

飲料部門



可口可樂飲料為消費者帶來怡神口味。



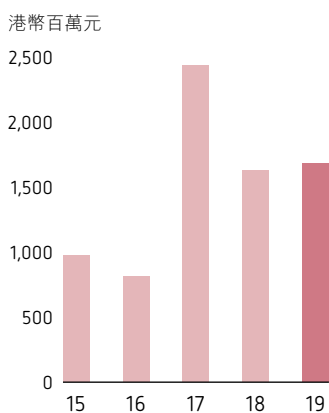
呈獻怡神飲料

太古可口可樂為香港、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。

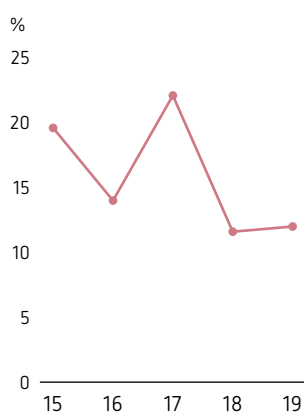
飲料部門

太古可口可樂（前稱「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。

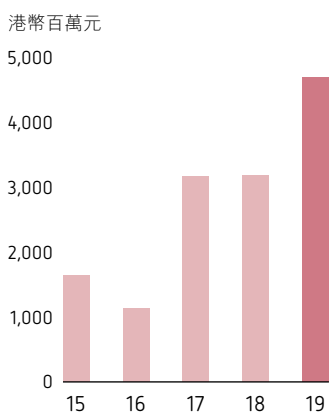
公司股東應佔溢利



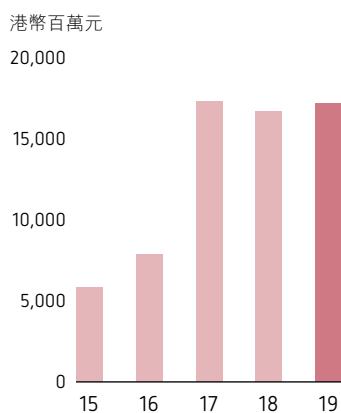
所用資本回報



營運業務產生的現金淨額



所用資本



太古可口可樂全資擁有十家專營公司（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、江蘇及海南省、廣東省湛江及茂名市），持有五家專營公司（位於中國內地浙江、廣東（不包括湛江、茂名及珠海市）、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。

於二零一九年年底，太古可口可樂生產及經銷六十一個飲料品牌，專營區域覆蓋七億三千六百萬人口。

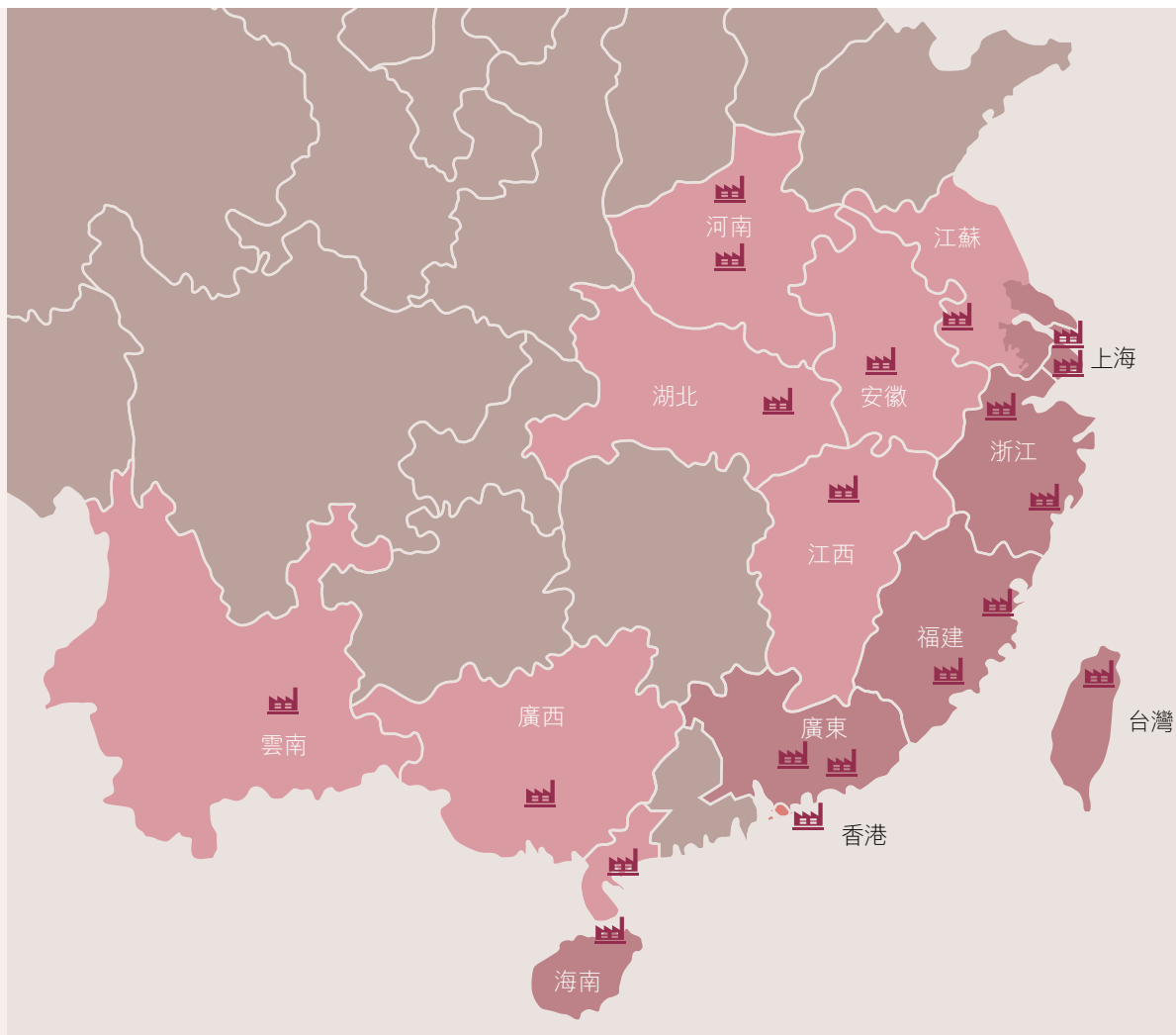
策略

太古可口可樂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，太古可口可樂採取以下五項重點策略：

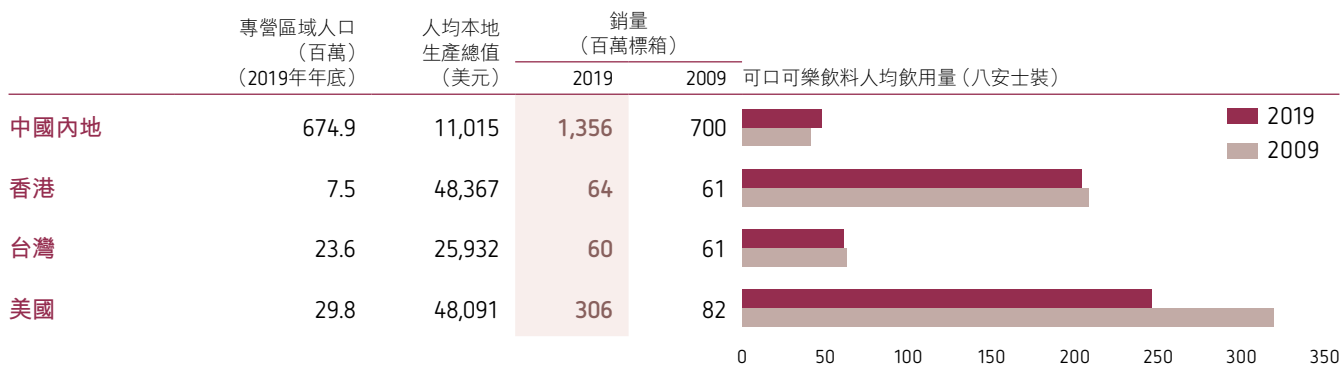
- 擴充產品組合
配合可口可樂公司為世界各地消費者提供「Beverages for Life」的承諾，除了增加汽水類別的銷量外，同時推動其他飲料類別的銷量，以擴大我們於非酒精飲料的市場份額。
- 商業領導地位
持續改善執行、客戶服務、運送及經銷渠道等範疇的基準，致力成為顧客的首選供應商。
- 數碼化的先驅
在所有業務市場首先成為飲料業的數碼化先驅，然後成為整個快速消費品行業的數碼化先驅。
- 效法最佳模範
以可口可樂系統的同業為營運及財務表現的模範指標和學習對象，藉此迅速採納全球的最佳常規。
- 可持續發展
致力在各業務範疇上識別及落實可持續發展的方案。

專營區域

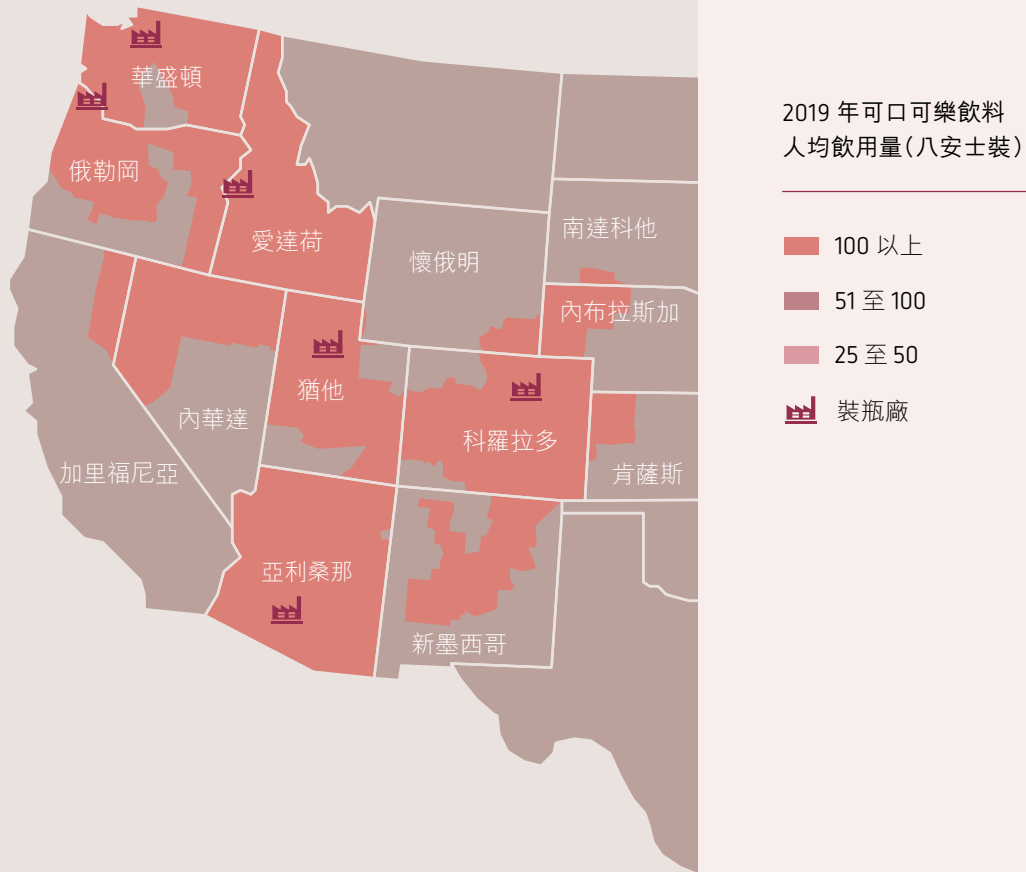
大中華區



專營區域人均飲用量



美國



成立於
1965年



年度收益
港幣433億元



年度銷量
17.86億標箱



業務覆蓋
4個市場



裝瓶廠
26所



飲料品牌
61個



消費者
7.36億



員工
38,779名

二零一九年業績表現

財務撮要

	2019 港幣百萬元	2018 港幣百萬元
收益	43,317	41,190
EBITDA	4,344	3,915
營業溢利		
營運業務	2,346	2,034
非經常性項目	141	255
營業溢利總額	2,487	2,289
應佔合資及聯屬公司除稅後溢利	153	151
應佔溢利(撇除非經常性項目)	1,584	1,354
非經常性項目		
收購美國新生產資產所得收益	–	132
出售台灣一間廠房所得收益	–	144
出售中國內地雲南一間廠房所得收益	85	–
出售美國一個銷售中心所得收益	17	–
應佔溢利	1,686	1,630

分部財務撮要

	收益		EBITDA		應佔溢利	
	2019 港幣百萬元	2018 港幣百萬元	2019 港幣百萬元	2018 港幣百萬元	2019 港幣百萬元	2018 港幣百萬元
中國內地						
營運業務	22,087	21,358	2,362	1,974	856	634
非經常性項目	–	–	118	–	85	–
	22,087	21,358	2,480	1,974	941	634
香港	2,340	2,343	327	323	207	230
台灣						
營運業務	1,694	1,551	164	129	75	67
非經常性項目	–	–	–	148	–	144
	1,694	1,551	164	277	75	211
美國						
營運業務	17,196	15,938	1,453	1,300	550	491
非經常性項目	–	–	23	107	17	132
	17,196	15,938	1,476	1,407	567	623
中央成本	–	–	(103)	(66)	(104)	(68)
飲料部門	43,317	41,190	4,344	3,915	1,686	1,630

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。

十家全資擁有的專營公司(位於香港、台灣、美國、中國內地福建、安徽、廣西、江西、江蘇及海南省以及廣東省湛江及茂名市)及五家擁有多數權益的專營公司(位於浙江、廣東(不包括湛江、茂名及珠海市)、河南、雲南及湖北省)的賬目視作附屬公司的賬目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。部門於上海申美飲料食品有限公司可口可樂裝瓶部的合資權益及部門於CCBMH的聯屬權益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該等權益的溢利或虧損淨額。

分部表現

		二零一九年變幅%					太古 可口可樂
	附註	中國內地	香港	台灣	美國		
活躍的零售點		14%	-2%	1%	0%	13%	
收益	1	8%	-0.4%	11%	9%	5%	
銷量	2	2%	-3%	8%	2%	2%	
每標箱毛利		10%	4%	6%	4%	4%	
耗水率 ^		2%	3%	-1%	-2%	2%	
能源耗用比率 ^		-3%	-2%	-3%	4%	-	
工傷引致損失工時比率		-4%	-40%	65%	27%	9%	

		太古 可口可樂				
	附註	中國內地	香港	台灣	美國	
EBITDA利潤率	3					
2019		9.4%	14.5%	9.8%	9.3%	9.6%
2018		8.5%	14.0%	8.6%	9.1%	9.0%
EBIT利潤率	3					
2019		5.9%	10.6%	5.9%	5.3%	5.9%
2018		5.0%	11.2%	5.2%	5.1%	5.4%

^請參閱第234頁及第235頁的「詞彙」。

附註1：計及一家合資公司的收益及撇除對其他裝瓶公司的銷量後，太古可口可樂的收益為港幣四百四十七億一千九百萬元（二零一八年：港幣四百二十六億五千九百萬元）。

附註2：上表所示的中國內地銷量是指十三個專營區域的銷量，各自包括由CCBMH供應的產品。

附註3：(i) 太古可口可樂的EBITDA及EBIT（計及一家合資公司的EBITDA及EBIT以及撇除非經常性收益及中央成本）分別為港幣四十三億元（二零一八年：港幣三十八億四千萬元）及港幣二十六億三千六百萬元（二零一八年：港幣二十二億九千九百萬元）。

(ii) EBITDA利潤率及EBIT利潤率是以收益（計及一家合資公司的收益及撇除對其他裝瓶公司的銷量）的百分率分別顯示的EBITDA及EBIT。

二零一九年業績摘要

太古可口可樂於二零一九年錄得應佔溢利港幣十六億八千六百萬元，包括出售中國內地雲南省一間廠房的非經常性收益港幣八千五百萬元及出售美國一個銷售中心的非經常性收益港幣一千七百萬元。二零一八年的應佔溢利為港幣十六億三千萬元，當中包括出售台灣一間廠房的非經常性收益港幣一億四千四百萬元及與收購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。

撇除兩個年度的非經常性收益後，太古可口可樂於二零一九年的應佔溢利為港幣十五億八千四百萬元，較二零一八年的應佔溢利港幣十三億五千四百萬元增加百分之十七。

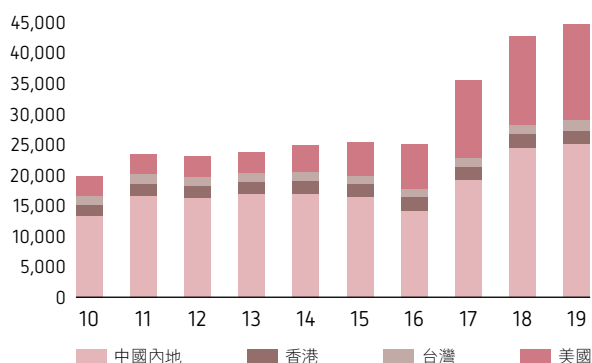
收益總額（包括一家合資公司的收益總額及撇除對其他裝瓶公司的銷量）增加百分之五，至港幣四百四十七億一千九百萬元。銷量增加百分之二，至十七億八千六百萬標箱。中國內地、台灣及美國的收益及銷量增加，而香港的收益及銷量均告下跌。

EBITDA（包括一家合資公司的EBITDA及撇除非經常性收益及中央成本）上升百分之十二，至港幣四十三億元。收益增長令EBITDA利潤率有所改善。

太古可口可樂於二零一九年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。於二零一九年十二月三十一日的資本承擔為港幣十八億三千一百萬元。

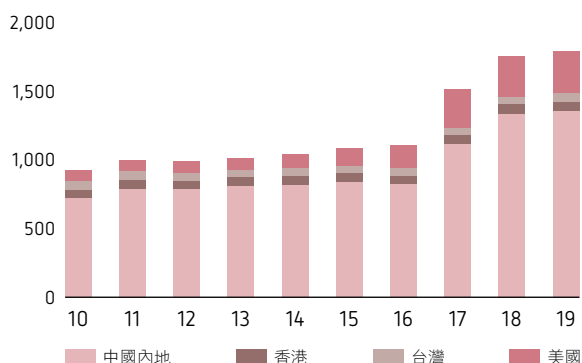
收益#

港幣百萬元

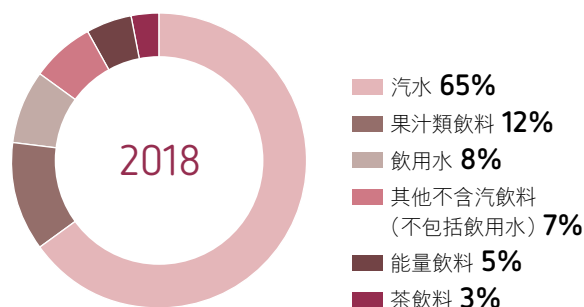
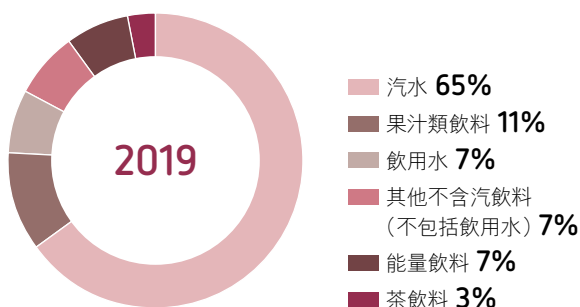


銷量#

百萬標箱

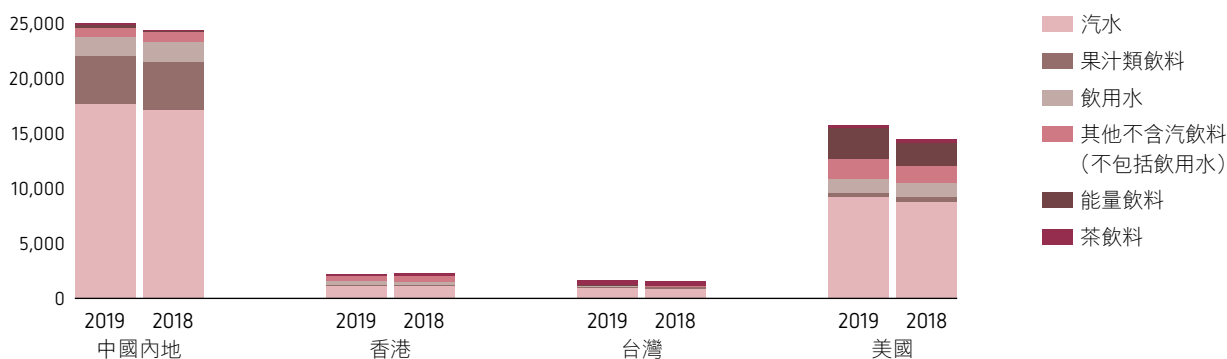


按類別劃分的收益分項數字#



按地區及類別劃分的收益分項數字#

港幣百萬元



按類別劃分的二零一九年收益及銷量增長##

	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	9%	6%	3%	-0.1%	10%	8%	5%	3%
果汁類飲料	5%	3%	-4%	-8%	-1%	-2%	-9%	-3%
飲用水	-0.2%	-9%	-4%	-3%	-	1%	-1%	-7%
其他不含汽飲料 (不包括飲用水)	2%	-2%	-1%	-4%	-13%	-4%	18%	4%
能量飲料	101%	99%	9%	11%	48%	49%	30%	18%
茶飲料	178%	33%	-7%	-10%	19%	11%	3%	-3%

收益及銷量包括一家合資公司的收益及銷量以及撇除對其他裝瓶公司的銷量。

收益 (按當地貨幣計算) 及銷量包括一家合資公司的收益及銷量以及撇除對其他裝瓶廠的銷量。

太古可口可樂於中國內地推出全新的飲料產品和包裝。



中國內地

中國內地業務於二零一九年的應佔溢利為港幣九億四千一百萬元。撇除出售一間廠房的非經常性收益後的應佔溢利為港幣八億五千六百萬元，較二零一八年增加百分之三十五。

以當地貨幣計算的收益（包括一家合資公司的收益及撇除對其他裝瓶公司的銷量）增加百分之八。由於推出新的產品及包裝以及售價上調，收益的增長速度超越銷量。

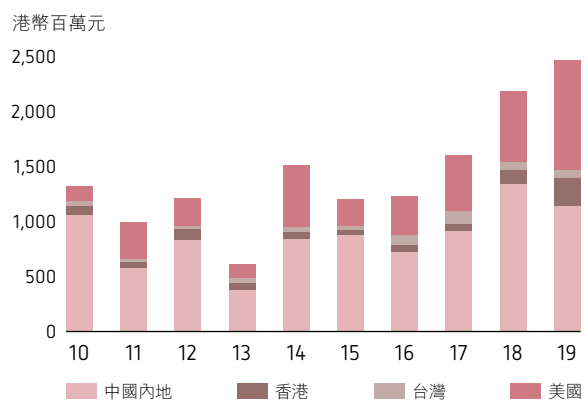
汽水及果汁類飲料的銷售收益分別增加百分之九及百分之五，飲用水的銷售收益與二零一八年相若，茶及能量飲料等高端類別的收益分別增加百分之一百七十八及百分之一百零一。二零一九年推出了Powerade運動飲料，銷量有所增長。

總銷量增加百分之二。

營業成本及折舊開支增加，將部分收益增幅抵銷。

以當地貨幣計算的EBITDA及EBIT（包括一家合資公司的EBITDA及EBIT及撇除非經常性收益及中央成本）分別上升百分之十九及百分之二十六。EBITDA利潤率由二零一八年的百分之八點五上升至二零一九年的百分之九點四，EBIT利潤率則由百分之五點零增至百分之五點九。

資本開支



香港

香港業務於二零一九年的應佔溢利為港幣二億零七百萬元，較二零一八年減少百分之十。營業開支及基建優化成本均見上升，折舊開支有所增加。

收益（撇除對其他裝瓶公司的銷量）略為下跌百分之零點四。

汽水的收益增加百分之三，不含汽飲料的收益減少百分之三，茶飲料、果汁類飲料及飲用水的收益分別下跌百分之七、百分之四及百分之四。

總銷量下跌百分之三。

EBITDA上升百分之三，而EBIT則下跌百分之六。EBITDA利潤率由二零一八年的百分之十四點零上升至二零一九年的百分之十四點五，而由於折舊開支增加，EBIT利潤率由百分之十一點二下降至百分之十點六。

台灣

台灣業務於二零一九年的應佔溢利為港幣七千五百萬元。撇除二零一八年出售一間廠房所得非經常性收益後的應佔溢利較二零一八年增加百分之十二。

以當地貨幣計算的收益增加百分之十一，增長率較銷量為高，反映對促銷優惠的管理較以前更佳，以及產品組合獲得改良。

汽水的收益增加百分之十，不含汽飲料的收益增加百分之十二。茶及能量飲料的收益分別增加百分之十九及百分之四十八。

總銷量上升百分之八。

營業成本（尤其是因數碼化基建升級引致的成本）增加，將部分收益增幅抵銷。

以當地貨幣計算的EBITDA及EBIT（撇除非經常性收益及中央成本）分別增加百分之二十七及百分之二十六。EBITDA利潤率由二零一八年的百分之八點六上升至二零一九年的百分之九點八，EBIT利潤率則由百分之五點二上升至百分之五點九。

美國

美國業務於二零一九年的應佔溢利為港幣五億六千七百萬元。撇除二零一八年及二零一九年的非經常性收益後，應佔溢利（二零一九年為港幣五億五千萬元）較二零一八年增加百分之十二。



太古可口可樂正於香港裝置
Bonaqua加水站。

太古可口可樂採用
圖像識別技術以收集
有關消費者喜好的資料。



以當地貨幣計算的收益（撇除對其他裝瓶公司的銷量）增加百分之九。收益的增幅反映售價上調、產品組合得宜以及亞利桑那州專營區域Monster產品的銷量自二零一九年三月起入賬。

汽水的收益上升百分之五，不含汽飲料的收益上升百分之十五，後者的增幅包括能量及運動飲料的收益增幅（分別為百分之三十及百分之二十五）。

總銷量上升百分之二。

售出貨物的成本及營業開支增加，將部分收益增幅抵銷。

以當地貨幣計算的EBITDA及EBIT（撇除非經常性收益及中央成本）分別上升百分之十二及百分之十三。EBITDA利潤率由二零一八年的百分之九點一上升至二零一九年的百分之九點三，EBIT利潤率則由二零一八年的百分之五點一上升至二零一九年的百分之五點三。

展望

在正常情況下，中國內地業務的收益預期於二零二零年繼續增長，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。然而，中國內地的業績正受到新型冠狀病毒疫情的不利影響。營業成本（尤其是員工成本）增加，將令溢利受壓。

香港方面，預計飲料市場於二零二零年市道艱難。營業成本預期上升。因提升經銷及生產設施使折舊開支及營業成本增加，將使溢利受壓。一如中國內地，香港業務的業績正受到新型冠狀病毒疫情的不利影響。

台灣業務方面，預計收益的增長速度將繼續超越銷量，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。由於一條混合生產線全面投入運作，加上一家外判包裝商增加產量，應可紓緩生產能力的限制。

預計美國的飲料市場於二零二零年將有溫和增長。弗魯特蘭市的生產及物流設施擴充，將可提升營運效益，但也會使折舊開支及營業成本增加。

賀以禮