

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



## Budweiser Brewing Company APAC Limited

百威亞太控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1876)

### 截至2022年3月31日止三個月的 未經審核業績

百威亞太控股有限公司（「百威亞太」或「本公司」，連同其附屬公司為「本集團」）的董事會（「董事會」）宣佈本公告隨附本集團截至2022年3月31日止三個月的未經審核業績。

董事會謹此提醒股東及潛在投資者，截至2022年3月31日止三個月的未經審核業績乃根據本集團內部紀錄及管理賬目所編製，未經獨立核數師審閱或審核。

股東及潛在投資者買賣本公司證券時不應過份依賴未經審核業績並須謹慎行事。

承董事會命  
百威亞太控股有限公司  
聯席公司秘書  
華百恩

香港，2022年5月5日

於本公告日期，本公司董事會包括聯席主席兼執行董事楊克先生、聯席主席兼非執行董事鄧明瀟先生、非執行董事Katherine Barrett女士（John Blood先生為其替任董事）及Nelson Jamel先生（David Almeida先生為其替任董事），以及獨立非執行董事郭鵬先生、楊敏德女士及曾環璇女士。



## 百威亞太2022年前三個月業績報告

「於2022年前三個月，我們實現營收和獲利增長。中國近期因COVID管控措施帶來的影響被韓國的強勁表現所抵銷，使我們實現了利潤率的大幅增長。受到高端化及收入管理措施的帶動，我們在各主要市場的每百升收入亦持續增長。」

– 楊克，首席執行官及聯席主席

### 銷量

**20,231十萬公升啤酒**  
**-2.7%<sup>1</sup>**

於2022年第一季度，總銷量減少2.7%，主要是由於自3月起COVID管控措施程度增高，但部份被韓國的強勁表現所抵銷。

### 銷售成本

**799百萬美元**  
**+3.1%**

於2022年第一季度，銷售成本增加3.1%，每百升銷售成本增加6.0%，是由於受到原材料及包裝成本增加的影響，該影響因成本效益舉措與避險政策而有部份減輕。

### 正常化每股盈利<sup>3</sup>

**2.30美分**

正常化每股盈利由2021年第一季度的1.79美分增加至2022年第一季度的2.30美分。每股基本盈利由2021年第一季度的1.76美分增加至2022年第一季度的2.28美分。

### 收入

**1,632百萬美元**  
**+1.5%**

於2022年第一季度，收入增加1.5%，每百升收入增加4.3%，是由於持續高端化及積極的收入管理措施。

### 正常化除息稅折舊攤銷前盈利<sup>2</sup>

**570百萬美元**  
**+7.6%**

2022年第一季度的正常化除息稅折舊攤銷前盈利增加7.6%。受韓國銷量強勁復甦的經營槓桿所支持，正常化除息稅折舊攤銷前盈利率增長198個基點至34.9%。

### 正常化溢利

**304百萬美元**

百威亞太股權持有人應佔正常化溢利由2021年第一季度的236百萬美元增加至2022年第一季度的304百萬美元，錄得增長28.8%。百威亞太股權持有人應佔溢利由2021年第一季度的233百萬美元增加至2022年第一季度的302百萬美元。

## 管理層意見

在中國經歷了今年首兩個月的健康發展後，COVID管控措施對我們3月份的業務造成不均衡的影響，促使我們迅速重新分配資源以將受影響地區及渠道的影響降至最低。在韓國，商業環境的改善進一步推動了銷量，我們在餐飲渠道及零售渠道的市場份額有所擴大。因此，於2022年第一季度，我們於亞太地區整體錄得營收和獲利增長，除息稅折舊攤銷前盈利率亦取得強勁增長。

表1. 綜合業績( 百萬美元 )

	2022年 第一季度	2021年 第一季度	內生增長 <sup>1</sup>
總銷量( 十萬公升 )	20,231	20,787	-2.7%
收入	1,632	1,626	1.5%
毛利	833	859	0.0%
毛利率	51.0%	52.8%	-77個基點
正常化除息稅折舊攤銷前盈利 <sup>2</sup>	570	528	7.6%
正常化除息稅折舊攤銷前盈利率	34.9%	32.5%	198個基點
正常化除息稅前盈利	394	342	15.3%
正常化除息稅前盈利率	24.1%	21.0%	289個基點
百威亞太股權持有人應佔溢利	302	233	
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	304	236	
正常化每股基本盈利( 以美分計 ) <sup>3</sup>	2.30	1.79	

於2022年第一季度，我們的總銷量下降2.7%，原因為3月以來實行的COVID管控措施對中國的商業環境產生重大影響。然而，該銷量下降部份被我們在韓國的強勁表現所抵銷，原因為我們在餐飲渠道及零售渠道均取得市場份額。儘管存在管控限制，持續高端化連同收入管理措施使我們在各主要市場的每百升收入皆實現增長。總體而言，每百升收入增加4.3%，收入增長1.5%。此外，除息稅折舊攤銷前盈利增長7.6%，除息稅折舊攤銷前盈利率增長198個基點，這得益於我們在韓國的表現及我們跨地區靈活的商業投資管理。

<sup>1</sup> 除非另有說明，否則本文件呈列的增長率乃基於內生增長數據，並指2022年第一季度與去年同期比較數據。請參閱本新聞稿結尾的重要事項及免責聲明。

<sup>2</sup> 正常化除息稅折舊攤銷前盈利為管理層管理本集團表現、資本及資金結構時定期監控的主要財務計量指標。正常化除息稅折舊攤銷前盈利乃經扣除百威亞太股權持有人應佔溢利的以下影響計算得出：(i)非控股權益；(ii)所得稅開支；(iii)分佔聯營公司業績；(iv)財務成本淨額；(v)除息稅前盈利附加非基礎項目(包括非基礎成本)及(vi)折舊、攤銷及減值。更多資料請參閱本新聞稿「股權持有人應佔溢利與正常化除息稅折舊攤銷前盈利之間的對賬」一節。

<sup>3</sup> 正常化每股盈利使用百威亞太股權持有人應佔正常化溢利除以發行在外股份加權平均數(經扣除一名受託人以信託持有的股份)於2022年第一季度及2021年第一季度分別為13,221,467,605股股份及13,220,516,840股股份)計算。

## 環境、社會及管治

---

我們繼續投資並改進我們的環境、社會及管治舉措。水資源管理方面，中國南寧釀酒廠以每1.19百升水生產一百升啤酒的用水量在用水效率方面領先，其為迄今為止全球200多家百威集團釀酒廠中最低水平的用水量。其亦為中國啤酒行業的新標桿。

憑藉我們標誌性品牌科羅娜的影響力，我們開展「重塑漁路」計劃，通過減少塑料廢棄物保護海洋生物多樣性。通過這一舉措，我們的目標是於2022年回收約145噸海洋塑料廢棄物。

社會方面，我們倡導性別平等，繼續實施精英薪酬的原則，落實對多元化及包容性的承諾。我們預期2022年底前實現性別薪酬平等。

此外，我們於4月與投資者組織第三次環境、社會及管治直播，期間公司環境、社會及管治委員會成員發佈有關環境、社會及管治主要措施的更新資料並就此與參與者交換意見。

## 業務回顧

---

### 亞太地區西部

2022年第一季度，我們在亞太地區西部的銷量下降3.8%。持續的高端化支持每百升收入增加3.7%，使得總收入僅下降0.2%。正常化除息稅折舊攤銷前盈利增加3.0%。

### 中國

中國的銷量下降4.3%，根據我們的估計，3月以來實行的COVID管控措施對商業環境產生重大影響，導致本季度行業出現低個位數的下降。由於渠道及地域組合，我們受到的影響較大。此外，由於今年中國農曆春節提前兩個星期到來，我們亦面臨著嚴峻的比較基礎。



儘管環境充滿挑戰，但由於我們持續執行高端化戰略，每百升收入增加3.2%。高端及超高端品牌在我們產品組合中的銷量權重有所增加。與疫情前(即2019年第一季度)的水平相比，百威及超高端產品收入分別實現高個位數及強勁的雙位數增長。與2021年第一季度相比，收入下降1.3%，但仍高於疫情前水平。同時，我們靈活調整受COVID影響地區的商業投資，將資源重新分配至受影響較小的地區及渠道，使得除息稅折舊攤銷前盈利與2021年第一季度保持一致並高於疫情前水平。

我們擴大在數字化方面取得進展。我們將BEES平台擴展至超過28個城市，連接超過20,000名客戶，即使在當前的COVID管控措施下亦能為其提供不中斷的服務。

在這一充滿挑戰的時期，我們員工、業務合作夥伴及社區的健康及安全將持續是我們的首要任務。我們已根據當地政府的指引致力實施各種措施，為我們的員工提供安全的工作環境。同時，我們員工的努力以及我們遍布全國廣泛的釀酒廠網絡，確保了整個季度業務的連續性。

## 印度

2022年第一季度，由於COVID病例數量及相應限制大幅減少，印度的商業環境進一步改善。我們的業務持續優於行業，超高端及高端組合錄得強勁雙位數增長。

在提供更多迎合當地客戶偏好的創新產品時，我們通過最近推出的百威0.0青蘋果及福佳0.0玫瑰紅啤酒，擴大我們的無酒精啤酒品類，加入新口味。

## 亞太地區東部

2022年第一季度，我們在亞太地區東部的收入增加10.3%，銷量增長6.7%。此外，每百升收入增加3.3%，正常化除息稅折舊攤銷前盈利增長45.6%。

## 韓國

我們加快商業步伐並在餐飲渠道及零售渠道均取得份額。因政府發佈「與COVID共存」政策，在2022年第一季度，管控措施逐步放寬，全國的運營條件得到進一步改善。因此，我們的銷量錄得中個位數增長。每百升收入錄得低個位數增長，從而實現雙位數的收入增長。

在本季度強勁銷售收入復甦的支持下，我們的經營槓桿亦得到改善。因此，除息稅折舊攤銷前盈利錄得強勁雙位數增長，同時利潤率顯著增長。此亦得益於2021年上半年分階段進行商業投資(主要歸因於去年在全國範圍內推出的全新凱獅和HANMAC)帶來的較低的比較基礎。



## 百威亞太綜合財務資料

表2. 百威亞太綜合收益表( 百萬美元 )

	2022年 第一季度	2021年 第一季度	內生增長
總銷量( 十萬公升 )	20,231	20,787	-2.7%
收入	1,632	1,626	1.5%
銷售成本	(799)	(767)	-3.1%
毛利	833	859	0.0%
銷售、一般及行政開支	(479)	(545)	7.9%
其他經營收益	40	28	39.3%
正常化經營溢利( 正常化除息稅前盈利 )	394	342	15.3%
除息稅前盈利附加非基礎項目	(3)	(4)	
財務收益淨額	1	-	
分佔聯營公司業績	1	2	
所得稅開支	(85)	(100)	
期內溢利	308	240	
非控股權益應佔溢利	6	7	
百威亞太股權持有人應佔溢利	302	233	
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	570	528	7.6%
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	304	236	



## 銷量

於2022年第一季度，總銷量減少2.7%，主要是由於自3月起加強COVID管控措施，且部份被韓國的強勁表現所抵銷。

## 收入

於2022年第一季度，收入增加1.5%，每百升收入增加4.3%，是由於持續高端化及積極的收入管理措施。

## 銷售成本

於2022年第一季度，銷售成本增加3.1%，每百升銷售成本增加6.0%，是由於受到原材料及包裝成本增加的影響，該影響因成本效益舉措與避險政策而部份有所減輕。

## 銷售、一般及行政開支

於2022年第一季度，銷售、一般及行政開支減少7.9%，是由於中國近期因COVID管控措施而靈活地進行投資重新分配及成本管理措施，以及2021年上半年韓國分階段進行商業投資帶來的較低的比較基礎。

## 其他經營收益

於2022年第一季度，其他經營收益增加39.3%，主要是由於釀酒廠出售資產。

## 除息稅前盈利附加非基礎項目

表3. 除息稅前盈利附加非基礎項目( 百萬美元 )

	2022年 第一季度	2021年 第一季度
重組	(3)	(4)
對經營溢利的影響	(3)	(4)



## 正常化溢利及溢利

表4. 百威亞太股權持有人應佔正常化溢利( 百萬美元 )

	2022年 第一季度	2021年 第一季度
百威亞太股權持有人應佔溢利	302	233
除稅前非基礎項目	3	4
非基礎稅項	(1)	(1)
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	304	236

## 每股盈利

表5a. 每股基本盈利( 以美分計 )

	2022年 第一季度	2021年 第一季度
每股基本盈利	2.28	1.76
除稅前非基礎項目	0.02	0.04
非基礎稅項	–	(0.01)
正常化每股基本盈利	2.30	1.79

表5b. 每股攤薄盈利( 以美分計 )

	2022年 第一季度	2021年 第一季度
每股攤薄盈利	2.28	1.76
除稅前非基礎項目	0.02	0.03
非基礎稅項	–	(0.01)
正常化每股攤薄盈利	2.30	1.78

## 股權持有人應佔溢利與正常化除息稅折舊攤銷前盈利之間的對賬

表6. 正常化除息稅折舊攤銷前盈利與百威亞太股權持有人應佔溢利的對賬

	2022年 第一季度	2021年 第一季度
百威亞太股權持有人應佔溢利	302	233
非控股權益	6	7
<b>期內溢利</b>	<b>308</b>	<b>240</b>
所得稅開支( 不包括非基礎項目 )	86	101
分佔聯營公司業績	(1)	(2)
財務收益淨額	(1)	—
非基礎項目所得稅利益	(1)	(1)
除息稅前盈利附加非基礎項目	3	4
<b>正常化除息稅前盈利</b>	<b>394</b>	<b>342</b>
折舊、攤銷及減值	176	186
<b>正常化除息稅折舊攤銷前盈利</b>	<b>570</b>	<b>528</b>

正常化除息稅折舊攤銷前盈利為管理層管理本集團表現、資本及資金結構時定期監控的主要財務計量指標。

正常化除息稅折舊攤銷前盈利的計算乃通過剔除百威亞太股權持有人應佔溢利的以下影響：(i)非控股權益；(ii)所得稅開支；(iii)分佔聯營公司業績；(iv)財務成本淨額；(v)除息稅前盈利附加非基礎項目(包括非基礎成本)；及(vi)折舊、攤銷及減值。

正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並非國際財務報告準則項下的會計處理方法，且不應被視作可代替股權持有人應佔溢利計量經營業績或可代替現金流量計量流動性。正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並無標準的計算方式，且百威亞太對正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利的定義可能無法與其他公司的進行比對。

## 附註

為方便理解百威亞太的相關表現，除非另有說明，否則對增長的分析(包括本新聞稿中的所有評論)均基於內生增長及正常化數字。換言之，財務數據經過分析以消除有關換算海外業務的貨幣轉換及適用範圍變化的影響。適用範圍變化指管理層不視作屬於業務相關表現的收購及資產剝離、業務的創立或終止或分部之間業務轉移、縮減損益及會計估計和其他假設的按年變動的影響。

除非另有說明，否則不論在本文件的呈列時間，所有績效計量(除息稅折舊攤銷前盈利、除息稅前盈利、溢利、稅率、每股盈利)均按「正常化」基準呈列，即指於扣除非基礎項目前呈列。非基礎項目是百威亞太正常業務活動中不定期產生的收益或開支。由於該等項目的大小或性質對理解百威亞太的相關可持續表現十分重要，因此該等項目須單獨列賬。正常化計量是管理層採用的額外計量指標，不應取代根據國際財務報告準則釐定的計量指標，成為百威亞太表現的指標。

具體而言，正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並非國際財務報告準則項下的會計處理方法。正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利不應被視作可代替股權持有人應佔溢利計量經營業績或可代替現金流量計量流動性。正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並無標準的計算方式，且本集團的定義可能無法與其他公司的進行比對。繼歐洲證券及市場管理局(ESMA)於2019年12月發佈關於歐盟(EU)發行人應用替代績效計量指標(即非國際財務報告準則計量指標，或「APMs」)的報告後，百威亞太的母公司Anheuser-Busch InBev SA/NV於2021年第一季度的業績公告中將其披露的「非經常性」項目重新標記為「非基礎」項目。百威亞太認為，通過統一披露內容，信息的使用者可於公司的ABI Group內具有更好的可比性。因此，百威亞太於2021年第三季度的業績公告中將其披露的「非經常性」項目重新標記為「非基礎」項目。於百威亞太所採納的各種情況下，「非基礎」項目與「非經常性」項目的範圍相同。

由於四捨五入的關係，數字相加後未必等於總和。

### 法律免責聲明

本新聞稿載有「前瞻性陳述」。該等陳述乃基於百威亞太管理層目前對未來事件及發展的預期和觀點，自然會受到不確定性及環境變化的影響。前瞻性陳述包括通常包含「可能會導致」、「預期會」、「將繼續」、「預料」、「預計」、「估計」、「預測」、「或會」、「可能」、「可」、「相信」、「預期」、「計劃」、「潛在」、「我們旨在」、「我們的目標」、「我們的願景」、「我們擬」等字眼或詞彙或類似表述的屬前瞻性的陳述。歷史事實以外的所有陳述均為前瞻性陳述。閣下不應過分依賴該等前瞻性陳述，其反映了百威亞太管理層目前的觀點，受有關百威亞太的眾多風險及不確定性影響，且取決於諸多因素，其中部份因素不在百威亞太的控制範圍之內。重要因素、風險及不確定性可能導致實際結果大相逕庭，包括但不限於COVID疫情的影響與其影響和時長方面的不確定性，以及百威亞太日期為2019年9月18日的招股章程、2021年度報告及百威亞太已公開的其他文件所述與百威亞太有關的風險及不確定性。其他未知或不可預測的因素可能會導致實際結果與前瞻性陳述存在重大差異。

前瞻性陳述應與其他地方所載其他警告聲明一併閱讀，包括百威亞太日期為2019年9月18日的招股章程、2021年度報告及百威亞太已公開的任何其他文件。該等警告聲明完全適用於本通訊中所作的任何前瞻性陳述，無法保證百威亞太預期的實際結果或發展將得以實現，或者即使大致實現，會對百威亞太或其業務或營運產生預期後果或影響。除法律要求外，百威亞太概不承擔由於新信息、未來事件或發展或其他原因而公開更新或修訂任何前瞻性陳述的責任。



電話會議

2022年5月5日(星期四)

香港時間上午11時30分

有關撥號資料的詳情，請瀏覽我們的網站 <https://www.budweiserapac.com/ch/Upcoming/index.html>

關於百威亞太控股有限公司

百威亞太控股有限公司(「百威亞太」)是亞太地區最大的啤酒公司，在高端及超高端啤酒分部中佔據領導地位，其釀製、進口、推廣、經銷及出售超過50個啤酒品牌的組合，包括百威®、時代®、科羅娜®、福佳®、凱獅®及哈爾濱®。近年，百威亞太業務已擴展至即飲飲料、能量飲料及烈酒等啤酒以外的新類別。百威亞太通過其當地附屬公司，在主要市場開展業務，包括中國、韓國、印度及越南。百威亞太的總部設於中國香港特別行政區，於亞太地區營運48家釀酒廠，並僱用逾26,000名員工。

百威亞太於香港聯交所上市，股份代號為「1876」，屬根據開曼群島法律註冊成立，屬恒生綜合指數成份股。本公司為Anheuser-Busch InBev的附屬公司，其擁有超過600年的釀酒歷史及龐大的全球業務。

有關更多詳情，請訪問我們的網站：<https://www.budweiserapac.com/ch/>。