

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 業績發佈

投資者演示

2026年3月23日



馭變求新 穩中有進

1. 業績回顧

2. 啤酒發展策略

3. 白酒發展策略

4. 市場認可

開創業務 發展新局





業績回顧

	2025年 下半年 百萬人民幣	2024年 下半年 百萬人民幣	變動	2025年 百萬人民幣	2024年 百萬人民幣	變動
營業額	14,043	14,891	-6%	37,985	38,635	-2%
毛利	4,656	5,336	-13%	16,360	16,475	-1%
未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利 (不計特別項目) *	1,543	1,454	+6%	9,879	8,986	+10%
未計利息及稅項前盈利 (不計特別項目) *	348	253	+38%	7,453	6,636	+12%
經營活動之現金流				+7,127	+6,928	+3%
添置非流動資產 **				1,836	3,489	-47%
經營活動之現金流 減 添置非流動資產				+5,291	+3,439	+54%
淨資產				35,964	35,585	+1%
淨現金				4,234	2,011	+111%
股東回報:						
每股基本盈利 (人民幣)				1.04	1.46	-29%
每股股息 (人民幣)				1.021	0.760	+34%
派息率 (股息總和/股東應佔溢利)				98%	52%	+46 百分點
派息率 (股息總和/股東應佔溢利) (不考慮白酒商譽減值影響)				53%	52%	+1 百分點
股東回報率 ***				10.5%	15.3%	-4.8 百分點

1. 公司與股東分享業績成果，大幅提升每股股息34%，遠高於盈利增長。

注 * 特別項目 - 公司整體: 1. 深圳總部相關收益共人民幣1,005百萬 (2024年: 人民幣-26百萬) ; 2. 白酒商譽減值人民幣2,877百萬 (2024年: -) ;

3. 關廠相關固定資產減值和一次性員工確認補償及安置費用共人民幣306百萬 (2024年: 人民幣36百萬) ;

** 添置非流動資產包括固定資產、使用權資產、商譽及其他無形資產

*** 股東回報率 = 股東應佔溢利 / 平均本公司股東應佔權益



業績回顧

	2025年 下半年	2024年 下半年	變動	2025年	2024年	變動
	百萬人民幣	百萬人民幣		百萬人民幣	百萬人民幣	
營業額	14,043	14,891	-5.7%	37,985	38,635	-1.7%
- 啤酒業務	13,328	13,920	-4.3%	36,489	36,486	-
- 白酒業務	715	971	-26.4%	1,496	2,149	-30.4%
未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利 (EBITDA) (不計特別項目) *	1,543	1,454	+6.1%	9,879	8,986	+9.9%
- 啤酒業務 (不計特別項目) *	1,483	1,029	+44.1%	9,611	8,187	+17.4%
- 白酒業務 (不計特別項目) *	46	439	-89.5%	264	852	-69.0%
未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利率 (EBITDA margin) (不計特別項目) *	11.0%	9.8%	+1.2百分點	26.0%	23.3%	+2.7百分點
- 啤酒業務 (不計特別項目) *	11.1%	7.4%	+3.7百分點	26.3%	22.4%	+3.9百分點
- 白酒業務 (不計特別項目) *	6.4%	45.2%	-38.8百分點	17.6%	39.6%	-22.0百分點

1. 受益于啤酒業務高端化戰略的持續發展，材料成本的節約，以及“精簡、精益、精細”三精策略的落地，公司啤酒業務全年和下半年的未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利 (EBITDA) (不計特別項目) 均大幅上升。
2. 公司業績主要由啤酒業務貢獻，啤酒業務的較好表現帶動了公司整體的未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利 (EBITDA) (不計特別項目) 有較好表現。

注* 特別項目 - 啤酒業務: 1. 深圳總部相關收益共人民幣260百萬 (2024年: 人民幣-45百萬);
2. 關廠相關固定資產減值和一次性員工確認補償及安置費用共人民幣306百萬 (2024年: 人民幣36百萬);
特別項目 - 白酒業務: 1. 商譽減值共人民幣2,877百萬 (2024年: -)



啤酒業務 – 高端化和提升費用效益

	2025年 下半年	2024年 下半年	變動	2025年	2024年	變動
	百萬人民幣	百萬人民幣		百萬人民幣	百萬人民幣	
銷量 (百萬千升)	4,543	4,526	+0.4%	11,030	10,874	+1.4%
銷售單價 (每千升人民幣)	2,934	3,076	-4.6%	3,308	3,355	-1.4%
營業額	13,328	13,920	-4%	36,489	36,486	-
毛利	4,320	4,661	-7%	15,498	15,004	+3%
未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利 (EBITDA) (不計特別項目) *	1,483	1,029	+44%	9,611	8,187	+17%
未計利息及稅項前盈利 (EBIT) (不計特別項目) *	678	200	+239%	7,954	6,583	+21%
毛利率	32.4%	33.5%	-1.1百分點	42.5%	41.1%	+1.4百分點
未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利率 (EBITDA margin) (不計特別項目) *	11.1%	7.4%	+3.7百分點	26.3%	22.4%	+3.9百分點
未計利息及稅項前盈利率 (EBIT margin) (不計特別項目) *	5.1%	1.4%	+3.7百分點	21.8%	18.0%	+3.8百分點

1. 公司全年啤酒銷量表現優於部分同業，次高檔及以上銷量持續提升。“十四五”期間營業額增長超過人民幣50億元。
2. 公司啤酒業務的毛利率提升1.4個百分點至42.5%，主要受惠於每千升材料成本下跌所致。
3. 啤酒業務盈利水平顯著提升，未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利 (EBITDA) 和未計利息及稅項前盈利 (EBIT) 分別達人民幣96億元和79億元新高。“十四五”期間，EBITDA和EBIT均達翻倍增長。
4. 在線業務快速發展並領跑行業，已與阿里巴巴、美團閃購、京東、餓了麼、歪馬送酒等平台達成戰略合作，“十四五”期間，累計開發電商專供定制產品15款。

注 * 請見第5頁附注有關啤酒業務特別項目的明細



啤酒業務 – 高端化卓有成效

普高檔及以上產品銷量增長接近 **+10%**

其中，**喜力®**銷量增長接近 **+20%**

老雪銷量增長約 **+60%**

紅爵銷量增長超過 **+100%**

次高檔及以上產品銷量增長 **中至高單位數**



展望十五五，本集團將持續踐行高端化戰略，鞏固啤酒主業，推動新興業務發展、次高檔啤酒業務發展、大灣區發展核心戰略，並通過精釀創新、國產大麥振興、國際化拓展，構建多元增長動力。

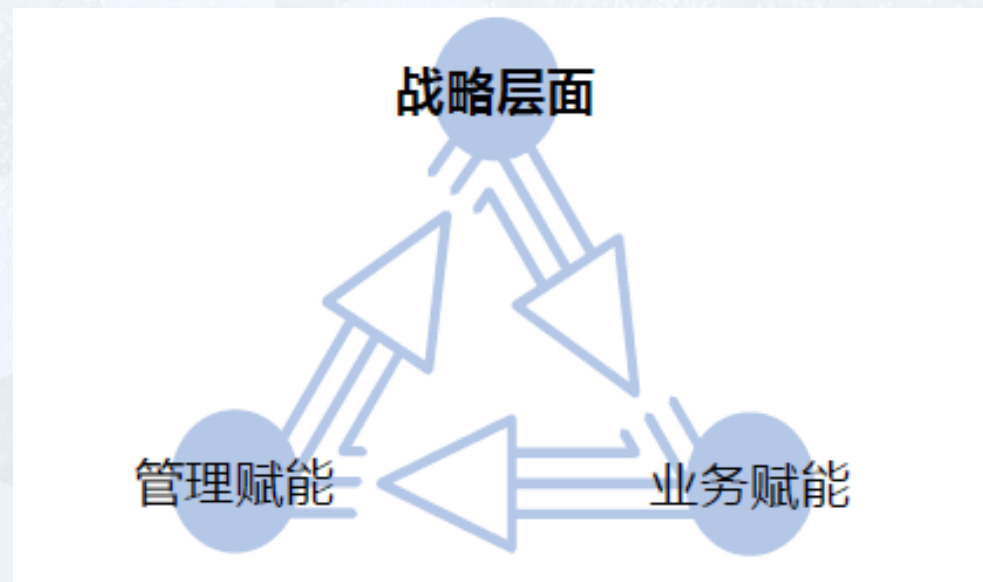




啤酒業務 – 啤白雙賦能

啤白雙賦能 - 四大優勢，三輪驅動

- 利用華潤啤酒建立的**發展經驗、資源、管理機制、上市平台**的四大優勢
- 發揮出**華潤啤酒、華潤雪花和華潤酒業各自優勢**，形成三輪驅動
- 在多方面實現雙向賦能、協同互補，培育出**新的核心競爭能力**



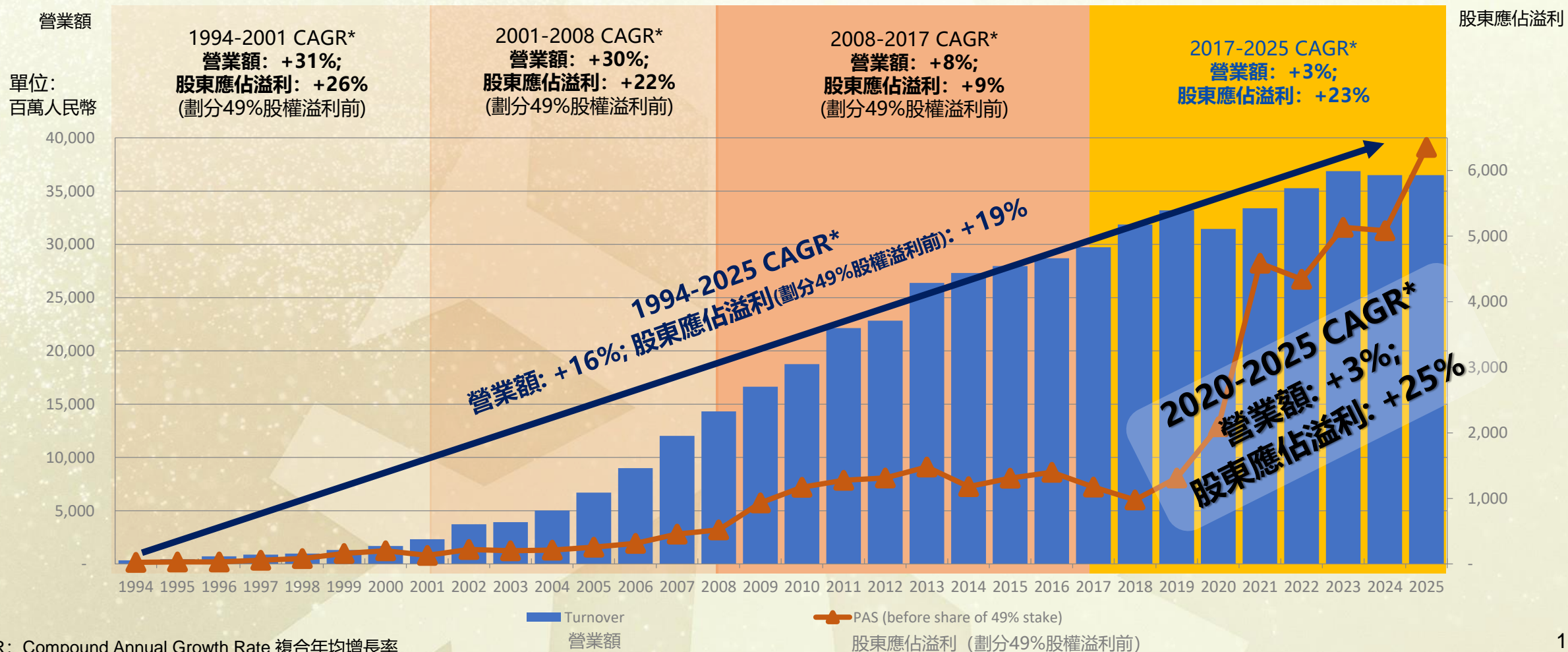


啤酒
鞏固的
行業第一
市場地位



高端化發展成果豐碩

啤酒業務利潤率階段性大幅提升



* CAGR: Compound Annual Growth Rate 複合年均增長率

強強聯手

喜力®銷量同比增長接近20%

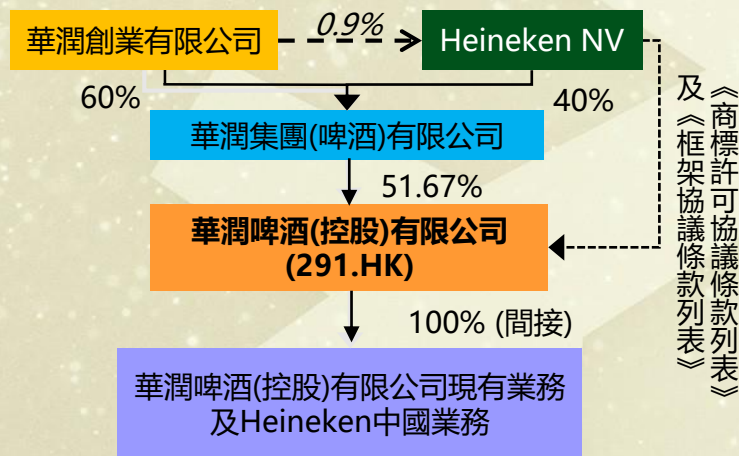


- 中國領先啤酒企業
- 擁有覆蓋不同年齡段、價格檔次的豐富品牌組合
- 打造大單品的成功經驗
- 啤酒產能輻射全國，最佳渠道分銷能力
- 對中國市場深入瞭解
- 背靠華潤集團的強力支持



- 1864年成立，品牌歷史悠久
- 喜力®是在中國認可度最高的的國際啤酒品牌之一
- 世界第二大啤酒釀酒商，產品銷往190多個國家
- 豐富的產品研發經驗，高端啤酒和蘋果酒廣受認可
- 長期投入品牌建設，與多種全球運動賽事深度捆綁
- 獨家運營海南省唯一一家啤酒廠

合作架構



合作目標



樹立國際品牌在中國的高端化屬性



力爭喜力®在人民幣12-15元的細分市場裡佔有重要地位



“中國品牌+國際品牌”組合搭配，佔有整體中國高端啤酒市場的高市場份額

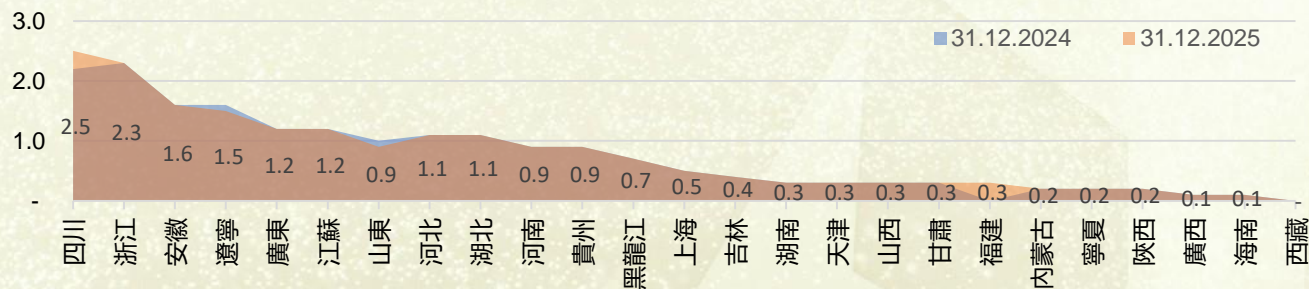


多種舉措提升成本效益

集約化產能與具有優勢的採購規模

產能

單位：百萬千升

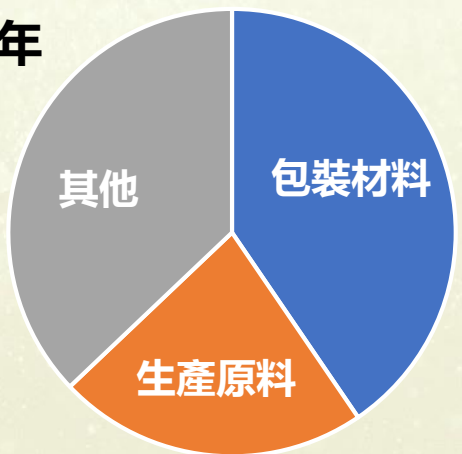


年產能 (百萬千升)

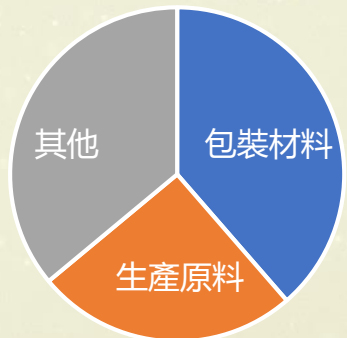


生產成本構成

2025年

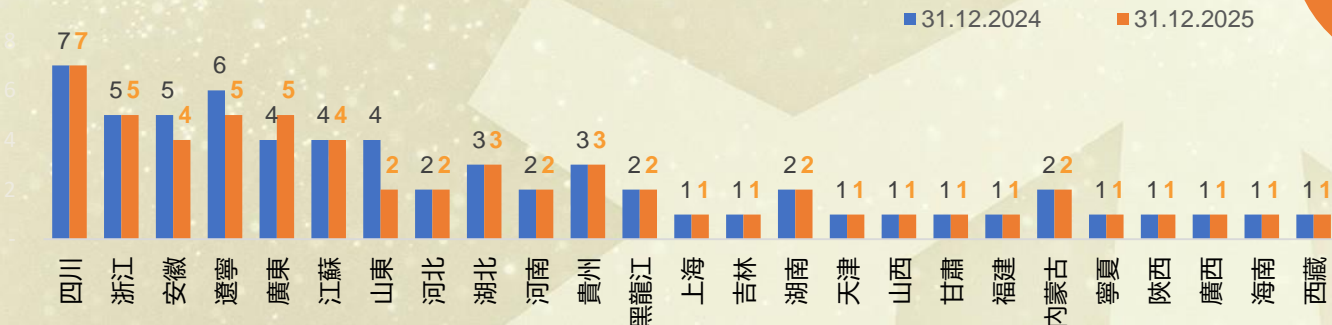


2024年



廠房數目

單位：家工廠



營運啤酒廠房總數 (個)



* 不包括停止營運和管理層決定關閉的啤酒廠



數字化升級

通過數據賦能業務降本增效，並挖掘業務新的增長點

建設採購商城，採購與財務管理一體化管控，通過數字化工具輔助業務決策

智慧採購

加快推進智能製造藍圖落地，打造智能工廠、建設生產作業指揮中心；推動環境安全監控系統與工業互聯網平台協同，提升設備、備品備件管理及系統連通

智能製造

深化營運數字化體系建設，實現供應鏈業務執行數字化管理；推進從計劃到執行的供應鏈業務數字化閉環管理

供應鏈供應塔

優化提升CRM系統，支持終端店“常更長新”；通過優化營銷費用管理系統，建立費用預警和評價體系；通過優化小程序，數據分析以及消費者數據平台，助力營銷活動和品牌高端化

數字化營銷

深化財務共享運營，加強財務、人力業務數據的分析應用能力，釋放人員的創造性，通過數據賦能業務管理，同時通過共享能力賦能白酒項目公司，提升管理水平和效率

共享運營

結合項目公司現狀和啤酒業務經驗，採取先建立職能管理能力以及業務基礎數字化能力，再結合發展戰略、逐步完善前台業務應用的策略。重點圍繞生產、職能領域加速賦能，實施供應鏈金融、碼中台系統建設

白酒+

白酒 走向健康之路 走發 向展 之 路





努力打造白酒業務成為第二增長曲線

七大策略推進白酒業務長遠健康發展





主要獎項

頒授機構	獎項	詳情
香港董事學會	董事嘉獎系列2025	<ul style="list-style-type: none"> 傑出董事獎 (上市公司董事會類別) 
香港上市公司商會、香港浸會大學公司管治與金融政策研究中心	2025年度香港公司管治與環境、社會及管治卓越獎	<ul style="list-style-type: none"> 公司管治卓越獎 (恒生指數成份股公司) 環境、社會及管治卓越獎 (恒生指數成份股公司) 
Extel	2025年度亞洲最佳管理團隊	<ul style="list-style-type: none"> 最受尊崇企業 (消費品：日用品類行業) 最佳首席執行官 (消費品：日用品類行業) 最佳首席財務官 (消費品：日用品類行業) 最佳投資者關係人員 (消費品：日用品類行業) 最佳投資者關係團隊 (消費品：日用品類行業) 最佳投資者關係方案 (消費品：日用品類行業) 最佳環境、社會及管治方案 (消費品：日用品類行業) 最佳董事會 (消費品：日用品類行業) 
《IR Impact》	IR Impact 獎項 - 2025年大中華地區	<ul style="list-style-type: none"> 最佳整體投資者關係大獎 (大型企業) 最佳投資者關係大獎：消費品 



主要獎項 (續)

頒授機構	獎項	詳情
香港投資者關係協會	第十一屆投資者關係大獎	<ul style="list-style-type: none"> • 整體最佳投資者關係公司大獎 - 大型股 • ESG卓越大獎 - 大型股 • 最佳投資者關係 (主席/首席執行官) - 大型股 • 最佳投資者關係 (首席財務官) - 大型股 • 最佳投資者關係專員 - 大型股 • 最佳投資者關係公司 - 大型股 • 最佳投資者團隊 - 大型股 • 最佳環境、社會及管治 (環境) - 大型股 • 最佳環境、社會及管治 (社會) - 大型股 • 最佳環境、社會及管治 (企業管治) - 大型股 • 最佳投資者會議 - 大型股 • 最佳投資者關係推介素材 - 大型股 • 最佳年報 - 大型股
《亞洲企業管治》雜誌	2025年度亞洲卓越表現大獎	<ul style="list-style-type: none"> • 亞洲最佳首席執行官 (投資者關係) • 亞洲最佳首席財務官 (投資者關係) • 最佳投資者關係人員 • 最佳投資者關係企業 • 最佳環境責任 • 最佳企業傳播
《福布斯》雜誌	全球2000強企業	<ul style="list-style-type: none"> • 名列第1969位
路演中、卓越IR	第八屆中國卓越IR評選	<ul style="list-style-type: none"> • 最佳路演中國獎 • 最佳ESG獎





主要獎項 (續)

頒授機構	獎項	詳情
香港ESG報告大獎(HERA)	香港ESG報告大獎2025	<ul style="list-style-type: none"> 優秀新力軍嘉許獎
灼見名家、香港恒生大學	ESG大獎2025	<ul style="list-style-type: none"> ESG企業典範大獎
香港大公文匯傳媒集團	2025香港國際ESG年度榜單評選	<ul style="list-style-type: none"> 最佳ESG實踐案例獎
《亞洲公關》《Think ESG》	ESG傑出大獎2025	<ul style="list-style-type: none"> ESG傑出大獎 
新城財經台	灣區企業可持續發展大獎2025	<ul style="list-style-type: none"> 灣區企業可持續發展大獎 傑出灣區企業-社會可持續發展獎 傑出灣區企業-綠色可持續發展獎 傑出灣區企業-企業管治傑出大獎
《亞洲週刊》雜誌	三十七周年酒會暨頒獎典禮	<ul style="list-style-type: none"> 2024亞洲卓越品牌大獎
MerComm, Inc.	國際ARC年報大獎	<ul style="list-style-type: none"> 財務數據：飲料及食品製造商組別 - 金獎 內頁設計：飲料及食品製造商組別 - 銅獎 財務數據：啤酒/葡萄酒/烈酒組別 - 優異獎
MerComm, Inc.	國際Galaxy獎項	<ul style="list-style-type: none"> 設計：ESG報告組別 - 銀獎 年報印刷：綜合年報及CSR組別 - 銅獎 
美國傳媒專業聯盟	報告視覺獎	<ul style="list-style-type: none"> 行業卓越獎：金獎 亞太地區年報100強 中文年報50強 技術成就獎

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

本演示材料的內容僅供參考之用。本公司，華潤啤酒(控股)有限公司及其屬下公司概不對因使用或依賴全部或部分本演示材料或其內容引致之損失，或因本演示材料產生之損失承擔任何責任。

本演示材料及之後討論基於本公司管理層對本公司經營業務及行業現狀而作出的任何相信，假設，預期，預計和預測可能構成“前瞻性聲明”。該等聲明包括，但不限於任何有關營業額，盈利和股價表現。“相信”，“企圖”，“預期”，“預計”，“預測”等字均構成前瞻性聲明。該等聲明並不保證未來表現及受到風險，不確定及其他超越本公司能控制的範圍和較難預測的因素，包括但不限制於股價波動，實際需求，匯率變動，發展情況，市場份額，競爭，環境風險，法律，財務和監管制度改變，國際經濟和財務情況，政治風險，項目延誤，項目審批，成本預算及其他風險。投資者請留意，實際業績有可能與前瞻性聲明內容差距較大。