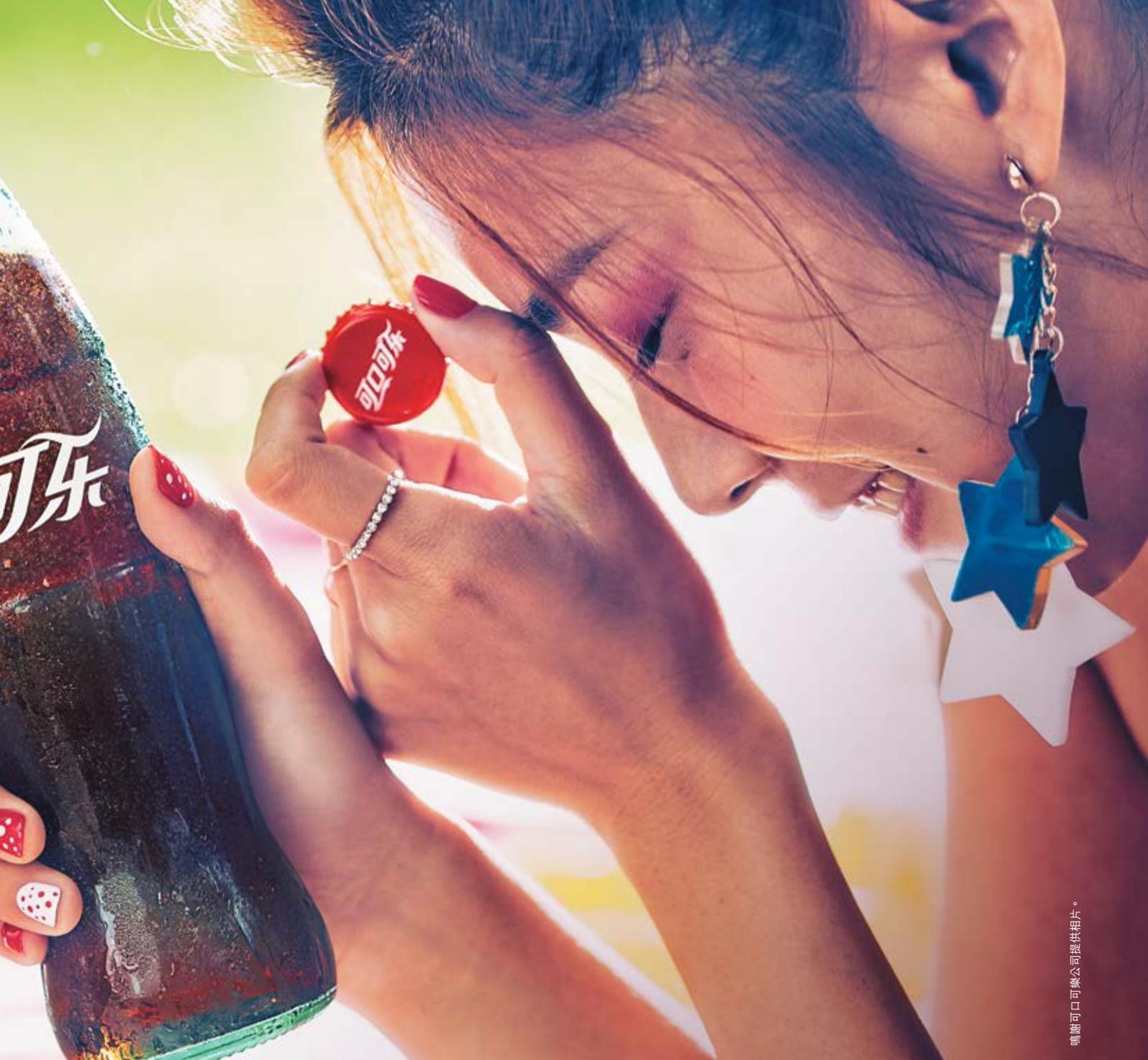




可口可乐飲料為消費者帶來怡神口味。



鳴謝可口可樂公司提供相片。

## 飲料部門

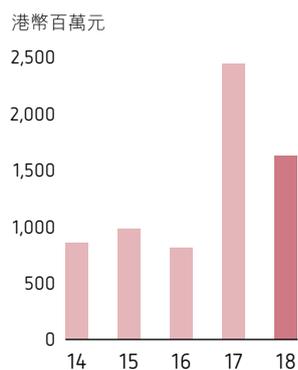
呈獻怡神飲料

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。

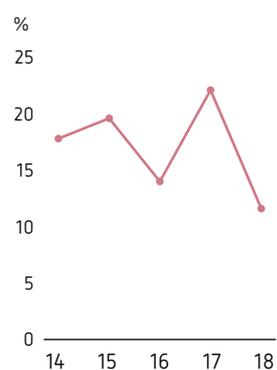
## 飲料部門

太古飲料在中國內地十一個省份及上海市、香港、台灣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。

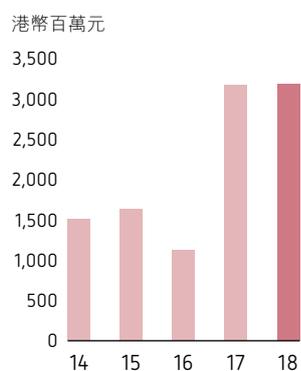
### 公司股東應佔溢利



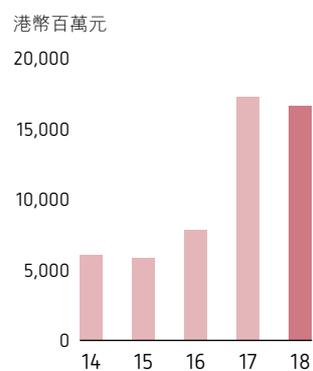
### 所用資本回報



### 營運業務產生的現金淨額



### 所用資本



太古飲料全資擁有九家專營公司（位於香港、台灣及美國，以及位於中國內地福建、安徽、廣西、江西及海南省、廣東省湛江及茂名市），持有六家專營公司（位於中國內地浙江、江蘇、廣東（不包括湛江及茂名市）、河南、雲南及湖北省）的多數權益，並持有中國內地上海市一家專營公司的合資權益及Coca-Cola Bottlers Manufacturing

Holdings Limited（「CCBMH」）的聯屬權益。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。

於二零一八年年底，太古飲料生產及經銷六十一個飲料品牌，專營區域覆蓋七億二千八百萬人口。

## 策略

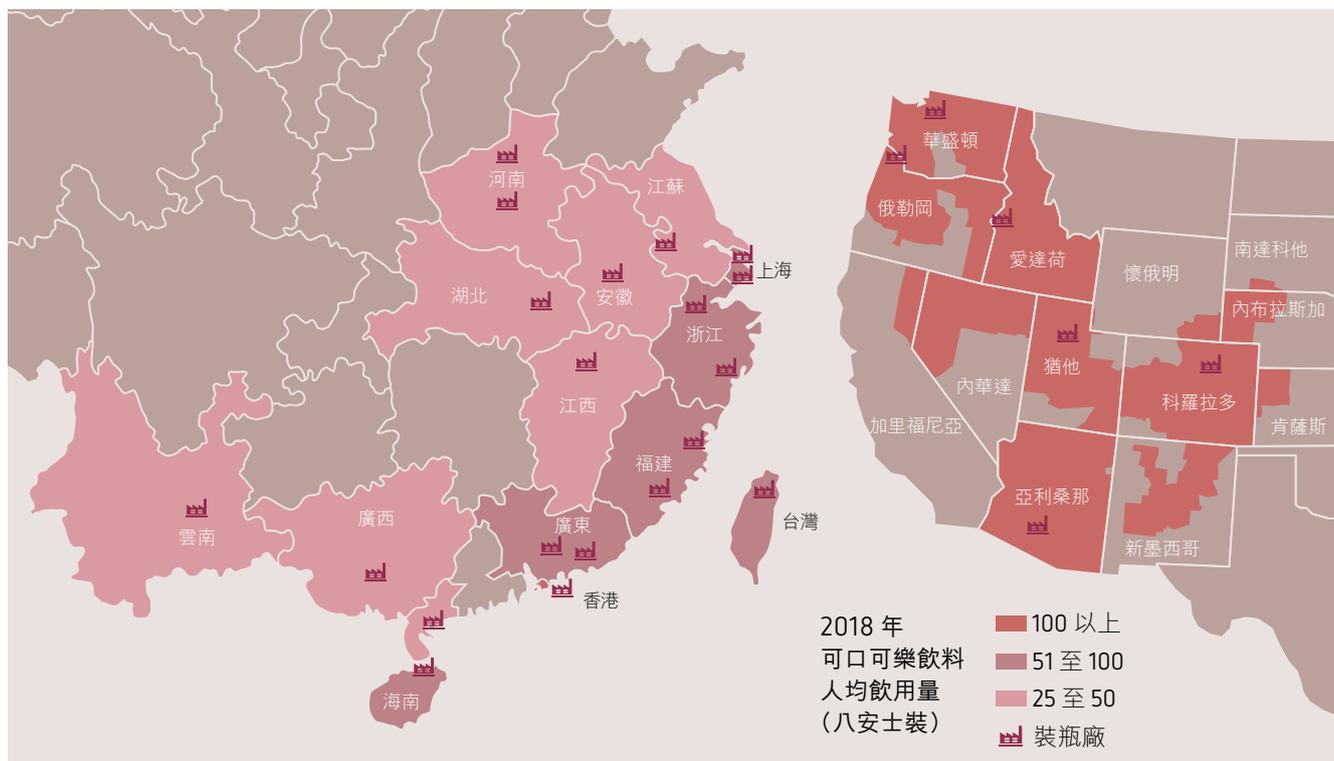
太古飲料的策略目標是建立世界級的裝瓶系統，在擁有業務的所有區域，成為公認一流的僱主、一流的業務夥伴和一流的企業公民。為此，部門採取以下策略：

- 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。
- 專注做好經銷渠道及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。
- 透過優化定價、產品及渠道組合，以及推出卓越及創新的產品，有效地管理收益增長。
- 透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和廢料的工作，以及聯繫業務所在的社區。

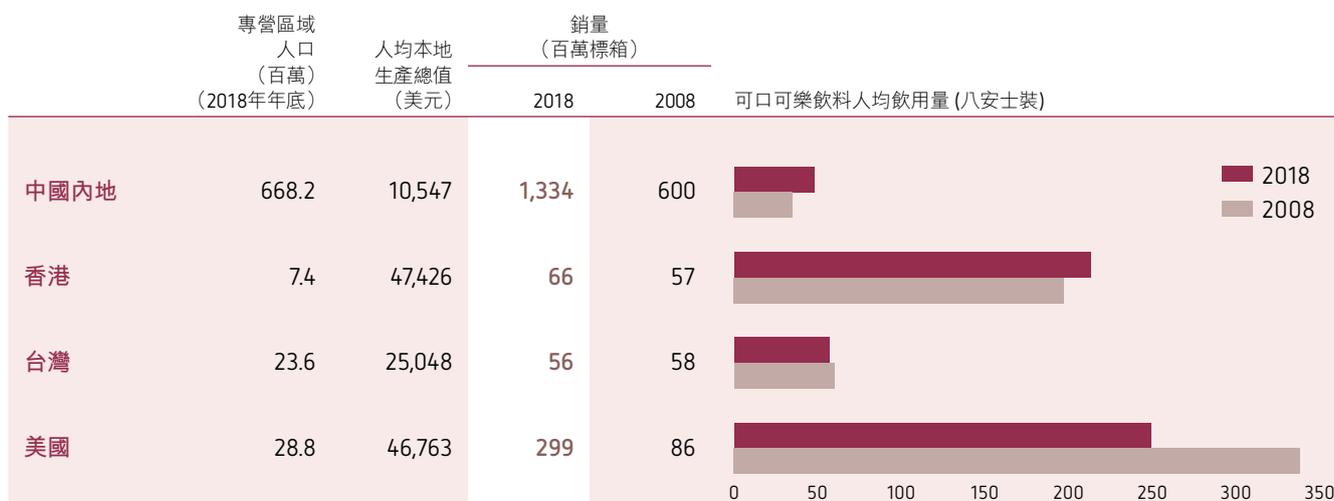
## 專營區域

大中華區

美國



## 專營區域人均飲用量



附註1：一標箱包括二十四瓶八安士裝飲料

## 二零一八年業績表現

## 財務撮要

	2018 港幣百萬元	2017 港幣百萬元
收益	41,190	34,067
EBITDA	3,915	4,689
營業溢利		
營運業務	2,034	1,719
非經常性項目	255	1,606
營業溢利總額	2,289	3,325
應佔合資公司及聯屬公司除稅後溢利	151	112
應佔溢利(撇除非經常性項目)	1,354	962
非經常性項目		
重新計量之前所持於中國內地合資公司的權益所得收益	-	975
出售中國內地一家附屬公司所得收益	-	247
取得美國新專營區域及資產所得收益	132	289
出售台灣高雄廠房所得收益/(虧損)	144	(32)
應佔溢利	1,630	2,441

## 分部財務撮要

	收益		EBITDA		應佔溢利	
	2018 港幣百萬元	2017 港幣百萬元	2018 港幣百萬元	2017 港幣百萬元	2018 港幣百萬元	2017 港幣百萬元
中國內地						
營運業務	21,358	16,256	1,974	1,454	634	243
非經常性項目	-	-	-	1,356	-	1,222
	21,358	16,256	1,974	2,810	634	1,465
香港	2,343	2,255	323	310	230	220
台灣						
營運業務	1,551	1,343	129	115	67	43
非經常性項目	-	-	148	(39)	144	(32)
	1,551	1,343	277	76	211	11
美國						
營運業務	15,938	14,213	1,300	1,239	491	494
非經常性項目	-	-	107	289	132	289
	15,938	14,213	1,407	1,528	623	783
中央成本	-	-	(66)	(35)	(68)	(38)
飲料部門	41,190	34,067	3,915	4,689	1,630	2,441

## 飲料部門的會計處理

納入應佔溢利的非經常性收益已扣除稅項及非控股權益。

## 於二零一七年四月一日前：

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。該等專營公司的收益及營業溢利計入上述收益及營業溢利中。部門於中國內地(廣東、浙江及江蘇)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。

## 於二零一七年四月一日及之後：

在二零一七年四月一日完成中國內地可口可樂裝瓶系統的大部分重整工作後，部門於中國內地(廣東、浙江及江蘇)三家專營公司的合資權益轉為附屬公司，因此自二零一七年四月一日起，該三家專營公司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。自二零一七年四月一日起，來自該三家專營公司的收益及營業溢利計入收益及營業溢利中。部門於CCBMH的聯屬權益繼續使用權益法作會計入賬處理。

## 於二零一七年七月一日及之後：

轉讓上海申美飲料食品有限公司可口可樂裝瓶部權益的交易於二零一七年七月一日完成。部門於此公司的合資權益使用權益法作會計入賬處理。

二零一七年的中央成本已記入出售可供出售投資所得的收益港幣一百萬元。

## 分部表現

	附註	二零一八年變幅%				
		中國內地	香港	台灣	美國	太古飲料
活躍的零售點		0.9%	0.4%	1.0%	-1.2%	0.7%
收益	1	23.4%	3.6%	7.9%	11.4%	19.9%
銷量	2	19.9%	1.1%	5.1%	6.2%	16.0%
毛利*		3.2%	1.0%	1.8%	6.4%	3.6%
耗水率^		-2.0%	-	-7.0%	-3.0%	-2.0%
能源耗用比率^		-7.0%	-	-21.0%	21.0%	-9.0%
工傷引致損失工時比率		+38%	+84%	+112%	-4%	+6%

	附註	二零一八年變幅%				
		中國內地	香港	台灣	美國	太古飲料
EBITDA利潤率	3					
2018		8.5%	14.0%	8.6%	9.1%	9.0%
2017		8.2%	14.5%	8.2%	9.8%	9.2%
EBIT利潤率	3					
2018		5.0%	11.2%	5.2%	5.1%	5.4%
2017		4.5%	11.4%	4.4%	6.0%	5.5%

\* 每標箱計

^ 請參閱第234頁的「詞彙」

附註1：計及合資公司的收益及撇除對其他裝瓶公司的銷量後，飲料部門的收益為港幣四百二十六億五千九百萬元（二零一七年：港幣三百五十五億八千二百萬元）。

附註2：上表所示的中國內地銷量是指七個專營區域於二零一七年一月一日至二零一七年三月三十一日的銷量，十二個專營區域於二零一七年四月一日至二零一七年六月三十日的銷量及十三個專營區域自二零一七年七月一日起的銷量（各自包括由CCBMH供應的產品）。

附註3：(i) 計及合資公司的EBITDA及EBIT以及撇除非經常性收益及中央成本後，飲料部門的EBITDA及EBIT分別為港幣三十八億四千萬元（二零一七年：港幣三十二億六千一百萬元）及港幣二十二億九千九百萬元（二零一七年：港幣十九億四千二百萬元）。

(ii) EBITDA利潤率及EBIT利潤率是顯示EBITDA及EBIT對收益的百分率。

## 二零一八年業績摘要

太古飲料於二零一八年錄得應佔溢利港幣十六億三千萬元，包括出售台灣高雄廠房產生的非經常性收益港幣一億四千四百萬元及與取得美國生產資產有關的非經常性收益港幣一億三千二百萬元。二零一七年的應佔溢利為港幣二十四億四千一百萬元，當中包括重整中國內地可口可樂裝瓶系統所產生的非經常性收益港幣十二億二千二百萬元、因部門於美國的專營權條款變動以及取得生產及經銷資產而產生的非經常性收益總額港幣二億八千九百萬元，以及出售台灣高雄廠房的虧損港幣三千二百萬元。

撇除兩個年度的非經常性收益後，太古飲料於二零一八年的應佔溢利為港幣十三億五千四百萬元，較二零一七年的應佔溢利港幣九億六千二百萬元增加百分之四十一。

收益總額（包括合資公司的收益總額及撇除對其他裝瓶公司的銷量）增加百分之二十，至港幣四百二十六億五千九百萬元。整體銷量增加百分之十六，至十七億五千五百萬標箱。中國內地及美國的收益及銷量增加，主要是由於將二零一七年取得的專營區域銷量入賬，香港與台灣收益及銷量亦有所增加。

EBITDA（包括合資公司的EBITDA及撇除非經常性收益及中央成本）上升百分之十八，至港幣三十八億四千萬元。收益增長反映於中國內地及台灣EBITDA利潤率的上升。美國及香港方面，收益增長對EBITDA利潤率的正影響，不足以抵銷原料及營業成本的增幅。

太古飲料將繼續投放大量資源於生產資產、物流基建、銷售設備及數碼化能力。於二零一八年十二月三十一日的資本承擔為港幣九億三千一百萬元。

## 收益#

港幣百萬元



## 銷量#

百萬標箱

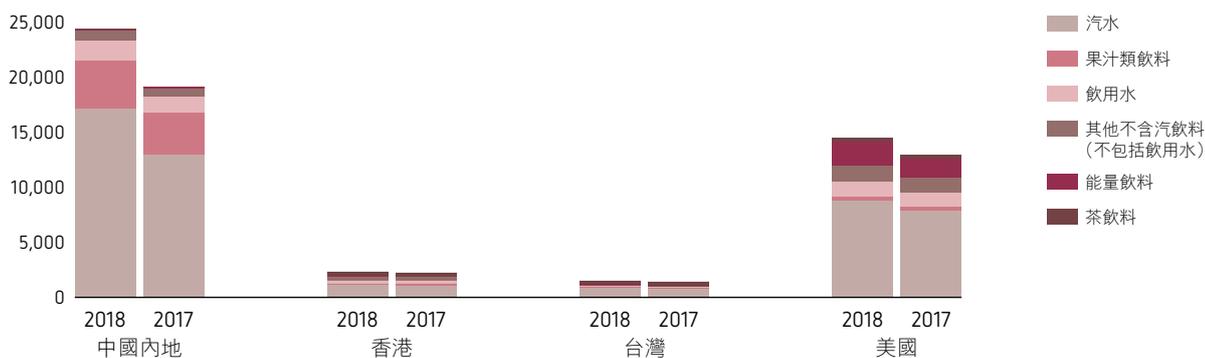


## 按類別劃分的收益分項數字#



## 按地區及類別劃分的收益分項數字#

港幣百萬元



## 按類別劃分的二零一八年收益及銷量增長##

類別	中國內地		香港		台灣		美國	
	收益	銷量	收益	銷量	收益	銷量	收益	銷量
汽水	27%	23%	5%	3%	4%	1%	11%	5%
果汁類飲料	13%	14%	4%	2%	4%	4%	8%	-2%
飲用水	24%	19%	-6%	-3%	54%	33%	7%	7%
其他不含汽飲料 (不包括飲用水)	4%	-14%	3%	2%	16%	33%	11%	5%
能量飲料	9%	7%	16%	4%	208%	212%	22%	27%
茶飲料	409%	188%	6%	4%	6%	9%	-1%	-4%

# 收益及銷量已計及合資公司及撇除其他裝瓶公司的銷量。

## 收益 (按當地貨幣計算) 及銷量包括合資公司及撇除對其他裝瓶廠的銷量。

## 中國內地

中國內地業務於二零一八年的應佔溢利港幣六億三千四百萬元。撇除二零一七年的非經常性收益後，二零一八年的應佔溢利較二零一七年增加百分之一百六十一。

以當地貨幣計算的收益（包括合資公司的收益及撇除對其他裝瓶公司的銷量）增加百分之二十三，主要反映二零一七年取得新專營區域及於現有專營區域的收益增加百分之八。收益的增長速度超越銷量，反映產品及包裝組合獲得改良以及售價上調。

汽水的收益增加百分之二十七，不含汽飲料的收益增加百分之十五，果汁類飲料及飲用水的收益分別增加百分之十三及百分之二十四。

總銷量增加百分之二十。現有專營區域的銷量增加百分之七。

原料及營業成本增加，將部分收益增幅抵銷。

以當地貨幣計算的EBITDA及EBIT（包括合資公司的EBITDA及EBIT及撇除非經常性收益及中央成本）分別上升百分之二十八及百分之三十九。EBITDA利潤率由二零一七年的百分之八點二上升至二零一八年的百分之八點五，EBIT利潤率則由百分之四點五增至百分之五點零。

## 資本開支



## 香港

香港業務於二零一八年的應佔溢利為港幣二億三千萬元，較二零一七年增加百分之五。增幅包括因二零一七年收購之前由可口可樂公司擁有的太古飲料有限公司百分之十二點五權益而為香港業務帶來額外的應佔溢利。營業溢利增加百分之二。

收益（撇除對其他裝瓶公司的銷量）上升百分之四，顯示其增長率較銷量為高，反映推出新產品、改良產品組合及上調售價的影響。

汽水的收益增加百分之五，不含汽飲料的收益增加百分之二，茶飲料及果汁類飲料的收益分別增加百分之六及百分之四。飲用水的收益下跌百分之六。

總銷量上升百分之一。

原料及營業成本增加，將部分收益增幅抵銷。

EBITDA及EBIT（撇除於二零一七年增持太古飲料有限公司股份的影響）分別上升百分之零點三及百分之二。EBITDA利潤率由二零一七年的百分之十四點五下降至二零一八年的百分之十四，EBIT利潤率則由百分之十一點四下降至百分之十一點二。

太古飲料正成立一家合資公司，用以設立香港首個專門回收PET及HDPE塑料的設施。

## 台灣

台灣業務於二零一八年的應佔溢利為港幣二億一千一百萬元。撇除出售高雄廠房所得非經常性收益／（虧損）後的應佔溢利為港幣六千七百萬元，較二零一七年增加百分之五十六。

以當地貨幣計算的收益增加百分之八，顯示其增長率較銷量為高，反映售價上調及產品組合獲得改良。

汽水的收益增加百分之四，反映市場執行工作有所改善及促銷活動的推行。不含汽飲料的收益增加百分之十二。茶飲料的收益增加百分之六，反映新產品的推出。飲用水的收益增加百分之五十四。



太古飲料  
成功將中國內地的  
專營區域整合後，  
擴充其產品及  
包裝組合。

總銷量上升百分之五。

溢利受到原料成本上升的不利影響，但受惠於營業開支增幅（百分之四）減慢及利好的滙率變動。

以當地貨幣計算的EBITDA及EBIT（撇除非經常性收益及中央成本）分別增加百分之十三及百分之二十七。EBITDA利潤率由二零一七年的百分之八點二上升至二零一八年的百分之八點六，EBIT利潤率則由百分之四點四上升至百分之五點二。

### 美國

美國業務於二零一八年的應佔溢利為港幣六億二千三百萬元。撇除非經常性收益後，二零一八年的應佔溢利為港幣四億九千一百萬元，較二零一七年的相應數字減少百分之零點六。

以當地貨幣計算的收益（撇除對其他裝瓶公司的銷量）增加百分之十一，主要反映華盛頓州及愛達荷州（自二零一七年三月起）及俄勒岡州（自二零一七年五月起）的銷量入賬。收益的增長速度超越銷量，反映售價上調。

汽水的收益上升百分之十一。不含汽飲料的收益上升百分之十三，主要反映能量飲料的收益上升百分之二十二。

總銷量上升百分之六，現有專營區域的收益增加百分之一。

毛利增加的主要原因是售價上調及銷量上升，此等因素的利好影響不足以抵銷財務支出增加以及原料及營業成本上升的影響。

以當地貨幣計算的EBITDA（撇除非經常性收益及中央成本）上升百分之三，EBIT則下跌百分之六。EBITDA利潤率由二零一七年的百分之九點八降至二零一八年的百分之九點一，EBIT利潤率則由百分之六降至百分之五點一。

### 展望

中國內地業務的收益預期於二零一九年繼續增長。預計收益的增長速度將超越銷量，反映產品及包裝組合得到改良，以及市場執行工作有所改善，但營業成本（尤其是員工成本）增加，將令溢利受壓。

香港業務的收益預計於二零一九年持續增長，預計收益的增長速度將超越銷量。營業成本預期將會上升。資本開支增加，將於短期內對溢利構成壓力。

台灣業務的收益預計繼續增長，反映產品及包裝組合得到改良，以及銷售渠道的管理獲得改善。

預計美國的飲料市場於二零一九年將有適度增長。能量飲料的銷量預期繼續增長，但成本增加將令溢利受壓。

### 賀以禮