

飲料部門



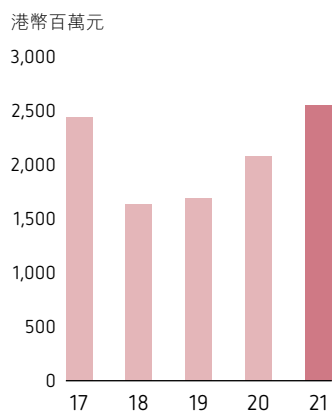
可口可樂為消費者帶來怡神口味。



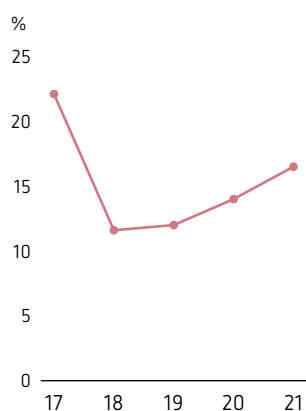
飲料部門

太古可口可樂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。

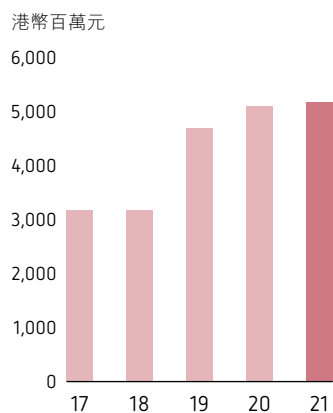
公司股東應佔溢利



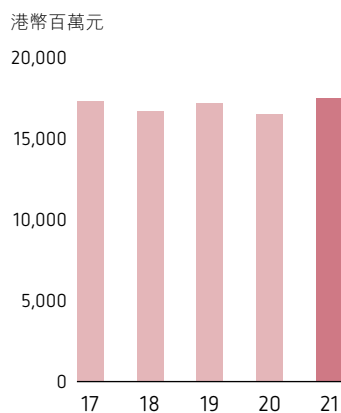
所用資本回報



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。

於二零二一年年底，太古可口可樂生產及經銷六十二個飲料品牌，專營區域覆蓋七億六千二百萬人口。

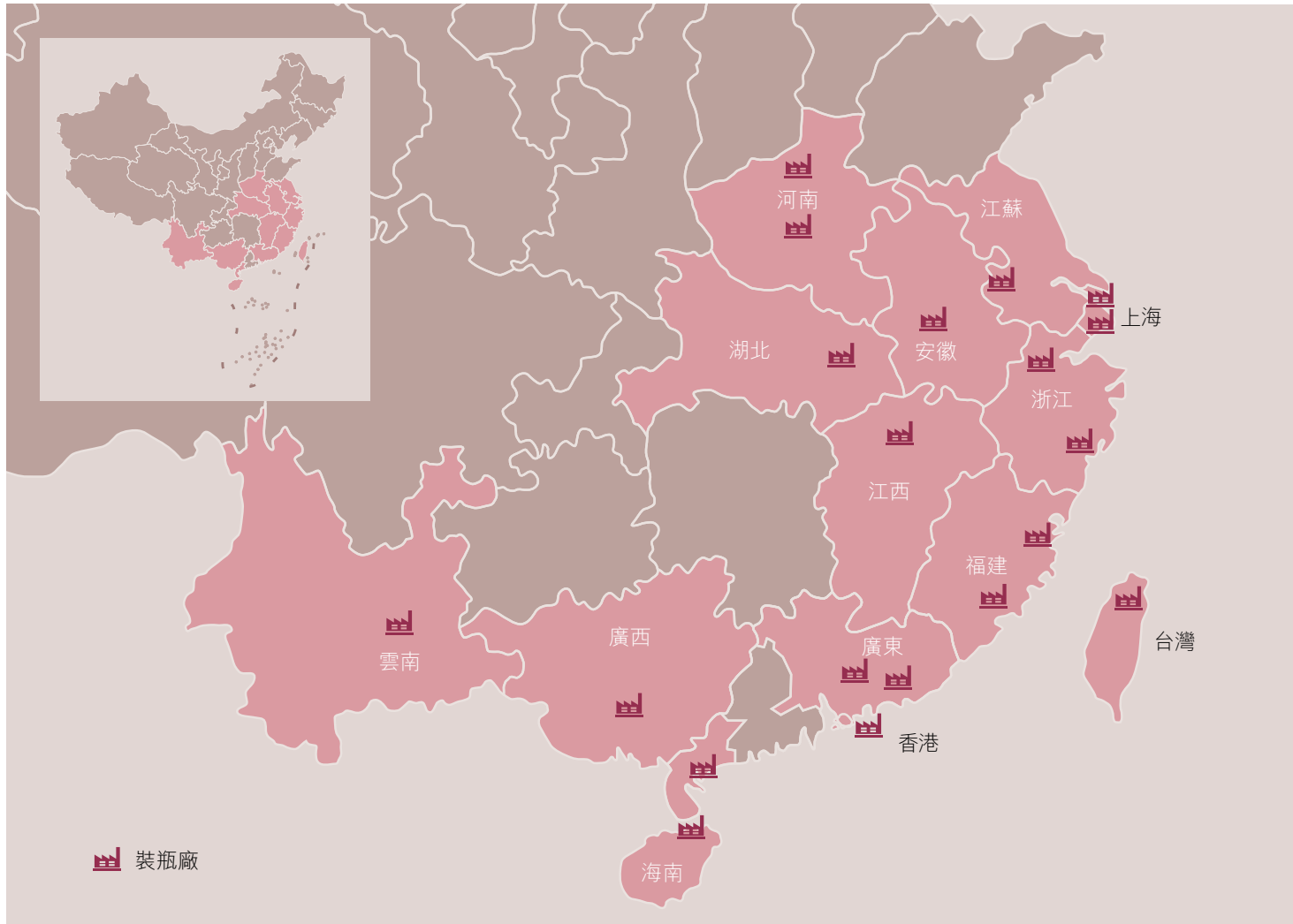
策略

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
全面配合可口可樂公司的承諾，提供迎合消費者需要的飲料，在日新月異的市場環境中盡握增長機遇。我們不能只求增加汽水類別的銷量，還要在其他主要飲料類別發展成功的產品，以擴大我們於整體非酒精飲料市場的價值份額。
- 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
識別及落實可持續發展的方案，以實踐以下承諾：減碳、減少耗用水資源及包裝物料、減少產生廢棄物、回收包裝物料並盡量加以採用、擴闊產品選擇、實行可持續採購、支持業務所在社區、創建安全及多元共融的工作環境。

專營區域

大中華區

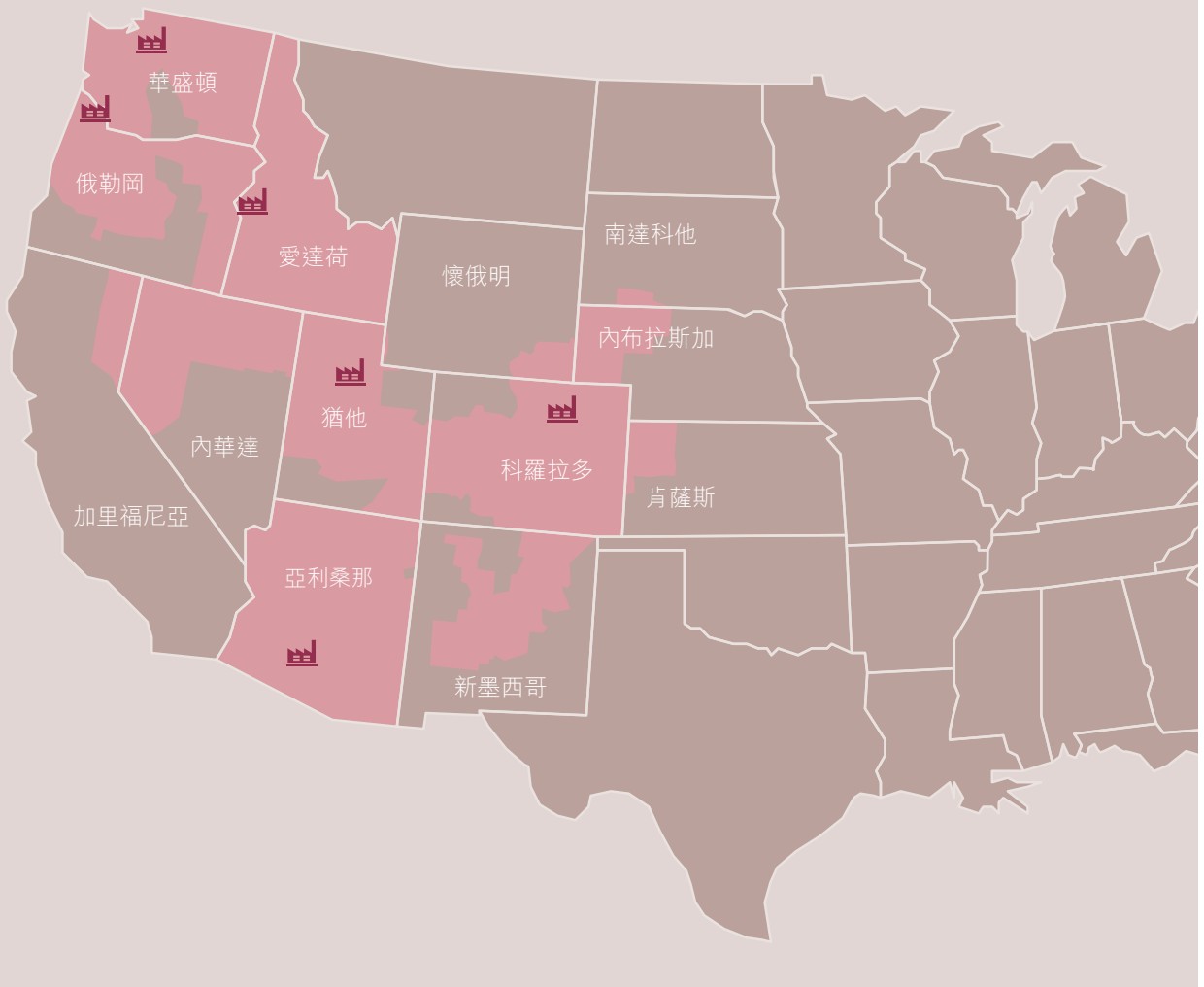


專營區域人均飲用量

	專營區域人口 (百萬) (2021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)	
			2021	2011	2021	2011
中國內地	700.2	14,258	1,429	788		
香港	7.4	48,888	62	65		
台灣	23.4	32,787	61	61		
美國	30.6	54,848	338	81		
	761.6		1,890	995		

附註1：一標箱包括二十四瓶八安士裝飲料。

美國



成立於
1965年



年度收益
港幣539億元



年度銷量
18.90億標箱



業務覆蓋
4個市場



裝瓶廠
26所



飲料品牌
62個



消費者
7.62億



員工
32,560名

二零二一年業績表現

財務撮要

	2021 港幣百萬元	2020 港幣百萬元
收益	53,927	45,082
EBITDA	5,791	4,918
營業溢利	3,512	2,854
應佔合資及聯屬公司除稅後溢利	155	153
應佔溢利	2,549	2,076

分部財務撮要

	收益		EBITDA		應佔溢利	
	2021 港幣百萬元	2020 港幣百萬元	2021 港幣百萬元	2020 港幣百萬元	2021 港幣百萬元	2020 港幣百萬元
中國內地	28,774	22,942	3,405	2,755	1,418	1,041
香港	2,397	2,199	353	340	213	216
台灣	2,071	1,933	253	227	136	118
美國	20,685	18,008	1,990	1,692	989	797
中央及其他成本	–	–	(210)	(96)	(207)	(96)
太古可口可樂	53,927	45,082	5,791	4,918	2,549	2,076

太古可口可樂的會計處理

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、EBITDA及營業溢利計入上述收益、EBITDA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佔該等權益的溢利或虧損淨額。

分部表現

	附註	二零二一年變幅%				太古
		中國內地	香港	台灣	美國	可口可樂
活躍的零售點		9%	-2%	-29%	-2%	7%
收益	1	15%	9%	2%	15%	20%
銷量	2	9%	11%	-3%	7%	8%
每標箱毛利		4%	4%	-1%	6%	9%
耗水率 [^]		0%	-4%	-5%	-2%	-1%
能源耗用比率 [^]		-1%	8%	4%	0%	0%
工傷引致損失工時比率		15%	-24%	-17%	2%	-1%

	附註	二零二一年變幅%				太古
		中國內地	香港	台灣	美國	可口可樂
EBITDA利潤率	3					
2021		11.4%	15.2%	12.7%	10.2%	11.2%
2020		11.4%	16.1%	11.8%	10.0%	11.1%
EBIT利潤率	3					
2021		7.4%	10.4%	8.9%	6.4%	7.2%
2020		7.7%	11.5%	8.0%	5.9%	7.2%

[^]請參閱第226頁及第227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五百四十七億六千九百萬元（二零二零年：港幣四百五十六億五千七百萬元）。

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及其他成本）分別為港幣六十一億二千七百萬元（二零二零年：港幣五十億六千四百萬元）及港幣三十九億四千九百萬元（二零二零年：港幣三十二億八千六百萬元）。

(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。

二零二一年業績摘要

太古可口可樂於二零二一年錄得應佔溢利港幣二十五億四千九百萬元，較二零二零年（期間業務受新型冠狀病毒疫情嚴重影響）增加百分之二十三。

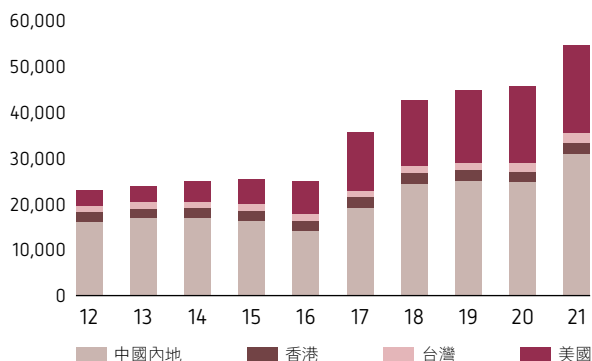
收益總額（包括一家合資公司的收益總額及撇除對其他裝瓶公司的銷量）增加百分之二十，至港幣五百四十七億六千九百萬元。銷量增加百分之八，至十八億九千萬標箱。中國內地、美國及香港的收益及銷量增加，台灣的收益增加但銷量下跌。

EBITDA（包括一家合資公司的EBITDA及撇除中央及其他成本）上升百分之二十一，至港幣六十一億二千七百萬元。EBITDA利潤率為百分之十一點二，與二零二零年相若。

太古可口可樂於二零二一年繼續大力投資於生產資產、物流基建、銷售設備及數碼化能力。於二零二一年十二月三十一日的資本承擔為港幣十九億九千四百萬元。

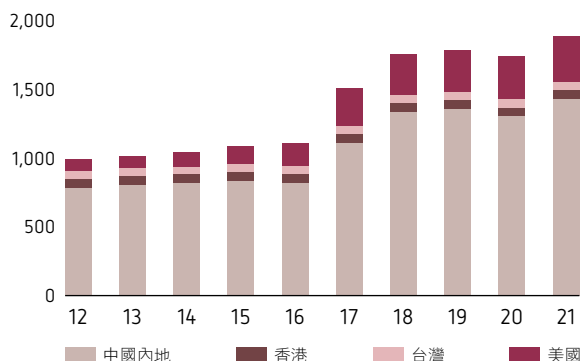
收益#

港幣百萬元

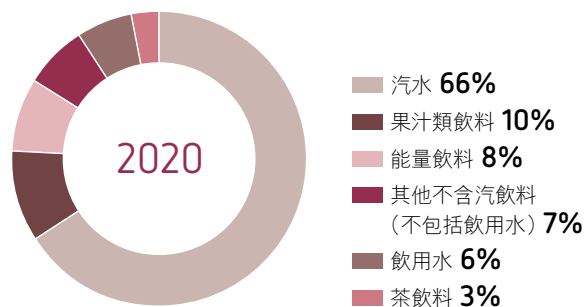
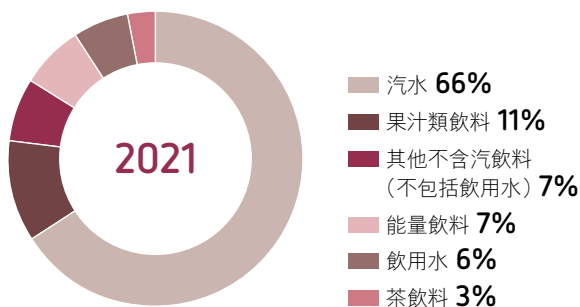


銷量#

百萬標箱

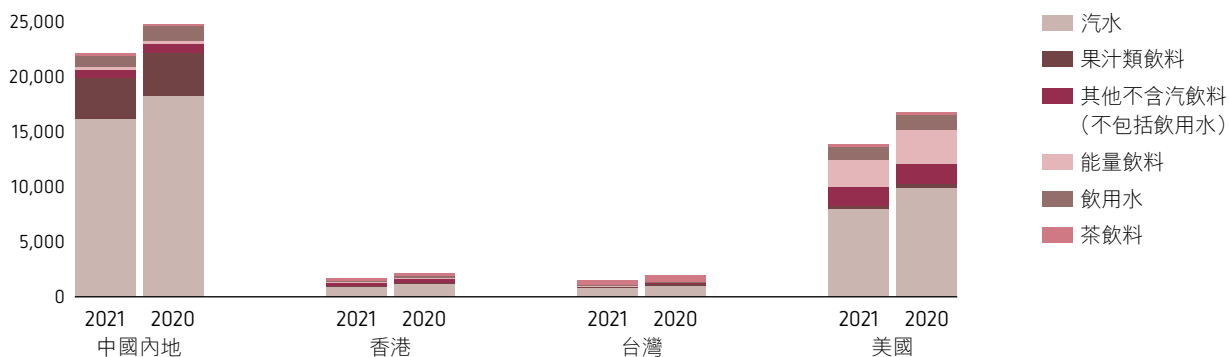


按類別劃分的收益分項數字#



按地區及類別劃分的收益分項數字#

港幣百萬元



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。

按類別劃分的二零二一年收益及銷量增長#

	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	14%	11%	7%	8%	-3%	-5%	13%	4%
果汁類飲料	23%	21%	2%	2%	-13%	-12%	22%	13%
茶飲料	16%	2%	15%	13%	-1%	-2%	13%	5%
能量飲料	-4%	-6%	76%	73%	35%	38%	13%	12%
其他不含汽飲料 (不包括飲用水)	24%	19%	4%	4%	165%	43%	25%	9%
飲用水	2%	-5%	18%	16%	-7%	-10%	23%	14%

收益增長按當地貨幣計算。

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。

中國內地

二零二一年中國內地業務的應佔溢利為港幣十四億一千八百萬元，較二零二零年（首季業務受新型冠狀病毒疫情嚴重影響）增加百分之三十六。

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）上升百分之十五。

汽水的收益增加百分之十四，果汁類飲料及飲用水的收益分別增加百分之二十三及百分之二，咖啡及茶飲料等高端類別的收益分別增加百分之六十五及百分之十六。

總銷量上升百分之九。

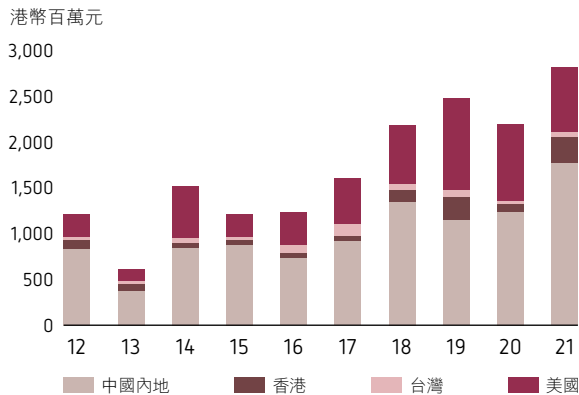
原料成本、營業開支及折舊支出增加，將部分收益增幅抵銷。

以當地貨幣計算的EBITDA及EBIT（包括一家合資公司的EBITDA及EBIT及撇除中央及其他成本）分別上升百分之十六及百分之十一。EBITDA利潤率為百分之十一點四，與二零二零年相若，EBIT利潤率則由七點七下跌至百分之七點四。



太古可口可樂
持續投資於產品
創新及數碼化
工作，以推動
未來的增長。

資本開支



香港

香港業務於二零二一年的應佔溢利為港幣二億一千三百萬元，較二零二零年減少百分之一。應佔溢利減少，是因為不再錄得二零二零年香港特別行政區政府保就業計劃提供的財政支援。撇除非經常性的政府補貼後，營業溢利有所增加。

收益（撇除對其他裝瓶公司的銷量）上升百分之九。新型冠狀病毒疫情對銷量造成的影響較二零二零年少。汽水的收益增加百分之七。不含汽飲料的收益增加百分之十二，反映茶飲料、飲用水及能量飲料的收益分別增加百分之十五、百分之十八及百分之七十六。

總銷量上升百分之十一。

原料成本、營業開支及折舊支出增加，將部分收益增幅抵銷。折舊支出的增加反映數碼化能力、生產設備及設施的提升。

EBITDA上升百分之三，EBIT與二零二零年相若。EBITDA利潤率由二零二零年的百分之十六點一下降至二零二一年的百分之十五點二，EBIT利潤率由百分之十一點五下降至百分之十點四。EBIT利潤率下降是由於折舊支出增加及不再錄得政府補貼。

台灣

台灣業務於二零二一年的應佔溢利為港幣一億三千六百萬元，較二零二零年增加百分之十五。儘管銷量和業務運作在二零二一年五月至九月期間受到新型冠狀病毒疫情的不利影響，但仍錄得此溢利增長。

以當地貨幣計算的收益增加百分之二，反映有效的收益增長管理及成功推出新產品。

汽水的收益下跌百分之三，不含汽飲料的收益增加百分之七，能量飲料的收益增加百分之三十五。Georgia喬亞咖啡飲料於二零二一年推出，銷量已見增長。

總銷量下跌百分之三。

原料成本增加，將部分增加收益及減省的營業成本抵銷。

以當地貨幣計算的EBITDA及EBIT分別增加百分之十及百分之十四。EBITDA利潤率由二零二零年的百分之十一點八上升至二零二一年的百分之十二點七，EBIT利潤率則由百分之八上升至百分之八點九。

美國

美國業務於二零二一年的應佔溢利為港幣九億八千九百萬元，較二零二零年增加百分之二十四。

以當地貨幣計算的收益（撇除對其他裝瓶公司的銷量）增加百分之十五。收益的增幅反映銷量上升、售價上調、折扣優惠及推廣開支減少，以及更佳的产品組合。

汽水的收益上升百分之十三，不含汽飲料的收益上升百分之十九，後者的增幅反映飲用水、能量及運動飲料的收益分別增加百分之二十三、百分之十三及百分之二十一。

總銷量上升百分之七。

售出貨物的成本及營業開支增加，將部分收益增幅抵銷。



溢利創新高，反映飲料部門已加強執行力、改良分銷基礎設施、優化包裝及產品組合，以及實施有效的收益增長管理。

以當地貨幣計算的EBITDA及EBIT（撇除中央及其他成本）分別上升百分之十八及百分之二十五。EBITDA利潤率由二零二零年的百分之十點零上升至二零二一年的百分之十點二，EBIT利潤率則由百分之五點九上升至百分之六點四。

展望

假設新型冠狀病毒疫情繼續受控，而經濟亦持續強勁增長，預計中國內地業務於二零二二年的收益將大幅增長，反映更佳的产品及包裝組合，以及市場執行工作有所改善。產品創新及數碼化工作將持續進行。原料成本及營業成本（尤其是員工成本）增加，將令利潤受壓。該部門將繼續按計劃在廠房及設備方面大量投放資本開支。

疫情反彈，預計將對二零二二年香港及台灣飲料市場造成不利影響。原料成本、折舊支出及營業成本增加，將使溢利受壓。

美國方面，隨著消費需求上升，預計二零二二年收益將繼續增長。原料成本及營業開支（尤其是員工成本）預計將會增加。

蘇薇