 纸巾营业额<sup>1</sup> (按品类划分)



16年上半年 对比 15年上半年

纸巾自然销售为49  
亿港元，增长  
14%<sup>2</sup>

纸巾销量为  
360,000吨，增  
长13%

得宝及高毛利品类（如软抽、盒纸、湿巾）的  
销售大幅增长

<sup>1</sup> 撇除2016之收购业务

<sup>2</sup> 撇除收购及汇兑影响

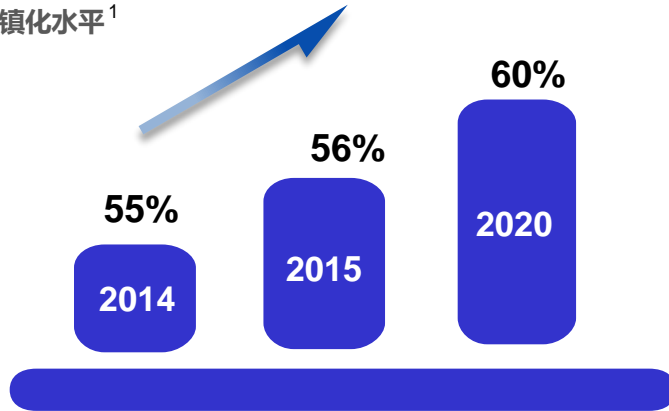
未来展望



# 中长期增长动力

## 城镇化

城镇化水平<sup>1</sup>



## 严格的环保法例

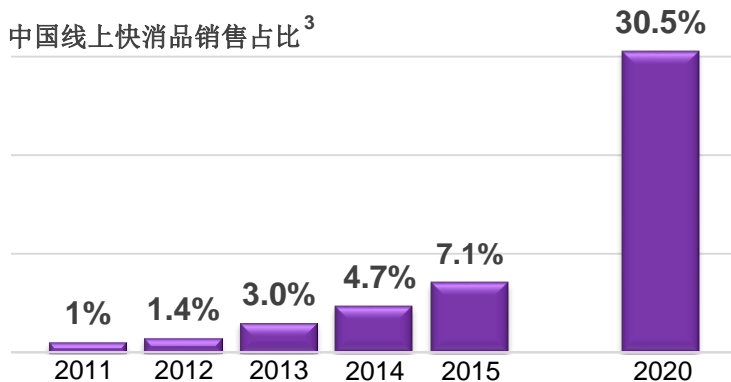
中国纸巾产能 (吨)	2013	2014	2015
政府关闭产能 <sup>2</sup>	>20万	42万	47万

市场整合加快



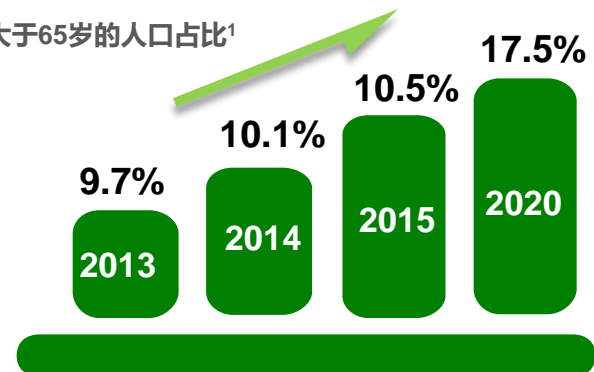
## 电子商务兴起

中国线上快消品销售占比<sup>3</sup>



## 人口老龄化

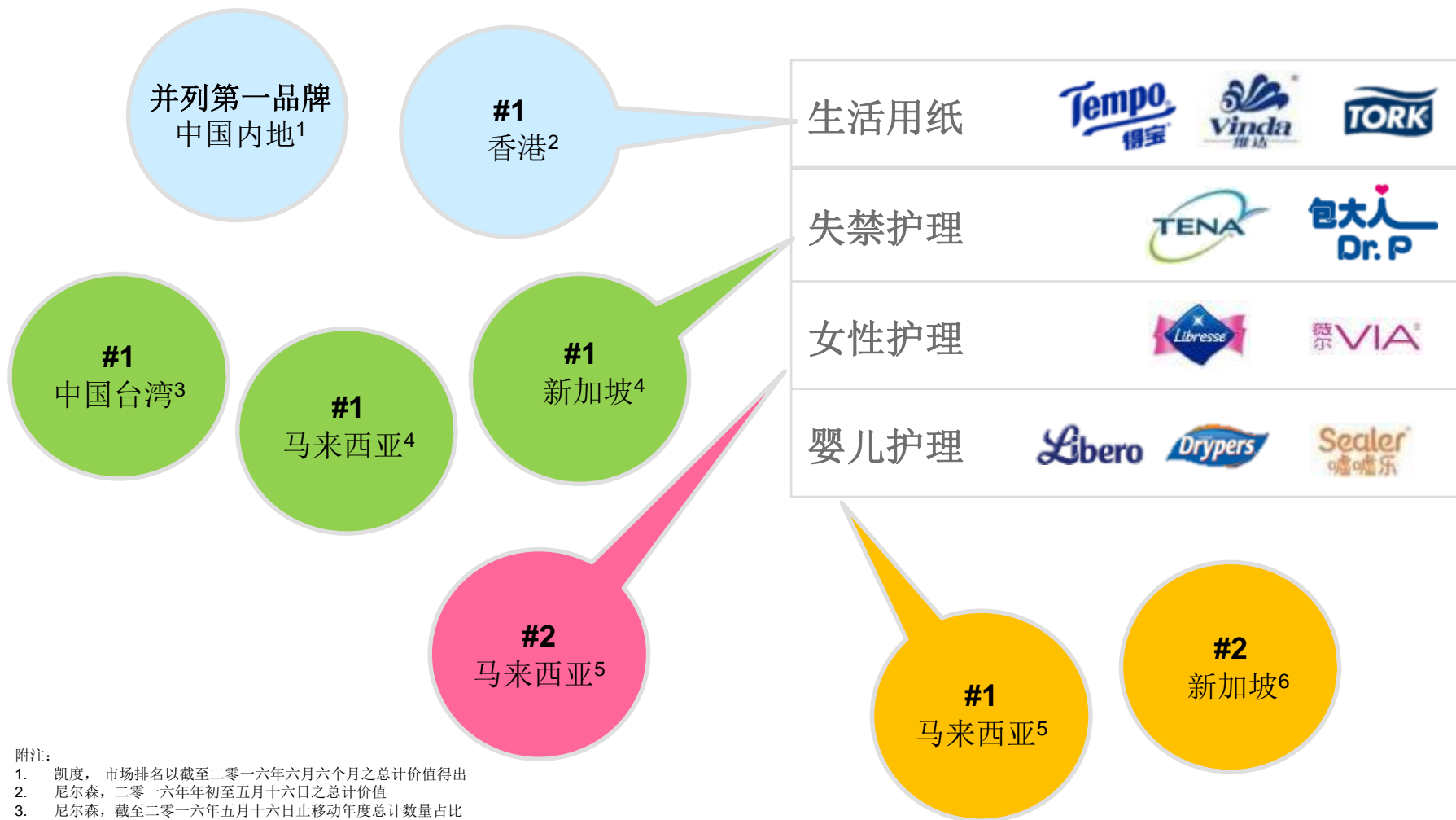
大于65岁的人口占比<sup>1</sup>



<sup>1</sup> 国家统计局及国家发改委

<sup>2</sup> 中国造纸协会及中国老龄产业协会 <sup>3</sup> 2015年凯度数据

# 巩固市场地位



附注:

1. 凯度，市场排名以截至二零一六年六月六个月之总计价值得出
2. 尼尔森，二零一六年年初至五月十六日之总计价值
3. 尼尔森，截至二零一六年五月十六日止移动年度总计数量占比
4. 根据爱生雅内部估算
5. 凯度马来西亚，截至二零一六年五月十六日止移动年度总计
6. 尼尔森，以截至二零一六年五月三十一日止十二个月总计之销量得出

# 提升供应链支持

## 纸巾



全年设计产能（吨）

生产基地	2016年上半年	2016年下半年 增加	2016年年底
三江新会	380,000	60,000	440,000
湖北	180,000		180,000
浙江	150,000		150,000
山东	80,000	30,000	110,000
辽宁	55,000		55,000
四川	75,000		75,000
北京	30,000		30,000
<b>合计</b>	<b>950,000</b>	<b>90,000</b>	<b>1,040,000</b>

## 个人护理



- 马来西亚两个生产厂房和中国台湾一个生产厂房
- 浙江拥有失禁护理产品生产设施
- 湖北拥有婴儿护理产品生产设施

## 爱生雅支持

- 爱生雅于产品研发及品牌推广等方面持续提供免费支持



# 我们的工作重点

## 抱负

成为亚洲领先的卫生用品公司

1



### 推动中国纸巾业务

- 通过创新驱动的产品研发和市场宣传活动推动纸巾业务发展
- 提升高端市场定位的得宝之收入贡献

2

### 扩大中国个人护理业务版图

- 通过添宁和包大人成为失禁用品市场的领导者
- 将女性卫生用品打造为未来盈利来源
- 选择性开拓竞争激烈的婴儿护理市场



3



### 推动亚洲个人护理业务增长并开展纸巾业务

- 巩固已建立的个人护理业务市场地位
- 发挥强大的市场网络，将纸巾推向亚洲市场

# 核心原则



## 可持续发展

- 持续使用100%经认证木浆
- 节省能源消耗
- 减少用水

- 以消费者为中心
- 以技术为驱动
- 发挥全球技术平台优势

## 诚信务实



- 维持良好的企业管治
- 遵守行为准则
- 保证合规性



## 创新进取

# 问答



# 免责声明

Information contained in our presentation is intended solely for your personal reference and is strictly confidential. Such information is subject to change without notice, its accuracy is not guaranteed and it may not contain all material information concerning the company and/or its business. We make no representation or warranty, express or implied, regarding, and assumes no responsibility or liability for, the fairness, accuracy, correctness or completeness of, or any errors or omissions in, any information or opinions contained herein.

In addition, the information contains projections and forward-looking statements that reflect the Company's current views with respect to future events and financial performance. These views are based on current assumptions which are subject to various risks and which may change over time. No assurance can be given that future events will occur, that projections will be achieved, or that the company's assumptions are correct. Actual results may differ materially from those projected. It is not the intention to provide, and you may not rely on this presentation as providing, a complete or comprehensive analysis of the Company's financial or trading position or prospects.

This presentation does not constitute an offer or invitation to purchase or subscribe for any shares and no part of it shall form the basis of or be relied upon in connection with any contract, commitment or investment decision in relation thereto.



谢谢

健康生活  
从维达开始