

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Budweiser Brewing Company APAC Limited

百威亞太控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1876)

截至2021年9月30日止九個月的 未經審核業績 及 2021年第三季度財務資料

百威亞太控股有限公司（「百威亞太」或「本公司」，連同其附屬公司為「本集團」）的董事會（「董事會」）宣佈本公告隨附本集團截至2021年9月30日止九個月的未經審核業績。

董事會謹此提醒股東及投資者，截至2021年9月30日止九個月的未經審核業績乃根據本集團內部紀錄及管理賬目所編製，未經獨立核數師審閱或審核。

股東及潛在投資者買賣本公司證券時不應過份依賴未經審核業績並須謹慎行事。

承董事會命
百威亞太控股有限公司
聯席公司秘書
華百恩

香港，2021年10月28日

於本公告日期，本公司董事會包括聯席主席兼執行董事楊克先生、聯席主席兼非執行董事鄧明瀟先生、非執行董事Katherine Barrett女士（John Blood先生為其替任董事）及Nelson Jamel先生（David Almeida先生為其替任董事），以及獨立非執行董事郭鵬先生、楊敏德女士及曾環璇女士。

百威亞太2021年前九個月業績報告

「於2021年前九個月，我們持續推動我們實現高端化、數字化轉型及市場擴張的戰略。然而，中國為應對COVID爆發而加強管控限制，以及韓國自疫情開始以來最嚴格的防疫措施，導致2021年第三季度商業環境惡化，對我們的業績收入與獲利增長帶來壓力。然而，透過在高端市場的領導地位，使我們在所有主要市場的每百升收入均有所增長。

於2021年第三季度，我們於推進ESG指標方面亦取得堅實進展，特別是在中國及韓國，原因為我們進一步承諾六家釀酒廠實現100%的可再生能源使用，這是實現2025年可持續發展目標的關鍵部分。」

— 楊克，首席執行官及聯席主席

銷量

71,743十萬公升啤酒

+8.2%¹

總銷量於2021年前九個月增加8.2%，此乃由於2021年上半年銷量強勁，受益於較低的基數。2021年第三季度由於中國及韓國的COVID限制而導致銷量下滑。

銷售成本

2,444百萬美元

+9.3%

於2021年前九個月，銷售成本增加9.3%，每百升銷售成本增加1.0%，主要是由於高端及創新產品的銷量增加，以及渠道轉向零售，且主要被降低成本的舉措所抵銷。

正常化每股盈利³

6.6美分

正常化每股盈利由2020年前九個月的4.1美分增加至2021年前九個月的6.6美分。每股基本盈利由2020年前九個月的3.79美分增加至2021年前九個月的6.44美分。

收入

5,359百萬美元

+14.3%

於2021年前九個月，收入增加14.3%，每百升收入增加5.6%，是由於年初至今中國的高端及超高端市場的正面品牌組合錄得雙位數增長所致。

正常化除息稅折舊攤銷前盈利²

1,778百萬美元

+26.8%

2021年前九個月的正常化除息稅折舊攤銷前盈利增加26.8%。受銷售收入增長及運營效率提升所推動，正常化除息稅折舊攤銷前盈利率上升328個基點至33.2%。

正常化溢利

872百萬美元

百威亞太股權持有人應佔正常化溢利由2020年前九個月的542百萬美元增加至2021年前九個月的872百萬美元。百威亞太股權持有人應佔溢利由2020年前九個月的501百萬美元增加至2021年前九個月的851百萬美元。

管理層意見

儘管2021年第三季度的商業環境較為疲弱，我們在高端化、數字化轉型及市場擴張的進程持續加速。透過在高端市場的領導地位，我們的重點戰略使我們於所有主要市場的每百升收入實現又一季度的增長。

表1. 綜合業績(百萬美元)

	2021年 前九個月	2020年 前九個月	內生增長 ¹
總銷量(十萬公升)	71,743	66,271	8.2%
收入	5,359	4,398	14.3%
毛利	2,915	2,321	18.8%
毛利率	54.4%	52.8%	207個基點
正常化除息稅折舊攤銷前盈利 ²	1,778	1,301	26.8%
正常化除息稅折舊攤銷前盈利率	33.2%	29.6%	328個基點
正常化除息稅前盈利	1,245	826	40.0%
正常化除息稅前盈利率	23.2%	18.8%	426個基點
百威亞太股權持有人應佔溢利	851	501	
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	872	542	
正常化每股基本盈利(以美分計) ³	6.60	4.10	

於2021年前九個月，收入增長14.3%，同時銷量增長8.2%及每百升收入增長5.6%。正常化除息稅折舊攤銷前盈利增長26.8%，除息稅折舊攤銷前盈利率上升328個基點。

於2021年第三季度，由於中國若干地區COVID爆發，各地的餐館及夜生活場所關閉，加上韓國實施COVID爆發以來最為嚴格的防疫措施，我們的銷量下降6.1%。持續高端化帶來的各主要市場每百升收入增長(整體增長為4.2%)在最大程度上減輕了對我們在收入上的影響。儘管本季度面臨著更具挑戰性的營商環境，我們的除息稅折舊攤銷前盈利率保持穩健狀態，為33.1%，與去年同期持平，而與2020年第三季度相比，正常化除息稅折舊攤銷前盈利下降3.5%。

¹ 除非另有說明，否則本文件呈列的增長率乃基於內生增長數據，並指2021年第三季度及2021年前九個月與去年同期比較數據。請參閱本新聞稿結尾的重要事項及免責聲明。

² 正常化除息稅折舊攤銷前盈利為管理層管理本集團表現、資本及資金結構時定期監控的主要財務計量指標。正常化除息稅折舊攤銷前盈利乃經扣除百威亞太股權持有人應佔溢利的以下影響計算得出：(i)非控股權益；(ii)所得稅開支；(iii)分佔聯營公司業績；(iv)財務成本淨額；(v)除息稅前盈利附加非基礎項目(包括非基礎成本)及(vi)折舊、攤銷及減值。更多資料請參閱本新聞稿「股權持有人應佔溢利與正常化除息稅折舊攤銷前盈利之間的對賬」一節。

³ 正常化每股盈利使用百威亞太股權持有人應佔正常化溢利除以發行在外股份加權平均數(經扣除一名受託人以信託持有的股份)(於2021年前九個月及2020年前九個月分別為13,220,552,957股股份及13,220,481,897股股份)計算。

亞太地區西部

於2021年前九個月，我們在亞太地區西部的收入增加**18.4%**，銷量增長**10.0%**。此外，每百升收入增加**7.7%**，使得正常化除息稅折舊攤銷前盈利增加**36.8%**。

與2020年第三季度相比，得益於持續推行高端化策略，第三季度每百升收入增加**4.4%**。我們的收入下降**2.0%**，原因為每百升收入被銷量下降**6.1%**所大幅抵銷。同時，正常化除息稅折舊攤銷前盈利下降**4.2%**。

中國

於2021年前九個月，收入增長**17.5%**，此乃由於銷量增長**9.5%**及每百升收入增加**7.3%**。我們的正常化除息稅折舊攤銷前盈利增加**29.3%**。

於2021年第三季度，整體行業受到COVID管控限制的顯著影響。由於福建及廣東(我們擁有龐大市場份額的兩個較高端沿海市場)的渠道關閉，我們的銷量下降**7.1%**。儘管如此，我們已具備的品牌組合實力超過了區域性及渠道的負面影響，使得每百升收入增加**3.7%**。2021年第三季度的收入較2020年第三季度下降**3.7%**；然而，2021年第三季度的總收入仍高於2019年同季度的水準。於2021年第三季度，正常化除息稅折舊攤銷前盈利下降**6.6%**，主要是由於其他經營收益及開支的基數較高導致。

我們於2021年第三季度繼續在中國推進我們的環境、社會及管治(ESG)進程，在實現2025年可持續發展目標方面取得明顯進展。在紫陽、昆明及武漢釀酒廠之外，有六家釀酒廠將自2022年起簽訂可再生能源採購協議，加入了我們的RE100(即100%可再生電力)部署。綠色物流亦是我們ESG工作的重要組成部分。今年9月，我們在佛山釀酒廠推出中國啤酒行業的第一輛氫燃料重卡，亦是百威英博在全球網絡使用綠色車輛的第一間釀酒廠。截至目前為止，我們的物流車隊已部署了**270**輛綠色車輛。

印度

儘管印度持續受到COVID限制，但2021年第三季度的銷量及收入均實現了雙位數增長。具體而言，我們的高端及超高端產品組合於本季度再次實現了強勁的雙位數增長，進一步鞏固了我們在高端及以上產品線的領先地位。這一表現由印度市場排名第一的高端品牌百威引領，該品牌的表現持續優於行業。我們的除息稅折舊攤銷前盈利高於2019年同季度。



亞太地區東部

於2021年前九個月，銷量下降3.9%，而收入下降1.7%。然而，每百升收入增長進一步擴大至2.3%。正常化除息稅折舊攤銷前盈利下降11.6%。

於2021年第三季度，韓國將COVID防疫措施提高至疫情開始以來的最嚴格水平後，銷量下降了6.3%。受渠道及品牌組合所推動，每百升收入增加3.6%，使得收入僅下降2.9%。儘管存在COVID限制，但正常化除息稅折舊攤銷前盈利保持與去年同期持平。

韓國

在「All New Cass」及我們新的經典拉格啤酒HANMAC的持續強勁表現的帶動下，我們的市場份額成長動能於2021年第三季度持續加速，儘管面臨渠道阻力，我們見證大多數渠道的份額增長。

受疫情爆發以來對COVID實施的最嚴格管控限制的影響，銷量於2021年第三季度下降了中個位數。然而，每百升淨收入增長了低個位數，因為我們受益於最佳的渠道及品牌組合，尤其是來自零售渠道的較高貢獻。在百威及福佳的帶領下，高端品牌實現了年初至今的雙位數增長。由於商業投資時間段的差異，我們的除息稅折舊攤銷前盈利利潤率在本季度亦顯著提高。

我們在包裝方面進一步創新，利用場合、品牌、包裝、價格及渠道(OBPPC)策略來針對特定場合推出，例如露營，這在當前的COVID背景下受到歡迎。

在ESG方面，我們看到可持續發展努力朝著另一個里程碑邁進。我們將成為韓國第一家使用自生可再生能源的公司，預期將於2022年減少約5,600噸二氧化碳排放。



百威亞太綜合財務資料

表2. 百威亞太綜合收益表(百萬美元)

	2021年 前九個月	2020年 前九個月	內生增長
總銷量(十萬公升)	71,743	66,271	8.2%
收入	5,359	4,398	14.3%
銷售成本	(2,444)	(2,077)	-9.3%
毛利	2,915	2,321	18.8%
銷售、一般及行政開支	(1,769)	(1,605)	-5.2%
其他經營收益	99	110	-15.6%
正常化經營溢利(正常化除息稅前盈利)	1,245	826	40.0%
除息稅前盈利附加非基礎項目	(26)	(15)	
財務成本淨額	(10)	(16)	
分佔聯營公司業績	28	21	
所得稅開支	(361)	(294)	
期內溢利	876	522	
非控股權益應佔溢利	25	21	
百威亞太股權持有人應佔溢利	851	501	
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	1,778	1,301	26.8%
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	872	542	
	2021年 第三季度	2020年 第三季度	內生增長
總銷量(十萬公升)	25,862	27,538	-6.1%
收入	1,882	1,823	-2.2%
銷售成本	(845)	(829)	3.8%
毛利	1,037	994	-0.8%
銷售、一般及行政開支	(619)	(610)	3.0%
其他經營收益	32	59	-49.2%
正常化經營溢利(正常化除息稅前盈利)	450	443	-4.3%
除息稅前盈利附加非基礎項目	(4)	(5)	
財務收益淨額	4	-	
分佔聯營公司業績	11	13	
所得稅開支	(103)	(125)	
期內溢利	358	326	
非控股權益應佔溢利	10	10	
百威亞太股權持有人應佔溢利	348	316	
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	623	607	-3.5%
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	352	320	



銷量

於2021年前九個月，總銷量增加8.2%，主要歸因於2021年上半年因農曆新年活動使銷量強勁且基數較低。於2021年第三季度，我們的銷量減少6.1%，乃由於中國和韓國的COVID限制。

收入

於2021年前九個月，收入增加14.3%，每百升收入增加5.6%。於2021年第三季度，我們的收入減少2.2%，每百升收入增加4.2%，乃由於持續高端化。

銷售成本

於2021年前九個月，銷售成本增加9.3%，但每百升銷售成本增加1.0%。於2021年第三季度，銷售成本減少3.8%，每百升銷售成本增加2.5%，主要受高端和創新產品銷量增加，以及渠道轉向零售，且主要被降低成本的舉措抵銷。

銷售、一般及行政開支

於2021年前九個月，銷售、一般及行政開支增加5.2%，於2021年第三季度減少3.0%，乃由於中國地方COVID爆發期間成本節省及靈活重新分配，以及韓國的分時間段投資。

其他經營收益

於2021年前九個月，其他經營收益下降15.6%，於2021年第三季度下降49.2%，乃由於我們去年下半年基數較高。

除息稅前盈利附加非基礎項目

表3. 除息稅前盈利附加非基礎項目(百萬美元)

	2021年前 九個月	2020年前 九個月
COVID應對行動產生的成本	(1)	(6)
首次公開發售相關成本	–	3
重組	(25)	(12)
對經營溢利的影響	(26)	(15)



正常化溢利及溢利

表4. 百威亞太股權持有人應佔正常化溢利(百萬美元)

	2021年前 九個月	2020年前 九個月
百威亞太股權持有人應佔溢利	851	501
除稅前非基礎項目	26	15
非基礎稅項	(5)	26
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	872	542

每股盈利

表5a. 每股基本盈利(以美分計)

	2021年前 九個月	2020年前 九個月
每股基本盈利	6.44	3.79
除稅前非基礎項目	0.20	0.11
非基礎稅項	(0.04)	0.20
正常化每股基本盈利	6.60	4.10

表5b. 每股攤薄盈利(以美分計)

	2021年前 九個月	2020年前 九個月
每股攤薄盈利	6.43	3.79
除稅前非基礎項目	0.20	0.11
非基礎稅項	(0.04)	0.20
正常化每股攤薄盈利	6.59	4.10

股權持有人應佔溢利與正常化除息稅折舊攤銷前盈利之間的對賬

表6. 正常化除息稅折舊攤銷前盈利與百威亞太股權持有人應佔溢利的對賬

	2021年前 九個月	2020年前 九個月
百威亞太股權持有人應佔溢利	851	501
非控股權益	25	21
期內溢利	876	522
所得稅開支(不包括非基礎項目)	366	268
分佔聯營公司業績	(28)	(21)
財務成本淨額	10	16
非基礎項目所得稅(收益) / 開支	(5)	26
除息稅前盈利附加非基礎項目	26	15
正常化除息稅前盈利	1,245	826
折舊、攤銷及減值	533	475
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	1,778	1,301

正常化除息稅折舊攤銷前盈利為管理層管理本集團表現、資本及資金結構時定期監控的主要財務計量指標。

正常化除息稅折舊攤銷前盈利的計算剔除百威亞太股權持有人應佔溢利的以下影響：(i)非控股權益；(ii)所得稅開支；(iii)分佔聯營公司業績；(iv)財務成本淨額；(v)除息稅前盈利附加非基礎項目(包括非基礎成本)；及(vi)折舊、攤銷及減值。

正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並非國際財務報告準則項下的會計處理方法，且不應被視作可代替股權持有人應佔溢利計量經營業績或可代替現金流量計量流動性。正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並無標準的計算方式，且百威亞太對正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利的定義可能無法與其他公司的進行比對。

附註

為方便理解百威亞太的相關表現，除非另有說明，否則對增長的分析(包括本新聞稿中的所有評論)均基於內生增長及正常化數字。換言之，財務數據經過分析以消除有關換算海外業務的貨幣轉換及適用範圍變化的影響。適用範圍變化指管理層不視作屬於業務相關表現的收購及資產剝離、業務的創立或終止或分部之間業務轉移、縮減損益及會計估計和其他假設的按年變動的影響。

除非另有說明，否則不論在本文件的呈列時間，所有績效計量(除息稅折舊攤銷前盈利、除息稅前盈利、溢利、稅率、每股盈利)均按「正常化」基準呈列，即指於扣除非基礎項目前呈列。非基礎項目是百威亞太正常業務活動中不定期產生的收益或開支。由於該等項目的大小或性質對理解百威亞太的相關可持續表現十分重要，因此該等項目須單獨列賬。正常化計量是管理層採用的額外計量指標，不應取代根據國際財務報告準則釐定的計量指標，成為百威亞太表現的指標。

具體而言，正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並非國際財務報告準則項下的會計處理方法。正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利不應被視作可代替股權持有人應佔溢利計量經營業績或可代替現金流量計量流動性。正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並無標準的計算方式，且本集團的定義可能無法與其他公司的進行比對。繼歐洲證券及市場管理局(ESMA)於2019年12月發佈關於歐盟(EU)發行人應用替代績效計量指標(即非國際財務報告準則計量指標，或「APMs」)的報告後，百威亞太的母公司Anheuser-Busch InBev SA/NV於2021年第一季度的業績公告中將其披露的「非經常性」項目重新標記為「非基礎」項目。百威亞太認為，通過統一披露內容，信息的使用者可於公司的ABI Group內具有更好的可比性。因此，百威亞太於2021年第三季度的業績公告中將其披露的「非經常性」項目重新標記為「非基礎」項目。於百威亞太所採納的各種情況下，「非基礎」項目與「非經常性」項目的範圍相同。

由於四捨五入的關係，數字相加後未必等於總和。

法律免責聲明

本新聞稿載有「前瞻性陳述」。該等陳述乃基於百威亞太管理層目前對未來事件及發展的預期和觀點，自然會受到不確定性及環境變化的影響。前瞻性陳述包括通常包含「可能會導致」、「預期會」、「將繼續」、「預料」、「預計」、「估計」、「預測」、「或會」、「可能」、「可」、「相信」、「預期」、「計劃」、「潛在」、「我們旨在」、「我們的目標」、「我們的願景」、「我們擬」等字眼或詞彙或類似表述的屬前瞻性的陳述。歷史事實以外的所有陳述均為前瞻性陳述。閣下不應過分依賴該等前瞻性陳述，其反映了百威亞太管理層目前的觀點，受有關百威亞太的眾多風險及不確定性影響，且取決於諸多因素，其中部分因素不在百威亞太的控制範圍之內。重要因素、風險及不確定性可能導致實際結果大相逕庭，包括但不限於COVID-19疫情的影響與其影響和時長方面的不確定性，以及百威亞太日期為2019年9月18日的招股章程、2020年度報告和百威亞太已公開的其他文件所述與百威亞太有關的風險及不確定性。其他未知或不可預測的因素可能會導致實際結果與前瞻性陳述存在重大差異。

前瞻性陳述應與其他地方所載其他警告聲明一併閱讀，包括百威亞太日期為2019年9月18日的招股章程、2020年度報告及百威亞太已公開的任何其他文件。該等警告聲明完全適用於本通訊中所作的任何前瞻性陳述，無法保證百威亞太預期的實際結果或發展將得以實現，或者即使大致實現，會對百威亞太或其業務或營運產生預期後果或影響。除法律要求外，百威亞太概不承擔由於新信息、未來事件或發展或其他原因而公開更新或修訂任何前瞻性陳述的責任。



Budweiser Brewing Company APAC Limited
百威亞太控股有限公司

新聞稿

香港 / 2021年10月28日 / 香港時間上午7時正

電話會議

2021年10月28日(星期四)

香港時間上午11時30分

有關撥號資料的詳情，請瀏覽我們的網站 <http://budweiserapac.com/Events.html>

關於百威亞太控股有限公司

百威亞太控股有限公司是亞太地區最大的啤酒公司，在高端及超高端啤酒分部中佔據領導地位。公司釀製、進口、推廣、經銷及出售超過50個啤酒品牌組合，包括百威®、時代®、科羅娜®、福佳®、凱獅®及哈爾濱®。近年，本公司業務已擴展至即飲飲料、能量飲料及烈酒等啤酒以外的新類別。其主要市場為中國、韓國、印度及越南。百威亞太於亞太地區營運超過50家釀酒廠，擁有逾25,000名員工。

百威亞太於香港聯交所上市，股份代號為「1876」，屬恒生綜合指數成份股。本公司為Anheuser-Busch InBev SA/NV的附屬公司，其擁有超過600年的釀酒歷史及龐大的全球業務。

有關更多詳情，請訪問我們的網站：<http://www.budweiserapac.com>。