



華潤啤酒(控股)有限公司

China Resources Beer (Holdings) Company Limited

# 2021年 业绩发布

投资者演示  
2022年3月24日



01

业绩回顾

RESULTS OVERVIEW

02

发展策略

DEVELOPMENT STRATEGY

03

市场认可

MARKET RECOGNITION



01

# 业绩回顾

RESULTS OVERVIEW





# 业绩回顾

	2021年下半年 百万人民币	2020年下半年 百万人民币	变动	2021年 百万人民币	2020年 百万人民币	变动
营业额	13,753	14,040	-2%	33,387	31,448	+6%
未计利息及税项前盈利	78	289	-73%	5,991	3,079	+95%
未计利息及税项前盈利 (不计特别项目*)	903	1,138	-21%	4,652	3,828	+22%
本公司股东应占溢利	296	15	+1873%	4,587	2,094	+119%
每股基本盈利 (人民币)				1.41	0.65	+117%
每股股息 (人民币)				0.566	0.259	+119%
- 末期				0.302	0.131	+131%
- 中期				0.264	0.128	+106%
派息率 (股息总和/股东应占溢利)				40%	40%	-
股东回报率 **				20.1%	10.2%	+9.9%点
添置非流动资产及合营/联营企业投资成本				3,573	1,011	+255%
净资产				24,489	21,274	+15%
净现金				5,396	4,614	+17%
现金比率				22.0%	21.7%	+0.3%点

注:

\* 2021年全年特别项目: (i) 关厂相关的固定资产减值亏损和一次性员工确认补偿及安置费用合共人民币387百万(2020年: 人民币749百万)和 (ii) 出让土地权益所得溢利约人民币1,726百万(人民币1,755百万-人民币29百万)。

\*\* 股东回报率 = 股东应占溢利 / 平均本公司股东应占权益



# 产品结构持续优化，高端化卓有成效

	2021年下半年 百万人民币	2020年下半年 百万人民币	变动	2021年 百万人民币	2020年 百万人民币	变动
销量 (百万千升)	4.719	5.063	-6.8%	11.056	11.102	-0.4%
销售单价 (每千升人民币)	2,914	2,773	+5.1%	3,020	2,833	+6.6%
营业额	13,753	14,040	-2%	33,387	31,448	+6%
毛利	4,769	5,045	-6%	13,074	12,075	+8%
未计利息及税项前盈利	78	289	-73%	5,991	3,079	+95%
未计利息及税项前盈利 (不计特别项目*)	249	752	-67%	4,652	3,828	+22%
股东应占溢利 (不计特别项目*)	424	362	+17%	3,583	2,656	+35%
毛利率	34.7%	35.9%	-1.2%点	39.2%	38.4%	+0.8%点
未计利息及税项前盈利率 (不计特别项目*)	1.8%	5.4%	-3.6%点	13.9%	12.2%	+1.7%点
股东应占溢利率 (不计特别项目*)	3.1%	2.6%	+0.5%点	10.7%	8.4%	+2.3%点

高端化快速发展带动销售单价及毛利的提升。

盈利提升主要贡献来自持续加快高端化发展，提升成本及费用效益，以及出让土地权益所得溢利。



# 产品结构持续优化，高端化卓有成效

## 2021 vs 2020

高档及以上产品销量  
**+27.8%**

每千升毛利  
**+8.7%**

每千升未计利息及税项  
前盈利  
(不计特别项目\*)  
**+22.0%**

每千升股东应占溢利  
(不计特别项目\*)  
**+35.5%**

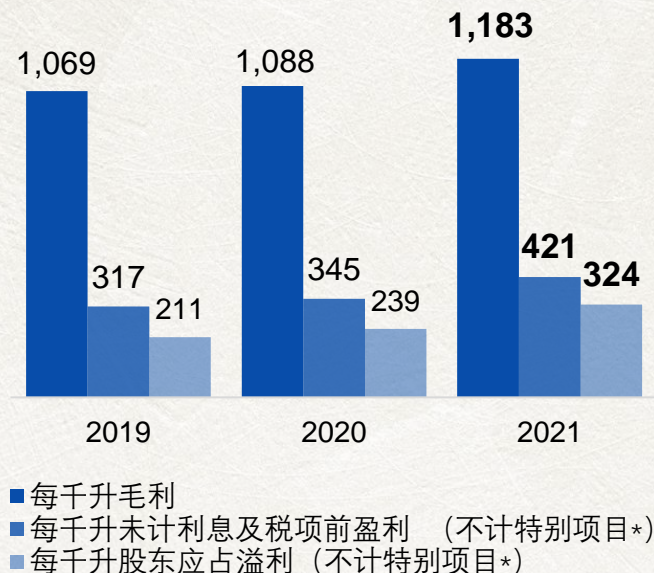
## 高端产品销量比重 逐年攀升

单位：'000千升



## 公司核心盈利能力 稳步提升

单位：每千升人民币





02

发展策略

DEVELOPMENT STRATEGY





# 中国啤酒行业的领军企业

## 关于我们

- 华润啤酒（控股）有限公司于香港上市（股份代号291），是华润（集团）有限公司属下的啤酒上市公司，专营生产、销售及分销啤酒产品。
- 2017年以来公司实施“3+3+3”战略，落地品牌重塑、产能优化、组织再造、营运变革、企业文化重塑、信息化升级等重大举措项目，提质增效，盈利水平跨跃式增长

## 使命

- 引领产业发展，酿造美好生活

## 愿景

- 未来，公司发展将聚焦“产品高端化、品牌多元化和国际化”，努力打造成为消费者信赖、员工自豪、行业领先的国际化酿酒企业



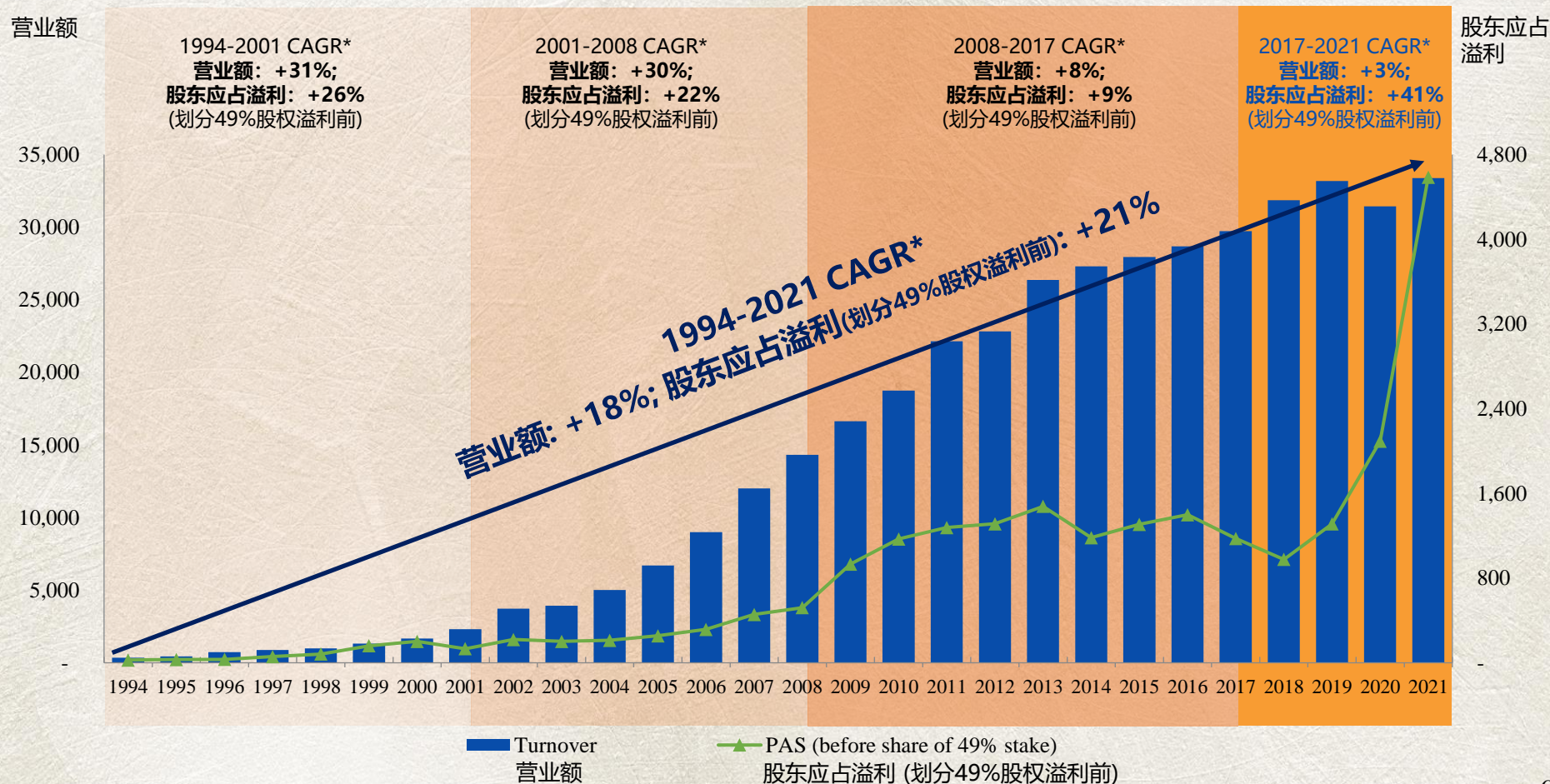
次高档产品

高档及超高档产品



# 3+3+3 战略发展路径，成果丰硕

单位：百万人民币



\*CAGR: 复合年均增长率 Compound Annual Growth Rate



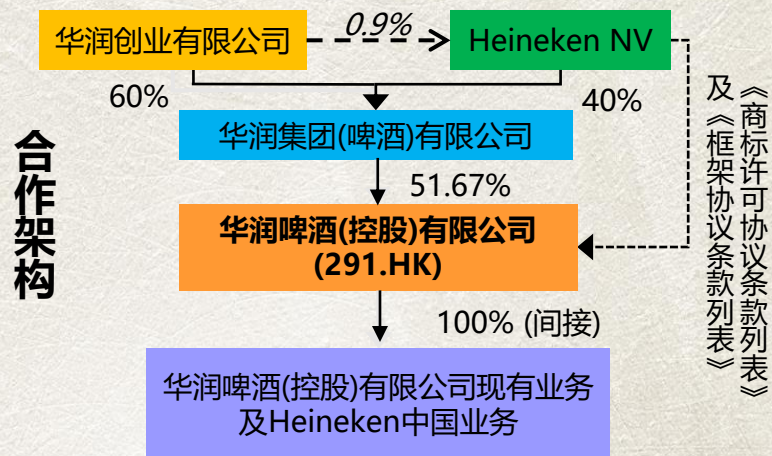
# 强强联手，共拓中国高端啤酒市场






- 中国领先啤酒企业
- 拥有覆盖不同年龄段、价格档次的丰富品牌组合
- 打造大单品的成功经验
- 啤酒产能辐射全国，最佳渠道分销能力
- 对中国市场深入了解
- 背靠华润集团的强力支持



- 1864年成立，品牌历史悠久，
- 喜力® 是在中国认可度最高的国际啤酒品牌之一
- 世界第二大啤酒酿酒商，产品销往190多个国家
- 丰富的产品研发经验，高端啤酒和苹果酒广受认可
- 长期投入品牌建设，与多种全球运动赛事深度捆绑
- 独家运营海南省唯一一家啤酒厂



## 合作目标

- 
- 
- 
- ✓ 树立国际品牌在中国的高端化属性
  - ✓ 力争喜力®在人民币12-15元的细分市场里占有重要地位
  - ✓ 中国品牌+国际品牌 组合搭配，占有整体中国高端啤酒市场的高市场份额



# 啤酒行业升级，迎来大繁荣高质量新时代

## ① 高品质时代：

生产装备、技术工艺、产品质量等达到国际水平

## ② 高水平生产时代：

拥有一流装备、现代化物流、进行数字化工厂探索等

## ③ 高收益时代：

收入、利润、ROE、企业市值等进入有质高增长轨道

## ④ 好品牌时代：

中国品牌和国际品牌纷呈，大品牌、大单品涌现，品牌价值增厚

## ⑤ 高端化时代：

价格梯度逐级上升，品类价值回归，顶部价格破窗

## ⑥ 多元化时代：

在积极做大主业的情况下向其他酒类扩展

## ⑦ CR5时代：

竞争格局基本稳定，CR5占有率达92%，集中度高

## ⑧ 命运共同体时代：

产业实现共荣、共创、共享，各方共同维护行业秩序，维护产业发展



## 中国酒业协会 “十四五”啤酒产业发展目标

### 高端及超高端

啤酒消费量占比 **30%**

啤酒行业销售收入 **人民币2,400亿元**  
较“十三五”末 **+63.4%**

啤酒行业利润 **人民币300亿元**  
较“十三五”末 **+124.0%**



# 五大发展策略



品牌组合



大客户平台



产能优化



成本管控



总部基地  
及啤酒小镇

聚势而强 决战高端



# 丰富产品组合，带动高端销售增长



**醴**  
顶部传承，打造中国顶级啤酒杰作



**悠世 Edelweiss**  
引进超高端白啤，打造中国市场最高档的白啤品牌



**红爵 Amstel**  
纯正欧洲品质，丰富普高品牌组合



**小啤汽**  
上市全国统一推广饮料



**黑狮玫瑰红**  
丰富黑狮白啤口味



**勇闯天涯**

## 行业趋势

- 中产阶级崛起，居民消费能力提升
- 消费者需求个性化、多元化
- 啤酒行业消费升级是大势所趋，中国高端啤酒占比有望快速提升

## 应对措施

- ✓ 以中国品牌+国际品牌的组合，提供不同度数、口味、价格段的啤酒
- ✓ 满足不同年龄段消费者在不同场景下的需求
- ✓ 聚焦年轻消费群体，优于行业水平的品牌投入

## 即将上市新品

- ① 雪花全麦纯生，全麦酿造，纯萃口感
- ② 喜力®0.0无醇啤酒，真正0酒精度，低卡无负担
- ③ 黑狮#703樱桃绯果啤，果香自然，超A超SLAY



# 占据销售渠道制高点，建设高端大客户平台

## 铸剑

- 争取转化市场优质客户资源
- 有效锁定 “精二批”

## 赋能

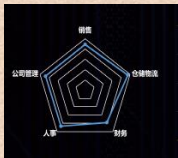
- 编制联合商业计划
- 开展“火尖枪”培训
- 提升大客户运营管理和终端管理能力

## 建平台

- 运营大客户平台



## 运营赋能



- 五维模型评估，针对性解决运营弱点



## 生产力赋能

- 由总部统一与品牌供应商沟通，提供更多更全面的硬件升级选项予经销商



## 专业赋能

- 针对细分渠道场所，追踪行业新趋势和掌握制高点

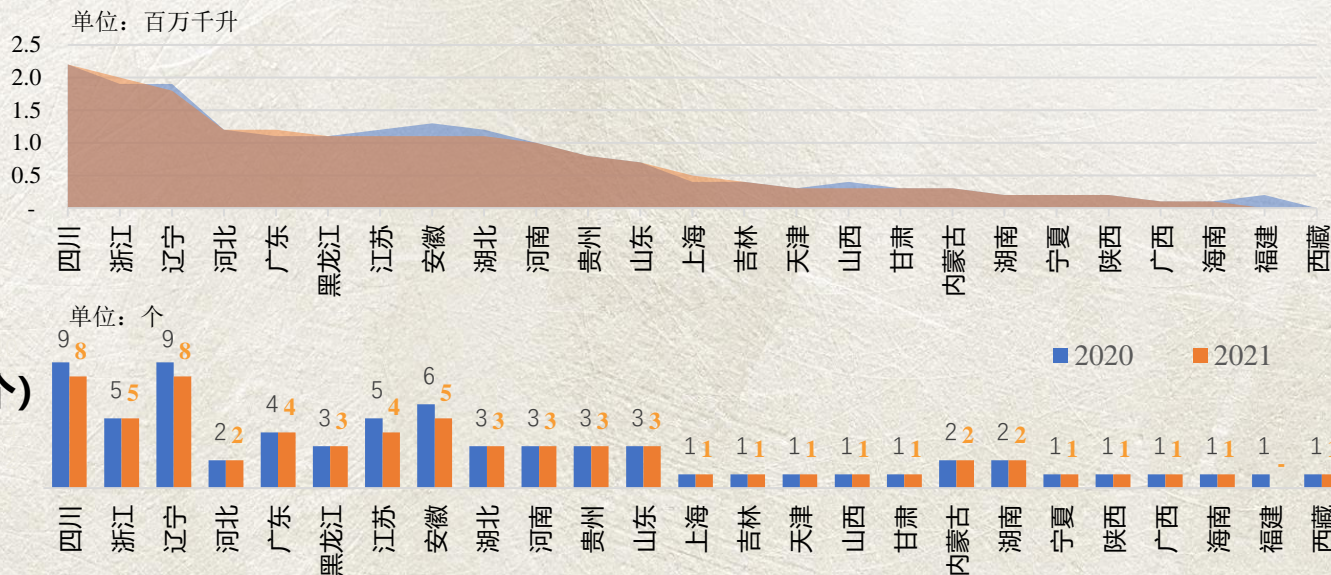


# 集约化产能布局，降本增效

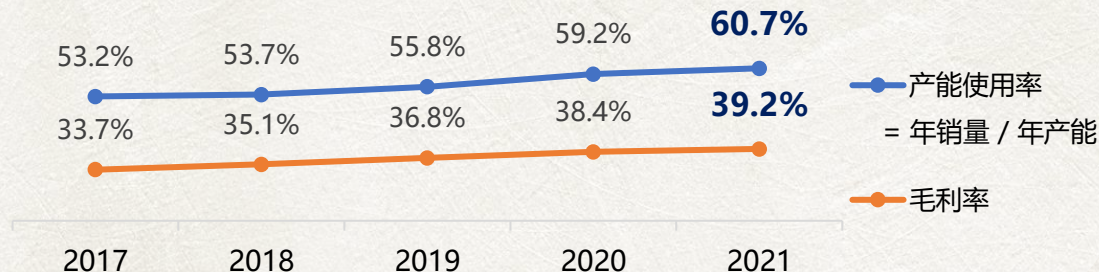


\* 不包括停止营运和管理层决定关闭的啤酒厂

成立产能规划项目组，致力提升产能布局的可续性，持续优化产能，降本增效成果显现



## 产能优化带动毛利率提升





# 全球灵活采购，有效控制成本

2021年啤酒材料价格的急速上涨，驱动行业整体价格上涨

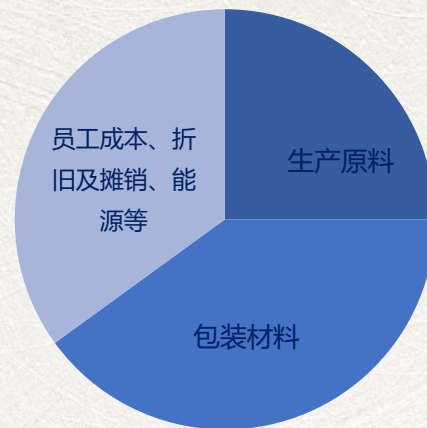
- ✓ 生产原料主要为大麦、啤酒花、酵母、大米、水等
- ✓ 包装材料如铝罐、纸箱、玻璃瓶等

预期2022年材料压力仍然巨大

## 应对举措：

- ① 建立星级供应商体系，保证原料质量稳定性
- ② 分阶段分地区灵活提价，覆盖成本压力
- ③ 通过产品结构升级实现利润提升
- ④ 增加大麦来源，扶持国产大麦种植

啤酒生产成本构成



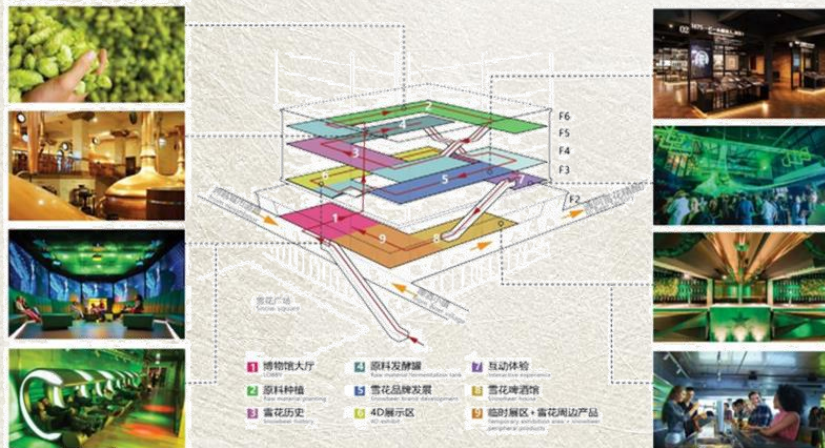


# 总部基地和啤酒小镇建设

## ➤ 华润雪花深圳总部基地项目

在地性、社交性、多元化的啤酒生活方式体验社区，成为深圳及周边年轻文化的重要组成部分

- 总部大厦
- 研发中心
- 啤酒博物馆
- 精酿工厂
- 啤酒文化小镇
- 啤酒休闲广场等



## ➤ 雪花啤酒小镇项目

- 精益、智能、绿色、环保设计
- 打造针对年轻人群、极具吸引力、标杆的啤酒主题打卡点
- 以消费场景创新铸造高端品牌形象，带动高端啤酒销售



03

市场认可  
MARKET RECOGNITION





# 主要奖项

《机构投资者》 杂志	2012-2013/ 2016-2021	<p>消费日常品类</p> <p>最佳投资者关系工作: 第一名(2016/2018/2019/2021), 第三名(2020),</p> <p>最佳投资者关系团队: 第一名(2020/2021),</p> <p>最佳环境、社会及管治理念洞察企业: 第一名(2018/2019/2021), 第二名(2020),</p> <p>最佳企业治理: 第一名(2018/2019),</p> <p>最佳投资者关系公司: 买方第一名(2013)及卖方第一名(2012/2013), 最佳分析员日: 第一名(2016/2018)及最佳网站: 第一名(2016), 亚洲最受尊敬企业之一(2016-2021) 于亚洲区公司管理团队调查</p>
香港投资者关 系协会	2015-2021	<p>香港投资者关系大奖中获得</p> <p>整体最佳投资者关系公司大奖 - 大型股 (2021),</p> <p>ESG卓越大奖- 大型股 (2021),</p> <p>最佳投资者关系公司 - 大型股 (2018-2021)/ 中型股 (2015-2017),</p> <p>最佳投资者会议 - 大型股 (2018-2021),</p> <p>最佳年报 - 大型股 (2019/2020/2021),</p> <p>最佳环境、社会及管治 (环境) - 大型股 (2020/2021), 最佳环境、社会及管治 (社会) - 大型股 (2021), 最佳环境、社会及管治 (管治) - 大型股 (2021),</p> <p>最佳投资者关系 (企业交易) - 大型股 (2019),</p> <p>最佳投资者关系团队 - 大型股 (2019/2021),</p> <p>最佳投资者关系推介材料 - 大型股 (2019/2021)/ 中型股 (2016/2017),</p> <p>最佳投资者关系3年奖 (2017)</p> <p>最佳投资者关系5年奖 - 大型股 (2021)</p>



# 主要奖项 (续)

《亚洲企业管治》杂志	2010/2013-2021	最佳投资者关系企业(2013-2021), 亚洲最佳企业社会责任(2013 – 2016)及最佳环境责任(2010, 2013 – 2015, 2021)
	2019, 2021	环境, 社会及管治具影响力企业
	2010-2019, 2021	亚洲企业董事
	2006-2014, 2017-2019, 2021	亚洲企业典范(2014, 2017-2019, 2021), 亚洲最佳企业管治公司(2006-2010), 最佳亚洲企业 (中国) (2012, 2013)
	2013-2014	年度亚洲最佳公司秘书
IR Magazine	2012-2014, 2018-2020	最佳投资者关系 - 消费品及服务行业, 最佳投资者关系 - 香港企业(2012, 2013)
	2013-2014	全球最佳中型公司(2013)及全球50强金奖-排名第19位(2013), 全球50强银奖(2014)
	2017	最佳整体投资者关系, 最佳整体投资者关系 – 必需消费品, 最佳整体投资者关系 – 香港区, 最佳整体投资者关系 – 高级管理层, 最佳整体投资者关系人员(大型企业)
	2018	最佳企业管治及披露
乐施会	2017	乐施扶贫企业伙伴奖于乐施扶贫企业伙伴计划2016/17
香港董事学会	2006/2010/2012/2014/2016	杰出董事奖典礼中获得上市公司「香港交易所 - 恒生指数成份股」董事会类别
清华大学经管学院 中国企业研究中心及 每日经济新闻	2018-2021 2020	中国上市公司品牌价值榜最高100家公司 2020中国酒业上市公司品牌价值榜三十大 排名第四, 啤酒行业第一名



# 主要奖项 (续)

MerComm, Inc.	2010-2019	<p><b>总共 73个奖项</b></p> <p><b>12金奖:</b> 包括啤酒/葡萄酒/烈酒, 食品及超市组别中的传统设计, 内页设计, 印刷及制作, 封面图片/设计, 整体表现, 插图 (2013-2017, 2019)</p> <p><b>15银奖:</b> 包括啤酒/葡萄酒/烈酒, 制造及分销, 食品及零售组别中的传统年报, 年报整体表现, 传统设计, 封面图片/设计, 印刷及制作, 年报, 年报 - 印刷, 内页设计 (2010-2017, 2019)</p> <p><b>25铜奖:</b> 包括生产、销售及分销啤酒, 制造及分销, 烟草、食品及饮品, 各类行业, 食品, 超市, 消费品组别中的食品, 超市及便利店组别中的封面图片/设计, 传统设计, 印刷及制作, 其他及一般, 非传统年报, 年报整体表现, 传统年报, 内页设计, 封面设计, 年报 - 印刷(2011-2019)</p> <p><b>19优异奖:</b> 食品/包装品, 制造及分销, 啤酒/葡萄酒/烈酒, 饮品, 各类行业, 食品, 超市, 消费品组别中的信息图形, 内页设计, 印刷, 传统设计, 传统年报, 年报整体表现, 年报封面(特别处理), 非传统年报, 年报(独特演示), 整体表现, 封面设计, 年报 - 印刷(2011, 2013-2018)</p>
	2020	<p>年报封面设计 - 地方/产品组别铜奖 (2020)</p> <p>年报印刷 - 食品/包装品组别优异奖 (2020)</p>
美国传媒专业联盟	2013-2020	<p><b>消费品 - 食品/饮料/烟草组别:</b> 白金奖 (2020), 最佳财务报告 - 银奖 (亚太区) (2020), 白金奖: 日常消费品 - 食品/饮品/烟草组别 (2018/2019); 金奖: 日常消费品; 消费品 - 食品/饮品/烟草组别 (2013-2015/2017); 零售 - 各类零售组别 (2013)</p> <p><b>银奖:</b> 耐用消费品组别 (2016); 零售 - 各类零售组别 (2014); 零售 - 食品及特色食品组别 (2013/2014) <b>全球年报100强 - 50位(2020), 49位 (2019), 45位 (2018), 亚太区报告50/80强 (23位 2020) (20位 2019) (22位 2018)(2017), 亚太区报告80强排名第65位 (2016); 中国报告50强 (2020/2019), 80强 (2018), 中国报告60强 (2017), 中国报告40强 (2016); 及亚太区特别成就奖 (2019), 亚太区最有创意报告奖 (2018), 技术成就奖 (2017) 于 Vision 年报比赛大奖 (2017年奖项包括年报和环境、社会、管治报告)</b></p>



# 主要奖项 (续)

每日经济新闻	2021	最佳投资回报上市公司 明星产品 – 雪花纯生.匠心营造
新浪财经	2020	金麒麟港股价值风云榜中获得最具领导力企业家
证券日报	2020	金骏马奖中获得最具工匠精神上市公司
《财富中国》杂志	2011-2021	名列中国500强企业里 第39/46/37/40/38/194/222/252/274/295/330位
《am730》《亚洲公关》 《凤凰网港股》	2020-2021	杰出上市公司大奖中获得杰出上市公司大奖 (主板 – 大市值)
《镜报》	2012-2018, 2021	获得杰出企业社会责任奖
《亚洲货币》杂志	2010/2012	亚洲(不包括日本)及香港最佳整体企业管治, 最佳信息披露及透明度, 最佳股东权益及公平待遇, 最佳管理层及董事会责任及最佳投资者关系 (2012), 整体最佳亚洲企业管治公司, 亚洲(不包括日本)最佳信息披露及透明度, 最佳管理层及董事会责任, 最佳股东权益及公平待遇, 香港-最佳整体企业管治, 最佳信息披露及透明度, 最佳管理层及董事会责任, 最佳股东权益及公平待遇, 最佳投资者关系, 最佳投资者关系人员 (2010)
	2011	香港最佳投资者关系, 最佳投资者关系人员, 最佳整体企业管治第二名, 最佳信息披露及透明度第二名, 最佳管理层及董事会责任第二名, 最佳股东权益及公平待遇第二名
	2021	香港最佳消费品行业上市公司
雪球	2021	2021金牌企业榜中获得投资价值TOP榜



## 主要奖项 (续)

《经济一周》杂志	2019/2020 2018 2005-2016 2021	香港杰出上市企业, 非凡企业大奖 杰出环境社会企业管治大奖2018 杰出上市企业 杰出啤酒企业
《亚洲周刊》杂志	2010/2012- 2016, 2018  2011	“最绩优企业大奖” (2010,2012), “最大综合企业大奖” (2013-2015), “最大食品及饮料企业大奖” (2016,2018)于全球华商1000排行榜  “最大市值企业大奖” 于中国大陆企业香港股市排行榜
《福布斯》杂志	2011-2016, 2020/2021	于全球2000强企业名列第981/861/800/1067/1200/1628/1954/1865位
《财资》杂志	2009-2010/ 2012-2016	白金奖: 2009/2010/2016 金奖: 2012-2015于财资企业奖项
《资本杂志》及 《资本一周》杂志	2011-2015 2019	企业社会责任大奖 业绩表现大奖
香港股票分析师协会	2013-2018	上市公司年度大奖
大公报	2011/2014/ 2016	最佳投资者关系管理公司 (2016); 最佳公司治理上市公司, 最佳信息披露上市公司 (2014); 最佳管理团队奖 (2011)于中国证券金紫荆奖项



# 免责声明

本演示材料的内容仅供参考之用。本公司, 华润啤酒(控股)有限公司及其属下公司概不对因使用或依赖全部或部分本演示材料或其内容引致之损失, 或因本演示材料产生之损失承担任何责任。

本演示材料及之后讨论基于本公司管理层对本公司经营业务及行业现状而作出的任何相信, 假设, 预期, 预计和预测可能构成「前瞻性声明」。该等声明包括, 但不限于任何有关营业额, 盈利和股价表现。“相信”, “企图”, “预期”, “预计”, “预测”等字均构成前瞻性声明。该等声明并不保证未来表现及受到风险, 不确定及其他超越本公司能控制的范围和较难预测的因素, 包括但不限于股价波动, 实际需求, 汇率变动, 发展情况, 市场份额, 竞争, 环境风险, 法律, 财务和监管制度改变, 国际经济和财务情况, 政治风险, 项目延误, 项目审批, 成本预算及其他风险。投资者请留意, 实际业绩有可能与前瞻性声明内容差距较大。



