



維達30周年 為家加滿FUN

維達國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司) 股份代號: 3331

中期業績公佈 2015

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.



I. 主要成就

II. 财务摘要

III. 未来展望

IV. 问答

主要成就

- 营业额同比增长**28.9%**至**47.4亿港元**
 - 自然增长按年上升**18.7%**
- 毛利同比增长**37.9%**至**15.0亿港元**
- 净利润同比增长**48.9%**至**3.3亿港元**

强劲增长

- 纸巾业务营业额同比增长**25.5%**至**4,583.5百万港元**
- 销售量（纸巾）同比增长**25.0%**至**320,348吨**
- 平均售价每吨（纸巾）为**14,308港元**

纸巾业务
蓬勃发展

- 个人护理业务占总营业额**3.4%**

个人护理
业务贡献
增加



I. 主要成就

II. 财务摘要

III. 未来展望

IV. 问答

财务摘要

截至六月三十日止六个月

(百万港元)	2015	2014	变动
营业额 (注)	4,743.2	3,680.0	+28.9%
毛利	1,496.5	1,085.5	+37.9%
经营溢利	468.2	345.7	+35.4%
息税折旧摊销前利润	702.2	521.5	+34.7%
权益持有人应占溢利	330.8	222.2	+48.9%
每股基本盈利 (港仙)	33.1	22.3	+48.4%
每股中期股息 (港仙)	5.0	4.0	+25.0%
外币汇兑溢利 / (亏损)	(30.1)	(33.4)	

注：撇除收购爱生雅业务影响后营业额同比增加18.7%

毛利率



2014上半年 2015上半年

经营溢利率



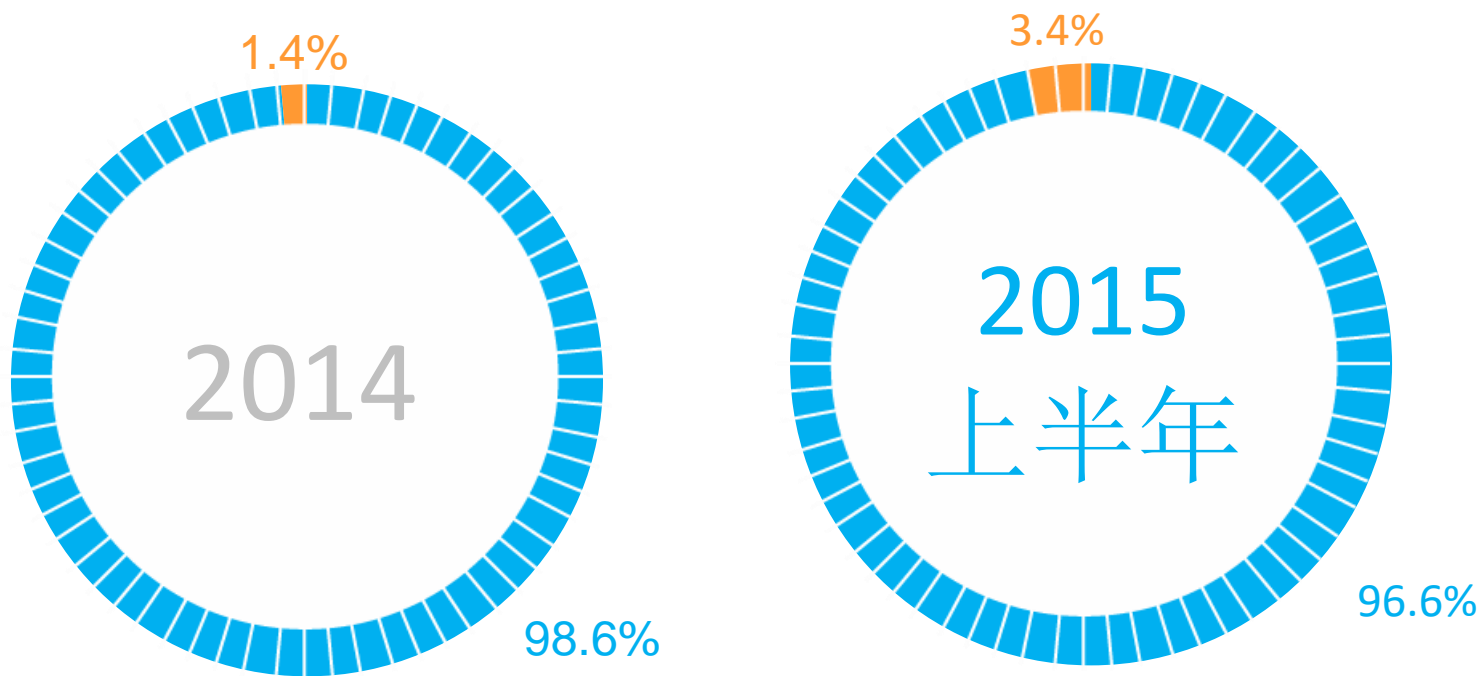
2014上半年 2015上半年

净利率



2014上半年 2015上半年

营业额分析—按业务类别



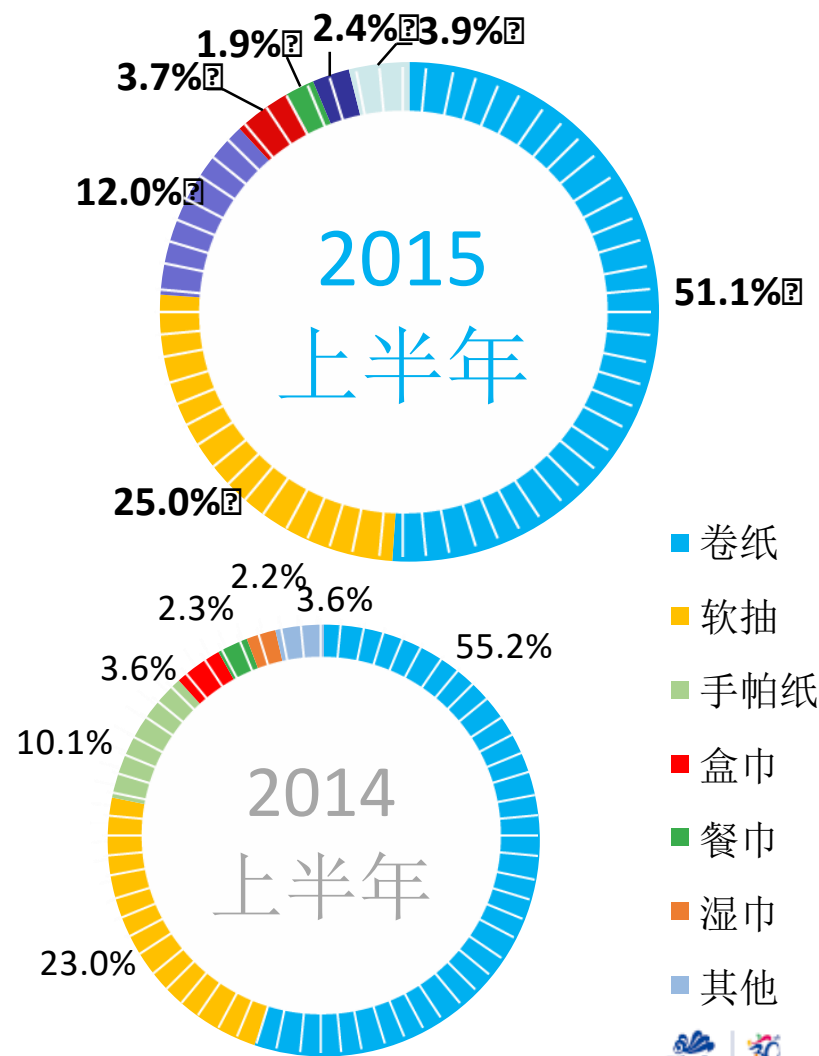
■ 生活用纸 (「纸巾」) ■ 个人护理 (「失禁护理」、「女性护理」及「婴儿护理」)

营业额分析—按生活用纸（纸巾）类别划分

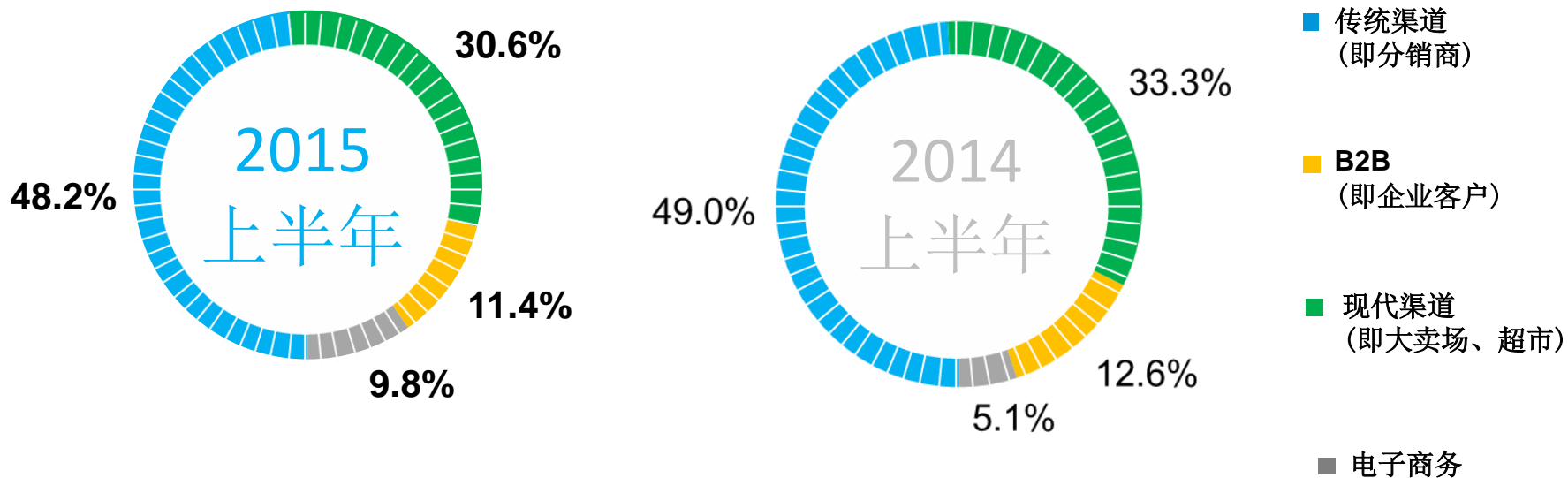
截至六月三十日止六个月

(百万港元)	2015	2014	变动
卷纸	2,343.7	2,016.9	+16.2%
软抽	1,145.6	838.5	+36.6%
盒巾	170.3	132.0	+29.0%
手帕纸	548.1	369.7	+48.3%
湿巾	109.3	79.0	+38.3%
餐巾	87.5	84.4	+3.7%
其他	179.0	132.0	+35.5%
合计	4,583.5	3,652.5	+25.5%

产品组合（营业额占比）

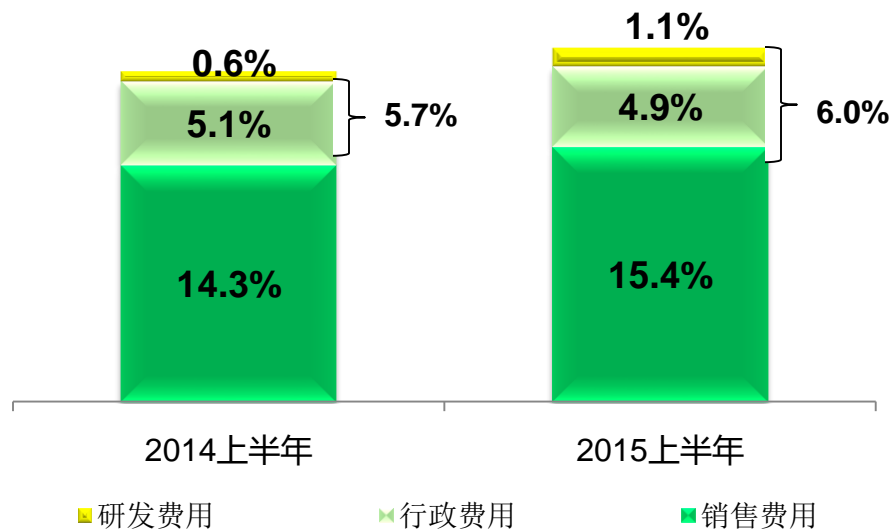


营业额分析—按销售渠道划分

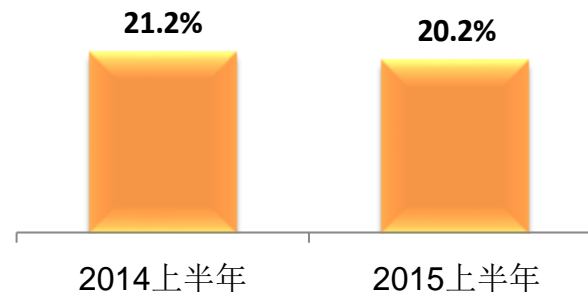


运营费用

运营费用占销售比例



有效税率



- 行政费用占销售比例维持于6.0%
 - 其中1.1%的销售用于研发
 - 整体行政费用占比减少0.2个百分点至4.9%
- 销售费用占销售比例增加1.1个百分点，主要由于投入更多资源作品牌建设及发展个人护理卫生用品业务

- 维达纸业（中国）有限公司于2015年上半年获得高新技术企业资格
- 有效税率减少1.0个百分点

主要财务指标

	截至2015年6月30日	截至2014年6月30日
应收账款周转天数	45	47
应付账款周转天数	71	70
存货周转天数	108	109

(百万港元)	截至2015年6月30日	截至2015年12月31日
总债务(包括爱生雅贷款)	4,527.7	4,464.8
总债务(撇除爱生雅贷款)	1,957.3	2,434.7
现金及现金等价物*	514.0	721.6
净负债比率** (%)	75.7%	73.7%
净债务/息税折旧摊销前利润*** (倍)	2.9	3.1
利息覆盖比率**** (倍)	7.4	8.2

- 实施现金池管理使现金流降至**514**百万港元
- 于**2015年6月30日**，予爱生雅之未偿还股东贷款总额约为**26**亿港元
- 于**2015年6月30日**，未动用的信贷(连同未使用之股东贷款)总额度约为**73**亿港元

* 包括受限制银行存款

** 净负债比率是按总贷款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

*** 净债务/息税折旧摊销前利润：总债务扣除现金及现金等价物/息税折旧摊销前利润

**** 利息覆盖比率：息税前利润/利息支出(倍)，并扣除汇率因素



- I. 主要成就
- II. 财务摘要
- III. 未来展望
- IV. 问答

1 确保纸巾业务稳定增长，并于全国推广「得宝」品牌

2 提高个人护理业务品牌于市场的认知度及美誉度

2015下半年年重点工作

4 与爱生雅达成更多协同效应

3 透过分销商、电商渠道及开拓母婴店、疗养院等专销渠道，将品牌渗透至较低线城市

市场机遇及策略

01



纸巾
+6.5%*

机遇

- ▶ 城镇化
- ▶ 市场整合
- ▶ 更严格的环保条例

策略

- ▶ 利用维达产品获得更大市场份额
- ▶ 全国性推广得宝Tempo以增加盈利
- ▶ 采取「品牌策略」而非「价格竞争策略」

02



失禁用品
+44%**

机遇

- ▶ 人口老龄化
- ▶ 社会对失禁用品持更开放正面态度

策略

- ▶ 包大人Dr.P和添宁TENA覆盖所有消费群体
- ▶ 拥有专业知识的销售团队为消费者提供全面解决方案

03



女性卫生巾
+8%**

机遇

- ▶ 新一代的新消费模式

策略

- ▶ 目标消费群为80及90后女性
- ▶ 以轻曲线Libresse与其他国际品牌竞争

04



婴儿纸尿裤
+11%**

机遇

- ▶ 放宽「单独二孩」政策
- ▶ 婴儿纸尿裤进口品牌占较大市场份额

策略

- ▶ 以丽贝乐Libero与其他国际品牌竞争
- ▶ 透过电子商务平台及开拓母婴店推广产品

*资料来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会2014年之纸巾消费量估计

**资料来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会2014年之市场容量估计

电商及专销渠道

电子商务

按市场份额计，维达于各大电子商务平台稳占首位

加强电商平台，透过互联网拓展新市场，进一步扩大市场占额

专销渠道

加快个人护理品类与现有销售及分销渠道的融合

建立专销渠道，包括母婴店、养老院及医院

先进高效的生产基地

全年纸巾设计产能
(吨)

生产基地	2015上半年	2015年底
三江新会	380,000	380,000
河北	180,000	180,000
浙江	150,000	150,000
山东	50,000	80,000
辽宁	55,000	55,000
四川	45,000	75,000
北京	30,000	30,000
合计	890,000	950,000

- 原定于2015年第四季投产于山东及四川投产的90,000吨新增造纸产能，因产能设备供应延期，其中30,000吨将延至2016年投产
- 自组生产设备生产失禁护理用品，预期于2016年下半年投产

中长期目标



中长期而言，维达将成为…

- 生活用纸及失禁护理领域之**领导者**
- 婴儿护理及女性护理类别的**一线品牌**

中长远而言，来自个人护理业务的销售额占集团总销售额的**20%**



- I. 主要成就
- II. 财务摘要
- III. 未来展望
- IV. 问答

