



華潤啤酒(控股)有限公司
China Resources Beer (Holdings) Company Limited



2017年 財務及營運回顧

投資者演示
2018年3月21日





第一部分 Part I

表現回顧
Performance
Review



	2017年 下半年	2016年 下半年	變動	2017年	2016年	變動
	百萬人民幣	百萬人民幣		百萬人民幣	百萬人民幣	
營業額	13,958	13,481	+4%	29,732	28,694	+4%
未計利息及稅項前盈利	164	100	+64%	1,851	1,757	+5%
未計利息及稅項前盈利(不計已確認減值虧損)	881	556	+58%	2,590	2,221	+17%
股東應佔溢利 *	5	24	-80%	1,175	629	+87%
每股盈利 (人民幣) **				0.36	0.22	+64%
每股股息 (人民幣)				0.14	0.08	+75%
-末期				0.07	0.08	-13%
-中期				0.07	-	不適用
派息率(股息總和/股東應佔溢利)				39%	41%	-5%
股東回報率***				6.5%	4.5%	+44%
添置非流動資產				1,752	1,745	-
淨資產				18,485	17,667	+5%
淨負債				(1,030)	(3,677)	-72%
負債比率				5.6%	20.8%	-73%

注:

* 本公司於2016年10月11日完成收購華潤雪花啤酒有限公司49%股權(“收購”),使其成為全資附屬公司。

** 每股盈利已反映於2016年10月11日的收購所帶來的裨益及2016年供股的影響。

*** 股東回報率=股東應佔溢利/平均本公司股東應佔權益





雪花

啤酒 (全球銷量最高的單一品牌啤酒)

■ 增長來自：鞏固市場領導地位和優化產品組合

	2017年下半年 百萬人民幣	2016年下半年 百萬人民幣	變動	2017年 百萬人民幣	2016年 百萬人民幣	變動
銷量 (百萬千升)	5.513	5.587	-1%	11.819	11.715	+1%
銷售單價 (每千升人民幣)	2,532	2,413	+5%	2,516	2,449	+3%
營業額	13,958	13,481	+4%	29,732	28,694	+4%
毛利	4,747	4,553	+4%	10,029	9,673	+4%
未計利息及稅項前盈利	164	100	+64%	1,851	1,757	+5%
未計利息及稅項前盈利 (不計已確認減值虧損)	881	556	+58%	2,590	2,221	+17%
毛利率	34.0%	33.8%	+0.2%點	33.7%	33.7%	-
未計利息及稅項前盈利率	1.2%	0.7%	+0.5%點	6.2%	6.1%	+0.1%點
未計利息及稅項前盈利率 (不計已確認減值虧損)	6.3%	4.1%	+2.2%點	8.7%	7.7%	+1.0%點

營業額增長幫助消化部分材料成本上漲的影響，使毛利率維持在相若水平。



主流產品



中檔產品



高檔及超高檔產品

品 · 味



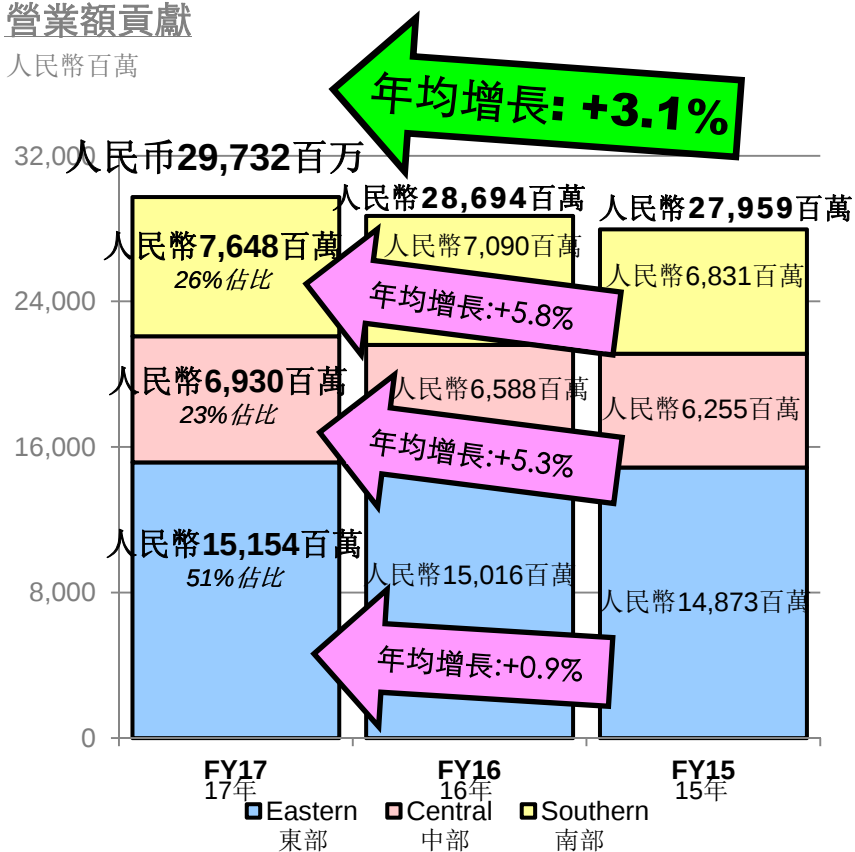
啤酒 (全球銷量最高的單一品牌啤酒)



■ 分部業績

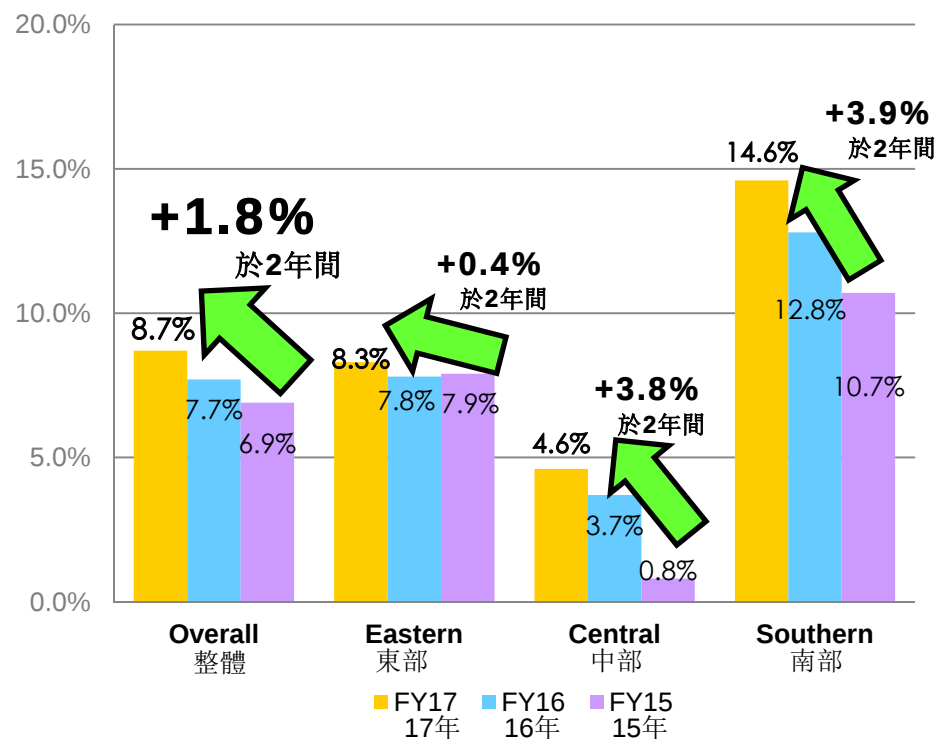
營業額貢獻

人民幣百萬



未計利息及稅項前盈利率

(不計已確認減值虧損)



品 · 味

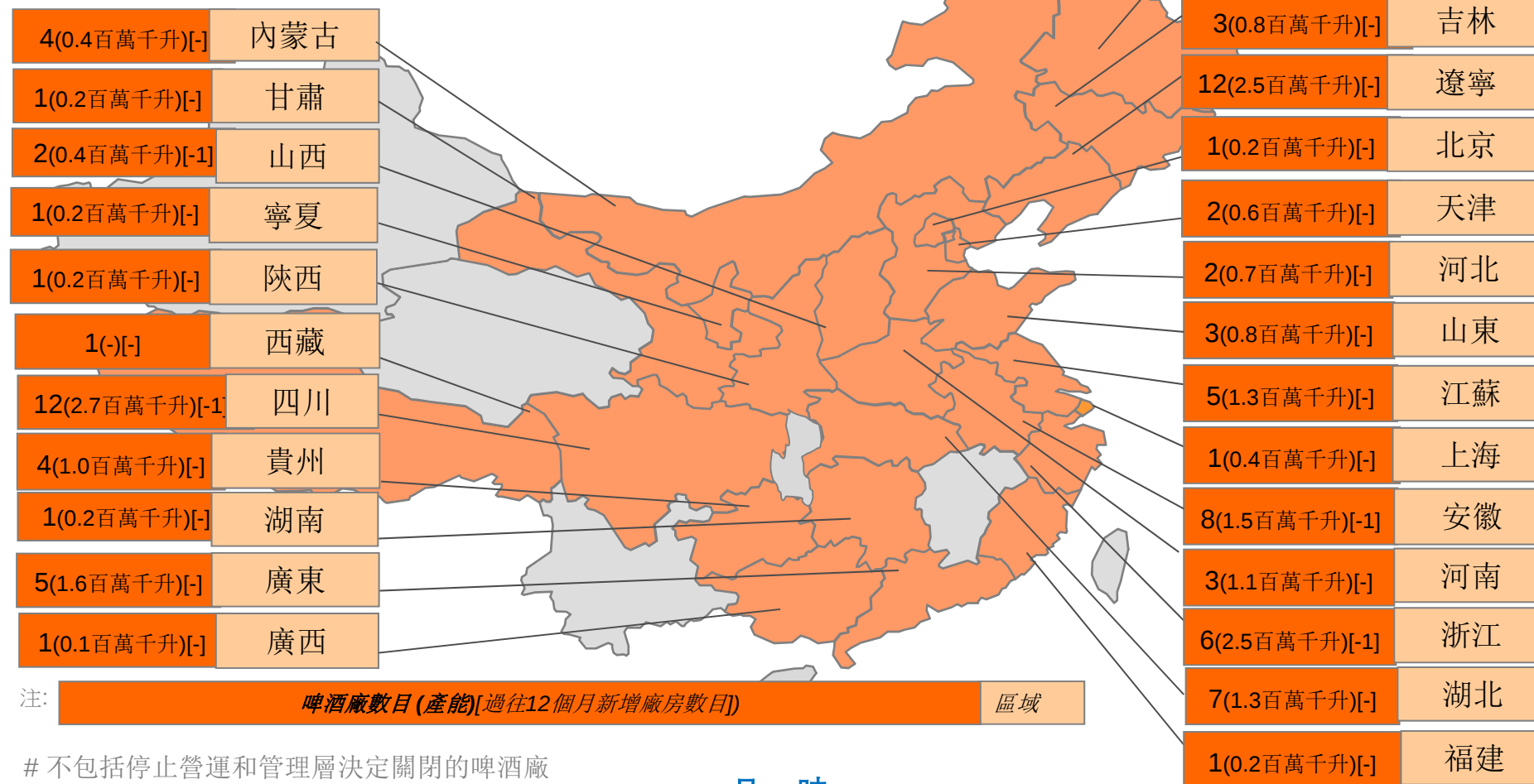


啤酒 (全球銷量最高的單一品牌啤酒)

■ 全國佈局

34 個中國區域/城市(包括自治區, 市及特別行政區)中其中25個營運啤酒廠

啤酒廠數目: 91間# (2016: 96間#)



不包括停止營運和管理層決定關閉的啤酒廠

品 · 味



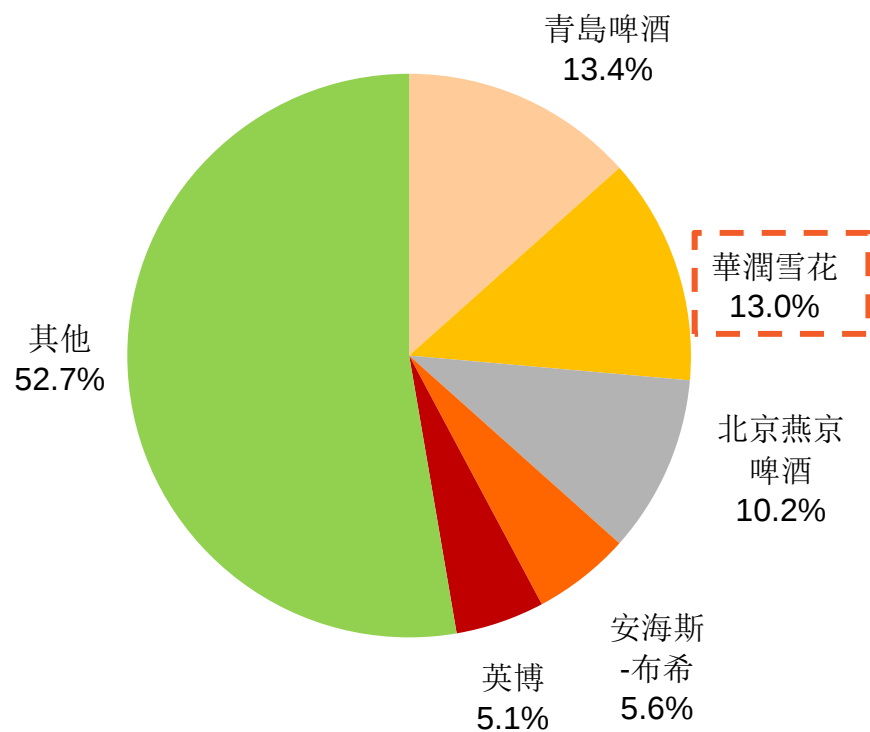
啤酒 (全球銷量最高的單一品牌啤酒)



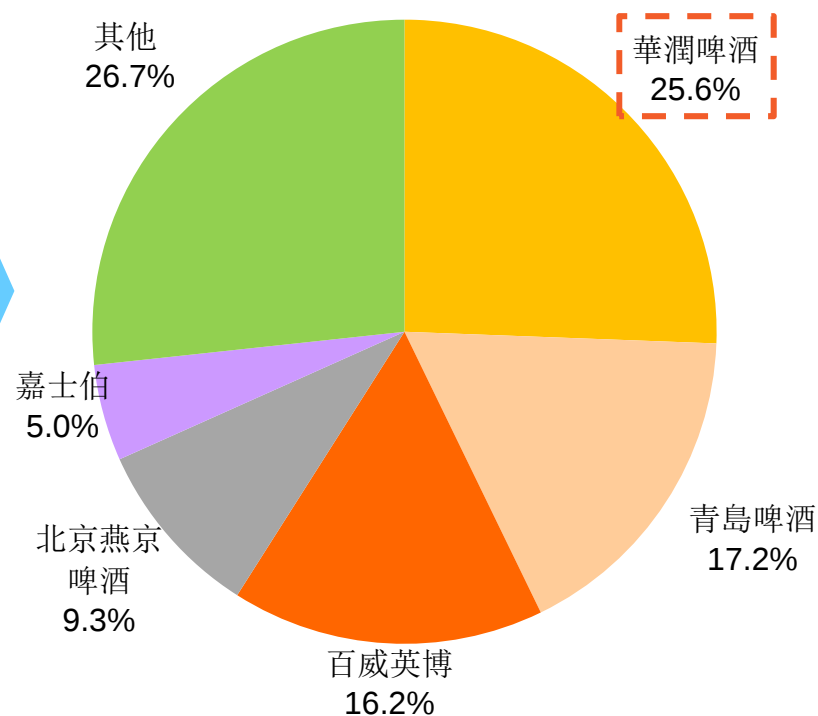
■ 市場份額分佈

按銷量計算的中國啤酒市場情況

2005五大啤酒商市場份額 = 47.3%



2016五大啤酒商市場份額 = 73.3%



資料來源: 歐睿國際, 啤酒日報網站及公司資料



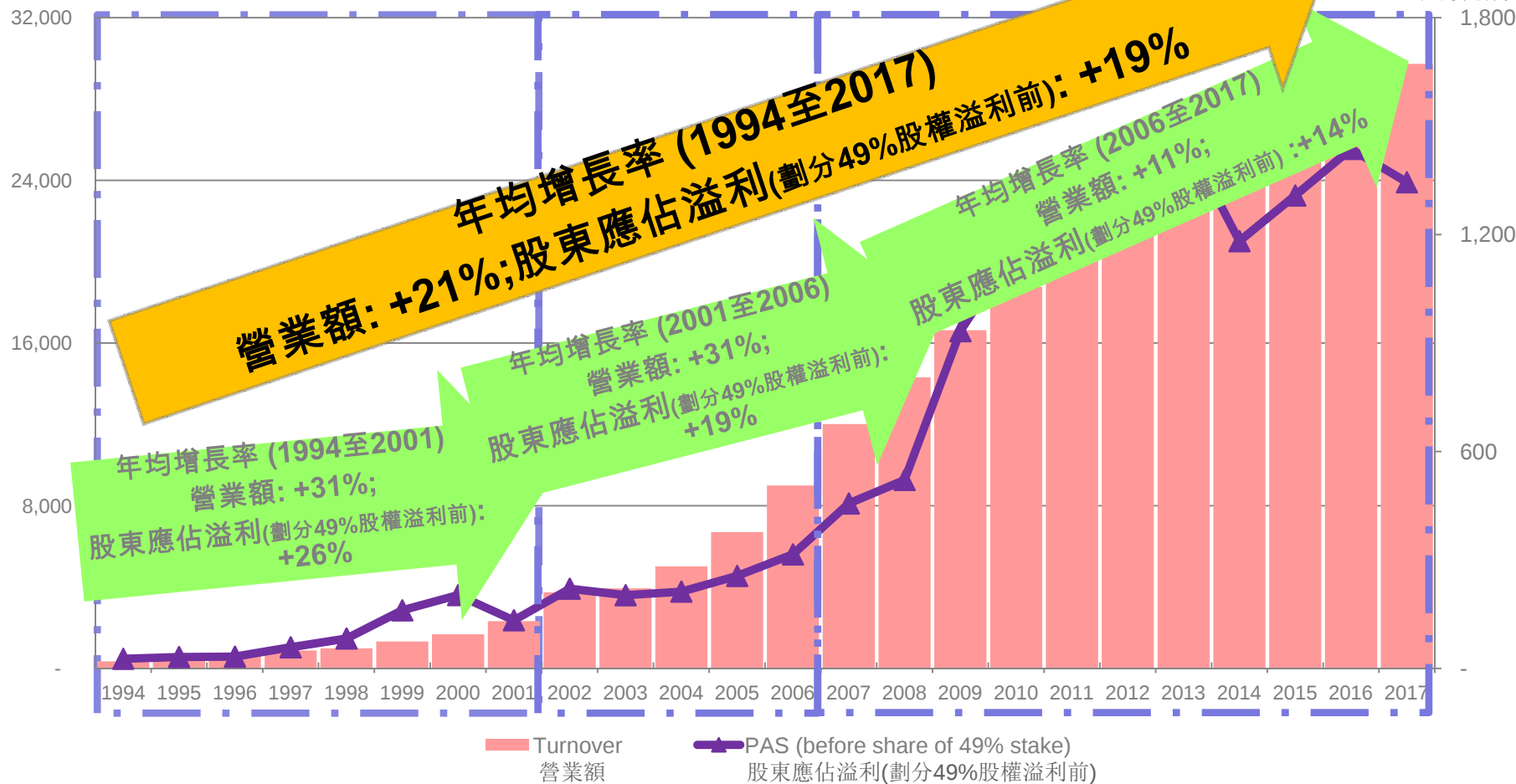
啤酒 (全球銷量最高的單一品牌啤酒)

雪花

■ 卓越增長往績

營業額
人民幣百萬

股東應佔溢利 (劃分
49%股權溢利前)
人民幣百萬



品·味



第二部分 Part II

其他
Others



啤酒 (全球銷量最高的單一品牌啤酒)

■ 過去三十年中國啤酒市場的演變

華潤雪花走在啤酒市場演變的最前列，實施高效佈局以謀求快速增長



注：
1. 按歐睿國際2005年的報告
2. 按公司資料

品 · 味



雪花

啤酒 (全球銷量最高的單一品牌啤酒)

■ 華潤啤酒：專注啤酒業務

全球最具吸引力啤酒市場上無可爭議的領軍者

1

- 中國是全球最大¹、最有吸引力的啤酒市場
- 過去11年，華潤啤酒是中國排名第一的啤酒生產企業，2016年市場份額為25.6%¹，而排名緊隨其後啤酒商的市場份額為17.2%

不可替代的傳統品牌，在全國各地方消費者中皆有口碑

2

- 雪花("Snow")是2008年以來全球銷量排名第一的品牌
- 30多個子品牌和產品，可滿足不同消費者的需求
- 在中國34區域中的25區域營運91間啤酒廠

通過高端化和創新實現了雙位數增長的良好業績

3

- 通過提高銷量和銷售單價成功實現良好的增長業績
- 自1994年成立以來，銷售額和股東應佔溢利(劃分49%股權溢利前)複合年增長率分別達到21%和19%
- 中高端產品優質化愈為重視

行業整合領先平台

4

- 領先的市場整合者，成功收購並整合了國內多間啤酒商
- 過去多年執行了超過20項併購交易

持續穩定、經驗豐富的管理團隊

5

- 管理團隊成員經驗豐富，為華潤雪花效力多年
- 得到了中國領先的國企的支持

擁有絕對所有權，能夠做出更快速的回應

6

- 股東將獲益於未來盈利增長的全部經濟效益
- 能對當前啤酒市場的發展動態做出更快速的回應

注：

1. 按銷量劃分，根據啤酒日報網站

品 · 味



啤酒 (全球銷量最高的單一品牌啤酒)

- 差異化銷售渠道策略，獨特的基礎能力
專注銷售網路專業化、專有化和扁平化

城市市場

高端現飲消費渠道

- 專門銷售團隊，針對現飲消費的消費群體，例如高檔餐館，飯店和夜場來提高中高端產品的銷售
- 打造並維持強勁的渠道和客戶關係

其他現飲消費渠道和傳統零售渠道

- 通過將目標市場細分為更小區域，打造了扁平化的分銷網路，以減少分銷層數
- 有助於提高盈利能力，更接近終端消費者以及對分銷商和零售商實施更好的管理

現代零售渠道

- 總部的銷售團隊負責直接與全國性零售商商談
- 地區銷售團隊協助與地區性零售商的商談，提供綜合性銷售支援並對其表現進行監督

電子商務渠道

- 在電子商務平台，例如天貓等銷售
- 在一號店、京東等網站上設立旗艦店
- 設立自有的電子商務平台，直接與終端客戶和消費者互動

區域性市場¹

- 與地方分銷商維持長期關係來拓寬業務覆蓋和滲透

- 對區域性市場進行更加細緻的劃分從而實現扁平化分銷模式

- 利用二級分銷商來供應鄉郊市場

注 1：區域性市場包括中小城鎮和鄉郊地區



雪花

啤酒 (2008年起全球銷量最高的單一品牌啤酒)

■ 未來增長策略

1

繼續擴展「雪花SNOW」,不斷優化啤酒品質

- 專注高端化以帶動銷量及利潤增長
- 發展更高價值及利潤的品牌和產品

2

透過自然增長及收購強化區域覆蓋範圍

- 透過自然增長及收購增加區域市場份額
 - 注重擴展及升級我們于區域現有啤酒廠
 - 繼續評估合適收購目標,以進一步增加區域覆蓋範圍

3

持續優化現有啤酒廠的使用率

- 持續優化啤酒廠經營效率,以達致一流營運水準



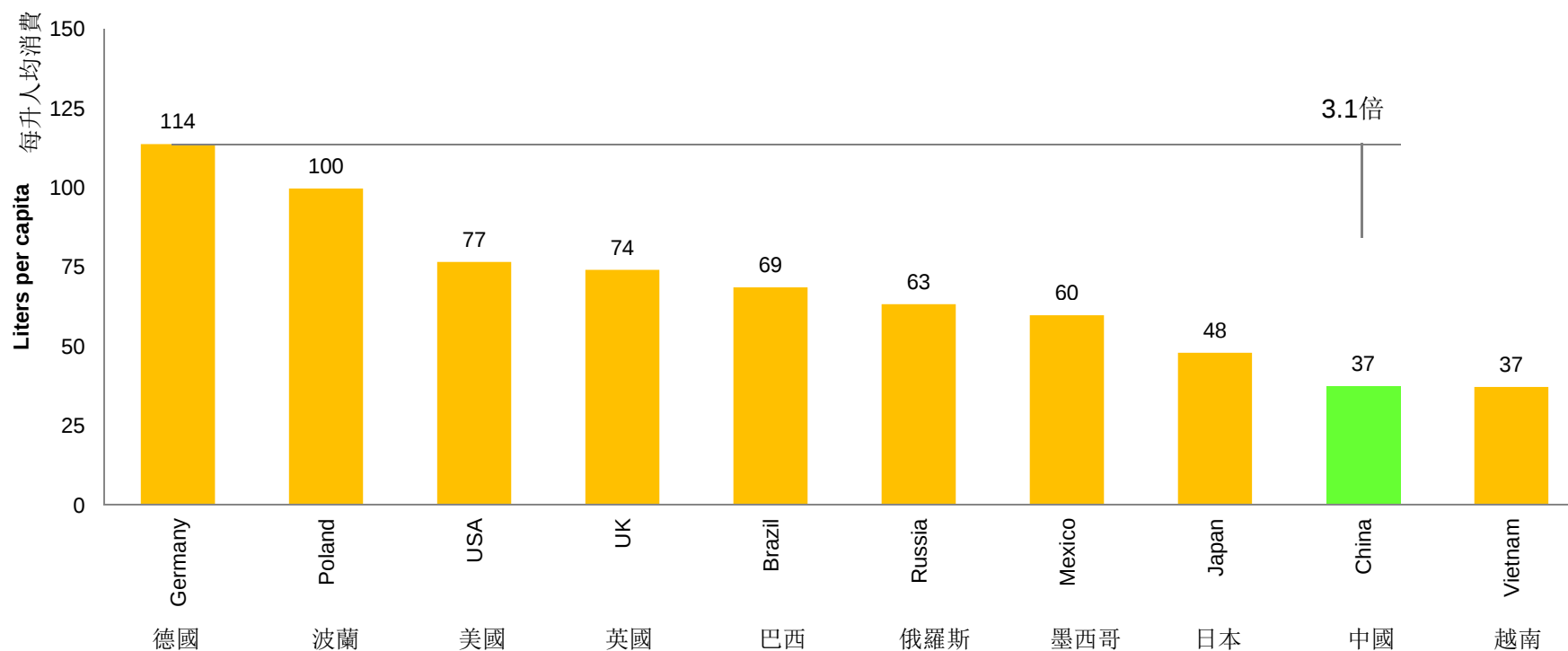
第三部分 Part III

附注
Appendix



附注1 – 全球啤酒消費簡要

2014十大啤酒市場人均消費



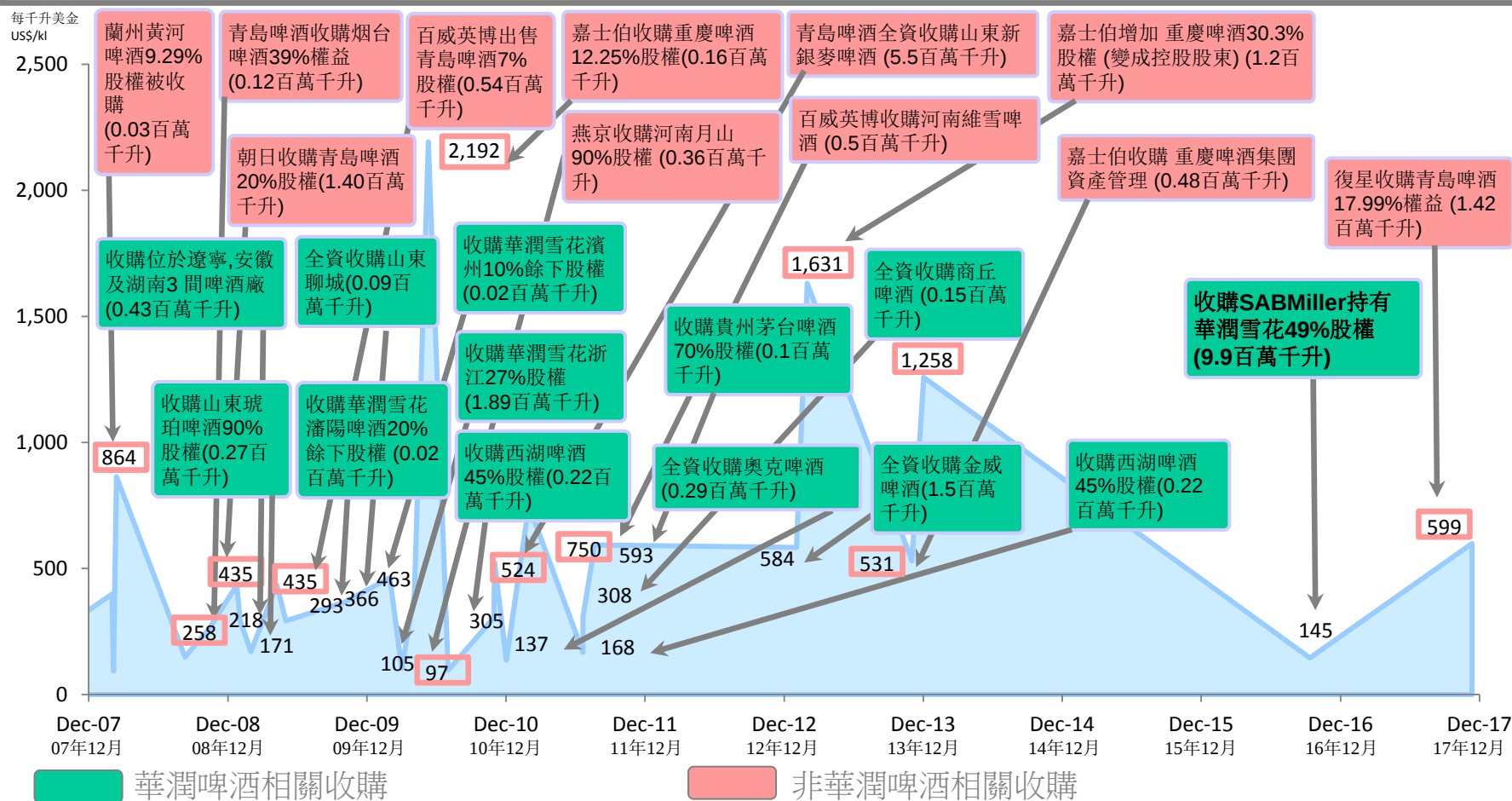
資料來源: 歐睿國際

品 · 味



附注2 – 過往中國啤酒行業主要收購合併

較低收購合併成本



資料來源: 德意志銀行及公司資料

品 · 味



附注3 – 主要獎項

■ 主要獲得獎項



香港董事學會	2006/2010/ 2012/2014/ 2016	傑出董事獎典禮中獲得上市公司「香港交易所－恒生指數成份股」董事會類別
《機構投資者》 雜誌	2012/2013/ 2016/2017	消費日常品類別 最佳投資者關係公司: 買方 (2013) 及賣方 (2012/2013), 最佳首席執行官: 賣方 (2013/2016), 賣方第二名 (2012), 買方第二名 (2016) 最佳首席財務官: 買方及賣方 (2016), 最佳投資者關係人員: 買方及賣方 (2012/2013), 第二名 (2016), 第三名 (2017), 賣方第一名 (2017), 第二名 (2013), 最佳投資者關係工作: 買方及賣方 (2016), 最佳分析員日: (2016) 及最佳網站: (2016) 亞洲最受尊敬企業之一 (2016/2017) 於亞洲區公司管理團隊調查
《亞洲企業管 治》雜誌	2010/2013- 2017	亞洲最佳首席執行官(投資者關係), 亞洲最佳首席財務官(投資者關係), 最佳投資者關係人員, 最佳投資者關係企業, 亞洲最佳企業社會責任 (2013 – 2017) 及亞洲最佳企業社會責任 (2010, 2013 - 2015)
	2010-2016	亞洲企業董事: 陳朗先生 (2010-2013, 2015-2016), 洪杰先生 (2014)
	2006-2013	亞洲最佳企業管治公司, 最佳亞洲企業 (中國)
	2013-2014	年度亞洲最佳公司秘書



附注3 – 主要獎項 (續)

■ 主要獲得獎項



IR Magazine	2012-2014	最佳投資者關係-消費品及服務行業(2012-2014), 最佳投資者關係-香港企業(2012, 2013)及最佳投資者關係人員(香港)(2012)
	2013/2014	全球最佳中型公司 (2013)及全球50強金獎-排名第19位 (2013),全球50強銀獎(2014)
	2017	最佳整體投資者關係, 最佳整體投資者關係- 必需消費品, 最佳整體投資者關係- 香港區, 最佳整體投資者關係- 高級管理層, 最佳整體投資者關係人員(大型企業)
香港投資者關係協會	2015-2017	香港投資者關係大獎中獲得最佳投資者關係公司- 中型股 (2015-2017), 最佳投資者關係專員- 中型股 (2015), 最佳投資者關係推介材料- 中型股 (2016/2017)
《中國融資》雜誌	2017	2016中國融資上市公司大獎中獲得最具品牌價值獎
《財富中國》雜誌	2011-2017	名列第39/46/37/40/38/194/222位
樂施會	2017	樂施扶貧企業夥伴獎於樂施扶貧企業夥伴計劃2016/2017
香港股票分析師協會	2013-2017	上市公司年度大獎
信報及亞洲公關	2017	傑出上市公司巡禮中獲得傑出上市公司獎(主版-大市值)



附注3 – 主要獎項 (續)

■ 主要獲得獎項

MerComm, Inc.	2010-2017	總共 56個獎項 9金獎:包括啤酒/葡萄酒/烈酒，食品及超市組別中的傳統設計，內頁設計，印刷及製作，封面圖片/設計，整體表現(2013-2017) 13銀獎:包括啤酒/葡萄酒/烈酒，製造及分銷，食品及零售組別中的傳統年報，年報整體表現，傳統設計，封面圖片/設計，印刷及製作，年報，內頁設計(2010-2017) 22銅獎:包括製造及分銷，煙草、食品及飲品，各類行業，食品，超市，消費品組別中的食品，超市及便利店組別中的封面圖片/設計，傳統設計，印刷及製作，其他及一般，非傳統年報，年報整體表現，傳統年報，內頁設計，封面設計 (2011-2017) 12優異獎:製造及分銷，啤酒/葡萄酒/烈酒，飲品，各類行業，食品，超市，消費品組別中的資訊圖形，內頁設計，印刷，傳統設計，年報，年報封面(特別處理)，非傳統年報，年報(獨特演示) (2011, 2013-2017)
美國傳媒專業聯盟	2014-2017	金獎:消費品; 消費品 – 食品/飲品/煙草組別 (2014/2015);零售 – 各類零售組別 (2014) 銀獎:消費品組別(2016);零售 –各類零售組別 (2015); 零售 –食品及特色食品組別 (2014/2015) 亞太區年報80強排名第65位(2016); 中國年報40強 (2016) 於Vision年報比賽大獎



附注3 – 主要獎項 (續)

■ 主要獲得獎項

《鏡報》	2012-2017	獲得傑出企業社會責任獎
《亞洲週刊》 雜誌	2010, 2012- 2016	“最績優企業大獎”(2010,2012), “最大綜合企業大獎”(2013-2015), “最大食品及飲料企業大獎”(2016)於全球華商1000排行榜
	2011	“最大市值企業大獎”於中國大陸企業香港股市排行榜
《財資》雜誌	2009/ 2010/ 2012-2016	白金獎: 2009/2010/2016 金獎: 2012-2015於財資企業獎項
《亞洲貨幣》 雜誌	2010/2012	亞洲(不包括日本)及香港最佳整體企業管治, 最佳信息披露及透明度, 最佳股東權益及公平待遇, 最佳管理層及董事會責任及最佳投資者關係 (2012), 整體最佳亞洲企業管治公司, 亞洲(不包括日本)最佳信息披露及透明度, 最佳管理層及董事會責任, 最佳股東權益及公平待遇, 香港-最佳整體企業管治, 最佳信息披露及透明度, 最佳管理層及董事會責任, 最佳股東權益及公平待遇, 最佳投資者關係, 最佳投資者關係人員 (2010)
	2011	香港最佳投資者關係, 最佳投資者關係人員, 最佳整體企業管治第二名, 最佳資訊披露及透明度第二名, 最佳管理層及董事會責任第二名, 最佳股東權益及公平待遇第二名



附注3 – 主要獎項 (續)

■ 主要獲得獎項



《福布斯》雜誌	2011-2016	於全球2000強企業名列第981/861/800/1067/1200/1628位
《經濟一周》雜誌	2005-2016	傑出上市企業
《資本雜誌》及《資本壹周》雜誌	2011-2015	企業社會責任大獎
大公報	2011/2014/ 2016	最佳投資者關係管理公司 (2016); 最佳公司治理上市公司, 最佳資訊披露上市公司 (2014); 最佳管理團隊獎 (2011)於中國證券金紫荊獎項
德勤	2012-2014	全球零售250強中名列71位(2014), 78位(2013) 及93位(2012), 高增長零售商50強中名列18位(2014)
《資本雜誌》	2010- 2014	資本中國傑出消費品企業於資本中國傑出企業成就獎
智聯招聘	2014	最具發展潛力僱主於中國年度最佳僱主
中華英才網	2014	零售百貨業最佳僱主TOP 5排行榜第三位
中國經營報	2014	最具幸福感企業Top 10名列第5位
美國《新聞週刊》	2012	全球500綠色企業名列第428位

其他獲得的獎項請瀏覽我們公司網站www.crbeer.com.hk.



免責聲明

本演示材料的內容僅供參考之用。本公司,華潤啤酒(控股)有限公司及其屬下公司概不對因使用或依賴本演示材料全部或部分或其內容引致之損失,或因本演示材料產生之損失(無論是直接、間接、隨之而來或其他方式)承擔任何責任。

本演示材料及之後討論基於本公司管理層對本公司經營業務及行業現狀而作出的任何相信,假設,預期,預計和預測可能構成「前瞻性聲明」。該等聲明包括,但不限於任何有關營業額, 盈利和股價表現。“相信”,“企圖”,“預期”,“預計”,“預測”等字均構成前瞻性聲明。該等聲明並不保證未來表現及受到風險, 不確定及其他超越本公司能控制的範圍和較難預測的因素,包括但不限制於股價波動,實際需求,匯率變動,發展情況,市場份額,競爭,環境風險,法律,財務和監管制度改變,國際經濟和財務情況,政治風險,項目延誤,項目審批,成本預算及其他風險。投資者請留意,實際業績有可能與前瞻性聲明內容差距較大。

