



華潤啤酒(控股)有限公司

China Resources Beer (Holdings) Company Limited

2025年上半年 业绩发布

打起背包再出发

2025年8月19日





1. 业绩回顾

2. 啤酒发展策略

3. 白酒发展策略

4. 市场认可

良好业绩表现





业绩回顾 – 良好业绩表现

	2025年上半年 百万人民币	2024年上半年 百万人民币	变动
营业额	23,942	23,744	+1%
毛利	11,704	11,139	+5%
未计利息、税项、折旧和摊销前盈利 (EBITDA)	8,922	7,517	+19%
未计利息及税项前盈利 (EBIT)	7,691	6,368	+21%
股东应占溢利 (PAS)	5,789	4,705	+23%
经营活动之现金流入净额	+6,373	+6,012	+6%
添置非流动资产 *	690	1,600	-57%
经营活动之现金流 减 添置非流动资产后 净资产	+5,683	+4,412	+29%
净现金	40,062	36,772	+9%
	7,382	5,139	+44%
股东回报:			
每股基本盈利 (人民币)	1.78	1.45	+23%
每股股息 (人民币)	0.464	0.373	+24%
派息率 (股息总和/股东应占溢利)	26%	26%	-
股东回报率 **	17.1%	14.9%	+2.2百分点

- 1. 受益于啤酒业务高端化战略的持续发展，材料成本的节约，以及「精简、精益、精细」三精策略的落地，公司整体的毛利率、未计利息及税项前盈利（EBIT）和股东应占溢利（PAS）分别创新高。
- 2. 公司与股东分享业绩成果，大幅提升每股中期股息24%。

注 * 添置非流动资产包括固定资产、使用权资产、商誉及其他无形资产。

** 股东回报率 = 股东应占溢利 / 平均本公司股东应占权益



业绩回顾 – 良好业绩表现

	2025年上半年 百万人民币	2024年上半年 百万人民币	变动
营业额	23,942	23,744	+0.8%
- 啤酒业务	23,161	22,566	+2.6%
- 白酒业务	781	1,178	-33.7%
未计利息、税项、折旧和摊销前盈利 (EBITDA) (不计特别项目) *	8,336	7,532	+10.7%
- 啤酒业务 (不计特别项目) *	8,128	7,158	+13.6%
- 白酒业务	218	413	-47.2%
未计利息、税项、折旧和摊销前盈利率 (EBITDA margin) (不计特别项目) *	34.8%	31.7%	+3.1百分点
- 啤酒业务 (不计特别项目) *	35.1%	31.7%	+3.4百分点
- 白酒业务	27.9%	35.1%	-7.2百分点

- 1. 受益于啤酒业务高端化战略的持续发展，材料成本的节约，以及「精简、精益、精细」三精策略的落地，公司整体和啤酒业务的经营性未计利息、税项、折旧和摊销前盈利（EBITDA）同比增长超过10%，未计利息、税项、折旧和摊销前盈利率（EBITDA margin）同比均上升超过3.0个百分点。
- 2. 在白酒行业深度调整下，白酒业务的毛利率基本持平。

注* 特别项目 - 公司整体： 1. 关厂相关固定资产减值和一次性员工确认补偿及安置费用共人民币241百万（2024年上半年：人民币19百万）；
2. 深圳总部相关收益共人民币827百万（2024年上半年：人民币4百万）
特别项目 - 啤酒业务： 1. 关厂相关固定资产减值和一次性员工确认补偿及安置费用共人民币241百万（2024年上半年：人民币19百万）；
2. 深圳总部相关收益共人民币206百万（2024年上半年：人民币1百万）



啤酒业务 – 高端化和三精卓有成效

	2025年上半年 百万人民币	2024年上半年 百万人民币	变动
销量 (百万千升)	6.487	6.348	+2.2%
销售单价 (每千升人民币)	3,570	3,554	+0.4%
营业额	23,161	22,566	+3%
毛利	11,178	10,343	+8%
未计利息、税项、折旧和摊销前盈利 (EBITDA) (不计特别项目) *	8,128	7,158	+14%
未计利息及税项前盈利 (EBIT) (不计特别项目) *	7,276	6,383	+14%
毛利率	48.3%	45.8%	+2.5百分点
未计利息、税项、折旧和摊销前盈利率 (EBITDA margin) (不计特别项目) *	35.1%	31.7%	+3.4百分点
未计利息及税项前盈利率 (EBIT margin) (不计特别项目) *	31.4%	28.3%	+3.1百分点

- 1. 公司上半年啤酒销量、销售单价和营业额表现优于部分同业，次高档及以上销量持续提升。
- 2. 公司的毛利率提升2.5个百分点至创新高的48.3%。
- 3. 啤酒业务盈利水平显着提升，未计利息及税项前盈利（EBIT）突破人民币70亿元新高，股东应占溢利（PAS）同比增长17.3%。
- 4. 本集团在线业务快速发展并领跑行业，已与阿里巴巴、美团闪购、京东、饿了么、歪马送酒等平台达成战略合作，2025年上半年在线业务和实时零售业务整体商品交易总额（GMV）分别同比增长接近四成和五成。

注* 请见第5页附注有关啤酒业务特别项目的明细



啤酒业务 – 高端化和三精卓有成效

普高档及以上产品销量增长多于 **+10%**

其中，**喜力®**销量增长超过 **+20%**

老雪销量增长超过 **+70%**

红爵销量增长超过 **+100%**

次高档及以上产品销量增长 **中至高单位数**



本集团积极拥抱新的消费趋势，开发德式小麦啤酒、茶啤、果啤、青稞啤酒等特色产品，满足个性化和差异化的消费需求，亦推出高端产品「垦十四」，发展中国种植大麦的新品类。本集团亦探索新的业务模式，积极推动定制、代加工业务快速发展。

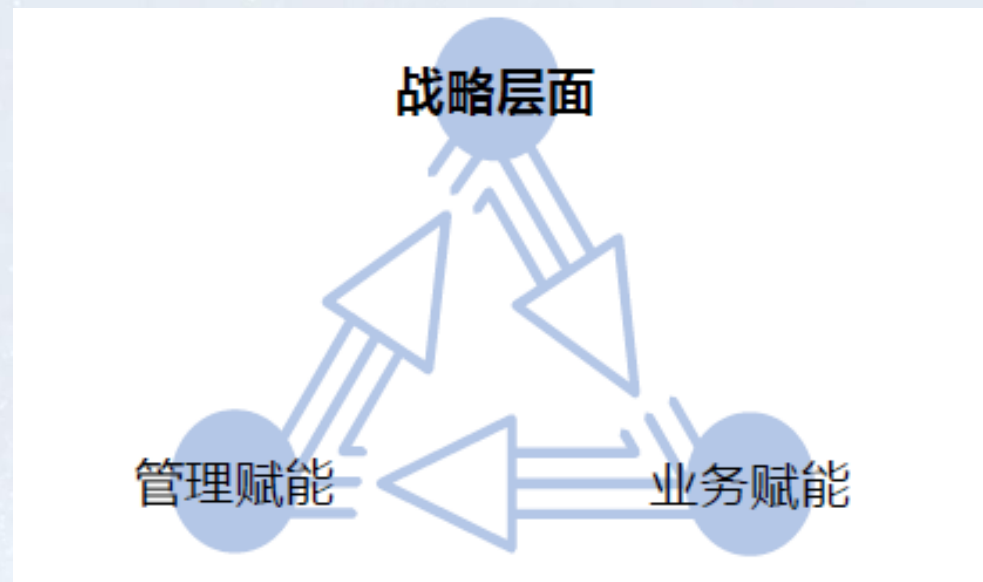




啤酒业务 – 啤白双赋能

啤白双赋能 - 四大优势，三轮驱动

- 利用华润啤酒建立的**发展经验、资源、管理机制、上市平台**的四大优势
- 发挥出**华润啤酒、华润雪花和华润酒业各自优势**，形成三轮驱动
- 在多方面实现双向赋能、协同互补，培育出**新的核心竞争能力**



做啤酒新世界的 领导者





做啤酒新世界的领导者

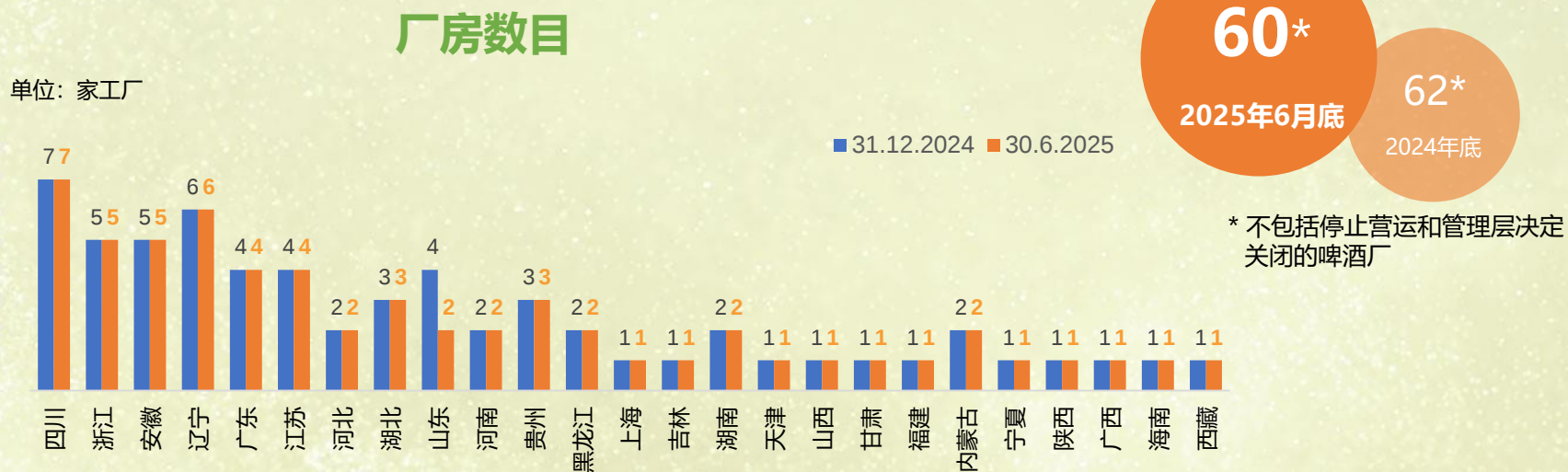
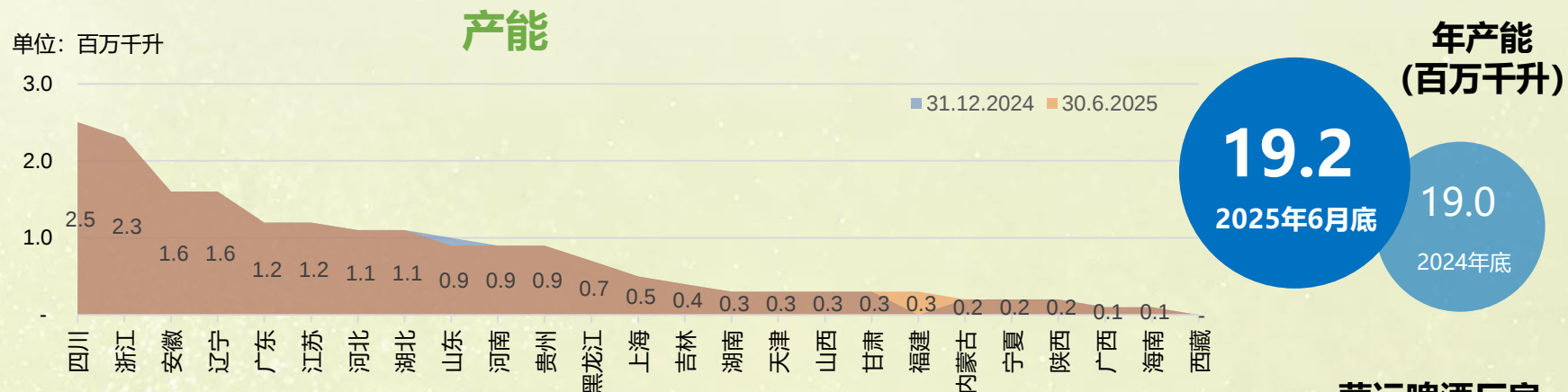
- 1 高品质时代**
生产装备、技术工艺、产品质量等达到国际水平
- 2 高水平生产时代**
拥有一流装备、现代化物流、进行数字化工厂探索等
- 3 高收益时代**
收入、利润、ROE、企业市值等进入有质高增长轨道
- 4 好品牌时代**
中国品牌和国际品牌纷呈，大品牌、大单品涌现，品牌价值增厚
- 5 高端化时代**
价格梯度逐级上升，品类价值回归，顶部价格破窗
- 6 多元化时代**
在积极做大主业的情况下向其他酒类扩展
- 7 CR5时代**
竞争格局基本稳定，CR5占有率集中度高
- 8 命运共同体时代**
产业实现共荣、共创、共享，各方共同维护行业秩序，维护产业发展





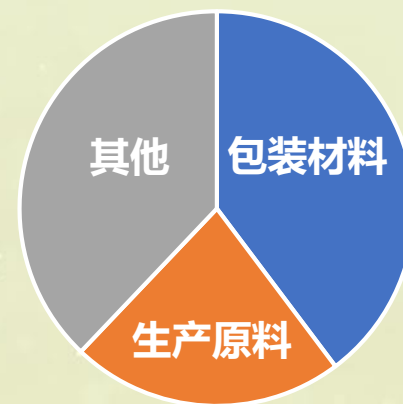
多种举措提升成本效益

集约化产能与具有优势的采购规模

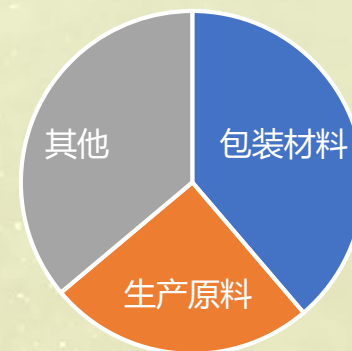


生产成本构成

2025年上半年



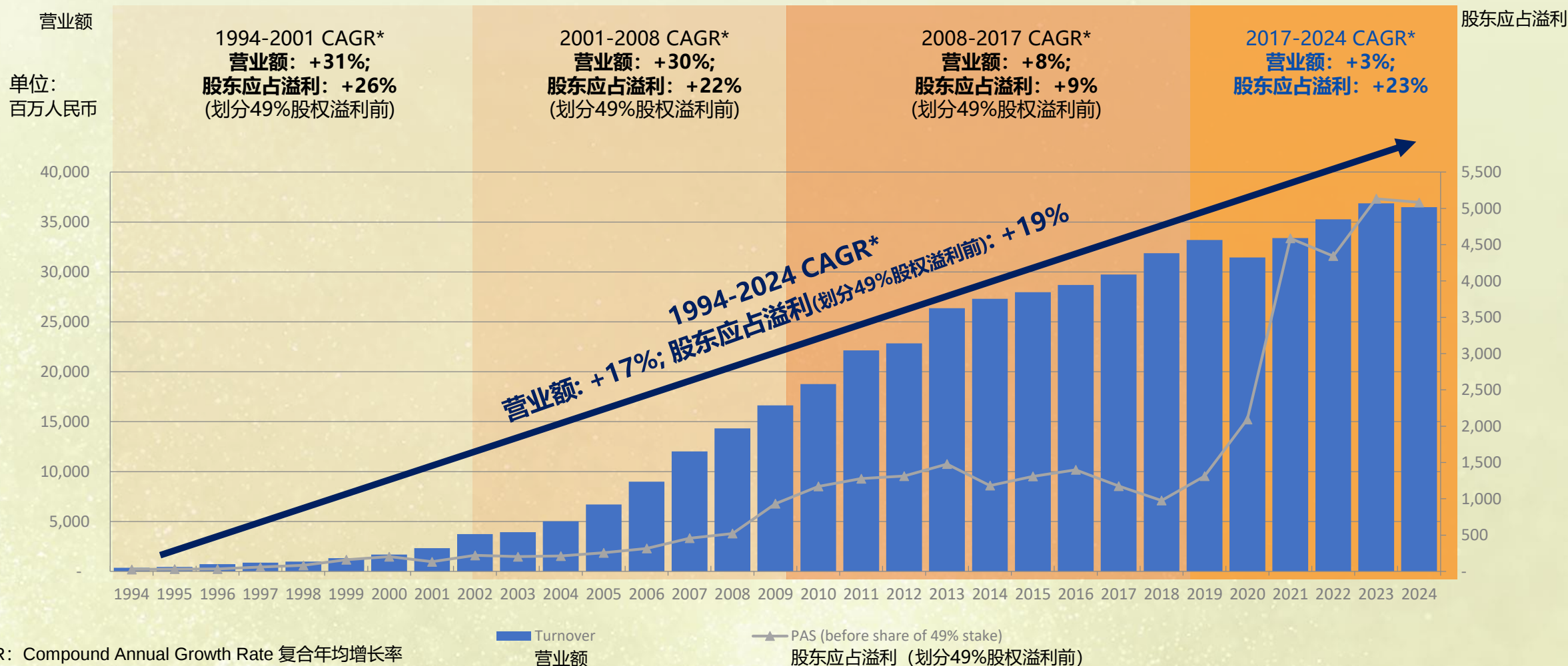
2024年上半年





高端化发展成果丰硕

啤酒业务利润率阶段性大幅提升





强强联手，顺利拓展中国高端啤酒市场

上半年喜力®销量同比增长超过20%

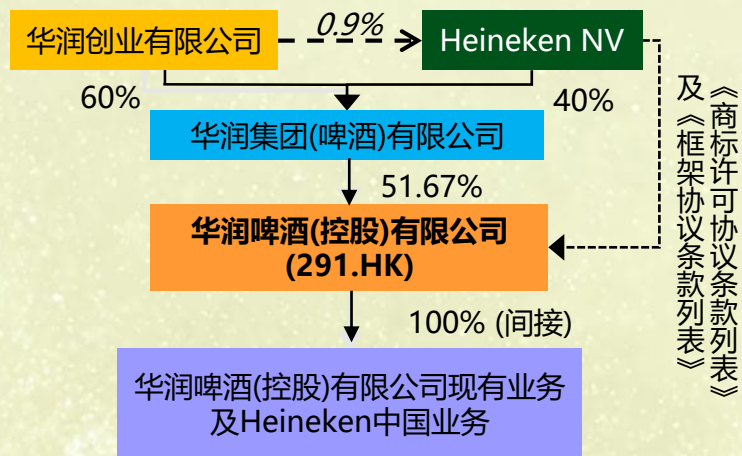


- 中国领先啤酒企业
- 拥有覆盖不同年龄段、价格档次的丰富品牌组合
- 打造大单品的成功经验
- 啤酒产能辐射全国，最佳渠道分销能力
- 对中国市场深入了解
- 背靠华润集团的强力支持



- 1864年成立，品牌历史悠久
- 喜力®是在中国认可度最高的国际啤酒品牌之一
- 世界第二大啤酒酿酒商，产品销往190多个国家
- 丰富的产品研发经验，高端啤酒和苹果酒广受认可
- 长期投入品牌建设，与多种全球运动赛事深度捆绑
- 独家运营海南省唯一一家啤酒厂

合作架构



合作目标



树立国际品牌在中国的高端化属性



力争喜力®在人民币12-15元的细分市场里占有重要地位



“中国品牌+国际品牌”组合搭配，占有整体中国高端啤酒市场的高市场份额



数字化升级

通过数据赋能业务降本增效，并挖掘业务新的增长点

建设采购商城，采购与财务管理一体化管控，通过数字化工具辅助业务决策

智慧采购

加快推进智能制造蓝图落地，打造智能工厂、建设生产作业指挥中心；推动环境安全监控系统与工业互联网平台协同，提升设备、备品备件管理及系统连通

智能制造

深化营运数字化体系建设，实现供应链业务执行数字化管理；推进从计划到执行的供应链业务数字化闭环管理

供应链供应塔

优化提升CRM系统，支持终端店“常更长新”；通过优化营销费用管理系统，建立费用预警和评价体系；通过优化小程序，数据分析以及消费者数据平台，助力营销活动和品牌高端化

数字化营销

深化财务共享运营，加强财务、人力业务数据的分析应用能力，释放人员的创造性，通过数据赋能业务管理，同时通过共享能力赋能白酒项目公司，提升管理水平和效率

共享运营

结合项目公司现状和啤酒业务经验，采取先建立职能管理能力以及业务基础数字化能力，再结合发展战略、逐步完善前台业务应用的策略。重点围绕生产、职能领域加速赋能，实施供应链金融、码中台系统建设

白酒+

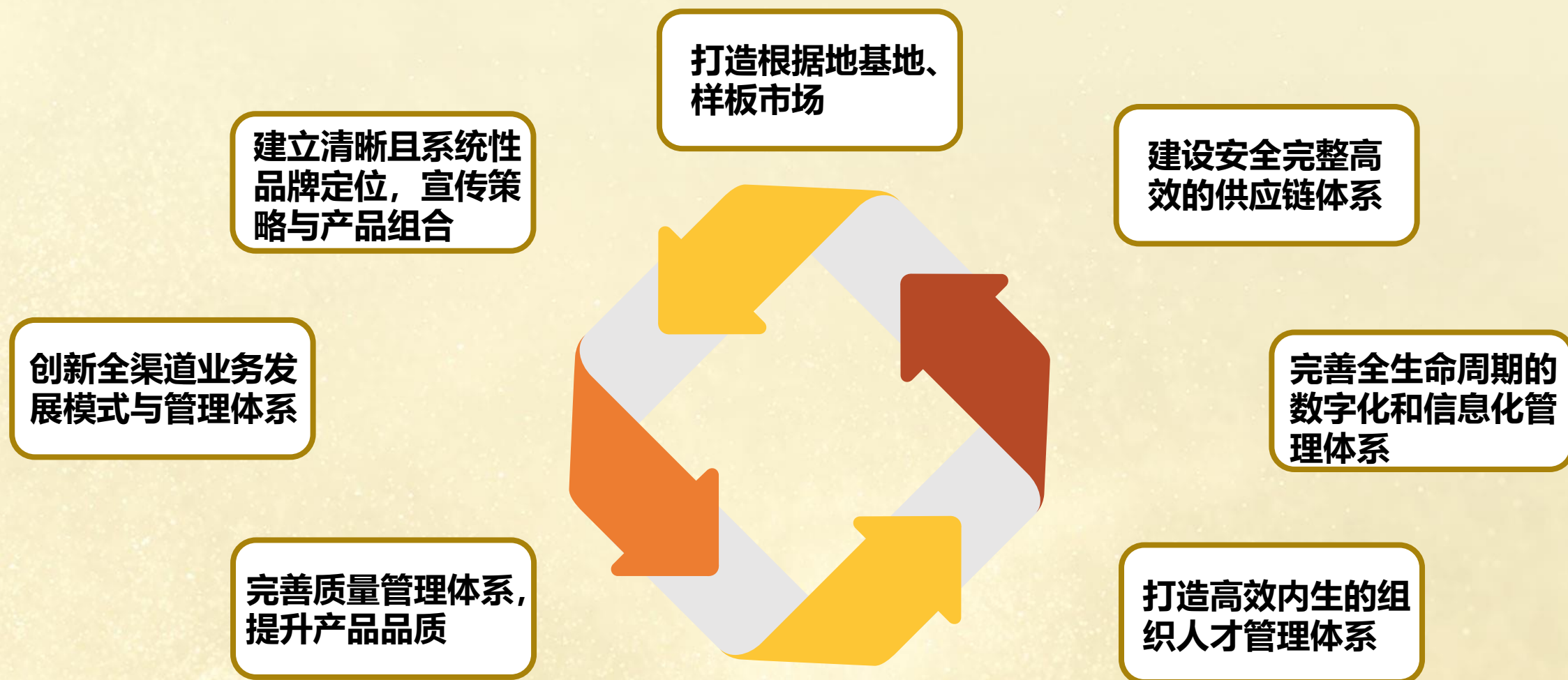
做白酒新世界的探索者





做白酒新世界的探索者

七大业务策略推进高质量发展





做白酒新世界的探索者

打造大单品矩阵

做成 “1” 支全国性高端白酒头部的品牌



做成 “1” 支全国中档及以下的品牌



做成 “N” 支有价值的区域品牌





主要奖项

颁授机构	奖项	详情
Extel	2025年度亚洲最佳管理团队	- 最受尊崇企业 (消费品：日用品类行业) - 最佳首席执行官 (消费品：日用品类行业) - 最佳首席财务官 (消费品：日用品类行业) - 最佳投资者关系人员 (消费品：日用品类行业) - 最佳投资者关系团队 (消费品：日用品类行业) - 最佳投资者关系方案 (消费品：日用品类行业) - 最佳环境、社会及管治方案 (消费品：日用品类行业) - 最佳董事会 (消费品：日用品类行业) China Resources Beer MOST HONORED COMPANY 2025 All-Asia Executive Team 
香港投资者关系协会	第十一届投资者关系大奖	- 整体最佳投资者关系公司大奖 - 大型股 - ESG卓越大奖 - 大型股 - 最佳投资者关系 (主席/首席执行官) - 大型股 - 最佳投资者关系 (首席财务官) - 大型股 - 最佳投资者关系专员 - 大型股 - 最佳投资者关系公司 - 大型股 - 最佳投资者团队 - 大型股 - 最佳环境、社会及管治 (环境) - 大型股 - 最佳环境、社会及管治 (社会) - 大型股 - 最佳环境、社会及管治 (企业管治) - 大型股 - 最佳投资者会议 - 大型股 - 最佳投资者关系推介素材 - 大型股 - 最佳年报 - 大型股   IR Awards



主要奖项

颁授机构	奖项	详情
《亚洲企业管治》杂志	2025年度亚洲卓越表现大奖	• 亚洲最佳首席执行官 (投资者关系) • 亚洲最佳首席财务官 (投资者关系) • 最佳投资者关系人员 • 最佳投资者关系企业 • 最佳环境责任 • 最佳企业传播 
《福布斯》杂志	全球2000强企业	• 名列第1969位
路演中、卓越IR	第八届中国卓越IR评选	• 最佳路演中国奖 • 最最佳ESG奖



主要奖项 (续)

颁授机构	奖项	详情
香港董事学会	董事嘉奖系列2024	- 杰出董事奖 (上市公司董事会类别) - 气候管治奖 (上市公司董事会类别)  
香港上市公司商会、香港浸会大学公司治理与金融政策研究中心	2024年度香港公司管治与环境、社会及管治卓越奖	环境、社会及管治卓越奖 (恒生指数成份股公司) 
《机构投资者》杂志	2024年度亚洲最佳管理团队	- 最受尊崇企业 (消费品：日用品类行业) - 最佳首席执行官 (消费品：日用品类行业) - 最佳首席财务官 (消费品：日用品类行业) - 最佳投资者关系人员 (消费品：日用品类行业) - 最佳投资者关系团队 (消费品：日用品类行业) - 最佳投资者关系方案 (消费品：日用品类行业) - 最佳环境、社会及管治方案 (消费品：日用品类行业) - 最佳董事会 (消费品：日用品类行业) 
《IR Magazine》	IR Magazine 奖项 - 2024年大中华地区	- 最佳整体投资者关系大奖 (大型企业) - 最佳投资者关系大奖：消费品 - 最佳国际投资者关系大奖 



主要奖项 (续)

颁授机构	奖项	详情
香港投资者关系协会	第十届投资者关系大奖	- 整体最佳投资者关系公司大奖 - 大型股 - ESG卓越大奖 - 大型股 - 最佳投资者关系（主席/首席执行官） - 大型股 - 最佳投资者关系（首席财务官） - 大型股 - 最佳投资者关系专员 - 大型股 - 最佳投资者关系公司 - 大型股 - 最佳投资者团队 - 大型股 - 最佳环境、社会及管治（环境） - 大型股 - 最佳环境、社会及管治（社会） - 大型股 - 最佳环境、社会及管治（企业管治） - 大型股 - 最佳投资者会议 - 大型股 - 最佳投资者关系推介素材 - 大型股 - 最佳年报 - 大型股 
《亚洲企业管治》杂志	2024年度亚洲卓越表现大奖	- 亚洲最佳首席执行官（投资者关系） - 亚洲最佳首席财务官（投资者关系） - 最佳投资者关系企业 - 最佳企业传播 - 最佳投资者关系人员 
《福布斯》杂志	全球2000强企业	名列第1580位
毕马威	毕马威第二届ESG 50榜单•2024	绿色低碳先锋榜单
灼见名家、香港恒生大学	第三届ESG大奖	ESG披露奖
明报	环境、社会及企业管治大奖2024	卓越ESG企业大奖 - 上市公司（酿酒） 



主要奖项 (续)

颁授机构	奖项	详情
am730	ESG绿色发展及碳中和大奖	杰出可持续企业大奖 - 上市公司 (饮料) 
TVB	环境、社会及管治大奖2024	ESG特别嘉许奖
每日经济新闻	2024第九届中国酒业金樽奖评选	年度中国酒业上市公司ESG先锋奖
每日经济新闻	2024上市公司口碑榜	大消费最具成长上市公司
每日经济新闻、深圳商报、清华大学经济管理学院中国企业研究中心	第八届中国上市公司品牌价值榜	- 总榜TOP100 - 大湾区榜TOP100
《亚洲周刊》杂志	三十六周年酒会暨颁奖典礼	2023亚洲卓越品牌大奖 2022-2023 ESG企业大奖
新城财经台	湾区企业可持续发展大奖2024	- 湾区企业可持续发展大奖2024 - 杰出湾区企业 - 社会可持续发展奖 - 杰出湾区企业 - 绿色可持续发展奖 - 杰出湾区企业 - 企业管治杰出大奖 
《资本杂志》	环境社会及企业管治大奖2024	环境社会及企业管治大奖



主要奖项 (续)

颁授机构	奖项	详情
香港股票分析师协会	上市公司年度大奖2024	上市公司年度大奖
粤港澳大湾区上市公司联合会	大湾区上市公司ESG100绿色发展大奖	年度突出价值奖
《am730》《亚洲公关》《凤凰网港股》	杰出上市公司大奖2024	杰出上市公司大奖 
《香港商报》《亚洲公关》《Think ESG》	ESG杰出大奖2024	ESG杰出大奖 
美国传媒专业联盟	2023年报视觉奖	- 中文年报50强 - 行业卓越奖：金奖 - 技术成就奖 
香港商业时报	香港商业时报企业大奖2024	最杰出酒类产品生产及分销业务 
香港社会服务联会	2023/24「商界展关怀」计划	获颁「商界展关怀」标志 

明天会更好





免责声明

本演示材料的内容仅供参考之用。本公司，华润啤酒(控股)有限公司及其属下公司概不对因使用或依赖全部或部分本演示材料或其内容引致之损失，或因本演示材料产生之损失承担任何责任。

本演示材料及之后讨论基于本公司管理层对本公司经营业务及行业现状而作出的任何相信，假设，预期，预计和预测可能构成“前瞻性声明”。该等声明包括，但不限于任何有关营业额，盈利和股价表现。“相信”，“企图”，“预期”，“预计”，“预测”等字均构成前瞻性声明。该等声明并不保证未来表现及受到风险，不确定及其他超越本公司能控制的范围和较难预测的因素，包括但不限于股价波动，实际需求，汇率变动，发展情况，市场份额，竞争，环境风险，法律，财务和监管制度改变，国际经济和财务情况，政治风险，项目延误，项目审批，成本预算及其他风险。投资者请留意，实际业绩有可能与前瞻性声明内容差距较大。