

上市近20年的華潤創業，經歷了從多元化綜合企業到今天蛻變成中國最大消費品公司之一的發展格局，其快速成長的過程見證了中國市場過去十年的重大演變。我們認為，華創未來能夠持續為股東創造新價值的主要原因，是基於其能在中國經濟

從「製造時代」向「消費時代」的轉變過程中給國內消費者提供更高品質的產品、服務體驗，以及格調。華創不僅是普羅大眾的生活必需品，它也會成為正在不斷提高生活品質的消費大眾的寵兒。
■香港文匯報記者 謝志豪、羅紫韻

點金

我們正在全面走進又一個新時代，心中的宏圖，手中的藍圖，將最終決定我們腳下的版圖。

宏圖



華創的宏圖

做中國最大的消費品企業

華潤創業有限公司(上市編號:0291)之前以53億人民幣收購金威啤酒，被市場人士理解為是正在加速擴大啤酒版圖之舉。該公司目前正處於穩定快速增長階段，令這家自2002年起便主動公佈季度業績的公司現金充裕，可以有足夠資源實現其「通過併購或內涵式增長」於未來發展成中國消費品行業前三名公司的宏圖。

該公司戰略策劃及投資者關係部總經理謝丹瀚，日前在接受本報記者專訪時強調，華創正在集中所有資源，專注於內地的消費品生產及零售業務。華創的策略重點是，通過成為國內銷售額及市場份額達前列的啤酒品牌和零售商，加上其食品和飲品業務，最終發展成為中國三大消費品生產與零售企業之一。

啤酒業務一直是華創其中一個主要業務，「是次收購金威啤酒是否意圖改變過往單一品牌策略？」「華潤啤酒仍處於一個需要快速擴張的時期，收購金威有助我們擴張廣東地區的啤酒版圖。事實上，華創收購金威啤酒的目的，除了是看好金威在廣東市場的影響力外，更可憑藉擁有金威位於東莞、佛山、汕頭、深圳等啤酒釀造廠，增加我們的產能和規模效應，從而進一步提升我們在全國啤酒行業的領導地位。」

早在上世紀90年代，華創在中國已率先參與啤酒業務。公司在93年收購潘陽雪花後，已定下宏圖要將華潤啤酒王國拓展至全中國。經過多年的努力，目前華潤創業已在全國擁有超過80家啤酒廠，年產量約1,900萬千升；而行銷全國的雪花啤酒銷量亦佔華創總銷量超過90%，華創憑着雪花啤酒這個品牌，使其在中國啤酒版圖中佔據了超過20%的市場份額，成為中國及全世界以銷量計算最大的單一品牌啤酒企業。

雖然啤酒行業在過去幾年裡發生多個大大小小的併購，但華創不單屹立不倒，還越戰越強。「華創旗下的80家啤酒廠中，大部分都是通過收購獲得的。在收購之後，我們會提升效率、擴大產能及進行渠道優化。儘管中國已由10多年前1,000多家啤酒

廠，減少到現在約200家，但未來的併購機會仍然存在。」

「總之，我們的啤酒版圖要向全國進發，我們初期的戰略是『以農村包圍城市』，即先把華創的啤酒王國打入農村市場，在那裡將我們的啤酒品牌變成主流後，再向大型城市推進。而現時我們已在大部分城市站穩了腳跟。我認為，中國市場若干年後只會剩下數個享負盛名的啤酒品牌，當然華創將是其中一個。」

在擴大啤酒版圖的同時，零售業務也是華創重點投資經營的核心業務。過去數年，華創透過多業態的營運模式，抓住了中國整體消費升級、消費者購買力提升及消費市場進一步細分的機遇，為中國消費者提供獨特的購物體驗和消費樂趣。「我們意識到部分亞洲大型成熟城市的消費品零售公司，若採用多業態發展戰略，他們可以在市場中取得很高的份額。」

「事實上，如果只以單一的業態(比如大賣場)與知名的對手競爭，我們只會永遠處於跟隨者的地位。華創要成為領先者，就必須具備創新概念，透過經營專業店、大型超市和便利店等多業態形式的店舖，以提升公司整體的市場份額，與外資競爭對手抗衡，與其他零售商形成一定的差異化優勢，進而實現業績的提升。再者，通過多業態這種業務模式，不僅有助華創提升租賃談判的議價能力，亦更進一步發揮零售業務的協同效應。」在華創實施多業態的發展戰略下，已在其零售版圖中成功經營了包括「華潤萬家Vanguard」、「Ole」、「中藝Chinese Arts & Crafts」、「華潤堂CR Care」、「太平洋咖啡Pacific Coffee」等知名品牌。

為了擁有更完善的全國分銷網絡，爭取更大的市場份額，華創亦為其零售業務畫下一幅發展藍圖：華創未來將加快拓展於國內主要區域市場的成熟業態，並加快三四線城市以及鄉鎮縣級市場的拓展進度。「市場份額對你們有何意義？」「我們身處一個經濟急速發展的時代，中國消費者的要求不斷改變，我們必須取得較多市場份額，才能算得上中國



最大、最成功的消費品企業之一。」

除了對外兼併增強實力外，華創亦勤練「內功」，而其內在的增長動力主要源自內生式的發展(內涵式增長)。「我們會透過改進自身的管理和提高效率，以及對終端管道的把控來提升市場份額，務求將公司利潤帶到另一個新階段。」謝丹瀚表示，「概括地說，華創未來的增長動力將有約三分之一來自收購合併，另外約三分之二則來自內涵式增長；至於業務分佈方面，各業務未來會持續發展，零售和啤酒業務的佔比仍會較大，舉例來說，2011年的利潤中，40%為零售業務，40%為啤酒業務，另外20%為食品及非酒精飲品業務。」

儘管中國營商市場瞬息萬變，但華創優勝之處，就是具備前瞻性，能夠制定長遠目標，比別人早著先機。」謝丹瀚始終認為：「只有最強大的企業集團才能生存下來。這就是華創矢志成為中國前三位消費品企業的原因，而我們亦有信心可以做得到！」

啤酒版圖

截至2011年年底，華創在中國擁有約80間啤酒廠，年產能超過15,300,000千升。集團行銷全國的「雪花Snow」啤酒於2011年的銷量約9,172,000千升，佔總銷量約90%。啤酒業務於2011年年底在中國的市場份額超過20%，其「雪花Snow」啤酒連續七年蟬聯中國啤酒行業單品銷量第一的桂冠，亦是以銷量計算全球最暢銷單一啤酒品牌。



零售版圖

截至2011年年底，華創在中國共經營約4,000家多業態形式的店舖(如大型超市、標準超市、便利店及專業店等)。集團對零售業務實施「全國發展、區域領先、多業態協同」的戰略，知名品牌包括「華潤萬家CR Vanguard」、「蘇果Suguo」、「歡樂頌Fun2」、「Ole」、「blt」、「Vango」、「Voi!Ja!」、「中藝Chinese Arts & Crafts」、「華潤堂CR Care」、「采活Vivo」及「太平洋咖啡Pacific Coffee」等。



華創戰略策劃及投資者關係部總經理謝丹瀚表示，公司矢志成為中國排名前三位的消費品企業。



華創近日宣佈以53億人民幣收購金威啤酒

升級版網站

提供：金銀・外匯・股票・期貨交易

- 實時金銀外匯報價
- 國際即時新聞
- 股市、金銀、外幣每日分析

(852) 2574 2229 (86) 135 6070 1133

英皇金融證券集團
Emperor Financial Capital Group

提供：金銀・外匯・股票・期貨交易

縱橫匯海 財經網站
www.MW801.com

(英皇金融證券集團全股匯期財經網站)

資訊提供 THOMSON REUTERS

經濟通

免費贈送 2013年投資大計記事簿、年曆及數據年曆海報。(數量有限，先到先得，送完即止)

www.MW801.com

英皇尊貴理財中心 EMPEROR VIP CENTRE 香港灣仔軒尼詩道288號英皇集團中心8樓801室

手機 WhatsApp/WeChat: 9262 1888
Email: GOLD@MW801.com QQ/ 微訊 ID: 268021801