

即時發佈
新聞稿

華潤啤酒公佈 2020 年全年業績 「決戰高端 質量發展」

- 本集團於 2020 年的綜合營業額為人民幣 31,448,000,000 元，按年減少 5.2%，主要受到疫情影響。
- 本集團於 2020 年的本公司股東應佔綜合溢利及未計利息及稅項前盈利，按年分別上升 59.6% 及 42.3% 至人民幣 2,094,000,000 元及人民幣 3,079,000,000 元。
- 本集團於 2020 年的整體啤酒銷量按年下降 2.9%，表現較行業水平好。受益於本集團推動決戰高端、「五點一線」落地及於 2019 年引入喜力國際品牌，本集團 2020 年次高檔及以上啤酒銷量達 1,460,000 千升，按年增長 11.1%，產品結構進一步提升，同時帶動平均銷售價格上升。
- 本集團持續豐富產品組合，於 2020 年第二季度推出高端產品「喜力®星銀™」啤酒，配合 2019 年推出的「雪花馬爾斯綠啤酒」和「黑獅白啤」兩款高端新產品，進一步支持高端化發展及提升品牌形象。
- 董事會議決派發末期股息每股人民幣 0.131 元。連同中期股息每股人民幣 0.128 元，2020 年度派息總額為每股人民幣 0.259 元。

〔香港，2021 年 3 月 22 日〕華潤啤酒（控股）有限公司（港交所股份代號：00291）（「本公司」，連同其附屬公司，統稱「本集團」）今天宣佈其截至 2020 年 12 月 31 日止已審核之全年業績。本集團於 2020 年的綜合營業額為人民幣 31,448,000,000 元，按年減少 5.2%。2020 年的本公司股東應佔綜合溢利及未計利息及稅項前盈利，按年分別上升 59.6% 及 42.3% 至人民幣 2,094,000,000 元及人民幣 3,079,000,000 元。董事會建議派發末期股息每股人民幣 0.131 元（2019 年：每股人民幣 0.045 元）。連同中期股息每股人民幣 0.128 元，2020 年度的派息總額為每股人民幣 0.259 元（2019 年：每股人民幣 0.165 元）。

本公司首席執行官侯孝海先生表示：「2020 年是本集團決戰高端的第一年。面對突如其來的疫情，我們沒有把疫情當作危機，而是當作機遇，我們選擇了彎道超車，確定了『策略不變、目標不變、投入不減、資源集中』的方向，使得本集團決戰高端的策略加速，戰略里程縮短。本集團已完成『3+3+3』的企業發展戰略的第一個三年。隨著第二個三年的開啟，本集團通過『戰高端』、『提

質量』、『增效益』，積聚動能，乘勢向上，堅定高端市場決定性的競爭優勢，以實現『決戰高端、質量發展』。」

自新型冠狀病毒疫情於 2020 年年初在國內爆發，各地政府實施封鎖部分城市政策及多項緊急防控措施，以減少疫情於國內傳播的風險，疫情期間啤酒市場受到極大的衝擊。自 2020 年 3 月末起大部分地區疫情初步緩解，除部分地區出現疫情反覆的情況外，啤酒市場逐漸恢復正常。受疫情影響，整體啤酒市場容量較 2019 年顯著下降。

疫情期間，本集團克服了疫情防控困難，採取遠程辦公或在得到各地政府的批准後，並在保證員工生命健康的前提下，統籌安排復工復產。同時，本集團在逆境中求發展，在疫情爆發後展開多項銷售措施，如組織決戰高端大會戰、大力幫扶渠道、渠道營銷建設、採取修復產品價格、根治腫瘤業務等舉措，逆勢提升了本集團市場競爭地位。本集團整體啤酒銷量較 2019 年下降 2.9%，表現較行業水平好。

在回顧年度內，受益於本集團推動決戰高端、「五點一線」落地及於 2019 年引入喜力國際品牌，本集團 2020 年次高檔及以上啤酒銷量達 1,460,000 千升，較 2019 年增長 11.1%，產品結構進一步提升，同時帶動平均銷售價格上升。此外，本集團亦於 2020 年在更多區域推行不含瓶銷售。綜合以上因素，整體平均銷售價格較 2019 年下降 2.4%。同時，因推行不含瓶銷售及銷量下降，抵消產品結構提升而帶來銷售成本上升的影響，以致整體銷售成本較 2019 年下降 7.6%。綜合以上各種原因，由於疫情影響使本集團 2020 年整體啤酒銷量下降 2.9%，2020 年整體的毛利較 2019 年下降 1.2%至人民幣 12,075,000,000 元，但整體毛利率及每千升平均毛利分別較 2019 年上升 1.6 個百分點及 1.7%，盈利能力有所提升。

於回顧年度內，主要受益於本集團玻璃瓶使用收入較 2019 年增加，使 2020 年整體的其他收入較 2019 年增加 65.9%至人民幣 1,687,000,000 元。

本集團於回顧年度內對品牌培育推廣的投入較 2019 年增加，開展了《這就是街舞 3》、《潮玩人類在哪裡 2》、《風味人間 2》等 IP 全鏈路營銷和「喜力®星銀™上市推廣 S 計劃」、「蘇爾泳池派對」等主題營銷以致廣告及促銷費用大幅增加，使整體銷售及分銷費用較 2019 年上升 3.3%。此外，本集團於回顧年度內固定資產減值較 2019 年下降人民幣 126,000,000 元，加上一次性確認員工補償及安置費用較 2019 年下降人民幣 527,000,000 元，使 2020 年行政及其他費用按年下跌 12.4%。

本集團持續豐富產品組合，於 2020 年第二季度推出高端產品「喜力®星銀™」啤酒，配合 2019 年推出的「雪花馬爾斯綠啤酒」和「黑獅白啤」兩款高端新產品，進一步支持高端化發展及提升品牌形象。

2020 年本集團已確認的固定資產減值及存貨減值分別為人民幣 574,000,000 元及人民幣 395,000,000 元，其中，本集團持續推動優化產能佈局，去除低效產能，提高了生產工廠的平均規模，於回顧年度內已停止營運 4 間啤酒廠。於 2020 年年底，本集團在中國內地 25 個省、市、區營運 70 間啤酒廠，年產能約 18,750,000 千升。

截至 2021 年 2 月，縱然部分地區於個別時間內受疫情反覆影響，本集團首兩個月的整體銷量大致恢復至 2019 年同期水平，其中次高檔及以上啤酒銷量取得滿意雙位數增長。展望未來，面對疫情的不確定性，本集團將做好積極應對局部疫情的準備。此外，本集團將持續以「決戰高端、質量發展」戰略管理主題，落實一系列的高質量增長舉措，包括繼續推進品牌組合建設，引入國際品牌、加強品牌推廣投入、推進決戰高端戰略、產能集約化、創新研發、信息化升級及對標國際一流企業等業務舉措，提升本集團的競爭地位。

華潤啤酒（控股）有限公司簡介

本公司於香港聯合交易所有限公司上市，專注於生產、銷售及分銷啤酒產品。

如有垂詢，請聯絡：

華潤啤酒（控股）有限公司投資者關係部

謝丹瀚先生/ 梁偉強先生

總經理/ 副總經理

劉玉琴女士/ 梁芷眉女士

投資者關係及公共關係高級經理/ 經理

電郵：ir@cre.com.hk

電話：+852 2829 9889

偉達公共關係顧問有限公司

梁瑞筠女士

副總監

李卓樺女士

高級顧問

電郵：cre-hk@hkstrategies.com

電話：+852 2894 6321

有關詳情已刊登至指定的香港交易及結算所有限公司網站 www.hkexnews.hk 及本公司網站 www.crbeer.com.hk。