

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，並明確表示概不對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。



華潤飲料(控股)有限公司

China Resources Beverage (Holdings) Company Limited

(以存續方式於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2460)

截至2024年12月31日止年度全年業績公告

財務摘要

	2024年	2023年
收入(人民幣千元)	13,521,246	13,514,728
本公司擁有人應佔年內利潤(人民幣千元)	1,636,694	1,329,341
每股基本收益(人民幣元)	0.79	0.66
建議分派之每股末期股息(人民幣元)	0.307	—
建議分派之每股特別股息(人民幣元)	0.176	—

董事會欣然宣佈本集團截至2024年12月31日止年度之綜合業績：

合併損益及其他綜合收益表

截至2024年12月31日止年度

	附註	截至12月31日止年度	
		2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
收入	3	13,521,246	13,514,728
銷售成本		<u>(7,123,982)</u>	<u>(7,479,514)</u>
毛利		6,397,264	6,035,214
其他收入	4	289,000	367,246
其他收益及虧損	5	(13,975)	(14,622)
預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)		(1,178)	(3,817)
經銷及銷售費用		(4,058,384)	(4,086,510)
行政開支		(295,651)	(300,562)
研發成本		(53,354)	(61,510)
財務成本	6	(2,441)	(42,516)
上市開支		<u>(37,587)</u>	<u>(14,490)</u>
稅前利潤		2,223,694	1,878,433
所得稅開支	7	<u>(562,855)</u>	<u>(547,063)</u>
年內利潤	8	<u>1,660,839</u>	<u>1,331,370</u>
歸屬於以下的利潤：			
— 本公司擁有人		1,636,694	1,329,341
— 非控股權益		<u>24,145</u>	<u>2,029</u>
		<u>1,660,839</u>	<u>1,331,370</u>

	截至12月31日止年度	
附註	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
其他綜合收益：		
其後將不會重新分類至損益的項目：		
功能貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	210,338	95,270
其後可能重新分類至損益的項目：		
換算海外業務而產生的匯兌差額	(163,246)	(95,318)
年內綜合收益總額	<u>1,707,931</u>	<u>1,331,322</u>
歸屬於以下的綜合收益總額：		
— 本公司擁有人	1,683,786	1,329,293
— 非控股權益	24,145	2,029
	<u>1,707,931</u>	<u>1,331,322</u>
每股收益(人民幣元)：		
基本	10 <u>0.79</u>	<u>0.66</u>
攤薄	10 <u>0.79</u>	<u>不適用</u>

合併財務狀況表
於2024年12月31日

	附註	於12月31日	
		2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		5,923,500	4,809,703
使用權資產		578,651	518,035
遞延稅項資產		91,834	243,463
購置物業、廠房及設備 以及租賃土地的按金		136,158	292,566
定期銀行存款		–	1,577,055
其他非流動資產		3,522	2,955
		<u>6,733,665</u>	<u>7,443,777</u>
流動資產			
存貨		504,209	377,380
貿易及其他應收款項	11	667,877	682,869
可收回所得稅		118,491	102,705
應收直接控股公司款項		22,697	22,192
應收中間控股公司款項		–	742
定期銀行存款		4,946,590	2,297,391
現金及現金等價物		5,700,765	2,074,698
		<u>11,960,629</u>	<u>5,557,977</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	12	3,718,714	5,022,065
合同負債		193,338	139,355
銀行借款 – 一年內到期		6,035	–
應付股東款項		2,370,394	1,931
應付中間控股公司款項		–	1,158
應付所得稅		19,444	7,670
租賃負債 – 一年內到期		14,107	16,178
		<u>6,322,032</u>	<u>5,188,357</u>

於12月31日
2024年 2023年
 人民幣千元 人民幣千元

流動資產淨值	<u>5,638,597</u>	<u>369,620</u>
總資產減流動負債	<u>12,372,262</u>	<u>7,813,397</u>
資本及儲備		
股本	8	7
儲備	<u>11,300,368</u>	<u>6,903,051</u>
本公司擁有人應佔權益	<u>11,300,376</u>	<u>6,903,058</u>
非控股權益	<u>560,898</u>	<u>469,715</u>
權益合計	<u>11,861,274</u>	<u>7,372,773</u>
非流動負債		
應付股東款項－非流動	131,579	–
遞延稅項負債	201,226	310,072
銀行借款－一年後到期	11,148	–
租賃負債－一年後到期	25,388	19,811
遞延收入	<u>141,647</u>	<u>110,741</u>
	<u>510,988</u>	<u>440,624</u>
	<u>12,372,262</u>	<u>7,813,397</u>

合併財務報表附註

截至2024年12月31日止年度

1. 合併財務報表的編製基礎

合併財務報表已根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。就編製合併財務報表而言，倘有關資料合理預期會影響主要使用者作出之決定，則有關資料被視為重大。此外，合併財務報表包括香港聯合交易所有限公司證券上市規則及香港《公司條例》所規定的適用披露。

本公司董事批准該等合併財務報表時合理預期，本集團在可見將來有充裕資源繼續營運。因此彼等繼續採納持續經營的會計基準來編製合併財務報表。

2. 重大會計政策資料

本集團持續應用由香港會計師公會頒佈的所有新訂及經修訂香港財務報告準則及其詮釋，於2024年1月1日開始的會計期間生效。

已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂香港財務報告準則

本集團並無提早應用下列已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂香港財務報告準則：

香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號（修訂本）	金融工具分類及計量的修訂
香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號（修訂本）	投資者與其聯營公司或合營公司之間的資產出售或注資
香港財務報告準則會計準則（修訂本）	香港財務報告準則會計準則的年度改進 – 第11冊
香港會計準則第21號（修訂本）	缺乏可交換性
香港財務報告準則第18號	財務報表的呈報及披露

除下文所述香港財務報告準則的修訂本外，本公司董事預期應用香港財務報告準則所有其他修訂本將不會在可預見的將來對合併財務報表造成重大影響。

香港財務報告準則第18號財務報表的呈列及披露

香港財務報告準則第18號*財務報表的呈列及披露*載列財務報表的呈列及披露規定，將取代香港會計準則第1號*財務報表的呈列*。本新訂香港財務報告準則會計準則在延續香港會計準則第1號中的多項規定的同時，引入新規定以於損益表內呈列指定類別及界定的小計；在財務報表附註中披露管理層定義的業績指標及改進於財務報表中將予披露的合併及分類資料。此外，香港會計準則第1號的部分段落已移至香港會計準則第8號及香港財務報告準則第7號。香港會計準則第7號*現金流量表*及香港會計準則第33號*每股盈利*亦作出細微修訂。

香港財務報告準則第18號及其他準則的修訂本將於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效，並允許提早應用。應用新訂準則預期不會對本集團的財務狀況造成重大影響，惟預期將影響損益及其他綜合收益表以及合併現金流量表的呈列以及未來財務報表中的披露資料。本集團正評估香港財務報告準則第18號對本集團合併財務報表的詳細影響。

3. 收入及分部資料

收入指於該兩個年度銷售包裝飲用水及飲料的已收及應收款項(扣除退貨及撥備)。

收入明細

	截至12月31日止年度	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
產品種類		
銷售包裝飲用水	12,124,048	12,446,560
銷售飲料	1,397,198	1,068,168
合計	13,521,246	13,514,728
收入確認時間		
在某一時間點	13,521,246	13,514,728

地域市場

本集團逾99%的收入及營運收益來自位於中國大陸的客戶，且本集團逾99%的非流動資產(不包括金融資產及遞延稅項資產)位於中國大陸。

分部資料

為分配資源及評估表現，主要經營決策者(「主要經營決策者」)審閱根據相同會計政策編製的本集團整體業績及財務狀況。因此，管理層認為本集團僅有一個經營分部。

分部資產及負債

主要經營決策者所採用的本集團分部報告計量方法並無計入資產及負債。因此，並無呈列分部資產及負債。

4. 其他收入

	截至12月31日止年度	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
利息收入		
— 銀行存款	167,520	178,740
— 向關聯方提供貸款	—	14,839
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的 投資收入	18,721	63,551
政府補助	60,650	61,264
回收包裝材料銷售	37,077	30,556
其他	5,032	18,296
	<u>289,000</u>	<u>367,246</u>

5. 其他收益及虧損

	截至12月31日止年度	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
出售物業、廠房及設備的虧損淨額	(13,567)	(13,840)
折價收購子公司的收益	5,442	—
匯兌收益淨額	537	917
其他	(6,387)	(1,699)
	<u>(13,975)</u>	<u>(14,622)</u>

6. 財務成本

	截至12月31日止年度	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
銀行借款利息	(933)	(41,053)
來自子公司非控股股東的貸款利息	(441)	—
租賃負債利息	(1,067)	(1,463)
	<u>(2,441)</u>	<u>(42,516)</u>

7. 所得稅開支

	截至12月31日止年度	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
即期稅項：		
— 中國企業所得稅（「企業所得稅」）	(395,289)	(409,117)
— 分配收入的預扣稅	(135,265)	—
	<u>(530,554)</u>	<u>(409,117)</u>
過往年度撥備不足	(139)	(2,156)
	<u>(530,693)</u>	<u>(411,273)</u>
遞延稅項	(32,162)	(135,790)
	<u>(562,855)</u>	<u>(547,063)</u>

於兩個年度內，由於本集團並無於香港產生或源自香港的應稅利潤，故並無作出香港利得稅撥備。

根據英屬維爾京群島的規則及規例，本集團毋須於英屬維爾京群島繳納任何所得稅。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「**企業所得稅法**」)及《企業所得稅法實施條例》，中國子公司的稅率為25%，惟於兩個年度內若干子公司合資格享有稅率為20%的企業所得稅優惠。

8. 年內利潤

	截至12月31日止年度	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
年內利潤經扣除以下各項後得出：		
確認為開支的存貨成本	7,027,630	7,394,539
核數師酬金	3,590	2,668
董事薪酬	6,468	7,654
其他員工薪金及其他福利	1,861,012	1,825,147
其他員工退休福利供款	268,086	245,144
員工總成本	<u>2,135,566</u>	<u>2,077,945</u>
物業、廠房及設備折舊	545,175	440,107
使用權資產折舊	<u>30,117</u>	<u>23,737</u>

9. 股息

於2024年4月，本公司根據截至2023年12月31日的合併保留利潤向上市前的現有股東宣派股息人民幣25億元(「**股息宣派**」)，於2024年10月本公司完成上市後生效。除股息宣派外，本公司或組成本集團的集團實體於該兩年內並無派付或宣派其他股息。

於報告期末後，本公司董事建議就截至2024年12月31日止年度派付末期股息每股普通股人民幣0.307元及特別股息每股普通股人民幣0.176元，總金額為人民幣1,158,329,000元，須待股東於應屆股東大會上批准後方為有效。

10. 每股盈利

本公司擁有人應佔每股基本及攤薄盈利乃根據以下數據計算：

	截至12月31日止年度	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
<u>盈利</u>		
用作計算每股基本及攤薄盈利的盈利 (本公司權益擁有人應佔年內利潤)	<u>1,636,694</u>	<u>1,329,341</u>
<u>股份數量</u>		
用作計算每股基本盈利的普通股加權平均數	2,073,130,091	2,000,000,000
攤薄潛在普通股超額配股權對首次公開發售的影響	80,618	不適用
用作計算每股攤薄盈利的普通股加權平均數	<u>2,073,210,709</u>	<u>不適用</u>

11. 貿易及其他應收款項

	於12月31日	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
貿易應收款項		
— 第三方	280,027	254,116
— 同系子公司	11,991	13,210
	<u>292,018</u>	<u>267,326</u>
減：信貸虧損準備	(36,765)	(36,622)
	<u>255,253</u>	<u>230,704</u>
其他應收款項	30,022	96,667
應收票據	30,000	—
遞延發行成本	—	2,270
預付供應商款項	13,229	36,776
可收回增值稅款	339,373	316,452
	<u>667,877</u>	<u>682,869</u>

以下為於報告期末按商品交付日期呈列的貿易應收款項(扣除信貸虧損準備)的賬齡分析：

	於12月31日	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
0至90天	243,869	202,402
91至180天	8,853	26,954
181至365天	1,678	798
超過365天	853	550
	<u>255,253</u>	<u>230,704</u>

於報告期末，應收票據的賬齡均在90日內。

本集團的政策是給予其貿易客戶60至90天的信貸期。具有良好還款記錄的大型或長期客戶可獲授較長的信貸期。

於接納任何有信貸限額的新客戶前，本集團會評估彼等的歷史背景及於市場的可信度。信貸限額將參考研究結果釐定，並將每年覆核一次。

12. 貿易及其他應付款項

	於12月31日	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
貿易應付款項(附註)		
— 第三方	529,961	744,350
— 同系子公司	95,334	72,564
	<u>625,295</u>	<u>816,914</u>
應付銷量折扣及推廣費用	965,540	1,693,251
應付工資	404,895	459,233
應付按金	385,728	346,529
廣告應付款項	165,836	154,858
運輸應付款項	246,961	251,992
應計上市開支	7,549	7,496
應計發行成本	—	1,221
其他應付款項及應計費用		
— 第三方	658,930	820,063
— 同系子公司	257,980	470,508
	<u>916,910</u>	<u>1,290,571</u>
	<u>3,718,714</u>	<u>5,022,065</u>

附註：

於兩個年度期間，供應商授予本集團的信貸期介乎15天至60天。以下為於報告期末按發票日期呈列的貿易應付款項的賬齡分析：

	於12月31日	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
0至90天	621,974	815,329
91至180天	2,705	195
181至365天	570	189
超過365天	46	1,201
	<u>625,295</u>	<u>816,914</u>

貿易應付款項為無抵押及不計息。

管理層討論與分析

宏觀及行業環境

2024年全球經濟環境仍舊複雜多變，為了應對國際形勢的諸多不確定性，國內推出一系列消費政策，在政策刺激下國內消費市場總體平穩，全年社會零售總額48.8萬億元人民幣，較去年同比增長3.5%，但各細分行業表現存在分化，飲料商品零售呈震蕩態勢。

業務回顧

本集團致力於成為滿足中國消費者基本及多樣化飲用需求的首選品牌，不斷在多元化的品牌組合下開發及提供各種高品質即飲軟飲，主要包括「怡寶」、「本優」、「至本清潤」、「蜜水系列」、「假日系列」等品牌。本集團打造了一系列市場領先的產品組合，主要分為兩類：包裝飲用水產品和飲料產品，在中國消費者中得到廣泛認可。

本集團2024年錄得收入共計人民幣13,521.2百萬元，較2023年增長0.05%。其中，包裝飲用水產品的收入佔總收入的比例為89.7%，飲料產品的收入佔總收入的比例為10.3%。下表載列本集團於所示期間各產品類別的收入和佔總收入比例明細：

產品類別	截至12月31日止年度			
	2024年	佔總	2023年	佔總
	金額	收入百分比	金額	收入百分比
	(人民幣百萬元)	(%)	(人民幣百萬元)	(%)
包裝飲用水產品	12,124.0	89.7%	12,446.6	92.1%
小規格瓶裝水產品 ⁽¹⁾	7,028.4	52.0%	7,715.7	57.1%
中大規格瓶裝水產品 ⁽²⁾	4,606.7	34.1%	4,242.9	31.4%
桶裝水產品 ⁽³⁾	488.9	3.6%	488.0	3.6%
飲料產品	1,397.2	10.3%	1,068.1	7.9%
合計	<u>13,521.2</u>	<u>100.0%</u>	<u>13,514.7</u>	<u>100.0%</u>

附註：

- (1) 小規格瓶裝水產品指單瓶容量不超過1升的包裝飲用水產品。
- (2) 中大規格瓶裝水產品指單瓶容量在1升至15升之間的包裝飲用水產品。
- (3) 桶裝水產品指單瓶容量為18.9升的包裝飲用水產品。

包裝飲用水產品

本集團以「怡寶」為核心品牌，進行包裝飲用水產品的生產與銷售。截至2024年12月31日，本集團的包裝飲用水產品包括「怡寶」、「怡寶露」、「本優」、「FEEL」品牌下的瓶裝水產品以及「怡寶」和「加林山」品牌下的桶裝水產品。

回顧2024年度包裝飲用水業務，本集團秉承「水之集大成者」理念，強調「好水不分水種」，推動多品牌多水種發展。以「怡寶」、「本優」為重點發力品牌，陸續推出「怡寶」5L天然水、「本優」天然水產品，逐步完善包裝飲用水多品類的產品佈局，「本優」銷量同比高速增長，積極應對市場競爭。高端產品「怡寶露」天然礦泉水推出年度典藏款「竹山風月」系列產品，強化「怡寶露」禮贈屬性及其高價值質感，持續塑造品牌美譽度，提升怡寶整體品牌形象。面對消費增速放緩、飲料行業市場競爭加劇、消費習慣和消費場景轉變以及極端天氣等外部環境變化，本公司加大對渠道及終端市場的資源投入，積極拓展餐飲、特通渠道，開發電商、家庭等新興渠道，以鞏固市場地位。

根據灼識諮詢提供的數據，2024年中國包裝飲用水產品市場零售額同比增長2.5%，本集團包裝飲用水產品零售額同比增長4.5%。包裝飲用水產品錄得全年收入人民幣12,124.0百萬元，較2023年下降2.6%，佔2024年總收入的89.7%。

飲料產品

近年來，本集團保持包裝飲用水業務穩步發展的同時，持續推動飲料業務的發展，積極打造第二增長曲線。2024年錄得收入人民幣1,397.2百萬元，較2023年增長30.8%，佔2024年總收入的10.3%。

本集團目前有四個品牌的茶飲料產品，包括「至本清潤」草本植物飲料、「佐味茶事」無糖茶飲料以及「願事之茗」、「午後奶茶」奶茶飲料。2024年本集團的「至本清潤」草本植物飲料系列實現了顯著的市場擴張。推出1升和1.5升裝的「至本清潤」產品，滿足了消費者中大分享裝的飲用需求，還通過推出「至本清潤酸梅湯」新口味，凸顯經典的北方風味，為消費者提供了更豐富的口味選擇。通過規格延伸和新口味的上市，「至本清潤」成功滿足消費者多樣化飲用場景及需求，同時增強品牌在市場中的競爭力，實現銷量對比去年增長122%的卓越成績。「至本清潤菊花茶」在菊花茶細分市場中佔據了排名第一的領導地位。「至本清潤」品牌啟用品牌推薦官的宣傳形式，並通過公交車、機場大屏、TVC電視廣告等媒體投放，不斷擴大品牌曝光，提升品牌認知度。本集團第四季度成功推出了全新品牌「願事之茗」奶茶系列，該系列包括「原味奶茶」和「桂花烏龍奶茶」兩款新品，圍繞「幸運、滿足」的品牌調性，結合冬季、元旦等熱點進行品牌話題傳播，提高了品牌認知度。

本集團目前有三個品牌的果汁類飲料產品，即「蜜水系列」、「假日系列」及「源自世界的廚房」，其中「蜜水系列」、「假日系列」為本集團果汁類飲料的主要品牌。2024年5月，「蜜水檸檬」推出同口味果汁汽水，「蜜水百香」也增添350毫升裝，為消費者在各種飲用場景下提供更多選擇。

本集團其他飲料產品主要包括運動飲料「魔力」及咖啡飲料「火咖」等。本集團積極開展產品包裝和口味升級改造，提升產品競爭力。為踐行持續戰略發展，本集團培育健康運動飲料市場，持續加大力度佈局，深化體育營銷，2024年對魔力品牌形象、產品口味進行全面升級，強化力量感、運動感形象，適配消費者運動場景的補給需求。於2024年11月推出怡寶魔力運動飲料檸檬味、柚子味用於賽事贊助，並於2025年1月上市運動蓋包裝、1L大包裝產品。2024年針對咖啡品類進行自有品牌開發，於2025年2月上市全新焙焙品牌，推出拿鐵、摩卡兩個大眾口味。

銷售網絡

本集團已構建覆蓋廣泛的銷售網絡，包括傳統渠道、現代渠道、餐飲渠道、特通渠道、電商渠道及其他渠道，並與全國性及區域性商超、連鎖便利店及電商平台等客戶保持直營關係，從而有效地接觸廣泛的消費者群體。在鞏固傳統渠道優勢地位方面，本集團持續提升產品在零售終端的影響力。同時，遵循「求同存異、因勢利導、因地制宜、與時俱進」的原則，開展渠道優化工作，以提升渠道競爭力。此外，本集團積極拓展新興渠道，加快線上業務的發展，通過「餐飲街」等項目開拓餐飲渠道，並實施家庭渠道試點方案，推動多渠道共同發展，以適應市場變化和消費者需求。

秉承「精耕細作，決勝終端」銷售渠道策略，2024年本集團開展了「春耕行動」、「集體鋪市」、「紙箱回收」及「百城千店示範街」打造等一系列銷售舉措，持續開拓新終端零售網點和拓展新興銷售渠道，並加強有影響力及示範性的網點形象打造，夯實終端基礎，提升渠道競爭力。2024年覆蓋的終端零售網點同比增加15%，市場商用冷藏展示櫃的保有量較去年增長超過20%。

本集團堅持「保存量，攻變量，尋增量」的區域發展戰略，進一步鞏固優勢市場領先地位，打破南強北弱局面，提升長江沿岸省份市場份額，推動西北市場高速增長。2024年在包裝飲用水業務上，持續提升根據地市場業務執行能力，發揮市場品牌效應，進一步擴大領先優勢；深度開發長江沿岸下沉市場，全面提升渠道鋪貨水平，助力拓展現代渠道業務，實現業務穩健增長，區域重要性持續提升；西北市場集中資源做強省會城市，同步輻射外埠經濟人口重鎮，實現收入高速增長。

品牌建設

面對地域廣闊、品牌眾多、資源有限的實際挑戰，本集團採取「聚焦資源、集中發力」的戰略方針，秉持長期主義的理念。本集團將大型戶外廣告作為主要宣傳方式，公交車廣告投放策略已在業界產生顯著影響，實現對日常消費者的長期且全面的覆蓋。本集團結合重大賽事與央視體育頻道合作進行品牌聯合推廣，提升品牌聲量。同時，我們聚焦於微信、微博等主流互聯網平台，根據平台受眾特性，實施精準的目標人群定向營銷，有效提升高關注度人群的轉化率。在體育營銷領域，本集團與國家隊、中國足球超級聯賽（中超聯賽）、馬拉松等國內頂級體育IP以及大眾體育項目建立長期深度合作，持續擴大品牌影響力。怡寶品牌在2024年度的表現尤為亮眼，品牌無提示第一提及率達到21%，總認知度高達88%，在包裝水行業中穩居前三甲。

在包裝飲用水領域，本集團以打造「怡寶」品牌形象為核心，怡寶品牌一路相伴，致力於成為全民健康的忠實夥伴，並為中國體育事業的發展貢獻力量。作為中國國家隊／TEAM CHINA的官方合作夥伴，怡寶不僅為70餘支國家運動隊提供安全、純淨的飲用水服務，支持中國體育健兒在國際賽場上取得卓越成績，更深入到消費者的日常生活中，與消費者建立起深厚的情感紐帶。2024年2月，怡寶品牌冠名國內頂級足球賽事——中超聯賽，助力足球事業發展。本年度怡寶品牌持續深耕體育營銷領域，圍繞馬拉松賽事、校園跑、戈壁挑戰賽等活動，充分利用不同宣傳場景最大化展示產品和品牌形象，進一步鞏固了其在體育營銷領域的領導地位。

在飲料品牌建設方面，本集團採取了多元化且符合消費者喜好的營銷策略，以滿足品牌差異化的發展需求。通過引入奧運冠軍作為品牌推薦官，至本清潤品牌不僅顯著提升了品牌認知度，更增強了消費者的信賴感。此外，本集團通過與舞蹈詩劇《只此青綠》等文化IP的跨界合作，以及與網紅IP「奶龍」的線上營銷活動，不僅傳播了東方美學和傳統文化，也成功吸引了年輕消費者群體的目光。同時，通過在《圓桌派》等綜藝節目中的植入，本集團不僅深化了品牌的市場印象，還顯著提升了品牌產品的曝光度和消費者喜好度。在體育營銷領域，本集團充分利用怡寶品牌的體育資源，通過贊助中國家庭帆船賽等賽事，加強了蜜水檸檬等飲料品牌的推廣，並成功打入了低齡消費人群。

生產

2024年本集團積極拓展生產版圖，綜合產能較2023年增加21%。整體產能佈局遵循「1+N」策略，按照佈局優質水源地及物流樞紐的選址原則新增4家工廠。其中，廣東萬綠湖和福建武夷山兩家自有工廠、新疆和陝西兩家合作工廠按計劃順利投產，進一步支撐本公司業務發展戰略。2024年新增22條產線，其中自有工廠增設14條高速水線與3條飲料無菌線；合作工廠則新增5條水線並淘汰9條舊線，提升了生產自主性與穩定性，降低整體生產成本。預計「十四五」規劃收官之際，全國包裝飲用水自有產能佔比將提升至百分之六十以上。為滿足不斷增長的飲料市場銷售需求，本公司將進一步優化整體產能佈局。本集團基本完成瓶坯自有化建設，並實施了全國統一的瓶坯調配運營方案，實現整體價值鏈成本降低。截至2024年底，本集團瓶坯自給率實現較大提升，減少了對外部資源的依賴，有效提升市場競爭力。

質量控制

本集團重視產品品質，在全流程當中開展多種品質檢查及測試程序，包括外觀檢查、物理及化學檢查、微生物測試及重量檢查等，確保產品符合相關品質標準並遵守適用的法律及法規。本集團遵循「華潤怡寶全價值鏈食品安全與品質管理體系」，並在運行過程中不斷完善，全面覆蓋供應鏈、生產流程和製成品管理各個環節。本集團的品質控制措施亦適用於本集團的合作生產夥伴。

研發

2024年在研發方面，本集團依託感官研究室、茶及咖啡研究室的專業優勢，在微生物耐熱菌領域取得突破性成果。同時本集團增設先進包材測試設備，提高了研發效率進而提升產品快速上市的能力。在新品推出方面，2024年本集團推出至本清潤酸梅湯、蜜水檸檬果汁汽水、願事之茗系列「原味奶茶」和「桂花烏龍奶茶」、口味及瓶型升級版魔力運動飲料等，豐富本集團產品矩陣。

數字化建設

2024年隨著多個工廠的相繼投產及智能化生產線的全面佈局，在供應鏈關鍵作業環節的數字化覆蓋上持續發力，藉助數字化與智能化手段，實現生產管理、品質監測、原材料溯源等全過程的數字化管控。通過智能終端實現實時監測，精準把控全生產流程，確保產品質量安全，有效提升效率降低成本。在新技術應用領域，以開放的態度積極擁抱人工智慧(AI)等新興技術，將其融入業務流程，探索創新應用場景，將AI技術成功應用於生產、銷售、採購管理等多業務模組，推動運營管理效益與決策效率的提升。

未來展望

進入2025年，隨著國民經濟持續回升向好，城鄉居民收入不斷增長，相關提振消費政策不斷落地落細，消費新業態、新模式逐步培育壯大，消費市場擴大態勢有望得到鞏固增強。本集團將持續不斷滿足人民群眾日益增長的美好生活需求，進一步發揮「中國國家隊官方合作夥伴」品牌優勢，持續投資產品創新、品牌建設、渠道拓展，加大基礎研究投入，加速人才梯隊建設，加強系統平台整合，推動業務高質量增長，更好服務客戶和消費者，為股東創造價值，努力建設讓合作夥伴開心、消費者安心的世界一流綜合飲料企業。

財務回顧

收入

報告期內，本集團從兩類商品產生收入，即包裝飲用水產品及飲料產品。

2024年本集團錄得收入人民幣13,521.2百萬元，較2023年的人民幣13,514.7百萬元增加0.05%，由於2024年三季度旺季頻繁降雨，銷售受到階段性影響，本公司通過推出新產品、拓展渠道深度和廣度、強化品牌建設、完善供應鏈等多種舉措應對外部挑戰，全年銷量穩步增長，市場地位穩固。

銷售成本

本集團的銷售成本主要包括：(i)原材料及包裝材料成本；(ii)合作生產夥伴服務費；及(iii)生產費用。

2024年本集團的銷售成本為人民幣7,124.0百萬元，較2023年的人民幣7,479.5百萬元減少4.8%，主要是由於(i)自有工廠生產的產品比例增加所致；(ii)價值鏈上的延伸及對合作生產夥伴費率的調整；及(iii)原材料(如PET及紙箱)的市場價格下降及包裝優化所致。

毛利及毛利率

於2023年及2024年，本集團的毛利分別為人民幣6,035.2百萬元及人民幣6,397.3百萬元。於2023年及2024年，本集團的毛利率分別為44.7%及47.3%。毛利率同比增加2.6個百分點，主要是由於(i)自有工廠生產的產品比例增加所致；(ii)價值鏈上的延伸及對合作生產夥伴費率的調整；及(iii)原材料(如PET及紙箱)的市場價格下降及包裝優化所致。

其他收入

2024年本集團其他收入為人民幣289.0百萬元，佔總收入的2.1%，較2023年的人民幣367.2百萬元減少21.3%，主要是由於銀行市場利率下行使得利息收入減少。

其他收益及虧損

2024年本集團的其他收益及虧損為虧損人民幣14.0百萬元，較2023年的虧損人民幣14.6百萬元減少4.4%。

預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)

本集團在預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)由截至2023年的人民幣3.8百萬元減少69.1%至2024年的人民幣1.2百萬元，主要是由於進一步完善了應收賬款的閉環管理機制，增強了應收賬款的風險管控水平。

經銷及銷售費用

本集團的經銷及銷售費用主要包括：(i)員工成本，主要指與本集團的銷售和營銷人員有關的工資、獎金、養老金費用和其他社會保險費用等；(ii)營銷和推廣費用，主要指為本集團的客戶、零售網點和終端消費者提供服務的營銷活動費用，例如廣告、體育賽事及綜藝節目合作、貨架展示和促銷材料；(iii)物流服務開支，主要為本集團產品運輸服務所產生的費用；(iv)折舊及攤銷，主要與商用冷藏展示櫃有關；及(v)其他費用，如差旅費。

2024年本集團的經銷及銷售費用為人民幣4,058.4百萬元，較2023年的人民幣4,086.5百萬元減少0.7%，保持相對穩定。

行政開支

本集團的行政開支主要包括：(i)員工成本；(ii)諮詢費用；(iii)主要與設備及辦公樓有關的折舊及攤銷；及(iv)其他（包括工廠開辦費等）。

2024年本集團的行政開支為人民幣295.7百萬元，較2023年的人民幣300.6百萬元減少1.6%，保持相對穩定。

研發成本

本集團的研發成本主要包括：(i)研發人員的員工成本；(ii)與諮詢服務有關的服務費；及(iii)試驗檢驗費。

本集團的研發成本由2023年的人民幣61.5百萬元減少至2024年的人民幣53.4百萬元。

財務成本

本集團的財務成本主要包括銀行借款及非控股股東貸款利息以及租賃負債利息。

本集團的財務成本由2023年的人民幣42.5百萬元減少至2024年的人民幣2.4百萬元，主要是由於2024年銀行借款減少。

所得稅

本集團的所得稅由2023年的人民幣547.1百萬元增加至2024年的人民幣562.9百萬元，主要是由於稅前利潤的增加。

年內利潤

由於上述原因，本集團的年內利潤由2023年的人民幣1,331.4百萬元增加24.7%至2024年的人民幣1,660.8百萬元，而本集團的淨利潤率由2023年的9.9%升至2024年的12.3%。

存貨

本集團的存貨主要包括：(i)原材料及消耗品，主要包括包裝材料和配料；及(ii)製成品，主要包括包裝飲用水和飲料產品。原材料及消耗品佔本集團存貨的大部分。

本集團的存貨由2023年12月31日的人民幣377.4百萬元增加33.6%至2024年12月31日的人民幣504.2百萬元，主要由於生產備貨。存貨周轉天數由2023年12月31日的23.6天減少至2024年12月31日的22.6天。

貿易及其他應收款項

本集團的貿易及其他應收款項主要包括貿易應收款項、可收回增值稅款、預付供應商款項及其他應收款項。

本集團的貿易及其他應收款項由2023年12月31日的人民幣682.9百萬元減少至2024年12月31日的人民幣667.9百萬元。貿易應收款項周轉天數從2023年12月31日的7.3天增加至2024年12月31日的7.5天，周轉天數保持穩定。

貿易及其他應付款項

本集團的貿易及其他應付款項主要指貿易應付款項、應付銷售折扣及推廣費用、應付工資、應付按金、廣告應付款項及運輸應付款項。

本集團的貿易及其他應付款項由2023年12月31日的人民幣5,022.1百萬元減少至2024年12月31日的人民幣3,718.7百萬元，貿易應付款項周轉天數從2023年12月31日的33.7天增加至2024年12月31日的36.9天。

銀行借款

截至2024年12月31日，本集團的流動及非流動銀行借款結餘為人民幣17.2百萬元。該銀行借款以人民幣計值，並按與中國人民銀行規定的貸款利率掛鈎的浮動利率計息，截至2024年12月31日的實際年利率為2.71%。該銀行借款主要用於日常經營使用。

流動資金及資本資源

截至2024年12月31日，本集團銀行存款和現金總額為人民幣10,647.4百萬元，主要以港幣和人民幣持有。本集團通過集中資金管理，保持合理和充足的現金水平。

槓桿比率

於2024年12月31日，本集團槓桿比率（等於截至同日的計息債務總額（包括租賃負債及應付附屬公司非控股股東款項的計息比例）除以權益總額再乘以100%）為0.5%，與2023年12月31日本集團的槓桿比率0.5%基本持平。

重大投資、重大收購及出售

截至2024年12月31日，本集團未有根據上市規則附錄D2第32(4A)段須披露的重大投資情況及有關附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購及出售情況。

未來重大投資或資本資產計劃

於本公告日期，除招股章程披露的「未來計劃及所得款項用途」外，本集團現時沒有計劃取得其他重大投資或資本資產。

或有負債

截至2024年12月31日，本集團無任何重大或有負債。

資本開支

截至2024年12月31日止年度，本集團的資本開支約為人民幣2,136.0百萬元（截至2023年12月31日止年度：人民幣2,312.2百萬元），主要用於購置物業、廠房及設備、購買使用權資產、收購子公司以及購置其他非流動資產。

資產抵押

於2024年12月31日，本集團以抵押賬面價值為人民幣119.6百萬元的房屋建築物及土地使用權，作為銀行借款的擔保。

外匯風險

本集團的大部分收入和大部分支出均以人民幣計價。本集團的附屬公司在中國大陸及香港營運，並分別以當地貨幣作為其功能貨幣（即人民幣及港元）。本集團進行若干以外幣計值的交易，因此產生匯率波動風險。本集團目前並無外幣對沖政策。然而，管理層會監察外匯風險，並將於有需要時考慮對沖重大外幣風險。

人力資源及薪酬政策

截至2024年12月31日，本集團有11,194名全職僱員，其中大部分位於中國大陸。下表載列按職能劃分的僱員人數：

職能	截至2024年12月31日	
	僱員人數	佔僱員總數的百分比 (%)
銷售及市場推廣	8,617	77
行政	308	3
研發	92	1
生產	2,177	19
合計	<u>11,194</u>	<u>100</u>

本集團通過校園招聘、招聘會、招聘機構、華潤內部招聘平台及內外部推薦招聘員工。為了在所有僱傭實踐中提供公平和平等的機會，本集團已採取政策和程序來確保招聘甄選及錄用公平公正。同時，為僱員提供具競爭力的薪金、全面的保險計劃及以績效為基礎的獎勵計劃，該等計劃通常基於僱員個人的表現及本集團業務的整體表現。在員工薪酬福利方面，本集團遵循法律法規有關工資待遇及福利的要求，完善了薪酬福利管理辦法，明確了本集團的付薪理念、收入分配原則，以及員工的薪酬與福利組成、計算與發放等具體規定。

本集團為新入職員工提供企業文化、業務及行業的新員工培訓，以提高彼等對本集團的了解及履行職責的能力。本集團亦定期向僱員提供度身訂造的內部培訓課程或安排僱員參加第三方提供的培訓課程，以提高彼等的技術技能。此外，本集團為若干僱員及優秀年輕骨幹提供管理技能培訓機會，以幫助彼等過渡至管理職位。

期後的重大事項

除本公告披露事項外，概無任何報告期後的重大事項須根據香港財務報告準則做出調整或披露。

全球發售及所得款項淨額用途

本公司2024年10月23日於聯交所成功上市，並於2024年11月12日部分行使招股章程所述的超額配股權，經扣除承銷費用及相關開支，總上市所得款項淨額為人民幣5,213.5百萬元。

於2024年12月31日，上市所得款項淨額已使用人民幣449.1百萬元，餘額於香港持牌銀行作為定期存款的方式持有。

當前招股章程所披露所得款項淨額的擬定用途並無重大變動，有關進一步資料，請參閱招股章程「未來計劃及所得款項用途」章節。下表為截至2024年12月31日本公司全球發售募集的所得款項淨額使用情況，未動用所得款項餘額的預期時間表乃本公司經考慮（其中包括）當前及未來的市場發展狀況及本公司業務需求後作出的估計，因此可能予以變更。

招股章程所述的用途	計劃比例	所得款項淨額 (人民幣百萬元)	截至2024年	截至2024年	悉數動用尚未動用 所得款項淨額的時間表
			12月31日止年度 已動用款項 (人民幣百萬元)	12月31日止 尚未動用結餘 (人民幣百萬元)	
(1) 戰略性擴張和優化產能	30%	1,564.1	128.8	1,435.3	於2029年9月30日或之前
(2) 加速銷售渠道擴張及提升渠道效率	23%	1,199.1	85.6	1,113.5	於2029年9月30日或之前
(3) 進行銷售和營銷活動	23%	1,199.1	203.6	995.5	於2027年9月30日或之前
(4) 增強產品研發能力	3%	156.4	8.5	147.9	於2029年9月30日或之前
(5) 數字化升級	3%	156.4	22.6	133.8	於2029年9月30日或之前
(6) 進行潛在投資及併購機會	8%	417.1	-	417.1	2025年暫時無計劃
(7) 營運資金及作一般公司用途	10%	521.3	-	521.3	
總計	100%	5,213.5	449.1	4,764.4	

末期股息及特別股息

董事會建議於2025年7月24日，向於2025年6月16日名列本公司股東名冊的股東派發截至2024年12月31日止年度末期股息每股人民幣0.307元（「**末期股息**」）及特別股息每股人民幣0.176元（「**特別股息**」）。末期股息及特別股息須待股東於將予舉行的股東週年大會（「**股東週年大會**」）上批准，方可作實。（倘於股東週年大會上獲批准）末期股息及特別股息將以港幣現金支付。股東有權選擇以人民幣現金收取全部或部分末期股息及特別股息。末期股息及特別股息的港幣金額按照股東週年大會日期前（包括該日在內）五個工作天中國人民銀行公佈的人民幣兌換港幣的中間價的平均價計算。（倘於股東週年大會上獲批准）末期股息及特別股息預計將於2025年7月24日（星期四）支付予2025年6月16日名列本公司股東名冊的股東。

除非股東以股息貨幣選擇表格選擇以人民幣現金收取末期股息及特別股息，否則末期股息及特別股息將分別以港幣現金支付。股息貨幣選擇表格預計於2025年6月20日（星期五）寄發予股東，倘股東選擇以人民幣收取全部或部分末期股息及特別股息，股東須填妥股息貨幣選擇表格以作出有關選擇，並最遲須於2025年7月8日（星期二）下午4時30分前送達本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司（地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓）。

股東週年大會

本公司將於稍後日期通知股東本公司即將舉行股東週年大會的日期及暫停辦理股份過戶登記的相關安排。

暫停辦理股份過戶登記

為釐定獲得末期股息及特別股息的資格，本公司將於2025年6月16日（星期一）至2025年6月17日（星期二）（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會辦理任何股份過戶登記。為符合資格享有末期股息及特別股息，所有股份過戶文件連同有關股票須於2025年6月13日（星期五）香港時間下午4時30分前，送交本公司的香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司（地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓）進行登記。

企業管治常規

本公司深知在本集團管理架構及內部控制程序引入優良的企業管治元素的重要性，藉以達致有效的問責性。

本公司已應用企業管治守則所載的原則並採納當中所述的守則條文。本公司堅信，董事會中執行董事與獨立非執行董事的組合應保持平衡，以使董事會有強大的獨立性，能夠有效作出獨立判斷。

本公司於上市日期起直至2024年12月31日期間一直遵守企業管治守則列載之所有適用守則條文。

董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載之標準守則作為其證券交易之守則，以規管董事的所有證券交易及標準守則涵蓋之其他事項。

本公司已向全體董事作出特定查詢，彼等確認於上市日期起直至2024年12月31日期間一直遵守標準守則。

購買、出售或贖回上市證券

自上市日期起至2024年12月31日，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券(包括出售庫存股份(定義見上市規則))。截至2024年12月31日，本公司或其附屬公司並無持有庫存股份。

審核委員會及審閱年度業績

本公司已根據上市規則第3.21條及企業管治守則成立審核委員會(「**審核委員會**」)，並訂有書面職權範圍。審核委員會由兩名非執行董事(即林國龍先生及曹越女士)及四名獨立非執行董事(即姚洋博士、周永健博士、李引泉先生及鄭寶川女士)組成。審核委員會主席為姚洋博士。李引泉先生擁有上市規則第3.10(2)條及第3.21條所規定的適當會計或相關財務管理專業知識。審核委員會的主要職責為檢討及監督本公司的財務申報程序、風險管理及內部控制系統，以及提名及監察外聘核數師及企業管治守則規定的其他職責。

審核委員會已連同董事會及本公司核數師審閱本集團所採用的會計原則及政策以及本集團截至2024年12月31日止年度的綜合財務報表。審核委員會認為相關財務報表的編製符合適用的會計準則及要求，並已作出足夠的披露。

本公司核數師之工作範圍

本集團的核數師，執業會計師德勤•關黃陳方會計師行（「德勤」）已就本集團截至2024年12月31日止年度業績初步公告中披露的綜合財務狀況表、綜合損益及其他全面收益表以及相關附註中的財務數據與本集團當期經審計綜合財務報表內的數據核對一致。德勤在這方面進行的工作並不構成鑒證業務，因此德勤不對初步業績公告發表意見或出具鑒證結論。

刊登全年業績公告及年報

本全年業績公告刊載於聯交所網站（www.hkexnews.hk）及本公司網站（www.crbeverage.com）。載有上市規則所規定的所有資料的本公司2024年年報將於適當時候寄發予需要印刷本的股東，並於上述網站刊載。

釋義

「董事會」	指	本公司董事會
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載的企業管治守則
「中國」	指	中華人民共和國，但就本公告而言，且僅作地區參考，除文義所指外，不包括香港、澳門特別行政區及台灣地區
「灼識諮詢」	指	灼識行業諮詢有限公司，本公司的行業顧問
「本公司」	指	華潤飲料（控股）有限公司，一家以存續方式於開曼群島註冊成立的有限公司，其股份於聯交所上市（股份代號：2460）
「合作生產夥伴」	指	建立合作夥伴關係以有效滿足市場需求的生產工廠（包括代工廠）
「董事」	指	本公司董事
「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售（定義見招股章程）
「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司
「港元」	指	香港法定貨幣，分別為港元及港仙

「香港」	指	中國香港特別行政區
「上市」	指	股份在聯交所主板上市
「上市日期」	指	2024年10月23日，即股份上市及獲准在聯交所開始買賣的日期
「上市規則」	指	香港聯合交易所有限公司證券上市規則（經不時修訂）
「標準守則」	指	上市規則附錄C3所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則
「招股章程」	指	本公司日期為2024年10月15日的招股章程
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「報告期」	指	截至2024年12月31日止財政年度
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.0000005美元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「附屬公司」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「美元」	指	美國法定貨幣美元
「%」	指	百分比

承董事會命
華潤飲料(控股)有限公司
董事會主席兼執行董事
張偉通先生

香港，2025年3月21日

於本公告日期，本公司董事會包括(i)執行董事張偉通先生、李樹清先生及吳霞女士；(ii)非執行董事林國龍先生、孫永強先生、肖寧先生、曹越女士及趙典博士；及(iii)獨立非執行董事周永健博士、李引泉先生、姚洋博士及鄭寶川女士。