

潤啤今年首兩月銷售增 股價漲4.4%

侯孝海：受惠國策不斷落地 消費市場明顯回升

穩中有進

華潤啤酒（00291）公布去年全年業績，股東應佔溢利47.4億元（人民幣，下同），按年減少8%，每股基本盈利1.46元。派末期息0.387元，全年派息減少18.8%至0.76元。另今年首兩個月的初步數據顯示，集團啤酒銷量在去年高基數的情況下達單位數增長，其中「喜力」銷量持續兩位數快速增長。集團股價在業績公布後抽升，收市報28.50港元，升4.4%。

大公報記者 麥晉瑋

截至去年底，集團在內地25個省、市、區共營運62間啤酒廠，年產能約187億升。至於白酒營業額按年升4個百分點至21.49億元，息稅折舊及攤銷前盈利按年升近8%至近8.47億元。受惠成本控制取得顯著成效，產品盈利能力不斷增強，帶動毛利率按年上升5.6個百分點至68.5%。

### 去年啤酒毛利率升至41.1%

集團董事會主席侯孝海表示，去年整體業務表現符合預期，甚至比原預期的還好一點。去年內地整體經濟面臨大挑戰，內地消費市場出現一定的收縮和降級，集團在波動的環境下取得穩定表現，同時在高端化發展上取得較好成績。

去年，集團啤酒營業額按年跌1%至364.86億元，銷量按年跌2.5%至108.74億升，EBITDA按年升2.4%至78.81億元。此外，持續的高端化發展帶動平均銷售價格按年上升1.5%，推動啤酒業務毛利率上升0.9個百分點至41.1%。

### 未來繼續高端化策略

另外，去年集團中、高檔產品銷量都出現單位數增長，高檔以上產品銷量更超過9%，其中「喜力」在去年高基數的情況下仍取得近兩成增長，「老雪」、「紅爵」的銷量也基本實現翻倍增長。根據內部估算，集團在行業高端市場的影響力進一步加大，高端啤酒銷量已經在行業中排在前列。

## 太保資管香港推代幣化美元貨幣基金

【大公報訊】中國太保投資管理（香港）推出代幣化的美元貨幣市場基金「CPIC Estable Money Market Fund」，其是證監會監管的香港開放式基金型公司（OFC）框架下的代幣化美元貨幣市場私募基金，並在證監會註冊登記，且基金僅針對專業投資者，運作的首日申購規模已達1億美元，預計後續規模將快速成長。

中國太保投資管理（香港）為基金發起人和管理人，thePAC是該基金的代幣化發行平台，渣打銀行為基金提供託管、註冊登記人和基金行政服務。根據資料，基金將投資於美元計價的短期存款及優質貨幣市

## 聯通算力投資增28% 升級AI數據中心

【大公報訊】中國聯通（00762）董事長陳忠岳表示，人工智能（AI）浪潮為中國聯通帶來發展機會，是公司向科技服務轉型的重要引擎。集團會在基礎設施、數據集、大模型、智能體、AI安全方面增加布局。

陳忠岳提到，中國聯通將着力把數據中心升級為人工智能數據中心（AIDC），包括去年已簽約智算及AIDC的額度已超過260億元（人民幣，下同），重點打造10個國家級的智算數據中心，同時，集團將提升聯通雲的算力規模，完善協同效應。中國聯通去年資本開支為613.7億元，按年下跌約17%，陳忠岳預算，今年資本開支將進一步降至約550億元，惟當中算力投資預算按年增加28%。

中國聯通高級副總裁唐永博補充說，對於國產AI大模型應用有信心，因此中國聯通今年將繼續加大算力基建及AIDC等投入，相關資本開支佔比料高於30%，並會因應6G技術等發展適時調整，以滿足客戶及發展需求。

### 去年淨賺206億增逾一成

中國聯通昨日公布，2024年全年淨利潤增加逾10%至206億元。EBITDA（除息、稅、折舊及攤銷前盈利）為994億元，按年減少

侯孝海續稱，未來集團會繼續高端化策略。鑒於2025年前兩個月情況樂觀，在國家支持提振消費的政策不斷落地，內地消費市場出現明顯回升跡象，啤酒行業基本面出現明顯好轉，春節期間餐飲消費市道有一定程度的復甦，且明顯可見華潤啤酒今年首兩個月的業務表現有較好增長，故感覺今年啤酒行業場景會進一步恢復。

侯孝海又預期集團今年在啤酒及白酒的銷量基本持平，而在營業額及盈利方面會追求有明顯增長。

不過，侯孝海指出，價格戰在新的商業世界裏屬最差且最無效的策略，若現時任何企業採取價格戰，不僅不利於產業發展、行業健康、高質量發展，最重要是亦會對自身業務產生重要損害，形容價格戰不是中國經濟的正確選項。

### 數字化升級 業務降本增效

展望未來，集團將繼續進行數字化升級，通過數據賦能業務降本增效，並挖掘業務新的增長點，當中包括「智慧採購」、「智能製造」、「數字化營銷」等，如建設採購商城，採購與財務管理一體化管控，通過數位化工具輔助業務決策。同時會加快推進智能製造藍圖落地，打造智能工廠、建設生產作業指揮中心。此外，集團將優化提升客戶關係管理（CRM）系統，並通過優化小程序、數據分析以及消費者數據平台，助力營銷活動及品牌高端化。

場工具。

### Web3發展宜與傳統金融結合

中國太保投資管理（香港）CEO周成崗表示，Web3不是憑空創造出來的，需要一步一步來建造，與傳統金融結合是未來Web3發展的重要方向，也是確定性最大的方向之一。代幣化美元貨幣市場基金的發行，代表着太保資管香港在這個方向上走出了具有里程碑意義的一步，接下來將充分發揮作為優秀的傳統金融資產管理者的優勢，利用RWA技術將更多傳統資產代幣化，為Web3世界提供更多有着真實收益的優良資產。



▲中國聯通今年將繼續加大算力基建及AIDC等投入，相關資本開支佔比料高於30%。

聯通2024年全年業績		
分項	金額（人民幣）	按年變動
營業收入	3896億元	+4.6%
EBITDA	994億元	-0.4%
淨利潤	206億元	+10.1%
末期息	0.1562元	+16.9%

0.4%。董事會建議派末期息每股0.1562元，增近16.9%。期內，總收入錄得近3896億元，按年增長4.6%，其中，來自聯通雲的收入佔686億元，升17.1%。

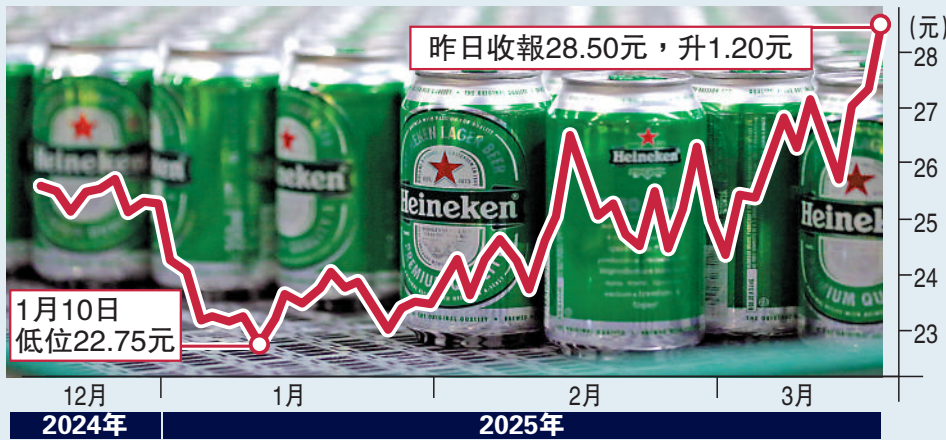


▲左起：華潤啤酒公司秘書及投資者關係總監梁偉強、集團首席財務官趙偉、集團董事會主席侯孝海、集團總裁趙春武及集團副總裁魏強。

管理層言論	
行業展望	●今年啤酒行業整體形勢較為樂觀，隨着中央政策不斷落地，推動中國消費市場出現明顯回升跡象，並大大增強對未來的信心
啤酒業務	●基本面出現明顯好轉，春節期間餐飲消費市道有一定程度的復甦，且明顯可見集團今年首兩個月的業務表現有較好增長，感覺今年啤酒行業場景會進一步恢復
白酒業務	●隨着白酒行業進入發展調整期，集團將堅定戰略自信，保持戰略定力，通過深入推進啤白雙賦能，建立獨特的競爭能力，品牌產品創新和銷售模式升級
目標	●今年啤酒、白酒產品銷量實現按年持平或輕微增長，同時追求營業額及利潤有明顯增長

大公報整理

### 華潤啤酒(00291)近月走勢



華潤啤酒2024年業績摘要		
項目	金額（人民幣）	按年變動
營業額	386.35億元	-0.76%
啤酒業務營業額	364.86億元	-1.0%
白酒業務營業額	21.49億元	+4.0%
經營活動現金流入	69.28億元	+67.0%
EBITDA	86.94億元	+3.0%
每股基本盈利	1.46元	-8.1%

華潤啤酒2024年銷量數據	
項目	變動
高檔及以上產品銷量增長	+9%
其中喜力銷量增長	+約20%
老雪、紅爵銷量增長	+約100%
中檔及以上產品銷量佔比	+逾50%

大公報整理

## 里昂：國策支持消費股估值修復

【大公報訊】內地公布提振消費專項行動方案政策後，多家大行唱好中國消費股，如里昂便發表研究報告指出，內地新近公布的提振消費政策基調大致符合市場預期，續列安踏（02020）為消費股首選，並看好蒙牛（02319）及農夫山泉（09633）等。

里昂的研究報告表示，自上周五以來中國消費股一直領先於消費政策走勢，運動服飾、白酒、乳製品等高波動性股份表現出色，主要來自估值修復的支持，預測今年國家支持政策將繼續利好「國貨替代」投資主題、運動服飾、IP以及白酒等產業，惟旅遊業則較為不利。

此外，在必需消費品行業中，里昂最看好運動服飾板塊，因為服裝行業在結構性滲透率提升方面有一定空間，而且宏觀政策前景向好，該行又重申安踏是非必需消費品行業中面向內需的首選股份，而消費板塊中其他首選股股份還包括蒙牛、農夫山泉及

華住集團（01179）。不過，接下來的業績期，企業的態度和零售銷售數據將至關重要。

### 大華繼顯薦蒙牛潤啤海爾

另大華繼顯也發表研究報告指，內地公布提振消費專項行動方案，旨



▲券商分析意見認為，消費板塊中的其他首選股份，蒙牛是其中之一。

在通過增加收入及減輕財務負擔來提升消費能力，通過高質量供給產生有效需求，並改善消費環境以增強消費者的消費意願。在中國消費板塊中，大華繼顯則看好安踏、蒙牛、華潤啤酒（00291）、銀娛（00027）、海爾智家（06690）等，並對中國消費板塊維持「增持」評級。

### 大摩看好白色家電股

摩根士丹利也發表報告指，目前內地投資者的態度轉趨樂觀，因消費復甦跡象顯現，例如一線城市二手房銷售好於預期且價格穩定，以及部分子行業的估值具吸引力。但「新消費」相對更受投資者青睞，包括IP零售、珠寶和新鮮即製飲料，相較「舊消費」包括家電、傢具及運動服飾獲得更強烈的關注。不過，摩根士丹利預計在業績前，投資者將重新聚焦於白色家電，因其盈利增長較具韌性，而且派息有可能提高。

## 特步多賺20% 盈利12億新高

【大公報訊】特步國際（01368）昨日公布2024全年業績，去年集團純利達12.38億元（人民幣，下同），按年升20.2%創新高。董事會建議末期股息每股9.5港仙，可股股息，另外年內派發特別股息每股44.7港仙，全年股息增加221.7%。集團主席兼行政總裁丁水波表示，儘管宏觀環境存在不確定性，但中央政府出台的消費刺激政策為集團的收入和利潤提供了增長空間，相信今年將是中國零售、消費市場的重要拐點。

受惠於主品牌表現穩健，以及專業運動分部的強勁增長所帶動，特步持續經營業務收入增加6.5%至135.77億元，其中主品牌收入增加3.2%至123.27億元，專業運動分部收入按年增57.2%至12.5億元。

### 今年一線核心商圈優先開店

截至2024年12月31日，集團於內地及海外共有6382家特步成人品牌店鋪，按年減少189家門店，以及1584家特步兒童門店，亦按年減119家門店。當中索康尼（Saucony）品牌門店去年新增35家，在內地有145家。丁水波表示，今年將不會大規模增加店鋪數量，不過預計今年將新增約30家索康尼門店，將優先開在一線城市的核心商圈。

此外，丁水波表示，今年下半年及明年將回



▲丁水波（右二）將是中國零售、消費市場的重要拐點。大公報攝

特步業績摘要		
分項	金額（人民幣）	按年變動
收入	135.77億元	+6.5%
純利	12.38億元	+20.2%
主品牌收入	123.27億元	+3.2%
專業運動分部收入	12.5億元	+57.2%
每股基本盈利	48.7分	+19.4%
末期股息	9.5港仙	+18.7%
特別股息	44.7港仙	—

大公報整理

收經銷商經營400至500家門店，佔整體6000多家門店約8%至10%。他預料內地體育用品需求將穩健增長，集團將加大投入DTC（品牌直接面向消費者）戰略，並將實行開大店及關小店的策略。