

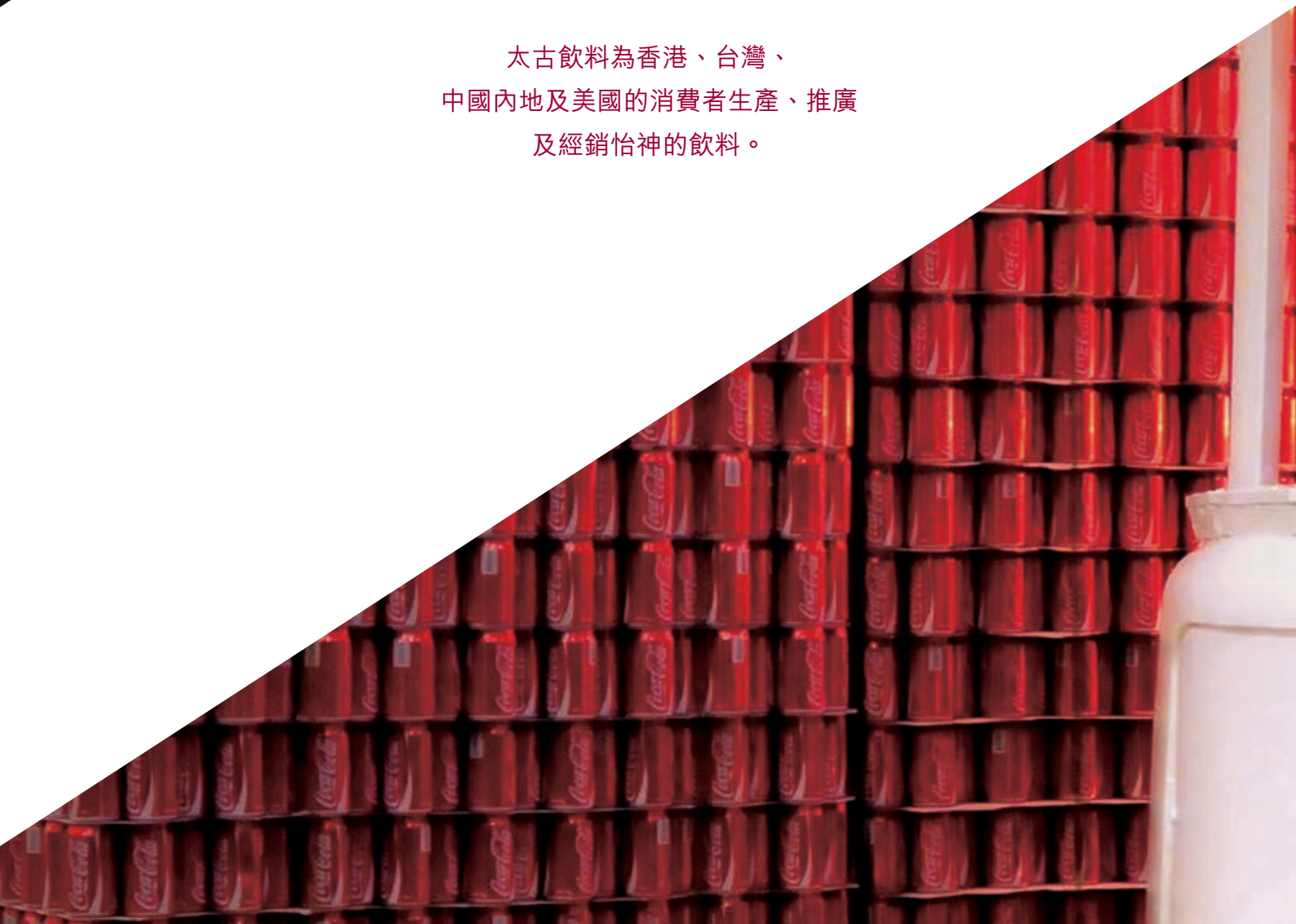


飲料部門

## 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

太古飲料在香港、台灣、中國內地七個省份及美國西部廣泛地區擁有生產、推廣及經銷可口可樂公司產品的專營權。

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。

太古飲料生產及經銷五十七個飲料品牌，專營區域覆蓋逾四億五千萬人口。



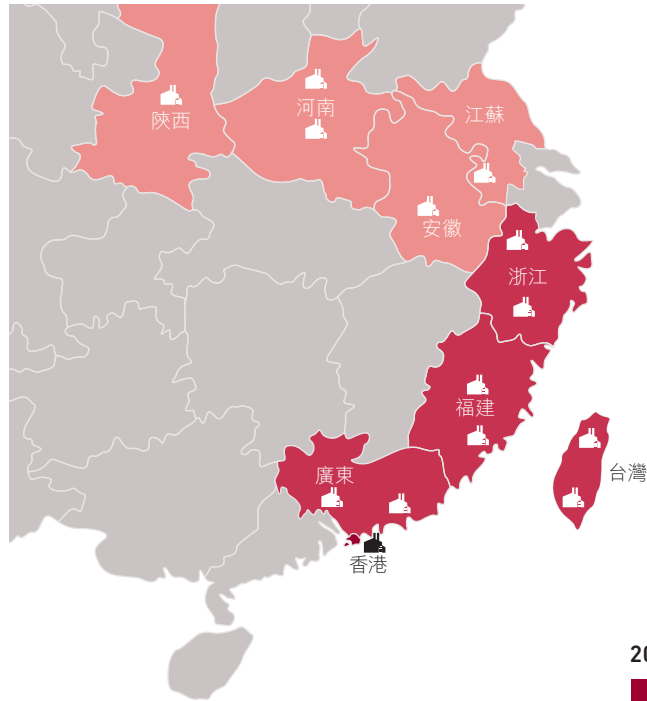
## 策略

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：

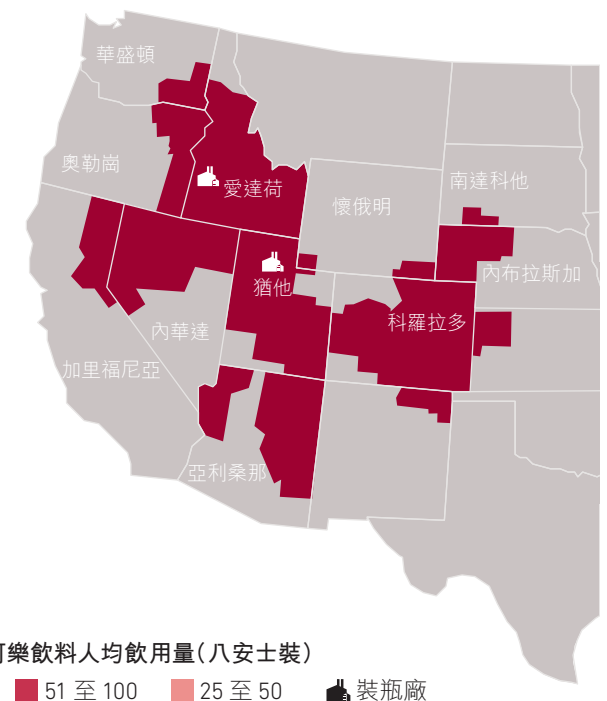
- 堅持在安全和品質方面的承諾。
- 致力與可口可樂公司攜手加強對客戶業務的了解，藉此為客戶及消費者創優增值。
- 專注做好零售點的市場執行工作，因為業務發展的關鍵，端賴各專營區域透過零售點向數以百萬計的消費者售賣產品。
- 通過提升供應鏈的生產力及效率以及改善銷售及經銷工作，有效地管理成本。
- 對可持續發展作出承諾，設法減低業務對環境的影響，尤其專注於減低耗水量的工作，以及聯繫業務所在的社區。
- 通過增加銷量和優化定價及產品組合，有效地管理收益。

專營區域

大中華區



美國



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)
			2014	2004	
<b>中國內地</b>					
廣東	78.0	12,470	200	88	
浙江	50.6	11,814	145	71	
安徽	60.7	5,623	82	13	
江蘇	55.0	11,118	106	46	
福建	38.0	10,283	92	29	
陝西	37.7	7,574	58	20	
河南	94.2	5,981	133	20	
<b>香港</b>	7.2	38,966	65	46	
<b>台灣</b>	23.4	21,575	55	46	
<b>美國</b>	10.7	46,678	108	77	

附註1：一標箱包括二十四瓶八安士裝飲料。

附註2：二零一四年美國的人均飲用量包括在本年度內取得的新專營區域全年的飲用量。新專營區域的人均飲用量(按年計算)低於原有專營區域的飲用量。

## 二零一四年業績表現

## 財務撮要

	2014 港幣百萬元	2013 港幣百萬元
收益	<b>16,383</b>	15,054
營業溢利	<b>1,095</b>	864
應佔合資公司及聯屬公司除稅後溢利	<b>291</b>	397
應佔溢利	<b>854</b>	802

## 可持續發展表現撮要

	2014	2013
耗水率	<b>1.77</b>	1.76
能源耗用比率	<b>0.32</b>	0.31
工傷引致損失工時比率	<b>0.69</b>	0.85

## 分部資料

	收益		應佔溢利／(虧損)	
	2014 港幣百萬元	2013 港幣百萬元	2014 港幣百萬元	2013 港幣百萬元
中國內地	<b>7,856</b>	7,614	<b>395</b>	415
香港	<b>2,164</b>	2,145	<b>185</b>	177
台灣	<b>1,415</b>	1,418	<b>23</b>	22
美國	<b>4,948</b>	3,877	<b>208</b>	217
中央成本	—	—	<b>43</b>	(29)
太古飲料	<b>16,383</b>	15,054	<b>854</b>	802

## 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，上述收益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獨立賬項逐一確認其應佔溢利或虧損淨額。

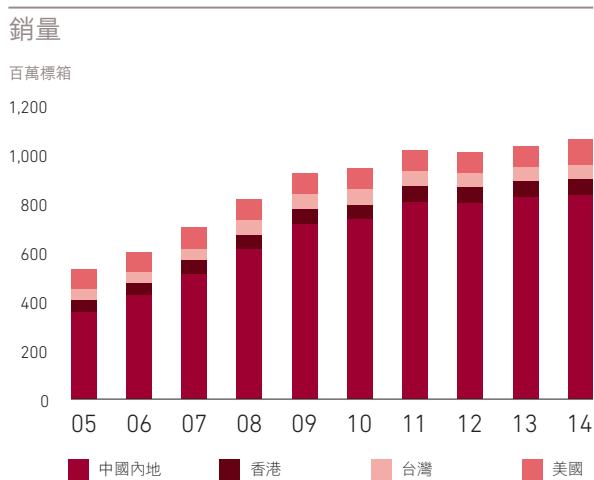
為方便參考，中國內地三家專營公司的合營權益帶來的收益總額為港幣九十一億八千七百萬元（二零一三年：港幣九十三億二千五百萬元）。撇除對七家中國內地專營公司的銷售額後，Coca-Cola Bottlers Manufacturing Holdings Limited的收益為港幣五十億七千三百萬元（二零一三年：港幣五十四億八千八百萬元）。

載於第55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。

## 分部表現

		變幅 %				
		中國內地	香港	台灣	美國	太古飲料
品質	生產質量指標	+0.2%	+5.5%	+1.0%	-1.4%	不適用
客戶	活躍的零售點	+0.6%	+1.3%	+2.2%	+81.5%	+2.8%
收益管理	銷量	+1.1%	+0.1%	-1.0%	+25.5%	+3.0%
	收益*	-0.2%	+1.3%	+1.2%	+3.7%	+1.9%
成本管理	毛利*	+7.9%	+3.9%	+2.3%	+0.6%	+7.5%
	營業溢利	+7.1%	-0.1%	+4.2%	+11.2%	+6.4%
可持續發展	耗水率	+1.2%	+2.1%	+0.8%	0.0%	+0.6%
	能源耗用比率	+7.7%	0.0%	+5.1%	+12.5%	+3.2%
安全	工傷引致損失工時比率	-35.9%	+15.3%	-45.3%	+0.7%	-18.8%

\* 每標箱計



在香港廣受歡迎的「分享可口可樂」活動中，不同名字和暱稱創造了更個人化的飲料包裝。

## 飲料業背景

中國內地非酒精類的即時飲用飲料銷量於二零一四年出現百分之七的增長。汽水的銷量上升百分之一；包裝飲用水的銷量上升百分之十；而桶裝水的銷量則上升百分之一。

香港飲料市場於二零一四年出現百分之一的增長。不含汽飲料的銷量上升百分之二，汽水的銷量則略為下跌（百分之零點二）。

台灣的即時飲用飲料市場於二零一四年出現百分之四的增長。

二零一四年美國的汽水銷量下跌百分之二，而能量飲料和飲用水的銷量則分別增加百分之五及百分之八。

## 二零一四年業績摘要

太古飲料於二零一四年錄得應佔溢利港幣八億五千四百萬元，較二零一三年增加百

分之六。撇除二零一四年出售可供出售投資及二零一三年重新計量一家聯屬公司所得的非經常性收益（分別計入中央成本及中國內地賬項），二零一四年的應佔溢利增加百分之六至港幣七億七千六百萬。

應佔溢利增加，主要反映所有地區的主要原料價格下降，以及中國內地業務銷量溫和增長及銷售組合有所改良。

整體銷量增加百分之三至十億四千四百萬標箱，而二零一三年則增加百分之二。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。

## 中國內地

中國內地業務帶來應佔溢利港幣三億九千五百萬元，較二零一三年下降百分之五。撇除二零一三年重新計量一家聯屬公司所得的一項非經常性溢利後，來自中國內地的應佔溢利增加百分之十四。此項應佔溢利（基本）升幅反映原料成本處於利好水平及銷售組合有所改良。

總銷量較二零一三年輕微上升（百分之一），反映華東地區於夏季出現長時間較涼及潮濕的天氣。汽水的銷量上升百分之三，飲用水的銷量上升百分之五，而果汁類飲料的銷量則下跌百分之十。

利潤每標箱增加百分之八。原料成本（主要為甜味劑及樹脂）遠低於二零一三年，使毛利大幅增加。審慎的成本控制亦有助提高應佔溢利。

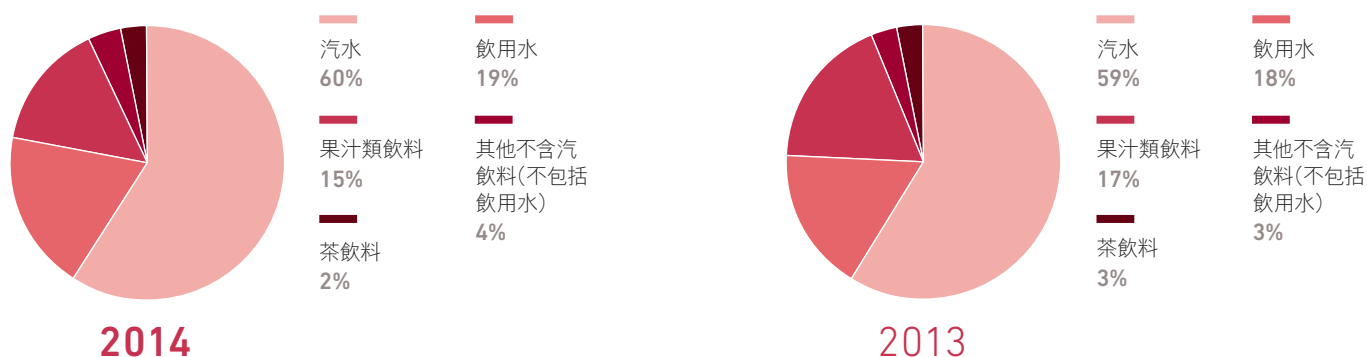
兩條新生產線於二零一四年投產。

## 香港

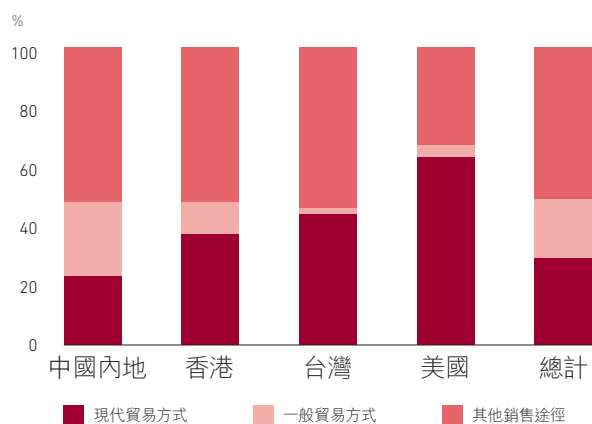
香港業務於二零一四年的應佔溢利為港幣一億八千五百萬元，較二零一三年增加百分之五。

二零一四年的總銷量維持不變。由於售價於二零一三年十一月調高，令收益每標箱增加百分之一。原料成本下降百分之一，使毛利增加。由於生產、運送及倉儲成本（與整體通脹同步）增加，加上員工成本上升，將毛利增加的利好影響局部抵銷。

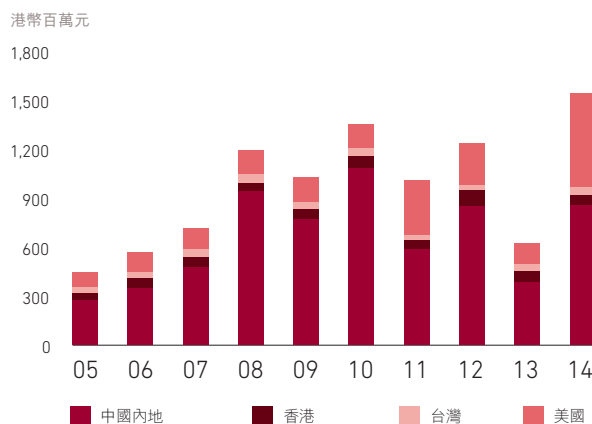
按類別劃分的總銷量分項數字



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



## 台灣

台灣業務的應佔溢利為港幣二千三百萬元，較二零一三年上升百分之五。

二零一四年的銷量下跌百分之一，但因產品組合配合得宜，使收益維持不變。整體銷量下跌，主要是由於汽水的銷量下降。原料成本下跌，使毛利增加，因而令應佔溢利上升。

## 美國

美國業務的應佔溢利為港幣二億零八百萬元，較二零一三年減少百分之四。

由於在二零一四年五月取得丹佛市及科羅拉多斯普林斯市新專營區域，二零一四年美國的銷量上升百分之二十六。來自新專營區域的應佔溢利為港幣二千五百萬元。新增區域令專營區域覆蓋的人口增加四百五十萬人，並為二零一四年額外帶來二千二百萬標箱的銷量。

汽水的銷量上升百分之二十八，不含汽飲料的銷量上升百分之二十，主要是由於飲用水的銷量大幅上升。

價格調升，令收益每標箱增加百分之四。貨物成本每標箱增加百分之六。售價上調及銷量增加，使毛利上升。

由於員工成本上升，加上為取得新專營區域而帶來額外的相關開支，營業開支較二零一三年為高。



美國太古可口可樂於二零一四年五月取得丹佛市及科羅拉多斯普林斯市新專營區域，使其專營業務覆蓋的人口由六百二十萬增加至一千零七十萬。



香港太古飲料以改變飲料罐的大小，於二零一四年減省近二百九十噸鋁材。方法就是把三百三十毫升飲料罐的罐頂直徑由六點五厘米減至五點九厘米，但容量維持不變。新的飲料罐大小亦使紙質及塑料包裝大量減少。

## 可持續發展

太古飲料希望透過增加循環再用經處理的廢水及沖洗水、更有效地使用清潔用水，以及更換及維修水管，以節省用水。

能源耗用比率（計算生產每個生產單位所用的能源）較二零一三年增加百分之三。太古飲料所用能源增加，原因是其運作的吹模及瓶坯生產線增加。太古飲料希望透過改善照明、更換及維修喉管隔熱層，以及偵測及處理壓縮空氣滲漏問題，以節省能源。

二零一四年的工傷引致損失工時比率較二零一三年下降百分之十九。中國內地及台灣的裝瓶廠有顯著的改善。

## 展望

二零一五年中國內地業務前景良好。汽水銷量預計會繼續受惠於新口味及新包裝的推出，以及在冷飲設備和生產能力方面的投資。預料原料價格變動溫和，其他成本（尤其是員工成本）的上漲將使利潤受壓。

香港業務預計維持穩固的市場地位，並會擴大產品組合。預計原料價格會略高於二零一四年，主要原因是包裝材料及外購產品的價格上漲。業務面對沙田廠房在產量和空間上的限制以及勞工短缺的問題。

台灣的前景好壞參半。食物安全問題預計會使汽水及果汁類飲料的銷量受到不利影響。

響。然而，原萃品牌推出第三款茶類飲品，加上雀巢茶品進行品牌重塑，預計有助茶飲料的銷量。

美國的飲料市場預期於二零一五年略為擴大。預計可口可樂公司會為汽水業務在市場推廣方面提供有力的支持。能量飲料及飲用水方面，受惠於新口味的推出，預計銷量會繼續增長。

二零一四年取得的專營區域將帶來的首年全年貢獻，預計會令美國業務受惠。

## 賀以禮