

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



華潤創業有限公司

China Resources Enterprise, Limited

(於香港註冊成立的有限公司)

(股份代號: 291)

財務及業績回顧

二零一三年第三季度

此公告為華潤創業有限公司(「本公司」)自願性披露，以務求進一步提升本公司企業管治的水準，並加強其透明度。本公司將繼續公佈未來季度財務和業務回顧報表。

二零一三年第三季度的財務和業務回顧乃根據香港普遍採納之會計原則編製，未經審核。

本公司董事欣然公佈截至二零一三年九月三十日止第三季度及首九個月之未經審核財務及經營狀況。

財務概要

	截至九月三十日止三個月		截至九月三十日止九個月	
	二零一三年 (未經審核) 港幣百萬元	二零一二年 (未經審核) 港幣百萬元	二零一三年 (未經審核) 港幣百萬元	二零一二年 (未經審核) 港幣百萬元
營業額	40,583	34,209	112,440	98,168
本公司股東應佔溢利	920	1,138	1,938	3,373
每股基本盈利 ¹			港幣 0.81 元	港幣 1.40 元
			於二零一三年 九月三十日 (未經審核) 港幣百萬元	於二零一二年 十二月三十一日 (經審核) 港幣百萬元
本公司股東應佔權益			42,168	40,742
非控制股東權益			14,222	13,042
總權益			56,390	53,784
綜合借款淨額			-	1,330
負債比率 ²			淨現金	2.5%
每股資產淨值(賬面值):			港幣 17.55 元	港幣 16.97 元

附註:

- 截至二零一三年及二零一二年九月三十日止九個月之每股攤薄盈利分別為港幣 0.81 元及港幣 1.40 元。
- 負債比率指綜合借款淨額與總權益的比例。

營業額及溢利分析表

	截至九月三十日止三個月			截至九月三十日止九個月		
	二零一三年 (未經審核) 港幣百萬元	二零一二年 (未經審核) 港幣百萬元	增加/ (減少) %	二零一三年 (未經審核) 港幣百萬元	二零一二年 (未經審核) 港幣百萬元	增加/ (減少) %
各項業務之營業額						
零售	23,920	20,942	14.2%	71,827	63,067	13.9%
啤酒	11,332	9,153	23.8%	27,410	23,786	15.2%
食品	3,171	2,636	20.3%	8,175	7,750	5.5%
飲品	2,494	1,619	54.0%	5,869	3,908	50.2%
	40,917	34,350	19.1%	113,281	98,511	15.0%
對銷業務間之交易	(334)	(141)	136.9%	(841)	(343)	145.2%
總額	40,583	34,209	18.6%	112,440	98,168	14.5%

	截至九月三十日止三個月			截至九月三十日止九個月		
	二零一三年 (未經審核) 港幣百萬元	二零一二年 (未經審核) 港幣百萬元	增加/ (減少) %	二零一三年 (未經審核) 港幣百萬元	二零一二年 (未經審核) 港幣百萬元	增加/ (減少) %
各項業務之股東應佔溢利						
零售	84	488	(82.8%)	721	2,242	(67.8%)
啤酒	749	503	48.9%	1,107	878	26.1%
食品	30	127	(76.4%)	101	271	(62.7%)
飲品	90	58	55.2%	129	88	46.6%
	953	1,176	(19.0%)	2,058	3,479	(40.8%)
公司總部利息淨額及費用	(33)	(38)	(13.2%)	(120)	(106)	13.2%
總額	920	1,138	(19.2%)	1,938	3,373	(42.5%)

營業額及溢利分析表 (續)

各項業務扣除資產重估及 出售主要非核心資產/ 投資影響之股東應佔溢利	截至九月三十日止三個月			截至九月三十日止九個月		
	二零一三年 (未經審核) 港幣百萬元	二零一二年 (未經審核) 港幣百萬元	增加/ (減少) %	二零一三年 (未經審核) 港幣百萬元	二零一二年 (未經審核) 港幣百萬元	增加/ (減少) %
零售 ^甲	75	77	(2.6%)	699	727	(3.9%)
啤酒	749	503	48.9%	1,107	878	26.1%
食品 ^乙	30	68	(55.9%)	101	212	(52.4%)
飲品	90	58	55.2%	129	88	46.6%
	944	706	33.7%	2,036	1,905	6.9%
公司總部利息淨額及費用	(33)	(38)	(13.2%)	(120)	(106)	13.2%
總額	911	668	36.4%	1,916	1,799	6.5%

附註:

截至二零一三年九月三十日止九個月，

甲、 零售業務的業績不包括金額合計約港幣 0.22 億元(二零一二年: 港幣 15.15 億元)的出售非核心投資所得淨利及投資性物業淨估值盈餘。

乙、 食品業務的二零一二年業績不包括金額合計約港幣 0.59 億元的出售非核心投資所得淨利及投資性物業淨估值盈餘。

主要會計政策

除採納香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的若干適用於本集團二零一三年一月一日開始會計期間的新及經修訂準則、修訂及詮釋外，編製本季財務報告所用的會計政策與編製截至二零一二年十二月三十一日止年度全年財務報告所用者一致。

引用該等新及經修訂準則、修訂及詮釋對本集團於回顧會計期間及以往會計期間業績及財務狀況並未構成重大影響，故毋須作出任何前期調整。

本集團並未提前採用香港會計師公會已頒佈但尚未生效的新及經修訂準則及修訂。本集團已展開評估上述新及經修訂準則及修訂之影響，惟未能確定該等新及經修訂準則及修訂對其經營業績及財務狀況是否有重大影響。

管理層討論與分析

業務回顧

本集團於二零一三年第三季度及首九個月的未經審核綜合營業額分別為港幣40,583,000,000元及港幣112,440,000,000元，分別較去年同期增加18.6%及14.5%。於二零一三年第三季度及首九個月本公司未經審核之股東應佔綜合溢利分別為港幣920,000,000元及港幣1,938,000,000元，分別較去年同期減少19.2%及42.5%。剔除資產重估及重大出售事項之稅後收益，本集團於二零一三年第三季度及首九個月本公司未經審核之股東應佔基礎綜合溢利分別較去年同期增加36.4%及6.5%。

今年以來，受需求減弱、產能過剩和政策調控等因素的影響，我國經濟增長持續放緩，但城鎮化的加快推進、消費和出口的恢復性增長以及基數因素，又為經濟保持穩定甚至小幅回升奠定了基礎。本集團相信國家加快推進轉型升級、努力保障和改善民生的政策措施將令消費品行業未來發展更為樂觀，本集團將把握於中國經濟未來反彈的機遇，以進一步拓展業務。展望未來，我們將繼續全面執行擴張計劃，同時通過內涵式增長提升盈利能力，穩步邁向成為中國最大消費品企業之目標。

零售業務

本集團的零售業務於二零一三年第三季度的營業額為港幣23,920,000,000元，較去年同期增加14.2%，首九個月的營業額則為港幣71,827,000,000元，較去年同期增加13.9%。二零一三年第三季度的應佔溢利為港幣84,000,000元，較去年同期減少82.8%，首九個月的應佔溢利則為港幣721,000,000元，較去年同期減少67.8%。剔除稅後估值盈餘及處理非核心資產的影響後，本業務於二零一三年第三季度及首九個月的應佔溢利分別較去年同期減少2.6%及3.9%。

本集團的零售業務主要由超級市場、「中藝 Chinese Arts & Crafts」、「華潤堂 CRCare」、藥妝店「采活 VIVO」及「太平洋咖啡 Pacific Coffee」等業務組成。於二零一三年九月底，本集團在中國共經營超過4,500間店舖，其中約83%是直接經營，其餘則為特許經營。

於回顧期內，在「穩增長」政策支撐下，國內宏觀經濟形勢呈現積極態勢，社會消費品零售總額增長幅度有所回暖，一線城市消費者的消費意願上升。今年首九個月的同店銷售按年增長5.9%。銷售增長主要受益於積極開拓新區域、新門店。然而，受各地上調最低工資及行業正常加薪影響，對本業務的經營利潤構成壓力。為此，本業務積極採取措施全面地合理控制各項營運成本，當中包括通過業態多元化發揮協同效應，提升租賃談判的議價能力；不斷擴大經營規模，降低分攤成本，實現規模效益，籌建能源管理系統，推進門店節能改造；以及不斷梳理工作崗位，完善用工制度。

與此同時，為進一步提高市場份額，促進本集團零售業務在全國的影響力，本業務持續進行拓展新市場的網絡佈局，亦適當調整開店時點，積極檢討商品結構和經營策略。於回顧季度內，去年併入之江西洪客隆百貨投資有限公司的門店全面升級為「華潤萬家 CR Vanguard」，「Ole'」上海靜安嘉里中心新一代概念店首次進駐華東。本業務亦通過與全國性供應商開展以精益管理為主題的交流活動，發掘了提高業績新的機會增長點，肯定了以客戶為導向的企業價值精髓。

此外，二零一三年十月，本集團與Tesco PLC（「Tesco」）就整合中國零售業務，成立合資公司達成協議。該協議仍有待政府監管機構和本公司股東的批覆。根據協議內容，Tesco將把目前在內地經營的134間門店及19間購物商場注入合資公司。Tesco以注入資產和現金港幣43.25億元認購合資公司新發股份，使得本集團與Tesco分別持有該合資公司80%及20%的股權。該合資公司將成為本集團與Tesco之獨家平台，主要於大中華通過從事大賣場、超級市場、便利店、現購自運業務和酒類專賣店（以及任何前述各項之網上／互聯網同類店舖）進行多種類零售業務。合資公司將成為大中華領先之多業態的零售商，支援快速增長及提升盈利能力，使國內專才與國際最佳營運實踐達成融合，為中國消費者提供更優良的零售服務，實現龐大的成本及營運協同效益。

展望未來，本集團零售業務將堅定實施以大賣場為主力業態，依託根據地驅動多業態擴張；通過均好運營及資源掌控，成為行業領導者戰略。加快成熟業態的拓展進度，鞏固在國內主要區域市場的領先地位；加快拓展三四線城市以及鄉鎮縣級市場；繼續推進「農超對接」基地的建設，打造「食品安全示範店」和「環保節能示範店」；加快推進對收購門店的工程改造，為客戶提供更為舒適的購物環境，提升門店形象。同時，全面規劃落實內部精益管理各項措施，促進內涵增長；主動推進供應鏈整合關係，進一步明確供應鏈的發展方向。

啤酒業務

本集團的啤酒業務於二零一三年第三季度的營業額為港幣11,332,000,000元，較去年同期增加23.8%，首九個月的營業額則為港幣27,410,000,000元，較去年同期增加15.2%。二零一三年第三季度的應佔溢利為港幣749,000,000元，較去年同期增加48.9%，首九個月的應佔溢利則為港幣1,107,000,000元，較去年同期增加26.1%。

本業務於二零一三年首九個月的啤酒銷量較去年同期上升逾8%至約9,831,000千升，其中行銷全國的「雪花 Snow」啤酒銷量同比上升9%至約8,984,000千升，佔總銷量超過90%。今年首九個月啤酒銷量保持增長，主要是持續完善產能佈局、推進品牌推廣，以及分銷管道建設和終端管理服務湊效所致。於本年第三季度內全國廣泛地區氣溫較往常偏高促使啤酒市場整體容量有所增長，且本業務的精製酒銷量實現了快速增長，亦有助於提升銷量。

於回顧期內，面對激烈的市場競爭，本業務局部增加對促銷和市場宣傳費用的投入，在銷售收入顯著增加帶動下，經營利潤有所增長。與此同時，本業務通過發揮集中採購及規模優勢，積極推進精益生產，以控制成本壓力；並致力深化產品結構調整，從而提高平均銷售價格，穩固盈利空間。

本業務位於廣西、安徽、湖北及浙江等地新建的啤酒廠已於今年首九個月內相繼投產。於二零一三年九月底，本集團在中國內地經營超過90間啤酒廠，年產能約20,000,000千升。

此外，本集團的啤酒業務於二零一三年九月已完成向金威啤酒集團有限公司(「金威啤酒」)收購其7間啤酒釀造廠的啤酒生產、分銷及銷售業務。憑藉金威啤酒在中國市場尤其廣東地區的良好品牌聲譽及強大市場份額，加上其龐大的銷售網絡及優質生產設施，將提高本業務在廣東地區的競爭地位，並可進一步完善本集團於中國的銷售網絡，持續提升本集團在全國啤酒行業的領導地位。

展望未來，本集團啤酒業務將持續開展「雪花 Snow」品牌宣傳推廣活動，提升品牌的美譽度和忠誠度；加大對精製酒推廣，優化產品結構。與此同時，本業務將繼續謹慎尋求及評估投資商機，並結合內涵增長，提升市場份額，確保市場領先地位。

食品業務

本集團的食品業務於二零一三年第三季度的營業額為港幣3,171,000,000元，較去年同期增加20.3%，首九個月的營業額則為港幣8,175,000,000元，較去年同期增加5.5%。二零一三年第三季度的應佔溢利為港幣30,000,000元，較去年同期減少76.4%；而首九個月的應佔溢利較去年同期減少62.7%至港幣101,000,000元。剔除去年同期稅後估值盈餘及視為出售非核心資產之收益後，本業務於二零一三年第三季度及首九個月的應佔溢利分別較去年同期減少55.9%及52.4%。本業務正處於轉型期，新業務尚屬培養期，未形成規模，對本業務的盈利能力造成影響。

香港業務方面，香港生豬市場價格同比仍處於低位，對活畜經銷業務盈利構成壓力，本集團通過加強與供應商溝通得以提高貨源品質，部分緩解了價格下降的影響。受到生產週期性波動影響，生豬售價同比下降，而原材料價格仍維持高位，降低了養殖業務的效益，未來將通過加快華南地區自有養殖供港基地建設、改善豬源結構及品質，提升養殖管理水準以應對低迷的生豬市場。

內地肉食方面，今年以來國內生豬市場價格一直處於低位，第三季度略有回升，整體豬肉消費需求平穩。透過大力拓展鮮肉分割業務，並在多個城市增設肉食專營零售門店，使營業額和毛利均有所增長。

內地綜合食品業務方面，通過促銷活動及邀請經銷商到訪公司等舉措，提升「五豐黎紅」品牌的效應，大幅提升了盈利能力。此外，繼去年收購深圳分銷業務後，大米分銷業務於回顧期內完成收購上海、陝西、湖北地區的分銷業務，並在大米優質產區黑龍江五常完成收購年產能10萬噸的大米生產加工業務，藉此利用銷售網絡和品牌基礎逐步向全國拓展銷售，致力打造「五豐 Ng Fung」大米優質品牌。

在回顧期內，本業務透過成功收購一項水果加工分銷業務的併購項目，為打造從源頭到零售終端的縱向一體化全產業鏈定下基礎，未來將繼續在全國大力拓展優質農產品基地，力爭成為中國果蔬業市場第一品牌。

展望未來，本集團食品業務將持續專注國內市場，不斷提升現有業務營運效率，積極推進發展戰略，透過「五豐 Ng Fung」品牌宣傳推廣、開拓新市場和併購活動，進一步提升國內業務的規模和盈利能力。

飲品業務

本集團的飲品業務於二零一三年第三季度的營業額為港幣2,494,000,000元，較去年同期增加54.0%，首九個月的營業額則為港幣5,869,000,000元，較去年同期增加50.2%。二零一三年第三季度的應佔溢利為港幣90,000,000元，較去年同期增加55.2%，首九個月的應佔溢利較去年同期增加46.6%至港幣129,000,000元。

本業務於二零一三年首九個月的飲品銷量較去年同期上升38%至約3,955,000千升，主要是「怡寶 C'estbon」純淨水銷量增長迅速，加上積極推廣飲料產品銷售所致。為進一步穩固純淨水業務在華南地區的領先地位，純淨水業務以廣東及湖南為核心市場，致力延伸周邊地區銷售網絡，藉着深化市場以加強競爭優勢。與此同時，本業務亦積極通過投放電視廣告及贊助“世界水日”活動等，以支持「怡寶 C'estbon」品牌的全國擴張，並帶動本業務銷售增長持續提高。

面對飲料產品市場競爭，本業務於回顧期內積極加強「麒麟 Kirin」系列飲料產品的市場宣傳投放及促銷力度，並增加與包裝水在銷售渠道上的協同投入，聚集重點城市；對品牌進行適度的本土化調整以擴闊消費群，從而提高產品知名度及認受性，強化市場競爭力。

展望未來，中國飲料行業持續保持較快的增長，尤以包裝水品類的增長更為亮眼，然而隨著消費者的飲品安全意識增強，對本業務的發展要求進一步提高。本業務將繼續加強產品監控、研發與推廣，結合優化營銷策略以提升品牌形象，提高市場份額。

財務回顧

資產抵押

於二零一三年九月三十日，本集團已抵押賬面淨值為港幣485,000,000元(二零一二年十二月三十一日：港幣391,000,000元)的資產，以獲取應付票據。

或然負債

於二零一三年九月三十日，本集團並無任何重大或然負債。

審慎行事聲明

董事局謹提醒投資者，上列財務數據乃以本公司內部記錄和管理帳目為基礎。上列二零一三第三季度及截至九月三十日止九個月的財務數據並未經核數師審閱或審核。本公司股東及準投資者在買賣本公司股份時，務請審慎行事。

承董事會命
主席
陳朗

香港，二零一三年十一月十四日

於本公告日期，本公司執行董事為陳朗先生（主席）、洪杰先生（首席執行官）、劉洪基先生（副主席）及黎汝雄先生（首席財務官）。非執行董事為杜文民先生、魏斌先生、閻颺先生、黃道國先生及陳鷹先生。獨立非執行董事則為黃大寧先生、李家祥博士、鄭慕智博士、陳智思先生及蕭炯柱先生。