

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，並明確表示概不就因本公告全部或任何部分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9月30日止九個月的 未經審核業績 及 2022年第三季度財務資料

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9月30日止九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9月30日止九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，惟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10月27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、楊敏德女士及曾璟璇女士。



百威亞太2022年前九個月業績報告

「受惠於多元化的區域市場布局及穩健的產品組合，我們在2022年前九個月實現營收和獲利增長。

儘管COVID管控措施及大宗商品成本不斷上升導致我們在中國的業績較為疲軟，但仍然相信我們的戰略地位及擁有的潛在成長動能可使業務於未來實現持續增長。

與此同時，我們在韓國及印度的業務發展進一步加快，在行業復甦及市場份額增長下使該兩個市場的營收和獲利實現雙位數增長。」

—楊克，首席執行官及聯席主席

銷量

72,715十萬公升啤酒
+1.4%¹

於2022年前九個月，總銷量增長1.4%，此乃由於韓國及印度的強勁表現部分抵銷了中國COVID管控措施的影響。

銷售成本

2,607百萬美元
+9.9%

於2022年前九個月，銷售成本增加9.9%，每百升銷售成本增加8.5%，此乃由於原材料及包裝成本上漲，儘管部分被增效舉措及採購優化所抵銷。

正常化每股盈利³

6.64美分

正常化每股盈利由2021年前九個月的6.60美分增加至2022年前九個月的6.64美分。每股基本盈利由2021年前九個月的6.44美分增加至2022年前九個月的7.00美分。

收入

5,313百萬美元
+4.3%

於2022年前九個月，收入增長4.3%，每百升收入增長2.9%，此乃由於在韓國的收入管理舉措以及在印度推行高端化所帶動，但部分被中國COVID管控措施導致的渠道變化及地域組合不利影響所抵銷。

正常化除息稅折舊攤銷前盈利²

1,732百萬美元
+0.8%

2022年前九個月的正常化除息稅折舊攤銷前盈利與2021年前九個月的水平一致。正常化除息稅折舊攤銷前盈利率下降110個基點至32.6%，此乃由於大宗商品成本上漲及被收入管理及增效舉措所部分抵銷。

正常化溢利

878百萬美元

百威亞太股權持有人應佔正常化溢利由2021年前九個月的872百萬美元增加至2022年前九個月的878百萬美元。百威亞太股權持有人應佔溢利由2021年前九個月的851百萬美元增加至2022年前九個月的925百萬美元。



管理層意見

於2022年第三季度，我們整體上取得收入及獲利增長，並在所有國家中均有銷量及營收提升。此乃受益於韓國及印度的持續增長動能，部分被中國的挑戰環境所抵銷。在中國，為防控COVID而實施的渠道限制使每百升收入及除息稅折舊攤銷前盈利受壓，對我們高端及超高端產品組合的潛在增長趨勢構成影響。與此同時，我們在韓國及印度的業務成長動能因表現穩健而獲得進一步加快。

表1. 綜合業績(百萬美元)

	2022年 前九個月	2021年 前九個月	內生增長 ¹
總銷量(十萬公升)	72,715	71,743	1.4%
收入	5,313	5,359	4.3%
毛利	2,706	2,915	-0.6%
毛利率	50.9%	54.4%	-252個基點
正常化除息稅折舊攤銷前盈利 ²	1,732	1,778	0.8%
正常化除息稅折舊攤銷前盈利率	32.6%	33.2%	-110個基點
正常化除息稅前盈利	1,220	1,245	1.9%
正常化除息稅前盈利率	23.0%	23.2%	-52個基點
百威亞太股權持有人應佔溢利	925	851	
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	878	872	
正常化每股基本盈利(以美分計) ³	6.64	6.60	

於2022年前九個月，總銷量增長1.4%，而收入及每百升收入分別增加4.3%及2.9%。我們的正常化除息稅折舊攤銷前盈利增長0.8%，而除息稅折舊攤銷前盈利率下降110個基點。

於2022年第三季度，總銷量增長6.3%，此乃由於中國及韓國2021年第三季度的基數較低。我們在所有主要市場均保持正常的存貨水平。收入增長7.2%，而每百升收入增長0.8%，此得益於在韓國實施的收入管理舉措部分抵銷了中國夜場及中餐館渠道限制的影響。於2022年第三季度，正常化除息稅折舊攤銷前盈利增長1.6%，此乃由於我們在韓國及印度的表現部分減輕了在中國面臨的挑戰。於2022年第三季度，我們的正常化除息稅折舊攤銷前盈利率下降175個基點。

¹ 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年第三季度及2022年前九個月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。

² 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。

³ 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年前九個月及2021年前九個月分別為13,220,609,158股股份及13,220,552,957股股份)計算。



環境、社會及管治(ESG)

於2022年第三季度，我們持續在實現2025可持續發展目標方面取得堅實進展。我們在武漢釀酒廠的發酵罐及屋頂上安裝了靈活、輕便的太陽能板，其最大潛在裝機量可達5.3兆峰瓦(MWp)，估計每年可減少4,000噸碳排放。該輕型太陽能技術乃首次應用於中國啤酒行業及百威集團的全球網絡。

我們的企業ESG成就獲得許多領先組織的認可。本公司最近榮獲2022年香港環境、社會及管治報告大獎(HERA)頒發的三大獎項，即最佳ESG報告獎(大型股)、卓越環境成效獎及卓越碳中和獎。

亞太地區西部

於2022年前九個月，我們在亞太地區西部的銷量增長0.3%，收入增長1.7%。每百升收入增加1.5%，而正常化除息稅折舊攤銷前盈利則下降4.0%。

與2021年第三季度相比，2022年第三季度的銷量及收入分別增長5.2%及4.4%。每百升收入減少0.8%，而正常化除息稅折舊攤銷前盈利則下降1.9%。

中國

於2022年前九個月，中國的銷量下降2.2%，而收入則減少1.5%。每百升收入增加0.7%，而正常化除息稅折舊攤銷前盈利則下降5.9%。

2022年第三季度為防控COVID而實施的限制主要集中於我們的高端業務重地，包括東南、華北及西北地區。此外，渠道限制則主要對夜場及中餐館等高端渠道構成影響。然而，由於核心及實惠品牌組合因2021年第三季度基數較低而錄得較好表現，2022年第三季度的銷量仍同比增長3.7%。收入增加1.6%，而每百升收入減少2.0%，此乃由於我們的高端及超高端產品組合因全國渠道限制而受到負面影響。儘管面臨持續的外部壓力，與去年同期及疫情前的水平(無論按季度或年初迄今基準)相比，我們高端及超高端產品組合的收入繼續增長。預期中的成本上漲導致正常化除息稅折舊攤銷前盈利下降3.1%，但靈活的商業投資管理抵銷了部分負面影響。

本季度我們進一步推進擴張戰略，在我們進行擴張且未受COVID限制措施影響的城市，百威及超高端產品組合的銷量均錄得雙位數增長。此外，我們繼續在數位化方面取得進展。截至2022年前九個月，我們的數位化B2B經銷商與客戶互動平台「BEES」已擴展至超過90個城市，產生的淨收入超過人民幣10億元。於9月份，BEES佔我們收入的10%以上。



與此同時，我們繼續引領中國的高端化和創新。隨著消費者不斷追求新產品及差異化的飲酒體驗，我們在福建推出「059海岸線」本土精釀品牌。這款啤酒以福建省的區號「059」及標誌性海岸線為代表，使用武夷山大紅袍及廈門芒果等當地食材釀造而成，彰顯福建獨特的文化背景。我們於7月份新開了一家精釀啤酒工廠，以支持該品牌推出並為其配備專門的釀造師，吸引當地人及遊客體驗該獨特的精釀啤酒勝地。

印度

我們估計印度啤酒行業已復甦至疫情前的水平，且我們於2022年第三季度及2022年前九個月的表現均優於行業水平。我們在印度的業務持續增長，該地區現已成為百威品牌全球第五大市場。此外，我們的營收獲得持續增長，並已體現在獲利上，在銷量、收入及除息稅折舊攤銷前盈利方面均錄得雙位數增長。

亞太地區東部

於2022年前九個月，銷量增長10.0%，而每百升收入增加5.4%，使收入增長16.0%。正常化除息稅折舊攤銷前盈利增長30.2%。

於2022年第三季度，銷量增長15.0%，而每百升收入增加3.9%，使收入增長19.5%。正常化除息稅折舊攤銷前盈利增長18.3%。

韓國

於2022年第三季度，隨著所有對即飲渠道的COVID限制解除，營運環境持續改善。由於行業進一步復甦及市場份額持續增長，且「All New Cass」在整個夏季表現強勁，整體銷量錄得雙位數增長。

2022年第三季度的收入錄得雙位數增長。每百升收入錄得中個位數增長，此得益於年初我們對核心及高端產品組合實施的收入舉措，惟被銷量從零售渠道轉向餐飲渠道帶來的渠道組合影響所部分抵銷。儘管商業投資時間段不同導致比較基數較高，2022年第三季度除息稅折舊攤銷前盈利仍錄得雙位數增長，而除息稅折舊攤銷前盈利率亦有所增長。



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 前九個月	2021年 前九個月	內生增長
總銷量(十萬公升)	72,715	71,743	1.4%
收入	5,313	5,359	4.3%
銷售成本	(2,607)	(2,444)	-9.9%
毛利	2,706	2,915	-0.6%
銷售、一般及行政開支	(1,592)	(1,769)	2.0%
其他經營收益	106	99	9.1%
正常化經營溢利(正常化除息稅前盈利)	1,220	1,245	1.9%
除息稅前盈利附加非基礎項目	(8)	(26)	
財務收益/(成本)淨額	9	(10)	
分佔聯營公司業績	25	28	
所得稅開支	(295)	(361)	
期內溢利	951	876	
非控股權益應佔溢利	26	25	
百威亞太股權持有人應佔溢利	925	851	
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	1,732	1,778	0.8%
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	878	872	

	2022年 第三季度	2021年 第三季度	內生增長
總銷量(十萬公升)	27,489	25,862	6.3%
收入	1,860	1,882	7.2%
銷售成本	(906)	(845)	-14.2%
毛利	954	1,037	1.3%
銷售、一般及行政開支	(564)	(619)	-1.9%
其他經營收益	39	32	28.1%
正常化經營溢利(正常化除息稅前盈利)	429	450	2.4%
除息稅前盈利附加非基礎項目	(3)	(4)	
財務收益淨額	1	4	
分佔聯營公司業績	13	11	
所得稅開支	(129)	(103)	
期內溢利	311	358	
非控股權益應佔溢利	11	10	
百威亞太股權持有人應佔溢利	300	348	
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	593	623	1.6%
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	303	352	



銷量

於2022年前九個月，總銷量增長1.4%，主要歸功於韓國及印度的強勁表現，部分抵銷了中國COVID限制措施的影響。於2022年第三季度，我們的銷量增長6.3%，乃由於2021年第三季度中國及韓國的基數較低。

收入

於2022年前九個月，收入增長4.3%，而每百升收入增長2.9%。於2022年第三季度，我們的收入增長7.2%，而每百升收入增長0.8%，此乃由於在韓國實施的收入管理舉措部分抵銷了中國的夜場及中餐館渠道限制帶來的不利組合影響。

銷售成本

於2022年前九個月，銷售成本增加9.9%或8.5%(按每百升基準計)。於2022年第三季度，銷售成本增加14.2%或7.4%(按每百升基準計)，主要是由於原材料及包裝成本上漲，但部分被增效舉措及優化採購所抵銷。

銷售、一般及行政開支

於2022年前九個月，銷售、一般及行政開支減少2.0%，及於2022年第三季度增加1.9%，此乃由於在中國實施COVID限制的大環境下，我們進行了靈活的成本管理及商業投資優化。

其他經營收益

於2022年前九個月及2022年第三季度，其他經營收益分別增加了9.1%及28.1%，此乃由於存在時間段差異。

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 前九個月	2021年 前九個月
COVID應對行動產生的成本	(1)	(1)
重組	(7)	(25)
對經營所得溢利的影響	(8)	(26)



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 前九個月	2021年 前九個月
百威亞太股權持有人應佔溢利	925	851
除稅前非基礎項目	8	26
非基礎稅項	(55)	(5)
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	878	872

每股盈利

表5a. 每股基本盈利(以美分計)

	2022年 前九個月	2021年 前九個月
每股基本盈利	7.00	6.44
除稅前非基礎項目	0.06	0.20
非基礎稅項	(0.42)	(0.04)
正常化每股基本盈利	6.64	6.60

表5b. 每股攤薄盈利(以美分計)

	2022年 前九個月	2021年 前九個月
每股攤薄盈利	6.99	6.43
除稅前非基礎項目	0.06	0.20
非基礎稅項	(0.42)	(0.04)
正常化每股攤薄盈利	6.63	6.59

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之間的對賬

	2022年 前九個月	2021年 前九個月
百威亞太股權持有人應佔溢利	925	851
非控股權益	26	25
期內溢利	951	876
所得稅開支(不包括非基礎項目)	350	366
分佔聯營公司業績	(25)	(28)
財務(收益)/成本淨額	(9)	10
非基礎項目所得稅收益	(55)	(5)
除息稅前盈利附加非基礎項目	8	26
正常化除息稅前盈利	1,220	1,245
折舊、攤銷及減值	512	533
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	1,732	1,778

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。

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。

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，其中部分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年度報告和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，或者即使基本實現，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。



Budweiser Brewing Company APAC Limited
百威亞太控股有限公司

新聞稿

香港 / 2022年10月27日 / 香港時間上午7時正

電話會議

2022年10月27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://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。公司釀製、進口、推廣、經銷及出售超過50個啤酒品牌組合，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25,000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。本公司為泛歐交易所上市公司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：<http://www.budweiserapac.com>.