新闻稿

瑞士韦威，2016 年 10 月 20 日

雀巢 1~9 月销售业绩：实现有机增长 3.3%，实际内部增长 2.5%
全年展望：有机增长 3.5%左右，利润有所提升

- 总销售额为 655 亿瑞郎，增长 1.0%
- 实现 3.3%的有机增长，包括 2.5%的实际内部增长和 0.8%的定价增长
- 2016 年展望：我们的目标是实现有机增长 3.5%左右，提高固定汇率货币下利润和基本每股收益的增长，以及改善资本效率

雀巢集团首席执行官保罗•薄凯表示：在通货紧缩和低原材料价格的大环境下，我们继续关注销量增长，推动了新兴市场和成熟市场行业高端领域的实际内部增长。定价虽仍疲软，但呈增长趋势。

我们的增长范围非常广泛，来自不同的品类，因此我们的大部分业务都能增加或保持市场份额。总体来说，业务环境较为疲弱，但我们在应对各项挑战和实施不同项目的过程中正取得进展。

按照我们的策略，我们将继续投资未来。在打造全球化和本地化创新管道的同时，我们保持了高水平的品牌支持，并通过标准化、共享化和规模化来促进运营和结构效率。

考虑到当前市场环境疲软，我们 2016 年的全年展望是，实现有机增长 3.5%左右，提高固定汇率货币下利润和基本每股收益的增长，以及改善资本效率。”

业务回顾

- **销售总额**为 655 亿瑞郎，**外汇**影响-1.7%。并购和剥离的净结果导致销售增长降低 0.6%。
- **有机增长** 3.3%，其中包括 2.5%的实际内部增长和 0.8%的定价。虽然业务环境总体趋于疲软，但所有地域均呈现正增长。
    - 美洲地区（AMS）增长 4.8%
    - 欧洲、中东和北非地区（EMENA）增长 2.1%
    - 亚洲、大洋洲和撒哈拉以南非洲地区（A0A）增长 2.5%
- **实际内部增长**范围广泛，来自不同地域和品类。
    - 美洲地区增长 2.3%
    - 欧洲、中东和北非地区增长 2.4%
    - 亚洲、大洋洲和撒哈拉以南非洲地区增长 3.0%
- **成熟市场**和**新兴市场**均保持增长。成熟市场实现有机增长 1.9%（实际内部增长 2.5%），新兴市场实现有机增长 5.3%（实际内部增长 2.5%）。
- **定价**有所好转，但仍呈疲软态势。
- 我们在近 60%的业务上增加或保持了市场份额。
- 2017 年 1 月开始，**雀巢专业餐饮**将由全球管理业务转移为地区管理业务，经各大洲整合，由雀巢专业餐饮战略业务单元提供支持。这将使我们能够更加关注客户需求，促进各区、各市场的协调力和执行力。
- 10 月初，我们与 R&R 公司成功创立了 **Froneri**，一家新的合资公司，专营冰淇淋、冷冻食物和乳制品，综合了欧洲、中东（除了以色列）、阿根廷、澳大利亚、巴西、菲律宾和南非等地区的业务。

美洲地区

销售额 188 亿瑞郎，实现有机增长 4.5%，实际内部增长 1.6%

- *咖啡伴侣*、宠物用品以及 *Lean Cuisine* 和 *Stouffer's* 促进了**北美地区**的业务增长，这些领域仍有良好的产品创新和品牌支持，尤其是单份餐和 *Fit Kitchen* 平台。*Lean Cuisine*、*Stouffer's* 以及雀巢美国总体上仍提高了市场份额。加拿大业务实现稳健增长，其中巧克力和冰淇淋最为突出。

- 在墨西哥地区乳制品、*雀巢咖啡*和糖果业务带动下，**拉丁美洲**总体表现良好。普拉塔地区和哥伦比亚表现良好，宠物用品仍是拉丁美洲业务增长的主力军。巴西地区业务呈弹性增长，但受到相关价格增长的影响，尤其是乳制品和糖果价格的增长。

欧洲、中东和北非地区

销售额 122 亿瑞郎，实现有机增长 2.2%，实际内部增长 2.7%

- 实际内部增长为主要动力，促进了该地区市场份额的增长。大多数国家和品类都有良好表现。

- 在通货紧缩的环境下，**西欧地区**仍呈正增长趋势。*雀巢咖啡多趣酷思 Dolce Gusto*、宠物用品和冷冻披萨再次成为增长主力军。意大利和伊比利亚地区表现抢眼。

- **中欧和东欧地区**，俄罗斯呈现两位数增长。*雀巢咖啡*和宠物用品是该地区业务增长的主力军。罗马尼亚、匈牙利和捷克共和国也有良好表现。

- *雀巢咖啡*和调味食品促进了**中东和北非地区**业务的增长。凭借*雀巢咖啡*和糖果的优异表现，土耳其再次迎来两位数增长，北非同样有不俗业绩。但中东地区局势的不稳定继续影响着我们的业务。

亚洲、大洋洲和撒哈拉以南非洲地区

销售额 106 亿瑞郎，实现有机增长 2.8%，实际内部增长 2.7%

- 该地区大部分业务都呈现良好和可持续增长和市场份额的势头。东南亚地区的菲律宾、印度尼西亚和越南迎来强劲增长。尽管在经济波动的持续冲击下，撒哈拉以南非洲地区表现同样良好，仍呈增长趋势。在印度市场，*美极*方便面业务持续复苏，情况比较乐观。中国的银鹭业务如预期，仍对该地区的业务增长带来压力。

- 在**中国**，食品和饮料行业的市场环境仍具挑战。在这种情况下，银鹭持续对该地区业务带来影响。我们正在实施各种努力，来扭转这一情况。但雀巢咖啡业务保持了积极的势头，其中包括速溶咖啡和即饮咖啡，糖果威化也同样保持了积极的势头。

- 由于*美极*方便面业务继续赢得市场份额，竞争条件对我们有利，**印度市场**呈现强劲增长。在*奇巧巧克力*的带动下，巧克力业务迎来良好增长。

- **东南亚地区**实现单位数高增长，多数市场表现良好，其中越南和印度尼西亚在*美禄*的带动下迎来两位数增长。在*雀巢咖啡*和 *Bear Brand* 业务的带动下，菲律宾实现高个位数增长。

- **撒哈拉以南非洲**的所有品类均保持强劲增长，尤其*美极*。其中尼日利亚、加纳和象牙海岸仍是最突出的市场。

- 在**成熟市场**，日本继续围绕*雀巢咖啡*和*奇巧巧克力*业务进行产品和业务模式创新，实现了强劲增长。各大零售商之间竞争激烈，导致大洋洲业务受挫。

雀巢饮用水

销售额 61 亿瑞郎，实现有机增长 4.2%，实际内部增长 4.4%

- 美洲和欧洲地区的新兴市场和成熟市场均有强劲增长，因此雀巢饮用水仍保持良好的增长势头。

- 国际高端品牌*圣培露*和*巴黎水*继续促进业务增长。*雀巢优活*业务实现了可持续的良好增长，美国 *Poland Spring*、英国 *Buxton* 以及墨西哥 *Sta.María* 等本土标志性品牌也带来了有力贡献。

雀巢营养品

销售额 77 亿瑞郎，实现有机增长 1.3%，实际内部增长 0.8%

- 在品类的各种因素趋变的情况下，雀巢营养品保持温和增长，中国地区尤为明显，在新法规执行前的降价和调整库存，导致品类增长停滞。尽管如此，我们的超高端品牌惠氏启赋仍实现了两位数有机增长的稳健业绩。

- 在美国市场，向新包装的过渡和暂时的供给受限给有机增长带来了压力，但这些问题基本上已得到解决。

- 在中东市场，政治动荡导致了供给受限，但拉丁美洲和亚洲市场实现了强劲增长，其中巴西、墨西哥、菲律宾和印度尼西亚表现尤为突出。

其他业务

销售额 101 亿瑞郎，实现有机增长 4.6%，实际内部增长 4.0%

- 新兴市场促进了**雀巢专业餐饮**的业务增长，尤其是中国、俄罗斯和墨西哥。美国在定价压力下仍保持稳健增长，加拿大和西欧的情况较为严峻。

- **Nespresso** 在 AMS 和 AOA 地区呈现强劲势头，在 EMENA 地区实现稳健增长。*VertuoLine* 系统在北美取得成功后，将于本月在法国推出。Nespresso 在其全球 21 个新增精品店开张期间，仍不断进行地域拓展。

- 由于美国的 *Boost* 和 *Carnation Breakfast Essentials* 系列表现强劲，欧洲持续推出 *Meritene*，**雀巢健康科学**实现了良好增长，*消费者关怀*业务迎来两位数增长。在过敏产品组合的推动下，尤其是中国市场，医疗营养品实现良好增长。

- 在美国*丝塔芙*洗面奶和乳液、*丝塔芙婴儿*系列产品以及欧洲 *Daylong* 防晒产品的推动下，**雀巢皮肤健康**的消费者产品业务实现良好增长。粉刺治疗药物 *Epiduo Forte* 和酒渣鼻治疗产品 *Soolantra* 等产品的创新推动为处方药业务提供了支持，而美国的 *Oracea* 和 *Differin* 则面临压力。

展望

考虑到当前环境疲软，我们 2016 年的全年展望是，实现有机增长 3.5%左右，提高固定汇率货币下利润和基本每股收益的增长，以及改善资本效率。

附录

2016 年 1 月~9 月销售概览

	2016 年 1 月~9 月销售额（百万瑞郎）	2015 年 1 月~9 月销售额（百万瑞郎）	2016 年 1 月~9 月有机增长（%）	2016 年 1 月~9 月实际内部增长（%）
按经营部门划分				
• 美洲地区	18’805	18’503	+4.5	+1.6
• 欧洲、中东和北非地区	12’155	12’023	+2.2	+2.7
• 亚洲、大洋洲和撒哈拉以南非洲地区	10’571	10’464	+2.8	+2.7
雀巢饮用水	6’134	5’891	+4.2	+4.4
雀巢营养品	7’707	7’842	+1.3	+0.8
其他业务	10’142	10’140	+4.6	+4.0
集团总计	65’514	64’863	+3.3	+2.5
按产品划分				
固体和液体饮料	14’417	13’979	+4.9	+4.1
饮用水	5’735	5’489	+4.7	+4.9
奶品和冰淇淋	10’779	10’997	+0.9	+0.6
营养品和健康科学	11’022	10’854	+2.8	+2.1
预制食品和烹饪调料	8’812	9’084	+3.0	+2.4
糖果	5’929	6’152	+1.6	-1.4
宠物用品	8’820	8’308	+5.5	+4.3
集团总计	65’514	64’863	+3.3	+2.5