

# 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)



## 2020年中期业绩

Healthy Lifestyle  
Starts with Vinda



# 主席展述业务亮点

1

## 强劲的盈利能力

- 利润率显著提高（毛利率及净利率）
- 木浆价格低走及产品组合持续优化
- 消费者需求殷切

2

## 整体业务表现坚韧

- 个人护理业务增长势头强劲
- 电子商务实现30%自然增长<sup>1</sup>

3

## 获纳入领先指数

- MSCI明晟全球标准指数
- MSCI明晟中国全股票指数
- 恒生综合指数
- 恒生沪深港通大湾区综合指数

<sup>1</sup>按固定汇率换算之按年增长率

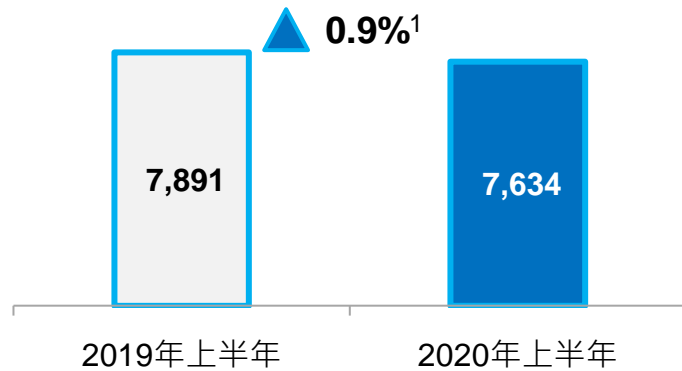
# 财务摘要



# 收益

## 总收益 (港币百万元)

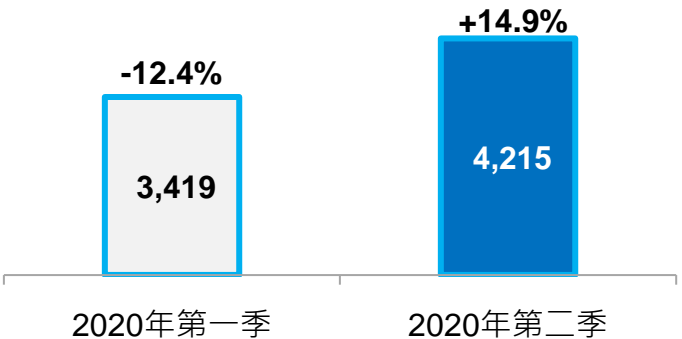
按固定汇率换算



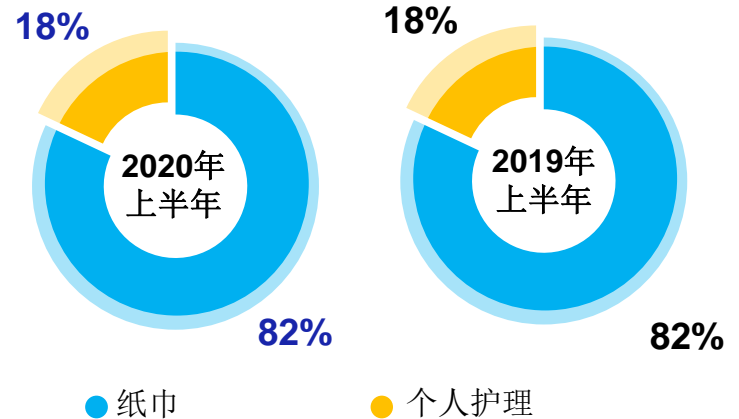
<sup>1</sup>按年度报告增长: -3.3%

## 季度收益 (港币百万元)

按固定汇率换算



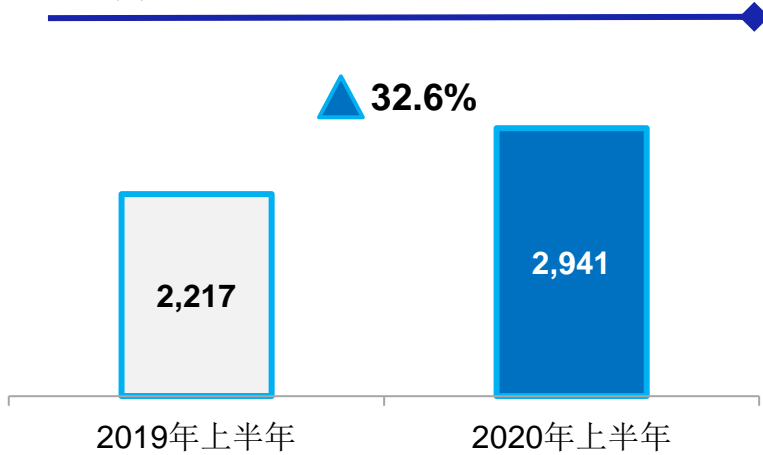
## 收益细分 (%)



- 纸巾及个人护理业务增长稳健，带动中国内地销售迅速回复，第二季度中国市场的自然增长率达20.1%
- 女性护理及失禁护理业务增长强劲

# 毛利率

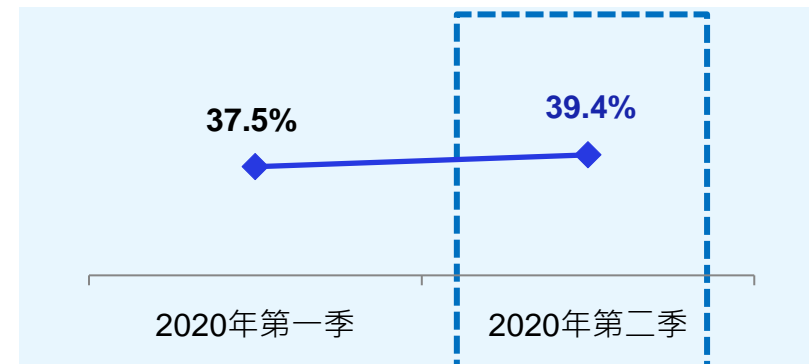
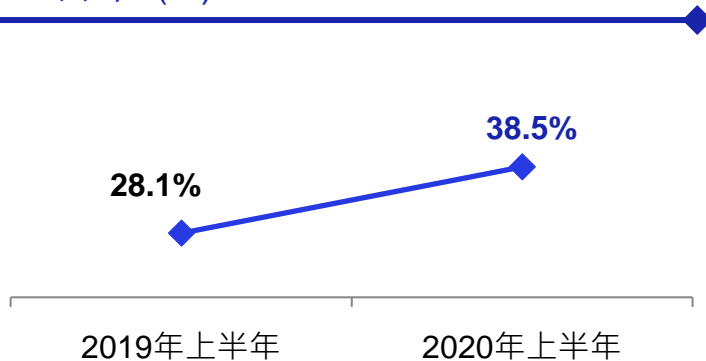
毛利 (港币百万元)



毛利率显著增长:

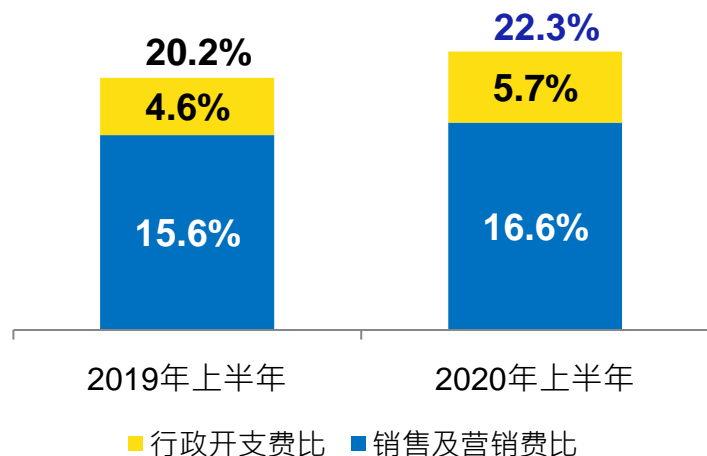
- 优化产品组合
- 木浆价格持续处于低位
- 高端产品增长

毛利率 (%)



# 销售及行政开支

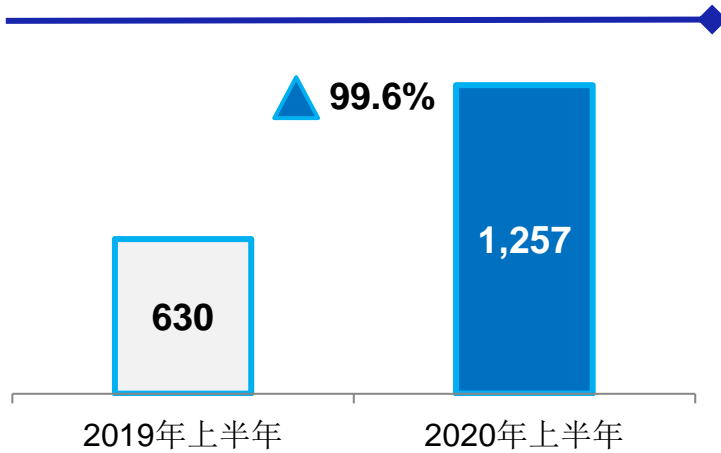
销售及行政费用占销售比例



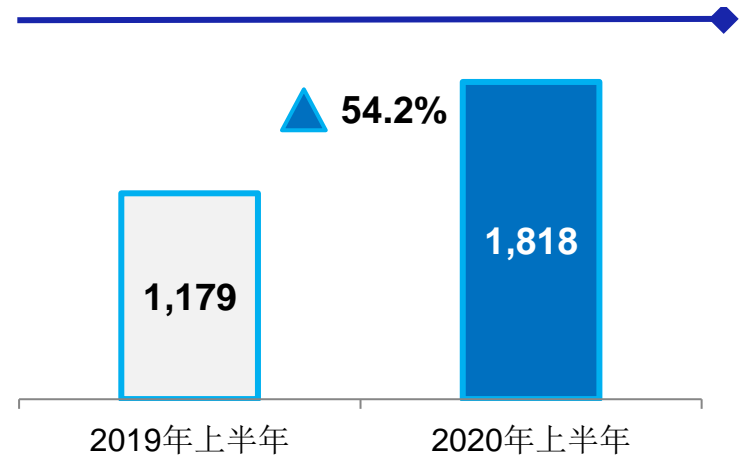
- 持续品牌建设投放资源, 并聚焦在高端产品
- 更多促销活动
- 于中国举办女性护理产品的大型品牌活动

# 经营溢利及息税折旧摊销前溢利

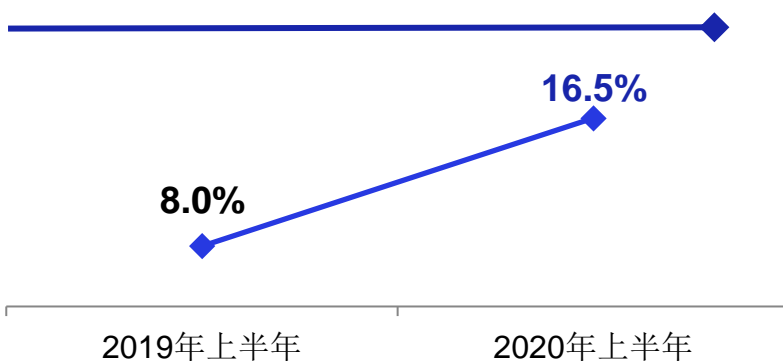
经营溢利 (港币百万元)



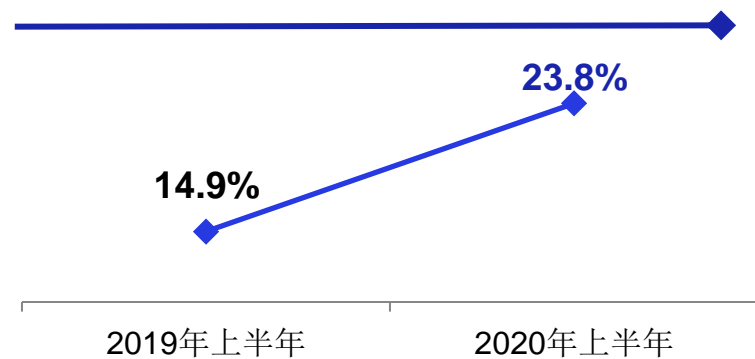
息税折旧摊销前溢利 (港币百万元)



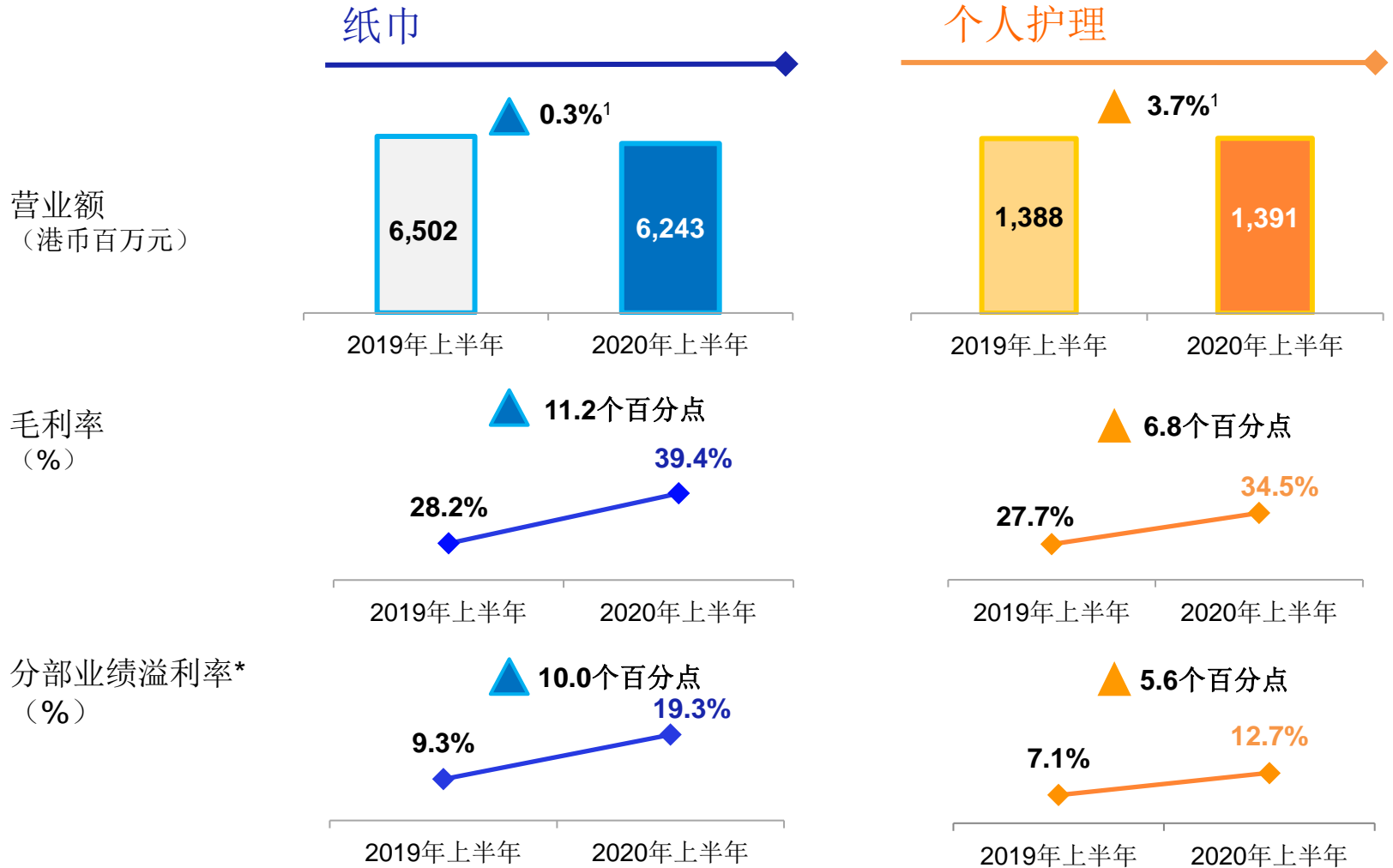
经营溢利率 (%)



息税折旧摊销前溢利率 (%)



# 分部表现

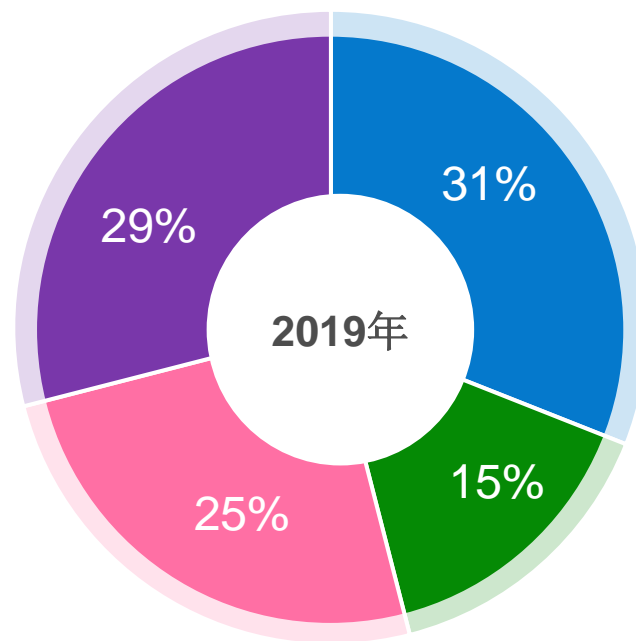
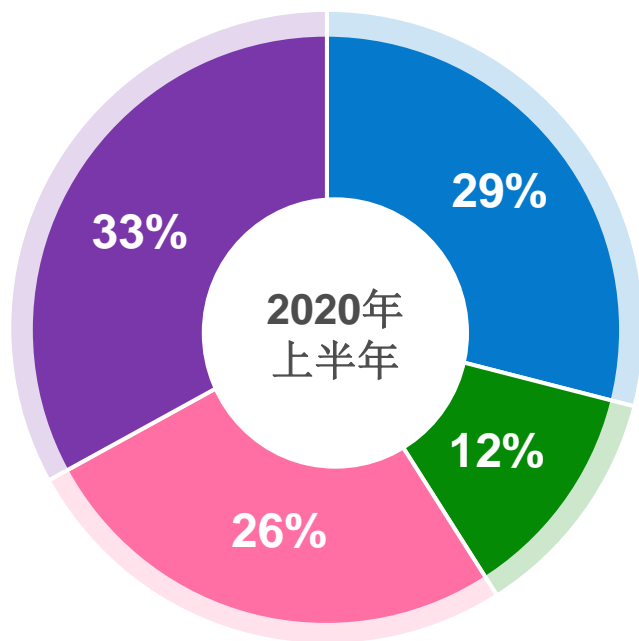


\*商标、特计权及合同客户关系之摊销前分部利润

<sup>1</sup>按固定汇率换算之按年增长率



# 各渠道收益

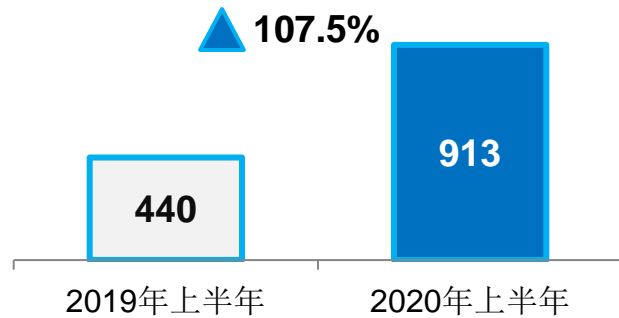


- 上半年电商录得30%销售增长
- 中国电商占中国销售43%

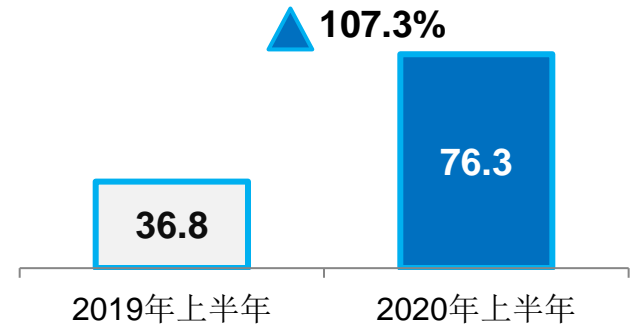
- 传统渠道 (即分销商)
- 商用 (即企业客户)
- 现代渠道 (即大卖场、超市)
- 电子商务

# 净利润及股息

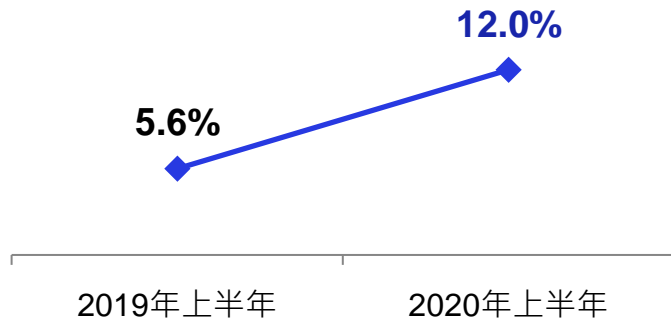
## 净利润（港币百万元）



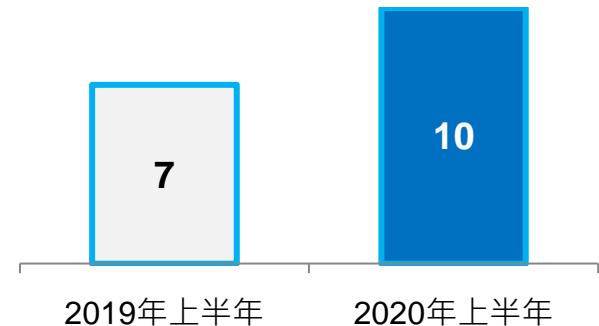
## 每股基本盈利（港仙/股）



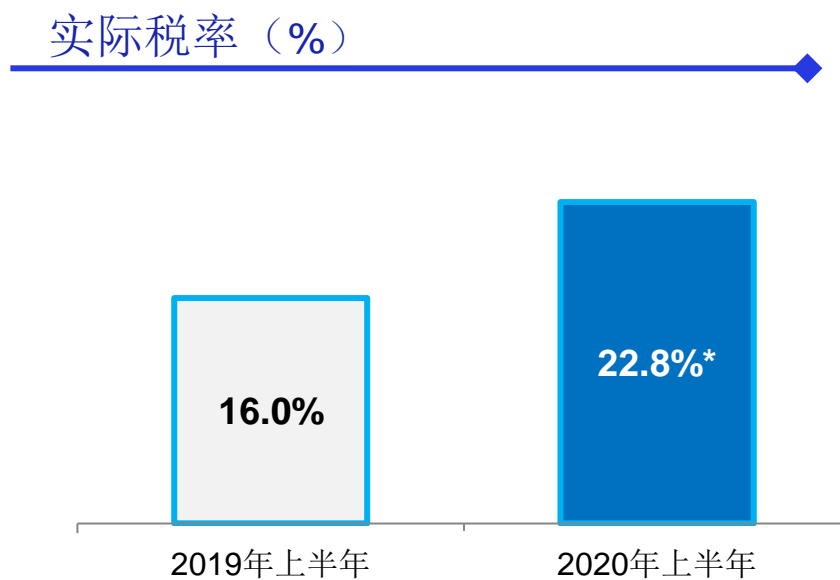
## 净利率（%）



## 建议中期股息（港仙/股）



# 实际税率



\* 部分集团子公司正在申请高新技术企业

# 主要指标

(港币百万元)	于2020年6月30日	于2019年12月31日
应收账款周转天数 <sup>1</sup>	43	42
应付帐款周转天数 <sup>2</sup>	88	90
成品周转天数 <sup>3</sup>	48	46
营运资金对销售比率 <sup>4</sup>	7.3%	4.5%
(港币百万元)	于2020年6月30日	于2019年12月31日
现金及现金等价物	876	460
借款及租赁负债	4,097	4,339
净负债	3,221	3,879
净负债比率 <sup>5</sup>	32.5%	41.0%
净负债/息税折旧摊销前溢利	0.9	1.4

<sup>1</sup> 以12个月平均应收账款乘以360天，并将结果除以过去12个月的收入

<sup>2</sup> 以12个月平均应付帐款乘以360天，并将结果除以过去12个月的销售成本

<sup>3</sup> 以12个月平均成品乘以360天，并将结果除以过去12个月的销售成本

<sup>4</sup> 总营运资金（不包括现金及现金等价物）/12个月滚动收入

<sup>5</sup> 净负债比率：净负债/股东权益总额

# 市场机遇重点概要

## • 持续增长的机会

- **纸巾市场：**低人均消费量、高端化及专业卫生用品
- **女性护理：**推动双位数市场份额
- **失禁护理：**迎合人口老龄化
- 凭借渠道优势，聚焦电商销售

## • 提升盈利能力

- 优化纸巾产品组合，聚焦高端产品
- 提高个人护理业务的贡献
- 持续成本管控

## • 与消费者相关的创新

- 优质客户和消费者认知
- 专注创新策略及执行



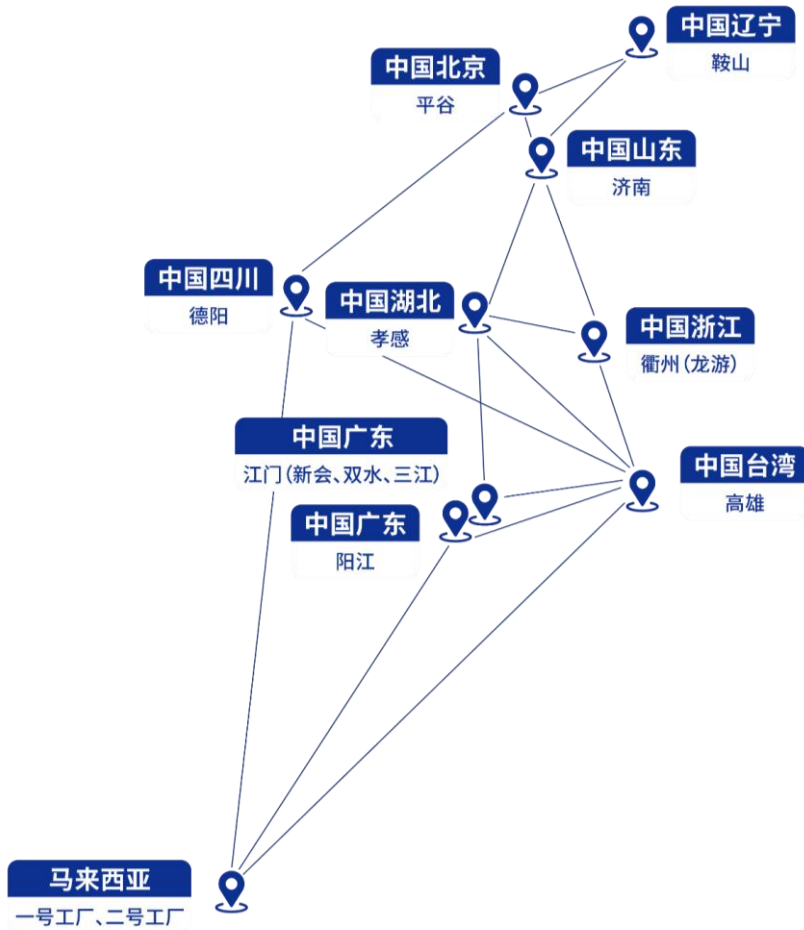
## • 环境、社会及管治

- **专注可持续发展：**具备纤维认证, 减排和减废
- **人才发展：**健康及安全、培训和职业生涯发展
- **优良企业管治：**行为守则、透明度及合规



# 附录

# 产能规划



## 纸巾设计年产能

125 万吨  
(2019)



+ 约10%  
(2021)

- 目标于2021年完成扩充阳江及浙江厂房的纸巾产能
- 未来资本开支将集中于扩充高端纸巾产能

## 个人护理设备

- 于马来西亚设立东南亚地区总部，集中节省成本及产能扩充

# 领先的市占率

中国内地



纸巾排名第一<sup>1</sup>



马来西亚



失禁护理排名第一<sup>4</sup>



中国香港



纸巾排名第一<sup>2</sup>



婴儿护理排名第一<sup>6</sup>



中国台湾



失禁护理排名第二<sup>3</sup>



女性护理排名第一<sup>6</sup>



新加坡



失禁护理排名第一<sup>5</sup>



注:

1. 凯度, 2020年之销售 (P1-P6)
2. 尼尔森, 截至2020年5月销售移动年度总计
3. 尼尔森, 截至2020年4月之销量统计
4. 内部估算, 截至2020年2月之销售
5. 内部估算, 截至2020年3月之销售
6. 凯度, 截至2020年5月之市场份额统计

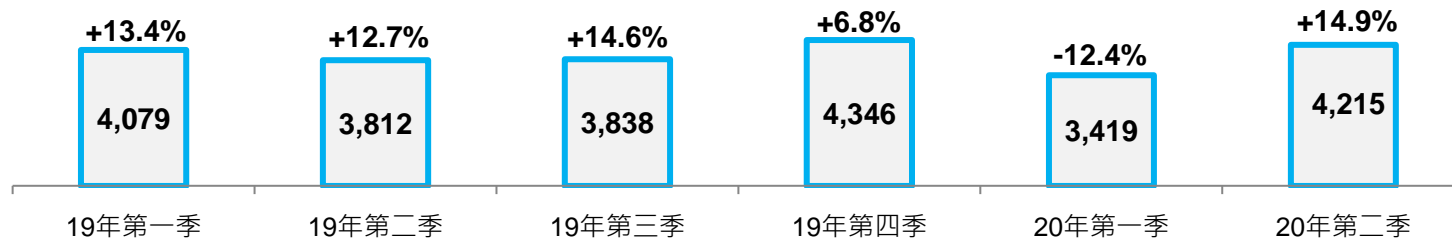


# 财务摘要总结

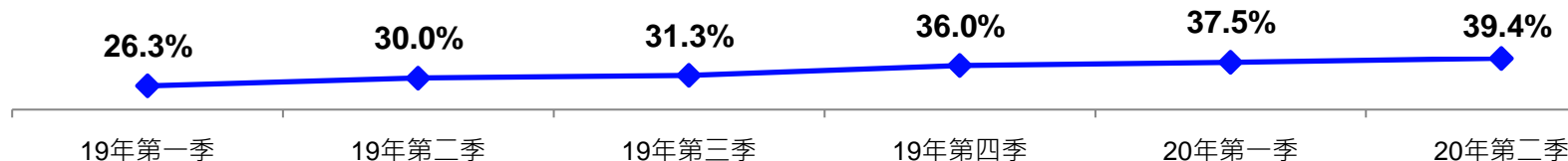
(港币百万元)	2020年 上半年	2019年 上半年	变化	2019年 下半年	变化
收益	<b>7,634</b>	<b>7,891</b>	-3.3%	<b>8,184</b>	-6.7%
<i>按固定汇率换算</i>	<b>+0.9%</b>	<b>+13.0%</b>		<b>+10.3%</b>	
毛利	<b>2,941</b>	<b>2,217</b>	+32.6%	<b>2,768</b>	+6.2%
<i>毛利率</i>	<b>38.5%</b>	<b>28.1%</b>	<b>+10.4百分点</b>	<b>33.8%</b>	<b>+4.7%百分点</b>
经营溢利	<b>1,257</b>	<b>630</b>	+99.6%	<b>940</b>	+33.7%
<i>经营溢利率</i>	<b>16.5%</b>	<b>8.0%</b>	<b>+8.5百分点</b>	<b>11.5%</b>	<b>+5.0百分点</b>
息税折旧摊销前溢利	<b>1,818</b>	<b>1,179</b>	+54.2%	<b>1,499</b>	+21.3%
<i>息税折旧摊销前溢利率</i>	<b>23.8%</b>	<b>14.9%</b>	<b>+8.9百分点</b>	<b>18.3%</b>	<b>+5.5百分点</b>
净利润	<b>913</b>	<b>440</b>	+107.5%	<b>698</b>	+30.7%
<i>净利率</i>	<b>12.0%</b>	<b>5.6%</b>	<b>+6.4百分点</b>	<b>8.5%</b>	<b>+3.5百分点</b>
每股基本盈利 (港仙)	<b>76.3</b>	<b>36.8</b>	+107.3%		
建议每股中期股息总额 (港仙)	<b>10.0</b>	<b>7.0</b>			

# 季度财务摘要

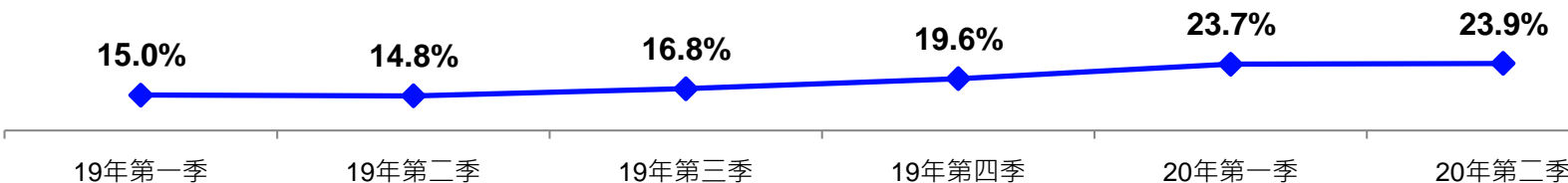
收益（港币百万元）及按年变化（按固定汇率换算）



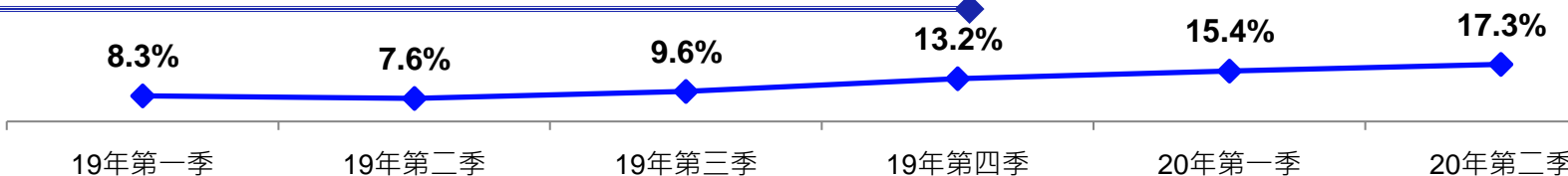
毛利率 (%)



息税折旧摊销前溢利率 (%)



经营溢利率 (%)





问答



# 免责声明

本演示材料所载资料旨在仅供 阁下个人参考之用，并须严格保密。本演示材料的全部或者部分内容，禁止以任何目的，以直接或者间接形式公开、复制、转发或传播。本演示材料的传播将受法律的严格管控，任何获取本演示材料的人员均应知悉并遵守相关规定。

本演示材料中的有关资料如有改动，不作另行通知，且概不保证其准确性，其亦未必载有关于本公司及 / 或其业务之所有重大数据。本公司不对本演示材料当中所载之任何数据、意见、评估、预测以及规划之公平性、准确性、正确性、合理性或完整性，或其任何错误或遗漏作出任何明示或隐含之声明或保证并请勿依赖本演示材料。

此外，有关数据报含预测及前瞻性陈述，其反映本公司目前对未来事件及财务表现之观点。该等观点乃基于目前之假设而作出，其乃受各项风险所影响，并可能随时间而改变。概不保证未来事件将会发生、预测将会实现或本公司之假设正确。实际结果可能与所预测的有重大差异。本公司无意提供有关其财务或贸易状况或前景之完整或全面分析， 阁下亦不应就此对本演示材料加以依赖。对于任何人因对本演示材料及其内容本身的使用以及其他相关原因引起的损失，本公司概不负责。

本演示材料并不构成购买或认购任何股份之要约或邀请，且当中任何部分均不得作为与任何股份有关之任何合约、承诺或投资决定之基础或依据。