



# 飲料部門

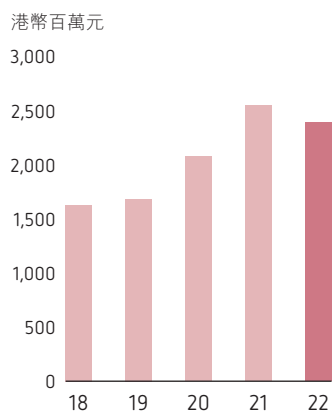


太古可口可樂為專營區域的  
八億八千二百萬消費者帶來怡神口味。

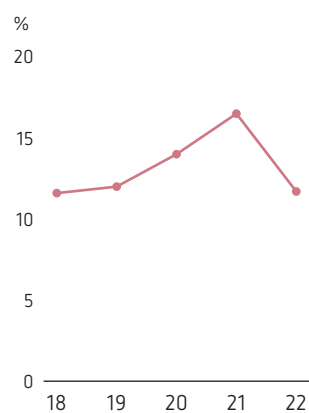
## 飲料部門

太古可口可樂在中國內地十一個省份及上海市、香港、台灣、柬埔寨、越南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。對柬埔寨和越南專營公司的收購已分別於二零二二年十一月二十五日和二零二三年一月一日完成。

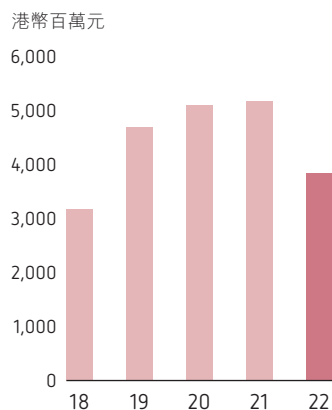
### 公司股東應佔溢利



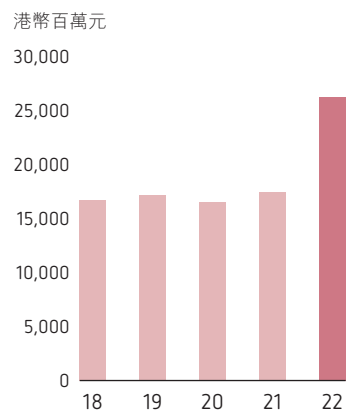
### 所用資本回報



### 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十二家專營公司（位於香港、台灣、柬埔寨、越南及美國，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（上海申美）的合資權益。二零二三年一月一日，太古可口可樂收購

Coca-Cola Bottlers Manufacturing Holdings Limited（「CCBMH」）旗下六家附屬公司的百分之一百權益。該等附屬公司繼續向上述中國內地專營地區供應不含汽飲料。

於二零二二年底，太古可口可樂生產及經銷五十八個飲料品牌，專營區域覆蓋七億八千二百萬人口。計及越南後，專營區域人口總數將增至八億八千二百萬。

## 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

太古可口可樂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。太古可口可樂致力增加汽水類別的銷量，亦務求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

成為整個價值鏈的數碼化先驅，從而創優增值，產生新的收益。

### – 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。



成立於  
**1965**年



年度收益  
**港幣542**億元



年度銷量  
**18.28**億標箱



業務覆蓋  
**6**個市場<sup>^</sup>



裝瓶廠  
**36**所<sup>\*^</sup>



飲料品牌  
**58**個



消費者  
**8.82**億<sup>\*^</sup>



員工  
**36,611**名<sup>\*^</sup>

## 專營區域

### 大中華區



專營區域人口  
**733.8**百萬

| 營運地區 | 裝瓶廠數目 |
|------|-------|
| 安徽   | 1     |
| 福建   | 2     |
| 廣東   | 5*    |
| 廣西   | 2*    |
| 海南   | 1     |
| 河南   | 2     |
| 香港   | 1     |
| 湖北   | 2*    |
| 江蘇   | 2*    |
| 江西   | 1     |
| 上海   | 2     |
| 台灣   | 1     |
| 雲南   | 1     |
| 浙江   | 3*    |

### 美國



專營區域人口  
**30.9**百萬

| 營運地區* | 裝瓶廠數目 |
|-------|-------|
| 亞利桑那  | 1     |
| 加里福尼亞 | —     |
| 科羅拉多  | 1     |
| 愛達荷   | 1     |
| 肯薩斯   | —     |
| 內布拉斯加 | —     |
| 內華達   | —     |
| 新墨西哥  | —     |
| 俄勒岡   | 1     |
| 南達科他  | —     |
| 猶他    | 1     |
| 華盛頓   | 1     |
| 懷俄明   | —     |

### 東南亞



專營區域人口  
**116.8**百萬





| 營運地區 | 裝瓶廠數目          |
|------|----------------|
| 柬埔寨  | 1              |
| 越南   | 3 <sup>^</sup> |

\* 包括於二零二三年一月一日完成重組的若干裝瓶廠。

<sup>^</sup> 越南專營公司的收購於二零二三年一月一日完成。

# 業務遍及上述十三個州的部分地區。

## 專營區域人均飲用量

|           | 專營區域人口<br>(百萬)<br>(2022年年底) | 人均本地<br>生產總值<br>(美元) | 銷量<br>(百萬標箱) |      | 可口可樂飲料人均飲用量 (八安士裝)   |
|-----------|-----------------------------|----------------------|--------------|------|--|
|           |                             |                      | 2022         | 2012 |  |
| 中國內地      | 703.3                       | 13,635               | 1,366        | 783  |  |
| 香港        | 7.3                         | 48,920               | 58           | 65   |  |
| 台灣        | 23.2                        | 32,914               | 63           | 58   |  |
| 美國        | 30.9                        | 58,726               | 338          | 84   |  |
| 柬埔寨 (附註2) | 17.3                        | 1,648                | 3            | 不適用  |  |
| 越南 (附註3)  | 99.5                        | 4,110                | 不適用          | 不適用  |  |
|           | 881.5                       |                      | 1,828        | 990  |  |

附註1：一標箱包括二十四瓶八安士裝飲料。

附註2：二零二二年所示的銷量是指由二零二二年十一月二十五日完成收購起至年底的期間。

附註3：對越南專營公司的收購於二零二三年一月一日完成。因此，銷量和人均飲用量的資料並不適用。

## 二零二二年業績表現

## 財務撮要

|                | 2022<br>港幣百萬元 | 2021<br>港幣百萬元 |
|----------------|---------------|---------------|
| 收益             | 54,225        | 53,927        |
| EBITDA         | 5,545         | 5,791         |
| 營業溢利           | 3,274         | 3,512         |
| 應佔合資及聯屬公司除稅後溢利 | 92            | 155           |
| 應佔溢利           | 2,392         | 2,549         |

## 分部財務撮要

|           | 收益 <sup>^</sup> |               | EBITDA        |               | 應佔溢利          |               |
|-----------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|           | 2022<br>港幣百萬元   | 2021<br>港幣百萬元 | 2022<br>港幣百萬元 | 2021<br>港幣百萬元 | 2022<br>港幣百萬元 | 2021<br>港幣百萬元 |
| 中國內地      | 26,142          | 26,862        | 2,560         | 3,405         | 902           | 1,418         |
| 香港        | 2,332           | 2,397         | 371           | 353           | 191           | 213           |
| 台灣        | 2,123           | 2,071         | 248           | 253           | 138           | 136           |
| 美國        | 23,553          | 20,685        | 2,585         | 1,990         | 1,392         | 989           |
| 柬埔寨       | 75              | -             | 9             | -             | (6)           | -             |
| 中央調整及其他成本 | -               | 1,912         | (228)         | (210)         | (225)         | (207)         |
| 太古可口可樂    | 54,225          | 53,927        | 5,545         | 5,791         | 2,392         | 2,549         |

<sup>^</sup>中國內地截至二零二一年十二月三十一日止年度的收益已重新呈列，以使與客戶的合約安排變動在二零二二年生效後提供同比數據。

## 太古可口可樂的會計處理

截至二零二二年十二月三十一日止年度，十一家全資擁有的專營公司（位於香港、台灣、柬埔寨、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

|                         |      | 二零二二年變幅% |      |      |      |     |            |
|-------------------------|------|----------|------|------|------|-----|------------|
|                         | 附註   | 中國內地     | 香港   | 台灣   | 美國   | 柬埔寨 | 太古<br>可口可樂 |
| 活躍的零售點                  |      | 4%       | 0%   | 48%  | 0%   | 不適用 | 7%         |
| 收益                      | 1, 4 | -2%      | -3%  | 10%  | 14%  | 不適用 | 4%         |
| 銷量                      | 2    | -4%      | -6%  | 4%   | 0%   | 不適用 | -3%        |
| 每標箱毛利                   |      | -3%      | 0%   | 3%   | 19%  | 不適用 | 7%         |
| 耗水率 <sup>^</sup>        | 5    | -4%      | -2%  | 4%   | -2%  | 不適用 | -3%        |
| 能源耗用比率 <sup>^</sup>     | 5    | -3%      | -7%  | 8%   | 4%   | 不適用 | -3%        |
| 工傷引致損失工時比率 <sup>^</sup> | 5    | -32%     | -56% | 109% | -19% | 不適用 | -22%       |

|           |      | 二零二二年變幅% |       |       |       |       |            |
|-----------|------|----------|-------|-------|-------|-------|------------|
|           | 附註   | 中國內地     | 香港    | 台灣    | 美國    | 柬埔寨   | 太古<br>可口可樂 |
| EBITDA利潤率 | 3, 4 |          |       |       |       |       |            |
| 二零二二年     |      | 9.8%     | 16.5% | 12.4% | 11.9% | 11.3% | 11.0%      |
| 二零二一年     |      | 12.3%    | 15.2% | 12.7% | 10.2% | 不適用   | 11.6%      |
| EBIT利潤率   | 3, 4 |          |       |       |       |       |            |
| 二零二二年     |      | 5.1%     | 9.8%  | 8.9%  | 8.4%  | 2.2%  | 6.7%       |
| 二零二一年     |      | 7.9%     | 10.4% | 8.9%  | 6.4%  | 不適用   | 7.5%       |

<sup>^</sup>請參閱第234頁及第235頁的「詞彙」。

附註1：計及上海申美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五百四十七億二千七百萬元（二零二一年：港幣五百二十六億二千三百萬元）。

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（計及上海申美的EBITDA及EBIT以及撇除非經常性收益及中央及其他成本）分別為港幣六十億四千一百萬元（二零二一年：港幣六十一億二千七百萬元）及港幣三十六億九千四百萬元（二零二一年：港幣三十九億四千九百萬元）。

(ii) EBITDA利潤率及EBIT利潤率是以收益（計及上海申美的收益及撇除對其他裝瓶公司的銷量）的百分率分別顯示EBITDA及EBIT。

附註4：中國內地截至二零二一年十二月三十一日止年度的收益、EBITDA利潤率及EBIT利潤率已重新呈列，以使與客戶的合約安排變動在二零二二年生效後提供同比數據。

附註5：由於柬埔寨的專營公司於二零二二年十一月二十五日收購，因此百分比變動數據未有計及柬埔寨。

## 二零二二年業績摘要

太古可口可樂於二零二二年錄得應佔溢利港幣二十三億九千二百萬元，較二零二一年減少百分之六。中國內地、香港和台灣的疫情相關措施對業績造成不利影響，美國的強勁表現將部分影響抵消。

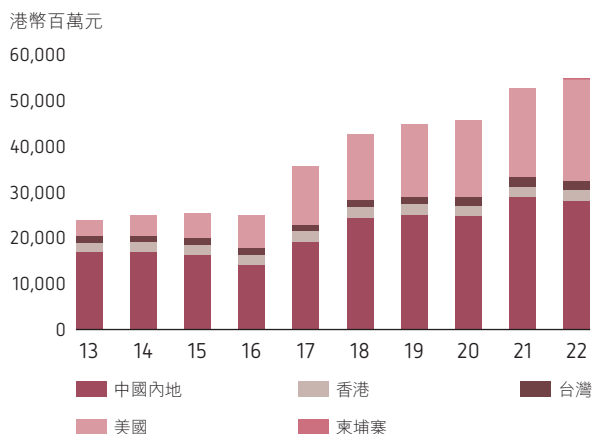
收益總額（包括上海申美的收益總額及撇除對其他裝瓶公司的銷量）增加百分之四，至港幣五百四十七億二千七百萬元。銷量減少百分之三，至十八億二千八百萬標箱。中國內地及香港的收益及銷量減少。台灣的收益及銷量增加。美國的收益增加，銷量則維持不變。

EBITDA（包括上海申美的EBITDA及撇除中央及其他成本）下跌百分之一，至港幣六十億四千一百萬元。EBITDA利潤率由百分之十一點六下跌至百分之十一點零。

二零二二年七月，太古可口可樂就向可口可樂公司收購其若干附屬公司訂立協議。該等公司在柬埔寨和越南從事配製、包裝、分銷及出售即時飲用飲料的業務，該等飲料帶有的商標由可口可樂擁有，總代價為十億一千五百萬美元，並按交易完成時柬埔寨和越南相關公司的現金淨額及營運資金作出調整。對柬埔寨和越南專營公司的收購已分別於二零二二年十一月及二零二三年一月完成。

太古可口可樂於二零二二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。於二零二二年十二月三十一日的資本承擔為港幣四十二億七千四百萬元。

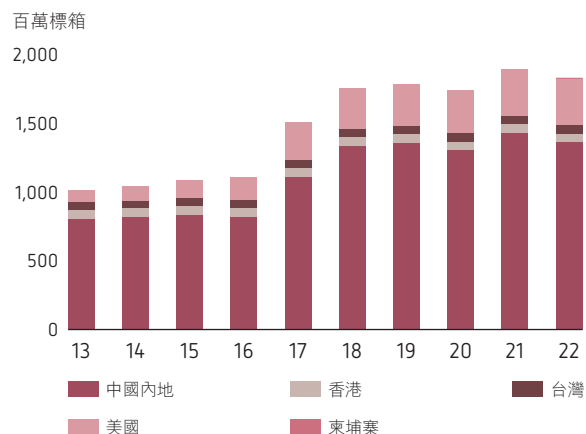
### 收益<sup>#</sup>



# 收益及銷量包括上海申美的收益及銷量以及撇除對其他裝瓶公司的銷量。

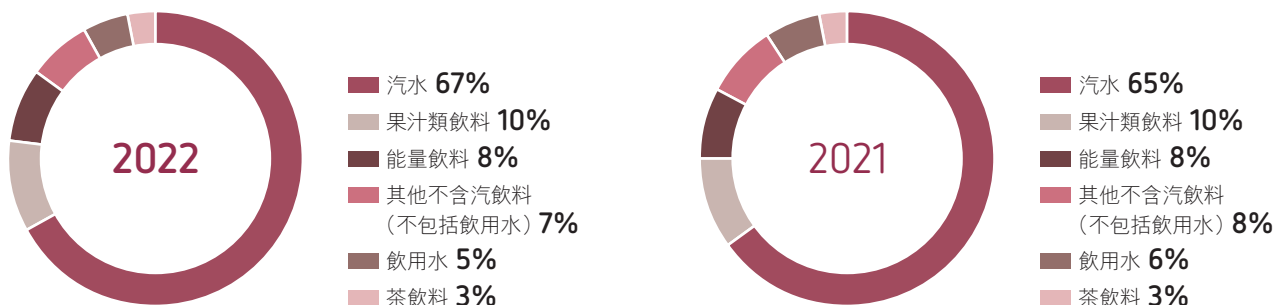
<sup>^</sup> 中國內地截至二零二一年十二月三十一日止年度的收益已重新呈列，以使與客戶的合約安排變動在二零二二年生效後提供同比數據。

### 銷量<sup>#</sup>

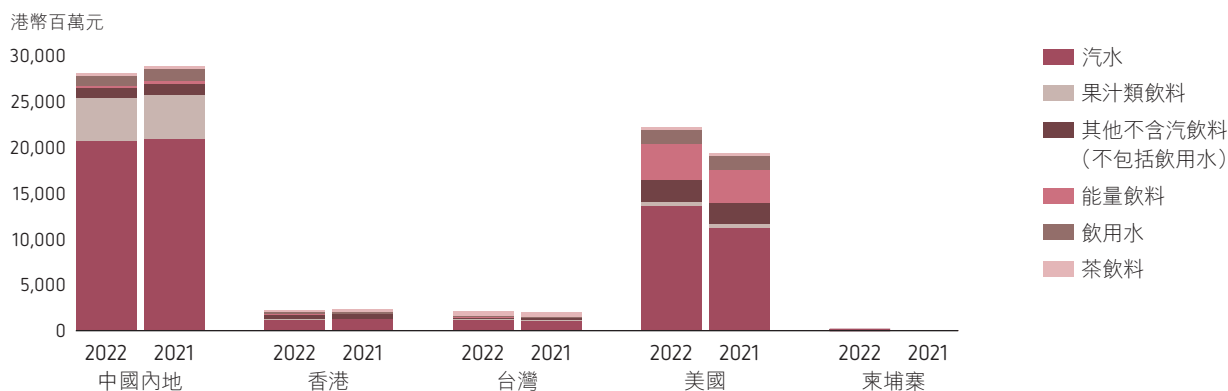




## 按類別劃分的收益分項數字#^



## 按地區及類別劃分的收益分項數字#^



## 按類別劃分的二零二二年收益及銷量增長#^

|                  | 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               | 0%   | -3%  | -2%  | -5%  | 15% | 4%  | 21% | 2%  |
| 果汁類飲料            | 1%   | -4%  | -23% | -25% | 1%  | -1% | 5%  | 12% |
| 茶飲料              | 19%  | -3%  | -3%  | -5%  | 0%  | -1% | -1% | -7% |
| 能量飲料             | -5%  | -3%  | 9%   | 3%   | 24% | 24% | 9%  | 4%  |
| 其他不含汽飲料 (不包括飲用水) | -20% | -14% | -5%  | -10% | 17% | 8%  | 5%  | -5% |
| 飲用水              | -18% | -11% | -4%  | -6%  | 19% | 55% | -7% | -8% |

收益增長按當地貨幣計算。

# 收益及銷量包括上海申美的收益及銷量以及撇除對其他裝瓶公司的銷量。

^ 中國內地截至二零二一年十二月三十一日止年度的收益已重新呈列，以使與客戶的合約安排變動在二零二二年生效後提供同比數據。

## 中國內地

二零二二年中國內地業務的應佔溢利為港幣九億零二百萬元，較二零二一年減少百分之三十六。疫情相關措施對銷量及業務造成不利影響。

以當地貨幣計算的收益（包括上海申美的收益及撇除對其他裝瓶公司的銷量）減少百分之二。

汽水的收益與二零二一年相若，飲用水及能量飲料的收益分別減少百分之十八及百分之五，咖啡及茶飲料等高端類別的收益分別增加百分之二十及百分之十九。

總銷量下降百分之四。疫情對飲料飲用量造成不利影響。

原料成本、營業開支及折舊支出增加。滙率變動對業績造成不利影響。

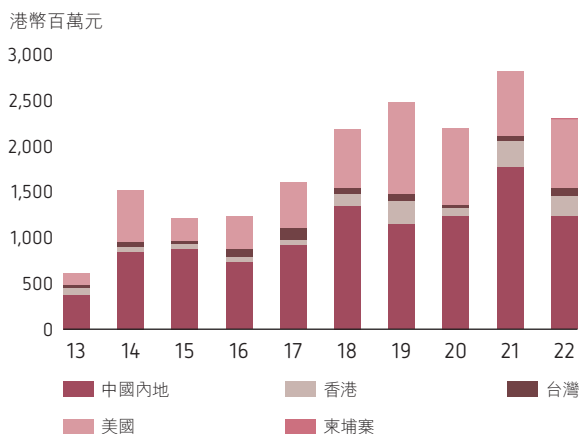
以當地貨幣計算的EBITDA及EBIT（包括上海申美的EBITDA及EBIT及撇除中央及其他成本）分別下跌百分之二十一及百分之三十七。EBITDA利潤率由百分之十二點三下跌至百分之九點八。EBIT利潤率則由百分之七點九下跌至百分之五點一。

二零二二年七月，太古可口可樂旗下一家全資附屬公司與CCBMH簽訂協議，購入CCBMH其中六家附屬公司的百分之一百股本權益。交易於二零二三年一月完成。



可口可樂重組  
中國內地的  
不含汽飲料業務，  
將有助提升效率及  
推出新產品。

## 資本開支



## 香港

香港業務於二零二二年的應佔溢利為港幣一億九千一百萬元，較二零二一年減少百分之十一。疫情相關措施對業績造成不利影響。銷量於下半年逐漸回升。

收益（撇除對其他裝瓶公司的銷量）下跌百分之三。汽水的收益下跌百分之二。不含汽飲料的收益減少百分之五。茶飲料、果汁類飲料及飲用水的收益分別減少百分之三、百分之二十三及百分之四。

總銷量下跌百分之六。

收益下跌加上原料成本、營業開支及折舊支出增加的影響，因香港特別行政區政府保就業計劃的補貼而被局部抵銷。

EBITDA上升百分之五，但EBIT則下跌百分之九。EBITDA利潤率由二零二一年的百分之十五點二上升至二零二二年的百分之十六點五，EBIT利潤率則由百分之十點四降至百分之九點八。EBIT利潤率下跌是由於折舊支出上升所致，反映數碼化能力、生產設備及設施的提升。

## 台灣

台灣業務於二零二二年的應佔溢利為港幣一億三千八百萬元，較二零二一年增加百分之一。二零二二年中，疫情相關措施對業績造成不利影響。銷量於第四季開始回升。

以當地貨幣計算的收益增加百分之十，反映有效的收益增長管理及成功推出新產品。

汽水的收益增加百分之十五。不含汽飲料的收益增加百分之五。咖啡及能量飲料的收益分別增加百分之十五及百分之二十四。

總銷量上升百分之四。

原料成本、營業及其他開支增加，將部分增加的收入抵銷。匯率變動對業績造成不利影響。

以當地貨幣計算的EBITDA及EBIT分別增加百分之七及百分之十。EBITDA利潤率由二零二一年的百分之十二點七下降至二零二二年的百分之十二點四。EBIT利潤率則維持於百分之八點九。

## 柬埔寨

二零二二年十一月二十五日至二零二二年年尾期間，柬埔寨裝瓶業務錄得EBITDA港幣九百萬元。應佔虧損為港幣六百萬元。

## 美國

美國業務於二零二二年的應佔溢利為港幣十三億九千二百萬元，較二零二一年增加百分之四十一。

以當地貨幣計算的收益（撇除對其他裝瓶公司的銷量）增加百分之十四。收益的增幅反映售價上調及更佳的产品組合，銷量則變動不大。當地的飲用量表現堅穩。

汽水的收益上升百分之二十一，不含汽飲料的收益上升百分之四，後者的增幅反映能量及運動飲料的收益分別增加百分之九及百分之三。

總銷量與二零二一年相若。

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（撇除中央及其他成本）分別上升百分之三十二及百分之四十九。EBITDA利潤率由二零二一年的百分之十點二上升至二零二二年的百分之十一點九，EBIT利潤率則由百分之六點四上升至百分之八點四。



太古可口可樂已收購位於柬埔寨及越南的可口可樂裝瓶業務。

## 展望

隨著疫情相關措施取消，中國內地的銷量及業務預計將於二零二三年恢復正常。從CCBMH收購不含汽飲料裝瓶業務將為飲料生產帶來協同效應。原料價格預計趨向穩定。然而，營業開支增加及滙率不利變動將對溢利造成不利影響。

香港防疫措施取消，預計遊客數量將因此上升，銷量預期出現溫和增長。原料價格預計將趨向穩定。營業開支將預期上升。

台灣的銷量及業務預計將於二零二三年繼續增長。

美國的收益預計將於二零二三年增長，反映價格上升及業務改善，成本通脹則預期趨於穩定。然而，物流受阻，運輸成本高企及勞動力短缺將令溢利受壓。

於柬埔寨及越南新收購的專營公司，預計將於二零二三年全年作出實質貢獻。

## 蘇薇