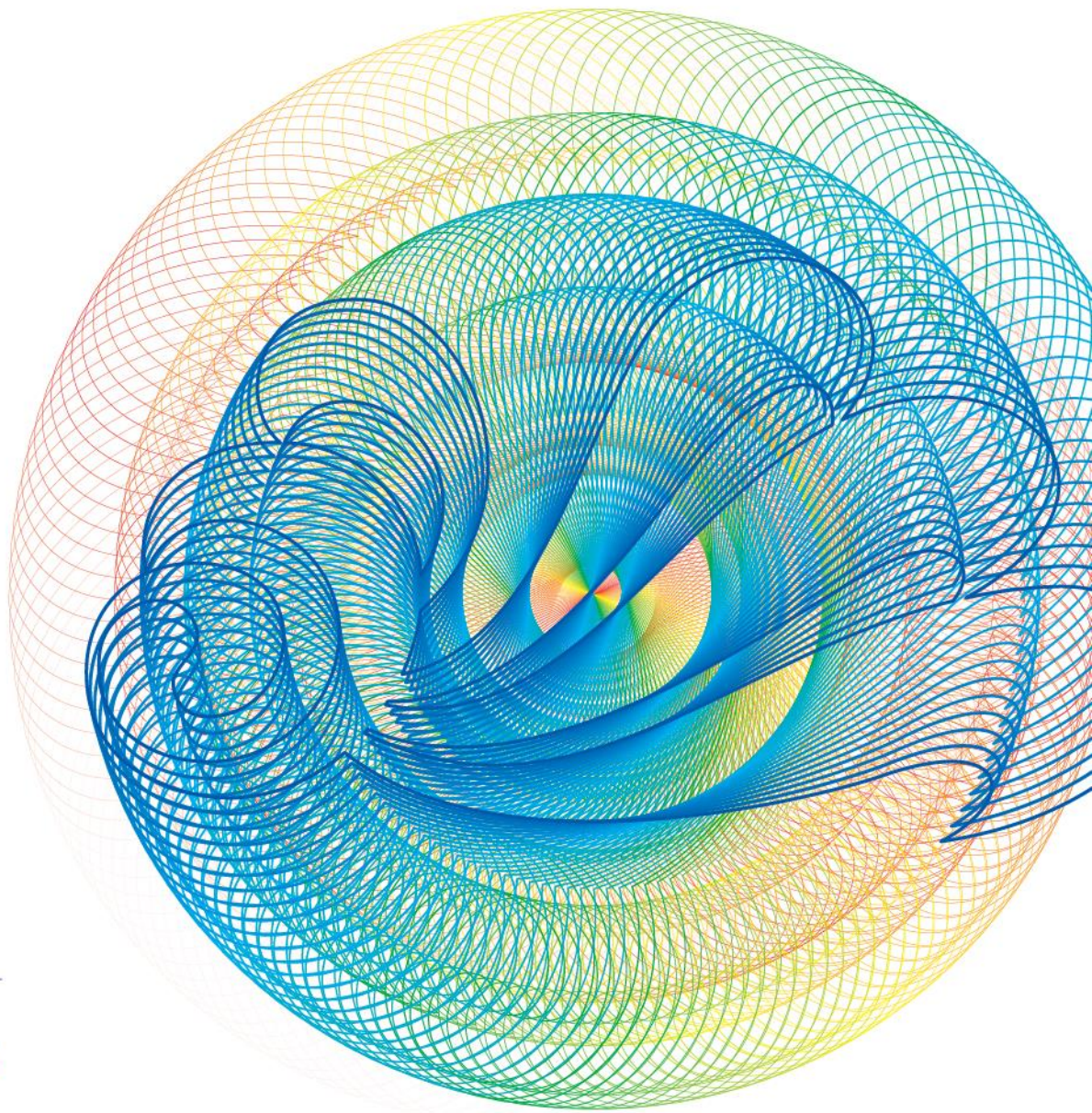




維達國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司) 股份代號: 3331

2012年全年業績公佈



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

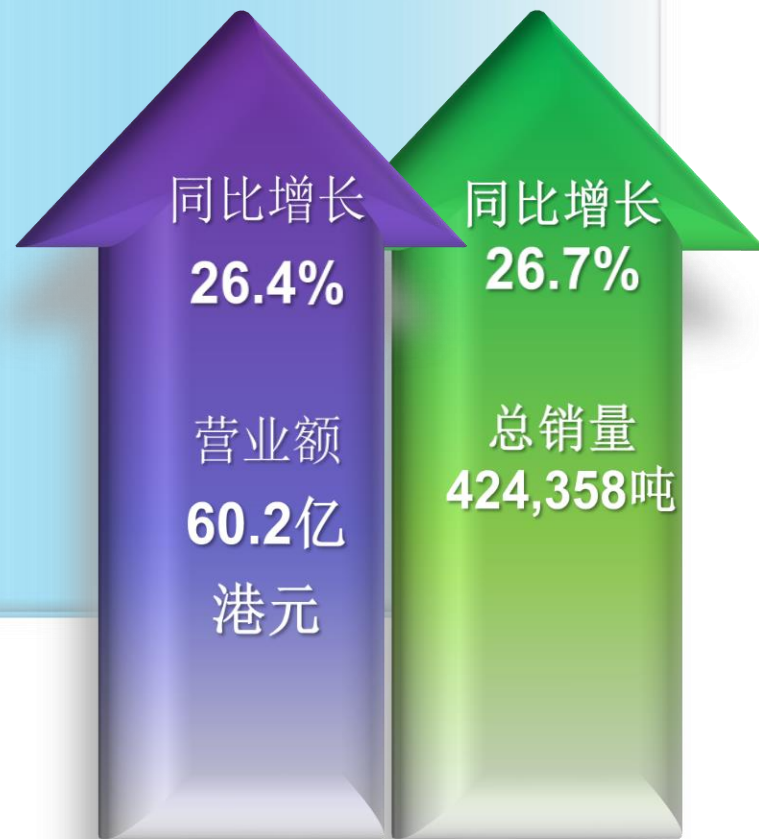
IV. 未来展望

V. 问答



主要成就

- 突出的财务表现：
 - 营业额自2007年以27.7%的复合年增长率上升至2012年的60.2亿港元
 - 净利润自2007年以46.9%的复合年增长率攀升至2012年的5.37亿港元
- 2012年为维达在科技方面的「装备年」：
 - 于华南开设新生产线
 - 透过新造纸机推进创新升级
 - 仓库系统升级
- 个人护理业务进展理想：
 - 完成女性卫生巾的产品开发
 - 婴儿纸尿裤取得理想销售成绩
- 获消费者、行业及资本市场的肯定



I. 业绩亮点

II. 财务摘要

III. 业务回顾

IV. 未来展望

V. 问答

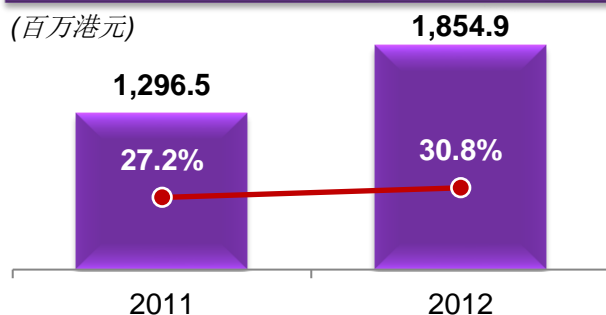


财务表现

(百万港元)	截至12月31日止年度		
	2012	2011	变动
营业额	6,024.0	4,765.3	↑ 26.4%
销售成本	(4,169.1)	(3,468.8)	↑ 20.2%
毛利	1,854.9	1,296.5	↑ 43.1%
经营溢利	775.1	505.6	↑ 53.3%
息税折旧摊销前利润	959.4	663.4	↑ 44.6%
所得税前溢利	718.5	521.9	↑ 37.7%
权益持有人应占溢利	536.6	405.7	↑ 32.3%
每股基本盈利 (港仙)	54.6	43.3	↑ 26.1%
每股股息 (港仙)	15.6	12.0	↑ 30.0%

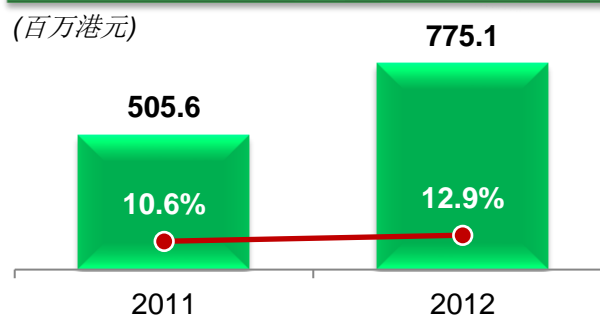
毛利及毛利率

(百万港元)



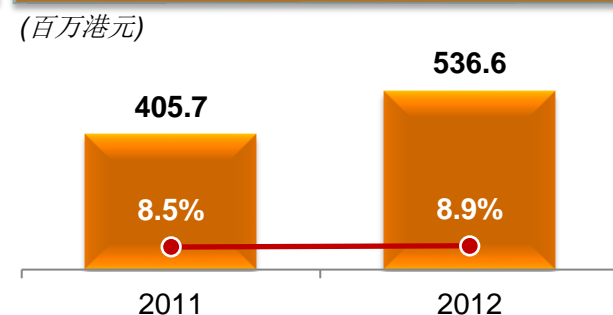
经营溢利及经营溢利率

(百万港元)



净利润及净利率

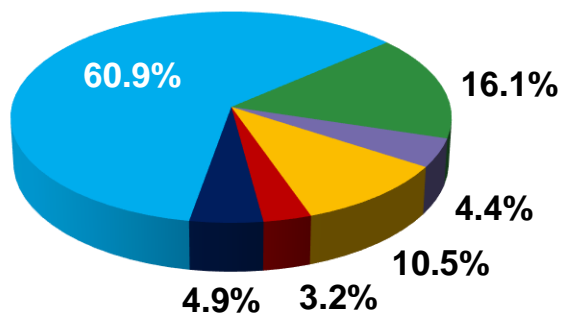
(百万港元)



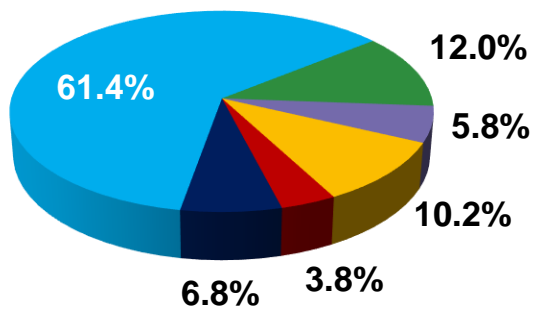
所有产品类别均有强劲增长

(百万港元)	截至12月31日止年度		
	2012	2011	变动
卷纸	3,670.7	2,926.5	↑ 25.4%
软抽	971.0	571.0	↑ 70.1%
盒巾	266.4	277.9	↓ 4.1%
手帕纸	633.5	485.1	↑ 30.6%
餐巾	194.9	182.2	↑ 7.0%
其他	287.5	322.6	↓ 10.9%

产品组合（销售占比）



2012



2011

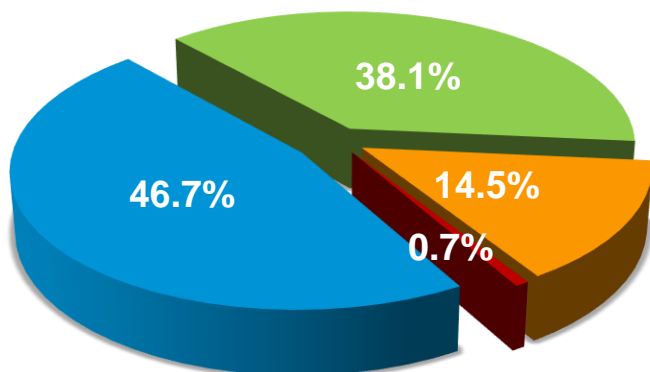
- 卷纸
- 软抽
- 盒巾
- 纸手帕
- 餐巾纸
- 其他

- 软抽为主要增长动力，收入同比急升70.1%。
- 平均售价约为每吨14,200港元。

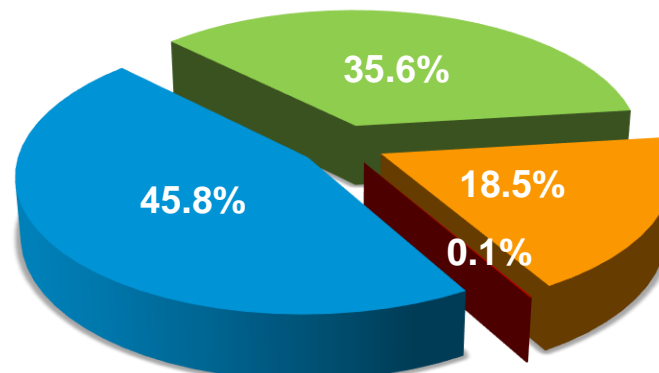
多元化分销渠道

营业额以分销渠道划分

2012



2011



■ 传统渠道
(即分销商)

■ 现代渠道
(即大卖场、超市)

■ B2B
(即企业客户)

■ 电子商务

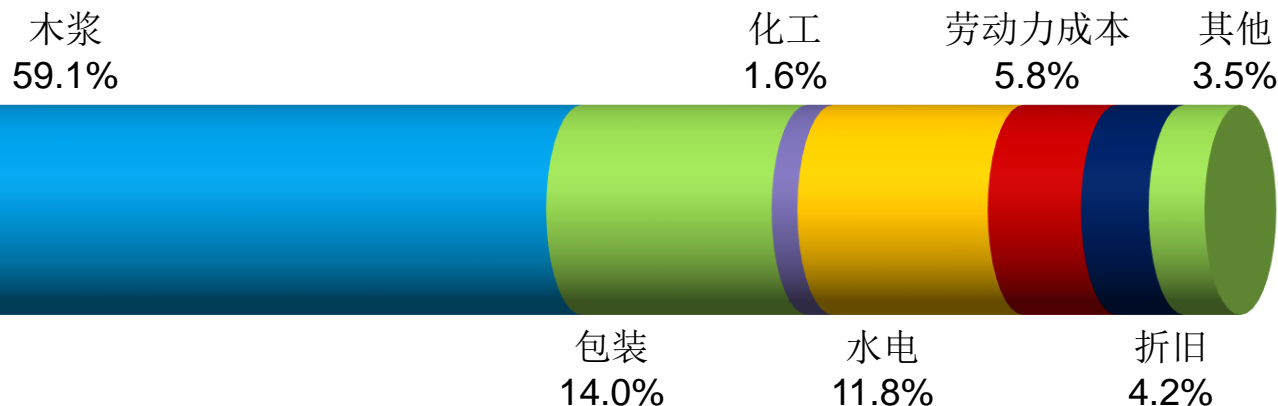
- 受城镇化加速所带动，现代渠道增长强劲。
- 已与大型B2C企业建立长期合作关系。

销售成本概览

占销售比例 (百万港元)	截至12月31日止年度		
	2012	2011	变动
木浆	40.9%	46.2%	↓ 5.3 p.pt
包装	9.7%	9.3%	↑ 0.4 p.pt
化工	1.1%	1.0%	↑ 0.1 p.pt
水电	8.2%	8.0%	↑ 0.1 p.pt
劳动力成本	4.0%	3.4%	↑ 0.6 p.pt
折旧	2.9%	2.9%	—
其它	2.4%	2.0%	↑ 0.4 p.pt
总销货成本	69.2%	72.8%	↓ 3.6 p.pt

- 于2012年向第三方购入约40,000吨原纸，导致销售成本增加。

占销售成本比例



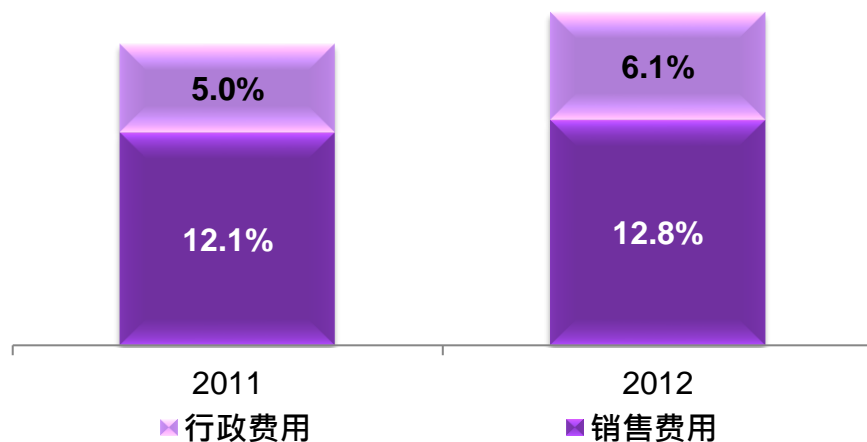
毛利率概览

	截至12月31日止年度		
	2012	2011	变动
卷纸	29.8%	26.8%	↑ 3.0 p.pt
软抽	32.5%	26.4%	↑ 6.1 p.pt
盒纸	32.9%	29.5%	↑ 3.4 p.pt
纸手帕	33.3%	30.5%	↑ 2.8 p.pt
餐巾纸	28.6%	23.4%	↑ 5.2 p.pt
其他	31.8%	27.1%	↑ 4.7 p.pt
总计	30.8%	27.2%	↑ 3.6 p.pt

- 尽管市场竞争激烈，但毛利率仍然增加3.6个百分点，主要由于：
 - 欧美木浆需求减弱使2012年木浆价格较2011年为低。集团采取明智的采购策略，于木浆价格偏低时加大采购量。
 - 强大的品牌实力确保顾客忠诚度，使平均售价与2011年持平。

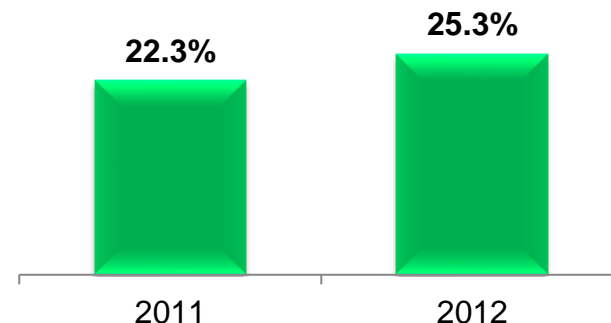
运营费用

运营费用占销售比例



- 行政费用占销售比例约6.1%，当中包括：
 - 集团于5月授出16,771,000份购股权。2012年的相关购股权成本为4,580万港元。
 - 三江厂房租金为1,300万港元。
 - 撇除该等费用，行政费用占销售比例约5.1%。
- 销售费用占销售比例约12.8%：
 - 销售费用：下半年增加推广活动以抢占市场份额。
 - 市场推广费用：因新推出「超韧」系列而上升0.4个百分点。
 - 物流成本：由于存货调配而上升0.1个百分点。
 - 人力资源费用：因增聘人手而上升0.2个百分点。

有效税率



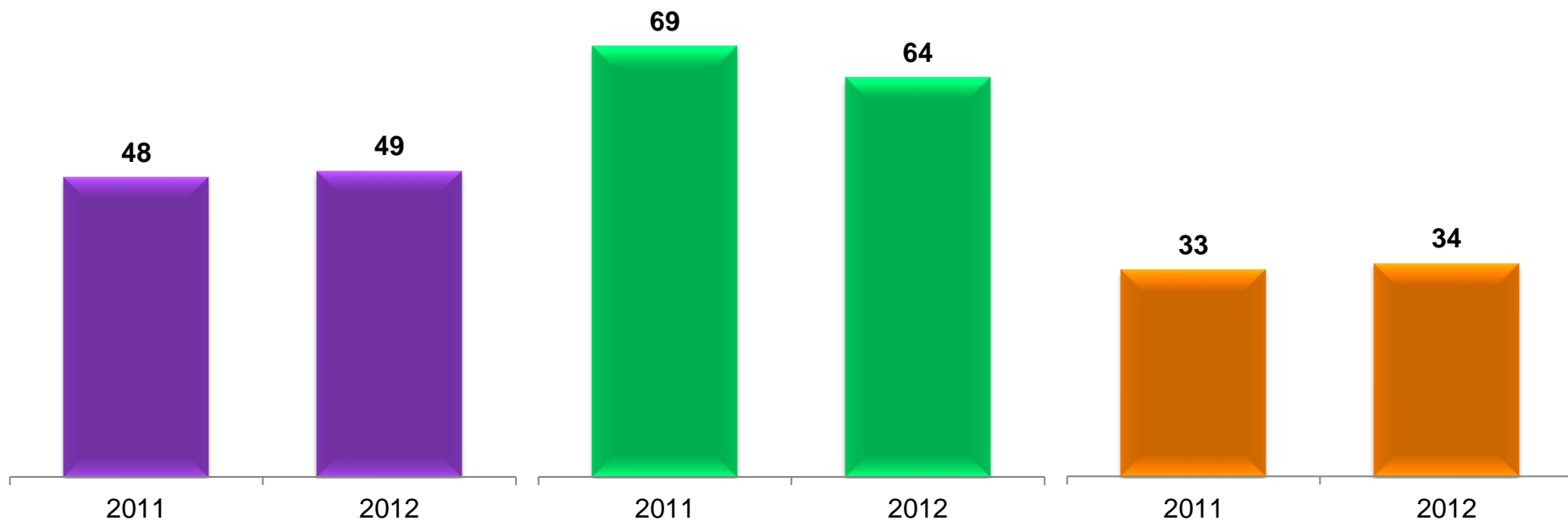
- 有效税率为25.3%：
 - 若干财务支出与购股权成本仅有部分可供扣税

运营资金周转管理

应收账款周转天数

应付账款周转天数

成品存货周转天数



- 维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处于健康水平。

主要杠杆负债指标

(百万港元)	于2012年	
	12月31日	6月30日
短期债务	1,218.9	1,171.7
长期债务	850.3	994.2
总债务	2,069.2	2,165.9
现金及现金等价物	753.6	1,335.8
净负债比率* (%)	31.8	21.5
息税前利润/利息费用(倍)	12.8	12.3

- 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2013年3月成功签订一笔10亿港元的银团贷款。
 - 于2012年4月配售42,000,000股，所得款项净额约4.7亿港元。
 - 于2012年12月31日，未动用的信贷总额约为43.8亿港元。
- 采取「审慎、一致」的理财策略。
 - 净负债比率为31.8%
 - 接近90%的总负债是以港元及美元计值

*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. 未来展望

V. 问答



设计年产能



■ 新会 ■ 江门 ■ 三江 ■ 湖北 ■ 北京 ■ 四川 ■ 浙江 ■ 山东 ■ 辽宁



- 于2012年向第三方购入约40,000吨原纸。
- 设计年产能：
 - 于2012年12月31日达到540,000吨。
 - 于2013年1月31日达到620,000吨。
 - 预期将于2013年底达到750,000吨。

2013年全国地理覆盖



生产基地

华北
北京
30,000吨

东北
辽宁 (鞍山)
55,000吨

华西
四川 (德阳)
45,000吨

华东
山东 (莱芜)
浙江 (龙游)
140,000吨

华中
湖北 (孝感)
170,000吨

华东
浙江 (杭州)
卫生巾OEM厂房

华中
湖北 (孝感)
纸尿裤厂房

华南
广东
(三江、江门、新会)
310,000吨

● 积极提升生产能力及物流设施:

- 装配多部意大利新月型造纸机, 以提升产品创新能力, 进一步提高产品质素及效率, 并节能减耗。
- 以华南三江仓房作为试点, 引入全自动化物流仓库系统, 并于日后在其他生产基地实行。

市场及推广计划

策略

- 坚持以品牌做销售导向。
- 以「卷纸领先，软抽争先」作为抢占市场份额的方向。
- 加大湿巾的推广力度。
- 加强终端监控。

成就

- 市场份额较2011年提升2个百分点*
- 「超韧」系列成功提升品牌知名度及忠诚度，并带动销售增加。
- 设立湿巾的自有生产厂房。
- 「冰河世纪4」动画系列成功吸引年轻家庭群。
- 拥有182个办事处 (2011年12月31日：155个) 及1,374家经销商 (2011年12月31日：1,174家)。

资料来源: Nielson



个人护理业务—婴儿护理

- 品牌：「贝爱多」。
- 目标群众：中高端市场。
- 在湖北拥有3条先进的生产线
- 54个单品可供销售。
- 已组成经验丰富、专责的营销团队。
- 2012年销售额为人民币5,400万元，成绩理想。



个人护理业务—女士护理

- 品牌：「薇尔」。
- 目标群众：中高端市场。
- 15个单品可供销售。
- 正组成专责市场推广团队。
- 初期先以OEM形式开展业务。
- 于2013年1月试销。



提升营运效率及环保管理



- 于香港中文大学设立「维达环境保育奖学金」。

- 继续积极配合中央政府碳减排政策，只与通过主要国际森林认证体系认证的原木浆供货商合作。

- 利用先进的除尘设备，有效减少二氧化硫的排放量，并将水资源的循环使用量从去年的80%提升到90%以上。

- 取得20项实用专利、5项新发明专利。

I. 业绩亮点

II. 财务摘要

III. 业务回顾

IV. 未来展望

V. 问答



经营环境展望

挑战

机遇

全球经济仍然不明朗；
中国零售消费放缓。

宏观经济

随着中央政府推进城镇化，
中国内需长远将快速增长

市场参与者涌现带来剧烈竞争；
同业的扩产计划进取。

行业环境

- 强大品牌及高质产品
将获消费者青睐。
- 高效企业将在竞争中脱颖而出。
- 环保受行业高度重视。

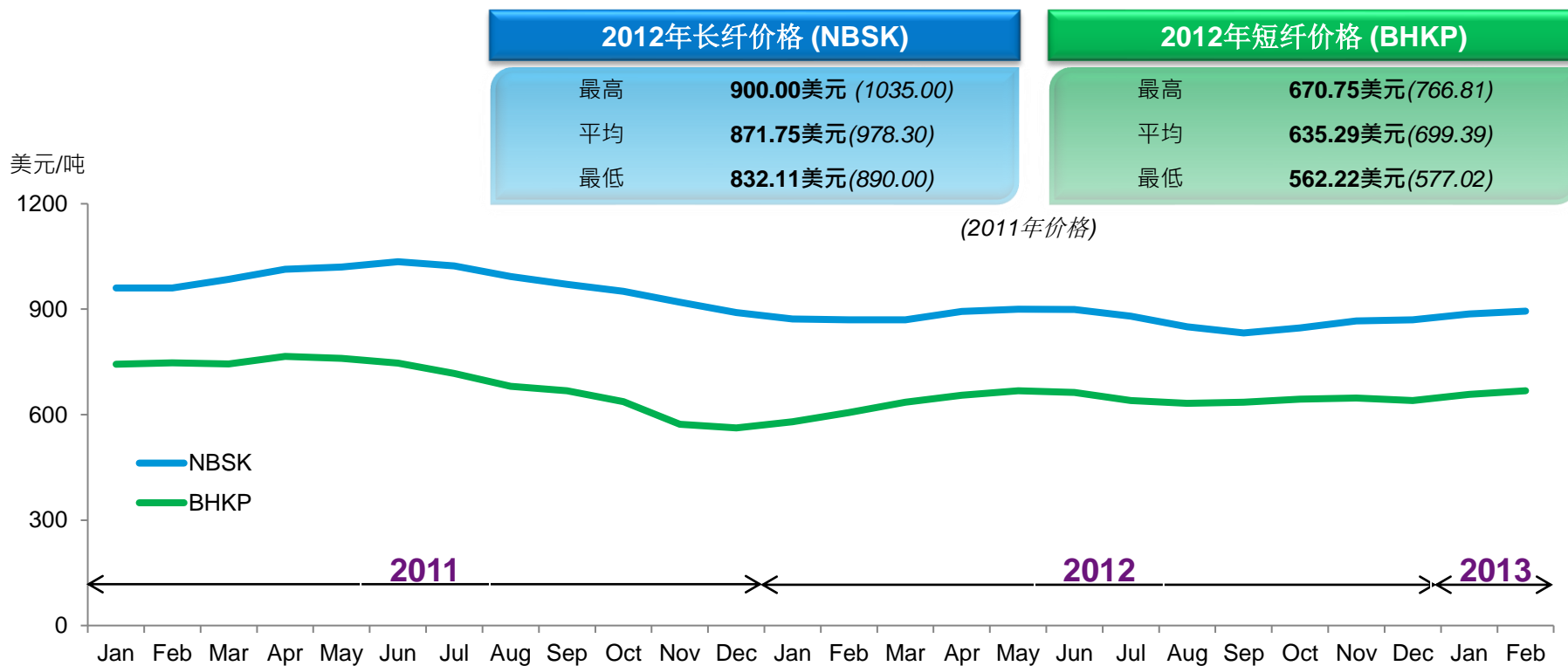
预期2013年木浆价格走势
将先扬后平稳。

木浆价格

大型企业在规模经济及采购方面
取得优势。

木浆价格应对策略

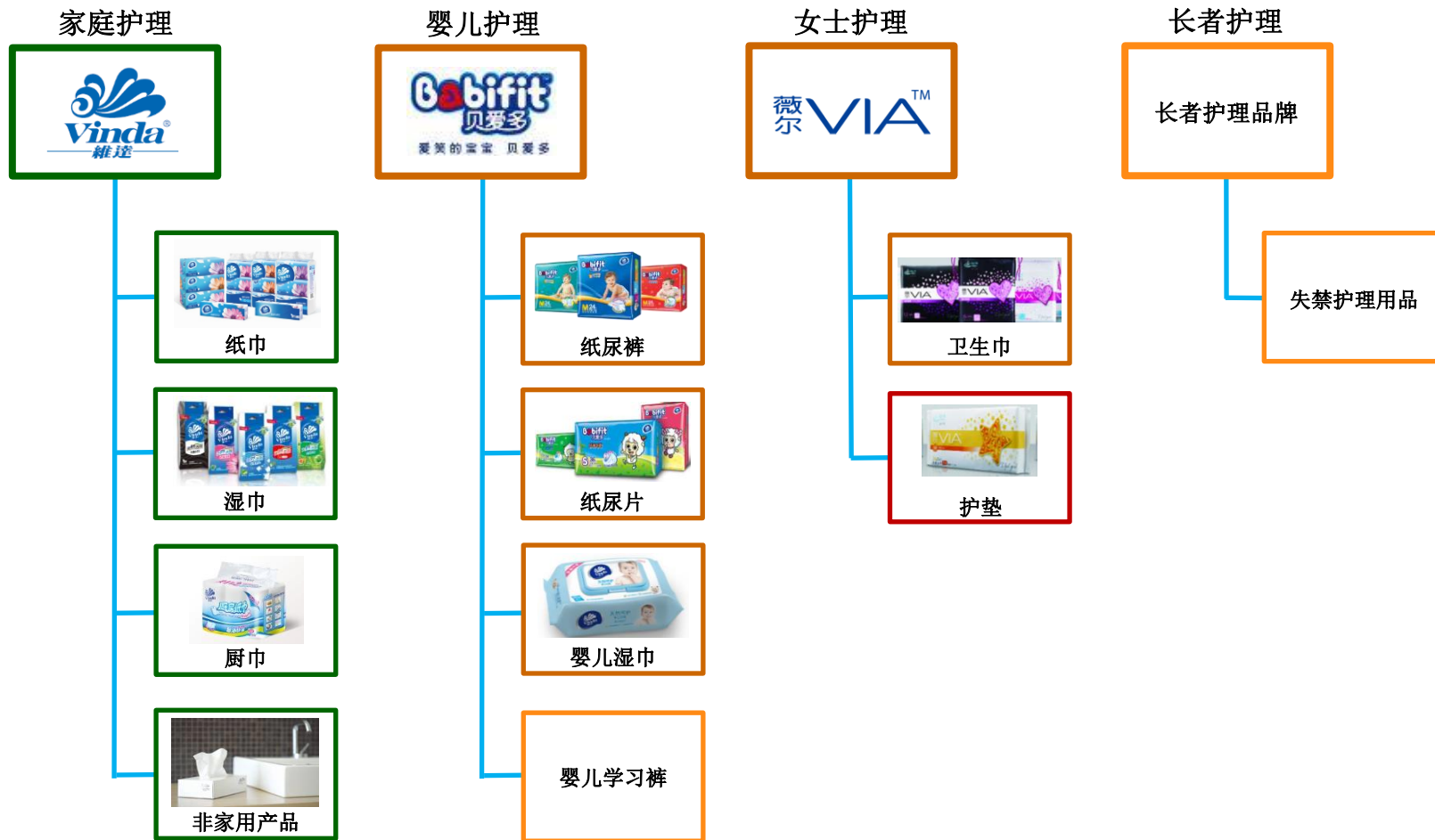
- 在确保产品质素基础下，扩大木浆种类的应用，增加采购灵活性。
- 加强与主要木浆供货商的长期合作伙伴关系。
- 于价格回落时加大采购量，锁定木浆成本。



资料来源: Bloomberg

成为消费者首选

进军一次性卫生用品业务
拥有四个独立品牌的多元化业务，覆盖四个护理业务板块



问答

