

即時發佈
新聞稿

華潤啤酒公佈 2024 年全年業績 「三十而立 我們更美好 明天會更好」

- 本集團於 2024 年的綜合營業額為人民幣 38,635,000,000 元，受益於啤酒和白酒業務高端化戰略的持續發展，2024 年本集團的毛利率同比上升 1.2 個百分點至 42.6%，創近五年新高。扣除產能優化所產生的固定資產減值及一次性員工補償及安置費用人民幣 36,000,000 元（2023 年：人民幣 141,000,000 元）及下半年政府補助和出售土地權益所得溢利的特別收入人民幣 266,000,000 元（2023 年：人民幣 937,000,000 元），本集團的未計利息及稅項前盈利同比上升 2.9% 至人民幣 6,344,000,000 元。此外，本集團現金創造能力強勁，2024 年經營活動現金流入淨額同比增長 67.0% 至人民幣 6,928,000,000 元。
- 面對內外部環境多變、消費分化的存縮量波動時代，本集團於 2024 年實現啤酒銷量約 10,874,000 千升，表現跑贏主要競爭對手。本集團高端化發展持續發力，高檔及以上啤酒銷量較去年同期錄得超過 9% 增長，其中，「喜力®」在去年高基數的情況下仍錄得近兩成增長，「老雪」、「紅爵」銷量基本實現翻倍增長。根據內部估算，本集團在行業高端市場的影響力進一步加大，高端啤酒銷量已經在行業中排在前列。
- 本集團的啤酒業務於 2024 年的營業額為人民幣 36,486,000,000 元，持續的高端化發展帶動平均銷售價格同比上升 1.5%，推動啤酒業務於 2024 年毛利率上升 0.9 個百分點至 41.1%。若扣除產能優化所產生的固定資產減值及一次性員工補償及安置費用人民幣 36,000,000 元（2023 年：人民幣 141,000,000 元）及下半年政府補助和出售土地權益所得溢利的特別收入人民幣 261,000,000 元（2023 年：人民幣 874,000,000 元），本集團啤酒業務 2024 年的未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利同比上升 2.4% 至人民幣 7,881,000,000 元。
- 白酒業務方面，在行業深度調整的背景下，本集團的白酒業務實現營業額同比上升 4.0 個百分點至人民幣 2,149,000,000 元，成本控制取得顯著成效，產品盈利能力不斷增強，帶動毛利率同比上升 5.6 個百分點至 68.5%。本集團推行「大單品矩陣」戰略，高端大單品「摘要」銷量較去年同期增長 35%，貢獻白酒業務營業額超 70%。若扣除下半年政府補助的特別收入，本集團白酒業務的未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利同比上升接近 8% 至人民幣 847,000,000 元。
- 回顧過去「十四五」時期的首四年，縱然面對疫情和宏觀環境變化等困難，本集團堅持在穩大盤的前提下推進高端化和高質量發展，成果豐碩。本集團的綜合營業額從 2020 年至 2024 年增加超過人民幣 7,000,000,000 元，啤酒業務市場份額亦有上升。次高檔及以上啤酒銷量從 2020 年的 1,460,000 千升大幅上升至 2024 年的超過 2,500,000 千升。其中，「喜力®」銷量達兩倍以上增長。過往四年間，本集團的未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利上升 85.0%，股東應佔溢利上升速度更為顯著，超過翻倍增長達 126.3%。
- 2025 年首兩個月的初步數據顯示，本集團啤酒銷量在去年高基數的情況下達單位數增長，高端化持續發展，其中「喜力®」銷量持續兩位數快速增長。受惠於營業額增長及降本增效，本

集團啤酒業務首兩個月未經審核的未計利息及稅項前盈利預計增速快於營業額增速。在去年高基數的情況下，**2025** 年初春節帶動首兩個月的表現，為全年表現打好基礎。在國家支持提振消費的政策、預計經濟穩步增長、之後月份銷量基數不高，以及堅定落實三精的成本費用管理情況下，本集團對 **2025** 年啤酒業務爭取營業額增長和利潤恢復較快增長更有信心，整體表現維持審慎樂觀的預期。

- 董事會擬派末期股息每股人民幣 **0.387** 元（**2023** 年：末期股息每股人民幣 **0.349** 元及特別股息每股人民幣 **0.300** 元）。連同截至 **2024** 年 **6** 月 **30** 日止六個月的中期股息每股人民幣 **0.373** 元，**2024** 年度的派息總額將達每股人民幣 **0.760** 元（**2023** 年：每股人民幣 **0.936** 元），以答謝股東對本集團的支持。

〔香港，2025 年 3 月 18 日〕**華潤啤酒（控股）有限公司**（港交所股份代號：00291（港幣櫃台）及 80291（人民幣櫃台））（「本公司」或「華潤啤酒」，連同其附屬公司，統稱「本集團」）今天宣佈其截至 2024 年 12 月 31 日止年度的經審核綜合業績。本集團於 2024 年的綜合營業額為人民幣 38,635,000,000 元，受益於啤酒和白酒業務高端化戰略的持續發展，2024 年本集團的毛利率同比上升 1.2 個百分點至 42.6%，產品盈利能力不斷增強，創近五年新高。本集團於 2023 年下半年獲得較高金額的政府補助及出售土地權益所得溢利，為更好體現經營成果，本集團亦將 2024 年下半年政府補助及出售土地權益所得溢利界定為特別收入。扣除產能優化所產生的固定資產減值、一次性員工補償及安置費用和下半年的政府補助和出售土地權益所得溢利的特別收入後，本集團 2024 年的未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利同比上升 3.0 個百分點至人民幣 8,694,000,000 元。扣除上述事項的未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利率同比提升 0.8 個百分點，盈利能力持續提升。本集團於回顧期內的經營活動之現金流入淨額實現強勁增長，同比提升 67.0% 至人民幣 6,928,000,000 元，創近五年新高，充分體現業務價值創造能力，為股東回報提供堅實基礎。

本公司執行董事及董事會主席侯孝海先生表示：「2024 年，對華潤啤酒而言，是意義非凡的一年，是本集團迎來三十而立的里程碑。在這三十年的悠長歷程，華潤啤酒一直配合國家發展大勢及敏銳洞察行業發展變化，與時俱進，從瀋陽『打起背包出發』走向全國，成功在啤酒行業中突圍而出。本集團於 2017 年啟動『3+3+3』高端化發展戰略，緊抓高質量發展的主旋律，在 2023 年至 2025 年推動公司『決勝高端』，實現了生產效率、產品質量和企業效率的持續提升，同時把握新產品開發、科技創新、數智化轉型等新機遇。

2024 年，面對宏觀經濟環境複雜多變，以及眾多不確定的外部因素影響下，本集團受益於持續推進高質量發展，取得穩健良好的業績。華潤啤酒亦于年內圓滿舉辦了三十周年系列活動，包括榮譽盛典暨啤酒小鎮開業、雪花大廈落成儀式等，有力推進本集團邁向新高度、展現新風貌。」

展望 2025 年，侯先生認為：「儘管宏觀經濟仍存在不確定性，行業分化、存縮量波動時代，但挑戰與機遇並存，本集團對中國酒類市場的長期發展依然充滿信心。在國家支持提振消費的政策、預計經濟穩步增長、之後月份銷量基數不高，以及堅定落實三精的成本費用管理情況下，本集團對

2025 年啤酒業務爭取營業額增長和利潤恢復較快增長更有信心，整體表現維持審慎樂觀的預期。白酒業務方面，隨著白酒行業進入發展調整期，本集團將堅定戰略自信，保持戰略定力，通過深入推進啤白雙賦能，建立獨特的競爭能力，品牌產品創新和銷售模式升級，構建廠商命運共同體，強化科技能力，實現核心單品高速發力，夯實做大底部產品，帶來營業額和利潤增長，為做『白酒新世界的探索者』奠定堅實基礎。華潤啤酒『打起背包再出發』，堅持長期主義，致力追求高質量發展，並積極構建應對消費『新世界』的敏捷應對能力，開創一個數智、科技、創新、精益、多元化、全球化、生態化的酒業新世界，做『酒業新世界的領導者』，並助力本集團朝向『成為世界一流酒類企業』的願景邁進。」

啤酒業務

面對內外部環境多變、消費分化的存縮量波動時代，本集團於 2024 年實現啤酒銷量約 10,874,000 千升，同比下降 2.5%，跑贏主要競爭對手。本集團高端啤酒產品持續發力，2024 年高檔及以上啤酒銷量較去年同期錄得超過 9% 增長。其中，「喜力®」在去年高基數的情況下仍錄得近兩成增長，「老雪」、「紅爵」在 2024 年銷量基本實現翻倍增長，高端產品「醴」銷量同比增長達 35%。同時，次高檔及以上啤酒及核心產品的整體銷量均實現同比增長，中檔及以上啤酒銷量佔比首次於全年超過 50%。

本集團的啤酒業務於 2024 年的營業額為人民幣 36,486,000,000 元，持續的高端化發展帶動平均銷售價格同比上升 1.5%，推動 2024 年啤酒業務毛利率上升 0.9 個百分點至 41.1%。扣除產能優化所產生的固定資產減值及一次性員工補償及安置費用人民幣 36,000,000 元（2023 年：人民幣 141,000,000 元）及下半年已確認的政府補助和出售土地權益所得溢利的特別收入分別為人民幣 239,000,000 元和人民幣 22,000,000 元（2023 年下半年：分別為人民幣 441,000,000 元和人民幣 433,000,000 元）的影響後，本集團啤酒業務於 2024 年實現未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利人民幣 7,881,000,000 元，同比上升約 2.4%，而扣除上述事項的未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利率提升 0.7 個百分點至 21.6%。

本集團持續推動優化產能佈局，於回顧期內已停止營運兩間啤酒廠，以及兩間分別位於山東省濟南市及福建省廈門市的新建智慧化工廠已投入營運。於 2024 年底，本集團在中國內地 25 個省、市、區共營運 62 間啤酒廠，年產能約 19,000,000 千升。

新產品上市方面，本集團於 2024 年推出了超高端產品「醴醴」、發佈高端國麥產品「壘十四」振興「中國大麥、中國啤酒」，亦開展了「勇闖天涯 superX」的煥新升級上市並實現銷量增長。同時，本集團積極擁抱新的消費場景與消費模式，推出「禮盒裝」、「黑獅玫瑰紅」、「紅爵輕卡」等多元產品矩陣以滿足消費需求，著力推動全國連鎖及線上業務發展並取得較大突破，2024 年線上業務整體商品交易總額（GMV）同比增長超 30%。

中國品牌推廣方面，本集團于 2024 年成功開展勇闖天涯 18 周年主題戰役「勇敢的人永遠 18 歲」引爆現象級熱點，同時通過合作年度大劇《南來北往》，使得「有雪花才是年」的品牌主張深入人心。國際品牌推廣方面，本集團積極打造「新年有星喜」、「2024F1 中國站」、「歐冠」、「歐洲杯」、「ATP」和「喜力®星電音」主題戰役吸引更多年輕消費人群，推動「喜力®」品牌持續高速增長。

ESG 方面，本集團下轄四川涼山工廠和安徽蚌埠工廠已於回顧期內取得碳中和認證，並有六家工廠獲評國家級「綠色工廠」，在明晟的 ESG 評級從 BBB 級提升至 A 級，躋身中國酒類行業領先梯隊。同時，本集團積極推動「國麥振興」，構築高質國麥產業鏈，助力鄉村振興，促進綠色農業發展，充分彰顯本集團在綠色低碳方面的加速邁進，以實際行動回饋社會，傳遞溫暖與力量。

舉杯三十年，走進新世界。2024 是華潤啤酒三十而立之年，過去的華潤啤酒穿越了增量、存量時代，秉承「與時同向」的理念，成長為中國啤酒產業的領軍企業。展望未來，面對消費波動的時代，本集團將持續踐行「決勝高端、卓越發展」戰略，拓展新機會、新業務、新增量，敏捷應對消費新形勢，滿足消費新需求，在「過緊日子」基礎上進一步推動「精簡、精益、精細」策略，通過數智、科技、創新、綠色低碳等業務舉措落地，提升本集團的競爭地位，引領行業發展，成為酒業新世界存縮量波動時代的先行者。

白酒業務

2024 年，在白酒行業深度調整的背景下，本集團的白酒業務實現營業額同比上升 4.0 個百分點至人民幣 2,149,000,000 元，成本控制取得顯著成效，產品盈利能力不斷增強，帶動毛利率同比上升 5.6 個百分點至 68.5%。本集團推行「大單品矩陣」戰略，高端大單品「摘要」銷量較去年同期增長 35%，貢獻白酒業務營業額超 70%。在「啤白雙賦能」的策略下，本集團白酒業務利用啤酒業務的渠道優勢，實現渠道商數量大幅增長，為中長期快速發展奠定堅實基礎。於回顧期內，本集團白酒業務實現未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利同比上升 0.5 個百分點至人民幣 852,000,000 元。若扣除下半年政府補助的特別收入人民幣 5,000,000 元（2023 年下半年：人民幣 63,000,000 元），本集團白酒業務的未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利同比上升接近 8%至人民幣 847,000,000 元。

2024 年，本集團的白酒業務重點推動以下管理舉措，以實現業績增長。品牌管理方面，本集團推出「爭上游 喝摘要」的品牌定位，冠名「總裁讀書會」、「北京國際電影節」等多個大型活動，舉行「金沙紅了」高粱節，多維度提升品牌影響力。銷售管理方面，本集團重點建設基地市場，積極打造樣板市場，實施「流通+團購」為中心的多元拓展模式，深度整合和發揮「啤+白」渠道優勢推動

真大商發展。客戶管理方面，本集團搭建了白酒業務大客戶分級管理平台「三潤會」，扶持大商賦能變強，構建廠商命運共同體。

同時，本集團高度重視白酒創新業務拓展，2024 年白酒業務在電商、政企及連鎖業務方面均取得突破性增長。本集團積極探索卓越運營，在精優採購、智慧製造和產銷管理方面持續深耕。同時，本集團亦致力於加強科技研發，於回顧期內推動建設貴州省醬香白酒技術創新中心，輸出多項科研成果，取得中國商業科技等多個獎項。數智化建設方面，本集團推出二維碼管理、費用精益化管理，構建生產供應鏈體系及行銷營運體系，在風險管控、效率提升方面取得了顯著成果。組織建設方面，本集團重點圍繞「組織、人才、績效、人力管理」，在華潤啤酒既有經驗基礎上結合白酒業務特點，建立白酒業務獨特的人力資源管理模式與體系。

展望未來，本集團將繼續以「做白酒新世界的探索者」為定位，秉持長期主義，完成「探索、發展、變強」發展規劃。深入踐行「啤白雙賦能」戰略，做好品牌和產品的創新升級，創新全渠道業務發展模式與管理體系，構建廠商命運共同體，加強科技研發能力，落實「精簡、精細、精益」管理策略，實現業務的穩健發展和持續增長，構建核心競爭力，篤行勇闖新世界。

華潤啤酒（控股）有限公司簡介

本公司于香港聯合交易所有限公司上市（股份代號：00291（港幣櫃台）及 80291（人民幣櫃台）），為恒生指數成份股之一，專注於生產、銷售及分銷酒類產品。

如有垂詢，請聯絡：

華潤啤酒（控股）有限公司

梁偉強先生

公司秘書及投資者關係總監

葉子華女士

投資者關係經理

電郵：ir@crb.cn

電話：+852 2360 9699

博雅集團

陳廷謙先生

高級客戶主任

戚琦女士

客戶主任

電郵：crb-hk@hkstrategies.com

電話：+852 2894 6324

有關詳情已刊登至本公司網站 www.crbeer.com.hk。