

## 纯木浆大轴纸周报 (2017. 2. 11-2017. 2. 17)

### 一、 纯木浆大轴纸本周出厂报价表

表 1: 河北地区纯木浆大轴纸出厂未税报价表 (单位: 元/吨)

厂家	上周出厂价	本周出厂价	涨跌	备注
满城东升纸业	6800	6800	-	-
满城雪松纸业	6600	6600	-	-
	6800	6800	-	喷浆
满城港兴纸业	6550	6550	-	-
	6750	6750	-	喷浆
满城成功纸业	6600	6600	-	
	6800	6800	-	
满城飞跃纸业	6600	6600		
满城辰宇纸业	6600	6600	-	
满城顺通纸业	6600	6600	-	-
满城跃兴纸业	6800	6800	-	-
满城嘉禾纸业	6600	6600	-	-

数据来源: 中纸在线信息部

表 2: 河南地区纯木浆大轴纸出厂未税报价表 (单位: 元/吨)

厂家	上周出厂	本周出厂价	涨跌	备注
漯河银鸽纸业	7300	7300	-	
漯河聚源纸业	7200	7200	-	
护理佳纸业	7400	7400	-	
沁阳宏涛纸业	6700	6700	-	
河南超群纸业	6500	6500	-	
郑州嘉和纸业	6800	6800	-	

数据来源: 中纸在线信息部

表 3: 山东地区纯木浆大轴纸出厂报价表(单位:元/吨)

厂家	上周出厂	本周出厂价	涨跌	备注
山东晨鸣纸业	7100	7100	-	喷浆、未税
山东东顺集团	7200	7200	-	喷浆、含税
山东太阳纸业	7100	7100	-	喷浆、未税
潍坊含羞草纸	7100	7100	-	喷浆、含税
淄博沅泰纸业	6900	6900	-	喷浆、未税
青岛青山纸业	6600	6600	-	挂浆、未税
肥城东盛工贸	6800	6800	-	挂浆、未税

数据来源:中纸在线信息部

## 二、纯木浆生活用纸本周市场分析

**河北保定地区:**近期,纸厂受到木浆原材料价格持续上涨影响加之设备整改成本的增加,纸厂压力加大,部分纸厂停机。木浆原纸整体市场出货动力略显不足,纸价呈上行趋势。目前保定地区挂浆大轴纸未税主流报价 6800-6900 元/吨,纯木浆卫生纸 7500-7600 元/吨,半木浆大轴纸 5700-5800 元/吨。

**河南地区:**自 2 月 15 日至 3 月 15 日期间环保检查,受此影响部分纸厂出货受阻。河南沁阳宏涛纸业价格上调 200 元/吨,市场环境的影响,后期纸价仍将看涨。目前河南地区喷浆大轴纸主流未税报价 6600-7000 元/吨,挂浆大轴纸主流报价 6400-6500 元/吨。

**山东地区:**本周,木浆大轴市场整体交投稳定,近期价格暂稳,随着木浆成本的持续上升,纸价将进一步持高。目前山东纯木浆喷浆大轴纸未税主流报价 6800-7000 元/吨,挂浆大轴纸 6500-6600 元/吨。

## 三、本周焦点新闻回顾

### 3.1 维达国际 2016 年业绩大增

自维达纸业与 SCA 合作之后,国际化战略意图明显,维达集团本土多品牌计划搁置,原有“花之韵”“旺宝”“绿活”... ..销售全面停止,特别是 2013 年 11 月,SCA 完全控股维达纸业之后,更是不遗余力的推广其全球化品牌“Tempo”。的确,随着原生漂白木浆生活用纸的产能过剩,四大品牌价格竞争压力巨大,品牌老化、溢价能力变

弱显现，未来 SCA 全力推广高附加值的“Tempo”和全球化护理产品无疑是正确的，也符合 SCA 全球化战略，所以将来“维达”品牌在集团销售占比不断减少是趋势，甚至在中国消失也不是没有可能。

那个时候将出现一个强势的“Tempo”。然而，凡事都有例外，其他三大品牌也许不能阻止 SCA 的进程，或许一个更加本土化的竹纤维本色生活用纸品牌(或者品类)会成为“Tempo”的拦路虎。

2017 年 1 月 26 日，维达国际公布了 2016 年业绩。2016 年维达国际控股有限公司实现营业收入 120.57 亿港元，较上年增加 24.3%(2015 年：96.96 亿港元)；毛利润 38.17 亿港元，比上年增长 29.0%(2015 年：29.59 亿港元)；权益持有人应占溢利 6.54 亿港元，比上年增长 107.8%(2015 年：3.14 亿港元)；每股基本盈利 0.598 港元，较上年增长 89.8%(2015 年：0.315 港元)。

### 1. 财务摘要

	2016年	2015年	增幅/%
<b>收益/港元</b>	12,056,548,935	9,695,997,657	24.3
<b>毛利/港元</b>	3,816,933,804	2,958,669,969	29.0
<b>本公司权益持有人应占溢利/港元</b>	653,534,554	314,441,112	107.8
<b>毛利率/%</b>	31.7	30.5	+1.2个百分点
<b>净利润率/%</b>	5.4	3.2	+2.2个百分点
<b>每股基本盈利/港元</b>	0.598	0.315	89.8

### 2. 业务回顾

2016 年，亚洲主要国家宏观经济增长放缓，人民币及马来西亚元兑美元及港元的汇率持续下跌，加上线下零售市场持续疲弱，经营环境日趋严峻。虽然中国生活用纸及婴儿用品市场竞争激烈，但维达集团在中国的电商渠道仍取得理想增长，加之原材料价格利好，均有利于集团各类产品的经营。

年内，集团整体营业收入中：生活用纸占 83%，个人护理用品占 17%。撇除收购及

汇率影响因素,自然收益增长为13.7%。生活用纸业务及个人护理用品业务均带动强劲的自然增长。按销售渠道划分,传统经销商收益占比仍然最高,占总收益的42%,重点客户超市大卖场、商务客户及电商客户的占比分别为27%、13%和18%。

由于木浆价格下降、积极优化产品组合及固定成本覆盖率的上升,毛利按年增加29.0%至38.17亿港元。整体毛利率提升1.2个百分点至31.7%。

## 2.1 生活用纸业务

拓展核心生活用纸业务是维达的首要任务。集团的两大知名品牌维达 Vinda 和得宝 Tempo 极具潜力,分别打造成强势领先及超优质生活用纸品牌。对消费者的洞悉力、持续创新以及在线上和线下市场营销活动对业务的发展至关重要。生活用纸分部收益增至100.23亿港元,占集团总销售额的83%。其中,毛利较高的软抽及湿巾销售额显著上升,在竞争激烈的市场中仍维持稳定盈利。年内,生活用纸分部的毛利率和业绩溢利率分别为32.1%和10.6%。

2016年,维达 Vinda 品牌市场占有率在生活用纸品类中再度名列首位(数据源:Kantar Worldpanel)。年内,集团推出压花卷纸等新品,并伙拍《海底总动员2:多莉去哪儿》,推出限量版生活用纸产品。维达 Vinda 品牌亦推出升级版抗菌湿巾、厨房纸巾及超韧系列产品。另一方面,得宝 Tempo 的销售市场从珠江三角洲及长江三角洲一带的主要城市进一步扩展至其他省市。