

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

### 二零一二年第一季度

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。二零一二年第一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二零一二年三月三十一日止第一季度之未經審核財務及經營狀況。

截至三月三十一日止三個月	二零一二年 (未經審核) 港幣百萬元	二零一一年 (未經審核及重列) <sup>1</sup> 港幣百萬元
營業額	33,348	26,671
本公司股東應佔溢利	1,327	857
每股基本盈利 <sup>2</sup>	港幣 0.55 元	港幣 0.36 元
	二零一二年 三月三十一日 (未經審核) 港幣百萬元	二零一一年 十二月三十一日 (未經審核及重列) <sup>1</sup> 港幣百萬元
本公司股東應佔權益	39,209	37,899
非控制股東權益	12,617	12,633
總權益	51,826	50,532
綜合借款淨額	-	-
負債比率 <sup>3</sup>	淨現金	淨現金
每股資產淨值(賬面值):	港幣 16.34 元	港幣 15.80 元

附註:

- 由於採納香港會計準則第 12 號(修訂)，本集團改變其對有關投資物業遞延稅項的會計政策。該修訂已追溯應用，二零一一年若干比較數字亦已相應重列。截至二零一一年三月三十一日止三個月的股東應佔溢利增加約港幣 0.31 億元，於二零一一年十二月三十一日的本公司股東應佔權益已增加約港幣 15.45 億元。
- 截至二零一二年及二零一一年三月三十一日止三個月之每股攤薄盈利分別為港幣 0.55 元及港幣 0.36 元。
- 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

	營業額		股東應佔溢利		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 (註 1)	
	二零一二年	二零一一年	二零一二年	二零一一年	二零一二年	二零一一年
	(未經審核) 港幣百萬元	(未經審核) 港幣百萬元	(未經審核) 港幣百萬元	(未經審核 及重列) 港幣百萬元	(未經審核) 港幣百萬元	(未經審核) 港幣百萬元
截至三月三十一日止三個月						
零售	24,150	19,019	1,327	726	560	532
啤酒	5,778	4,902	(33)	20	(33)	20
食品	2,580	2,262	57	117	57	114
飲品	929	567	6	10	6	10
	33,437	26,750	1,357	873	590	676
對銷業務間之交易	(89)	(79)	-	-	-	-
公司總部利息淨額及費用	-	-	(30)	(16)	(30)	(16)
<b>總額</b>	<b>33,348</b>	<b>26,671</b>	<b>1,327</b>	<b>857</b>	<b>560</b>	<b>660</b>

附註:

- 就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分析，不包括以下有關業務單位之交易事項的影響：
  - 零售業務的業績不包括投資性物業淨估值盈餘約港幣 7.67 億元(二零一一年:港幣 1.94 億元)。
  - 食品業務於二零一一年的業績不包括投資性物業淨估值盈餘約港幣 0.03 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二零一二年一月一日開始會計期間的修訂準則、修訂及詮釋外，編製本季度財務報告所用的會計政策與編製截至二零一一年十二月三十一日止年度全年財務報告所用者一致。

於過往期間，遞延稅的評估均以反映本集團預期收回有關物業的賬面值的方式為依據。由於採納會計準則第 12 號(修訂)，本集團改變其對有關投資物業遞延稅項的會計政策。根據此修訂，就計量遞延稅項時，均認定按公允價值模式計量的投資物業乃以透過出售而收回，除非在若干情況下此認定被駁回。此項修訂須於二零一二年一月一日或以後開始之年度被追溯應用，比較數字亦已相應重列。截至二零一一年三月三十一日止三個月的股東應佔溢利增加約港幣 0.31 億元，於二零一一年十二月三十一日的本公司股東應佔權益已增加約港幣 15.45 億元。

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及經修訂的準則、修訂及詮釋。本公司董事預計採用該等準則、修訂及詮釋不會對本集團的業績及財政狀況構成重大影響。

## 管理層討論與分析

### 業務回顧

截至二零一二年三月三十一日止第一季度，本集團未經審核之綜合營業額及本公司股東應佔綜合溢利分別約為港幣 33,348,000,000 元及港幣 1,327,000,000 元，分別較去年同期增加 25.0%及 54.8%。若扣除資產重估，本集團截至二零一二年三月三十一日止第一季度未經審核之本公司股東應佔基礎綜合溢利較去年同期減少 15.2%。

### 零售業務

本集團的零售業務於二零一二年第一季度錄得營業額及應佔溢利分別為港幣 24,150,000,000 元及港幣 1,327,000,000 元，分別較去年同期增加 27.0%及 82.8%。剔除估值盈餘的影響後，本業務於二零一二年第一季度的應佔溢利較去年同期增加 5.3%。

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 Vivo」及「Pacific Coffee」等業務組成。於二零一二年三月底，本集團在中國共經營超過 4,000 間店舖，其中約 80%是直接經營，其餘則為特許經營。

於回顧季度內，中國居民消費價格分類指數增幅回落，消費者信心回穩，而且，從二零一二年一月一日起，蔬菜流通環節免徵增值稅，對本業務產生積極影響，回顧季度內的同店銷售按年增長 6.4%。同時，本業務銷售增長亦受益於積極開拓新門店，以及收購江西洪客隆百貨投資有限公司所帶來的貢獻。

於回顧季度內，中國居民消費價格分類指數雖略有回落，但食品價格持續高位運行，消費意慾不強。同時受各地上調最低工資標準及行業正常加薪影響，去年第二季度開始員工工資普遍上調幅度較大，因此仍影響着本季度同比經營利潤。本業務通過業態多元化發揮協同效應，提升租賃談判的議價能力；籌建能源管理系統，推進門店節能改造；不斷梳理工作崗位，完善用工制度；積極全面地合理控制各項營運成本。

為進一步提高市場份額，本業務持續進行新市場的網絡佈局，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，同時對新開門店及虧損門店實行一對一的幫扶行動，提升其經營能力和績效。

展望未來，本集團零售業務將堅定實施「全國發展、區域領先、多業態協同」的戰略，加快成熟業態的拓展進度，鞏固在國內主要區域市場的領先地位，同時加快在三四線城市以及鄉鎮縣級市場的拓展速度；繼續推進「農超對接」基地的建設，繼續打造「食品安全示範店」和「環保節能示範店」；強化業態標準，推進規範執行，優化管理流程，以提高銷售和盈利水平。

## 啤酒業務

本集團的啤酒業務於二零一二年第一季度錄得營業額為港幣 5,778,000,000 元，較去年同期增加 17.9%；二零一二年第一季度的應佔虧損為港幣 33,000,000 元，去年同期的應佔溢利則為港幣 20,000,000 元。

本業務通過新建、併購啤酒廠及對部分原有啤酒廠進行改建擴建，不斷完善產能佈局。然而由於今年三月全國大部分地區氣溫偏低，長江中下游和以南地區連續陰雨天，影響本業務啤酒銷量。於回顧季度內，本集團啤酒銷量上升 4%至約 1,976,000 千升。通過「雪花 Snow」品牌宣傳推廣，提升品牌形象，本集團行銷全國的「雪花 Snow」啤酒於二零一二年第一季度的銷量亦上升 4%至約 1,804,000 千升，佔總銷量超過 90%。

於回顧季度內，本業務普遍成本上漲。為了應對激烈的市場競爭，加大促銷力度、增加市場宣傳投放，影響了短期經營業績。本集團啤酒業務通過發揮規模及集中採購優勢，積極推進精益生產，節能降耗，藉此舒緩成本上漲壓力。同時積極改善產品結構，致力提升精製酒銷量，從而提升平均銷售價格，穩固盈利空間。

位於河南及浙江新建及併購的啤酒廠已於回顧季度內相繼投產。於二零一二年三月底，本集團在中國內地經營超過 80 間啤酒廠，年產能超過 15,600,000 千升。

展望未來，本集團啤酒業務將持續開展「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；提升精製酒銷售，優化產品結構；加強集中採購。與此同時，本業務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，確保市場份額領先地位。

## 食品業務

本集團的食品業務於二零一二年第一季度錄得營業額及應佔溢利分別為港幣 2,580,000,000 元及港幣 57,000,000 元，分別較去年同期增加 14.1%及減少 51.3%。

內地肉食業務方面，縱使回顧季度內的毛豬供應充足使出欄價格於高位有所回調，但是主要經營費用包括毛豬採購成本仍同比增加，業務的成本壓力短期尚未得以舒緩，影响業務盈利表現。本業務透過加快渠道擴張，調整營銷策略，並提高了上海、山東等地市場分佈的協同能力，為實現本業務的戰略目標打下紮實的基礎。

內地綜合食品業務方面，除鞏固原有浙江市場外，更進一步大力拓展江蘇、安徽等周邊市場，並在揚州及杭州舉辦年度新品推廣發佈會，實現從地區市場向全國市場戰略轉型的第一步。因此，本業務於回顧季度內的營業額錄得理想增長。此外，積極調整產品結構提高盈利能力以抵銷普遍成本上升的影响，從而使營運優勢得以保持。

香港業務方面，凍品經銷業務於回顧季度內受到整體香港市場貨源供大於求的影響，凍品價格持續走低，營業額同比下降令致經營溢利受到拖累。活畜經銷業務受惠於強化內地活畜養殖業務帶來的協同效應，香港活豬市場佔有率繼續維持主導地位。但由於未能將內地進口毛豬價格上漲的壓力於短時間完全消化，回顧季度內的經營溢利仍受到影響。

遠洋捕撈及水產品加工業務於回顧季度內的經營溢利因柴油價格上漲而受到影響。該業務將繼續通過延伸產業鏈，開拓銷售渠道，同時利用本集團在中國的銷售渠道，大力拓展深海水產品市場，提升高附加值水產品的銷量。

展望未來，中國仍是本集團食品業務實現增長的重點市場。本業務除提升現有業務運營效率外，亦檢討和制定發展戰略，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

本集團的飲品業務於二零一二年第一季度錄得營業額及應佔溢利分別為港幣 929,000,000 元及港幣 6,000,000 元，分別較去年同期增加 63.8%和減少 40.0%。應佔溢利同比減少，主要是由於與麒麟控股株式會社的合營公司於二零一一年八月中旬正式成立，攤薄了飲品業務對本集團的盈利貢獻。

本集團飲品業務以「怡寶 C'estbon」純淨水作為主要業務，二零一二年第一季度的總銷量較二零一一年同期上升約 30%至約 677,000 千升。於回顧季度內，包裝水業務的銷量繼續保持平穩增長；其中位於湖南、四川、江西、福建等廣東省以外之市場銷量和營業額均錄得高速增長。「麒麟 Kirin」業務的現有產品已順利透過包裝水業務在廣東、湖南、四川等地的分銷渠道拓展銷售，並進行優化產品結構及理順價格體系等工作，積極改善虧損狀況。雖然於回顧季度內員工成本上升加重了經營成本，但是包括包裝物等主要原輔材料價格較去年底有所回落，減輕毛利率下降之營運壓力。

中國飲料市場的增長空間廣闊，有利本集團飲品業務的持續發展。本業務將發揮在中國的強大分銷能力，將「麒麟 Kirin」業務在中國市場的系列產品推廣至大部份業務已覆蓋的地區銷售，惠及廣大消費者。

## **財務回顧**

### **資產抵押**

於二零一二年三月三十一日，本集團已抵押賬面淨值為港幣 365,000,000 元(二零一一年十二月三十一日：港幣 306,000,000 元)的資產，以獲取銀行借貸及應付票據。

### **或然負債**

於二零一二年三月三十一日，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。上列二零一二年第一季度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  
首席執行官及執行董事  
陳朗

香港，二零一二年五月十六日

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)；非執行董事為閻颺先生、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。