

## 2014年上半年业绩：在多变的经营环境下实现4.7%的有机增长并实施80亿瑞郎的股票回购项目

- 销售额430亿瑞郎，实现有机增长4.7%，实际内部增长2.9%
- 销售受瑞郎升值影响下降8.8%
- 营业利润增长15.0%（下降10个基点）；按固定汇率货币计算上升30个基点
- 按固定汇率货币计算，基本每股收益增长3.6%
- 宣布80亿瑞郎的股票回购计划
- 展望2014年的业绩：有机增长约5%，在利润率、固定汇率货币计算的基本每股收益和资本效率方面均将实现增长

雀巢集团首席执行官保罗·薄凯表示：“在依然多变的经营环境下，我们以实际内部增长和价格策略为驱动，实现了坚实、多品类的有机增长。我们将继续通过创新、加强对公司品牌支持的力度和致力于提升效率的方式，保持增长势头。与高德美共同创建的雀巢皮肤健康公司，拓展了集团的‘营养、健康和幸福生活’战略，进一步强化了公司通过以科学驱动创新改善人类生活的长期战略构想。我们计划从今年开始启动并于2015年结束回购80亿瑞郎股票的计划，为公司的股东提供更多、更富竞争力的回报。上半年的业绩使我们能够确定对全年业绩的展望：有机增长约5%，在利润率、固定汇率货币计算的基本每股收益和资本效率方面均将实现增长。”

### 2014年上半年的集团业绩

集团上半年实现有机增长4.7%，其中包括2.9%的实际内部增长和1.8%的定价调整。销售总额为430亿瑞郎。瑞郎的维持强势产生了明显负面影响（-8.8%），去除资产剥离和收购（-0.7%）后的上报总销售业绩下降了4.8%。

- 集团的营业利润为64亿瑞郎。上报的营业利润率为15%（-10个基点），按固定汇率货币计算则上升30个基点。
- 销货成本上升20个基点，反映出原料成本带来的压力，特别是奶制品。
- 总营销和行政成本下降了30个基点，效率有所提升。与此同时我们继续加强了对品牌的支持力度，按固定汇率货币计算面向消费者的营销支出有所增加。

- 受瑞郎升值影响，**净利润**下滑至46亿瑞郎，上报的**每股收益**为1.45瑞郎。**固定汇率货币**下**基本每股收益**上升了3.6%。
- **运营现金流**为43亿瑞郎。运营资本仍是关注焦点且我们仍将继续降低其在销售中所占的比例。

## 业务回顾

- 雀巢集团**有机增长**的涉及面广，美洲业务增长了4.9%，欧洲增长了1.4%，亚大非增长了7.5%。在全球范围内，发达市场增长0.6%，新兴市场增长9.7%。
- 就**实际内部增长**而言，美洲为2.4%，欧洲2.3%，亚大非4.2%。
- 与高德美共同新建的雀巢皮肤健康公司，强化了集团成为“营养、健康和幸福生活”领先公司的长期战略构想。，此项投资是对雀巢健康科学集团等其它高附加值增长平台的补充。雀巢健康科学集团成立于三年前，旨在驱动个性化营养领域的创新。雀巢皮肤健康公司通过购买在美国和加拿大几个主要美肤产品产权并将其市场化，强化了自己的地位。

## 美洲地区

实现销售额125亿瑞郎，有机增长4.9%，实际内部增长1.7%；实现营业利润18.0%，上升10个基点。

- 在该地区，尽管经营环境仍然萎靡，但北美实现了实际内部增长。拉丁美洲实现的两位数增长得益于根据通胀压力做出的价格调整。
- 在**北美**，冷冻食品和冰淇淋品类仍面临挑战。*Stouffers Multi-Serve Meals*实现了冷冻食品的销售增长，且我们仍在继续推出*Lean Cuisine Stuffed Pretzels*等创新产品。在披萨领域，新增的*Thin and Crispy*产品线已成为*California Pizza Kitchen*品牌的业务增长点。冰淇淋业务方面，在*Gelato*的帮助下超高端业务上半年表现强劲。液态产品在新口味*咖啡伴侣*的推动下取得了不错的业绩。宠物食品方面，产品线的扩容和诸如*Beyond*狗粮、*Lightweight 24/7*和*Glade*猫食等新产品的出现，促进了销售增长。
- 上半年，**拉丁美洲**大部分市场的增长都出现了加速。巴西的有机增长强劲得益于价格调整，其在多数领域的增长均达到了两位数。奶制品业的*Ninho*、可可和麦芽酒精饮料领域的*Nescau*以及冰淇淋产品均业绩不俗。*奇巧*是糖果品类的拳头产品。在墨西哥，*雀巢咖啡三合一*和*雀巢咖啡多趣酷思*是咖啡领域的领头羊，而奶制品行业中刚刚扩大了市场份额的*三花*亦为该行业的增长做出了贡献。*康多乐*、*冠能*以及刚在巴西宠物特需市场展露拳脚的*Revena*，使宠物食品得以继续保持强势增长。

- 尽管面向消费者的营销支出明显增加，但由于重组和其它支出的降低，**营业利润**仍然有所上升。

## 欧洲地区

实现销售额73亿瑞郎，有机增长0.6%，实际内部增长2.0%；实现营业利润率14.8%，下降10个基点。

- 在通缩的环境下，消费者的信心仍然脆弱，但销量的激增使该地区实现了正增长。
- 创新和高端化策略依旧是增长的基石。*雀巢咖啡多趣酷思*在整个地区表现优异，赢得了市场份额。在冷冻披萨领域，*Wagner* 和 *Buitoni*实现了增长，*雀巢金牌咖啡*在速溶咖啡方面取得了进展。糖果糕点受益于今年复活节假期较晚，烹调食品中表现突出的有调味汁、汤料、*美极Papyrus*烤盘纸，而零食中的面条产品表现也不错。宠物食品继续增长的推动力来自*Felix*单份装、*Purina ONE* 和猫粮。
- 在**西欧**，伊比利亚地区显示出复苏的迹象，实现了正增长。瑞士、荷兰和奥地利表现良好，法国、意大利和德国有所进步。
- **中东欧**实际内部增长重拾升势并在波兰和捷克共和国出现了加速现象。俄罗斯延续了良好的表现，特别是在冰淇淋、*雀巢咖啡多趣酷思*和*奇巧*等产品上。乌克兰表现出抗压性，尽管政治动乱在年初带来了困局，但该国业务依然实现了增长。
- 由于破坏造成的影响未能被重组和其它成本的下降完全抵消，因此该地区**营业利润率**略有下降。

## 亚洲、大洋洲和非洲地区

实现销售额89亿瑞郎，有机增长4.7%，实际内部增长1.9%；实现营业利润率18.9%，下降20个基点。

- 该地区的发达和新兴市场均实现了增长。该地区某些区域的优异表现被通胀效应和其它区域的动乱抹杀。实际内部增长受到了价格上升的影响，提价的目的是为了弥补某些货币的疲弱。
- 高端业务仍然是该地区增长的驱动因素。*雀巢咖啡多趣酷思*的后续推出实现了两位数的增长。创新亦以新品上市的方式做出为增长做出贡献，这其中包括中国推出的*银鹭核桃花生牛奶*和澳大利亚的新包装*美禄*。*美禄*在可可和麦芽酒精饮料领域扎实推进，*美极*在烹调食品和奶精产品方面业绩不错。
- 在**新兴市场**，菲律宾、土耳其、巴基斯坦和非洲的许多市场均增长强劲。中国业务受到挑战，但我们看到基本面在改善。南非有所恢复，该地区的增长因*Nestlé Masala Buttermilk* 和印度上市的*Nestlé Sweet Lassi* 饮料等创新产品而得到加强。*Nesquik Optifast*在土耳其和中东取得了良好的开端。

- 该地区的**发达国家市场**实现了正增长，其中日本在年初的表现强劲。低脂三花 烹饪奶油和Felix猫粮在大洋洲成功推出。
- **营业利润率**受到了成本不断上升的影响，而这主要来自未能被价格调整和效率完全弥补的奶制品业。

## 雀巢饮用水

实现销售额37亿瑞郎、有机增长6.1%、实际内部增长7.3%；营业利润率10.4%，上升80个基点。

- 雀巢饮用水在各地区取得了全面的赢利增长，并在新兴市场呈加速之势。瓶装水继续迈出坚实增长步伐。雀巢优活依然是增长的驱动因素，尤其是在中国、埃及、土耳其和巴基斯坦等**新兴市场**。在**发达国家市场**，我们的区域品牌稳步发展，特别是意大利的Levissima、美国的Poland Spring和Deer Park、英国的Buxton和法国的Hépar。高端品牌巴黎水和圣培露势头依旧良好，同时在几个发达国家市场实现了两位数的增长。
- **营业利润率**提高的主要推动因素是切实的销量增长以及整个价值链上的成本大幅下降。

## 雀巢营养

实现销售额47亿瑞郎、有机增长7.9%、实际内部增长3.8%；营业利润率21.1%，增长110个基点。

- 雀巢营养品的增长提速，主要源自婴儿配方奶粉和婴儿营养米粉的两位数增长。新兴市场的增长在多数情况下超越了市场平均水平。能恩以及两个超高端品牌S26和启赋这两个高端品牌一样，实现了强劲的两位数增长。婴儿营养米粉在美国扩大了市场份额。由于美国竞争激烈，以及墨西哥和欧洲的经济放缓，食品和饮料遭受到了挑战。
- 撤资和新业务整合带来了**营业利润率**的改善。

## 其他业务

实现销售额59亿瑞郎、有机增长5.9%、实际内部增长4.7%；营业利润率18.4%，下降80个基点。

- **雀巢专业餐饮**上半年提升了增长势头，尽管北美和西欧仍存在通货紧缩且外出就餐市场依然严峻。俄罗斯推动了东欧市场的发展，我们在新兴市场实现了两位数增长。饮料业务增长的动力来自饮料配方的开发，以及拉丁美洲、亚洲、大洋洲和非洲的总体良好势头。食品业务方面，甜点方案是主要推动力，另外亚洲、大洋洲和非洲的总体增长尤为突出。
- Grand Cru咖啡、创新服务和新咖啡机种类的不断增加，确保了成熟市场对**奈斯派索**的需求仍然稳固，尽管竞争要比以前更加激烈。随着14家新店在全球开业，其在地域上开始加速扩张。在北美，热衷长杯咖啡的美国消费者对VertuoLine系统的上市反应不错。
- **雀巢健康科学集团**表现良好得益于创新和向更多市场推出小百肽、恩敏舒、Vitaflo下的

Carbzero与Betaquik。美国的Boost、欧洲的Meritene 和巴西的 佳膳也实现了坚实的增长。为满足日本老龄化人口对营养的需求，我们在日本建立了首条生产线。

- 由于大量的营销支持活动、开发投资和货币的影响，**营业利润**出现了下降。

### 80亿瑞郎的股票回购计划

我们计划从今年开始启动一项新的80亿瑞郎股票回购计划，该计划将于2015年结束。回购取决于市场条件和战略机遇。这与集团的政策相吻合，即在保持公司的当前财务评级水平的同时，依据基本每股收益增长的情况，通过可持续的分红政策，为股东提供有竞争力的回报。

### 展望

全年的业绩展望已经确定：有机增长约5%，利润率、固定汇率货币计算的基本每股收益和资本效益均将实现增长。

---

#### 联系方式

媒体

Robin Tickle

电话: +41 21 924 2200

投资者

电话: +41 21 924 3509

## 附件

## 半年销售额和营业利润率回顾

	2014年1月至6月 销售额 (百万 瑞郎)	2014年1月至6月 的有机增长 (%)	营业利润率	
			2014年1月至6 月 (%)	相比2013年1 月至6月的变 化 (* )
<b>根据业务部门</b>				
• 美洲区	12'465	+4.9	18.0	+10 bps
• 欧洲区	7'296	+0.6	14.8	-10 bps
• 亚洲、大洋洲和非洲区	8'880	+4.7	18.9	-20 bps
雀巢饮用水	3'669	+6.1	10.4	+80 bps
雀巢营养品	4'692	+7.9	21.1	+110 bps
其他	5'979	+5.9	18.4	-80 bps
集团合计	42'981	+4.7	15.0	-10 bps
<b>根据产品</b>				
粉末和液体饮料	9'835	+5.3	23.8	-20 bps
水	3'410	+5.8	11.2	+50 bps
牛奶产品和冰淇淋	8'085	+5.7	16.0	+10 bps
营养品和保健品	5'659	+7.6	19.9	+130 bps
成品菜肴和烹饪调料	6'394	+0.0	12.8	-70 bps
糖果	4'184	+3.4	10.6	-210 bps
宠物食品	5'414	+5.3	19.9	+90 bps
集团合计	42'981	+4.7	15.0	-10 bps

(\* ) Nestea RTD相关地区的业务职能转移至雀巢饮用水后 (2014的1月1日生效), 2013的数字又重新做出声明。