



可口可樂飲料為消費者
帶來清新的口味。

飲料部門

呈獻 怡神飲料



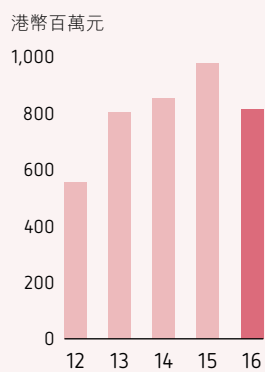
太古飲料為香港、台灣、
中國內地及美國的消費者生產、
推廣及經銷怡神的飲料。

業務簡介

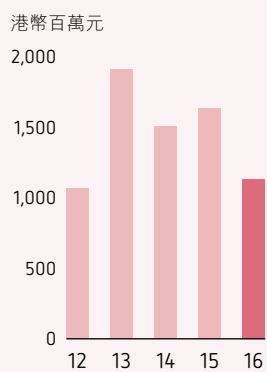
飲料部門

太古飲料在香港、台灣、中國內地七個省份及美國中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。

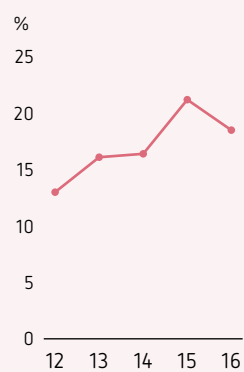
公司股東應佔溢利



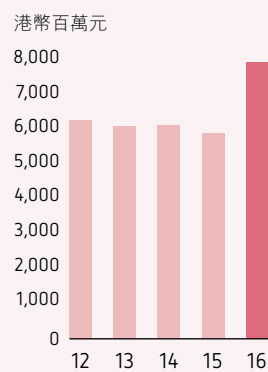
營運業務產生的現金淨額



所用資產淨值回報



所用資產淨值



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 (「CCBMH」)，負責向中國內地所有可口可樂專營公司供應不含汽飲料。

於二零一六年年底，太古飲料生產及經銷五十九個飲料品牌，專營區域覆蓋逾四億七千萬人口。

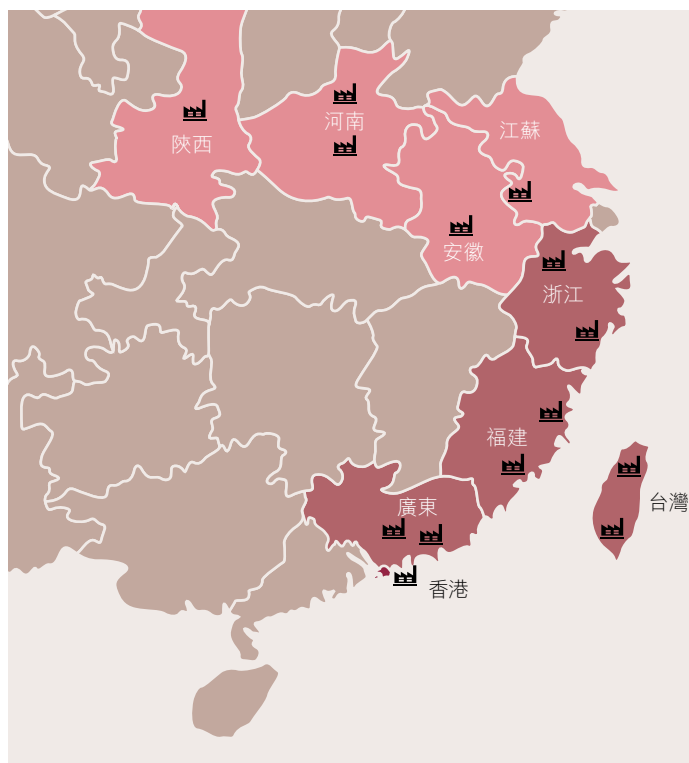
策略

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：

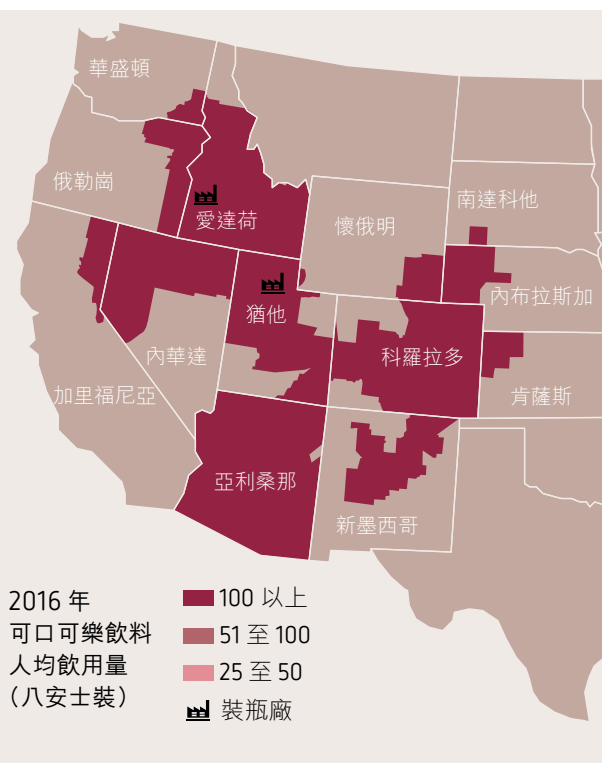
- 堅持在安全和品質方面的承諾。
- 致力與可口可樂公司攜手加強對客戶業務的了解，藉此為客戶及消費者創優增值。
- 專注做好零售點的市場執行工作，因為業務發展的關鍵，端賴各專營區域透過零售點向數以百萬計的消費者售賣產品。
- 通過增加銷量、優化定價和產品組合以及推出創新的產品，有效地管理收益。
- 通過提升供應鏈的生產力及效率以及改善銷售及經銷工作，有效地管理成本。
- 對可持續發展作出承諾，設法減低業務對環境的影響，尤其專注於減低耗水量的工作，以及聯繫業務所在的社區。

專營區域

大中華區



美國



2016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

專營區域	人口 (百萬) (2016年年底)	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)
			2016	2006	
中國內地					
廣東	80.4	12,532	191	127	
浙江	50.9	11,895	144	107	
河南	94.8	5,836	135	34	
江蘇	55.5	12,102	106	61	
福建	38.7	10,806	96	42	
安徽	62.0	5,522	89	21	
陝西	38.1	7,459	59	23	
香港	7.3	43,110	64	50	
台灣	23.5	22,450	53	42	
美國	19.0	45,644	168	84	

附註1：一標箱包括二十四瓶八安士裝飲料。

附註2：二零一六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。

二零一六年業績表現

財務撮要

	2016 港幣百萬元	2015 港幣百萬元
收益	18,421	17,174
營業溢利	1,003	1,164
應佔合資公司及聯屬公司除稅後溢利	218	262
應佔溢利	813	976

分部財務撮要

	收益		應佔溢利	
	2016 港幣百萬元	2015 港幣百萬元	2016 港幣百萬元	2015 港幣百萬元
中國內地	6,873	7,617	288	391
香港	2,212	2,200	205	204
台灣	1,323	1,392	33	34
美國	8,013	5,965	306	273
中央成本	—	—	(19)	74
	18,421	17,174	813	976

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，並記入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資權益及部門於CCBMH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應佔該等權益的溢利或虧損淨額。

為方便參考，中國內地三家專營公司的合資權益於二零一六年帶來的收益及營業溢利總額分別為港幣七十四億八千萬元及港幣三億零九百萬元(二零一五年：分別為港幣八十九億三千萬元及港幣四億六千九百萬元)。撇除對七家中國內地專營公司的銷售額後，CCBMH於二零一六年的收益為港幣三十七億九千二百萬元(二零一五年：港幣四十三億二千四百萬元)。

中國內地的銷量僅代表七家專營公司的銷量，包括由CCBMH供應的產品。

中央成本已記入出售可供出售投資所得的收益港幣一千一百萬元(二零一五年：港幣一億零三百萬元)。

分部表現

		變幅%				太古飲料
		中國內地**	香港	台灣	美國	
品質	生產質量指標	-0.8%	0.1%	-1.3%	0.7%	不適用
客戶	活躍的零售點	1.9%	-1.4%	-11.1%	63.2%	3.9%
收益管理	銷量	-2.0%	-0.9%	-4.7%	33.4%	2.1%
	收益*	-6.3%	1.5%	0.6%	-0.3%	-3.6%
成本管理	毛利*	-1.4%	3.3%	0.1%	-4.1%	-1.3%
	營業溢利	-16.5%	0.3%	-2.6%	5.9%	-11.2%
可持續發展	耗水率	6.0%	3.0%	2.0%	-1.0%	4.0%
	能源耗用比率	14.0%	2.0%	6.0%	-4.0%	13.0%
安全	工傷引致損失工時比率	-11.0%	-6.0%	45.0%	-31.0%	-10.0%

* 每標箱計。

** 中國內地的分部表現指七個專營區域的表現。

二零一六年飲料業回顧

在中國內地，二零一六年的非酒精類即時飲用飲料總銷量上升百分之二。飲用水的銷量上升百分之五，而汽水和果汁類飲料的銷量則分別下跌百分之一及百分之五。

在香港，二零一六年以現代貿易方式售賣的非酒精類即時飲用飲料總銷量上升百分之一。汽水的銷量上升百分之二，不含汽飲料的銷量上升百分之一，茶飲料的銷量上升百分之二，而飲用水的銷量則上升百分之一。

在台灣，二零一六年的非酒精類即時飲用飲料總銷量上升百分之二。茶飲料及果汁類飲料的銷量分別上升百分之二及百分之一，汽水的銷量則下跌百分之二。

在美國，二零一六年的汽水總銷量上升百分之二，不含汽飲料的銷量上升百分之六，而能量飲料和飲用水的銷量亦分別上升百分之四及百分之十二。

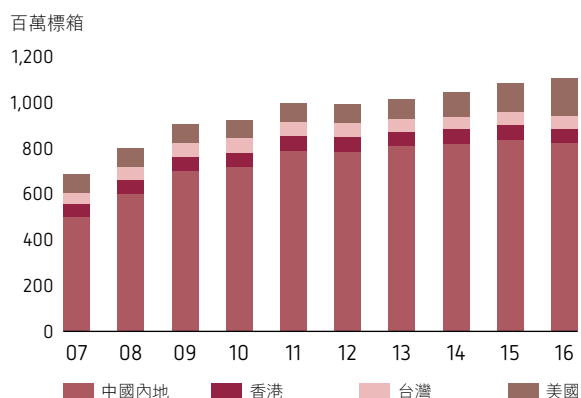
二零一六年業績摘要

太古飲料於二零一六年錄得應佔溢利港幣八億一千三百萬元，較二零一五年減少百分之十七。撇除二零一五年及二零一六年出售可供出售投資所得的非經常性收益（計入中央成本賬項的貸方），二零一六年的應佔溢利減少百分之八至港幣八億零二百萬元。

應佔溢利減少，主要反映中國內地的溢利下跌。

整體銷量增加百分之二至十一億零五百萬標箱，而二零一五年則增加百分之四。美國的銷量上升，反映自二零一六年八月起記入亞利桑那州及新墨西哥州的銷量。中國內地、香港及台灣的銷量均告下跌。

銷量

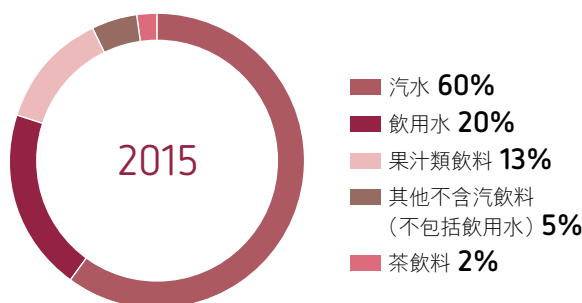
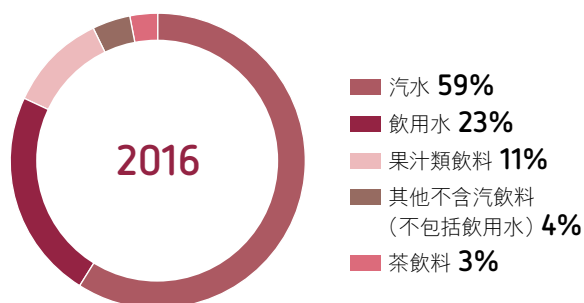


中國內地

中國內地業務帶來應佔溢利港幣二億八千八百萬元，較二零一五年減少百分之二十六。

二零一六年的總銷量下跌百分之二，反映中國內地經濟增長放緩以及新飲料種類帶來更大的競爭。汽水的銷量下跌百分之六，果汁類飲料的銷量下跌百分之十五，而飲用水的銷量則上升百分之十九。

按類別劃分的總銷量分項數字





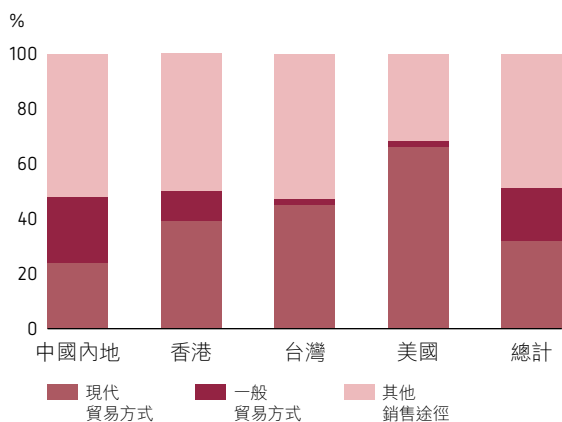
太古飲料控股於二零一六年十一月及十二月與可口可樂公司及中國食品旗下一家附屬公司達成有條件協議，重整中國內地的可口可樂裝瓶系統。

銷售組合出現不利變動，加上提供推廣折扣優惠，使收益每標箱減少百分之六。

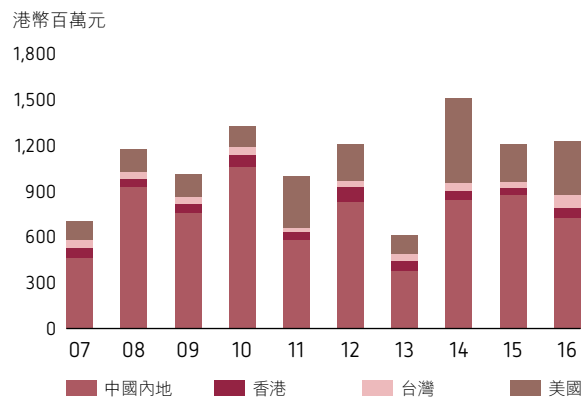
毛利每標箱減少百分之一。部分減少的收益（每標箱計）因原料（主要為甜味劑、鋁材及樹脂）成本下降而得以抵銷。

太古飲料控股有限公司（「太古飲料控股」）與可口可樂公司及中國食品有限公司（「中國食品」）旗下一家附屬公司於二零一六年十一月及十二月訂立有條件的協議，重整中國內地的可口可樂裝瓶系統。太古飲料控股亦同意（倘重整計劃付諸實行）向可口可樂公司旗下一家附屬公司購入太古飲料控股未持有的太古飲料有限公司（「太古飲料」）百分之十二點五權益。太古公司持有多家在中國內地及香港從事非酒精類即時飲用飲料業務的公司的權益，太古飲料是持有大部分該等權益的控股公司。倘重整計劃付諸實行，太古飲料控股將持有多家公司的控股權，二零一五年該等公司所在區域的居住人口佔中國內地人口的百分之四十九，該等區域的可口可樂飲料飲用量亦佔中國內地飲用量的百分之五十一，而進行重整計劃前相應的比率分別為百分之三十一及百分之三十四。現時太古飲料控股於中國內地福建、安徽、河南、陝西、廣東、浙江及江蘇的專營區域持有權益。倘重整計劃付諸實行，太古飲料控股將增添湖北、廣西、雲南、江西、海南及上海，以及廣東省湛江市和茂名市的專營區域，並增加於江蘇、浙江、安徽、福建、河南及廣東專營區域所持的權益。陝西區域將轉讓予中國食品旗下一家附屬公司。預期太古飲料控股就重整計劃及收購太古飲料百分之十二點五權益的應付淨額為人民幣五十八億六千九百萬元，金額於完成後可予調整。重整計劃及收購須待達成規管及其他條件，方可作實。倘該等條件得以達成，預計該等交易將於二零一七年上半年稍後時間完成。

按銷售途徑劃分的總銷量分項數字



資本開支





—
美國太古可口可樂
是美國第三大獨立的
可口可樂裝瓶公司。

香港

香港業務於二零一六年的應佔溢利為港幣二億零五百萬元，較二零一五年增加百分之一。

二零一六年的總銷量下跌百分之一，原因是除現代貿易方式外錄得的銷量下跌。汽水的銷量下跌百分之四，不含汽飲料的銷量上升百分之二，茶飲料及飲用水的銷量上升百分之二。

收益每標箱增加百分之二，原料成本每標箱下降百分之一，這些因素相加起來，使毛利每標箱增加百分之三。毛利的增長因營業成本增加而被抵銷。

台灣

台灣業務的應佔溢利為港幣三千三百萬元，較二零一五年減少百分之三。

二零一六年的銷量下跌百分之五。汽水的銷量下跌百分之二，不含汽飲料的銷量下跌百分之八，茶飲料及果汁類飲料的銷量分別下跌百分之八及百分之九。

收益每標箱增加百分之一，原料成本每標箱增加百分之一，使毛利以每標箱計維持不變。

美國

美國業務的應佔溢利為港幣三億零六百萬元，較二零一五年增加百分之十二。

二零一六年美國業務的銷量上升百分之三十三，主要是由於自二零一六年八月起取得亞利桑那州及新墨西哥州的新專營區域。撇除該等新專營區域後的銷量增幅為百分之三。二零一六年來自新專營區域的應佔溢利為港幣二千一百萬元。

汽水的銷量上升百分之三十三。不含汽飲料的銷量上升百分之三十四，主要是由於能量飲料及飲用水的銷量分別上升百分之二十五及百分之四十三。

收益每標箱略為下跌百分之零點三，貨物成本每標箱增加百分之三。毛利因銷量上升而增加，但上述利好影響因新專營區域的營業成本上升而被局部抵銷。

太古飲料於二零一六年十月有條件同意向可口可樂公司取得授權擴大其在西北太平洋區華盛頓州、俄勒岡州及愛達荷州的專營區域及購入鄰近西雅圖市及波特蘭市的生產設施。擴大華盛頓州專營權的交易已於二零一七年二月完成，交易的其餘部分預計於二零一七年上半年稍後時間完成。

展望

太古飲料在中國內地專營區域的銷量預期於二零一七年呈溫和增長。預計收益也呈溫和增長，反映銷售組合有所改善、新產品及包裝的推出、產品的市場推廣支援強大，以及市場執行工作有所改善。成本（尤指原料、員工及合規成本）的上漲使利潤受壓。

香港的市場將不容樂觀，預計銷量會呈溫和增長，反映新產品的推出及有效的市場推廣工作。預計原料成本將會上漲（尤其是糖的成本），生產能力的限制將導致生產及物流效率未如理想。

預計台灣的零售飲料市場表現疲弱，但基於新產品的推出，加上銷售及市場推廣計劃的執行工作獲得改善，預計汽水、茶飲料及果汁類飲料的銷量將有所提升。

預計美國的飲料市場於二零一七年呈溫和增長。受惠於更多口味的推出，能量飲料及飲用水的銷量預期繼續增長。業務預料會因取得西北太平洋區更多裝瓶區域和生產設施而開始受惠。

賀以禮