

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

二零一四年第一季度

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。二零一四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二零一四年三月三十一日止第一季度之未經審核財務及經營狀況。

財務概要

	二零一四年 (未經審核) 港幣百萬元	二零一三年 (未經審核) 港幣百萬元
截至三月三十一日止三個月		
營業額	41,812	36,153
本公司股東應佔溢利	356	512
每股基本盈利 ¹	港幣 0.15 元	港幣 0.21 元
	二零一四年 三月三十一日 (未經審核) 港幣百萬元	二零一三年 十二月三十一日 (經審核) 港幣百萬元
本公司股東應佔權益	44,139	44,073
非控制股東權益	15,463	15,538
總權益	59,602	59,611
綜合借款淨額	1,932	1,167
負債比率 ²	3.2%	2.0%
每股資產淨值(賬面值):	港幣 18.36 元	港幣 18.34 元

附註:

- 截至二零一四年及二零一三年三月三十一日止三個月之每股攤薄盈利分別為港幣 0.15 元及港幣 0.21 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 (附註 1)	
	二零一四年 (未經審核)	二零一三年 (未經審核)	二零一四年 (未經審核)	二零一三年 (未經審核)	二零一四年 (未經審核)	二零一三年 (未經審核)
	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元	港幣百萬元
截至三月三十一日止三個月						
零售	28,081	25,923	471	525	464	525
啤酒	7,876	6,548	6	(23)	6	(23)
食品	3,942	2,433	(50)	57	(50)	57
飲品	2,259	1,453	10	8	10	8
	42,158	36,357	437	567	430	567
對銷業務間之交易	(346)	(204)	-	-	-	-
公司總部利息淨額及費用	-	-	(81)	(55)	(81)	(55)
總額	41,812	36,153	356	512	349	512

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:

甲、二零一四年零售業務的業績不包括投資性物業淨估值盈餘約港幣 7 百萬元。

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二零一四年一月一日開始會計期間的新及經修訂準則、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二零一三年十二月三十一日止年度全年財務報告所用者一致。

引用該等新及經修訂準則、修訂及詮釋對本集團於回顧會計期間及以往會計期間的業績及財務狀況並未構成重大影響，故毋須作出以往期間調整。

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及經修訂的準則及修訂。本公司董事預計採用該等準則及修訂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

截至二零一四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 41,812,000,000 元及港幣 356,000,000 元，分別較去年同期增加 15.7%及減少 30.5%。若扣除資產重估，本集團截至二零一四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 31.8%。

零售業務

本集團的零售業務於二零一四年第一季度的營業額及應佔溢利分別為港幣 28,081,000,000 元及港幣 471,000,000 元，分別較去年同期增加 8.3%及減少 10.3%。

本集團的零售業務主要由「華潤萬家 CR Vanguard」超級市場、「中藝 Chinese Arts & Crafts」、「華潤堂 CRCare」、藥妝店「采活 VIVO」及「太平洋咖啡 Pacific Coffee」等業務組成。於二零一四年三月底，本集團在中國共經營超過 4,600 間店舖，其中約 83%是直接經營，其餘則為特許經營。

於回顧期內，國內宏觀經濟增長放緩壓力持續，零售市場呈現增速放緩態勢。中央厲行節約，高級商品銷售普遍受到影響，加上電商銷售迅速增長，春節期間部份消費者選擇在網上置辦年貨。本集團零售業務的同店銷售按年下降 0.4%。

受各地上調最低工資標準及正常加薪影響，員工工資成本持續上調，對本集團的零售業務盈利能力繼續構成壓力。為此，本業務通過不斷梳理工作崗位，完善用工制度；推廣能源管理系統，加快門店節能改造；發揮多業態協同效應，提升租賃談判的議價能力等措施，積極全面地合理控制各項營運成本。

與此同時，本業務持續進行新市場的網路佈局，積極檢討商品結構和經營策略，以進一步提高本集團零售業務在全國的市場份額，擴大其在全國的影響力。於回顧期內，本集團以大賣場業態首次進駐遼寧省遼陽市和廣東省高州市等三四線城市，「太平洋咖啡 Pacific

Coffee」和「采活 VIVO」保持在一二線城市開店擴張，這些舉措都進一步提高了本集團零售業務的影響力。

此外，二零一三年十月，本集團與 Tesco PLC（「Tesco」）就整合中國零售業務，成立合資公司達成協議。該協議將於稍後完成。根據協議內容，Tesco 將把目前在內地經營的 134 間門店及 19 間購物商場注入合資公司。Tesco 以注入資產和現金港幣 43.25 億元認購合資公司新發股份，使得本集團與 Tesco 分別持有該合資公司 80%及 20%的股權。該合資公司將成為本集團與 Tesco 之獨家平台，主要於大中華通過從事大賣場、超級市場、便利店、現購自運業務和酒類專賣店（以及任何前述各項之網上／互聯網同類店舖）進行多種類零售業務。合資公司將成為大中華領先之多業態的零售商，支援快速增長及提升盈利能力，使國內專才與國際最佳營運實踐達成融合，為中國消費者提供更優良的零售服務，實現龐大的成本及營運協同效益。

展望未來，本集團零售業務將繼續堅定實施以大賣場為主力業態，依託優勢區域發展，驅動多業態迅速擴張，通過均好運營及資源掌控，成為行業領導者的戰略。為鞏固本集團零售業務在國內主要區域市場的領先地位，本業務將加快成熟業態的全國佈局，提高在三四線城市以及鄉鎮縣級市場的拓展進度，以進一步增加市場份額；全面規劃落實精益管理各項措施，促進內涵增長；同時主動推進供應鏈整合關係，進一步明確供應鏈的發展方向；繼續推進「農超對接」基地的建設，繼續打造「食品安全示範店」、「環保節能示範店」、「生鮮樣板店」、「生鮮自營試點店」和「鮮食加工中心」等；結合商圈特性與品類組合匹配的方法，繼續深化業態圖譜，提升門店形象，強化顧客體驗。

啤酒業務

本集團的啤酒業務於二零一四年第一季度的營業額為港幣 7,876,000,000 元，較去年同期增加 20.3%；二零一四年第一季度的應佔溢利為港幣 6,000,000 元，去年同期的應佔虧損則為港幣 23,000,000 元。

本業務於二零一四年第一季度的啤酒銷量較去年上升 12%至約 2,575,000 千升，其中行銷全國的「雪花 Snow」啤酒銷量同比上升 8%至約 2,271,000 千升，佔總銷量約 90%。本年首季啤酒銷量保持增長，主要是持續完善產能佈局、加強品牌推廣，以及開拓市場分銷渠道和改進銷售渠道及終端建設湊效所致。於回顧期內，全國廣泛地區氣溫較往常偏高，促使啤酒市場整體容量有所增長，且本業務的精製酒銷量快速增長，亦有助於提升整體銷量。

於回顧期內，面對市場競爭進一步加劇，本業務適度增加對促銷和市場宣傳費用的投入，在銷售收入增加帶動下，經營利潤有所增長。與此同時，本業務通過發揮集中採購及規模優勢，積極推進精益生產，以舒緩成本上漲壓力；並致力深化產品結構調整，帶動平均銷售價格上升，穩固盈利空間。

於二零一四年三月底，本集團在中國內地經營超過 95 間啤酒廠，年產能超過 19,000,000 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，提升品牌的美譽度和忠誠度；加大對精製酒推廣，優化產品結構。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，確保市場領先地位。

食品業務

本集團的食品業務於二零一四年第一季度的營業額為港幣 3,942,000,000 元，較去年同期增加 62.0%；二零一四年第一季度的應佔虧損為港幣 50,000,000 元，去年同期的應佔溢利則為港幣 57,000,000 元。本業務正處於轉型期，大米等新業務尚屬培養期，市場開拓費用較大，對本業務的盈利能力造成影響。

香港業務方面，生豬市場總體行情因市場供應相對充足仍顯弱勢，生豬價格持續處於低位；另外飼料等大宗原料仍維持高位，使得養殖效益受壓。面對生豬市場的低迷，通過提高養殖管理水準和新增南方自有養殖供港基地以及河南淮陽原種豬場的營運，以改善豬源結構及品質，提高競爭力及盈利能力。

肉食業務方面，通過大力拓展一級批發以及鮮肉分割業務以及在多個城市增設肉食專營零售門店等手段，使得營業額較去年同期大幅增加；另外由於國內生豬市場價格的下跌，使得肉食業務收購成本下降，盈利能力提高。

內地綜合食品業務方面，作為一般餐飲及家庭消費為主要的部分調味品銷售依然旺盛，通過促銷增加了市場份額，鞏固了在市場上的主導地位。

大米業務通過併購實現快速發展，並依靠零售業務平台和品牌基礎逐步向全國拓展銷售，致力打造「五豐 Ng Fung」大米優質品牌。內地生鮮業務方面，通過豐富產品組合及多樣性吸引消費群體，提升產品競爭力與銷售渠道的穩定性。

展望未來，本集團食品業務將持續專注國內市場，通過不斷壯大規模，提升現有業務營運效率，積極推進發展戰略，透過「五豐 Ng Fung」品牌宣傳推廣，進一步提升國內業務的盈利能力。

飲品業務

本集團的飲品業務於二零一四年第一季度的營業額及應佔溢利分別為港幣 2,259,000,000 元及港幣 10,000,000 元，較二零一三年同期分別增加 55.5%及 25.0%。

本業務於二零一四年第一季度的飲品總銷量較去年同期上升 44%至約 1,402,000 千升，主要是「怡寶 C'estbon」純淨水銷量增長迅速，加上積極推廣飲料產品銷售，以及進一步細化銷售區域，提升市場競爭力所致。於回顧期內，本業務進一步鞏固純淨水業務在華南地區的領先地位，並以廣東省、湖南省及四川省為核心市場，進而開拓周邊地區銷售網絡。同時，亦通過影視營銷及投放網絡媒體等廣告宣傳及開展綫下推廣活動，如贊助「世界水日」活動及「咱們回家吧」微電影等，以支持「怡寶 C'estbon」品牌全國擴張，並帶動純淨水銷售增長。

面對市場競爭及飲料產品處於投入期，本業務於回顧期內積極加強飲料產品的市場宣傳投放及促銷力度，並增加與包裝水在銷售管道上的協同投入，聚焦重點城市，從而提高產品知名度及認受性，促進飲料產品的營業額持續增長。

展望未來，面對行業多樣化的營銷手段及飲料產品的持續創新，市場競爭日趨激烈，本業務除進一步提升現有營運效率外，將持續加強產品研發和推廣，以迎合顧客需求；繼續優化營銷策略以提升品牌形象，從而提高市場份額。

財務回顧

資產抵押

於二零一四年三月三十一日，本集團已抵押賬面淨值為港幣 380,000,000 元(二零一三年十二月三十一日：港幣 514,000,000 元)的資產，以獲取銀行借貸及應付票據。

或然負債

於二零一四年三月三十一日，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。上列二零一四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
主席
陳朗

香港，二零一四年五月二十六日

於本公告日期，本公司執行董事為陳朗先生（主席）、洪杰先生（首席執行官）、劉洪基先生（副主席）及黎汝雄先生（首席財務官）。非執行董事為杜文民先生、魏斌先生、閻颺先生、黃道國先生及陳鷹先生。獨立非執行董事則為黃大寧先生、李家祥博士、鄭慕智博士、陳智思先生及蕭炯柱先生。