

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)



2015全年业绩 投资者推介

健康生活
从维达开始

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.

我们的抱负



使命

为人们提供高品质生活卫生用品

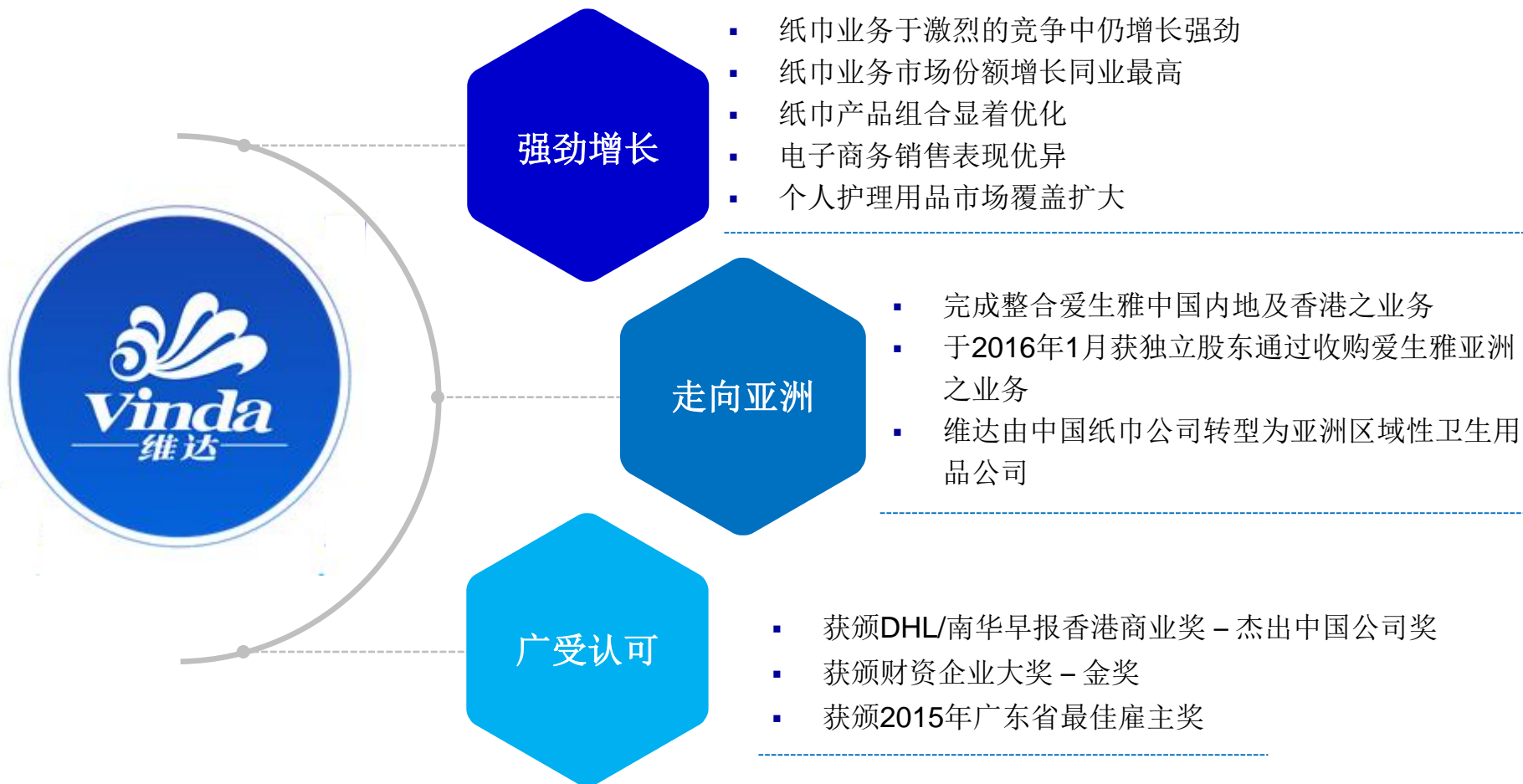
抱负

成为亚洲领先的卫生用品公司

主要成就



2015年主要成就



财务摘要



财务摘要



截至12月31日止全年

(百万港元)	2015	2014	变动
营业额	9,696	7,985	+21.4%*
毛利	2,959	2,409	+22.8%
<i>毛利率</i>	<i>30.5%</i>	<i>30.2%</i>	
经营溢利	753	822	-8.5%
<i>**相关经营溢利</i>	<i>892</i>	<i>820</i>	<i>+8.8%</i>
<i>**相关经营溢利率</i>	<i>9.2%</i>	<i>10.3%</i>	
息税折旧摊销前利润	1,223	1,197	+2.2%
净利	314	594	-47.0%
每股基本盈利(港仙)	31.5	59.4	-47.0%
建议全年每股股息(港仙)	10.0	16.0	
<i>派息比率</i>	<i>32%</i>	<i>27%</i>	

* 自然销售增长率: 15.3%

** 撇除影响比较之项目

财务摘要 (撇除影响比较之项目)

截至12月31日止全年

影响比较之项目 (百万港元)	2015年	2014年
总外汇收益/(亏损)	(309)	(18)
• 经营项目	(108)	(17)
• 融资项目	(201)	(1)
一次性收益*	无	41
维安洁除税后(亏损)占比	无	(5)
收购交易成本	(31)	(21)

* 二零一四年所呈报重估维安洁先前股权

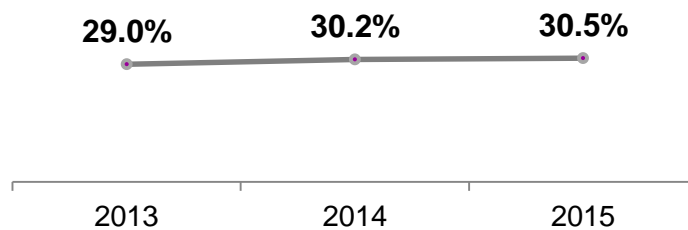
截至12月31日止全年

(百万港元)	2015年	2014年	变动
撇除影响比较之项目			
• 相关经营溢利	892	820	+8.8%
• 相关税前溢利	789	740	+6.6%

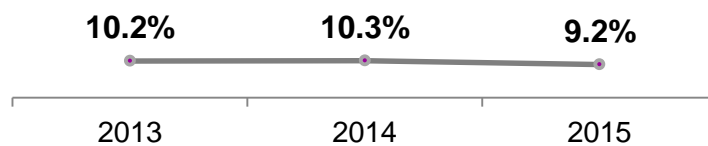
利润率



毛利率

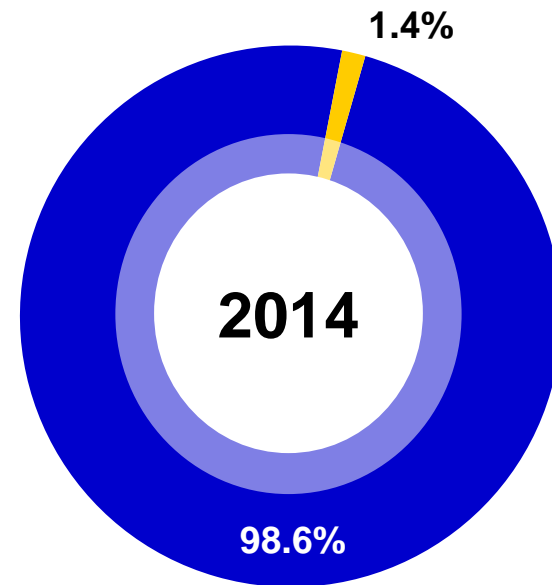
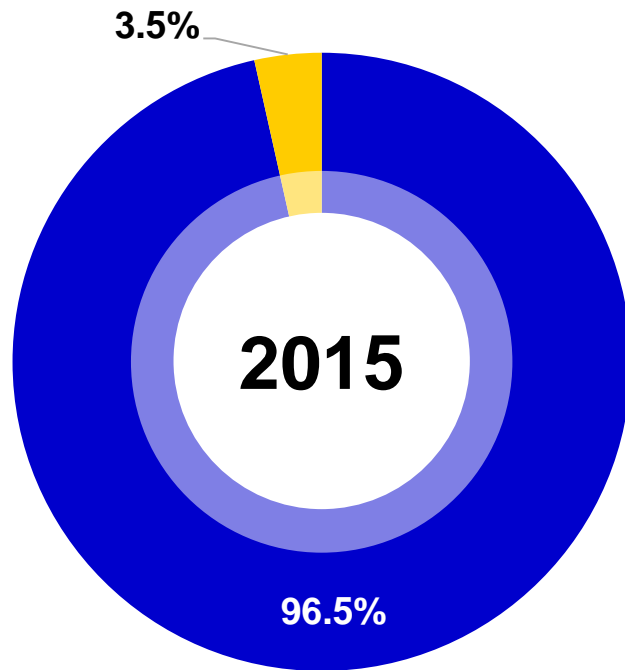


*相关经营利润率



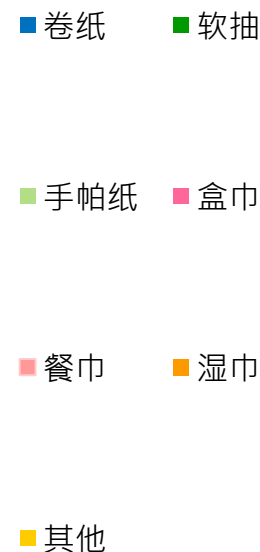
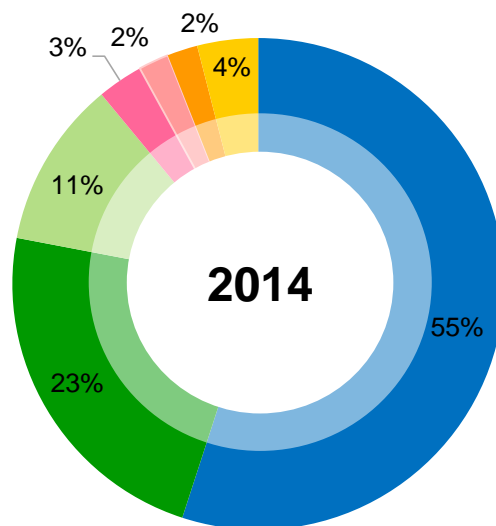
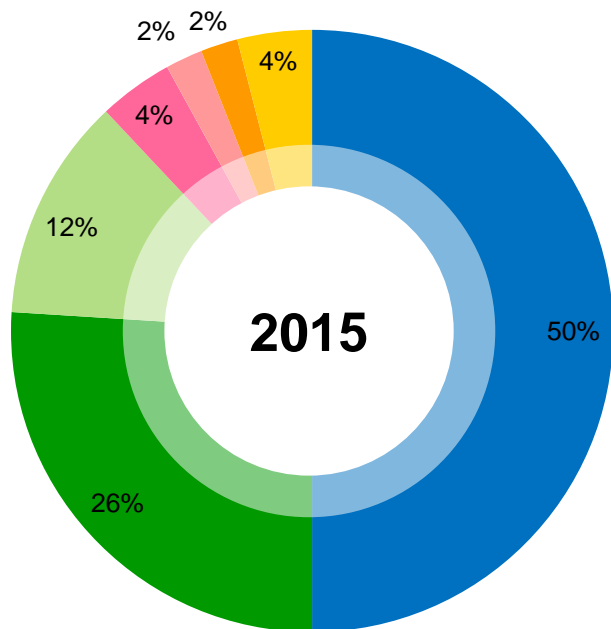
* 撇除影响比较之项目

营业额 — 按业务类别划分



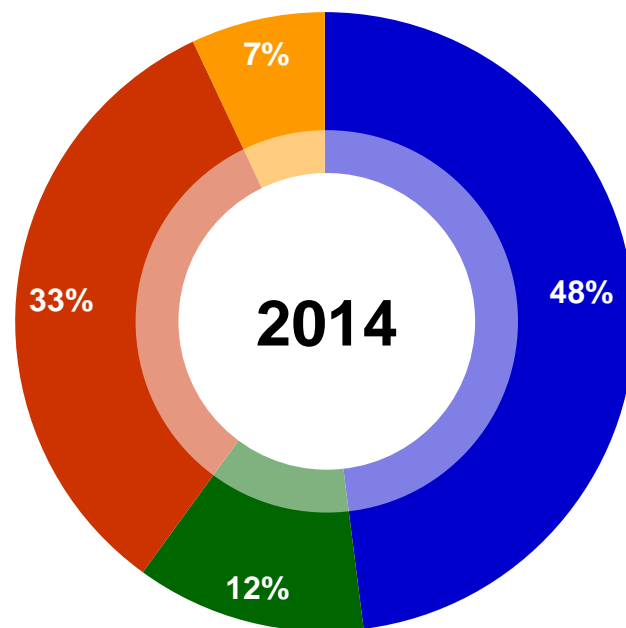
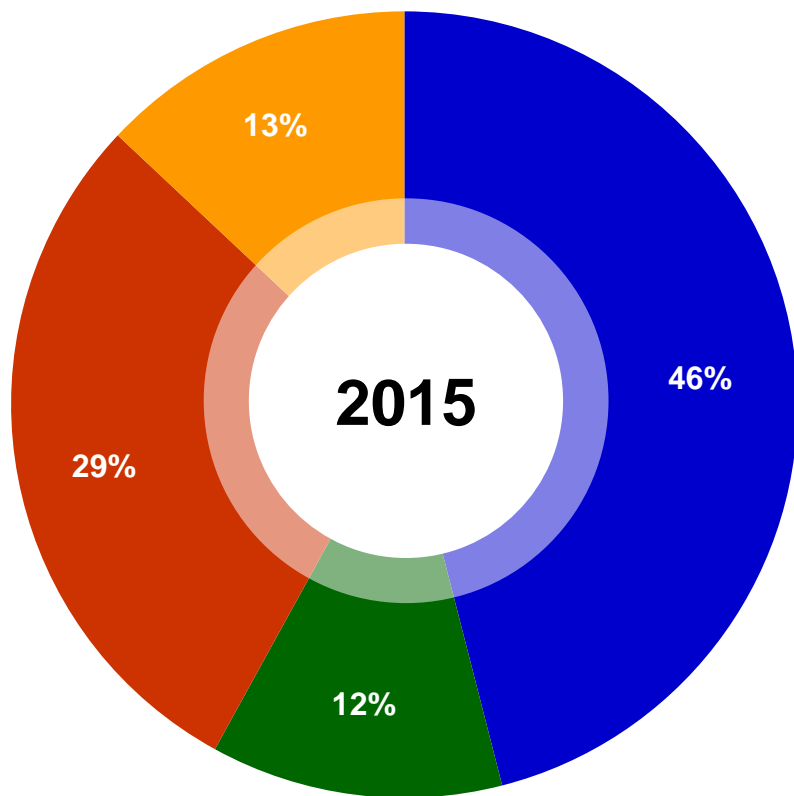
- 生活用纸 (「纸巾」)
- 个人护理 (「失禁护理」、「女性护理」及「婴儿护理」)

营业额 — 按纸巾类别划分



- 生活用纸(纸巾)销售量增长19.6%至约657,000吨
- 销售额增长 软抽: +34%、盒纸: +29%、餐巾: +35%、湿巾: +32%

营业额 — 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

截至2015年12月31日, 本集团共有269个销售办事处及 1,656家经销商

季度财务摘要



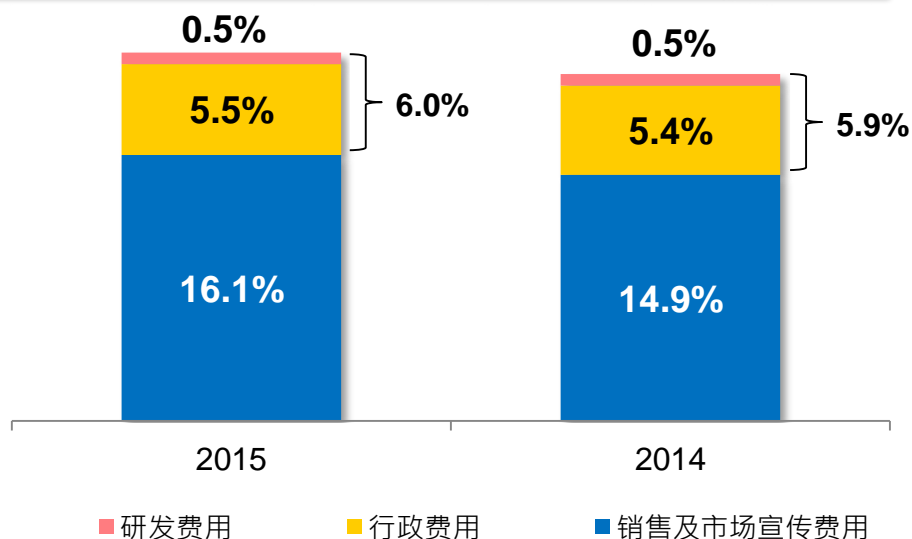
(百万港元)	2014 第4季度	2015 第1季度	2015 第2季度	2015 第3季度	2015 第4季度
营业额	2,342	2,299	2,444	2,413	2,539
<i>自然增长率</i>	<i>不适用</i>	<i>+21.2%</i>	<i>+16.0%</i>	<i>+14.3%</i>	<i>+10.8%</i>
毛利	706	710	787	736	726
<i>毛利率</i>	<i>30.2%</i>	<i>30.9%</i>	<i>32.2%</i>	<i>30.5%</i>	<i>28.6%</i>

(百万港元)	2015 上半年度	2015 第3季度	2015 第4季度
相关经营溢利*	501	205	186
<i>相关经营溢利率</i>	<i>10.6%</i>	<i>8.5%</i>	<i>7.3%</i>

* 撇除影响比较之项目

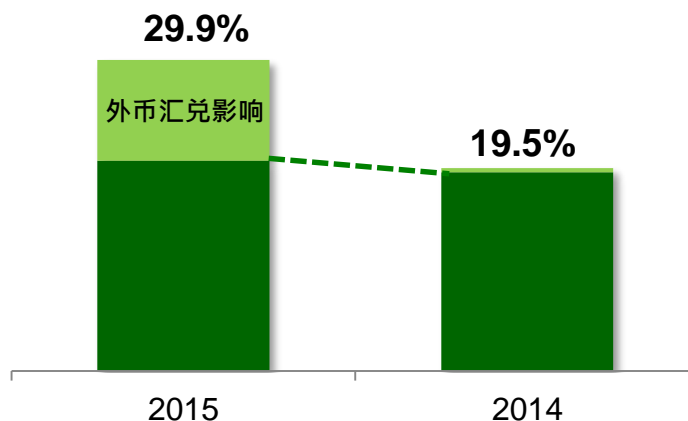
费用

运营费用占销售比例



- 行政费用占销售比例维持于6%
- 销售及市场宣传费用占销售比例增加1.2个百分点，主要由于投入更多资源作品牌建设、发展得宝及个人护理卫生用品业务

有效税率



- 由于外币汇兑亏损是不能减免税务，令有效税率大幅提升

主要财务指标

(百万港元)	于2015年12月31日	于2014年12月31日
应收账款周转天数	43	47
应付账款周转天数	79	83
成品周转天数	43	40
营运资金对销售比率	13.6%	15.8%
(百万港元)	于2015年12月31日	于2014年12月31日
现金及现金等价物 ¹	393	722
总债务(包括爱生雅贷款)	4,739	4,465
以人民币计价债务占比 (%)	42%	8%
总债务(撇除爱生雅贷款)	3,431	2,435
净负债	4,345	3,743
净负债比率 ² (%)	88%	74%
利息覆盖比率 ³ (倍)	7.4	8.2

- 积极减少现金水平，以缩小借贷
- 于2015年12月31日，由爱生雅提供之未偿还贷款总额：约13亿港元
- 于2015年12月31日，未动用的信贷(连同未动用之爱生雅股东贷款)总额度：78亿港元

1. 包括受限制银行存款

2. 按总贷款(包括爱生雅之未偿还股东贷款)减去银行及现金结余、限制性存款对比股东权益之百分比作计算基准

3. 撇除利息资本化因素，相关息税前溢利对比利息 (倍)

未来展望



中长期增长催化剂

城市化

电子商务兴起

严格的
环保条例

对产品安全
的关注

一带一路

人口老龄化

我们的工作重点



1

推动中国纸巾业务发展

- 在所有市场推广维达品牌，打造新产品类别
- 将得宝作为高端及精选类别
- 建立海外市场

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

在亚洲推动个人护理业务增长及开展纸巾业务

- 致力于发展已建立的市场
- 保持个人护理业务的持续增长
- 推出纸巾产品

进一步巩固领先地位



	市场地位	主要品牌组合
生活用纸 ¹	<ul style="list-style-type: none"> 于中国排名第三 (撇除网上销售) 于香港排名第一 	
失禁护理	<ul style="list-style-type: none"> 于中国台湾排名第一² 于马来西亚排名第一⁴ 于新加坡排名第一⁴ 于出口市场居领先地位⁴ 	
女性护理	<ul style="list-style-type: none"> 于马来西亚排名第二³ 	
婴儿护理	<ul style="list-style-type: none"> 于马来西亚排名第一³ 于新加坡排名第二² 于泰国、菲律宾、中国台湾、韩国及其他国家占重要市场份额 	

注:

1. 尼尔森, 市场排名以截至2015年10月止十个月之总计价值得出。

2. 尼尔森, 市场排名以截至2015年10月止十二个月总计之数量及价值得出。

3. Kantar Worldpanel, 市场排名以截至二零一五年十月止十二个月之总计价值得出

4. 根据爱生雅内部估算

根据需求扩充产能

纸巾

全年纸巾设计产能 (吨)

生产基地	2016年底	2015年底
三江新会	440,000	380,000
湖北	180,000	180,000
浙江	150,000	150,000
山东	110,000	80,000
辽宁	55,000	55,000
四川	75,000	75,000
北京	30,000	30,000
合计	1,040,000	950,000

- 第十个国内生产基地建设已于2015年第三季度在阳江市开始动工
- 山东及三江将于2016年下半年分别扩充**30,000**及**60,000**吨产能

个人护理

- 继续在中国建立个人护理生产设施
- 通过收购爱生雅亚洲业务，取得了**马来西亚两个**生产基地和**中国台湾一个**生产基地

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无偿支持

问答





谢谢

健康生活
从维达开始