

瑞士韦威，2017年7月27日

雀巢 2017 年度半年财务报表

- 有机增长率 2.3%，实际内部增长率 1.4%，定价贡献率 0.9%
- 销售额受到净剥离-2.3%（主要是由于创建了 Froneri 合资公司）和外汇-0.3%的影响，总销售额 430 亿瑞郎（-0.3%）
- 基础营业利润*利润率按固定汇率货币计算增长 10 个基点，年报利润率稳定在 15.8%
- 由于架构重组活动增加，营业利润率按固定汇率货币计算下降 20 个基点，营业利润率下降 30 个基点，为 15.0%
- 每股基础收益按固定汇率货币计算增长 3.4%，年报每股基础收益增长 2.1%，为 1.68 瑞郎
- 2017 年全年目标得以确立：有机增长率可能处于 2-4% 中前半增长范围（即：2-3%）；由于重组成本大幅度增长，按固定汇率货币计算的营业利润率保持稳定；按固定汇率货币计算的每股基础收益和资本效率有望增长

雀巢集团首席执行官马克·施奈德表示：“对2017年上半年雀巢的价值创造提升，我们感到高兴。其中包括稳健的业务增长、产品组合管理选择以及提高资产负债表效率的决定。”

上半年有机增长率未能完全达到我们的预期。虽然销量增长仍然在业内处于高水平，但价格仍然疲软。亚洲和非洲市场的业绩实现了积极增长。西欧市场销量下降，但我们认为在很大程度上这只是暂时的。北美和拉丁美洲市场主要受销量的推动，有机增长率略有改善。我们的咖啡、饮用水和宠物用品业务显示了增长潜力，上半年业绩稳健。

由于重组成本节省和效率抵消了增加的商品成本，盈利能力达到我们的预期。我们正在加快实施改善利润率计划。

我们确立了2017年全年目标：有机增长率可能处于2-4%中前半增长范围（即：2-3%）。雀巢2020年中期有机增长率预期保持不变。”

* 基础营业利润不包括重组，减值，地产、厂房及设备、诉讼和有偿合同处置的结果。

集团业绩

集团总计	美洲地区	欧洲、中东和北非地区	亚洲、大洋洲和撒哈拉以南非洲地区	雀巢饮用水	雀巢营养品	其他业务

2017年前6个月销售额（百万瑞郎）	43' 023	13' 314	7' 800	7' 902	4' 025	5' 184	4' 798
2016年前6个月销售额（百万瑞郎）	43' 155	12' 938	8' 694	7' 799	3' 937	5' 171	4' 616
实际内部增长率	1.4%	-0.1%	0.6%	3.0%	3.5%	-0.2%	4.5%
定价贡献率	0.9%	1.4%	0.4%	1.8%	0.5%	1.1%	-0.8%
有机增长率	2.3%	1.3%	1.0%	4.8%	4.0%	0.9%	3.7%
净并购	-2.3%	-0.9%	-9.3%	-0.5%	-0.3%	-0.3%	0.2%
外汇	-0.3%	2.5%	-2.0%	-2.9%	-1.7%	-0.2%	0.0%
年报销售额增长率	-0.3%	2.9%	-10.3%	1.4%	2.0%	0.4%	3.9%
2017年前6个月营业利润率	15.0%	17.2%	16.9%	19.6%	12.0%	24.3%	13.1%
2016年前6个月营业利润率	15.3%	17.7%	16.8%	20.1%	12.4%	23.2%	15.6%

销售额

受到净剥离（-2.3%，主要因为 Froneri 合资企业的创立）和外汇（-0.3%）的影响，年报总销售额为 430 亿瑞郎（-0.3%）。有机增长率为 2.3%，低于预期。实际内部增长富有弹性，达到 1.4%，但定价贡献率仍然疲软，为 0.9%。

由于美国的宠物用品业务在年初缓慢起步之后恢复增长，美洲地区整体符合我们的预期。欧洲、中东和北非地区第二季度的增长速度稍低于预期。西欧地区的选择性涨价和 6 月份的不利天气短期内给实际内部增长带来负面影响。亚洲、大洋洲和撒哈拉以南非洲地区连续第五个季度加速增长，重新确立了其作为集团增长引擎的地位。雀巢饮用水业务表现出一致的增长水平。由于中国市场仍然存在困难，整体发达市场略有负增长，雀巢营养品业务增长势头较弱。由于处方业务竞争激烈以及来自仿制药的压力，雀巢皮肤健康公司稀释了集团的销售增长。Nespresso 继续成为集团增长的主要驱动力。

总体来说，发达市场有机增长较为疲软，为 0.8%，抵消定价贡献率 0.3% 之后，实际内部增长率仍然稳健，为 1.1%。新兴市场中有有机增长率下降 100 个基点，为 4.4%，实际内部增长率为 1.9%，定价贡献率为 2.5%。

增长来源广泛，以饮用水、咖啡和宠物用品业务为主。虽然糖果业务在第二季度业绩稳定，但依然是唯一出现负增长的产品类别。

营业利润

基础营业利润持平，为 68 亿瑞郎。利润率保持稳定，为 15.8%，但按固定汇率货币计算增长 10 个基点。

效率项目、定价和产品组合管理产生了 100 个基点的附加值。然而，由于我们的商品原材料在两年内首次经历通货膨胀，因此投入成本上升，与这些收益大致抵消。面向消费者的营销支出仅略有下降。

由于我们实施了结构性节省成本计划，重组支出和非贸易净额总体增长 77%，分别为 1.66 亿瑞郎和 3.49 亿瑞郎，与预期保持一致。因此，营业利润率（TOP）下降 2.5%，至 64 亿瑞郎。年报营业利润率下降 30 个基点（按固定汇率货币计算下降 20 个基点），为 15.0%。

净利润

由于前一年受到递延税项的一次性非现金调整的影响，净利润增长 19%，为 49 亿瑞郎。年报中每股收益也增长 19%，为 1.58 瑞郎，原因同上。每股基础收益增长 2.1%，为 1.68 瑞郎，按固定汇率货币计算增长 3.4%。

现金流

自由现金流从 33 亿瑞郎下降到 13 亿瑞郎，同年下降 20 亿瑞郎。这一下降的最大贡献因素是流动资金，现金流出 13 亿瑞郎。2017 年上半年，由于商品价格通货膨胀、营销应付款分期和资本支出，流动资金增长额度高于去年同期。

在资产负债表方面，在结构性降低净运营资本方面持续取得了进展，与 2016 年 6 月同期相比，截至 2017 年 6 月，进一步降低了 5 亿瑞郎。

美洲地区

- 实现有机增长率为 1.3%：实际内部增长率降低 0.1%，定价贡献率 1.4%
- 在实际内部增长的推动下，北美地区的有机增长率在二季度改善之后持平
- 在定价的推动下，拉丁美洲地区实现中位数有机增长率，实际内部增长率略有增长
- 美洲地区的基础营业利润率提高了 30 个基点，但由于重组成本增长，营业利润率下降了 50 个基点，为 17.2%

	2017年前 6个月销售 额	2016年 前6个月 销售额	实际内部 增长率	定价贡献 率	有机增 长率	2017年 前6个月 营业利润	2016年 前6个月 营业利润	2017年 前6个月 利润率	2016年 前6个月 利润率
美洲地区	133亿瑞 郎	129亿瑞 郎	-0.1%	1.4%	1.3%	23亿瑞 郎	23亿瑞 郎	17.2%	17.7%

美洲地区的年报销售额增长 2.9%，为 133 亿瑞郎。实现适度有机增长，为 1.3%，但由于实际内部增长表现强劲，第二季度稳健增长。定价贡献率为 1.4%，主要来自拉丁美洲地区，北美地区的定价贡献率略有提升。净剥离影响使年报销售额下降 0.9%，但外汇影响使年报销售额增长 2.5%。

北美地区的贸易环境具有挑战性，消费需求疲软。在此背景下，由于咖啡伴侣持续保持积极的势头，宠物用品恢复稳健增长，美国地区增长大致持平。糖果业务表现依然疲软，由于糟糕天气，冰淇淋销售额下降。由于竞争激烈，冷冻食品稍有下降。巴西地区表现依然不佳，但由于实际内部增长势头转好，与第一季度的低迷表现相比改善显著。墨西哥保持良好增长，拉美地区的宠物用品业务保持强劲增长。

由于效率节省和重组项目的初期收益超过了商品成本通货膨胀，这一地区的基础营业利润率提高了 30 个基点。由于重组成本大幅增长，主要涉及美国、巴西和墨西哥的项目，营业利润率下降了 50 个基点，为 17.2%。

欧洲、中东和北非地区

- 实现有机增长率 1.0%：实际内部增长率为 0.6%，定价贡献率 0.4%
- 西欧地区有机增长率略有下降，实际内部增长率为负，定价贡献率持平
- 中东欧地区实现了中个位数的有机增长率，实际内部增长稳健，实现积极的定价贡献
- 中东和北非地区实现了低个位数的有机增长率，实现积极的实际内部增长和定价贡献
- 即使架构重组支出增长，欧洲、中东和北非地区的基础营业利润率依然增长 50 个基点，营业利润也提高了 10 个基点，为 16.9%

	2017年 前6个月 销售额	2016年 前6个月 销售额	实际内部增 长率	定价贡献 率	有机增 长率	2017年 前6个月 营业利润	2016年 前6个月 营业利润	2017年 前6个月 利润率	2016年 前6个月 利润率
欧洲、中东和北非地区 (EMENA)	78亿瑞郎	87亿瑞郎	0.6%	0.4%	1.0%	13亿瑞郎	15亿瑞郎	16.9%	16.8%

欧洲、中东和北非地区的年报销售额降低 10.3%，为 78 亿瑞郎。由于较高的定价贡献率被较低的实际内部增长率抵消，有机增长率低于第一季度，为 1.0%。净剥离导致年报销售额降低了 9.3%，主要为将冰淇淋业务转移给 Froneri 合资企业。外汇影响导致年报销售额进一步下降 2.0%。

雀巢在整个地区实行了提价，特别针对雀巢咖啡。这对第二季度的实际内部增长率产生了短期影响。六月份的炎热天气也不利于西欧地区主要产品类别的销售。宠物用品在该地区继续保持强劲增长，俄罗斯表现尤其突出。由于价格增长，北非地区表现良好，但中东仍然受到政治不稳定和持续通货紧缩的影响。

尽管商品成本上涨，该地区的基础营业利润率增长 50 个基点，主要由于价格增长、产品组合管理和成本节省。由于效率提升超过了架构重组成本抵消，营业利润率也增长 10 个基点，为 16.9%。

亚洲、大洋洲和撒哈拉以南非洲地区

- 实现有机增长率 4.8%：实际内部增长率为 3.0%，定价贡献率 1.8%
- 中国第二季度有机增长回升
- 在中个位数实际内部增长的推动下，东南亚地区保持了良好的有机增长
- 撒哈拉以南非洲地区保持了强劲的增长，实现积极的实际内部增长和定价贡献
- 发达市场表现稳健，实际内部增长保持一贯的良好势头，但被负价格贡献率部分抵消

- 亚洲、大洋洲和撒哈拉以南非洲地区的基础营业利润率降低了 20 个基点，但由于架构重组成本增长，营业利润率下降了 50 个基点，为 19.6%

	2017年前6个月销售额	2016年前6个月销售额	实际内部增长率	定价贡献率	有机增长率	2017年前6个月营业利润	2016年前6个月营业利润	2017年前6个月利润率	2016年前6个月利润率
亚洲、大洋洲和撒哈拉以南非洲地区	79亿瑞郎	78亿瑞郎	3.0%	1.8%	4.8%	16亿瑞郎	16亿瑞郎	19.6%	20.1%

亚洲、大洋洲和撒哈拉以南非洲地区的年报销售额增长 1.4%，为 79 亿瑞郎。连续第五个季度加速有机增长，为 4.8%。实际内部增长率保持稳定，为 3.0%，定价贡献率增长至 1.8%。净剥离影响导致销售额下降 0.5%，外汇影响也导致销售额下降 2.9%。

由于银鹭、糖果、烹调食品获得增长动力，中国第二季度增长回升。东南亚和撒哈拉以南非洲地区是该地区增长的核心驱动力。虽然在实施商品和服务税（GST）方面存在一些不确定性，但印度保持了良好增长。日本保持了良好的表现。由于定价压力，大洋洲呈现负增长。

由于商品成本和提高商业投资以稳定银鹭业务，亚洲、大洋洲和撒哈拉以南非洲地区的基础营业利润率下降 20 个基点。由于架构重组相关成本增长，营业利润率下降 50 个基点，为 19.6%。

雀巢饮用水

- 实现有机增长率 4.0%：实际内部增长率为 3.5%，定价贡献率 0.5%
- 尽管定价贡献率略为负，美国还是实现了低个位数到中个位数的有机增长率
- 尽管定价贡献率为负，欧洲依然加速增长，实现中个位数有机增长率
- 新兴市场整体呈现中个位数增长
- 基础营业利润率保持稳定，但由于重组成本的增长，营业利润率下降 40 个基点，为 12.0%

	2017年前6个月销售额	2016年前6个月销售额	实际内部增长率	定价贡献率	有机增长率	2017年前6个月营业利润	2016年前6个月营业利润	2017年前6个月利润率	2016年前6个月利润率
雀巢饮用水	40亿瑞郎	39亿瑞郎	3.5%	0.5%	4.0%	5亿瑞郎	5亿瑞郎	12.0%	12.4%

雀巢饮用水的销售额增长 2.0%，为 40 亿瑞郎。由于第二季度加速增长，实现了 4.0% 的有机增长率。实际内部增长率升至 3.5%，定价贡献率仍然保持在 0.5%。净剥离和外汇影响分别导致销售额下降 0.3% 和 1.7%。

由于有利的天气条件，雀巢饮用水在所有地区保持继续增长，在欧洲实现了加速增长。美国第二季度也实现了适度增长，有机增长稳健。在新兴市场，东南亚地区实现了稳健增长，中国在今年缓慢起步后表现良好，拉美国家实现了两位数增长。在中东地区和土耳其增长疲软。

其他业务	48亿瑞郎	46亿瑞郎	4.5%	-0.8%	3.7%	6亿瑞郎	7亿瑞郎	13.1%	15.6%
------	-------	-------	------	-------	------	------	------	-------	-------

其他业务的销售额增长 3.9%，为 48 亿瑞郎。实现了 3.7% 的有机增长率，其中实际内部增长率为 4.5%，部分为通货紧缩定价的 0.8% 抵消。净收购推动销售额增长 0.2%，外汇没有造成影响。

由于所有地区都有增长势头，Nespresso 实现了中个位数的增长，其中第二季度实现加速增长。北美地区继续保持两位数的增长态势。雀巢健康科学保持中个位数增长，其中医学营养品增长良好，但美国的消费者保健品表现疲软。雀巢皮肤健康仍然实现正增长，但由于处方业务竞争激烈以及来自仿制药的压力，第二季度增长速度显著降低。

总体而言，由于雀巢对这三项业务的市场推广和分销进行了投资，基础营业利润率下降 270 个基点。因此，营业利润率下降 250 个基点，为 13.1%。

2017 年展望

2017 年全年目标得以确立：有机增长率可能处于 2-4% 中前半增长范围（即：2-3%）。为了提高未来的盈利能力，雀巢大大增加了架构重组成本投入。因此，按固定汇率货币计算的营业利润率预计将保持稳定。按固定汇率货币计算的每股基础收益和资本效率有望增长。

附件

自2017年1月1日起，雀巢专业餐饮计入各地区区域管理业务报告。为了更好地反映基础业务绩效，在实际内部增长率、定价和有机增长率报告中将委内瑞拉排除外，同一日期生效。

前6个月销售额和营业利润（TOP）概览（按照经营部门）

	集团总计	美洲地区	欧洲、中东和北非地区	亚洲、大洋洲和撒哈拉以南非洲地区	雀巢饮用水	雀巢营养品	其他业务
2017年前6个月销售额（百万瑞郎）	43' 023	13' 314	7' 800	7' 902	4' 025	5' 184	4' 798
2016年前6个月销售额（百万瑞郎）	43' 155	12' 938	8' 694	7' 799	3' 937	5' 171	4' 616
实际内部增长率	1.4%	-0.1%	0.6%	3.0%	3.5%	-0.2%	4.5%
定价贡献率	0.9%	1.4%	0.4%	1.8%	0.5%	1.1%	-0.8%
有机增长率	2.3%	1.3%	1.0%	4.8%	4.0%	0.9%	3.7%
净并购	-2.3%	-0.9%	-9.3%	-0.5%	-0.3%	-0.3%	0.2%
外汇	-0.3%	2.5%	-2.0%	-2.9%	-1.7%	-0.2%	0.0%
年报销售额增长	-0.3%	2.9%	-10.3%	1.4%	2.0%	0.4%	3.9%
2017年前6个月营业利润（百万瑞郎）	6' 449	2' 284	1' 315	1' 550	481人	1' 260	628人
2016年前6个月营业利润（百万瑞郎）	6' 611	2' 290	1' 461	1' 570	487人	1' 199	718人
2017年前6个月营业利润率	15.0%	17.2%	16.9%	19.6%	12.0%	24.3%	13.1%
2016年前6个月营业利润率	15.3%	17.7%	16.8%	20.1%	12.4%	23.2%	15.6%

前6个月销售额和营业利润（TOP）概览（按照产品）

	集团总计	固体和液体饮料	饮用水	奶品和冰淇淋	营养品和健康科学	预制食品和烹饪调料	糖果	宠物用品
2017年前6个月销售额（百万瑞郎）	43' 023	9' 814	3' 772	6' 499	7' 476	5' 732	3' 703	6' 027
2016年前6个月销售额（百万瑞郎）	43' 155	9' 653	3' 680	6' 991	7' 364	5' 903	3' 735	5' 829
实际内部增长率	1.4%	1.7%	3.7%	0.1%	1.2%	1.2%	-0.6%	2.6%
定价贡献率	0.9%	1.5%	0.5%	2.1%	0.2%	1.5%	-1.0%	0.6%
有机增长率	2.3%	3.2%	4.2%	2.2%	1.4%	2.7%	-1.6%	3.2%
2017年前6个月营业利润（百万瑞郎）	6' 449	2' 192	460人	1' 065	1' 376	857人	322人	1' 246

2016年前6个月营业利润（百万瑞郎）	6' 611	2' 204	461人	1' 220	1' 359	897人	384人	1' 200
2017年前6个月营业利润率	15.0%	22.3%	12.2%	16.4%	18.4%	15.0%	8.7%	20.7%
2016年前6个月营业利润率	15.3%	22.8%	12.5%	17.5%	18.5%	15.2%	10.3%	20.6%