

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於僅為概要，故未必載有對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下在決定是否投資[編纂]前，務請閱讀文件全文。投資[編纂]的若干特定風險載於「風險因素」一節，閣下決定投資[編纂]前，務請細閱該節。

我們是百威亞太控股有限公司，為AB InBev Group的一部分。根據GlobalData的資料，以2018年零售額及銷量計，我們為亞太地區最大的啤酒集團。於2018年，按正常化除息稅折舊攤銷前盈利計，我們亦是以亞洲為基地的啤酒公司中溢利最高的其中一家。我們生產、進口、推廣、分銷及出售超過50個我們擁有或獲許可使用的啤酒品牌，包括我們的全球品牌百威、時代及科羅娜，以及我們的多國品牌和當地品牌（如福佳、凱獅、Great Northern、哈爾濱及Victoria Bitter）。

我們的泛亞平台

我們的泛亞平台戰略定位於為擁有全球最大成年人口的市場提供服務，其中擁有推動消費（包括啤酒消費）增長的有利宏觀經濟因素，並覆蓋亞太地區多個啤酒市場。我們視中國、澳洲、韓國、印度及越南為主要市場。

根據GlobalData的資料，我們：

- 於2018年，於中國以啤酒銷售額計排名第一，並以啤酒銷售額及啤酒銷量計在快速增長的高端及超高端類別合計排名第一；
- 於2018年，於澳洲以啤酒銷售額及啤酒銷量計排名第一；
- 於2018年，於韓國以啤酒銷售額及啤酒銷量計排名第一；
- 於2018年，於印度以啤酒銷售額及啤酒銷量計排名前三，並以啤酒銷售額及啤酒銷量計在快速增長的高端及超高端類別合計排名第一；及
- 於2018年，於越南以啤酒銷售額及啤酒銷量計在高端及超高端類別合計排名前三。

我們利用市場成熟度模型發展我們的市場。此令我們得以捕捉處於不同成熟水平的不同啤酒市場機會。我們的平台呈現出我們的業務於低成熟度及中成熟度啤酒市場（如中國、印度及越南）的高增長及利潤率擴展前景，與於高成熟度啤酒市場（如澳洲及韓國）的業務其穩定性、產生大量現金及其盈利能力之間獨特而多元化的平衡。就各成熟度水平，我們可通過衡量各種針對增長潛力的關鍵績效指標的表現以確定當中的差距，並積極利用各種擴展機會。以業務分部計，我們在兩個地理區域營運：亞太地區東部（主要為澳洲、日本及韓國）及亞太地區西部（中國、印度、越南及亞太地區其他國家），為我們用於財務申報目的之兩個可報告分部。

概 要

近年來，我們一直實現收入及盈利能力增長。於2017年及2018年，我們的收入分別為7,790百萬美元及8,459百萬美元，實現自然增長6.1%。於2017年至2018年，我們的每百升收入自然增長3.9%，主要由我們的產品組合向高端類別轉移所推動。於2017年及2018年，我們的正常化除息稅折舊攤銷前盈利分別為2,479百萬美元及2,792百萬美元，相當於自然增長12.0%。我們於2017年及2018年的純利分別為1,077百萬美元及1,409百萬美元。

我們的品牌及產品

我們的品牌是與消費者建立關係的基礎和基石。我們基於質量及價格將我們的啤酒分為三類：高端及超高端品牌、核心及核心+品牌及實惠品牌。亞太地區可支配收入的增長及城市化等宏觀經濟因素正引領消費者偏好轉向更高端的啤酒類別及貴價啤酒。憑藉高端及超高端類別品牌所貢獻的大部分收入，我們處於有利位置，可捕捉整個亞太地區（特別是中國）的高端化及購買量增加趨勢。

我們以顧客為先並洞察顧客需求的方針引領我們開發多種產品創新，令我們得以利用不斷變化的消費者偏好獲益。例如，我們成功開發多個飲用產品的新場合，如在中國開發飲用百威的家居場合及飲用科羅娜的海灘場合、在韓國開發飲用凱獅的餐前啤酒場合，以及在澳洲開發飲用Carlton Zero的無酒精啤酒場合。樽裝百威亦於過去20多年間在中國不斷演化，令我們可成功開發多個飲用產品的新場合。

我們的業務

我們所銷售的大多數啤酒均出產自我們的釀酒廠。截至2018年12月31日，我們的業務由位處我們主要市場的62家釀酒廠組成。此外，我們持有許可證可進口逾25個百威集團品牌在亞太地區獨家銷售，如比利時的時代、墨西哥的科羅娜、德國的貝克，以及其他美洲及歐美品牌。

品質控制是我們的業務核心。我們對生產過程中每個步驟所生產的各款飲品均進行品質監控，包括通過網上實時系統進行監控，並進行廣泛測試，以確保每款飲品均符合整個集團的品質標準。

我們的定價策略

在確定我們的定價策略時，我們會考慮多種因素，例如我們產品的供應及需求、預計市場趨勢、原材料及包裝材料的成本、產品成本、產品類別、我們用以出售產品的經銷途徑、競爭對手產品的零售價格、目標消費者的消費模式、我們及分銷商的過往銷售數據及預期利潤率。我們根據該等因素及其他一般市況定期檢討及調整我們的產品價格。一般而言，我們為我們的產品設定建議全國零售價格，對該等價格會可進行微調，以反映當地競爭環境。

概 要

我們的客戶

我們的客戶包括分銷商、大型零售商及若干其他客戶。除了我們藉其與客戶（如分銷商）直接接觸而不斷發展的商務對顧客網絡外，我們亦已建立一個龐大的商務對顧客網絡，客戶可直接向我們發出訂單（然後進行轉售）。我們逾10,000名員工的銷售隊伍組織及分銷商為我們接觸顧客的門戶。我們釀製的產品銷售予亞太地區約6,000家分銷商。

我們的員工

人才是我們最大的優勢。我們夢想遠大，而我們的主人翁精神推動我們取得成功。在我們的平台及不同地區之間分享最佳實務，是我們地域覆蓋的關鍵優勢，亦是推動卓越營運的核心價值。我們與控股股東百威集團共同堅持「夢想－人才－文化」原則，此原則為我們成功的基石，並推動我們堅持不懈地持續改善表現。該等原則鼓舞了我們在區內超過31,000名員工致力為顧客釀造最優質的產品，並建立一家可再創造百年輝煌的公司。

心繫社區

我們的夢想是「與您攜手，釀造更美好世界」。我們所做的一切，乃透過建立最強大的競爭優勢及財務實力，從而努力確保我們生產最佳產品、提供最佳消費體驗及創造最大股東價值。我們透過自身的能力、資源及能量，以下列方式應對社區的需要：

- 改善環境及社會可持續發展水平－我們致力以負責任方式善用天然資源，並為未來保育資源，從而實現這個目標。我們制定覆蓋整體供應鏈的創新計劃，以提高我們與業務夥伴的可持續表現；
- 提倡理性飲酒－我們希望每次啤酒體驗均屬正面－我們的理性飲酒目標旨在協助達成世界衛生組織所訂立的目標，即各國至於2025年前減少有害使用酒精至少10%；
- 提高工作地點安全－我們致力於採取一切可能的方式，以締造一個安全的工作環境。我們已就生產過程設定營運程序及安全標準，包括消防安全、倉庫安全、工傷、電力安全，以及緊急及疏散程序；及
- 商業道德－我們的領導人為本公司設定基調－我們不走捷徑－誠信、勤奮、品質及責任是我們增長的核心要素。

概 要

優勢

藉著將我們的規模、資源及能量與我們所服務社區的需要相結合，我們相信我們過往的成功及把握未來增長機遇的能力來自以下競爭優勢：

- 擁有泛亞平台的區域領導者，涵蓋全方位啤酒市場
- 廣泛的品牌組合使我們能夠通過品類擴張實現增長
- 處於優越地位把握亞太地區的高端化及升級交易趨勢
- 以洞察顧客和產品創新為驅動力的市場營銷能力
- 出色的營銷途徑，讓我們和顧客緊密聯繫
- 於中國、澳洲及韓國等主要市場的領導地位及長期承諾
- 重視通過卓越營運及財政紀律、擁有權及長期可持續發展打造業績的文化
- 具備豐富經驗、注重實現穩定強勁的業務業績及打造優質團隊的高級管理團隊
- 與控股股東及策略夥伴AB InBev訂立的互利關係

有關進一步詳情，請參閱「業務－優勢」。

策略

為實現我們的目標及鞏固我們的領導地位，我們擬採取全面戰略，專注於以下主題：

- 透過我們的四大商業策略推動最重要的增長
 - 規模性高端化－我們將透過探索新的包裝方式及營銷途徑，針對特定消費趨勢，持續借助品牌達致增長
 - 核心產品類的差異化－我們認為核心及核心+類別品牌具有巨大增長潛力
 - 發展關連非啤酒類飲品－我們通過利用核心資產及資源，不斷創造及識別新產品，以迎合不斷轉變的消費者需求
 - 市場擴張－我們已開發並將繼續部署我們的銷售擴張模式，以捕捉新市場的機遇

概 要

- 通過技術促進業務轉型
- 提高聲譽及鞏固合規經營
- 繼續保持卓越營運及推動營運效益
- 繼續進行亞太地區區域併購
- 繼續投資於我們的人才庫

有關進一步詳情，請參閱「業務－策略」。

風險因素

我們的業務面對多種風險，而投資於股份亦存在風險。不同投資者在釐定風險重大程度時，會有不同的理解及標準，因此，閣下於決定投資發售股份前，務請閱讀本文件「風險因素」整節。

我們面對的部分主要風險包括下列各項：

- 我們的業務及經營業績受到地區及全球經濟狀況的轉變以及啤酒業內共同面對的若干風險所影響。
- 我們在亞太地區內受嚴格監管的市場經營業務，須面對與之相關的政治及監管風險。
- 競爭及消費者不斷轉變的喜好可導致我們的利潤率下跌、成本增加及對我們的盈利能力構成不利影響。
- 我們依賴我們品牌的聲譽，而我們的營銷工作可能受法規所限。
- 我們的控股股東百威集團目前參與我們業務的許多方面，包括知識產權的許可、出口及生產百威集團產品以在亞太地區銷售，以及全球採購及戰略服務協議的磋商，而我們須面對與百威集團全球業務相關的風險。

與控股股東百威集團的關係

百威集團為我們的控股股東。由於重組及[編纂]，本公司將成為獨立[編纂]實體。百威集團就[編纂]而言無需監管機構或股東批准。於[編纂]，百威集團將間接控制本公司約[編纂]%股份。於[編纂]後，百威集團將專注於亞太區域外酒精及非酒精啤酒、蘋果酒及其他麥芽釀製的酒精飲品的生產、進口、分銷及銷售。有關進一步詳情，請參閱「與百威集團的關係」。

概 要

業務劃分

為限制本集團與AB InBev Group在未來的競爭，AB InBev Group與本集團訂立不競爭契據，其中規定AB InBev Group除通過本集團外，概不進行、參與或作出對亞太地區內酒精及非酒精啤酒、蘋果酒及其他麥芽釀製的酒精飲品生產、進口、銷售及／或分銷相關企業的投資（惟受限於若干少數例外情況），且本集團除通過AB InBev Group外，概不參與或投資於亞太區域外酒精及非酒精類啤酒、蘋果酒及其他麥芽釀製的酒精飲品的生產、進口、銷售及／或分銷業務。

AB InBev Group與本集團已協定，根據若干協定程序，向對方轉介涉及對方地區的投資機會。

不競爭契據將於以下情況終止：百威集團不再擁有本公司50%以上股份、任何其他股東持有本公司30%或以上股份，或本公司股份不再於聯交所上市。

與百威集團的安排

我們逾40%的收入淨額來自百威、時代及科羅娜等品牌，我們自百威集團進口該等品牌以作銷售或根據百威集團授予的許可釀製及銷售該等品牌。我們需要百威集團繼續向我們出口該等產品及給予我們釀製及銷售該等品牌的權利，此乃我們業務的核心部分。為維持進口、生產及銷售該等品牌的權利，我們按公平磋商的條款與百威集團訂立長期許可協議。

為得益於百威集團的全球行業經驗及知識、規模經濟及議價力，我們亦與百威集團按公平協商訂立多項協議，內容有關本集團與AB InBev Group的現金池安排、提供策略、採購及行政服務以及成本補償，以及AB InBev Group向本集團提供多項貸款及擔保。

概 要

下表概述構成不獲豁免持續關連交易的上述協議的主要條款。

交易	年期	定價政策	年度上限
授予本集團在亞太區域進口 AB InBev Group產品作銷 售用途的許可	25年	產品成本加成，包括間接成本、 分銷許可費及出口商保證金	不適用
授予本集團在亞太區域生產 AB InBev Group產品作銷 售用途的許可	25年	許可費乃以按照基準轉讓定價報 告所釐定銷售淨額的百分比評 定	不適用
於AB InBev Group的現金池 安排所作的存款	5年	現金池代理提供存款利率	2019年：24.5億美元 2020年：24.5億美元 2021年：27.5億美元 2022年：30億美元 2023年：30億美元
向本集團提供策略服務	10年	按照所接納轉讓定價方法的成本 加成 就創新及研發服務項下所提供技 術價值工程項目而言，有關技 術創新方案所節省成本的50%	2019年：60百萬美元 2020年：77百萬美元 2021年：94百萬美元
向本集團提供採購服務	10年	實現及呈報年度節省成本的 50%，最高為服務接受者全年 策略開支類別的6%	2019年：83百萬美元 2020年：88百萬美元 2021年：93百萬美元
向本集團提供行政服務	3年	按所接納轉讓定價方法的成本加 成	列於向本集團提供策略 服務的年度上限

有關不獲豁免持續關連交易及獲全面豁免持續關連交易的詳情，請參閱「[關連交易](#)」。

概 要

財務及營運資料

選定匯總收益及全面收益表資料

	截至12月31日止年度			
	2017年		2018年	
	金額	佔收入 百分比	金額	佔收入 百分比
	(百萬美元，銷量除外)			
經營數據：				
銷量（十萬公升）	101,986	不適用	104,266	不適用
收益表數據：				
收入	7,790	100.0%	8,459	100.0%
銷售成本	(3,451)	(44.3)%	(3,792)	(44.8)%
毛利	4,339	55.7%	4,667	55.2%
銷售、一般及行政開支	(2,767)	(35.5)%	(2,799)	(33.1)%
其他經營收益／(開支)	163	2.1%	163	1.9%
扣除非經常性項目的經營溢利	1,735	22.3%	2,031	24.0%
非經常性項目	(97)	(1.3)%	(65)	(0.8)%
經營溢利	1,638	21.0%	1,966	23.2%
財務成本淨額	(104)	(1.3)%	(113)	(1.4)%
分佔聯營公司業績	8	0.1%	17	0.3%
除稅前溢利	1,542	19.8%	1,870	22.1%
所得稅開支	(465)	(6.0)%	(461)	(5.4)%
期內溢利	1,077	13.8%	1,409	16.7%
其他財務計量：				
正常化除息稅折舊攤銷前盈利 ⁽¹⁾	2,479	31.8%	2,792	33.0%

(1) 有關我們如何使用正常化除息稅折舊攤銷前盈利及其限制的論述，以及顯示於所示期間我們的正常化除息稅折舊攤銷前盈利的計算的列表，請參閱「財務資料－過往經營業績回顧－正常化除息稅折舊攤銷前盈利」。

概 要

選定分部財務及營運資料

銷量

十萬公升	2017年	適用範圍	自然增長	2018年	自然增長 百分比
亞太地區東部	21,875	77	189	22,141	0.9%
亞太地區西部	80,111	18	1,996	82,125	2.5%
總銷量	<u>101,986</u>	<u>95</u>	<u>2,185</u>	<u>104,266</u>	2.1%

收入

百萬美元	2017年	適用範圍 ⁽¹⁾	外幣換算 ⁽¹⁾	自然增長 ⁽¹⁾	2018年	自然增長 百分比
亞太地區東部	3,156	36	22	93	3,307	2.9%
亞太地區西部	4,634	1	134	383	5,152	8.3%
總收入	<u>7,790</u>	<u>37</u>	<u>156</u>	<u>476</u>	<u>8,459</u>	6.1%

附註：

(1) 有關我們對自然增長數字的使用及適用範圍，請參閱「財務資料－選定財務數據」。

扣除非經常性項目的經營溢利（正常化除息稅前盈利）

百萬美元	2017年	適用範圍	外幣換算	自然增長	2018年	自然增長 百分比
正常化除息稅前盈利	<u>1,735</u>	<u>(29)</u>	<u>30</u>	<u>295</u>	<u>2,031</u>	17.2%

正常化除息稅折舊攤銷前盈利

百萬美元	2017年	適用範圍	外幣換算	自然增長	2018年	自然增長 百分比
亞太地區東部	1,354	(28)	3	37	1,366	2.8%
亞太地區西部	1,125	(1)	45	257	1,426	22.9%
合計	<u>2,479</u>	<u>(29)</u>	<u>48</u>	<u>294</u>	<u>2,792</u>	12.0%

概 要

選定匯總財務狀況表數據

百萬美元	於12月31日	
	2017年	2018年
流動資產	3,380	3,147
流動負債	(5,218)	(5,055)
淨流動負債	(1,838)	(1,908)
非流動資產	24,240	22,614
非流動負債	(4,475)	(3,743)
權益總額	<u>17,927</u>	<u>16,963</u>

選定現金流量數據

	截至12月31日止年度	
	2017年	2018年
	(百萬美元)	
經營活動所得現金流量	2,105	2,365
投資活動所用現金流量	(543)	(581)
融資活動所用現金流量	(902)	(1,772)
現金及現金等價物增加淨額	<u>660</u>	<u>12</u>

未經審核備考財務資料

未經審核備考經調整每股有形資產淨值 = [編纂]港元 (按[編纂]每股[編纂]港元計算)
[編纂]港元 (按[編纂]每股[編纂]港元計算)

有關進一步詳情，請參閱「附錄二－未經審計備考財務資料」。

[編纂]

概 要

股息政策

未來支付股息的金額、時間及次數將由董事會酌情決定，並須遵守適用法律及經股東批准。董事會亦會不時決定派付中期股息。派付的股息取決於董事會認為相關的多項因素，經考慮自然及其他投資機會決定。

近期發展

就董事所知，自2018年12月31日以來直至本文件日期，我們的營運或我們營運所在地區或行業的整體經濟及市場狀況概無重大變動，以致對我們的業務營運或財務狀況造成重大不利影響。

[編纂]主要統計數字

[編纂]

豁免及寬免

較短交易記錄期

本公司已向聯交所及證監會申請且已分別根據上市規則及公司（清盤及雜項條文）條例獲得豁免及豁免證明，以使本公司可於本文件呈列較短交易期，僅涵蓋緊接本文件刊發前兩個最近期財政年度（即截至2017年及2018年12月31日止兩個年度）的財務資料以及相關業務及經營數據。

概 要

該等豁免乃按以下理由授出：百威集團與SAB於2016年10月進行的業務合併構成例外情況，因此，(1)我們的2016年財務資料對於比較緊接本文件刊發前兩個最近期財政年度的財務資料並無意義及作用；(2)不披露2016年財務資料不會損害公眾投資者的利益；及(3)編製2016年財務資料將造成過重負擔。

[編纂]