



飲料部門

# 呈獻怡神 飲料

太古飲料為香港、台灣、中國內地及美國的消費者生產、推廣及經銷怡神的飲料。









## 業務簡介

太古飲料持有專利權在香港、台灣、中國內地七個省份及美國西部廣泛地區製造、推廣及經銷可口可樂公司的產品。



太古飲料全資擁有兩家分別位於台灣及美國的專營公司，持有五家分別位於香港和中國內地福建、河南、安徽及陝西省的專營公司的多數權益，並持有中國內地另外三家專營公司的合資權益及一家生產公司的聯屬權益。該生產公司為Coca-Cola Bottlers Manufacturing Holdings Limited，負責向中國內地所有可口可樂專營公司供應不含汽飲料。

太古飲料生產五十六個飲料品牌，專營區域覆蓋逾四億四千萬人口。

## 飲料供應鏈

### 濃縮飲料原漿生產廠房

可口可樂公司生產濃縮的飲料原漿，再配送至各裝瓶商，包括太古飲料。



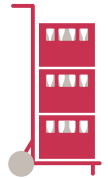
### 裝瓶商

作為可口可樂公司的裝瓶商，太古飲料於旗下十六間裝瓶廠將濃縮的飲料原漿調配成即時飲用的包裝飲料。



### 銷售及經銷

太古飲料將即時飲用的包裝飲料出售及分銷至其專營區域的客戶。



### 市場推廣

太古飲料按照與可口可樂公司共同制定的計劃，為經銷的品牌進行市場推廣。



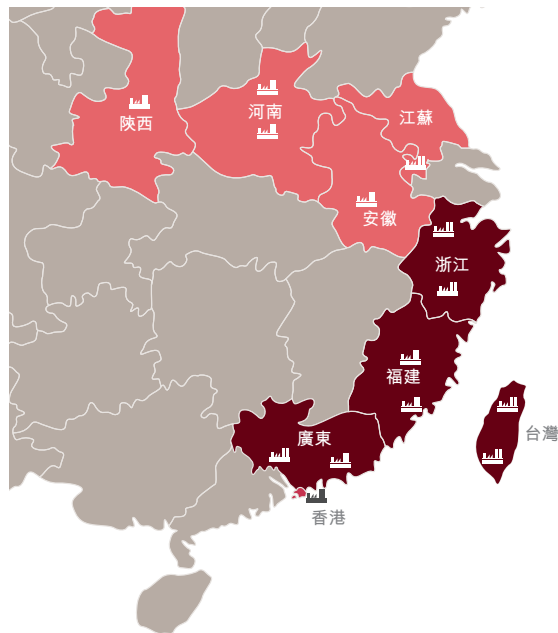
## 對環境造成的潛在影響

太古飲料需要耗用水、能源和包裝材料，對大氣層造成影響並產生廢物。

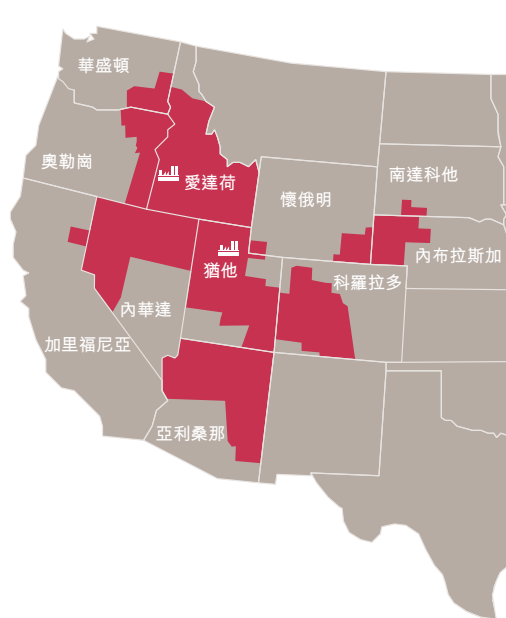


專營區域

大中華區



美國



2013年可口可樂飲料人均飲用量(八安士裝)

100以上 51至100 25至50 裝瓶廠

專營區域人均飲用量

	人口 (百萬)	人均本地 生產總值 (美元)	銷量 (百萬標箱)*		可口可樂飲料人均飲用量 (八安士裝)
			2013	2003	
<b>中國內地</b>					
浙江	50.4	11,234	151	54	
廣東	77.6	11,622	192	75	
福建	37.8	9,674	86	25	
江蘇	55.0	10,819	110	38	
陝西	37.6	7,340	60	17	
安徽	60.1	5,336	82	11	
河南	94.1	5,645	126	17	
<b>香港</b>	7.2	37,912	65	46	
<b>台灣</b>	23.4	20,815	56	45	
<b>美國</b>	6.2	43,597	85	79	

\* 一標箱包括二十四瓶八安士裝飲料



## 策略

太古飲料的策略目標是建立世界級的裝瓶系統，在擁有業務的所有區域，成為公認一流的僱主、一流的業務夥伴和一流的企業公民。為此，部門採取以下策略：

- 堅持在安全和品質方面的承諾。
- 致力與可口可樂公司攜手加強對客戶業務的了解，藉此為客戶及消費者創優增值。
- 我們專注做好零售點的市場執行工作，因為業務發展的關鍵，端賴各專營區域透過零售點向數以百萬計的消費者售賣產品。
- 通過增加銷量和優化定價及產品組合，有效地管理收益。
- 通過改善供應鏈和銷售及經銷工作的生產力及效率，有效地管理成本。
- 對可持續發展作出承諾，設法減低業務對環境的影響，尤其專注於節省耗水量的工作，以及聯繫業務所在的社區。

## 實施策略

### 銷量

太古飲料以增加銷量並取得盈利為目標。為此，我們可在現有專營區域，以更有效的方法推廣現有品牌及包裝組合、改善市場計劃的執行，以及擴大飲品類別、品牌及包裝組合，以滿足消費者在更多不同場合的需要。另一方面，我們可以向可口可樂公司取得更多專營區域，以增加太古飲料銷售網所覆蓋的人口。

### 營業總額

太古飲料的目標之一是令銷量增長轉化為收益增長。為此，我們可以維持或調高售價，以及改善銷售組合。此舉的可行程度，視乎營業地區的經濟狀況、消費者的習慣、競爭情況及消費者對漲價的抗拒程度。

### 銷售成本

太古飲料的目標之一是降低飲料產品的生產及經銷成本，同時確保以符合成本效益和有效的方式向顧客提供優質的產品及服務。太古飲料致力改善生產力和效率，以降低經常費用。

## 二零一三年表現

## 收益管理

銷量  
變幅

+3.0%	-0.2%
-3.8%	+2.0%

收益\*  
變幅

-1.6%	+2.7%
-0.3%	-0.5%

## 成本管理

毛利\*  
變幅

+4.7%	+8.0%
+5.8%	-0.2%

營業溢利  
變幅

+22.5%	-0.9%
+67.1%	+0.6%

## 品質

生產質量指標  
變幅

-0.8%	-7.2%
+0.4%	+0.7%

## 客戶

活躍的零售點  
變幅

+7.2%	-1.3%
-10.7%	+4.3%

## 可持續發展

太古飲料致力實現業務的持續發展，尤其著重減低耗水量及能源耗量，以及採取安全的工作模式。

## 二零一三年表現

## 可持續發展

耗水率  
變幅

+1.1%	+0.8%
+0.9%	+6.5%

能源耗用比率  
變幅

0.0%	-8.9%
-2.5%	0.0%

## 安全

工傷引致損失工時比率  
變幅

-18.0%	-7.5%
+361.0%	-30.0%

中國內地

香港

台灣

美國

\* 每標箱計

## 二零一三年業績表現

## 財務撮要

	2013 港幣百萬元	2012 港幣百萬元
營業總額	15,054	14,397
營業溢利	864	765
應佔合資公司及聯屬公司除稅後溢利	397	204
應佔溢利	802	556

## 可持續發展表現撮要

	2013	2012
耗水量(百萬立方米)	6,077	5,497
能源耗量(千兆焦耳)	1,458	1,381
工傷引致損失工時比率	0.85	0.99

## 分部資料

	營業總額		應佔溢利/(虧損)	
	2013 港幣百萬元	2012 港幣百萬元	2013 港幣百萬元	2012 港幣百萬元
中國內地	7,614	6,950	415	207
香港	2,145	2,123	177	175
台灣	1,418	1,500	22	18
美國	3,877	3,824	217	178
中央成本	-	-	(29)	(22)
<b>太古飲料</b>	<b>15,054</b>	<b>14,397</b>	<b>802</b>	<b>556</b>

## 附註：

- 太古公司已實施經重訂的香港會計準則第19號「僱員福利」(於二零一三年一月一日起生效)，並須追溯應用。因此，部門二零一二年的全年度比較業績已由集團二零一二年全年度法定賬目的業績重列。
- 太古公司已考慮經重訂的會計準則香港財務報告準則第11號「合營安排」(於二零一三年一月一日起生效)對其中國內地專營公司的影響，並確定其中三家之前視作共同控制權益入賬的專營公司的賬目，現時應視作附屬公司的賬目處理，全部綜合於太古公司的財務報表中。因此，部門二零一二年的全年度比較業績已由集團二零一二年全年度法定賬目的業績重列。
- 請參閱第239頁至第242頁有關可持續發展統計數據的詳情。

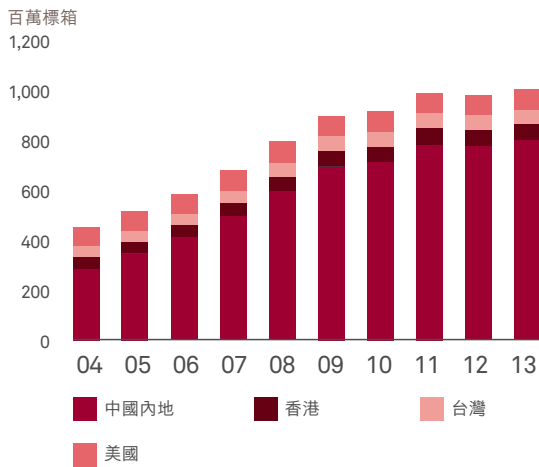
## 飲料部門的會計處理

七家全資擁有及擁有多數權益的專營公司(分別位於香港、台灣、美國、中國內地福建、河南、安徽及陝西省)的賬目視作附屬公司的賬目處理，全部綜合於太古公司的財務報表中。因此，上述營業總額及營業溢利僅歸因於該等專營公司。部門於中國內地其他三家專營公司的合營權益及部門於Coca-Cola Bottlers Manufacturing Holdings Limited的聯屬權益則使用權益法作會計處理。太古公司在綜合損益表中以單一賬項逐一確認應佔該等公司的溢利或虧損淨額。

為方便參考，中國內地三家專營公司的合營權益帶來的營業總額合計為港幣九十三億二千五百萬元(二零一二年：港幣九十二億九千二百萬元)。撇除對七家中國內地專營公司的銷售額後，Coca-Cola Bottlers Manufacturing Holdings Limited的營業總額為港幣五十四億八千八百萬元(二零一二年：港幣四十七億六千三百萬元)。

載於第61頁的圖表列載的中國內地銷量僅代表七家專營公司的銷量，包括由Coca-Cola Bottlers Manufacturing Holdings Limited供應的產品。

## 銷量



## 飲料業背景

中國內地即時飲用的非酒精類飲料銷量於二零一三年出現百分之十三的增長。汽水的銷量上升百分之八；果汁類飲料的銷量上升百分之十；茶飲料的銷量上升百分之十四；包裝飲用水的銷量上升百分之十六；而桶裝水的銷量則上升百分之十四。

香港飲料市場出現百分之二的增長。汽水的銷量不變，不含汽飲料的銷量則上升百分之二。

台灣飲料市場於二零一三年下跌百分之一。

美國飲料市場表現穩定。不含汽飲料銷量的增長，抵銷了汽水銷量下跌的影響。

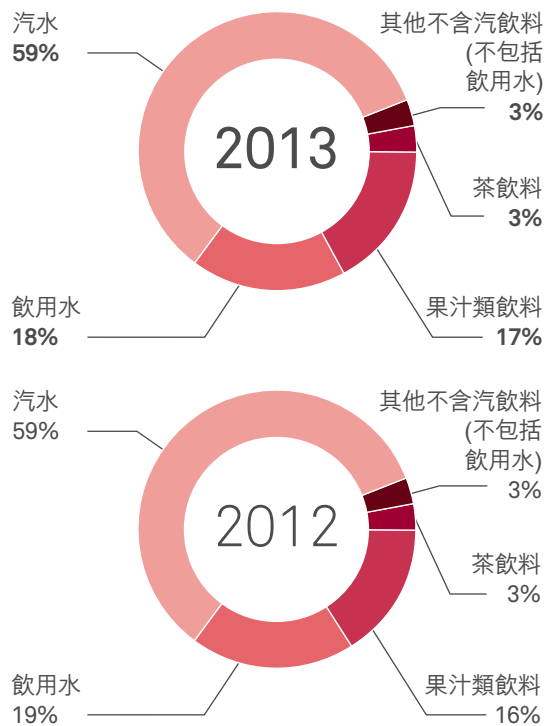
## 二零一三年業績摘要

太古飲料於二零一三年錄得應佔溢利港幣八億零二百萬元，較二零一二年增加百分之四十四。撇除二零一三年上半年重新計量一家聯屬公司一項非經常性溢利後的應佔溢利為港幣七億三千三百萬元，較二零一二年增加百分之三十二。

增幅主要反映中國內地業務表現強勁，以及所有地區的原料成本均告下降。

整體銷量增加百分之二至十億一千三百萬標箱，而二零一二年則下跌百分之零點五。中國內地及美國的銷量上升，香港的銷量不變，而台灣的銷量則告下降。

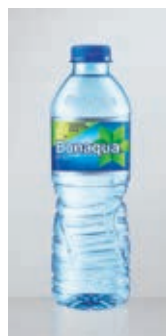
## 按類別劃分的總銷量分項數字



## 中國內地

中國內地業務帶來應佔溢利港幣四億一千五百萬元，較二零一二年上升百分之一百零一。撇除重新計量一家聯屬公司一項非經常性溢利後，來自中國內地的應佔溢利為港幣三億四千六百萬元，較二零一二年增加百分之六十七。

二零一二年中國內地需求疲弱，但二零一三年需求回升，反映汽水及果汁類飲料銷量轉強。總銷量較二零一二年上升百分之三。汽水的銷量上升百分之四，果汁類飲料的銷量上升百分之七，而飲用水的銷量則下跌百分之二。



太古可口可樂香港於二零一三年為礦物質水引進「植物樽」。有別於現時主要依賴化石燃料的PET膠樽，「植物樽」由最高達百分之三十提取自植物的創新原料製成，可完全循環再造，對環境留下的碳足跡遠少於一般膠樽。



利潤每標箱增加百分之五。原料成本（主要為甜味劑及樹脂）遠低於二零一二年，使毛利大幅增加。審慎的成本控制亦有助提高應佔溢利。

旗下負責生產不含汽飲料的聯屬公司在中國內地新設兩條生產線。

## 香港

香港業務的應佔溢利為港幣一億七千七百萬元，較二零一二年增加百分之一。

與二零一二年比較，整體銷量維持不變。售價受惠於二零一二年十一月進行的提價所帶來的全年影響，令收益每標箱增加百分之三。銷售組合有所改善，加上原料成本下降百分之二，使總體貢獻大幅增加。由於出現整體通脹及員工成本上升，使生

玉泉+C在於香港成功推出後，於二零一三年登陸中國內地市場。



原萃日式綠茶在台灣最受歡迎的樽裝綠茶市場上推出。



太古飲料與可口可樂公司緊密攜手發展及推廣品牌。

產、運送及其他營業成本增加，將原料成本下降的影響局部抵銷。

## 台灣

台灣業務的應佔溢利為港幣二千二百萬元，較二零一二年上升百分之二十二。

經濟持續疲弱，對即時飲用飲料的需求造成影響。銷量下跌百分之四。原料及營業成本下降，將銷量下跌的影響抵銷有餘。

## 美國

美國業務的應佔溢利為港幣二億一千七百萬元，較二零一二年增加百分之二十二。

二零一三年美國的銷量上升百分之二。汽水的銷量下跌百分之六，不含汽飲料的銷量上升百分之二十九，能量飲料及飲用水的銷量大幅上升。

年內價格疲弱，原因是向國營客戶所定的售價較低。

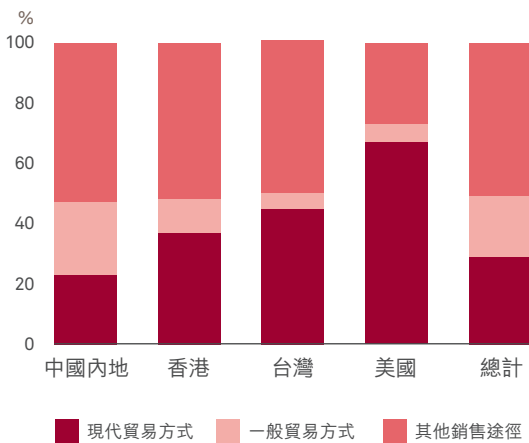
原料及推廣開支下降，惟銷售及運輸開支上升，加上就擴充鹽湖城倉庫進行折舊，將上述開支下降的影響抵銷。

## 可持續發展

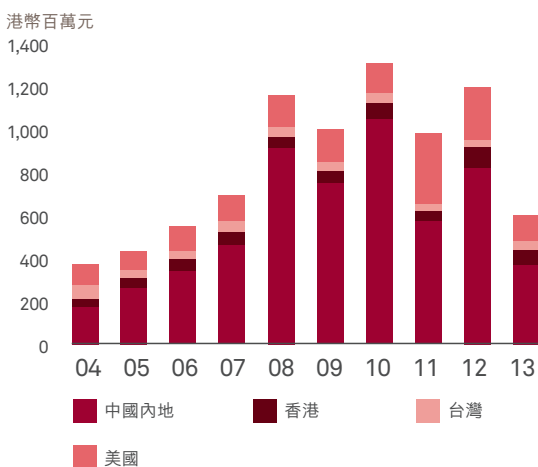
二零一三年，耗水量因產量上升而增加百分之十一。耗水率（計算生產每個生產單位的耗水量）增加百分之一。

工傷引致損失工時比率錄得百分之十四的改善，原因是採取了提高安全意識的措施，以及對工傷的成因進行了仔細的分析。

按銷售途徑劃分的總銷量分項數字



按業務劃分的資本開支



標榜零卡路里且含果味的Dasani Drops調味液，廣受美國消費者歡迎。

## 獲批美國專營區域

可口可樂公司於二零一三年四月宣佈，擬向美國太古可口可樂批出科羅拉多州一個區域的經銷權，區域涵蓋丹佛市及科羅拉多斯普林斯市。預計美國太古可口可樂將於二零一四年接管這個新專營區域，使美國業務覆蓋的人口增加三百二十萬。

## 展望

二零一四年中國內地業務前景樂觀，消費開支的增長預計會超越經濟增長。該地業務將繼續擴充品牌及包裝組合、投資於冷飲設備及改善系統。成本（尤其是員工成本）上漲，將繼續使利潤受壓。

香港業務前景尚可，太古飲料將繼續運用其強大的市場地位拓展業務。業務面對的挑戰包括沙田廠房在產量上的限制及勞工短缺的問題。

預計台灣的零售環境仍然充滿極大挑戰，計劃於二零一四年加強產品組合。

美國的飲料市場預計於二零一四年略為擴大，並繼續難以調高售價。預計可口可樂公司批出科羅拉多州的專營權，將令業務受惠。

## 賀以禮