



# 維達國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

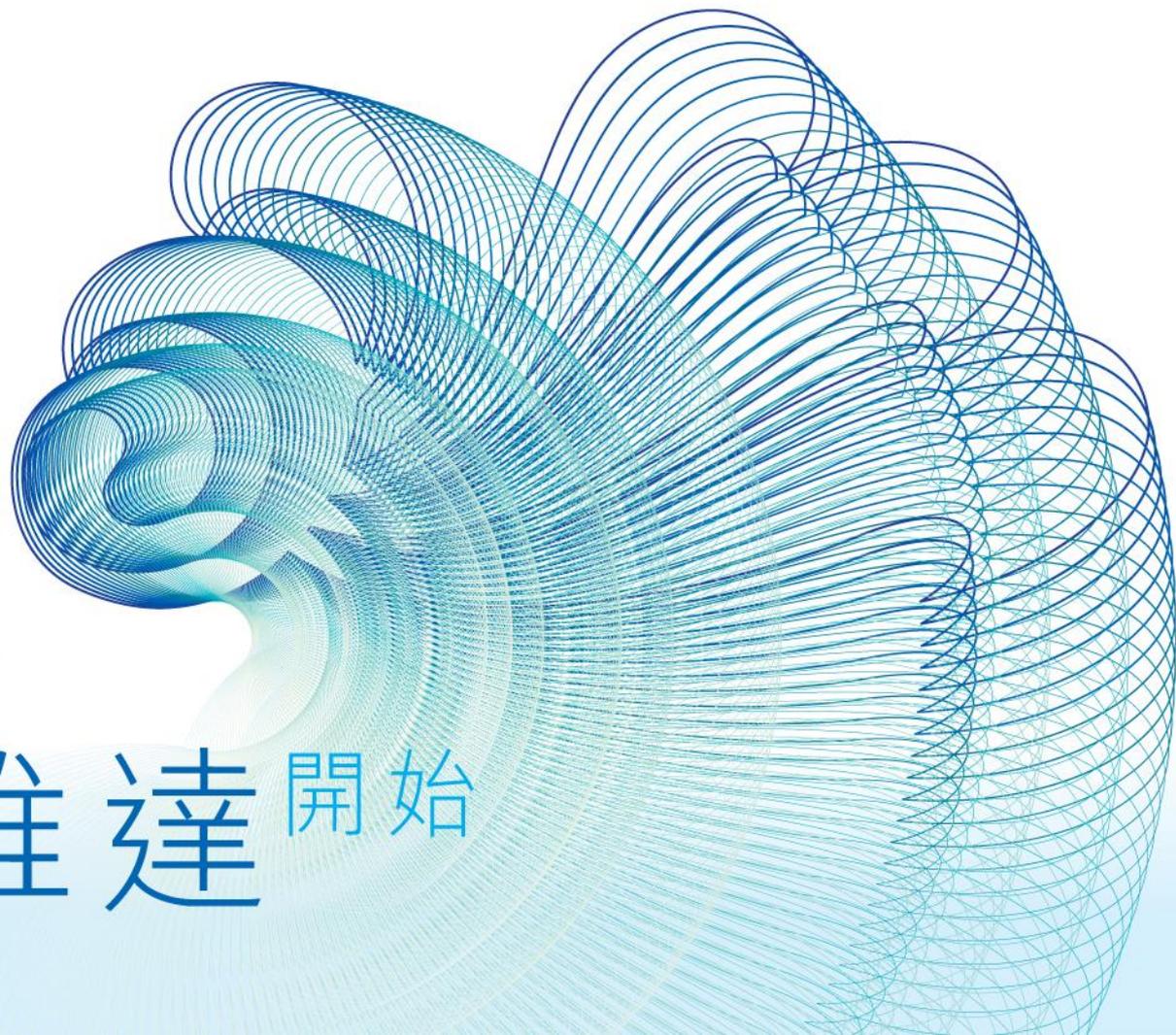
股份代號:3331

年報

2011

健康生活

從維達開始



# 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.

# 公司代表

李朝旺先生

- 主席

张东方女士

- 行政总裁

曾思豪先生

- 首席财务总监

I.业绩亮点

II.财务摘要

III.业务回顾

IV.未来展现

V.问答



# 2011年主要成就



- 开展「六·五计划」，实践未来五年之发展蓝图，首年成效显著，于品牌提升、产品创新、渠道开发及产能扩充等方面有长足的进步
- 营业额表现理想，同比增长32.3%，达47.65亿港元
- 截止2011年12月31日止，集团总年产能实现增产至470,000吨
- 新成立的合营公司-维安洁成功推出三个系列产品线，合共24个单品婴儿纸尿裤产品

I.业绩亮点

II.财务摘要

III.业务回顾

IV.未来展现

V.问答



# 财务表现

(百万港元)	截至12月31日止年度		
	2011	2010	变幅
营业额	4,765.3	3,602.2	↑ 32.3%
销售成本	(3,468.8)	(2,540.1)	↑ 36.6%
毛利	1,296.5	1,062.0	↑ 22.1%
经营溢利	505.6	463.5	↑ 9.1%
息税折旧摊销前利润	726.0	618.0	↑ 17.5%
所得税前溢利	521.9	460.2	↑ 13.4%
权益持有人应占溢利	405.7	368.9	↑ 10.0%
每股基本盈利(港仙)	43.3	40.4	↑ 7.2%
每股全年股息(港仙)	12.0	12.0	-



# 所有产品类别均有强劲增长

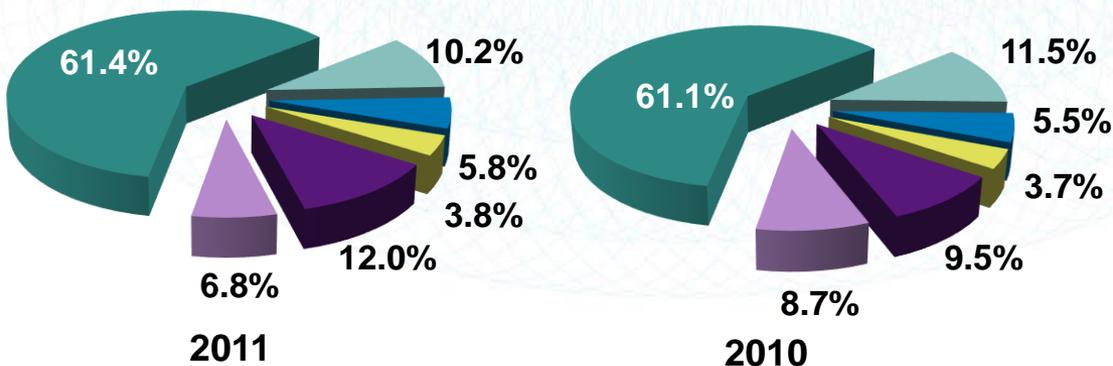
截至12月31日止年度

(百万港元)	2011	2010	变幅
卫生卷纸	2926.5	2,199.5	↑ 33.1%
手帕纸	485.1	414.6	↑ 17.0%
硬盒包装面巾纸	277.9	198.8	↑ 39.8%
软盒包装面巾纸	571.0	343.0	↑ 66.5%
餐巾纸	182.2	132.6	↑ 37.4%
其他	322.6	313.6	↓ 2.9%

产品组合(销售占比)

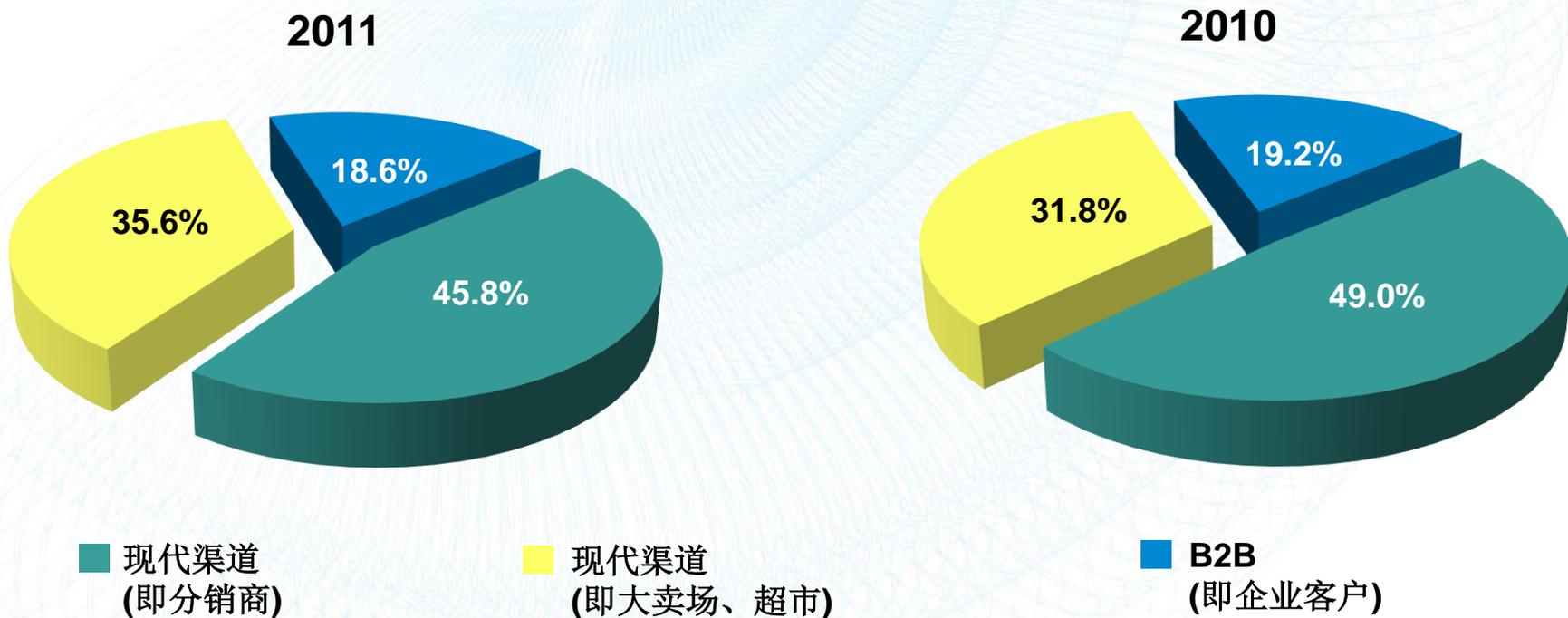
- 卫生卷纸
- 手帕纸
- 硬盒包装面巾纸
- 餐巾纸
- 软盒包装面巾纸
- 其他

- 软抽是主要的增长动力，收入同比上升66.5%
- 平均销售价格为每吨14,223港元，上升11.1%



# 多元化的分销渠道

营业额以分销渠道划分

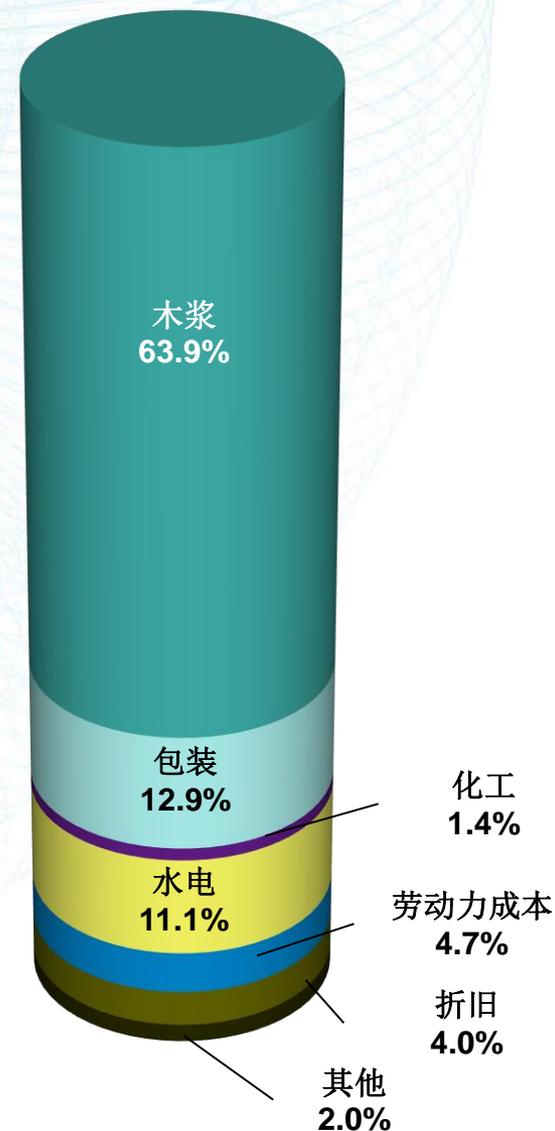


- 于中国市场，现代渠道作为销售渠道已经变得日渐重要
- 集团旨在于不同的分销渠道间取得一个健康平衡

# 销售成本概览

(百万港元)	截至12月31日止年度		
	2011	2010	变幅
木浆	46.5%	43.3%	↑ 3.2 p.p.
包装	9.4%	10.2%	↓ 0.8 p.p.
化工	1.0%	1.0%	-
水电	8.1%	8.0%	↑ 0.1 p.p.
劳动力成本	3.4%	3.2%	↑ 0.2 p.p.
折旧	2.9%	3.2%	↓ 0.3 p.p.
其它	1.5%	1.5%	-
总销货成本	72.8%	70.4%	↑ 2.4 p.p.

- 销售成本较2010年上升36.6%，主要由于2011年上半年每吨木浆成本显著上升所致



# 毛利率概览

	截至12月31日止年度		
	2011	2010	Change
卫生卷纸	26.5%	27.9%	↓ 1.4 p.p.
手帕纸	32.1%	35.8%	↓ 3.7 p.p.
硬盒包装面巾纸	30.2%	34.4%	↓ 4.2 p.p.
软盒包装面巾纸	29.0%	30.8%	↓ 1.8 p.p.
餐巾纸	24.3%	32.4%	↓ 8.1 p.p.
其他	23.3%	26.2%	↓ 2.9 p.p.
合共	27.2%	29.5%	↓ 2.3 p.p.

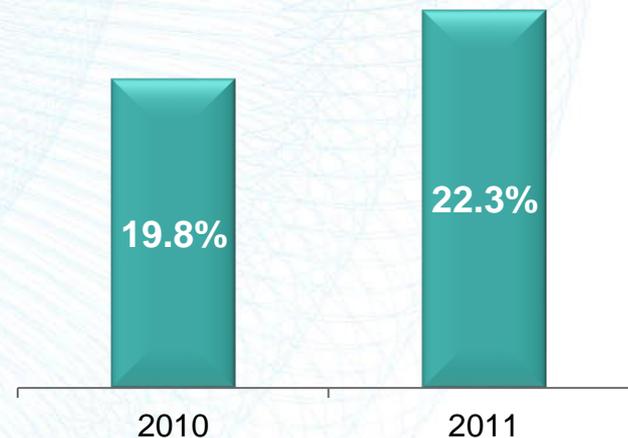
- 2011年的毛利率为27.2%，对比2010年，轻微下降2.3个百分点，主要由于：
  - 新推实施的城建税及教育附加税
- 木浆价格自2011年下半年逐步呈下滑势态，低价木浆存货优势将在2012年上半年的毛利率增长中反映出来

# 增加销售费用作长线品牌投资

## 运营费用占销售收入比例



## 有效税率



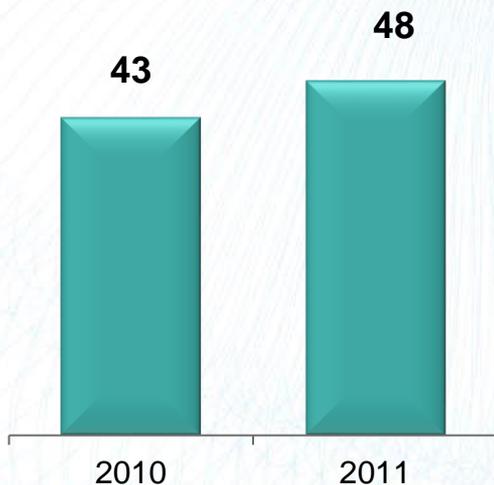
- 集团行政费用包括约1,820万港元之购股权成本；若撇除此该费用，2011年行政费用占销售收入比例为4.6%
- 销售费用下跌0.3个百分点，至占销售收入比例12.1%
  - 用于建立现代渠道的营销费用 (即上架费、入场费，推广员费用)占销售收入比例上升1.03个百分点
  - 市场推广费用占销售收入比例减少0.52个百分点
  - 物流成本占销售收入比例减少0.47个百分点

- 2011年有效税率上升2.5个百分点至22.3%，由于部份子公司的免税期已完结

# 运营资金周转管理

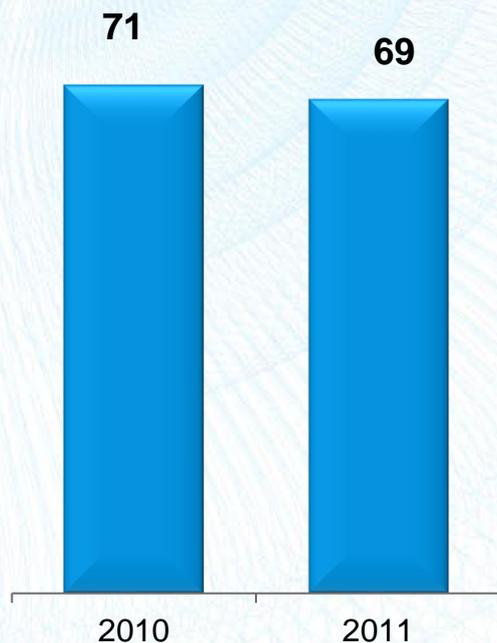
应收账款周转天数

(天)



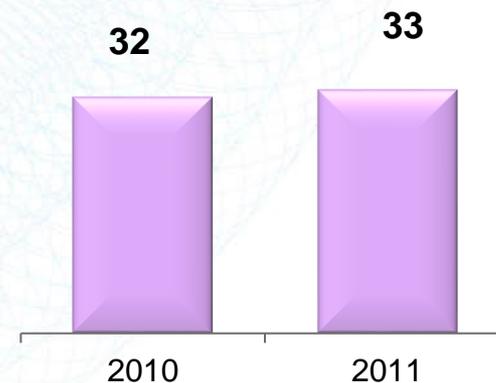
应付账款周转天数

(天)



成品存货周转天数

(天)



- 回顾年内，集团保持良好的运营资金周转管理。因此，应收账款周转天数、应付账款周转天数、及成品存货周转天数均保持健康水平

# 主要杠杆负债指标

(百万港元)	截至12月31日止年度	截至6月30日止六个月
	2011	2011
短期债务	801.1	807.7
长期债务	1,151.3	649.9
总债务	1,952.4	1,457.6
现金及现金等价物	714.6	530.0
净负债比率* (%)	39.4	32.2
息税折旧摊销前利润/净利息费用(倍)	18.5	23.0

- 稳健的财务资源，为资本扩张及具潜力的投资计划作好准备
  - 于2011年6月，成功取得一项达7.5亿港元的有期贷款融资协议
  - 于2011年12月31日，未动用的银行信贷总额为33.0亿港元
- 采取「审慎、一致」的理财策略
  - 净负债比率为39.4%
  - 约79%的总负债是以港元及美元计值
  - 利息偿付比率为12.9倍

\*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

I.业绩亮点

II.财务摘要

III.业务回顾

IV.未来展现

V.问答



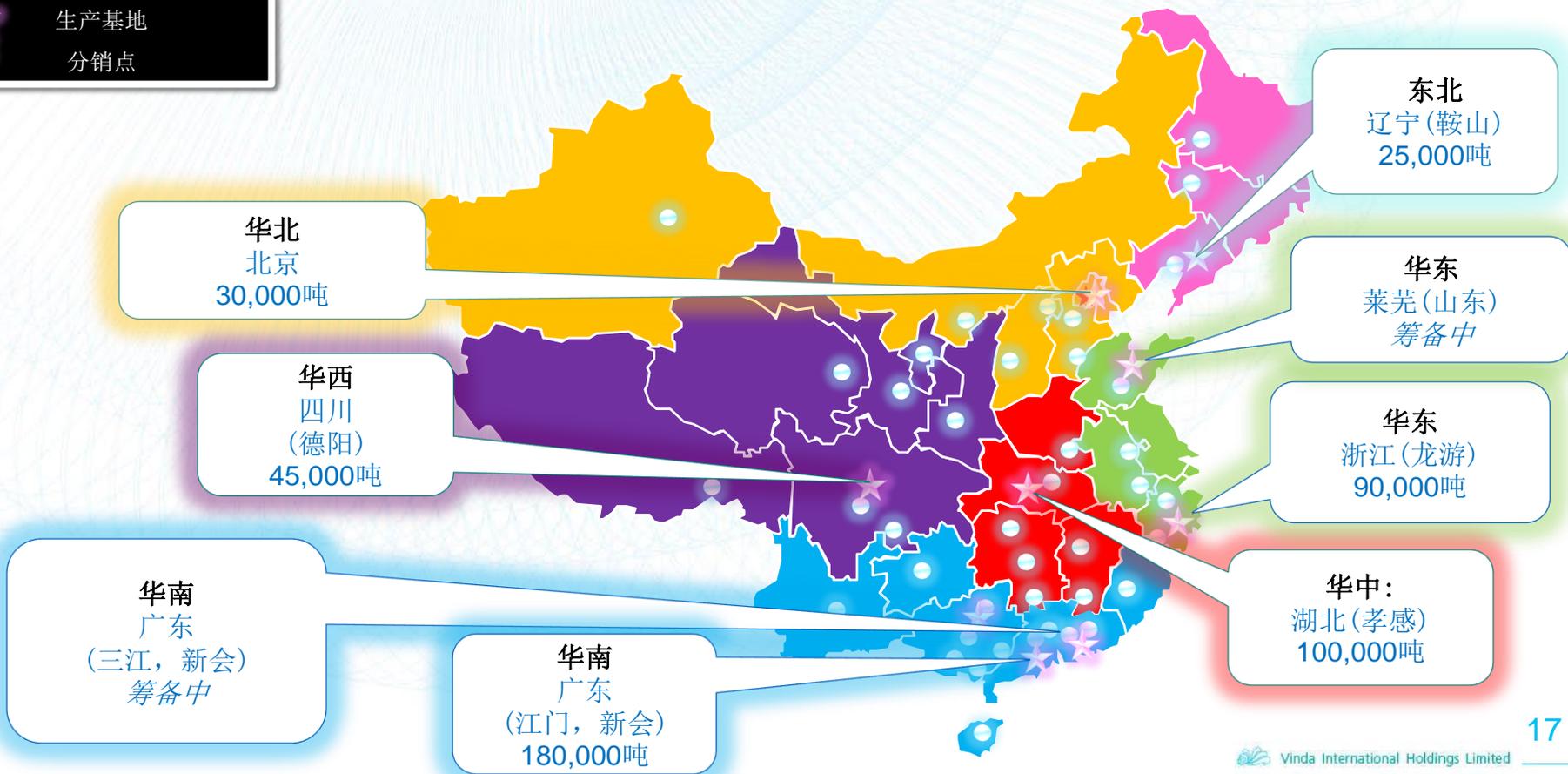
# 产能扩充计划



- 于2011年，集团年产量增加至达470,000吨，平均产能使用率理想
- 为满足市场之殷切需求，集团加快扩产步伐，冀能提前超额完成70万吨中期目标计划，并以100万吨作为未来数年的新目标
- 新增合共150,000吨产能预期将于2012年第三季及第四季投产

# 均衡的全国地理覆盖

- 集团于广东省以租赁三江新厂房方式进行扩产，第一期总年产能约80,000吨，第二期为50,000吨
- 正筹备兴建位于山东省莱芜市之新厂房，已通过环评审核，并预期于2013年可投产
- 维达国际亦将引进数台先进的意大利造纸机，在耗能及提升产品质量方面均有良好竞争力



# 广阔的销售网络

- 持续扩展销售网络，渗透到各个地区和城市
- 于2011年5月举行首届全国经销商大会
- 于2011年12月31日，维达有260,000个销售点、155个销售办事处及1,174个经销商
- 除了利用维达现有的经销网络外，维安洁亦积极拓展婴儿产品专有销售渠道



# 全方位的市场及推广计划

- 专注重点宣传「星级产品」
- 透过三波富创意之营销主题活动，分别推广宣传「功夫熊猫系列」、「FEEL系列」以及「喜羊羊与灰太狼系列」产品，针对不同的客户群
- 注重终端零售的推广和举行落地活动，包括富创意的路演活动及终端产品陈列比赛
- 投放其他媒体宣传渠道，如户外公交广告、互联网、电子媒体及文字访问等
- 「喜羊羊与灰太狼」系列获提早续约至2013年年底



# 个人护理产品业务

- 维安洁以自有婴儿纸尿裤品牌 -- 「贝爱多」，于2011年合共推出24个单品
- 三条新增生产线预期于2012年陆续在湖北厂房投产
- 预计当所有产品全面自产后，毛利率可望于2012年第三季获得显著改善
- 母婴店、妇产医院及超市将会是「贝爱多」产品首选进入的三大销售渠道



# 提升营运效率及环保管理

- 面对中国愈加严谨之环保要求，集团不时提升节能减排技术
- 通过技术改造，优化污水处理系统，有效降低生产过程中的吨纸用水量
- 取得36项实用新型专利，其中17项实用新型和发明是用于环保节能方面



I.业绩亮点

II.财务摘要

III.业务回顾

IV.未来展现

V.问答



# 经营环境展望

## 经济环境

- 受惠于中国城乡居民人均收入日益提高及市场对优质个人卫生日用品需求持续扩大
- 中国城市化进展良好，生活用纸的人均消费将稳步攀升
- 全球经济环境持续不明朗，但中国将继续保持稳健增长趋势
- 人民币升值则会相对缓和



## 行业环境

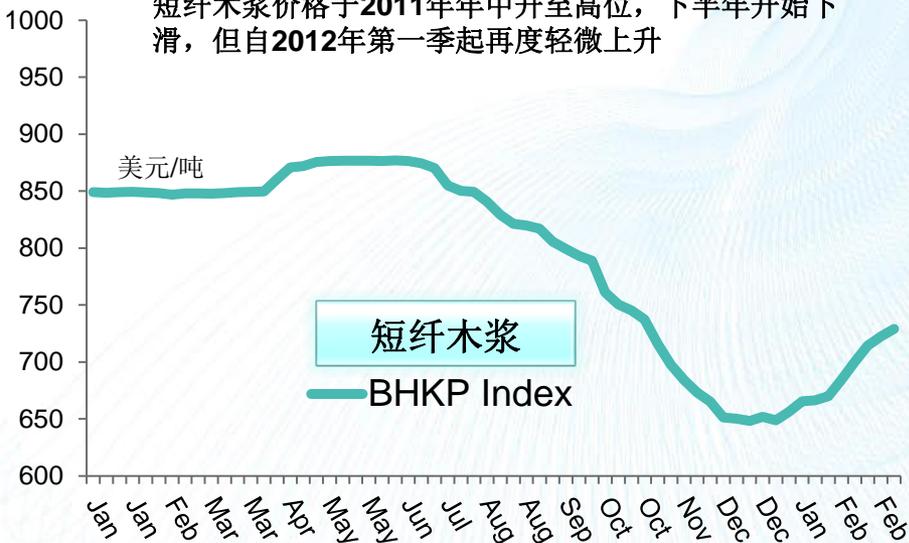
- 整体行业生产能力将会增加，但在「十二五」规划下，中央政府推行更严谨的环保政策，规模较小而又未能达到环保标准的同业将因此而被逐步淘汰，市场整合的情况将加剧

## 木浆价格走势

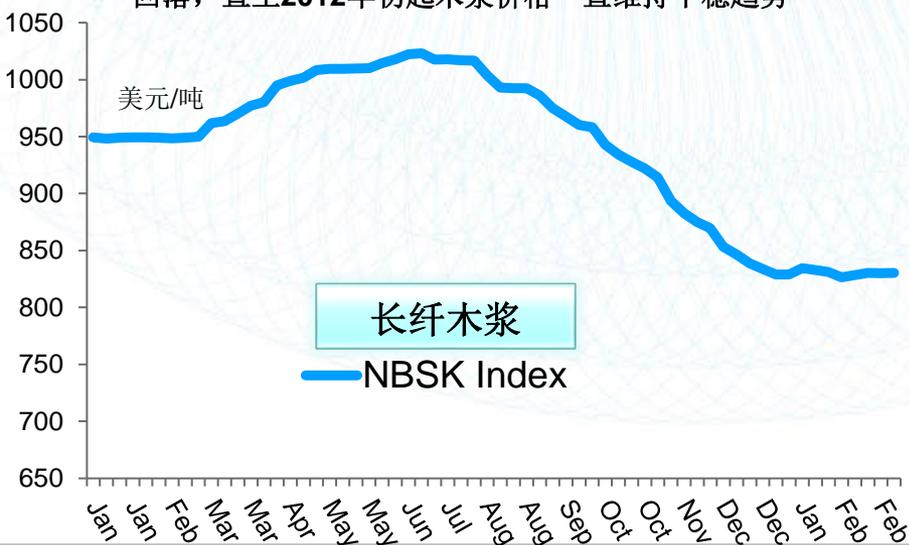
- 国际木浆价格于2011年下半年呈下滑趋势，减轻了集团的原材料成本，并预期此成本优势将在2012年上半年的毛利率中反映出来
- 展望2012年，木浆价格依然波动

# 面对波动的木浆价格之策略

短纤木浆价格于2011年年中升至高位，下半年开始下滑，但自2012年第一季起再度轻微上升



长纤木浆价格亦于2011年年中升至高位，但下半年持续回落，直至2012年初起木浆价格一直维持平稳趋势



## 维达策略

- 继续密切留意市况，灵活调整采购策略
- 密切留意及评估国内供货商的木浆质素，以不影响维达国际产品质量前提下，提高原料选择的灵活性
- 加强与现有的木浆供货商之长期合作伙伴关系，并建立新合作联盟加强
- 提高成本控制的效益及减少废料排放
- 进行技术升级以提升生产效率
- 采用优秀的生产管理方法及高超的生产操作技能

# 未来策略 - 「六·五计划」

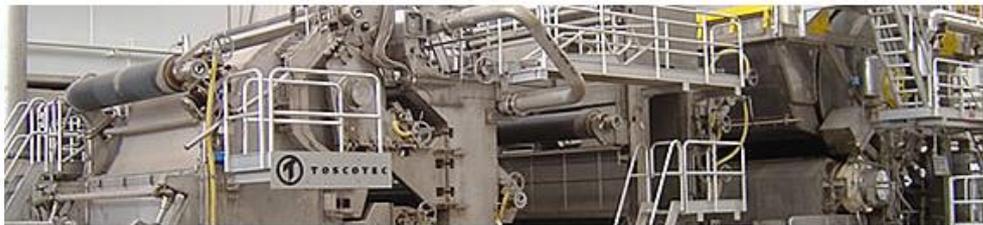
## 扩充产能及分销网络

- 因应市场需求，加快产能扩充步伐，向新一期目标100万吨年产能推进
- 加强销售网及终端掌控，提高单点产品铺货率，目标于3年内达到400,000个销售点，同时完善渠道分布



## 品牌及产品开发

- 优化产品结构，增加高毛利率的产品比例
- 目标每年培育两至三个“星级”产品
- 收购受欢迎的动画许可使用权，推广品牌产品
- 加强市场推广力度，建立强大的品牌效益



# 未来策略 - 「六·五计划」

## 个人护理产品业务

- 持续投资于品牌、生产及研发，以发展纸尿裤产品业务，进一步加强个人护理产品业务发展
- 继续物适并购及合营伙伴，务求在成人纸尿裤、女性卫生巾等高毛利产品市场上分一杯羹，减少单一原材料价格波动之影响



## 效率及质量

- 重组华南及华北地区的市场及管理策略
- 继续创新能源和节能新技术，以减少排放废料
- 积极争取更多有关可持续发展技术的实用新型和发明专利



# Q&A

