

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。



華潤飲料(控股)有限公司

China Resources Beverage (Holdings) Company Limited

(以存續方式於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2460)

截至2025年12月31日止年度 全年業績公告

財務摘要

	截至12月31日止年度	
	2025年 (經審核)	2024年 (經審核)
收入 (人民幣千元)	11,002,111	13,521,246
本公司擁有人應佔年內利潤 (人民幣千元)	985,341	1,636,694
每股基本收益 (人民幣元)	0.41	0.79
建議分派之每股末期股息 (人民幣元)	0.088	0.307
建議分派之每股特別股息 (人民幣元)	0.165	0.176

董事會欣然宣佈本集團截至2025年12月31日止年度之經審核綜合業績：

合併損益及其他綜合收益表

截至2025年12月31日止年度

	附註	截至12月31日止年度	
		2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
收入	3	11,002,111	13,521,246
銷售成本		(5,976,769)	(7,123,982)
毛利		5,025,342	6,397,264
其他收入	4	405,163	289,000
其他收益及虧損	5	(18,886)	(13,975)
預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)		189	(1,178)
經銷及銷售費用		(3,778,980)	(4,058,384)
行政開支		(337,956)	(295,651)
研發成本		(76,934)	(53,354)
財務成本	6	(1,858)	(2,441)
上市開支		-	(37,587)
稅前利潤		1,216,080	2,223,694
所得稅開支	7	(207,607)	(562,855)
年內利潤	8	1,008,473	1,660,839
歸屬於以下的利潤：			
— 本公司擁有人		985,341	1,636,694
— 非控股權益		23,132	24,145
		1,008,473	1,660,839
其他綜合收益：			
其後將不會重新分類至損益的項目：			
功能貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額		58,102	210,338
其後可能重新分類至損益的項目：			
換算海外業務而產生的匯兌差額		(173,096)	(163,246)
年內綜合收益總額		893,479	1,707,931
歸屬於以下的綜合收益總額：			
— 本公司擁有人		870,347	1,683,786
— 非控股權益		23,132	24,145
		893,479	1,707,931
每股收益(人民幣元)：			
基本	10	0.41	0.79
攤薄	10	0.41	0.79

合併財務狀況表

於2025年12月31日

	於12月31日	
	2025年	2024年
附註	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產		
物業、廠房及設備	6,155,785	5,923,500
使用權資產	637,731	578,651
遞延稅項資產	188,285	91,834
購置物業、廠房及設備以及租賃土地的按金	62,878	136,158
定期銀行存款	671,641	–
其他非流動資產	1,980	3,522
	<u>7,718,300</u>	<u>6,733,665</u>
流動資產		
存貨	399,310	504,209
貿易及其他應收款項	11 823,536	667,877
可收回所得稅	32,974	118,491
應收直接控股公司款項	22,118	22,697
定期銀行存款	5,218,817	4,946,590
現金及現金等價物	1,173,525	5,700,765
	<u>7,670,280</u>	<u>11,960,629</u>
流動負債		
貿易及其他應付款項	12 3,144,376	3,718,714
合同負債	265,562	193,338
銀行借款－一年內到期	894	6,035
應付股東款項	1,925	2,370,394
應付所得稅	169,493	19,444
租賃負債－一年內到期	13,374	14,107
	<u>3,595,624</u>	<u>6,322,032</u>
流動資產淨值	<u>4,074,656</u>	<u>5,638,597</u>
總資產減流動負債	<u>11,792,956</u>	<u>12,372,262</u>

於12月31日

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
--	----------------	----------------

資本及儲備

股本	8	8
儲備	<u>10,729,399</u>	<u>11,300,368</u>
本公司擁有人應佔權益	<u>10,729,407</u>	<u>11,300,376</u>
非控股權益	<u>584,030</u>	<u>560,898</u>
權益合計	<u>11,313,437</u>	<u>11,861,274</u>

非流動負債

應付股東款項－非流動	131,579	131,579
遞延稅項負債	152,477	201,226
銀行借款－一年後到期	12,971	11,148
租賃負債－一年後到期	15,773	25,388
遞延收入	<u>166,719</u>	<u>141,647</u>
	<u>479,519</u>	<u>510,988</u>
	<u>11,792,956</u>	<u>12,372,262</u>

合併財務報表附註

於2025年12月31日

1. 合併財務報表的編製基準

合併財務報表已根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則會計準則編製。就編製合併財務報表而言，倘有關資料合理預期會影響主要使用者作出之決定，則有關資料被視為重大。此外，合併財務報表包括上市規則及香港《公司條例》所規定的適用披露。

本公司董事批准該等合併財務報表時合理預期，本集團在可見將來有充裕資源繼續營運。因此彼等繼續採納持續經營的會計基準來編製合併財務報表。

2. 重大會計政策資料

本集團持續應用由香港會計師公會頒佈的所有新訂及經修訂香港財務報告準則會計準則及其詮釋，於2025年1月1日開始的會計期間生效。

已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂香港財務報告準則

本集團並無提早應用下列已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂香港財務報告準則：

香港會計準則第21號(修訂本)	換算為惡性通脹呈列貨幣 ³
香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則第7號(修訂本)	金融工具分類及計量的修訂 ²
香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則第7號(修訂本)	涉及依賴自然能源生產電力的合同 ²
香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號(修訂本)	投資者與其聯營公司或合營公司之間的資產 出售或注資 ¹
香港財務報告準則會計準則(修訂本)	香港財務報告準則會計準則的年度改進— 第11冊 ²
香港財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露 ³

¹ 於待定日期或之後開始的年度期間生效。

² 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效。

³ 於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效。

除下文所述香港財務報告準則的修訂本外，本公司董事預期應用香港財務報告準則所有其他修訂本將不會在可預見的將來對合併財務報表造成重大影響。

香港財務報告準則第18號財務報表的呈列及披露

香港財務報告準則第18號財務報表的呈列及披露載列財務報表的呈列及披露規定，將取代香港會計準則第1號財務報表的呈列。本新訂香港財務報告準則會計準則在延續香港會計準則第1號中的多項規定的同時，引入新規定以於損益表內呈列指定類別及界定的小計；在財務報表附註中披露管理層界定的業績指標（「**管理層界定的業績指標**」）及改進於財務報表中將予披露的合併及分類資料。此外，香港會計準則第1號的部分段落已移至香港會計準則第8號及香港財務報告準則第7號。香港會計準則第7號現金流量表及香港會計準則第33號每股盈利亦作出細微修訂。

香港財務報告準則第18號及其他準則的修訂本將於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效，並允許提早應用。應用新訂準則預期不會在確認及計量方面對本集團的財務表現及狀況造成重大影響。然而，預期其將影響合併損益表的架構及呈列。此外，本集團管理層界定的業績指標所要求的額外披露將於本集團合併財務報表的獨立附註中披露。本集團正評估香港財務報告準則第18號對本集團合併財務報表的詳細影響。

3. 收入及分部資料

收入指於該兩個年度銷售包裝飲用水及飲料的已收及應收款項(扣除退貨及撥備)。

收入明細

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
產品種類		
銷售包裝飲用水	9,503,506	12,124,048
銷售飲料	1,498,605	1,397,198
合計	<u>11,002,111</u>	<u>13,521,246</u>
收入確認時間		
在某一時間點	<u>11,002,111</u>	<u>13,521,246</u>

地域市場

本集團逾99%的收入及營運利潤來自位於中國大陸的客戶，且本集團逾99%的非流動資產(不包括金融資產及遞延稅項資產)位於中國大陸。

分部資料

為分配資源及評估表現，主要經營決策者(「**主要經營決策者**」)審閱根據相同會計政策編製的本集團整體業績及財務狀況。因此，管理層認為本集團僅有一個經營分部。

分部資產及負債

主要經營決策者所採用的本集團分部報告計量方法並無計入資產及負債。因此，並無呈列分部資產及負債。

4. 其他收入

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
銀行存款利息收入	274,672	167,520
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的 投資收入	4,750	18,721
政府補助	74,015	60,650
回收包裝材料銷售	39,851	37,077
其他	11,875	5,032
	<u>405,163</u>	<u>289,000</u>

5. 其他收益及虧損

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
出售物業、廠房及設備的虧損淨額	(12,667)	(13,567)
折價收購子公司的收益	-	5,442
匯兌收益淨額	1,491	537
其他	(7,710)	(6,387)
	<u>(18,886)</u>	<u>(13,975)</u>

6. 財務成本

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
銀行借款利息	(568)	(933)
來自子公司非控股股東的貸款利息	-	(441)
租賃負債利息	(1,290)	(1,067)
	<u>(1,858)</u>	<u>(2,441)</u>

7. 所得稅開支

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
即期稅項：		
中國企業所得稅(「企業所得稅」)	(348,296)	(395,289)
分配收入的預扣稅	-	(135,265)
	<u>(348,296)</u>	<u>(530,554)</u>
過往年度撥備不足	(4,511)	(139)
	<u>(352,807)</u>	<u>(530,693)</u>
遞延稅項	145,200	(32,162)
	<u>(207,607)</u>	<u>(562,855)</u>

於兩個年度內，由於本集團並無於香港產生或源自香港的應稅利潤，故並無作出香港利得稅撥備。

根據開曼群島的規則及規例，本集團毋須於開曼群島繳納任何所得稅。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》（「**企業所得稅法**」）及《企業所得稅法實施條例》，中國子公司的稅率為25%。

8. 年內利潤

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
年內利潤經扣除以下各項後得出：		
確認為開支的存貨成本	5,863,383	7,027,630
核數師酬金	3,590	3,590
董事薪酬	6,820	6,468
其他員工薪金及其他福利	1,681,001	1,861,012
其他員工退休福利供款	330,589	268,086
員工總成本	<u>2,018,410</u>	<u>2,135,566</u>
物業、廠房及設備折舊	793,456	545,175
使用權資產折舊	<u>30,020</u>	<u>30,117</u>

9. 股息

於2024年4月，本公司根據截至2023年12月31日的合併保留利潤向上市前的現有股東宣派股息人民幣25億元，於2024年10月本公司完成上市後生效。股息人民幣2,368,421,000元已於2025年11月14日結算。

於2025年3月，本公司董事建議就截至2024年12月31日止年度派付末期股息每股普通股人民幣0.307元及特別股息每股普通股人民幣0.176元，總金額為人民幣1,158,329,000元，已於2025年6月6日的本公司股東週年大會上獲股東批准並於2025年7月24日以現金派付。

於2025年8月，董事會宣派截至2025年6月30日止六個月的中期股息每股普通股人民幣0.118元，總額為人民幣282,987,000元(截至2024年6月30日止六個月：無)。股息已於2025年10月24日以現金派付。

於報告期結束後，本公司董事建議就截至2025年12月31日止年度派發末期股息每股普通股人民幣0.088元及特別股息每股普通股人民幣0.165元，總額為人民幣606,744,000元，惟須待股東於應屆股東大會上批准後，方可作實。

10. 每股盈利

本公司擁有人應佔每股基本及攤薄盈利乃根據以下數據計算：

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
盈利		
用作計算每股基本及攤薄盈利的盈利 (本公司權益擁有人應佔年內利潤)	985,341	1,636,694
股份數量		
用作計算每股基本盈利的普通股加權平均數	2,398,196,600	2,073,130,091
首次公開發售中攤薄潛在普通股超額配股權的影響	-	80,618
用作計算每股攤薄盈利的普通股加權平均數	2,398,196,600	2,073,210,709

11. 貿易及其他應收款項

	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
貿易應收款項		
— 第三方	308,566	280,027
— 同系子公司	21,920	11,991
	<u>330,486</u>	<u>292,018</u>
減：信貸虧損準備	(36,705)	(36,765)
	<u>293,781</u>	<u>255,253</u>
其他應收款項	30,439	30,022
應收票據	—	30,000
預付供應商款項	21,973	13,229
可收回增值稅款	477,343	339,373
	<u>823,536</u>	<u>667,877</u>

以下為於報告期末按商品交付日期呈列的貿易應收款項(扣除信貸虧損準備)的賬齡分析：

	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
0至90天	245,801	243,869
91至180天	45,280	8,853
181至365天	2,404	1,678
超過365天	296	853
	<u>293,781</u>	<u>255,253</u>

於報告期末，應收票據的賬齡均在90日內。

本集團的政策是給予其貿易客戶60至90天的信貸期。具有良好還款記錄的大型或長期客戶可獲授較長的信貸期。

於接納任何有信貸限額的新客戶前，本集團會評估彼等的歷史背景及於市場的可信度。信貸限額將參考研究結果釐定，並將每年覆核一次。

12. 貿易及其他應付款項

	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
貿易應付款項(附註)		
— 第三方	295,735	529,961
— 同系子公司	25,809	95,334
	<u>321,544</u>	<u>625,295</u>
應付銷量折扣及推廣費用	1,297,200	965,540
應付工資	188,607	404,895
應付按金	449,055	385,728
廣告應付款項	159,222	165,836
運輸應付款項	207,274	246,961
應計上市開支	—	7,549
其他應付款項及應計費用		
— 第三方	389,935	658,930
— 同系子公司	131,539	257,980
	<u>521,474</u>	<u>916,910</u>
	<u>3,144,376</u>	<u>3,718,714</u>

附註：

於兩個年度期間，供應商授予本集團的信貸期介乎15天至60天。以下為於報告期末按發票日期呈列的貿易應付款項的賬齡分析：

	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
0至90天	320,412	621,974
91至180天	383	2,705
181至365天	589	570
超過365天	160	46
	<u>321,544</u>	<u>625,295</u>

貿易應付款項為無抵押及不計息。

管理層討論與分析

宏觀及行業環境

2025年，全球宏觀經濟環境持續承壓，地緣政治與貿易格局演變仍對消費復甦節奏帶來不確定性挑戰。國內層面，促消費、穩增長政策繼續加力，推動消費市場在結構調整中整體回穩。飲料行業於波動中保持韌性，零售表現呈現溫和復甦與品類分化並存的態勢，為本集團在複雜環境中穩健經營帶來了機遇與考驗。

業務回顧

本集團致力於成為滿足中國消費者基本及多樣化飲用需求的首選品牌，不斷在多元化的品牌組合下開發及提供各種高品質即飲軟飲，主要包括「怡寶」、「至本清潤」、「蜜水系列」、「假日一刻」及「佐味茶事」等品牌。本集團精心打造了一系列大眾喜愛的產品組合，主要分為兩類：包裝飲用水產品和飲料產品，在中國消費者中得到廣泛認可。

本集團全年錄得收入共計人民幣11,002.1百萬元，較2024年下降18.6%，其中，包裝飲用水產品的收入佔總收入的比例為86.4%，飲料產品的收入佔總收益的比例為13.6%。下表載列本集團於所示期間各產品類別的收入和佔總收入比例明細：

產品類別	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	金額 (人民幣百萬元)	佔總收入百分比 (%)	金額 (人民幣百萬元)	佔總收入百分比 (%)
包裝飲用水產品	9,503.5	86.4	12,124.0	89.7
小規格瓶裝水產品 ⁽¹⁾	5,396.2	49.0	7,028.4	52.0
中大規格瓶裝水產品 ⁽²⁾	3,637.4	33.1	4,606.7	34.1
桶裝水產品 ⁽³⁾	469.9	4.3	488.9	3.6
飲料產品	1,498.6	13.6	1,397.2	10.3
合計	11,002.1	100.0	13,521.2	100.0

附註：

- (1) 小規格瓶裝水產品指單瓶容量不超過1升的包裝飲用水產品。
- (2) 中大規格瓶裝水產品指單瓶容量在1升至15升之間的包裝飲用水產品。
- (3) 桶裝水產品指單瓶容量為18.9升的包裝飲用水產品。

包裝飲用水產品

本集團以「怡寶」為核心品牌，進行包裝飲用水產品的生產與銷售。截至2025年12月31日，本集團的包裝飲用水產品包括「怡寶」、「怡寶露」、「本優」、「FEEL」品牌下的瓶裝水產品以及「怡寶」和「加林山」品牌下的桶裝水產品。

2025年本集團包裝飲用水產品錄得收入人民幣9,503.5百萬元，較2024年下降21.6%，佔2025年內總收入的86.4%。

回顧2025年包裝飲用水業務，本集團致力於成為水之集大成者，堅持「好水不分水種」的發展理念，推動多品牌多水種發展。以「怡寶」、「本優」為重點發力品牌，通過規格擴充、包裝創新豐富產品線發展。年內推出「本優」包裝飲用水「茶伴」5L，主打泡茶概念，滿足家庭辦公場景需求；「怡寶」上市口袋裝純淨水210ml，適配外出在途飲用場景。在行業發展環保趨勢下，2025年12月推出創新包裝產品「怡寶」紙盒裝330ml，在香港上市試銷，滿足消費者多元化飲用場景需求。

飲料產品

近年來，本集團保持包裝飲用水業務穩步發展的同時，持續推動飲料業務的發展。2025年，本集團飲料領域共推出23個新品SKU，「至本清潤」、「蜜水系列」持續豐富口味及產品規格的延伸，「假日一刻」果汁系列及「佐味茶事」無糖茶系列升級產品及延伸規格，滿足消費者在即飲、分享及家庭使用等全場景下的差異化需求，積極打造第二增長曲線。年內，飲料產品錄得收入人民幣1,498.6百萬元，較2024年增長7.3%，佔2025年總收入的13.6%。

本集團報告期內有三個品牌的茶飲料產品，包括「至本清潤」草本植物飲料、「佐味茶事」茶飲料以及「願事之茗」奶茶飲料。「至本清潤」聚焦草本清潤屬性，報告期內推出450ml燉梨新口味，產品精選碭山酥梨與漳州枇杷為核心原料，搭配黃冰糖調製，口感清潤清甜且無膩感，精準匹配換季乾燥、炎熱出行、工作學習等多元消費場景。基於該口味清爽適合暢飲的產品特性，本集團進一步延伸產品線，推出對應1L暢飲裝；同年7月，至本清潤300ml迷你裝產品正式上市，有效滿足電商、KA渠道連包銷售需求，至此「至本清潤」品牌形成多容量、多場景覆蓋的產品矩陣，產品線豐富度顯著提升。「佐味茶事」緊跟健康消費升級趨勢，其無糖茶系列於2025年7月完成升級上市，產品容量提升至500ml，精選中國優質茗茶品種，採用先進茶萃取工藝製作，實現0糖0卡的健康屬性，同步推出「茉莉玉露」、「鐵觀音」、「巖茶」三大經典茗茶口味；與此同時，對應1L暢飲裝產品同步上市，為消費者帶來自在輕盈的健康茶飲體驗，進一步強化品牌在無糖茶細分領域的市場競爭力。「願事之茗」奶茶飲料堅持精選優質茗茶與新西蘭進口奶源，打造茶感甘醇、奶味清甜的核心口感。品牌始終圍繞「幸運、滿足」的核心調性，深度契合大眾消費者對飲品口味與情緒體驗的雙重需求，為消費者帶來兼具口感享受與情感共鳴的產品體驗。

本集團目前有兩個品牌的果汁類飲料產品，即「蜜水系列」水果飲料和「假日一刻」果汁飲料。其中，「蜜水系列」堅定踐行「新鮮、健康、用心」的品牌理念，以「用心配，才對味」為核心價值主張，致力為消費者帶來鮮如現泡、清爽適口的高品質飲品體驗。報告期內，該系列積極推動產品創新與線路豐富，成功上市新口味「蜜水青提」，同步推出480ml常規裝與350ml迷你裝兩種規格，新產品精選清新甘甜的優質青提汁為核心原料，搭配進口優質蜂蜜調製，實現滋味清甜爽口、鮮如現泡的核心口感優勢；與此同時，為進一步滿足大眾暢飲需求，本集團同期推出「蜜水檸檬」「蜜水青提」1L暢飲裝產品，有效完善了「蜜水系列」的產品規格體系，提升對不同銷售渠道與消費場景的適配能力。

2025年8月，本集團「假日一刻」果汁系列完成全新升級，產品新包裝統一採用「假日一刻」作為品牌名，通過構建單一旦更具傳播力的品牌標識體系，有效降低消費者品牌識別成本，幫助消費者在接觸產品時快速、清晰地記憶品牌，顯著提升品牌傳播效率與記憶點，同時為品牌後續拓展多元產品線築牢品牌認知根基。產品口味方面，該系列涵蓋葡萄汁、桃汁、橙汁三大經典口味，堅持精選優質產地水果為原料，並採用領先的無菌冷灌技術，最大程度保留果汁的原生美味與新鮮口感；產品規格進一步覆蓋450mL常規裝與1.5L大容量裝，可全面匹配個人飲用、家庭分享、戶外出行等多元飲用場景，提升產品對不同消費需求的適配能力。

本集團報告期內運動飲料品牌為「魔力」，堅持「健康、積極、力量」的品牌理念，以「喝魔力有活力」、「中國國家隊官方運動飲料」為傳播核心，為消費者提供健康清爽的專業運動飲料。品牌持續優化產品，新產品採用更適配運動場景飲用的運動蓋包裝，含電解質、氨基酸、葡萄糖、維生素B6，幫助快速補充電解質和能量，恢復運動狀態。全新上市550ml運動蓋以及1L大包裝產品，滿足不同運動場景下的產品需求。

本集團報告期內其他飲料產品為咖啡飲料「焰焙」，圍繞「助燃生活動力」的品牌定位，以「濃醇焰焙，燃力加倍」為核心主張，為消費者提供濃鬱醇香的咖啡體驗，全新上市400ml拿鐵、摩卡兩個口味新品，以及180ml濃醇拿鐵、絲滑澳白兩個便攜裝。

2011年，根據與「麒麟」品牌訂立的戰略合作，我們相繼引進了「午後奶茶」系列產品、「火咖」系列產品及「源自世界的廚房」系列產品作為我們產品組合的一部分。我們與「麒麟」品牌的IP合作已於2025年屆滿，截止目前，雙方未另行續期，相關合作已經終止。

銷售網絡

本集團堅持渠道多樣化發展趨勢，穩步推進渠道優化，並開展渠道分類優化調整，在提升渠道效率的同時豐富渠道客戶類型，包括傳統渠道、KA渠道、特通渠道、教育渠道、休閒娛樂渠道、新興渠道、餐飲渠道、家庭渠道及電商等新興渠道。在鞏固傳統渠道優勢地位同時，積極拓展客戶體系及渠道商網絡，設定專項經銷商如品類經銷商、餐飲服務商、特渠服務商等類別，加強客戶自營能力，助力渠道及品項發展。本集團持續拓展新興渠道，完善在線業務矩陣佈局，迎合家庭消費場景搭建家庭渠道在線購買通道，強化消費者觸達；同時持續開發零食折扣客戶，通過差異化產品應對競爭，積極佈局零食折扣銷售場景，推動多渠道共同發展，以滿足市場和消費者需求。

品牌建設

本集團採取「聚焦資源、集中發力」的戰略方針，秉持長期主義的理念持續深耕體育營銷。以中國國家隊／TEAM CHINA、中國足球職業聯賽、馬拉松三大頂級體育IP為支點，構建具備深度與廣度的體育營銷體系，令每一瓶產品皆成為健康生活的見證者。2025年，本集團持續深耕體育營銷，核心開展多項頂級體育IP合作，實現品牌價值與商業效益雙提升。報告期內本集團再度成為中國國家隊官方合作夥伴，怡寶品牌聯合戶外媒體、央視體育頻道集中投放廣告，並通過主流互聯網媒體開展內容傳播，在提升品牌美譽度的同時，持續深化其中國國家隊官方飲用水身份。與此同時，本集團聚焦國內頂級賽事，官宣冠名超甲乙三級聯賽，成為中國職業聯賽首次統一冠名商。報告期內，超甲乙聯賽已完成八百餘場比賽，觀眾總人次近八百九十萬，火熱球市為品牌帶來高頻次曝光，有效助力怡寶產品全國市場銷售。該項目以「因為熱愛」為核心傳播主張，通過情感共鳴、文化傳承與品牌價值觀的深度綁定，成功串聯賽事、運動員與球迷文化合作，實現用戶圈層突破與商業價值轉化。此外，本集團持續深化馬拉松賽事合作，全年執行賽事90場。通過怡寶夢之隊隊員參賽及舉辦馬拉松訓練營活動，加強與跑者的溝通。

本集團圍繞旗下各品牌差異化定位，構建「精準定位+多元賦能+全域聯動」的品牌推廣體系，在實現各品牌特色化發展的同時，形成統一營銷協同效應，有效提升整體品牌矩陣的市場競爭力與消費者影響力。品牌差異化推廣層面，本公司針對不同品類品牌的核心價值與目標客群制定針對性營銷策略。「至本清潤」錨定中式經典草本植物飲料賽道，以傳統文化與東方美學為核心，通過攜手擊劍世界冠軍孫一文、聯名《只此青綠》IP、贊助《圓桌派》第八季及升級線下廣告與終端陳列，強化品牌文化屬性與消費者信賴感；「魔力」聚焦專業運動飲料領域，深化體育營銷，借中超開幕式完成品牌升級與新品發佈，聯動中國國家羽毛球隊夯實國家隊背書，覆蓋各級足球聯賽與馬拉松賽事，並攜手首席運動官王欣瑜佈局運動場館、校園等場景，推動終端銷售轉化；「蜜水檸檬」主打「新鮮對味」，上半年聯名B.Duck小黃鴨推出限定產品與快閃活動觸達年輕圈層，下半年借力中國國家羽毛球隊，通過賽事話題互動深化新鮮健康的品牌標籤。共性推廣策略上，三大品牌均以跨界合作為重要抓手，通過牽手知名IP、體育賽事、冠軍運動員等外部資源快速提升品牌話題度與辨識度；同時堅持線上線下全域聯動，整合社交媒體傳播、話題互動、線下活動、終端陳列等多種營銷形式實現品牌信息多維度觸達；此外，各品牌均注重消費者深度互動，通過主題活動、場景體驗等方式強化品牌與用戶的情感連接，助力品牌價值傳遞與市場份額提升。

生產

2025年內，本集團堅定踐行「1+N」產能戰略，持續推進產能佈局優化以強化競爭力。在包裝水領域，依據優質水源地開發及物流樞紐選址標準有序實施產能擴張：除武夷山大包裝生產線、自建溫州工廠外，兩家合作工廠也已按計劃實現投產，以補充發展市場及紙盒包裝水產能。在飲料領域，在現有4家自有工廠穩定運營基礎上，新增2家合作工廠以優化華南地區及華東地區產能結構，有效降低綜合運營成本並提升市場響應效率。此外，宜興工廠二期項目已全面投入運營，湖北工廠建設亦按既定計劃穩步推進。隨著新工廠相繼建成投運，本集團自有產能佔比將持續提升，這不僅有效增強生產自主性、穩定性並降低整體生產成本，更為未來市場份額的持續拓展與盈利增長奠定堅實基礎，持續鞏固行業領先地位。

質量控制

本集團遵循「華潤飲料全價值鏈食品安全與質量管理體系」，並在運行過程中不斷完善，全面覆蓋供應鏈、生產流程和製成品管理各個環節。在全流程當中開展多種質量檢查及測試程序，包括外觀及重量檢查、物理性能測試、化學分析及微生物測試等，確保產品符合相關質量標準並遵守適用的法律及法規。本集團的質量控制措施亦適用於合作生產夥伴。

新品研發

2025年，本集團以技術創新為核心引擎，全面深化研發戰略。通過構建開放型產學研合作、積極形成高價值知識產權並參與標準建設，有效驅動產品矩陣多元化升級與技術壁壘構築，為本公司市場競爭力躍升提供堅實支撐。

產品研發層面，本集團聚焦消費者健康養生需求，研發團隊成功推出23個新品SKU，進一步豐富產品矩陣。上半年聚焦中式養生賽道，推出標誌性產品「至本清潤枇杷燉梨」，同步上市「蜜水青提」「焙焙咖啡」等風味創新飲品，初步覆蓋傳統滋養與日常風味需求；下半年研發方向向功能細分與消費場景深化延伸，針對健康控糖趨勢，研發上市無糖茶系列「巖茶、鐵觀音、茉莉玉露」，主打零糖零脂與天然茶香，滿足消費者輕負擔飲品需求；同時將經典產品「焙焙咖啡」升級為罐裝規格，拓寬飲用場景、提升便攜性與一致性體驗，進一步覆蓋熱販賣等消費場景，強化品牌在咖啡細分市場的佈局。

產學研合作方面，本公司持續深化與頂尖科研機構的協同創新，圍繞行業共性技術難題開展專項攻關。年內與浙江大學茶葉研究所合作，重點突破茶飲料穩定性與沉澱控制關鍵技術；與西南大學柑橘研究所協同，開展橙汁飲料渾濁與沉澱形成機理及控制技術研究。上述合作以「基礎研究—技術轉化—產品應用」為路徑，聚焦產業實際痛點，系統性提升產品品質與供應鏈掌控力，相關階段成果已成功應用於下半年上市的無糖茶系列新品及1.5L「假日一刻」橙橙假日果汁飲料的品質升級，實現研發創新向市場產品的有效轉化。

科研成果轉化與行業影響力構建方面成效顯著。全年圍繞配方開發、工藝研究及微生物技術研發等領域，新增申請專利12項，其中發明專利佔比超40%，進一步夯實技術護城河；基於產學研合作成果，研發團隊在國內外核心期刊發表技術論文3篇，提升本公司在基礎研究領域的學術聲譽。同時，本集團作為主要起草單位之一，參與制定3項飲料相關團體標準，推動行業技術規範進步，強化了在細分領域的話語權與引領作用。

未來展望

2026年，本集團將以品牌年輕化與深度消費者洞察為核心，聚焦用戶需求與場景體驗，以產品力驅動品牌長效增長。錨定品類多元、場景細分、價值高端方向構建戰略。產品端，本集團將著力打造梯度化產品矩陣，迭代茶飲料、運動飲料等成長品類。同時，依託以消費者為導向的研發機制，聚焦新品的細分場景，深度貼近消費者真實需求，快速響應消費者反饋並持續優化產品，強化產品核心競爭力。營銷與渠道端，面對充滿機遇與挑戰的2026年，本集團將繼續深化體育營銷，依託「中國國家隊官方飲用產品」這一核心品牌資產，推動水飲品牌協同發力；同時精耕終端市場，融合全渠道網絡，以系統化策略強化市場滲透力，持續推動集團高質量發展。

本集團將積極洞察消費趨勢與競爭格局變化，以前瞻性和系統性的戰略部署引領發展。致力於優化產品結構與資源配置，探索新興增長機會，並持續提升供應鏈與渠道體系的競爭力。通過靈活適配市場動態，構建面向持久的核心優勢，本集團有信心推動實現高質量、可持續增長，朝著做優做強、建設世界一流綜合飲料企業的目標堅實邁進。

財務回顧

收入

報告期內，本集團從兩類商品產生收入，即包裝飲用水產品及飲料產品。

2025年本集團錄得收入人民幣11,002.1百萬元，較2024年的人民幣13,521.2百萬元減少18.6%，主要是由於包裝水銷量減少，加大營銷資源投入，以及產品結構變化影響。

銷售成本

本集團的銷售成本主要包括：(i)原材料及包裝材料成本；(ii)合作生產夥伴服務費；及(iii)生產費用。

2025年本集團的銷售成本為人民幣5,976.8百萬元，較2024年的人民幣7,124.0百萬元減少16.1%，主要是由於包裝水銷量下降，原材料價格下降，以及價值鏈延伸、調整生產夥伴費率等成本控制措施的綜合影響。

毛利及毛利率

2025年本集團的毛利為人民幣5,025.3百萬元，較2024年的人民幣6,397.3百萬元減少21.4%。2025年本集團的毛利率為45.7%，毛利率同比減少1.6個百分點，主要是由於加大營銷資源投入以及產品結構變化的綜合影響。

其他收入

2025年本集團其他收入為人民幣405.2百萬元，佔總收入的3.7%，較2024年的人民幣289.0百萬元增加40.2%，主要是由於利息收入和政府補助增加。

其他收益及虧損

2025年本集團的其他收益及虧損為虧損人民幣18.9百萬元，較2024年的虧損人民幣14.0百萬元增加35.1%，主要是由折價收購子公司的收益減少。

預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)

本集團在預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)由截至2024年的虧損人民幣1.2百萬元減少116.1%至2025年的撥回人民幣0.2百萬元，主要是由於加強貿易應收款項信用風險管理。

經銷及銷售費用

本集團的經銷及銷售費用主要包括：(i)員工成本，主要指與本集團的銷售和營銷人員有關的工資、獎金、養老金費用和其他社會保險費用等；(ii)營銷和推廣費用，主要指為本集團的客戶、零售網點和終端消費者提供服務的營銷活動費用，例如廣告、體育賽事及綜藝節目合作、貨架展示和促銷材料；(iii)物流服務開支，主要為本集團產品運輸服務所產生的費用；(iv)折舊及攤銷，主要與商用冷藏展示櫃有關；及(v)其他費用，如差旅費。

2025年本集團的經銷及銷售費用為人民幣3,779.0百萬元，較2024年的人民幣4,058.4百萬元減少6.9%，主要是由於銷量營業額相關的營銷費用減少。

行政開支

本集團的行政開支主要包括：(i)員工成本；(ii)諮詢費用；(iii)主要與設備及辦公樓有關的折舊及攤銷；及(iv)其他(包括工廠開辦費等)。

2025年本集團的行政開支為人民幣338.0百萬元，較2024年的人民幣295.7百萬元增加14.3%，主要是由於優化落後產能增加的一次性人工費用。

研發成本

本集團的研發成本主要包括：(i)研發人員的員工成本；(ii)與諮詢服務有關的服務費；及(iii)試驗檢驗費。

本集團的研發成本由2024年的人民幣53.4百萬元增加44.2%至2025年的人民幣76.9百萬元，主要是由於加大研發投入力度。

財務成本

本集團的財務成本主要包括銀行借款利息以及租賃負債利息。

本集團的財務成本由2024年的人民幣2.4百萬元減少至2025年的人民幣1.9百萬元，主要是由於銀行借款減少。

所得稅開支

本集團的所得稅開支由2024年的人民幣562.9百萬元減少至2025年的人民幣207.6百萬元，主要是由於稅前利潤減少，以及跨境分紅再投資、境內外公司盈利結構變化帶來的有效所得稅率降低。

年內利潤

由於上述原因，本集團的年內利潤由2024年的人民幣1,660.8百萬元減少39.3%至2025年的人民幣1,008.5百萬元，而本集團的淨利潤率由2024年的12.3%降至2025年的9.2%。

存貨

本集團的存貨主要包括：(i)原材料及消耗品，主要包括包裝材料和配料；及(ii)製成品，主要包括包裝飲用水和飲料產品。原材料及消耗品佔本集團存貨的大部分。

本集團的存貨由2024年12月31日的人民幣504.2百萬元減少至2025年12月31日的人民幣399.3百萬元，主要是由於2024年年末為農曆新年備貨影響。存貨周轉天數由2024年12月31日的22.6天增加至2025年12月31日的27.6天。

貿易及其他應收款項

本集團的貿易及其他應收款項主要包括貿易應收款項、可收回增值稅款、預付供應商款項及其他應收款項。

本集團的貿易及其他應收款項由2024年12月31日的人民幣667.9百萬元增加至2025年12月31日的人民幣823.5百萬元。貿易應收款項周轉天數從2024年12月31日的7.5天增加至2025年12月31日的10.3天。主要是由於現代渠道投入增加帶來的貿易應收款項增加。

貿易及其他應付款項

本集團的貿易及其他應付款項主要指貿易應付款項、應付銷售折扣及推廣費用、應付工資、應付按金、廣告應付款項及運輸應付款項。

本集團的貿易及其他應付款項據由2024年12月31日的人民幣3,718.7百萬元減少至2025年12月31日的人民幣3,144.4百萬元。貿易應付款項周轉天數從2024年12月31日的36.9天減少至2025年12月31日的28.9天。主要是由於包裝水生產量減少以及成本控制的綜合影響。

銀行借款

於2025年12月31日，本集團的流動及非流動銀行借款結餘為人民幣13.9百萬元。該銀行借款以人民幣計值，並按與中國人民銀行規定的貸款利率掛鈎的浮動利率計息，截至2025年12月31日的實際年利率為2.36%。該銀行借款主要用於日常經營使用。

流動資金及資本資源

於2025年12月31日，本集團銀行存款和現金總額為人民幣7,064.0百萬元，主要以港幣和人民幣持有。本集團通過集中資金管理，保持合理和充足的現金水平。

槓桿比率

於2025年12月31日，本集團槓桿比率(等於截至同日的計息債務總額除以權益總額再乘以100%)為0.4%，與2024年12月31日本集團的槓桿比率0.5%下降0.1個百分點。

重大投資、重大收購及出售

截至2025年12月31日，本集團未有根據上市規則附錄D2第32(4A)段須披露的重大投資情況及有關附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購及出售情況。

未來重大投資或資本資產計劃

於本公告日期，除招股章程披露的「未來計劃及所得款項用途」外，本集團現時沒有計劃取得其他重大投資或資本資產。

或有負債

截至2025年12月31日止年度，本集團無任何重大或有負債。

資本開支

截至2025年12月31日止年度，本集團的資本開支約為人民幣1,495.3百萬元(截至2024年12月31日止年度：人民幣2,136.0百萬元)，主要用於購建設備、使用權資產及其他非流動資產等。

資產抵押

於2025年12月31日，本集團以抵押賬面價值為人民幣113.5百萬元的房屋建築物及土地使用權，作為銀行借款的擔保(於2024年12月31日：人民幣119.6百萬元)。

外匯風險

本集團的大部分收入和大部分支出均以人民幣計價。本集團的附屬公司在中國大陸及香港營運，並分別以當地貨幣作為其功能貨幣(即人民幣及港元)。本集團進行若干以外幣計值的交易，因此產生匯率波動風險。本集團目前並無外幣對沖政策。然而，管理層會監察外匯風險，並將於有需要時考慮對沖重大外幣風險。

人力資源及薪酬政策

截至2025年12月31日，本集團有11,374名全職僱員，其中大部分位於中國大陸。下表載列按職能劃分的僱員人數：

職能	截至2025年12月31日	
	僱員人數	佔僱員總數的百分比 (%)
銷售及市場推廣	8,859	78
行政	320	3
研發	98	1
生產	2,097	18
合計	<u>11,374</u>	<u>100</u>

本集團堅持「以人為本」，致力於建立專業高效的管理體系，在所有僱傭實踐中提供公平和平等的機會，通過完善人才選拔和培養機制，包括為新入職員工提供企業文化、業務及行業的新員工培訓，以提高彼等對本集團的瞭解及履行職責的能力；定期向員工提供度身訂造的內部培訓課程或安排員工參加第三方提供的培訓課程，以提高彼等的技術技能；為若幹員工及優秀年輕骨幹提供管理技能培訓機會，以幫助彼等過渡至管理職位等，鼓勵員工充分發揮創造力，保持核心團隊的積極性和穩定性。同時，本集團遵循法律法規有關工資待遇及福利的要求，不斷完善薪酬福利管理辦法，努力為員工提供全面且具有競爭力的薪酬福利保障，包括為員工提供具競爭力的薪金、全面的保險計劃及以績效為基礎的獎勵計劃，該等計劃通常基於員工個人的表現及本集團業務的整體表現。另外，我們通過多元化的文體活動豐富員工業餘生活，亦設立「員工互助基金」對遭受重大疾病、重大意外事故的員工家庭及時發放救助款。截至2025年12月31日，該項目共資助超過240個員工家庭，發放基金超人民幣700萬元。

全球發售及所得款項淨額用途

本公司於2024年10月23日於聯交所成功上市，並於2024年11月12日部分行使招股章程所述的超額配股權，經扣除承銷費用及相關開支，總上市所得款項淨額為人民幣5,213.5百萬元。

於2025年12月31日，上市所得款項淨額已使用人民幣1,853.9百萬元，餘額於香港持牌銀行作為定期存款的方式持有。

當前招股章程所披露所得款項淨額的擬定用途並無重大變動，有關進一步資料，請參閱招股章程「未來計劃及所得款項用途」章節。下表為截至2025年12月31日本公司全球發售募集的所得款項淨額使用情況，未動用所得款項餘額的預期時間表乃本公司經考慮當前及未來的市場發展狀況及公司業務需求後作出的估計，因此可能予以變更。

招股章程 所述的用途	計劃 比例	截至2024年 12月31日止		截至2025年 12月31日止		於2025年 12月31日 尚未動用結餘 (人民幣百萬元)	悉數動用尚未 動用所得款項 淨額的時間表
		所得款項淨額 (人民幣百萬元)	尚未動用結餘 (人民幣百萬元)	已動用款項 (人民幣百萬元)	尚未動用結餘 (人民幣百萬元)		
(1) 戰略性擴張和優化產能	30%	1,564.1	1,435.3	482.7	1,081.4	於2029年9月30日 或之前	
(2) 加速銷售渠道擴張及 提升渠道效率	23%	1,199.1	1,113.5	415.6	783.5	於2029年9月30日 或之前	
(3) 進行銷售和營銷活動	23%	1,199.1	995.5	760.7	438.4	於2027年9月30日 或之前	
(4) 增強產品研發能力	3%	156.4	147.9	66.1	90.3	於2029年9月30日 或之前	
(5) 數字化升級	3%	156.4	133.8	120.4	36.0	於2029年9月30日 或之前	
(6) 進行潛在投資及併購機會	8%	417.1	417.1	0	417.1	2026年暫時無計劃	
(7) 營運資金及作一般公司用途	10%	521.3	521.3	8.4	512.9		
總計	100%	<u>5,213.5</u>	<u>4,764.4</u>	<u>1,853.9</u>	<u>3,359.6</u>		

末期股息及特別股息

董事會建議於2026年8月28日，向於2026年7月15日名列本公司股東名冊的股東派發截至2025年12月31日止年度末期股息每股人民幣0.088元（「**末期股息**」）及特別股息每股人民幣0.165元（「**特別股息**」）。末期股息及特別股息須待股東於將予舉行的股東週年大會（「**股東週年大會**」）上批准，方可作實。（倘於股東週年大會上獲批准）末期股息及特別股息將以港幣現金支付。股東有權選擇以人民幣現金收取全部或部分末期股息及特別股息。末期股息及特別股息的港幣金額按照股東週年大會日期前（包括該日在內）五個工作天中國人民銀行公佈的人民幣兌換港幣的中間價的平均價計算。（倘於股東週年大會上獲批准）末期股息及特別股息預計將於2026年8月28日（星期五）支付予2026年7月15日名列本公司股東名冊的股東。

除非股東以股息貨幣選擇表格選擇以人民幣現金收取末期股息及特別股息，否則末期股息及特別股息將分別以港幣現金支付。股息貨幣選擇表格預計於2026年7月24日（星期五）寄發予股東，倘股東選擇以人民幣收取全部或部分末期股息及特別股息，股東須填妥股息貨幣選擇表格以作出有關選擇，並最遲須於2026年8月10日（星期一）下午4時30分前送達本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司（地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓）。

暫停辦理股份過戶登記

為釐定獲得末期股息及特別股息的資格，本公司將於2026年7月15日（星期三）至2026年7月17日（星期五）（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會辦理任何股份過戶登記。為符合資格享有末期股息及特別股息，所有股份過戶文件連同有關股票須於2026年7月14日（星期二）香港時間下午4時30分前，送交本公司的香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司（地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓）進行登記。

期後的重大事項

於報告期結束後至本公告日期，並無發生任何於重大方面影響本集團業務營運的重大事項。

企業管治常規

本公司深知在本集團管理架構及內部控制程序引入優良的企業管治元素的重要性，藉以達致有效的問責性。

本公司已應用企業管治守則所載的原則並採納當中所述的守則條文。本公司堅信，董事會中執行董事、非執行董事與獨立非執行董事的組合應保持平衡，以使董事會有強大的獨立性，能夠有效作出獨立判斷。

本公司於截至2025年12月31日止年度一直遵守企業管治守則列載之所有適用守則條文。

董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納標準守則作為其證券交易之守則，以規管董事的所有證券交易及標準守則涵蓋之其他事項。

本公司已向全體董事作出特定查詢，彼等確認截至2025年12月31日止年度一直遵守標準守則。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於2025年內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券(包括出售庫存股份(定義見上市規則))。截至2025年12月31日，本公司或其附屬公司並無持有庫存股份。

審核委員會及審閱年度業績

本公司已根據上市規則第3.21條及企業管治守則成立審核委員會(「**審核委員會**」)，並訂有書面職權範圍。審核委員會由兩名非執行董事(即林國龍先生及王德剛先生)及四名獨立非執行董事(即姚洋博士、周永健博士、李引泉先生及鄭寶川女士)組成。審核委員會主席為姚洋博士。李引泉先生擁有上市規則第3.10(2)條及第3.21條所規定的適當會計或相關財務管理專業知識。審核委員會的主要職責為檢討及監督本公司的財務申報程序、風險管理及內部控制系統，以及提名及監察外聘核數師及企業管治守則規定的其他職責。

審核委員會已連同董事會及本公司核數師審閱本集團所採用的會計原則及政策以及本集團截至2025年12月31日止年度的合併財務報表。審核委員會認為相關財務報表的編製符合適用的會計準則及要求，並已作出足夠的披露。

本公司核數師之工作範圍

本集團的核數師，執業會計師德勤•關黃陳方會計師行(「德勤」)已就本集團截至2025年12月31日止年度業績初步公告中披露的綜合財務狀況表、綜合損益及其他全面收益表以及相關附註中的財務數據與本集團當期經審計綜合財務報表內的數據核對一致。德勤在這方面進行的工作並不構成鑒證業務，因此德勤不對初步業績公告發表意見或出具鑒證結論。

刊登全年業績公告及年報

本全年業績公告刊載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.crbeverage.com)，以及載有上市規則所規定的所有資料的本公司2025年年報將於適當時候寄發予需要印刷本的股東，並於上述網站刊載。

釋義

「董事會」	指	本公司董事會
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載的企業管治守則
「中國」	指	中華人民共和國，但就本公告而言，且僅作地區參考，除文義所指外，不包括香港、澳門特別行政區及台灣地區
「本公司」	指	華潤飲料(控股)有限公司，一家以存續方式於開曼群島註冊成立的有限公司，其股份於聯交所上市(股份代號：2460)
「合作生產夥伴」	指	建立合作夥伴關係以有效滿足市場需求的生產工廠(包括代工廠)
「董事」	指	本公司董事
「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售(定義見招股章程)

「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司
「港元」	指	香港法定貨幣，分別為港元及港仙
「香港會計師公會」	指	香港會計師公會
「香港」	指	中國香港特別行政區
「IP」	指	知識產權
「KA渠道」	指	關鍵客戶渠道
「麒麟」	指	麒麟控股株式會社，一家在全球範圍內運營的啤酒、飲料及健康科學與製藥的跨國公司
「上市日期」	指	2024年10月23日，即股份上市及獲準在聯交所開始買賣的日期
「上市規則」	指	聯交所證券上市規則(經不時修訂)
「標準守則」	指	上市規則附錄C3所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則
「招股章程」	指	本公司日期為2024年10月15日的招股章程
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「報告期」	指	截至2025年12月31日止年度
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.0000005美元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「SKU」	指	最低庫存單位的首字母縮寫，可購買的每種不同產品和服務的唯一標識
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司

「附屬公司」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「中國國家隊／ TEAM CHINA」	指	是包含各運動項目國家隊與綜合性運動會中國體育代表團的集體形象和統一稱謂
「美元」	指	美國法定貨幣美元
「%」	指	百分比

承董事會命
華潤飲料(控股)有限公司
 董事會主席兼執行董事
高立先生

中國，香港，2026年3月26日

於本公告日期，本公司董事會包括執行董事高立先生、李樹清先生及周劍波先生；非執行董事張建民先生、林國龍先生、肖寧先生、王德剛先生及趙典博士；及獨立非執行董事周永健博士、李引泉先生、姚洋博士及鄭寶川女士。