

即時發佈
新聞稿

華潤啤酒公佈 2021 年全年業績 「決戰高端 聚勢而強」

- 本集團於 2021 年的綜合營業額為人民幣 33,387,000,000 元，按年增長 6.2%。
- 本集團於 2021 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 119.1%及 94.6%至人民幣 4,587,000,000 元及人民幣 5,991,000,000 元。有關增幅主要源於：較 2020 年，(i)根據本集團於 2021 年 1 月 22 日訂立的搬遷補償協議就出讓其擁有的一塊土地收取初始補償收益；(ii)毛利因本集團產品平均售價上升而增加及(iii)行政及其他費用主要因關廠相關的固定資產減值虧損和一次性確認員工補償及安置費用下降而減少，以抵銷(iv)銷售及分銷費用主要因市場推廣費用及員工成本上升而增加。
- 本集團於 2021 年的整體啤酒銷量約 11,056,000 千升，按年基本持平。其中，2021 年次高檔及以上啤酒銷量達 1,866,000 千升，按年增長 27.8%，產品結構顯著提升。本集團 2021 年的整體啤酒銷量與疫情大流行前的 2019 年相比，與行業整體銷量同期變動相若。
- 本集團持續推進多元品牌組合建設，於 2021 年推出多個新品牌，包括超高端產品「醴」、高端產品「黑獅果啤」(#485 玫瑰紅)、碳酸飲料「雪花小啤汽」和引進國際品牌「紅爵」和「悠世」，進一步豐富產品組合及支持高端化發展。
- 董事會建議派發末期股息每股人民幣 0.302 元。連同中期股息每股人民幣 0.264 元，2021 年度派息總額為每股人民幣 0.566 元，按年增長 118.5%。

〔香港，2022 年 3 月 24 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 2021 年 12 月 31 日止已審核之全年業績。本集團於 2021 年的綜合營業額為人民幣 33,387,000,000 元，按年增長 6.2%。2021 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 119.1%及 94.6%至人民幣 4,587,000,000 元及人民幣 5,991,000,000 元。董事會建議派發末期股息每股人民幣 0.302 元（2020 年：每股人民幣 0.131 元）。連同中期股息每股人民幣 0.264 元，2021 年度的派息總額為每股人民幣 0.566 元（2020 年：每股人民幣 0.259 元），按年增長 118.5%。

本公司首席執行官侯孝海先生表示：「中國啤酒產業已經走進『新世界』。在整個國家都在走向質量發展新時代的背景下，品牌和消費者自主體驗時代成為關鍵基調。我們相信，只有具備有質量增長、走向高端化、建立適應啤酒『新世界』企業競爭能力、打造高效管理團隊，以及要做世界一流

的啤酒企業這 5 大要素，才能應對新時代變化，成為啤酒『新世界』的領導者。我們即將迎來本集團『3+3+3』企業發展戰略的第 2 個 3 年中的最後一年，也是決戰高端的關鍵年度，本集團將配合高質量大繁榮的啤酒新時代轉變，聚勢前行，推進酒類多元化佈局，完善『中國品牌+國際品牌』的產品組合，加快打造高端大客戶平台，進一步提升成本效益，並持續踐行可持續發展理念，磨礪以須，在第 3 個 3 年裡能夠『決勝高端』！」

2021 年，整體啤酒市場容量仍未恢復至 2019 年疫情前水平。然而，疫情對國內啤酒市場影響較 2020 年有所減弱，啤酒市場呈現恢復狀態。受主流細分市場容量萎縮，以及部分地區於個別時間內仍然受到疫情反覆的影響，本集團 2021 年整體啤酒銷量按年下降 0.4% 至約 11,056,000 千升，按年基本持平，而與疫情大流行前的 2019 年相比，則與行業整體銷量同期變動相若。

於回顧年度內，受益於本集團持續推進決戰高端戰略落地，完善充實高端銷售隊伍並推進大客戶平台建設，借助歐洲杯和歐冠賽事、產品品鑒會、《這就是街舞 4》和 X-party 等各類主題推廣和渠道營銷活動，繼續培育與推廣各重點品牌。2021 年本集團次高檔及以上啤酒銷量約 1,866,000 千升，按年增長 27.8%，產品結構顯著提升。其中，「勇闖天涯 superX」、「喜力®」、「雪花純生」和「雪花馬爾斯綠啤酒」按年均以雙位數增長。除上述產品結構提升外，本集團於 2021 年下半年逐步對部分產品的價格進行了適度調整，整體平均銷售價格按年上升 6.6%，以抵消原材料及包裝物料價格上漲而帶來平均銷售成本上升的影響，使 2021 年整體毛利率按年上升 0.8 個百分點至 39.2%。同時，2021 年本集團整體毛利按年上升 8.3% 至人民幣 13,074,000,000 元，盈利能力有所提升。

根據深圳市潤投諮詢有限公司、華潤雪花啤酒（中國）投資有限公司及本公司間接全資附屬公司華潤雪花啤酒（中國）有限公司於 2021 年 1 月 22 日訂立的搬遷補償協議，本集團就出讓其擁有的地塊收取初始補償收益約人民幣 1,755,000,000 元（對應稅後收益約人民幣 1,316,000,000 元），使 2021 年其他收入及收益按年增長 110.0% 至人民幣 3,543,000,000 元。

於回顧年度內，主要受市場推廣費用及員工成本上升影響，使本集團 2021 年銷售及分銷費用按年上升 10.1%。此外，本集團於 2021 年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約人民幣 387,000,000 元，按年下降 48.3%。2021 年本集團行政及其他費用按年下降 18.1%。

本集團持續推進多元品牌組合建設，於 2021 年推出多個新品牌，包括超高端產品「醴」、高端產品「黑獅果啤」(#485 玫瑰紅)、碳酸飲料「雪花小啤汽」和引進國際品牌「紅爵」和「悠世」，進一步豐富產品組合及支持高端化發展。

本集團持續推動優化產能佈局，於回顧年度內已停止營運 5 間啤酒廠。於 2021 年年末，本集團在中國內地 24 個省、市、區營運 65 間啤酒廠，年產能約 18,200,000 千升。

在拓展非啤酒業務方面，本集團已於 2021 年 10 月 27 日通過其全資子公司向山東景芝白酒有限公司注資人民幣 1,300,000,000 元以收購其 40% 的股權。

展望未來，面對疫情的不確定性，本集團將繼續做好積極應對局部疫情反覆的準備。面對原材料與包裝物價格上漲，本集團亦將持續緊密跟蹤國內外原材料與包裝物料市場動態，採取擇機合理儲備及推行錯峰採購等措施，以應對價格上漲的壓力。本集團將以「決戰高端、質量發展」戰略管理主題，於 2022 年計劃推出多個新產品，其中包括「雪花全麥純生」和「喜力®0.0 無醇啤酒」，豐富產品多樣性，以滿足消費者不同的需求。此外，為應對行業競爭對手在酒吧和小酒館的佈局，本集團亦會積極研究拓展小酒館業務，開拓啤酒產品新營銷渠道。同時，本集團亦將繼續做好中國品牌和國際品牌的推廣和渠道營銷，推動人才四化、卓越製造、信息化升級、營運變革及營銷數字化等業務舉措落地，提升本集團的競爭地位。本集團亦會持續關注合適非啤酒酒精類飲品的發展機會，通過有限多元化發展，發掘潛在的協同效益，進一步拓展業務。

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（股份代號：00291），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

梁偉強先生

公司秘書及投資者關係總監

劉玉琴女士

投資者關係高級經理

電郵：ir@crb.cn

電話：**+852 2360 9699**

偉達公共關係顧問有限公司

孫慧明女士

總監

譚萬軒先生

副總監

電郵：crb-hk@hkstrategies.com

電話：**+852 2894 6373**

有關詳情已刊登至本公司網站 www.crbeer.com.hk。