

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2024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2024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2024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，但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，2024年5月8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（John Blood先生及David Almeida先生為其替任董事）、非執行董事Katherine Barrett女士及Nelson Jamel先生（John Blood先生及David Almeida先生為彼等的替任董事），以及獨立非執行董事郭鵬先生、楊敏德女士及曾璟璇女士。



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

新聞稿

香港／2024年5月8日／香港時間上午7時正

百威亞太2024年前三個月業績報告

「我們在行業溫和表現下，實現了除息稅折舊攤銷前盈利增長並擴張了盈利率。在持續的品牌高端化及收入管理措施帶動下，我們在各主要市場均實現了每百升淨收入的增長。我們的毛利率受到品牌高端化及成本效益推動，增幅超過200個基點。」

— 楊克，首席執行官及聯席主席

銷量

21,115十萬公升啤酒
-4.8%¹

在中國以及韓國行業表現溫和的影響下，2024年第一季度總銷量減少4.8%。

銷售成本

797百萬美元
-4.4%

於2024年第一季度，銷售成本減少4.4%，每百升銷售成本增加0.4%，主要受生產力提升、降本增效管理及大宗商品利好的推動。

正常化每股盈利³

2.26美分

正常化每股盈利由2023年第一季度的2.27美分下降至2024年第一季度的2.26美分。每股基本盈利由2023年第一季度的2.25美分下降至2024年第一季度的2.18美分。

收入

1,643百萬美元
-0.4%

在中國和印度的持續高端化以及亞太地區東部收入管理措施的推動下，2024年第一季度收入下降0.4%，而每百升收入增長4.6%。

正常化除息稅折舊攤銷前盈利²

572百萬美元
+4.2%

於2024年第一季度，在毛利率上升帶動下，正常化除息稅折舊攤銷前盈利提高4.2%及正常化除息稅折舊攤銷前盈利率上升153個基點至34.8%。

正常化溢利

297百萬美元

百威亞太股權持有人應佔正常化溢利由2023年第一季度的300百萬美元下降至2024年第一季度的297百萬美元，錄得1.0%下降，完全歸因於外幣換算影響。百威亞太股權持有人應佔溢利由2023年第一季度的297百萬美元下降至2024年第一季度的287百萬美元。



管理層意見

於2024年第一季度，在持續高端化與成本效益的推動下，我們在中國的毛利率及除息稅折舊攤銷前盈利率有所上升。在韓國，在品牌組合影響力及有效的收入管理推動下，我們獲得市場份額並實現強勁的除息稅折舊攤銷前盈利增長，盈利率大幅上升。在印度，我們的表現仍優於行業，高端及超高端產品收入實現雙位數增長。

表1. 綜合業績(百萬美元)

	2024年 第一季度	2023年 第一季度	內生 增長 ¹
總銷量(十萬公升)	21,115	22,075	-4.8%
收入	1,643	1,702	-0.4%
毛利	846	854	3.8%
毛利率	51.5%	50.2%	206個基點
正常化除息稅折舊攤銷前盈利 ²	572	580	4.2%
正常化除息稅折舊攤銷前盈利率	34.8%	34.1%	153個基點
正常化除息稅前盈利	408	418	3.9%
正常化除息稅前盈利率	24.8%	24.6%	103個基點
百威亞太股權持有人應佔溢利	287	297	
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	297	300	
正常化每股基本盈利(以美分計) ³	2.26	2.27	

受中國和韓國行業表現溫和的影響，總銷量下降4.8%，導致收入下降0.4%。每百升收入在中國和印度的持續高端化以及亞太地區東部收入管理措施的推動下增長4.6%。毛利率的上升帶動正常化除息稅折舊攤銷前盈利增加4.2%，正常化除息稅折舊攤銷前盈利率上升153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字，並指2024年第一季度與去年同期比較數據。有關內生增長數字的計算，請參閱附件一；有關分部資料，請參閱附件二及有關(i)內生增長及(ii)呈報(計及貨幣影響及適用範圍變化後)增長數字之間的比較，請參閱附件三。另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)財務收入淨額；(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。更多詳情請參閱本新聞稿「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(2024年第一季度為13,184,465,745股股份，2023年第一季度為13,217,495,956股股份)計算。



可持續發展

我們已實現中國全價值鏈中超過25%的碳減排，提前兩年實現百威亞太2025可持續發展目標中氣候行動指標。

作為上海氣候週的官方合作夥伴，我們舉辦了一系列環保包裝相關活動，展示了我們對減少使用、重複使用、循環回收及回收利用的承諾，以及我們創新的輕量化包裝及我們發起的供應商低碳轉型支持計劃。

誠摯歡迎閣下參加我們於2024年5月14日(星期二)下午四時正(香港時間)舉行的可持續發展網絡直播會。有關詳情，請瀏覽我們的網站 <https://www.budweiserapac.com/Upcoming/index.html>。

業務回顧

亞太地區西部

銷量下降4.9%，收入減少1.5%。每百升收入增加3.6%，正常化除息稅折舊攤銷前盈利增加2.0%。

中國

銷量及收入分別下降6.2%及2.7%，乃由於受到2023年第一季度渠道重新開放及今年3月的不利天氣影響。然而，在有利的品牌組合推動下，每百升收入增加3.7%。正常化除息稅折舊攤銷前盈利增長1.0%，盈利率擴張145個基點。

儘管去年基數較高，我們的高端及以上產品組合的收入仍繼續增長，且金尊和黑金等百威創新產品實現雙位數增長。百威及超高端產品擴展城市對總收入的收入貢獻持續上升。在渠道方面，我們持續在各渠道內進行高端化。因此，我們的高端及以上產品綜合銷量佔比增加2.5個百分點。

在數字化方面，我們的B2B經銷商與客戶互動平台BEES已擴展至超過265個城市。隨著成功擴大規模，我們將更加專注於利用技術以進一步提升我們的商業能力，並為所有利害關係人創造價值。

展望未來，我們將繼續運用我們的旗艦品牌及大平台以進一步與消費者建立連結並推動增長。我們將在全國推出百威0.0的同時發佈「SPORTS, NOW IS OUR PARTY」夏季活動，首先從我們與奧運會資格賽系列第1部分 - 上海的合作開始。

藍妹將持續贊助香港名人演唱會，利用其「Explore more, Taste more」夏季活動以進一步提升其充滿活力的香港定位，並連結更多消費者。

科羅娜將與攜程進行戰略合作，連結中國消費者的旅行熱情，並提供「愜意放鬆」的旅行體驗。今年夏天，我們並將推出Corona Cero(無酒精啤酒)以及Corona Light，擴大科羅娜品牌產品組合，以進一步加速科羅娜的擴張，並強化我們在超高端產品市場的領導地位。



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

新聞稿

香港／2024年5月8日／香港時間上午7時正

於2024年，哈爾濱啤酒成為美國職業籃球聯賽(NBA)的合作夥伴，NBA冠軍兼全明星球員克萊·湯普森為品牌代言人。此外，我們針對新進入法定飲酒年齡世代及日益增長的健康趨勢推出零糖哈爾濱冰極純生。哈爾濱冰極純生自推出以來廣受好評，銷量增加了一倍以上。

印度

根據我們的估計，我們的印度業務的表現持續優於同業，銷量及收入實現雙位數增長。我們高端及超高端產品組合的收入實現雙位數增長。

亞太地區東部

銷量下降4.0%，收入及每百升收入分別增加5.2%及9.6%。正常化除息稅折舊攤銷前盈利增加18.7%，盈利率擴張334個基點。

韓國

受行業溫和表現影響，銷量呈中單位數下跌。在收入管理措施推動下，每百升收入錄得高單位數增長，帶動收入錄得中單位數增長。

我們持續通過產品組合的優勢引領品類。我們獲得總市場份額增長，其中凱獅、HANMAC及時代啤酒在零售渠道及餐飲渠道的市場份額均有所增加。

2024年第一季度，針對日益增長、對健康生活方式的需求，我們推出「零糖」凱獅低熱量啤酒。為回應消費者的濃厚興趣，我們亦將自去年夏季推出廣受歡迎的兩款限量版Cass Lemon Squeeze及Cass Lemon Squeeze 0.0永久加入我們的產品組合。今年夏季，我們將在餐飲渠道推出凱獅無酒精啤酒，Cass Zero，充分運用我們與大韓體育奧委會的合作夥伴關係。



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)

	2024年 第一季度	2023年 第一季度	內生 增長
總銷量(十萬公升)	21,115	22,075	-4.8%
收入	1,643	1,702	-0.4%
銷售成本	(797)	(848)	4.4%
毛利	846	854	3.8%
銷售、一般及行政開支	(463)	(466)	-3.0%
其他經營收益	25	30	-6.7%
正常化經營溢利(正常化除息稅前盈利)	408	418	3.9%
除息稅前盈利附加非基礎項目	(13)	(4)	
財務收益淨額	14	2	
分佔聯營公司業績	1	4	
所得稅開支	(117)	(115)	
期內溢利	293	305	
非控股權益應佔溢利	6	8	
百威亞太股權持有人應佔溢利	287	297	
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	572	580	4.2%
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	297	300	

銷量

2024年第一季度總銷量減少4.8%，主要由於中國及韓國市場行業表現溫和。

收入

在中國和印度的持續高端化以及亞太地區東部收入管理措施的推動下，2024年第一季度收入下降0.4%，而每百升收入增長4.6%。

銷售成本

受生產力提升、降本增效管理及大宗商品利好的推動，於2024年第一季度，銷售成本減少4.4%，每百升銷售成本增加0.4%。



銷售、一般及行政開支

2024年第一季度，銷售、一般及行政開支增加3.0%，歸因於商業投資增加。

其他經營收益

於2024年第一季度，其他經營收益下降6.7%，乃由於非核心資產出售收入減少。

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)

	2024年 第一季度	2023年 第一季度
重組	(13)	(4)
對經營所得溢利的影響	(13)	(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)

	2024年 第一季度	2023年 第一季度
百威亞太股權持有人應佔溢利	287	297
除稅前非基礎項目	13	4
非基礎稅項	(3)	(1)
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	297	300

每股盈利

表5a. 每股基本盈利(美分)

	2024年 第一季度	2023年 第一季度
每股基本盈利	2.18	2.25
除稅前非基礎項目	0.10	0.03
非基礎稅項	(0.02)	(0.01)
正常化每股基本盈利	2.26	2.27



表5b. 每股攤薄盈利(美分)

	2024年 第一季度	2023年 第一季度
每股攤薄盈利	2.16	2.24
除稅前非基礎項目	0.10	0.03
非基礎稅項	(0.02)	(0.01)
正常化每股攤薄盈利	2.24	2.26

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(百萬美元)

	2024年 第一季度	2023年 第一季度
百威亞太股權持有人應佔溢利	287	297
非控股權益	6	8
期內溢利	293	305
所得稅開支(不包括非基礎項目)	120	116
分佔聯營公司業績	(1)	(4)
財務收益淨額	(14)	(2)
非基礎項目所得稅利益	(3)	(1)
除息稅前盈利附加非基礎項目	13	4
正常化除息稅前盈利	408	418
折舊、攤銷及減值	164	162
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	572	580

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)財務收入淨額；(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計量指標，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、向亞太地區以外地區的出口、縮減損益及會計估計和其他假設的按年變動的影響。

不論何時於本文件呈列，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(除另有說明外)。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徑庭，包括但不限於百威亞太日期為2019年9月18日的招股章程、2023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、2023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／2024年5月8日／香港時間上午7時正

電話會議

2024年5月8日(星期三)

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/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47家釀酒廠，並僱用超過24,000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。本公司為總部位於比利時魯汶的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>。



附件一 - 未經審核內生增長數字計算

以下資料乃根據本集團內部紀錄及管理賬目編製，以就本新聞稿所載內生增長數字的計算提供更多資料。該計算未經獨立核數師審閱或審核。股東及有意投資者不應過份依賴該等未經審核業績。

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、向亞太地區以外地區的出口、縮減損益，以及會計估計和其他假設的按年變動的影響。

下表內所有數字均以百萬美元為單位，惟銷量(十萬公升)、內生增長(以%或基點)及正常化除息稅折舊攤銷前盈利率除外。

百威亞太	2023年				2024年	
	第一季度	適用範圍	貨幣換算	內生增長	第一季度	內生增長
總銷量(十萬公升)	22,075	94	-	(1,054)	21,115	-4.8%
收入	1,702	10	(63)	(6)	1,643	-0.4%
銷售成本	(848)	(16)	29	38	(797)	4.4%
毛利	854	(6)	(34)	32	846	3.8%
正常化除息稅前盈利	418	(8)	(18)	16	408	3.9%
正常化除息稅折舊 攤銷前盈利	580	(8)	(24)	24	572	4.2%
正常化除息稅折舊 攤銷前盈利率	34.1%				34.8%	153個基點



附件二 - 分部資料

分部資料以地區分部呈列，這與最高經營決策者可獲得及定期評估的資料一致。

本集團透過兩個地區經營業務：亞太地區東部(主要為韓國、日本及新西蘭)及亞太地區西部(中國、印度、東南亞及出口)，為本集團用於財務報告的兩個須予呈報分部。本集團的區域及營運管理層負責管理業務的表現、相關風險和營運效率。管理層使用正常化除息稅折舊攤銷前盈利等績效指標作為分部表現的計量，並作出資源分配決策。

下表所述數字均以百萬美元列示，惟銷量(十萬公升)及正常化除息稅折舊攤銷前盈利率(%)除外。

截至2024年及2023年3月31日止期間

	亞太地區					
	東部		西部		總計	
	2024年 第一季度	2023年 第一季度	2024年 第一季度	2023年 第一季度	2024年 第一季度	2023年 第一季度
銷量	2,556	2,663	18,559	19,412	21,115	22,075
收入	291	287	1,352	1,415	1,643	1,702
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	86	75	486	505	572	580
正常化除息稅折舊攤銷前 盈利率%	29.6%	26.1%	35.9%	35.7%	34.8%	34.1%
折舊、攤銷及減值					(164)	(162)
正常化經營溢利 (正常化除息稅前盈利)					408	418
非基礎項目					(13)	(4)
經營溢利(除息稅前盈利)					395	414
財務收益淨額					14	2
分佔聯營公司業績					1	4
所得稅開支					(117)	(115)
期內溢利					293	305



附件三 - 內生增長及呈報增長數字

增長百分比	百威亞太		亞太地區西部		亞太地區東部		中國	
	內生	呈報	內生	呈報	內生	呈報	內生	呈報
2024年第一季度								
銷量	-4.8%	-4.3%	-4.9%	-4.4%	-4.0%	-4.0%	-6.2%	-6.2%
每百升收入	4.6%	0.9%	3.6%	-0.1%	9.6%	5.6%	3.7%	-0.4%
收入	-0.4%	-3.5%	-1.5%	-4.5%	5.2%	1.4%	-2.7%	-6.5%
正常化除息稅折舊 攤銷前盈利	4.2%	-1.4%	2.0%	-3.8%	18.7%	14.7%	1.0%	-3.2%