

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。



華潤創業有限公司

China Resources Enterprise, Limited

(於香港註冊成立的有限公司)

(股份代號: 291)

財務及業績回顧

二零一一年第三季度

此公告為華潤創業有限公司(「本公司」)自願性披露，以務求進一步提升本公司企業管治的水準，並加強其透明度。本公司將繼續公佈未來季度財務和業務回顧報表。

二零一一年第三季度的財務和業務回顧乃根據香港普遍採納之會計原則編製，未經審核。

本公司董事欣然公佈截至二零一一年九月三十日止第三季度及首九個月之未經審核財務及經營狀況。

財務概要

| | 截至九月三十日止三個月 | | 截至九月三十日止九個月 | |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| | 二零一一年 (未經審核) 港幣百萬元 | 二零一零年 (未經審核) 港幣百萬元 | 二零一一年 (未經審核) 港幣百萬元 | 二零一零年 (未經審核) 港幣百萬元 |
| 營業額 | | | | |
| - 持續經營之業務 | 30,795 | 24,447 | 84,025 | 66,017 |
| - 已終止經營之業務 ¹ | - | - | - | 410 |
| | 30,795 | 24,447 | 84,025 | 66,427 |
| 本公司股東應佔溢利 | | | | |
| - 持續經營之業務 | 863 | 1,058 | 2,432 | 2,300 |
| - 已終止經營之業務 ¹ | - | - | - | 3,001 |
| | 863 | 1,058 | 2,432 | 5,301 |
| 每股基本盈利 ² | | | | |
| - 持續經營之業務 | | | 港幣 1.01 元 | 港幣 0.96 元 |
| - 已終止經營之業務 ¹ | | | - | 港幣 1.25 元 |
| | | | 港幣 1.01 元 | 港幣 2.21 元 |
| | | | 於二零一一年 九月三十日 (未經審核) 港幣百萬元 | 於二零一零年 十二月三十一日 (經審核) 港幣百萬元 |
| 本公司股東應佔權益 | | | 35,822 | 30,819 |
| 非控制股東權益 | | | 12,653 | 10,470 |
| 總權益 | | | 48,475 | 41,289 |
| 綜合借款淨額 | | | - | - |
| 負債比率 ³ | | | 淨現金 | 淨現金 |
| 每股資產淨值(賬面值): | | | 港幣 14.93 元 | 港幣 12.85 元 |

附註:

1. 本集團於二零一零年二月出售其品牌時尚產品經銷業務之權益,獲取約港幣 30 億元淨溢利。
2. 截至二零一一年及二零一零年九月三十日止九個月之每股攤薄盈利分別為港幣 1.01 元及港幣 2.21 元。截至二零一零年九月三十日止九個月之已終止經營業務之每股攤薄盈利為港幣 1.25 元。
3. 負債比率指綜合借款淨額與總權益的比例。

營業額及溢利分析表

| 各項業務之營業額 | 截至九月三十日止三個月 | | | 截至九月三十日止九個月 | | |
|----------------|--------------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|
| | 二零一一年 (未經審核) 港幣百萬元 | 二零一零年 (未經審核) 港幣百萬元 | 增加/ (減少) % | 二零一一年 (未經審核) 港幣百萬元 | 二零一零年 (未經審核) 港幣百萬元 | 增加/ (減少) % |
| 核心業務 | | | | | | |
| - 零售 | 17,669 | 13,916 | 27.0% | 52,036 | 40,808 | 27.5% |
| - 啤酒 | 9,274 | 7,773 | 19.3% | 22,104 | 17,816 | 24.1% |
| - 食品 | 2,883 | 2,121 | 35.9% | 7,738 | 5,997 | 29.0% |
| - 飲品 | 1,096 | 754 | 45.4% | 2,462 | 1,650 | 49.2% |
| | 30,922 | 24,564 | 25.9% | 84,340 | 66,271 | 27.3% |
| 對銷業務間之交易 | (127) | (117) | 8.5% | (315) | (254) | 24.0% |
| 核心業務之總額 | 30,795 | 24,447 | 26.0% | 84,025 | 66,017 | 27.3% |
| 其他業務 | | | | | | |
| 投資及其他業務 | - | - | - | - | - | - |
| 已終止經營之業務 | | | | | | |
| - 品牌時尚產品經銷 | - | - | - | - | 410 | 100.0% |
| 其他業務之總額 | - | - | - | - | 410 | 100.0% |
| 總額 | 30,795 | 24,447 | 26.0% | 84,025 | 66,427 | 26.5% |

營業額及溢利分析表 (續)

| 各項業務之股東應佔溢利 | 截至九月三十日止三個月 | | | 截至九月三十日止九個月 | | |
|----------------|--------------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|
| | 二零一一年 (未經審核) 港幣百萬元 | 二零一零年 (未經審核) 港幣百萬元 | 增加/ (減少) % | 二零一一年 (未經審核) 港幣百萬元 | 二零一零年 (未經審核) 港幣百萬元 | 增加/ (減少) % |
| 核心業務 | | | | | | |
| - 零售 | 231 | 383 | (39.7%) | 1,261 | 1,338 | (5.8%) |
| - 啤酒 | 534 | 526 | 1.5% | 863 | 784 | 10.1% |
| - 食品 | 59 | 87 | (32.2%) | 252 | 327 | (22.9%) |
| - 飲品 | 62 | 84 | (26.2%) | 120 | 137 | (12.4%) |
| | 886 | 1,080 | (18.0%) | 2,496 | 2,586 | (3.5%) |
| 公司總部利息淨額及費用 | (23) | (22) | 4.5% | (64) | (72) | (11.1%) |
| 核心業務之總額 | 863 | 1,058 | (18.4%) | 2,432 | 2,514 | (3.3%) |
| 其他業務 | | | | | | |
| 投資及其他業務 | - | - | - | - | (214) | (100.0%) |
| 已終止經營之業務 | | | | | | |
| - 品牌時尚產品經銷 | - | - | - | - | 3,001 | (100.0%) |
| 其他業務之總額 | - | - | - | - | 2,787 | (100.0%) |
| 總額 | 863 | 1,058 | (18.4%) | 2,432 | 5,301 | (54.1%) |

營業額及溢利分析表 (續)

| 各項業務扣除資產重估 及出售主要非核心資 產／投資影響之股東 應佔溢利 | 截至九月三十日止三個月 | | | 截至九月三十日止九個月 | | |
|--|--------------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|
| | 二零一一年 (未經審核) 港幣百萬元 | 二零一零年 (未經審核) 港幣百萬元 | 增加/ (減少) % | 二零一一年 (未經審核) 港幣百萬元 | 二零一零年 (未經審核) 港幣百萬元 | 增加/ (減少) % |
| 核心業務 | | | | | | |
| - 零售 ^甲 | 57 | 168 | (66.1%) | 731 | 714 | 2.4% |
| - 啤酒 | 534 | 526 | 1.5% | 863 | 784 | 10.1% |
| - 食品 ^乙 | 52 | 51 | 2.0% | 239 | 265 | (9.8%) |
| - 飲品 | 62 | 84 | (26.2%) | 120 | 137 | (12.4%) |
| | 705 | 829 | (15.0%) | 1,953 | 1,900 | 2.8% |
| 公司總部利息淨額及費用 | (23) | (22) | 4.5% | (64) | (72) | (11.1%) |
| 核心業務之總額 | 682 | 807 | (15.5%) | 1,889 | 1,828 | 3.3% |
| 其他業務 | | | | | | |
| 投資及其他業務 ^丙 | - | - | - | - | - | - |
| 已終止經營之業務 | | | | | | |
| - 品牌時尚產品經銷 ^丁 | - | - | - | - | 22 | (100.0%) |
| 其他業務之總額 | - | - | - | - | 22 | (100.0%) |
| 總額 | 682 | 807 | (15.5%) | 1,889 | 1,850 | 2.1% |

附註:

截至二零一一年九月三十日止九個月，

甲、零售業務的業績不包括投資性物業淨估值盈餘約港幣 5.30 億元(二零一零年:港幣 6.24 億元)。

乙、食品業務的業績不包括金額合計約港幣 0.13 億元(二零一零年:港幣 0.62 億元)的出售非核心投資所得淨利及投資性物業淨估值盈餘。

丙、投資及其他業務於二零一零年的業績不包括按公允價值計入損益的金融資產估值虧損約港幣 2.14 億元。

丁、本集團於二零一零年二月出售其品牌時尚產品經銷業務之權益，獲取約港幣 30 億元淨溢利。

戊、從二零一零年十二月開始適用外資企業的城市建設稅和教育費附加，對本集團於二零一一年九月三十日止九個月的影響約為港幣 3.81 億元。

主要會計政策

除採納香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的若干適用於本集團二零一一年一月一日開始會計期間的修訂準則、修訂及詮釋外，編製本季財務報告所用的會計政策與編製截至二零一零年十二月三十一日止年度全年財務報告所用者一致。

引用該等修訂準則、修訂及詮釋對本集團於回顧會計期間及以往會計期間業績及財務狀況並未構成重大影響，故毋須作出任何前期調整。

本集團並未提前採用香港會計師公會已頒佈但尚未生效的新準則及修訂。本集團已展開評估上述新準則及修訂之影響，惟未能確定該等新準則及修訂對其經營業績及財務狀況是否有重大影響。

管理層討論與分析

業務回顧

於二零一一年首九個月，本集團專注建立包括零售、啤酒、食品及飲品在內的核心消費業務之策略繼續取得穩健成績。透過新收購及內涵式增長，本集團進一步擴大業務，並穩步邁向成為中國最大消費品企業之目標。

本集團於二零一一年第三季度及首九個月的未經審核綜合營業額分別約為港幣30,795,000,000元及港幣84,025,000,000元，分別較去年同期增加26.0%及26.5%。於二零一一年第三季度及首九個月的未經審核本公司股東應佔綜合溢利分別約為港幣863,000,000元及港幣2,432,000,000元，分別較去年同期減少18.4%及54.1%。若扣除資產重估及重大出售事項之稅後收益，本集團於二零一一年第三季度及首九個月由核心業務產生的未經審核本公司股東應佔基礎溢利較去年同期分別減少15.5%及增長3.3%。由於國家於去年末開始對外資企業徵收城建稅和教育費附加等稅費、員工成本上漲，以及本集團加快新區鋪設零售網點，以致成本壓力大增令本集團於回顧季度的業績受到影響。

由於外圍市況仍未明朗，影响國內消費意欲，預料本集團的消費品業務在短期內仍會受到一定壓力。未來12個月內，本集團將專注於嚴格控制成本，並透過增加規模效應，加快速度消化成本上升的影響。此外，由於國家「十二五」規劃把擴大消費、轉變經濟增長方式提升至前所未有的戰略高度，本集團相信作為消費品企業，我們受環球經濟波動的影響將較其他行業為少，並且對中國零售行業的長遠發展仍感到相當樂觀。展望未來，我們將繼續通過內涵式增長提升盈利能力，同時審慎物色及評估投資機會，以進一步擴大業務，穩步邁向成為中國最大消費品企業之目標。

零售業務

零售業務於二零一一年第三季度的營業額為港幣17,669,000,000元，較去年同期增加27.0%，首九個月的營業額則為港幣52,036,000,000元，較去年同期增加27.5%。二零一一年第三季度的應佔溢利為港幣231,000,000元，較去年同期減少39.7%，首九個月的應佔溢利則

為港幣1,261,000,000元，較去年同期減少5.8%。剔除估值盈餘淨額的影響後，本業務於二零一一年第三季度及首九個月的應佔溢利較去年同期分別減少66.1%及增加2.4%。

本集團的零售業務主要由超級市場、「中藝 Chinese Arts & Crafts」、「華潤堂 CR Care」、藥妝店「采活 VivoPlus」及「Pacific Coffee」等業務組成。於二零一一年九月底，本集團在中國共經營超過3,800間店舖，其中約77%是直接經營，其餘則為特許經營。

近期股市和樓市低迷，財富效應下降，同時中國居民消費價格分類指數保持高位運行，特別是食品價格漲幅明顯，影響了消費意欲。零售業務於回顧期內的同店銷售按年增長11.6%，主要受惠於物價上升。本集團將堅持以顧客價值為導向，不斷優化商品結構，更切合當地顧客喜好和消費習慣；同時系統地分批翻新舖面及改善店內陳列，提升門店形象，為客戶提供更為舒適的購物環境；並採取有效的市場推廣和促銷活動，從而提升店舖人流。

自本年初，各地上調最低工資標準，這給勞動力密集型的零售業務帶來較大的經營壓力，加上對外資企業徵收城建稅和教育費附加等稅費，導致本集團零售業務的經營成本大幅提高，短期經營利潤受到影響。本集團將採取多種措施合理控制成本，提高營運效率，包括持續完善營運流程和管理體系、充分發揮規模優勢、積極開發農超基地，以及降低商品損耗等。

為進一步提高市場份額，本集團的各超市業態和專業業態陸續進駐多個新市場。然而，與當地顧客消費習慣的磨合需時，加上面對當地已有零售營辦商的劇烈競爭，部分門店在營運初期未能為集團帶來盈利貢獻。本集團將通過加快新市場的網絡佈局，及時檢討商品結構和經營策略，不斷優化供應鏈管理，加強人才的培訓和引進，提升管理水準和運營效率，藉此加快改善新市場門店的經營業績。

國家「十二五」規劃把擴大消費、轉變經濟增長方式提升至前所未有的戰略高度，將長期利好中國零售行業的發展。同時，居民收入和個人所得稅起徵點的提高將可促進消費，有利於生鮮、食品等日常消費品的銷售。本集團零售業務將堅持實施「全國發展、區域領先、多業態協同」的戰略，繼續鞏固在國內主要區域市場的領先地位。

啤酒業務

啤酒業務於二零一一年第三季度的營業額為港幣9,274,000,000元，較去年同期增加19.3%，首九個月的營業額則為港幣22,104,000,000元，較去年同期增加24.1%。二零一一年第三季度的應佔溢利為港幣534,000,000元，較去年同期增加1.5%，首九個月的應佔溢利則為港幣863,000,000元，較去年同期增加10.1%。

回顧季度內，長江流域的陰雨天和降水量較正常偏多，而本集團的部分優勢市場正處於長江流域，且第三季度又是啤酒銷售旺季，因而對本集團啤酒業務的影響更為顯著，導致整體銷量增長幅度低於去年同期。二零一一年首九個月本集團的啤酒銷量增加10%至約8,607,000千升。本集團持續開展「雪花 Snow」品牌的宣傳活動，市場影響力日益增加，行銷全國的「雪花 Snow」啤酒於二零一一年首九個月的銷量上升9%至約7,699,000千升，佔總銷量近90%。

隨著內地啤酒行業集中度的進一步提高，競爭依然激烈。原輔材料價格和人工成本的上漲，再加上於去年末國家開始對外資企業徵收城建稅和教育費附加等稅費，導致經營成本增加。本集團將通過發揮規模優勢，推進精益生產，節能降耗，藉此舒緩成本上漲壓力。此外，為滿足消費者提升產品檔次的需求，本業務致力提升精製酒銷量，積極優化產品結構，從而提高平均銷售價格水準，穩固盈利空間。

本集團通過新建、併購、擴建和改建等方式，不斷完善產能佈局，以期進一步鞏固本集團啤酒業務在中國啤酒市場的領導地位。於回顧季度內，本集團的啤酒業務進行了多項投資，包括：收購上海亞太啤酒有限公司100%股權和江蘇大富豪啤酒有限公司49%股權；收購杭州西湖啤酒朝日（股份）有限公司餘下的55%股權和浙江西湖啤酒朝日（股份）有限公司餘下的25%股權，使這兩家公司成為本業務的全資附屬公司；以及與中國貴州茅台酒廠有限責任公司成立合資企業，本業務佔70%股權。於二零一一年九月底，本集團在中國內地經營約80間啤酒廠，年產能超過15,000,000千升。

展望未來，本集團將持續開展以「勇闖天涯」系列為主的「雪花 Snow」品牌宣傳推廣活動，提升「雪花 Snow」品牌的美譽度和忠誠度；加強與供應商合作，集中採購以穩定原材料價格；進一步完善市場銷售網路，鞏固優勢市場的領先地位。與此同時，本集團將繼續謹慎尋求及評估投資商機，並結合內涵增長，提升市場份額，確保市場份額的領先地位。

食品業務

食品業務於二零一一年第三季度的營業額為港幣2,883,000,000元，較去年同期增加35.9%，首九個月的營業額則為港幣7,738,000,000元，較去年同期增加29.0%。二零一一年第三季度的應佔溢利為港幣59,000,000元，較去年同期減少32.2%；而首九個月的應佔溢利較去年同期減少22.9%至港幣252,000,000元。若剔除估值盈餘淨額及減持策略性投資的若干股權的稅後收益後，本業務於二零一一年第三季度及首九個月的應佔溢利分別較去年同期增加2.0%及減少9.8%。

於回顧期內，受到飼料價格上升及適值生豬養殖周期影響活豬供應，毛豬出欄價格持續上漲。基於活豬採購成本上升、原材料和員工成本上揚，以及豬肉價格高企令消費需求減少等因素的影響，對內地肉食業務的營商環境構成相當的挑戰，因而拖累其經營溢利。本業務將通過優化從生豬養殖、屠宰加工、冷藏交易到零售終端於一體的供應鏈體系建設，保持業務的競爭優勢。本業務於回顧期內完成收購位於嘉興之肉食業務，得以進一步鞏固長三角地區肉食業務，利於本業務的長遠戰略發展。

受惠於中國內地活畜養殖業務帶來的協同效應，回顧期內供港活豬供應穩定，本業務維持香港活豬市場佔有率的主導地位。於回顧期內，由於內地進口毛豬價格持續上漲，影響了香港活畜經銷業務的經營溢利。

綜合食品業務方面，本集團積極推進「五豐 Ng Fung」品牌建設和營銷，於回顧期內的經營業績取得理想增長。其中，速凍冷飲業務進一步拓展浙江市場以外的江蘇、安徽等周邊市場，通過年初在揚州及杭州舉行的品牌推廣發佈會，江蘇市場佔有率和品牌知名度得以提高，繼而於回顧季度內加大市場營銷及品牌宣傳，旺季的銷量及盈利能力均有所提升。

遠洋捕撈及水產品加工業務的經營溢利受到柴油價格上漲的影響。該業務將繼續通過延伸產業鏈，拓展中國內地高端水產品分銷市場，積極利用杭州、上海等地水產品市場交易平台，拓展「五豐 Ng Fung」品牌的深海水產品業務，提高了其品牌的市場影響力。

展望未來，中國仍是本業務實現增長的重點市場，本集團除積極提升現有業務營運效率外，亦正重新檢討本業務的發展戰略，並擬透過併購活動，進一步拓展和壯大中國的業務。

飲品業務

飲品業務於二零一一年第三季度的營業額為港幣1,096,000,000元，較去年同期增加45.4%，首九個月的營業額則為港幣2,462,000,000元，較去年同期增加49.2%。二零一一年第三季度的應佔溢利為港幣62,000,000元，較去年同期減少26.2%，首九個月的應佔溢利較去年同期則減少12.4%至港幣120,000,000元。應佔溢利同比減少，主要是由於與麒麟控股株式會社（「麒麟控股」）的合營公司正式於二零一一年八月中旬成立，因而攤薄了飲品業務對本集團的盈利貢獻。

本業務以「怡寶 C'estbon」純淨水作為主要業務，二零一一年第三季度的總銷量較去年同期上升約23%至約881,000千升，而首九個月的總銷量則較去年同期上升約32%至約2,096,000千升。於回顧期內，除「塑化劑」事件為包裝水行業帶來銷量增長機會外，本業務集中資源的策略奏效，位於廣東、湖南、四川、江蘇等省的銷售基地漸趨穩固，形成區域強勢並成功遏制了競爭對手，繼而向周邊如廣西、福建、江西、上海、重慶等市場滲透。加上珠海「加林山 Jialinshan」礦泉水業務實行管道改造與整合、理順價值鏈的利益分配、重整生產調配等措施，銷量得以持續提升，促使回顧期內營業額及總銷量均錄得明顯增幅，同時亦抵消了原材料及員工成本上漲的壓力。

本業務於回顧期內成功與中國乒乓球隊達成戰略合作協定，成為中國乒乓球隊唯一指定飲用水，藉此持續提升「怡寶 C'estbon」的品牌知名度。

中國飲料市場處於快速發展中，增長空間廣闊，有利本業務的持續發展。本業務將會發揮在中國的強大分銷能力，以及與麒麟控股豐富的產品組合、專業的研發及生產知識和卓越的產品開發技術進行優勢互補，從而將本業務打造成中國非酒精飲料市場的強大企業。

財務回顧

資產抵押

於二零一一年九月三十日，本集團已抵押賬面淨值為港幣449,000,000元(二零一零年十二月三十一日：港幣234,000,000元)的資產，以獲取應付票據。

或然負債

於二零一一年九月三十日，本集團並無任何重大或然負債。

審慎行事聲明

董事局謹提醒投資者，上列財務數據乃以本公司內部記錄和管理帳目為基礎。上列二零一一年第三季度及截至九月三十日止九個月的財務數據並未經核數師審閱或審核。本公司股東及準投資者在買賣本公司股份時，務請審慎行事。

承董事會命
主席
喬世波

香港，二零一一年十一月十七日

於本公告日期，本公司執行董事為喬世波先生(主席)、陳朗先生(首席執行官)及黎汝雄先生(首席財務官)；非執行董事為閻飈先生、魏斌先生、杜文民先生、石善博先生及張海鵬博士；獨立非執行董事為黃大寧先生、李家祥博士、鄭慕智博士、陳智思先生及蕭炯柱先生。