



華潤啤酒(控股)有限公司

China Resources Beer (Holdings) Company Limited

2021年 業績發佈

投資者演示
2022年3月24日



業績回顧
RESULTS OVERVIEW



發展策略
DEVELOPMENT STRATEGY



市場認可
PERFORMANCE HONOR

01

業績回顧

RESULTS OVERVIEW



業績回顧

	2021年下半年 百萬人民幣	2020年下半年 百萬人民幣	變動	2021年 百萬人民幣	2020年 百萬人民幣	變動
營業額	13,753	14,040	-2%	33,387	31,448	+6%
未計利息及稅項前盈利	78	289	-73%	5,991	3,079	+95%
未計利息及稅項前盈利 (不計特別項目*)	249	752	-67%	4,652	3,828	+22%
本公司股東應佔溢利	296	15	+1873%	4,587	2,094	+119%
每股基本盈利 (人民幣)				1.41	0.65	+117%
每股股息 (人民幣)				0.566	0.259	+119%
- 末期				0.302	0.131	+131%
- 中期				0.264	0.128	+106%
派息率 (股息總和/股東應佔溢利)				40%	40%	-
股東回報率 **				20.1%	10.2%	+9.9%點
添置非流動資產及合營/聯營企業投資成本				3,573	1,011	+253%
淨資產				24,489	21,274	+15%
淨現金				5,396	4,614	+17%
現金比率				22.0%	21.7%	+0.3%點

注:

* 2021年全年特別項目: (i) 關廠相關的固定資產減值虧損和一次性員工確認補償及安置費用合共人民幣387百萬(2020年: 人民幣749百萬)和 (ii) 出讓土地權益所得溢利約人民幣1,726百萬(人民幣1,755百萬-人民幣29百萬)。

** 股東回報率 = 股東應佔溢利 / 平均本公司股東應佔權益

產品結構持續優化，高端化卓有成效

	2021年下半年 百萬人民幣	2020年下半年 百萬人民幣	變動	2021年 百萬人民幣	2020年 百萬人民幣	變動
銷量 (百萬千升)	4,719	5,063	-6.8%	11,056	11,102	-0.4%
銷售單價 (每千升人民幣)	2,914	2,773	+5.1%	3,020	2,833	+6.6%
營業額	13,753	14,040	-2%	33,387	31,448	+6%
毛利	4,769	5,045	-5%	13,074	12,075	+8%
未計利息及稅項前盈利	78	289	-73%	5,991	3,079	+95%
未計利息及稅項前盈利 (不計特別項目*)	249	752	-67%	4,652	3,828	+22%
股東應佔溢利 (不計特別項目*)	424	362	+17%	3,583	2,656	+35%
毛利率	34.7%	35.9%	-1.2%點	39.2%	38.4%	+0.8%點
未計利息及稅項前盈利率 (不計特別項目*)	1.8%	5.4%	-3.6%點	13.9%	12.2%	+1.7%點
股東應佔溢利率 (不計特別項目*)	3.1%	2.6%	+0.5%點	10.7%	8.4%	+2.3%點

高端化快速發展帶動銷售單價及毛利的提升。

盈利提升主要貢獻來自持續加快高端化發展，提升成本及費用效益，以及出讓土地權益所得溢利。

產品結構持續優化，高端化卓有成效

2021 vs 2020

次高檔及以上產品銷量
+27.8%

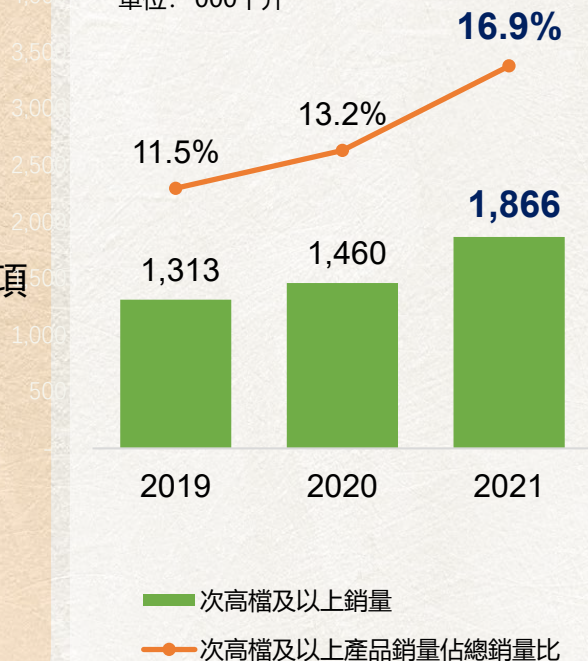
每千升毛利
+8.7%

每千升未計利息及稅項
前盈利
(不計特別項目*)
+22.0%

每千升股東應佔溢利
(不計特別項目*)
+35.5%

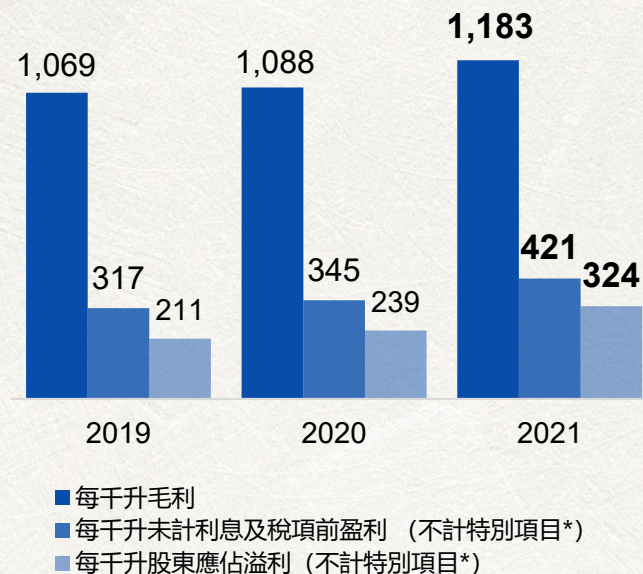
高端產品銷量比重 逐年攀升

單位：'000千升



公司核心盈利能力 穩步提升

單位：每千升人民幣



* 請見第4頁關於特別項目明細，項目稅率以標準稅率25%計算

02

發展策略

DEVELOPMENT STRATEGY



中國啤酒行業的領軍企業

關於我們

- 華潤啤酒（控股）有限公司於香港上市（股份代號291），是華潤（集團）有限公司屬下的啤酒上市公司，專營生產、銷售及分銷啤酒產品。
- 2017年以來公司實施“3+3+3”戰略，落地品牌重塑、產能優化、組織再造、營運變革、企業文化重塑、信息化升級等重大舉措專案，提質增效，盈利水準跨躍式增長

使命

- 引領產業發展，釀造美好生活

願景

- 未來，公司發展將聚焦“產品高端化、品牌多元化和國際化”，努力打造成為消費者信賴、員工自豪、行業領先的國際化釀酒企業

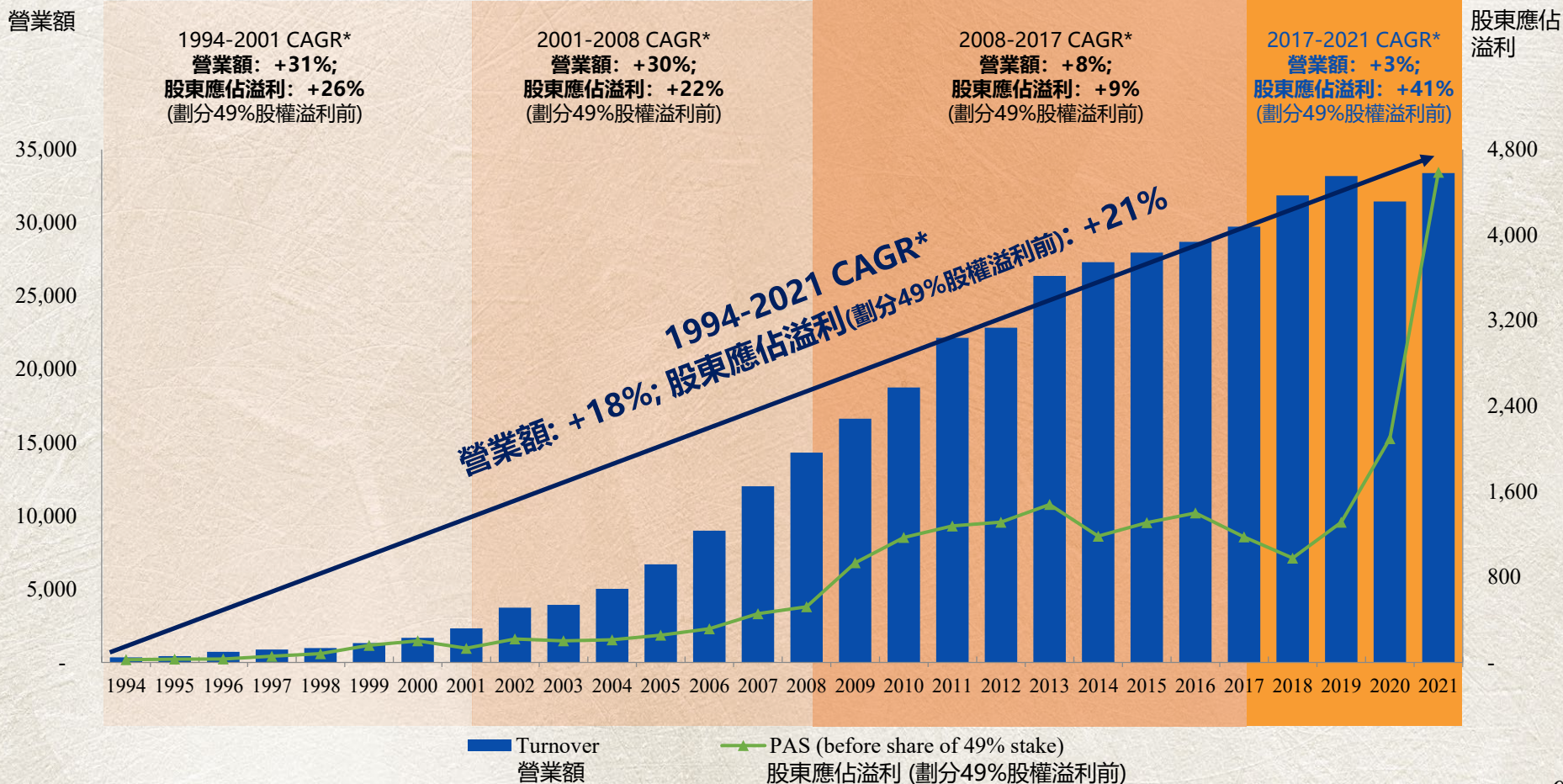


次高檔產品

高檔及超高檔產品

3+3+3 戰略發展路徑，成果豐碩

單位：百萬人民幣



*CAGR: 複合年均增長率 Compound Annual Growth Rate

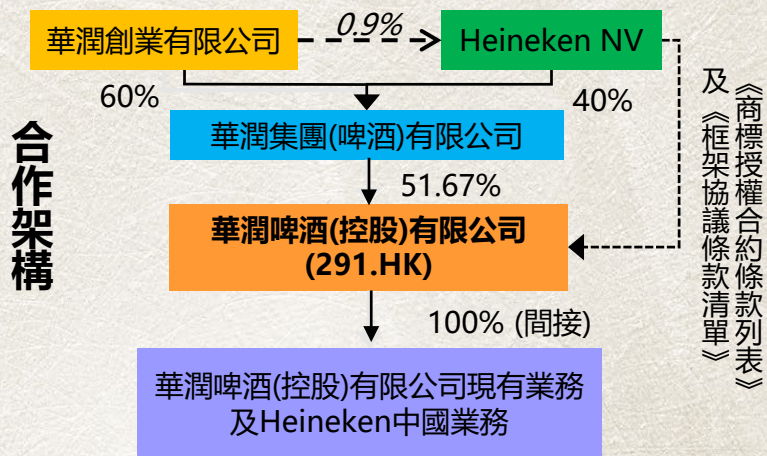
強強聯手，共拓中國高端啤酒市場




- 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

啤酒行業升級，迎來大繁榮高品質新時代

① 高品質時代：

生產裝備、技術工藝、產品品質等達到國際水準

② 高水準生產時代：

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佔有率達92%，集中度高

⑧ 命運共同體時代：

產業實現共榮、共創、共用，各方共同維護行業秩序，維護產業發展



中國酒業協會 “十四五”啤酒產業發展目標

高端及超高端

啤酒消費量佔比 **30%**

啤酒行業銷售收入 **人民幣2,400億元**

較“十三五”末 **+63.4%**

啤酒行業利潤 **人民幣300億元**

較“十三五”末 **+124.0%**

五大發展策略



品牌組合



大客戶平台



產能優化



成本管控



總部基地
及啤酒小鎮

聚勢而強 決戰高端

豐富產品組合，帶動高端銷售增長



禮
頂部傳承，打造中國頂級啤酒杰作



悠世Edelweiss
引進超高端白啤，打造中國市場最高檔的白啤品牌



紅爵Amstel
純正歐洲品質，豐富普高品牌組合



小啤汽
上市全國統一推廣飲料



黑獅玫瑰紅
豐富黑獅白啤口味



勇闖天涯

行業趨勢

- 中產階級崛起，居民消費能力提升
- 消費者需求個性化、多元化
- 啤酒行業消費升級是大勢所趨，中國高端啤酒佔比有望快速提升

應對措施

- ✓ 以中國品牌+國際品牌的組合，提供不同度數、口味、價格段的啤酒
- ✓ 滿足不同年齡段消費者在不同場景下的需求
- ✓ 聚焦年輕消費群體，優於行業水準的品牌投入

即將上市新品

- ① 雪花全麥純生，全麥釀造，純萃口感
- ② 喜力®0.0無醇啤酒，真正0酒精度，低卡無負擔
- ③ 黑獅#703櫻桃緋果啤，果香自然，超A超SLAY

佔據銷售渠道制高點，建設高端大客戶平台

鑄劍

- 爭取轉化市場優質客戶資源
- 有效鎖定“精二批”

賦能

- 編制聯合商業計劃
- 開展“火尖槍”培訓
- 提升大客戶運營管理和終端管理能力

建平台

- 運營大客戶平台



運營賦能



- 五維模型評估，針對性解決運營弱點



生產力賦能

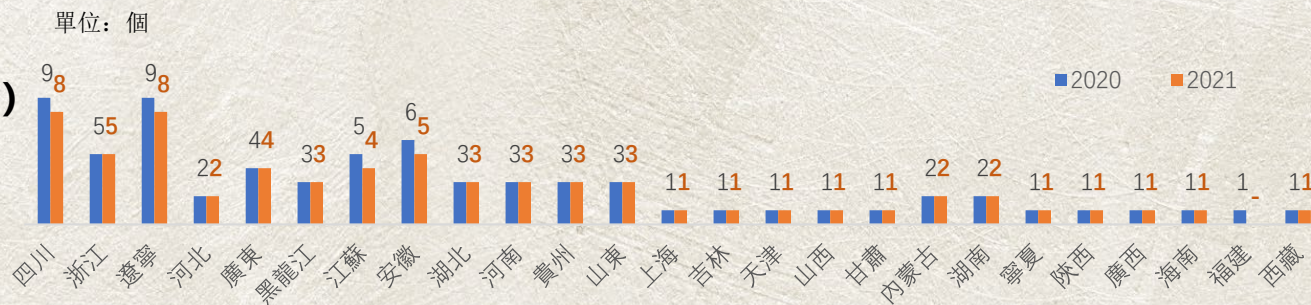
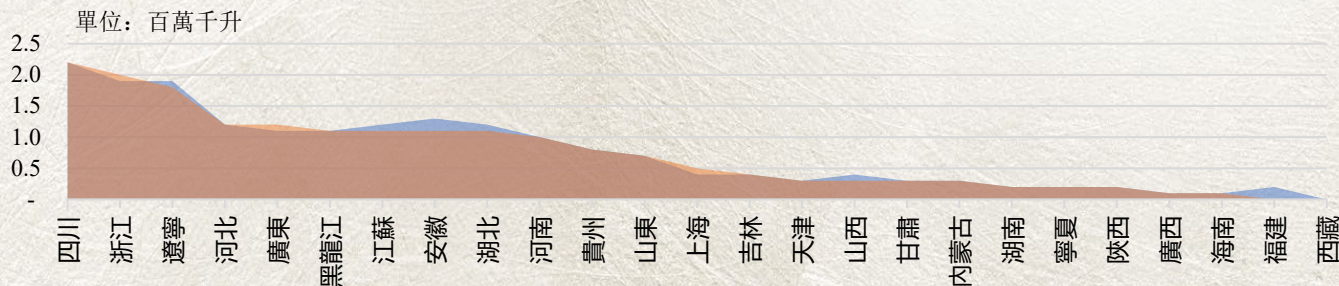
- 由總部統一與品牌供應商溝通，提供更多更全面的硬體升級選項予經銷商



專業賦能

- 針對細分渠道場所，追蹤行業新趨勢和掌握制高點

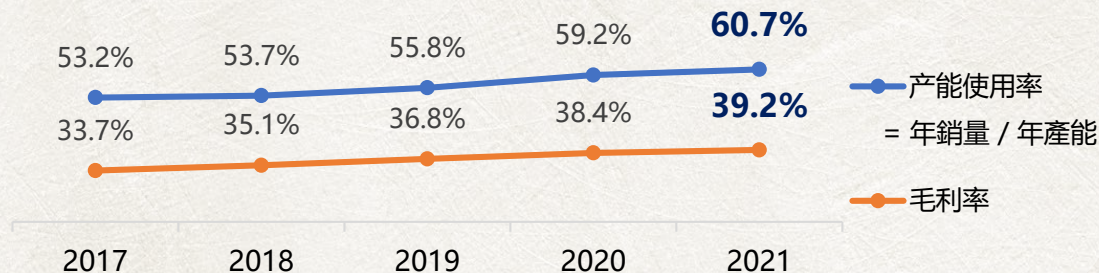
集約化產能佈局，降本增效



* 不包括停止營運和管理層決定關閉的啤酒廠

成立產能規劃專案組，致力提升產能佈局的可續性，持續優化產能，降本增效成果顯現

產能優化帶動毛利率提升



全球靈活採購，有效控制成本

2021年啤酒原材料價格的急速上漲，驅動行業整體價格上漲

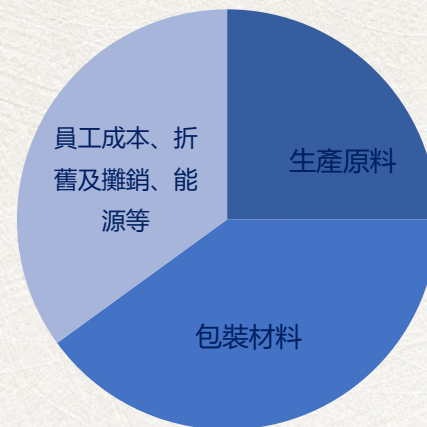
- ✓ 生產原料主要為大麥、啤酒花、酵母、大米、水等
- ✓ 包裝材料如鋁罐、紙箱、玻璃瓶等

預期2022年材料壓力仍然巨大

應對舉措：

- ① 建立星級供應商體系，保證原料品質穩定性
- ② 分階段分地區靈活提價，覆蓋成本壓力
- ③ 通過產品結構升級實現利潤提升
- ④ 增加大麥來源，扶持國產大麥種植

啤酒生產成本構成

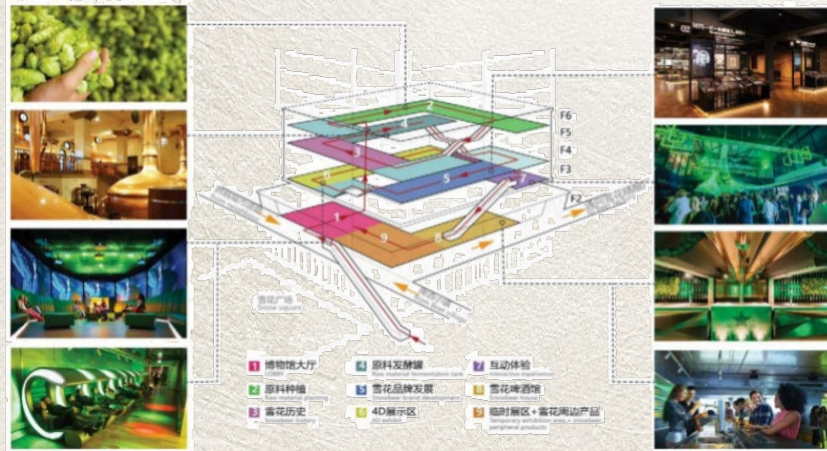
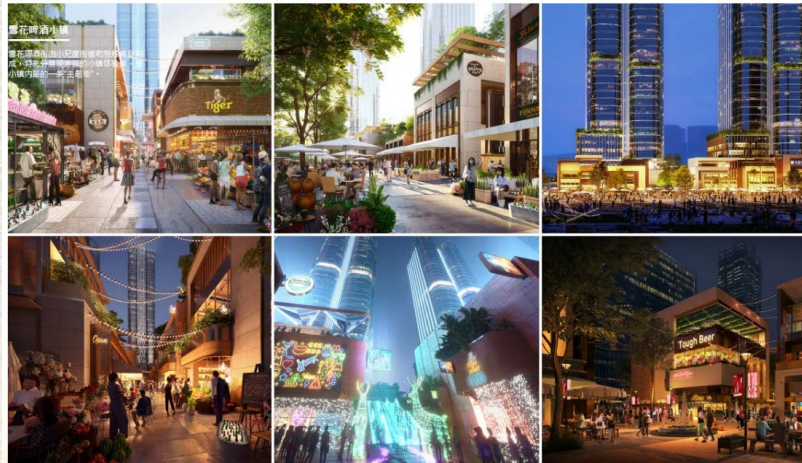


總部基地和啤酒小鎮建設

➤ 華潤雪花深圳總部基地專案

在地性、社交性、多元化的啤酒生活方式體驗社區，成為深圳及周邊年輕文化的重要組成部分

- 總部大廈
- 研發中心
- 啤酒博物館
- 精釀工廠
- 啤酒文化小鎮
- 啤酒休閒廣場等



➤ 雪花啤酒小鎮項目

- 精益、智慧、綠色、環保設計
- 打造針對年輕人群、極具吸引力、標杆的啤酒主題打卡點
- 以消費場景創新鑄造高端品牌形象，帶動高端啤酒銷售

03

市場認可

PERFORMANCE HONOR



主要獎項

<p>《機構投資者》 雜誌</p>	<p>2012-2013/ 2016-2021</p>	<p>消費日常品類別 <i>最佳投資者關係工作</i>: 第一名(2016/2018/2019/2021), 第三名(2020), <i>最佳投資者關係團隊</i>: 第一名(2020/2021), <i>最佳環境、社會及管治理念洞察企業</i>: 第一名(2018/2019/2021), 第二名(2020), <i>最佳企業治理</i>: 第一名(2018/2019), <i>最佳投資者關係公司</i>: 買方第一名(2013)及賣方第一名 (2012/2013), <i>最佳分析員日</i>: 第一名(2016/2018)及<i>最佳網站</i>: 第一名(2016), <i>亞洲最受尊敬企業之一</i>(2016-2021) 于 亞洲區公司管理團隊調查</p>
<p>香港投資者關 係協會</p>	<p>2015-2021</p>	<p>香港投資者關係大獎中獲得 <i>整體最佳投資者關係公司大獎 - 大型股</i> (2021), <i>ESG卓越大獎- 大型股</i> (2021), <i>最佳投資者關係公司 - 大型股</i> (2018-2021)/<i>中型股</i> (2015-2017), <i>最佳投資者會議 - 大型股</i> (2018-2021), <i>最佳年報 - 大型股</i> (2019/2020/2021), <i>最佳環境、社會及管治 (環境) - 大型股</i> (2020/2021), <i>最佳環境、社會及管治 (社會) - 大型股</i> (2021), <i>最佳環境、社會及管治 (管治) - 大型股</i> (2021), <i>最佳投資者關係 (企業交易) - 大型股</i> (2019), <i>最佳投資者關係團隊 - 大型股</i> (2019/2021), <i>最佳投資者關係推介材料 - 大型股</i> (2019/2021)/<i>中型股</i>(2016/2017), <i>最佳投資者關係3年獎</i> (2017) <i>最佳投資者關係5年獎 - 大型股</i> (2021)</p>

主要獎項 (續)

《亞洲企業管治》 雜誌	2010/2013-2021	最佳投資者關係企業(2013-2021), 亞洲最佳企業社會責任(2013 – 2016)及最佳環境責任(2010, 2013 – 2015, 2021)
	2019, 2021	環境, 社會及管治具影響力企業
	2010-2019, 2021	亞洲企業董事
	2006-2014, 2017-2019, 2021	亞洲企業典範(2014, 2017-2019, 2021), 亞洲最佳企業管治公司(2006-2010), 最佳亞洲企業(中國)(2012, 2013)
	2013-2014	年度亞洲最佳公司秘書
IR Magazine	2012-2014, 2018-2020	最佳投資者關係 - 消費品及服務行業, 最佳投資者關係 - 香港企業(2012, 2013)
	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)
	2018	最佳企業管治及披露
樂施會	2017	樂施扶貧企業夥伴獎於樂施扶貧企業夥伴計畫2016/17
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 - 恆生指數成份股」董事會類別
清華大學經管學院 中國企業研究中心及 每日經濟新聞	2018-2021 2020	中國上市公司品牌價值榜最高100家公司 2020中國酒業上市公司品牌價值榜三十大大 排名第四, 啤酒行業第一名

主要獎項 (續)

<p>MerComm, Inc.</p>	<p>2010-2019</p> <p>2020</p>	<p>總共 73個獎項</p> <p>12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, 插圖 (2013-2017, 2019)</p> <p>15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, 年報 - 印刷, 內頁設計 (2010-2017, 2019)</p> <p>25銅獎: 包括生產、銷售及分銷啤酒, 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, 年報 - 印刷(2011-2019)</p> <p>19優異獎: 食品/包裝品, 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, 傳統年報, 年報整體表現, 年報封面(特別處理), 非傳統年報, 年報(獨特演示), 整體表現, 封面設計, 年報 - 印刷(2011, 2013-2018)</p> <p>年報封面設計 - 地方/產品組別銅獎 (2020)</p> <p>年報印刷 - 食品/包裝品組別優異獎 (2020)</p>
<p>美國傳媒專業聯盟</p>	<p>2013-2020</p>	<p>消費品 - 食品/飲料/煙草組別: 白金獎 (2020), 最佳財務報告 - 銀獎 (亞太區) (2020), 白金獎: 日常消費品 - 食品/飲品/煙草組別 (2018/2019); 金獎: 日常消費品; 消費品 - 食品/飲品/煙草組別 (2013-2015/2017); 零售 - 各類零售組別 (2013)</p> <p>銀獎: 耐用消費品組別 (2016); 零售 - 各類零售組別 (2014); 零售 - 食品及特色食品組別 (2013/2014) 全球年報100強 - 50位(2020), 49位 (2019), 45位 (2018), 亞太區報告50/80強 (23位 2020) (20位 2019) (22位 2018)(2017), 亞太區報告80強排名第65位 (2016); 中國報告50強 (2020/2019), 80強 (2018), 中國報告60強 (2017), 中國報告40強 (2016); 及亞太區特別成就獎 (2019), 亞太區最有創意報告獎 (2018), 技術成就獎 (2017) 於 Vision年報比賽大獎 (2017年獎項包括年報和環境、社會、管治報告)</p>

主要獎項 (續)

每日經濟新聞	2021	最佳投資回報上市公司 明星產品 – 雪花純生.匠心營造
新浪財經	2020	金麒麟港股價值風雲榜中獲得最具領導力企業家
證券日報	2020	金駿馬獎中獲得最具工匠精神上市公司
《財富中國》雜誌	2011-2021	名列中國500強企業裡 第39/46/37/40/38/194/222/252/274/295/330位
《am730》《亞洲公關》 《鳳凰網港股》	2020-2021	傑出上市公司大獎中獲得傑出上市公司大獎 (主機板 – 大市值)
《鏡報》	2012-2018, 2021	獲得傑出企業社會責任獎
《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, 最佳資訊披露及透明度, 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)最佳資訊披露及透明度, 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, 最佳資訊披露及透明度, 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
	2021	香港最佳消費品行業上市公司
雪球	2021	2021金牌企業榜中獲得投資價值TOP榜

主要獎項 (續)

《經濟一周》雜誌	2019/2020 2018 2005-2016 2021	香港傑出上市企業, 非凡企業大獎 傑出環境社會企業管治大獎2018 傑出上市企業 傑出啤酒企業
《亞洲週刊》雜誌	2010/2012- 2016, 2018 2011	“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” (2016,2018)于全球華商1000排行榜 “最大市值企業大獎” 於中國大陸企業香港股市排行榜
《福布斯》雜誌	2011-2016, 2020/2021	於全球2000強企業名列第981/861/800/1067/1200/1628/1954/1865位
《財資》雜誌	2009-2010/ 2012-2016	白金獎: 2009/2010/2016 金獎: 2012-2015于財資企業獎項
《資本雜誌》及 《資本一周》雜誌	2011-2015 2019	企業社會責任大獎 業績表現大獎
香港股票分析師協會	2013-2018	上市公司年度大獎
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)于中國證券金紫荊獎項

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，專案延誤，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。

