

踔厲奮發開新局

Striving Forward to Open a New Chapter



華潤啤酒(控股)有限公司

China Resources Beer (Holdings) Company Limited

# 2025年 业绩发布

投资者演示

2026年3月23日



# 驭变求新 稳中有进

1. 业绩回顾

2. 啤酒发展策略

3. 白酒发展策略

4. 市场认可

# 开创业务 发展新局





# 业绩回顾

	2025年 下半年	2024年 下半年	变动	2025年	2024年	变动
	百万人民币	百万人民币		百万人民币	百万人民币	
营业额	14,043	14,891	-6%	37,985	38,635	-2%
毛利	4,656	5,336	-13%	16,360	16,475	-1%
未计利息、税项、折旧和摊销前盈利 (不计特别项目) *	1,543	1,454	+6%	9,879	8,986	+10%
未计利息及税项前盈利 (不计特别项目) *	348	253	+38%	7,453	6,636	+12%
经营活动之现金流				+7,127	+6,928	+3%
添置非流动资产 **				1,836	3,489	-47%
经营活动之现金流 减 添置非流动资产				+5,291	+3,439	+54%
净资产				35,964	35,585	+1%
净现金				4,234	2,011	+111%
<b>股东回报:</b>						
每股基本盈利 (人民币)				1.04	1.46	-29%
每股股息 (人民币)				1.021	0.760	+34%
派息率 (股息总和/股东应占溢利)				98%	52%	+46 百分点
派息率 (股息总和/股东应占溢利) (不考虑白酒商誉减值影响)				53%	52%	+1 百分点
股东回报率 ***				10.5%	15.3%	-4.8 百分点

## 1. 公司与股东分享业绩成果，大幅提升每股股息34%，远高于盈利增长。

注 \* 特别项目 - 公司整体: 1. 深圳总部相关收益共人民币1,005百万 (2024年: 人民币-26百万); 2. 白酒商誉减值人民币2,877百万 (2024年: -);

3. 关厂相关固定资产减值和一次性员工确认补偿及安置费用共人民币306百万 (2024年: 人民币36百万);

\*\* 添置非流动资产包括固定资产、使用权资产、商誉及其他无形资产

\*\*\* 股东回报率 = 股东应占溢利 / 平均本公司股东应占权益



# 业绩回顾

	2025年 下半年	2024年 下半年	变动	2025年	2024年	变动
	百万人民币	百万人民币		百万人民币	百万人民币	
<b>营业额</b>	<b>14,043</b>	<b>14,891</b>	<b>-5.7%</b>	<b>37,985</b>	<b>38,635</b>	<b>-1.7%</b>
- 啤酒业务	13,328	13,920	-4.3%	36,489	36,486	-
- 白酒业务	715	971	-26.4%	1,496	2,149	-30.4%
<b>未计利息、税项、折旧和摊销前盈利 (EBITDA) (不计特别项目) *</b>	<b>1,543</b>	<b>1,454</b>	<b>+6.1%</b>	<b>9,879</b>	<b>8,986</b>	<b>+9.9%</b>
- 啤酒业务 (不计特别项目) *	1,483	1,029	+44.1%	9,611	8,187	+17.4%
- 白酒业务 (不计特别项目) *	46	439	-89.5%	264	852	-69.0%
<b>未计利息、税项、折旧和摊销前盈利率 (EBITDA margin) (不计特别项目) *</b>	<b>11.0%</b>	<b>9.8%</b>	<b>+1.2百分点</b>	<b>26.0%</b>	<b>23.3%</b>	<b>+2.7百分点</b>
- 啤酒业务 (不计特别项目) *	11.1%	7.4%	+3.7百分点	26.3%	22.4%	+3.9百分点
- 白酒业务 (不计特别项目) *	6.4%	45.2%	-38.8百分点	17.6%	39.6%	-22.0百分点

1. 受益于啤酒业务高端化战略的持续发展，材料成本的节约，以及“精简、精益、精细”三精策略的落地，公司啤酒业务全年和下半年的未计利息、税项、折旧和摊销前盈利 (EBITDA) (不计特别项目) 均大幅上升。
2. 公司业绩主要由啤酒业务贡献，啤酒业务的较好表现带动了公司整体的未计利息、税项、折旧和摊销前盈利 (EBITDA) (不计特别项目) 有较好表现。

注\* 特别项目 - 啤酒业务: 1. 深圳总部相关收益共人民币260百万 (2024年: 人民币-45百万);  
2. 关厂相关固定资产减值和一次性员工确认补偿及安置费用共人民币306百万 (2024年: 人民币36百万);  
特别项目 - 白酒业务: 1. 商誉减值共人民币2,877百万 (2024年: -)



# 啤酒业务 – 高端化和提升费用效益

	2025年 下半年	2024年 下半年	变动	2025年	2024年	变动
	百万人民币	百万人民币		百万人民币	百万人民币	
销量 (百万千升)	4.543	4.526	+0.4%	11.030	10.874	+1.4%
销售单价 (每千升人民币)	2,934	3,076	-4.6%	3,308	3,355	-1.4%
营业额	13,328	13,920	-4%	36,489	36,486	-
毛利	4,320	4,661	-7%	15,498	15,004	+3%
未计利息、税项、折旧和摊销前盈利 (EBITDA) (不计特别项目) *	1,483	1,029	+44%	9,611	8,187	+17%
未计利息及税项前盈利 (EBIT) (不计特别项目) *	678	200	+239%	7,954	6,583	+21%
<b>毛利率</b>	<b>32.4%</b>	<b>33.5%</b>	<b>-1.1百分点</b>	<b>42.5%</b>	<b>41.1%</b>	<b>+1.4百分点</b>
未计利息、税项、折旧和摊销前盈利率 (EBITDA margin) (不计特别项目) *	11.1%	7.4%	+3.7百分点	26.3%	22.4%	+3.9百分点
未计利息及税项前盈利率 (EBIT margin) (不计特别项目) *	5.1%	1.4%	+3.7百分点	21.8%	18.0%	+3.8百分点

1. 公司全年啤酒销量表现优于部分同业，次高档及以上销量持续提升。“十四五”期间营业额增长超过人民币50亿元。
2. 公司啤酒业务的毛利率提升1.4个百分点至42.5%，主要受惠于每千升材料成本下跌所致。
3. 啤酒业务盈利水平显着提升，未计利息、税项、折旧和摊销前盈利 (EBITDA) 和未计利息及税项前盈利 (EBIT) 分别达人民币96亿元和79亿元新高。“十四五”期间，EBITDA和EBIT均达翻倍增长。
4. 在线业务快速发展并领跑行业，已与阿里巴巴、美团闪购、京东、饿了么、歪马送酒等平台达成战略合作，“十四五”期间，累计开发电商专供定制产品15款。

注 \* 请见第5页附注有关啤酒业务特别项目的明细



# 啤酒业务 – 高端化卓有成效

普高档及以上产品销量增长接近 **+10%**

其中，**喜力®**销量增长接近 **+20%**

**老雪**销量增长约 **+60%**

**红爵**销量增长超过 **+100%**

次高档及以上产品销量增长 **中至高单位数**



展望十五五，本集团将持续践行高端化战略，巩固啤酒主业，推动新兴业务发展、次高档啤酒业务发展、大湾区发展核心战略，并通过精酿创新、国产大麦振兴、国际化拓展，构建多元增长动力。

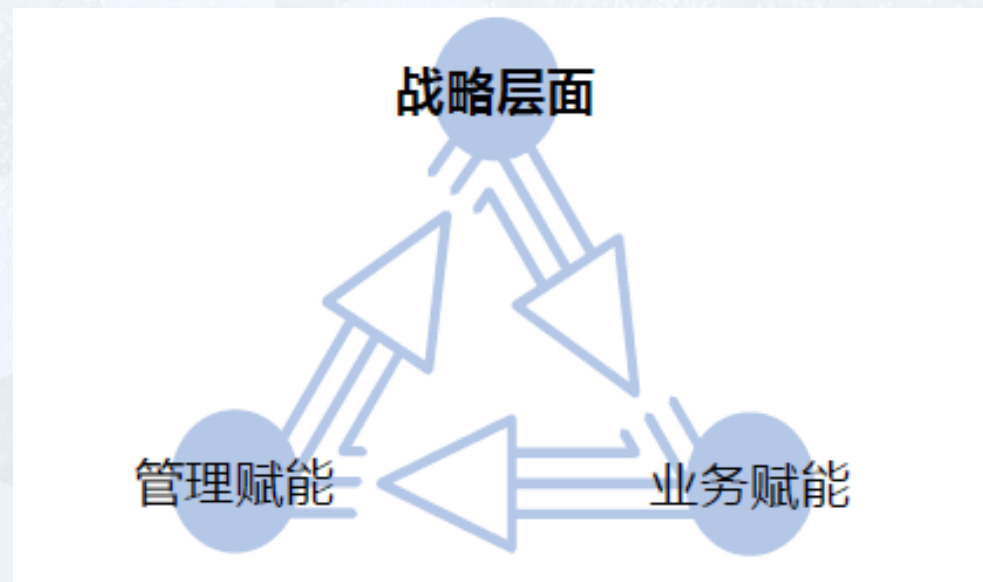




# 啤酒业务 – 啤白双赋能

## 啤白双赋能 - 四大优势，三轮驱动

- 利用华润啤酒建立的**发展经验、资源、管理机制、上市平台**的四大优势
- 发挥出**华润啤酒、华润雪花和华润酒业各自优势**，形成三轮驱动
- 在多方面实现双向赋能、协同互补，培育出**新的核心竞争能力**



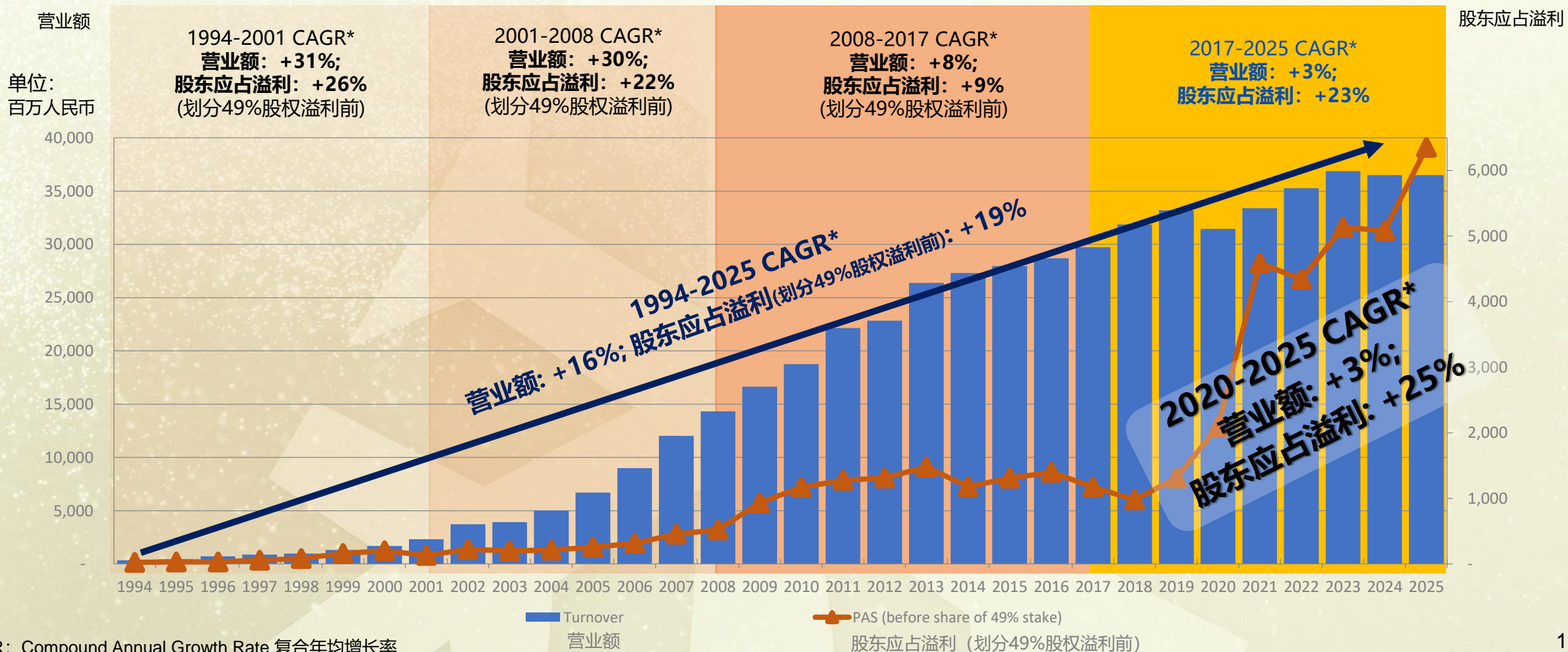


# 啤酒 巩固的 行业市场 第一位



# 高端化发展成果丰硕

## 啤酒业务利润率阶段性大幅提升





# 强强联手

## 喜力®销量同比增长接近20%

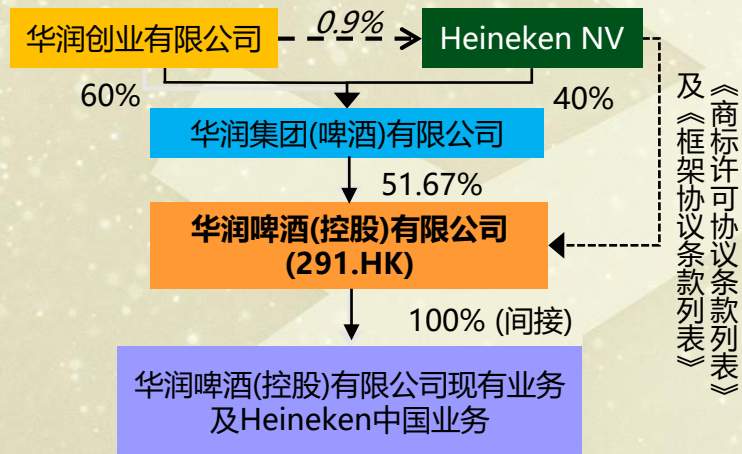


- 中国领先啤酒企业
- 拥有覆盖不同年龄段、价格档次的丰富品牌组合
- 打造大单品的成功经验
- 啤酒产能辐射全国，最佳渠道分销能力
- 对中国市场深入了解
- 背靠华润集团的强力支持



- 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

### 合作架构



### 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

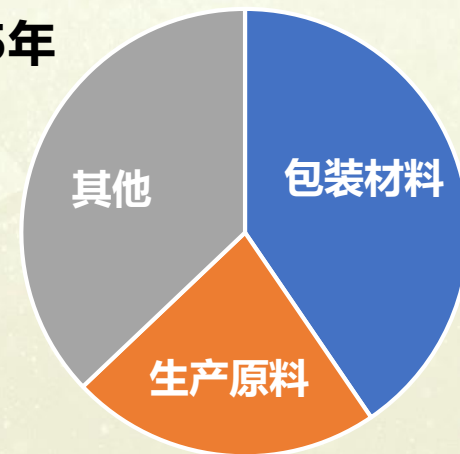
# 多种举措提升成本效益

## 集约化产能与具有优势的采购规模

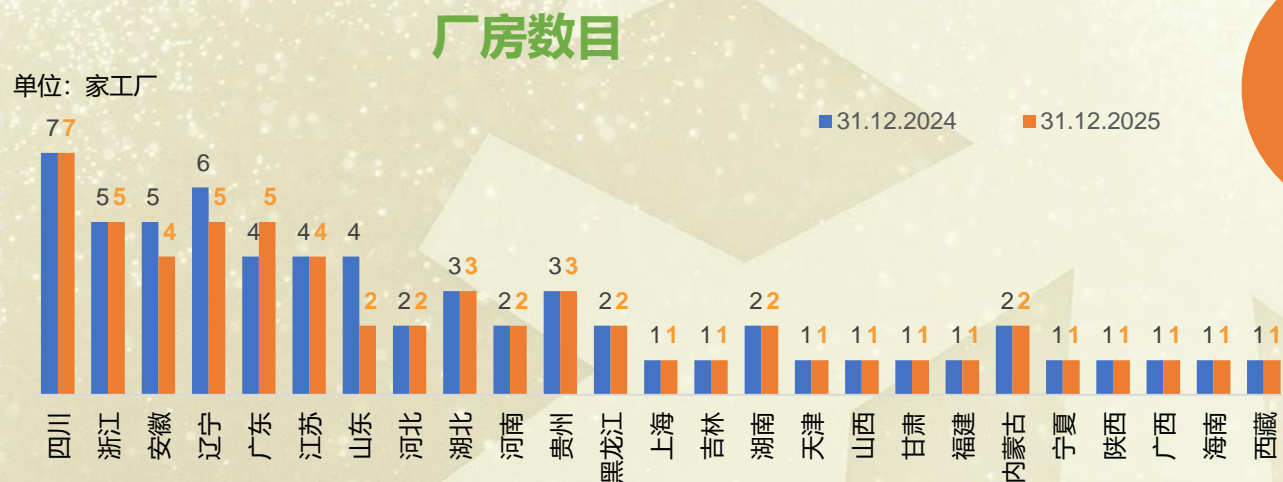
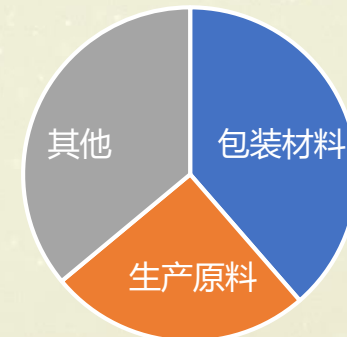


### 生产成本构成

2025年



2024年



\* 不包括停止营运和管理层决定关闭的啤酒厂



# 数字化升级

## 通过数据赋能业务降本增效，并挖掘业务新的增长点

建设采购商城，采购与财务管理一体化管控，通过数字化工具辅助业务决策

### 智慧采购

加快推进智能制造蓝图落地，打造智能工厂、建设生产作业指挥中心；推动环境安全监控系统与工业互联网平台协同，提升设备、备品备件管理及系统连通

### 智能制造

深化营运数字化体系建设，实现供应链业务执行数字化管理；推进从计划到执行的供应链业务数字化闭环管理

### 供应链供应塔

优化提升CRM系统，支持终端店“常更长新”；通过优化营销费用管理系统，建立费用预警和评价体系；通过优化小程序，数据分析以及消费者数据平台，助力营销活动和品牌高端化

### 数字化营销

深化财务共享运营，加强财务、人力业务数据的分析应用能力，释放人员的创造性，通过数据赋能业务管理，同时通过共享能力赋能白酒项目公司，提升管理水平和效率

### 共享运营

结合项目公司现状和啤酒业务经验，采取先建立职能管理能力以及业务基础数字化能力，再结合发展战略、逐步完善前台业务应用的策略。重点围绕生产、职能领域加速赋能，实施供应链金融、码中台系统建设

### 白酒+









# 努力打造白酒业务成为第二增长曲线

## 七大策略推进白酒业务长远健康发展





# 主要奖项

颁授机构	奖项	详情
香港董事学会	董事嘉奖系列2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>杰出董事奖 (上市公司董事会类别)</li> </ul> 
香港上市公司商会、香港浸会大学公司治理与金融政策研究中心	2025年度香港公司治理与环境、社会及管治卓越奖	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司治理卓越奖 (恒生指数成份股公司)</li> <li>环境、社会及管治卓越奖 (恒生指数成份股公司)</li> </ul> 
Extel	2025年度亚洲最佳管理团队	<ul style="list-style-type: none"> <li>最受尊崇企业 (消费品：日用品类行业)</li> <li>最佳首席执行官 (消费品：日用品类行业)</li> <li>最佳首席财务官 (消费品：日用品类行业)</li> <li>最佳投资者关系人员 (消费品：日用品类行业)</li> <li>最佳投资者关系团队 (消费品：日用品类行业)</li> <li>最佳投资者关系方案 (消费品：日用品类行业)</li> <li>最佳环境、社会及管治方案 (消费品：日用品类行业)</li> <li>最佳董事会 (消费品：日用品类行业)</li> </ul> 
《IR Impact》	IR Impact 奖项 - 2025年大中华地区	<ul style="list-style-type: none"> <li>最佳整体投资者关系大奖 (大型企业)</li> <li>最佳投资者关系大奖：消费品</li> </ul> 



# 主要奖项 (续)

颁授机构	奖项	详情
香港投资者关系协会	第十一届投资者关系大奖	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 整体最佳投资者关系公司大奖 - 大型股</li> <li>• ESG卓越大奖 - 大型股</li> <li>• 最佳投资者关系 (主席/首席执行官) - 大型股</li> <li>• 最佳投资者关系 (首席财务官) - 大型股</li> <li>• 最佳投资者关系专员 - 大型股</li> <li>• 最佳投资者关系公司 - 大型股</li> <li>• 最佳投资者团队 - 大型股</li> <li>• 最佳环境、社会及管治 (环境) - 大型股</li> <li>• 最佳环境、社会及管治 (社会) - 大型股</li> <li>• 最佳环境、社会及管治 (企业管治) - 大型股</li> <li>• 最佳投资者会议 - 大型股</li> <li>• 最佳投资者关系推介素材 - 大型股</li> <li>• 最佳年报 - 大型股</li> </ul>
《亚洲企业管治》杂志	2025年度亚洲卓越表现大奖	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 亚洲最佳首席执行官 (投资者关系)</li> <li>• 亚洲最佳首席财务官 (投资者关系)</li> <li>• 最佳投资者关系人员</li> <li>• 最佳投资者关系企业</li> <li>• 最佳环境责任</li> <li>• 最佳企业传播</li> </ul>
《福布斯》杂志	全球2000强企业	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 名列第1969位</li> </ul>
路演中、卓越IR	第八届中国卓越IR评选	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 最佳路演中国奖</li> <li>• 最佳ESG奖</li> </ul>





# 主要奖项 (续)

颁授机构	奖项	详情
香港ESG报告大奖(HERA)	香港ESG报告大奖2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>优秀新力军嘉许奖</li> </ul>
灼见名家、香港恒生大学	ESG大奖2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESG企业典范大奖</li> </ul>
香港大公文汇传媒集团	2025香港国际ESG年度榜单评选	<ul style="list-style-type: none"> <li>最佳ESG实践案例奖</li> </ul>
《亚洲公关》《Think ESG》	ESG杰出大奖2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESG杰出大奖</li> </ul> 
新城财经台	湾区企业可持续发展大奖2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>湾区企业可持续发展大奖</li> <li>杰出湾区企业-社会可持续发展奖</li> <li>杰出湾区企业-绿色可持续发展奖</li> <li>杰出湾区企业-企业管治杰出大奖</li> </ul>
《亚洲周刊》杂志	三十七周年酒会暨颁奖典礼	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024亚洲卓越品牌大奖</li> </ul>
MerComm, Inc.	国际ARC年报大奖	<ul style="list-style-type: none"> <li>财务数据：饮料及食品制造商组别 - 金奖</li> <li>内页设计：饮料及食品制造商组别 - 铜奖</li> <li>财务数据：啤酒/葡萄酒/烈酒组别 - 优异奖</li> </ul>
MerComm, Inc.	国际Galaxy奖项	<ul style="list-style-type: none"> <li>设计：ESG报告组别 - 银奖</li> <li>年报印刷：综合年报及CSR组别 - 铜奖</li> </ul> 
美国传媒专业联盟	报告视觉奖	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业卓越奖：金奖</li> <li>亚太地区年报100强</li> <li>中文年报50强</li> <li>技术成就奖</li> </ul>

踔厲奮發開新局

Striving Forward to Open a New Chapter



華潤啤酒(控股)有限公司

China Resources Beer (Holdings) Company Limited

# 馭變求新 穩中有進

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。