



# 飲料部門

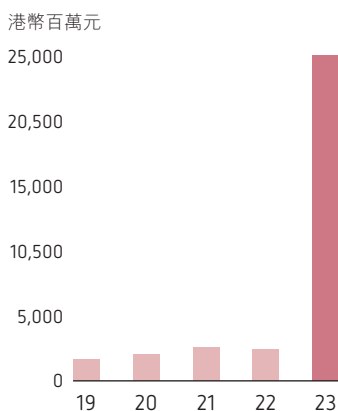


太古可口可樂在其擁有及管理的專營區域  
為八億七千八百萬消費者帶來怡神口味。

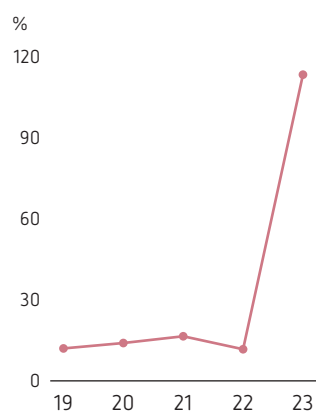
## 飲料部門

太古可口可樂在中國內地十一個省份及上海市、香港、台灣、越南及柬埔寨擁有生產、推廣及經銷可口可樂公司產品的專營權。對越南專營公司的收購已於二零二三年一月一日完成。美國專營公司（以美國太古可口可樂的名稱營運）的百分之一百股權出售事項已於二零二三年九月七日完成。太古可口可樂按協定的年度管理費繼續為美國太古可口可樂提供管理及行政支援服務。

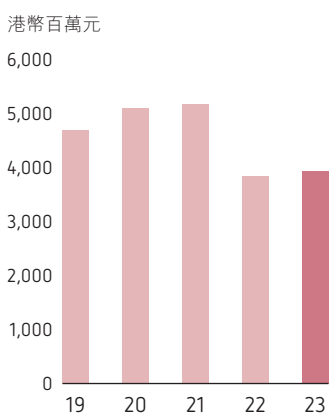
### 公司股東應佔溢利



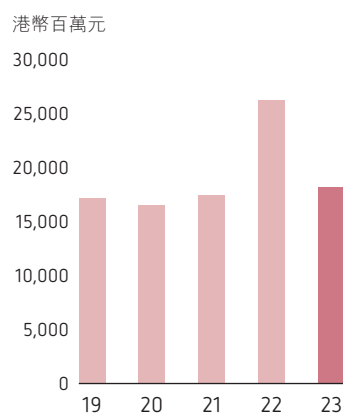
### 所用資本回報



### 營運業務產生的現金淨額



### 所用資本



二零二四年二月九日，太古可口可樂向可口可樂公司的全資附屬公司The Coca-Cola Export Corporation收購ThaiNamthip Corporation Ltd. (「TNTC」) 百分之三十九的已發行股本。TNTC與其老撾附屬公司主要從事在泰國和老撾製造、分銷及出售無酒精即飲飲料，該等飲料帶有的商標由可口可樂公司擁有。

太古可口可樂全資擁有十一家專營公司(位於香港、台灣、越南及柬埔寨，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。

於二零二三年年底，太古可口可樂生產及經銷三十九個飲料品牌，在擁有的專營區域覆蓋八億四千七百萬人口，並同時為美國太古可口可樂管理及經銷三十六個飲料品牌，專營區域人口達三千一百萬。

## 策略：

太古可口可樂將始終如一地真誠支持及服務我們的員工、客戶、社區及全球環境，共創多贏。太古可口可樂的策略願景是以出色的業績、能力、人才和文化，成為可口可樂全球系統的領先裝瓶集團。為此，太古可口可樂採取以下五項重點策略：

- 積極發展人才  
我們將透過不斷發展員工的能力和團隊的競爭力，維持領先裝瓶集團之一的地位，並會提供現代化及能讓員工投入的工作環境，以幫助他們充分發揮職業潛能。
- 領先的品牌組合  
我們將維護及發展汽水業務，同時與可口可樂公司合作，在其他主要產品類別建立迎合未來發展並領先市場的品牌組合。

- 與別不同的商業能力  
我們致力在執行上精益求精，提供優質的服務，並持續提升客戶忠誠度。我們的收益增長策略將專注於在消費者需要時為他們提供所想的品牌、產品和包裝，同時為客戶和公司本身帶來長遠的可持續增長。
- 市場速度及靈活性  
我們以靈活的方式與業務夥伴合作，不斷尋求新的價值來源。我們將繼續建立並優化流程及系統，讓前線業務能夠在不斷轉變和發展的市場中保持競爭力。
- 可持續發展擁有權  
我們已將二零三零年可持續發展目標納入業務計劃。所有的決策流程將會考慮到可持續發展，並且每位太古可口可樂員工將被賦予權力，為我們實現這些目標作出貢獻。



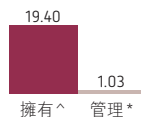
成立於  
**1965**年



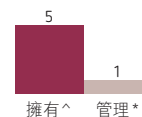
年度收益  
**港幣518**億元  
(不包括美國太古可口可樂  
於出售事項後的業績\*)



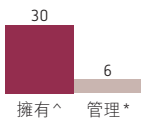
年度銷量  
**20.43**億標箱



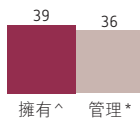
業務覆蓋  
**6**個市場



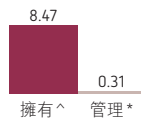
裝瓶廠  
**36**所



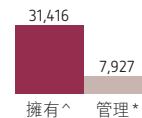
飲料品牌<sup>®</sup>  
**63**個



消費者  
**8.78**億



員工  
**39,343**名



### 專營區域由太古可口可樂擁有

#### 大中華區

專營區域人口  
**729.8**百萬

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

#### 東南亞

專營區域人口  
**117.2**百萬

營運地區	裝瓶廠數目
越南	3
柬埔寨	1

### 專營區域由太古可口可樂管理\*

#### 美國

專營區域人口  
**31.0**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	—






\* 美國專營公司的百分之一百股權出售事項已於二零二三年九月七日完成。太古可口可樂按協定的年度管理費繼續為美國太古可口可樂提供管理及行政支援服務。年度銷量指美國太古可口可樂於出售事項後的銷量。

<sup>^</sup> 指太古可口可樂於大中華區及東南亞擁有的專營區域資料，但上述年度銷量包括美國太古可口可樂於完成出售事項前的銷量。

<sup>®</sup> 十二個品牌在擁有的專營區域及管理的專營區域均有生產及經銷。

\* 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 (百萬) (2023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)
			2023	2013	
中國內地	698.9	14,242	1,394	807	
香港	7.5	50,007	62	65	
台灣	23.4	32,247	68	56	
越南 <sup>(ii)</sup>	100.3	4,199	155	不適用	
柬埔寨 <sup>(ii)</sup>	16.9	1,924	28	不適用	
美國 <sup>(iii)</sup>	不適用	不適用	233	85	
	847.0		1,940	1,013	
美國 (由太古 可口可樂管理) <sup>(iv)</sup>	31.0	61,857	103	不適用	
	878.0		2,043	1,013	

附註：

(i) 一標箱包括二十四瓶八安士裝飲料。

(ii) 對柬埔寨及越南專營公司的收購分別於二零二二年十一月二十五日及二零二三年一月一日完成。因此，二零一三年的銷量和人均飲用量資料並不適用。

(iii) 由於對美國太古可口可樂的出售於二零二三年九月七日完成，因此二零二三年年底的專營區域人口、人均本地生產總值及人均飲用量資料並不適用。二零二三年的銷量是指截至出售完成的銷量。

(iv) 資料指完成出售美國太古可口可樂後的狀況。二零二三年的銷量是指出售完成後的銷量。如按全年銷量計算，人均飲用量將為二百六十。

## 二零二三年業績表現

## 財務撮要

	2023 港幣百萬元	2022 港幣百萬元
收益	51,844	54,225
EBITDA	28,807	5,545
營業溢利		
營運業務	3,334	3,274
非經常性項目	22,868	—
營業溢利總額	26,202	3,274
應佔合資及聯屬公司除稅後溢利	85	92
應佔溢利 (撇除美國太古可口可樂及非經常性項目)	1,081	1,000
美國太古可口可樂應佔溢利*	1,313	1,392
應佔溢利 (撇除非經常性項目)	2,394	2,392
非經常性項目		
一家合資公司的撇銷	(239)	—
收購股本權益的公平值調整	35	—
出售美國太古可口可樂	22,907	—
應佔溢利 (包括非經常性項目)	25,097	2,392

\* 二零二三年數字指截至二零二三年九月七日完成出售美國太古可口可樂止期間的數字。

## 分部財務摘要

	收益		EBITDA		應佔溢利	
	2023 港幣百萬元	2022 港幣百萬元	2023 港幣百萬元	2022 港幣百萬元	2023 港幣百萬元	2022 港幣百萬元
中國內地						
營運業務	24,725	26,142	2,577	2,560	755	902
非經常性項目	–	–	35	–	35	–
	24,725	26,142	2,612	2,560	790	902
香港	2,417	2,332	392	371	194	191
台灣	2,275	2,123	244	248	123	138
東南亞	4,504	75	572	9	198	(6)
美國*						
營運業務	17,923	23,553	2,354	2,585	1,313	1,392
非經常性項目	–	–	23,103	–	22,907	–
	17,923	23,553	25,457	2,585	24,220	1,392
中央及其他成本						
營運業務	–	–	(231)	(228)	(189)	(225)
非經常性項目	–	–	(239)	–	(239)	–
	–	–	(470)	(228)	(428)	(225)
<b>太古可口可樂</b>	<b>51,844</b>	<b>54,225</b>	<b>28,807</b>	<b>5,545</b>	<b>25,097</b>	<b>2,392</b>

\* 二零二三年數字指截至二零二三年九月七日完成出售美國太古可口可樂止期間的數字。

## 太古可口可樂的會計處理

截至二零二三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、越南、柬埔寨、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）、五家擁有多數權益的專營公司（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）及六家全資擁有的不含汽飲料裝瓶業務（位於中國內地廣東、廣西、湖北、江蘇及浙江省）的賬目視作附屬公司的賬目記入太古公司的財務報表中。截至二零二三年九月七日完成出售前，美國太古可口可樂的賬目視作附屬公司的賬目處理。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。美國太古可口可樂於出售日期前的業績已計入上述數字中。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確認應佔合資權益的溢利或虧損淨額。

## 分部表現

	附註	二零二三年變幅%				
		中國內地	香港	台灣	東南亞 <sup>(v)</sup>	太古可口可樂 <sup>(vi)(vii)</sup>
活躍的零售點		1%	0%	11%	不適用	-2%
收益	(i)	0%	4%	12%	不適用	-5%
銷量	(ii)	2%	6%	8%	不適用	6%
每標箱毛利		-5%	-1%	3%	不適用	-14%
耗水率	(vii)	10%	-2%	10%	不適用	7%
能源耗用比率	(vii)	14%	-2%	7%	不適用	13%
工傷引致損失工時比率	(vii)	38%	41%	-66%	不適用	13%
	附註	中國內地	香港	台灣	東南亞 <sup>(v)</sup>	太古可口可樂 <sup>(vi)(vii)</sup>
EBITDA利潤率	(iii)					
二零二三年		9.4%	16.8%	11.5%	13.8%	11.7%
二零二二年		9.8%	16.5%	12.4%	11.3%	11.0%
EBIT利潤率	(iii)					
二零二三年		4.4%	9.7%	7.9%	8.0%	7.1%
二零二二年		5.1%	9.8%	8.9%	2.2%	6.7%

附註：

(i) 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五百一十九億三千五百萬元（二零二二年：港幣五百四十七億二千七百萬元）。

(ii) 上表所示的中國內地銷量是指十三個專營區域的銷量。

(iii) (a) 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）分別為港幣六十億八千四百萬元（二零二二年：港幣六十億四千一百萬元）及港幣三十六億六千九百萬元（二零二二年：港幣三十六億九千四百萬元）。

(b) 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。

(iv) 由於柬埔寨及越南的專營公司分別於二零二二年十一月二十五日及二零二三年一月一日才被收購，因此東南亞的百分比變動數據並不適用。

(v) 由於在二零二三年出售美國太古可口可樂，美國的獨立百分比變動數據及利潤率未能提供有效比較。太古可口可樂的百分比變動數據計及美國截至完成出售前的業績，但活躍的零售點因作為年底計量而不包括在內。

(vi) 數據計及越南及柬埔寨自收購日期起的業績，但由於柬埔寨的專營公司於二零二二年十一月二十五日才被收購，因此並無柬埔寨於二零二二年的耗水率、能源耗用比率及工傷引致損失工時比率。

(vii) 請參閱第242頁及第243頁的「詞彙」。

## 二零二三年業績摘要

太古可口可樂於二零二三年錄得應佔溢利港幣二百五十億九千七百萬元，包括來自出售於美國專營公司（以美國太古可口可樂的名稱營運）百分之一百權益所產生的非經常性收益港幣二百二十九億零七百萬元（扣除預扣稅後），以及有關收購中國內地CCBMH六家附屬公司股本權益的公平值調整所產生的收益港幣三千五百萬元，該等收益被一項就塑料回收合資公司的投資撇銷及有關撥備所產生的非經常性虧損港幣二億三千九百萬元而部分抵銷。撇除這些非經常性項目後，應佔溢利為港幣二十三億九千四百萬元，與二零二二年相若。

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）減少百分之五，至港幣五百一十九億三千五百萬元。銷量增加百分之六，至十九億四千萬標箱。中國內地的收益與二零二二年相若，銷量則增加。香港及台灣的收益及銷量均告上升。美國的收益及銷量因二零二三年九月七日出售美國太古可口可樂而下跌。按可比較基準計算（截至兩個年度的九月七日），收益有所增加，銷量則維持穩定。於越南及柬埔寨新收購的專營公司於二零二三年帶來全年收益貢獻。

EBITDA（包括上海申美的EBITDA及撇除中央及其他成本）上升百分之一，至港幣六十億八千四百萬元。EBITDA利潤率由百分之十一點零上升至百分之十一點七。

二零二三年六月，太古可口可樂與JS&S (Beverages) Inc. 簽訂協議，出售其於美國太古可口可樂的全部權益，總代價為四十億美元。交易事項已於二零二三年九月七日完成。太古可口可樂錄得港幣二百二十九億零七百萬元的綜合出售收益（扣除預扣稅後）。交易事項交割後，太古可口可樂繼續為美國太古可口可樂提供管理及行政支援服務，並收取協定的年度管理費。

二零二四年二月九日，太古可口可樂簽訂協議並有條件同意（透過兩階段購買和認購）以總代價約四百二十六億一千五百七十萬泰銖（相等於約港幣九十四億七千零一十萬元）（惟受限於慣常完成後調整，且不包括認沽期權的視作行使）收購TNTC過半權益。TNTC與其老撾附屬公司主要從事在泰國和老撾製造、分銷及出售無酒精即飲飲料，該等飲料帶有的商標由可口可樂公司擁有。

同日，TNTC有條件同意以總代價約二億七千一百一十萬美元（相等於約港幣二十一億一千四百六十萬元）（惟受限於慣常完成後調整）分別收購柬埔寨專營公司百分之三十的已發行股本及越南專營公司百分之三十的特許資本。

太古可口可樂於二零二三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。於二零二三年十二月三十一日的資本承擔為港幣四十六億九千九百萬元。

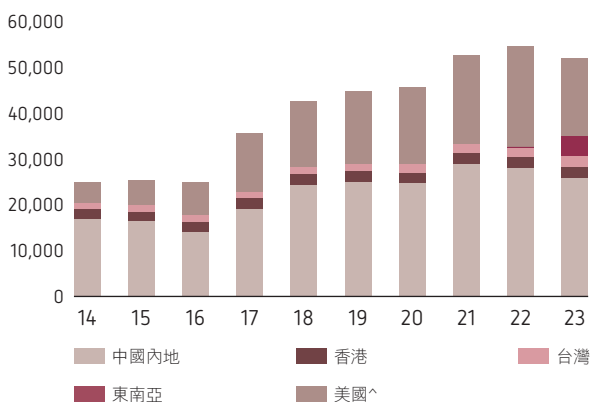


太古可口可樂  
拓展其業務足跡至  
泰國及老撾，  
連同現時的越南和  
柬埔寨業務，  
將進一步擴大在  
東南亞市場的  
業務規模。



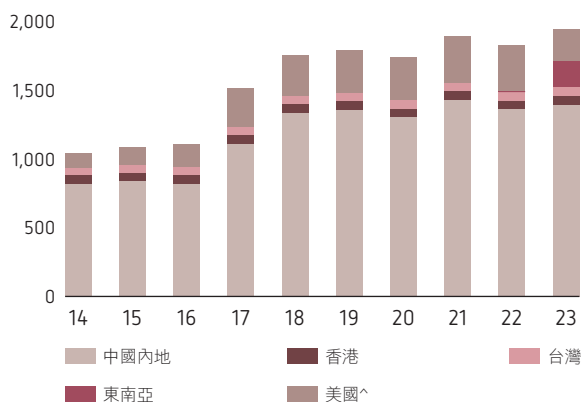
### 收益#

港幣百萬元

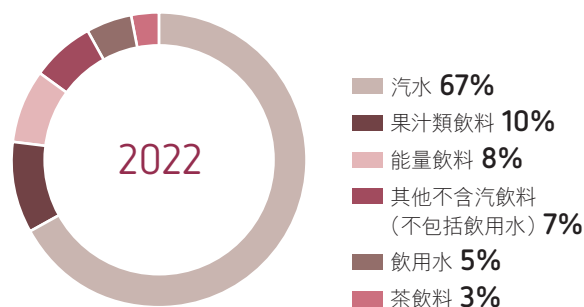
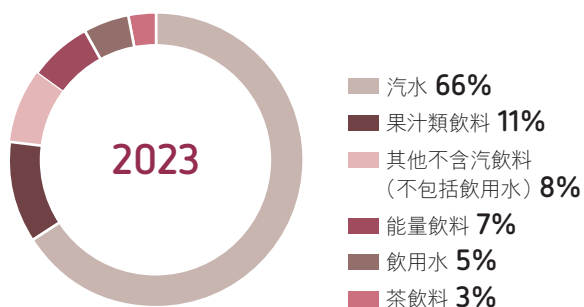


### 銷量#

百萬標箱

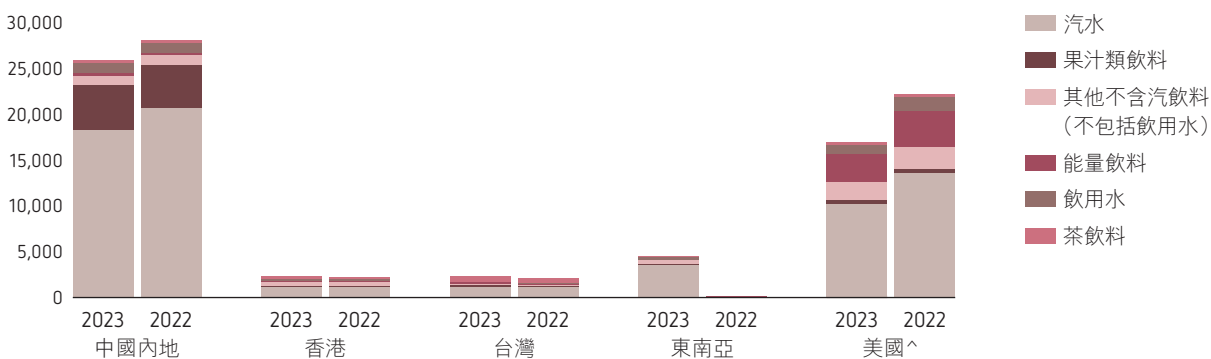


### 按類別劃分的收益分項數字#



### 按類別劃分的收益分項數字#

港幣百萬元



# 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。

^ 美國太古可口可樂的二零二三年數字指截至二零二三年九月七日完成出售美國太古可口可樂為止期間的數字。

## 按類別劃分的二零二三年收益及銷量增長#

	中國內地		香港		台灣	
	收益	銷量	收益	銷量	收益	銷量
汽水	-4%	0%	1%	3%	12%	7%
果汁類飲料	12%	14%	16%	15%	15%	14%
茶飲料	16%	43%	3%	-3%	10%	10%
能量飲料	28%	34%	24%	21%	38%	40%
其他不含汽飲料(不包括飲用水)	9%	6%	-2%	-4%	11%	10%
飲用水	4%	-1%	21%	17%	-14%	-11%

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

二零二三年中國內地業務的應佔溢利為港幣七億九千萬。撇除非經常性收益，應佔溢利為港幣七億五千五百萬元，較二零二二年減少百分之十六。

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)與二零二二年相若。

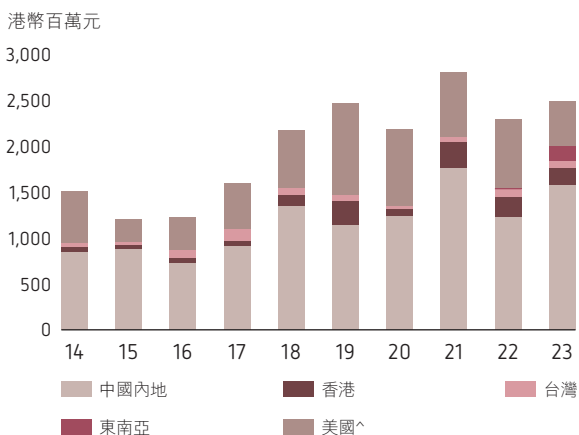
汽水的收益減少百分之四，飲用水及能量飲料的收益分別增加百分之四及百分之二十八，高端類別的咖啡及茶飲料收益分別增加百分之二十五及百分之十六。

總銷量上升百分之二。

營業開支及折舊支出增加，以及不利的匯率變動對業績造成負面影響。

以當地貨幣計算的EBITDA及EBIT(包括上海申美的EBITDA及EBIT及撇除非經常性收益及中央及其他成本)分別下跌百分之四及百分之十三。EBITDA利潤率由百分之九點八下跌至百分之九點四。EBIT利潤率則由百分之五點一下跌至百分之四點四。

## 資本開支



<sup>^</sup>美國太古可口可樂的二零二三年數字指截至二零二三年九月七日完成出售美國太古可口可樂為止期間的數字。

## 香港

香港業務於二零二三年的應佔溢利為港幣一億九千四百萬元，較二零二二年增加百分之二。銷量於二零二三年逐漸回升。

收益（撇除對其他裝瓶公司的銷量）上升百分之四。汽水的收益上升百分之一。不含汽飲料的收益增加百分之七。茶飲料、果汁類飲料及飲用水的收益分別增加百分之三、百分之十六及百分之二十一。

總銷量上升百分之六。

收益上升因原料成本、營業開支及折舊支出上升，並缺少了二零二二年香港特別行政區政府保就業計劃的補貼而被局部抵銷。

EBITDA及EBIT（撇除中央及其他成本）分別上升百分之六及百分之二。EBITDA利潤率由二零二二年的百分之十六點五上升至二零二三年的百分之十六點八，EBIT利潤率則由百分之九點八降至百分之九點七。

## 台灣

台灣業務於二零二三年的應佔溢利為港幣一億二千三百萬元，較二零二二年減少百分之十一。

以當地貨幣計算的收益增加百分之十二，反映有效的收益增長管理及卓越的執行力。

汽水的收益增加百分之十二。不含汽飲料的收益增加百分之十二。咖啡及能量飲料的收益分別增加百分之十八及百分之三十八。

總銷量上升百分之八。

原料成本、營業開支及折舊支出上升，被收益的增加部分抵銷。不利的滙率變動對業績造成負面影響。



可持續發展是太古可口可樂的營運核心，其飛雪礦物質水現已提供無標籤的百分之一百再造PET瓶包裝選項。

以當地貨幣計算的EBITDA及EBIT（撇除中央及其他成本）分別增加百分之四及減少百分之一。EBITDA利潤率由二零二二年的百分之十二點四下降至二零二三年的百分之十一點五。EBIT利潤率則由百分之八點九下降至百分之七點九。

### 東南亞

來自東南亞的應佔溢利及EBITDA（撇除中央及其他成本）分別為港幣一億九千八百萬元及港幣六億二千萬元。EBITDA利潤率及EBIT利潤率分別為百分之十三點八及百分之八點零。越南業務在經濟增長放緩下仍表現強勁，柬埔寨的飲料市場則充滿挑戰。

### 美國

撇除非經常性收益後，二零二三年美國業務截至出售日期的應佔溢利為港幣十三億一千三百萬元，較二零二二年減少百分之六。

### 展望

中國內地方面，由於國內消費開支低迷，預計銷量及業務仍然面臨挑戰。原料價格及營業開支增加，預期對溢利構成壓力。

由於香港的銷量出現溫和增長，預期業務穩定。原料價格及營業開支預計將會增加。

台灣的銷量及業務預計於二零二四年有所增長。

越南專營公司預計會帶來穩定溢利；而柬埔寨業務則預期有所改善。策略性收購泰國及老撾的裝瓶業務，預計將對我們的溢利產生直接的正面影響。

我們的業務組合平均分佈在不同地區，凸顯了我們應對不同市場狀況及把握增長機遇的策略方針。

### 蘇薇