



華潤啤酒(控股)有限公司

China Resources Beer (Holdings) Company Limited

# 2025年上半年 業績發佈

打起背包再出發

2025年8月19日





1.業績回顧

2.啤酒發展策略

3.白酒發展策略

4.市場認可

# 良好業績表現





# 業績回顧 – 良好業績表現

	2025年上半年 百萬人民幣	2024年上半年 百萬人民幣	變動
營業額	23,942	23,744	+1%
毛利	11,704	11,139	+5%
未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利 (EBITDA)	8,922	7,517	+19%
未計利息及稅項前盈利 (EBIT)	7,691	6,368	+21%
股東應佔溢利 (PAS)	5,789	4,705	+23%
經營活動之現金流入淨額	+6,373	+6,012	+6%
添置非流動資產 *	690	1,600	-57%
經營活動之現金流 減 添置非流動資產後	+5,683	+4,412	+29%
淨資產	40,062	36,772	+9%
淨現金	7,382	5,139	+44%
<b>股東回報：</b>			
每股基本盈利 (人民幣)	1.78	1.45	+23%
每股股息 (人民幣)	<b>0.464</b>	<b>0.373</b>	<b>+24%</b>
派息率 (股息總和/股東應佔溢利)	26%	26%	-
股東回報率 **	<b>17.1%</b>	<b>14.9%</b>	<b>+2.2百分點</b>

1. 受益於啤酒業務高端化戰略的持續發展，材料成本的節約，以及「精簡、精益、精細」三精策略的落地，公司整體的毛利率、未計利息及稅項前盈利 (EBIT) 和股東應佔溢利 (PAS) 分別創新高。

2. 公司與股東分享業績成果，大幅提升每股中期股息24%。

注 \* 添置非流動資產包括固定資產、使用權資產、商譽及其他無形資產。

\*\* 股東回報率 = 股東應佔溢利 / 平均本公司股東應佔權益



# 業績回顧 – 良好業績表現

	2025年上半年 百萬人民幣	2024年上半年 百萬人民幣	變動
<b>營業額</b>	<b>23,942</b>	<b>23,744</b>	<b>+0.8%</b>
- 啤酒業務	23,161	22,566	+2.6%
- 白酒業務	781	1,178	-33.7%
<b>未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利 (EBITDA) (不計特別項目) *</b>	<b>8,336</b>	<b>7,532</b>	<b>+10.7%</b>
- 啤酒業務 (不計特別項目) *	8,128	7,158	+13.6%
- 白酒業務	218	413	-47.2%
<b>未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利率 (EBITDA margin) (不計特別項目) *</b>	<b>34.8%</b>	<b>31.7%</b>	<b>+3.1百分點</b>
- 啤酒業務 (不計特別項目) *	35.1%	31.7%	+3.4百分點
- 白酒業務	27.9%	35.1%	-7.2百分點

1. 受益於啤酒業務高端化戰略的持續發展，材料成本的節約，以及「精簡、精益、精細」三精策略的落地，公司整體和啤酒業務的經營性未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利 (EBITDA) 同比增長超過10%，未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利率 (EBITDA margin) 同比均上升超過3.0個百分點。
2. 在白酒行業深度調整下，白酒業務的毛利率基本持平。

注\* 特別項目 - 公司整體： 1. 關廠相關固定資產減值和一次性員工確認補償及安置費用共人民幣241百萬 (2024年上半年: 人民幣19百萬) ;  
2. 深圳總部相關收益共人民幣827百萬 (2024年上半年: 人民幣4百萬)

特別項目 - 啤酒業務： 1. 關廠相關固定資產減值和一次性員工確認補償及安置費用共人民幣241百萬 (2024年上半年: 人民幣19百萬) ;  
2. 深圳總部相關收益共人民幣206百萬 (2024年上半年: 人民幣1百萬)



# 啤酒業務 – 高端化和三精卓有成效

	2025年上半年 百萬人民幣	2024年上半年 百萬人民幣	變動
銷量 (百萬千升)	6.487	6.348	+2.2%
銷售單價 (每千升人民幣)	3,570	3,554	+0.4%
營業額	23,161	22,566	+3%
毛利	11,178	10,343	+8%
未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利 (EBITDA) (不計特別項目) *	8,128	7,158	+14%
未計利息及稅項前盈利 (EBIT) (不計特別項目) *	7,276	6,383	+14%
毛利率	48.3%	45.8%	+2.5百分點
未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利率 (EBITDA margin) (不計特別項目) *	35.1%	31.7%	+3.4百分點
未計利息及稅項前盈利率 (EBIT margin) (不計特別項目) *	31.4%	28.3%	+3.1百分點

1. 公司上半年啤酒銷量、銷售單價和營業額表現優於部分同業，次高檔及以上銷量持續提升。
2. 公司的毛利率提升2.5個百分點至創新高的48.3%。
3. 啤酒業務盈利水平顯著提升，未計利息及稅項前盈利 (EBIT) 突破人民幣70億元新高，股東應佔溢利 (PAS) 同比增長17.3%。
4. 本集團在線業務快速發展並領跑行業，已與阿里巴巴、美團閃購、京東、餓了麼、歪馬送酒等平台達成戰略合作，2025年上半年在線業務和實時零售業務整體商品交易總額 (GMV) 分別同比增長接近四成和五成。

# 啤酒業務 – 高端化和三精卓有成效

普高檔及以上產品銷量增長多於 **+10%**

其中，**喜力®**銷量增長超過 **+20%**

**老雪**銷量增長超過 **+70%**

**紅爵**銷量增長超過 **+100%**

次高檔及以上產品銷量增長 **中至高單位數**



本集團積極擁抱新的消費趨勢，開發德式小麥啤酒、茶啤、果啤、青稞啤酒等特色產品，滿足個性化和差異化的消費需求，亦推出高端產品「壘十四」，發展中國種植大麥的新品類。本集團亦探索新的業務模式，積極推動定制、代加工業務快速發展。

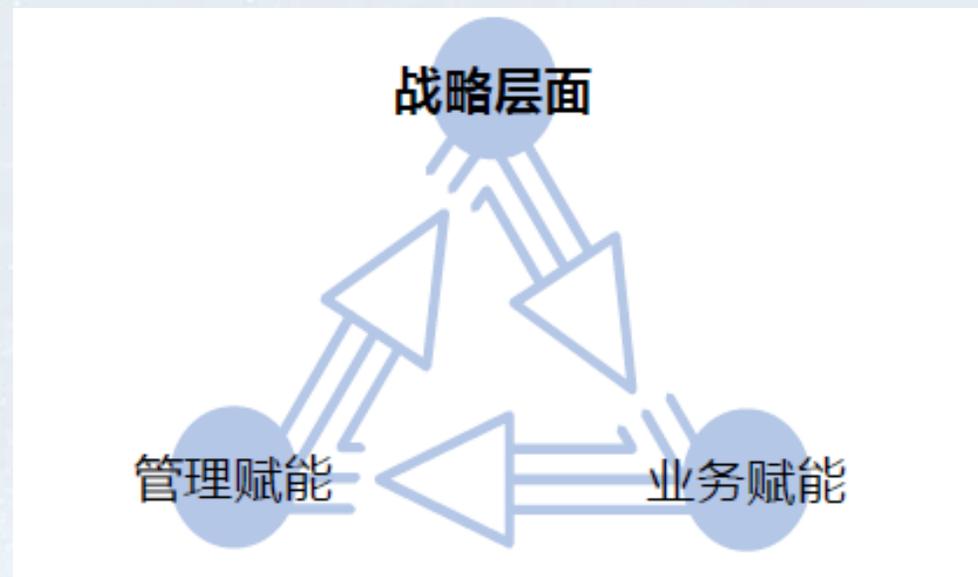




# 啤酒業務 – 啤白雙賦能

## 啤白雙賦能 - 四大優勢，三輪驅動

- 利用華潤啤酒建立的**發展經驗、資源、管理機制、上市平台**的四大優勢
- 發揮出**華潤啤酒、華潤雪花和華潤酒業各自優勢**，形成三輪驅動
- 在多方面實現雙向賦能、協同互補，培育出**新的核心競爭能力**



# 做啤酒新世界的 的領導者





# 做啤酒新世界的領導者

- 1 高品質時代**  
生產裝備、技術工藝、產品質量等達到國際水平
- 2 高水平生產時代**  
擁有一流裝備、現代化物流、進行數字化工廠探索等
- 3 高收益時代**  
收入、利潤、ROE、企業市值等進入有質高增長軌道
- 4 好品牌時代**  
中國品牌和國際品牌紛呈，大品牌、大單品湧現，品牌價值增厚
- 5 高端化時代**  
價格梯度逐級上升，品類價值回歸，頂部價格破窗
- 6 多元化時代**  
在積極做大主業的情況下向其他酒類擴展
- 7 CR5時代**  
競爭格局基本穩定，CR5佔有率集中度高
- 8 命運共同體時代**  
產業實現共榮、共創、共享，各方共同維護行業秩序，維護產業發展



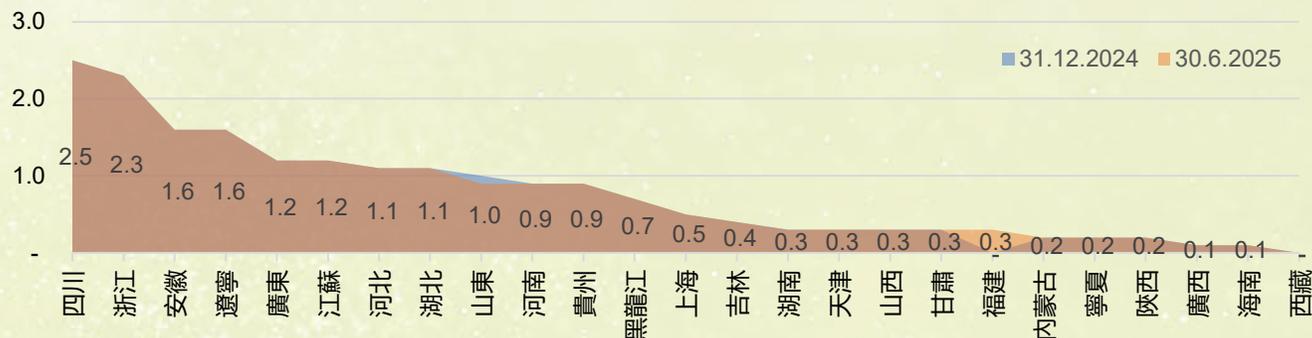


# 多種舉措提升成本效益

## 集約化產能與具有優勢的採購規模

### 產能

單位：百萬千升

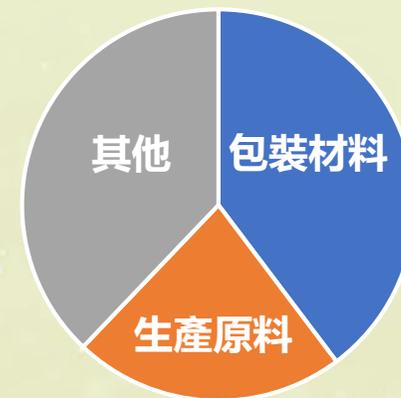


年產能  
(百萬千升)

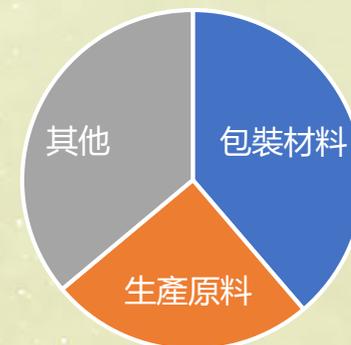


### 生產成本構成

2025年上半年

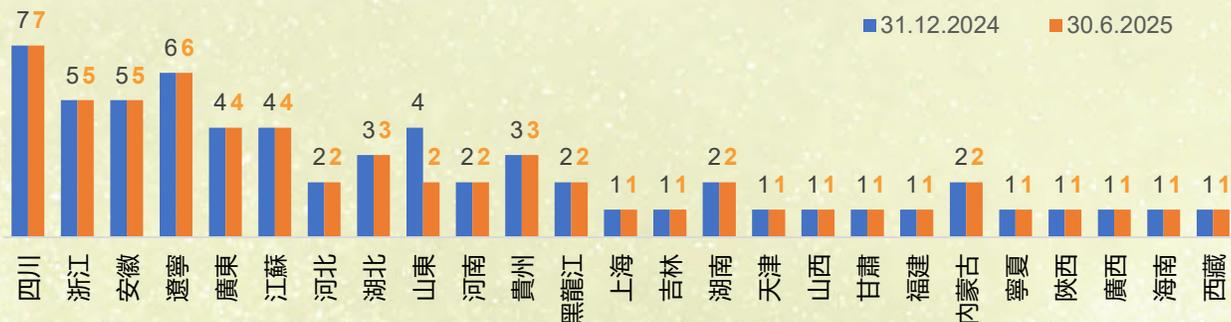


2024年上半年



### 廠房數目

單位：家工廠



營運啤酒廠房  
總數 (個)



\* 不包括停止營運和管理層決定關閉的啤酒廠



# 高端化發展成果豐碩

## 啤酒業務利潤率階段性大幅提升



# 強強聯手，順利拓展中國高端啤酒市場

## 上半年喜力®銷量同比增長超過20%

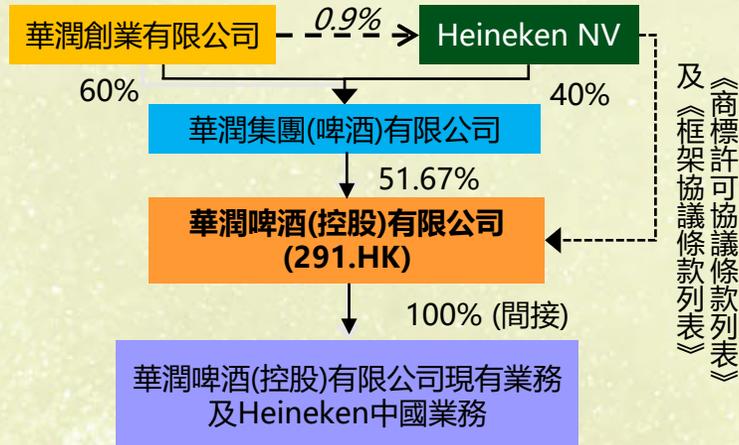


- 中國領先啤酒企業
- 擁有覆蓋不同年齡段、價格檔次的豐富品牌組合
- 打造大單品的成功經驗
- 啤酒產能輻射全國，最佳渠道分銷能力
- 對中國市場深入瞭解
- 背靠華潤集團的強力支持



- 1864年成立，品牌歷史悠久
- 喜力®是在中國認可度最高的的國際啤酒品牌之一
- 世界第二大啤酒釀酒商，產品銷往190多個國家
- 豐富的產品研發經驗，高端啤酒和蘋果酒廣受認可
- 長期投入品牌建設，與多種全球運動賽事深度捆綁
- 獨家運營海南省唯一一家啤酒廠

### 合作架構



### 合作目標



樹立國際品牌在中國的高端化屬性



力爭喜力®在人民幣12-15元的細分市場裡佔有重要地位



“中國品牌+國際品牌”組合搭配，佔有整體中國高端啤酒市場的高市場份額



# 數字化升級

## 通過數據賦能業務降本增效，並挖掘業務新的增長點

建設採購商城，採購與財務管理一體化管控，通過數字化工具輔助業務決策

### 智慧採購

加快推進智能製造藍圖落地，打造智能工廠、建設生產作業指揮中心；推動環境安全監控系統與工業互聯網平台協同，提升設備、備品備件管理及系統連通

### 智能製造

深化營運數字化體系建設，實現供應鏈業務執行數字化管理；推進從計劃到執行的供應鏈業務數字化閉環管理

### 供應鏈供應塔

優化提升CRM系統，支持終端店“常更長新”；通過優化營銷費用管理系統，建立費用預警和評價體系；通過優化小程序，數據分析以及消費者數據平台，助力營銷活動和品牌高端化

### 數字化營銷

深化財務共享運營，加強財務、人力業務數據的分析應用能力，釋放人員的創造性，通過數據賦能業務管理，同時通過共享能力賦能白酒項目公司，提升管理水平和效率

### 共享運營

結合項目公司現狀和啤酒業務經驗，採取先建立職能管理能力以及業務基礎數字化能力，再結合發展戰略、逐步完善前台業務應用的策略。重點圍繞生產、職能領域加速賦能，實施供應鏈金融、碼中台系統建設

### 白酒+

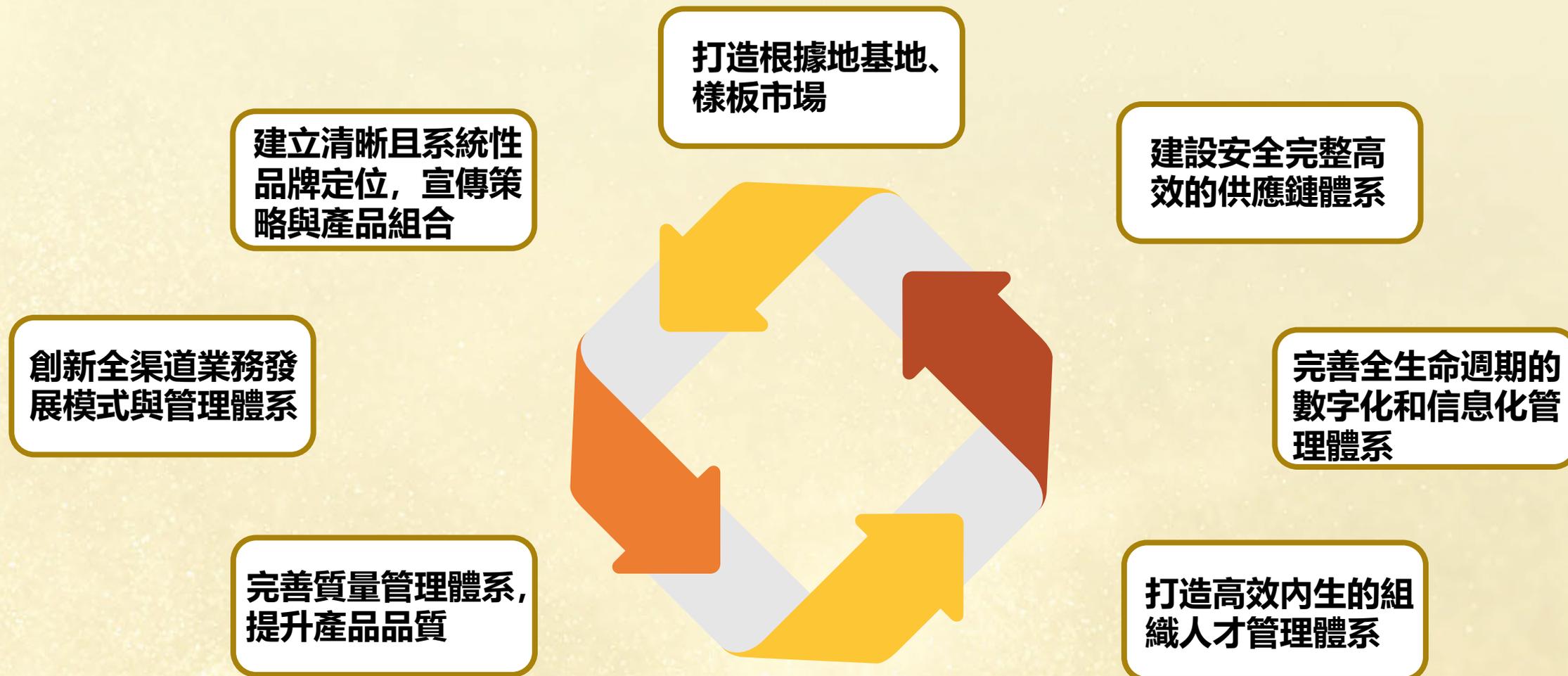
# 做白酒新世界的探索者





# 做白酒新世界的探索者

## 七大業務策略推進高質量發展





# 做白酒新世界的探索者

## 打造大單品矩陣

做成 “1” 支全國性高端白酒頭部的品牌



做成 “1” 支全國中檔及以下的品牌



做成 “N” 支有價值的區域品牌





# 主要獎項

頒授機構	獎項	詳情
Extel	2025年度亞洲最佳管理團隊	<ul style="list-style-type: none"> <li>最受尊崇企業 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳首席執行官 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳首席財務官 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳投資者關係人員 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳投資者關係團隊 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳投資者關係方案 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳環境、社會及管治方案 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳董事會 (消費品：日用品類行業)</li> </ul>
香港投資者關係協會	第十一屆投資者關係大獎	<ul style="list-style-type: none"> <li>整體最佳投資者關係公司大獎 - 大型股</li> <li>ESG卓越大獎 - 大型股</li> <li>最佳投資者關係 (主席/首席執行官) - 大型股</li> <li>最佳投資者關係 (首席財務官) - 大型股</li> <li>最佳投資者關係專員 - 大型股</li> <li>最佳投資者關係公司 - 大型股</li> <li>最佳投資者團隊 - 大型股</li> <li>最佳環境、社會及管治 (環境) - 大型股</li> <li>最佳環境、社會及管治 (社會) - 大型股</li> <li>最佳環境、社會及管治 (企業管治) - 大型股</li> <li>最佳投資者會議 - 大型股</li> <li>最佳投資者關係推介素材 - 大型股</li> <li>最佳年報 - 大型股</li> </ul>





# 主要獎項

頒授機構	獎項	詳情
《亞洲企業管治》雜誌	2025年度亞洲卓越表現大獎	<ul style="list-style-type: none"><li>• 亞洲最佳首席執行官 (投資者關係)</li><li>• 亞洲最佳首席財務官 (投資者關係)</li><li>• 最佳投資者關係人員</li><li>• 最佳投資者關係企業</li><li>• 最佳環境責任</li><li>• 最佳企業傳播</li></ul> 
《福布斯》雜誌	全球2000強企業	<ul style="list-style-type: none"><li>• 名列第1969位</li></ul>
路演中、卓越IR	第八屆中國卓越IR評選	<ul style="list-style-type: none"><li>• 最佳路演中國獎</li><li>• 最最佳ESG獎</li></ul>



# 主要獎項 (續)

頒授機構	獎項	詳情
香港董事學會	董事嘉獎系列2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>傑出董事獎 (上市公司董事會類別)</li> <li>氣候管治獎 (上市公司董事會類別)</li> </ul>
香港上市公司商會、香港浸會大學公司管治與金融政策研究中心	2024年度香港公司管治與環境、社會及管治卓越獎	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境、社會及管治卓越獎 (恒生指數成份股公司)</li> </ul>
《機構投資者》雜誌	2024年度亞洲最佳管理團隊	<ul style="list-style-type: none"> <li>最受尊崇企業 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳首席執行官 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳首席財務官 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳投資者關係人員 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳投資者關係團隊 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳投資者關係方案 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳環境、社會及管治方案 (消費品：日用品類行業)</li> <li>最佳董事會 (消費品：日用品類行業)</li> </ul>
《IR Magazine》	IR Magazine 獎項 - 2024年大中華地區	<ul style="list-style-type: none"> <li>最佳整體投資者關係大獎 (大型企業)</li> <li>最佳投資者關係大獎：消費品</li> <li>最佳國際投資者關係大獎</li> </ul>



# 主要獎項 (續)

頒授機構	獎項	詳情
香港投資者關係協會	第十屆投資者關係大獎	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 整體最佳投資者關係公司大獎 - 大型股</li> <li>• ESG卓越大獎 - 大型股</li> <li>• 最佳投資者關係 (主席/首席執行官) - 大型股</li> <li>• 最佳投資者關係 (首席財務官) - 大型股</li> <li>• 最佳投資者關係專員 - 大型股</li> <li>• 最佳投資者關係公司 - 大型股</li> <li>• 最佳投資者團隊 - 大型股</li> <li>• 最佳環境、社會及管治 (環境) - 大型股</li> <li>• 最佳環境、社會及管治 (社會) - 大型股</li> <li>• 最佳環境、社會及管治 (企業管治) - 大型股</li> <li>• 最佳投資者會議 - 大型股</li> <li>• 最佳投資者關係推介素材 - 大型股</li> <li>• 最佳年報 - 大型股</li> </ul>
《亞洲企業管治》雜誌	2024年度亞洲卓越表現大獎	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 亞洲最佳首席執行官 (投資者關係)</li> <li>• 亞洲最佳首席財務官 (投資者關係)</li> <li>• 最佳投資者關係企業</li> <li>• 最佳企業傳播</li> <li>• 最佳投資者關係人員</li> </ul>
《福布斯》雜誌	全球2000強企業	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 名列第1580位</li> </ul>
畢馬威	畢馬威第二屆ESG 50榜單•2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 綠色低碳先鋒榜單</li> </ul>
灼見名家、香港恒生大學	第三屆ESG大獎	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESG披露獎</li> </ul>
明報	環境、社會及企業管治大獎2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 卓越ESG企業大獎 - 上市公司 (釀酒)</li> </ul>





# 主要獎項 (續)

頒授機構	獎項	詳情
am730	ESG綠色發展及碳中和大獎	<ul style="list-style-type: none"> <li>傑出可持續企業大獎 - 上市公司 (飲料)</li> </ul> 
TVB	環境、社會及管治大獎2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESG特別嘉許獎</li> </ul>
每日經濟新聞	2024第九屆中國酒業金樽獎評選	<ul style="list-style-type: none"> <li>年度中國酒業上市公司ESG先鋒獎</li> </ul>
每日經濟新聞	2024上市公司口碑榜	<ul style="list-style-type: none"> <li>大消費最具成長上市公司</li> </ul>
每日經濟新聞、深圳商報、清華大學經濟管理學院中國企業研究中心	第八屆中國上市公司品牌價值榜	<ul style="list-style-type: none"> <li>總榜TOP100</li> <li>大灣區榜TOP100</li> </ul>
《亞洲週刊》雜誌	三十六周年酒會暨頒獎典禮	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023亞洲卓越品牌大獎</li> <li>2022-2023 ESG企業大獎</li> </ul>
新城財經台	灣區企業可持續發展大獎2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>灣區企業可持續發展大獎2024</li> <li>傑出灣區企業 - 社會可持續發展獎</li> <li>傑出灣區企業 - 綠色可持續發展獎</li> <li>傑出灣區企業 - 企業管治傑出大獎</li> </ul> 
《資本雜誌》	環境社會及企業管治大獎2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境社會及企業管治大獎</li> </ul>



# 主要獎項 (續)

頒授機構	獎項	詳情
香港股票分析師協會	上市公司年度大獎2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>上市公司年度大獎</li> </ul>
粵港澳大灣區上市公司聯合會	大灣區上市公司ESG100綠色發展大獎	<ul style="list-style-type: none"> <li>年度突出價值獎</li> </ul>
《am730》《亞洲公關》《鳳凰網港股》	傑出上市公司大獎2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>傑出上市公司大獎</li> </ul> 
《香港商報》《亞洲公關》《Think ESG》	ESG傑出大獎2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESG傑出大獎</li> </ul> 
美國傳媒專業聯盟	2023年報視覺獎	<ul style="list-style-type: none"> <li>中文年報50強</li> <li>行業卓越獎：金獎</li> <li>技術成就獎</li> </ul> 
香港商業時報	香港商業時報企業大獎2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>最傑出酒類產品生產及分銷業務</li> </ul> 
香港社會服務聯會	2023/24「商界展關懷」計劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>獲頒「商界展關懷」標誌</li> </ul> 

明天會更好





# 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全部或部分本演示材料或其內容引致之損失，或因本演示材料產生之損失承擔任何責任。

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。