

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，並明確表示概不就因本公告全部或任何部份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。



Budweiser Brewing Company APAC Limited

百威亞太控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1876)

**截至2026年9月30日止九個月的
未經審核業績**

及

2026年第三季度財務資料

百威亞太控股有限公司(「百威亞太」或「本公司」，連同其附屬公司為「本集團」)的董事會(「董事會」)宣佈本公告隨附本集團截至2026年9月30日止九個月的未經審核業績。

董事會謹此提醒股東及潛在投資者，截至2026年9月30日止九個月的未經審核業績乃根據本集團內部紀錄及管理賬目所編製，但未經獨立核數師審閱或審核。

股東及潛在投資者買賣本公司證券時不應過份依賴未經審核業績並須謹慎行事。

承董事會命
百威亞太控股有限公司
聯席公司秘書
朱雋清

香港，2026年10月29日

於本公告日期，本公司董事會包括聯席主席兼執行董事程衍俊先生、聯席主席兼非執行董事鄧明瀟先生、非執行董事Fernando Tennenbaum先生及Ricardo Tadeu先生，以及獨立非執行董事郭鵬先生、楊敏德女士及曾璟璇女士(John Blood先生、David Almeida先生及Katherine Barrett女士為程衍俊先生、鄧明瀟先生、Fernando Tennenbaum先生及Ricardo Tadeu先生各自的替任董事)。

百威亞太2026年前九個月業績報告

「我們在中國的業務持續面臨挑戰，行業受不利天氣及即飲渠道疲弱所影響。儘管整體業績未盡潛能，我們在策略重點領域取得進展，並正採取行動支持未來銷量復甦，包括強化執行力、推動渠道組合向非即飲及數字化渠道轉移，以及持續投資於旗艦品牌及創新產品。在中國以外，我們在韓國持續積累業務動能，印度銷量亦錄得強勁增長，彰顯我們地域佈局的實力與韌性。」

— 程衍俊，首席執行官及聯席主席

銷量

62,834十萬公升啤酒
-4.9%¹

總銷量於2026年前九個月減少4.9%，受中國市場疲弱影響，但被印度的表現所部分抵銷。

銷售成本

2,269百萬美元
-2.1%

於2026年前九個月，銷售成本減少2.1%，而每百升銷售成本增加2.9%，受我們的品牌組合、中國的營運去槓桿化、大宗商品不利因素及國家組合所影響。

正常化每股盈利³

4.75美分

正常化每股盈利由2025年前九個月的5.13美分下降至2026年前九個月的4.75美分。每股基本盈利由2025年前九個月的4.49美分下降至2026年前九個月的4.27美分。

收入

4,620百萬美元
-3.7%

於2026年前九個月，收入減少3.7%，每百升收入則增長1.2%，受惠於國家組合的正面影響。

正常化除息稅折舊攤銷前盈利²

1,249百萬美元
-13.2%

2026年前九個月的正常化除息稅折舊攤銷前盈利減少13.2%，受我們的投資增加、營運去槓桿化及其他經營收益減少所影響。

正常化溢利

628百萬美元

百威亞太股權持有人應佔正常化溢利由2025年前九個月的678百萬美元減少至2026年前九個月的628百萬美元。

百威亞太股權持有人應佔溢利由2025年前九個月的594百萬美元減少至2026年前九個月的565百萬美元，進一步受中國內部重組產生的52百萬美元非基礎所得稅支出，以及與印度產品供應相關的30百萬美元應收款項撥備所影響。

管理層意見

於2026年第三季度，在充滿挑戰的行業環境下，受不利天氣及即飲渠道持續疲弱所影響，我們在中國的業務仍持續面臨挑戰。在韓國，即飲及非即飲渠道的市場份額持續增長，部分抵銷行業疲軟的影響。在印度，行業增長、市場份額提升，以及我們高端及以上產品組合持續展現動能，帶動銷量取得雙位數增長。

表1. 綜合業績(百萬美元)

	2026年 前九個月	2025年 前九個月	内生增長 ¹
總銷量(十萬公升)	62,834	66,140	-4.9%
收入	4,620	4,691	-3.7%
毛利	2,351	2,412	-5.3%
毛利率	50.9%	51.4%	-82個基點
正常化除息稅折舊攤銷前盈利 ²	1,249	1,421	-13.2%
正常化除息稅折舊攤銷前盈利率	27.0%	30.3%	-297個基點
正常化除息稅前盈利	821	965	-15.0%
正常化除息稅前盈利率	17.8%	20.6%	-240個基點
百威亞太股權持有人應佔溢利	565	594	
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	628	678	
正常化每股基本盈利(以美分計) ³	4.75	5.13	

於2026年前九個月，總銷量減少4.9%，收入減少3.7%，每百升收入則增加1.2%。我們的正常化除息稅折舊攤銷前盈利減少13.2%，而正常化除息稅折舊攤銷前盈利率則下降297個基點。

在2026年第三季度，總銷量減少10.1%，受中國的表現所影響，但被印度的增長所部分抵銷。收入減少8.4%，而每百升收入增加1.9%，受惠於國家組合的正面影響。我們的正常化除息稅折舊攤銷前盈利減少22.9%，受中國的營收表現、成本上漲、營運去槓桿化及其他經營收益減少所影響。

¹ 除非另有說明，否則本文件呈列的增長率乃基於内生增長數據，並指2026年前九個月與去年同期比較數據。有關内生增長數字的計算，請參閱附件一；有關分部資料，請參閱附件二及有關(i)内生增長及(ii)呈報(計及貨幣影響及適用範圍變化後)增長數字之間的比較，請參閱附件三。另請參閱本新聞稿結尾的重要事項及免責聲明。

² 正常化除息稅折舊攤銷前盈利為管理層管理本集團表現、資本及資金結構時定期監控的主要財務計量指標。正常化除息稅折舊攤銷前盈利乃經扣除百威亞太股權持有人應佔溢利的以下影響計算得出：(i)非控股權益；(ii)所得稅開支；(iii)分佔聯營公司業績；(iv)財務收益或成本淨額；(v)除息稅前盈利附加非基礎項目(包括非基礎成本)及(vi)折舊、攤銷及減值。更多資料請參閱本新聞稿「股權持有人應佔溢利與正常化除息稅折舊攤銷前盈利之間的對賬」一節。

³ 正常化每股盈利使用百威亞太股權持有人應佔正常化溢利除以發行在外股份加權平均數(經扣除一名受託人以信託持有的股份)(於2026年前九個月及2025年前九個月分別為13,230,846,997股股份及13,210,094,517股股份)計算。

業務回顧

亞太地區西部

於2026年第三季度，銷量及收入分別減少11.4%及9.8%，而每百升收入增加1.8%。正常化除息稅折舊攤銷前盈利減少26.3%。

於2026年前九個月，銷量及收入分別減少5.5%及4.6%，而每百升收入增加1.0%。正常化除息稅折舊攤銷前盈利減少16.2%。

中國

於2026年第三季度，銷量減少16.8%，原因是不利天氣及即飲渠道持續疲弱令行業承壓，以及我們因應備受挑戰的行業環境調整庫存水平。收入減少16.9%，而每百升收入持平，有利的品牌組合的影響被非即飲渠道的促銷投資所抵銷。正常化除息稅折舊攤銷前盈利減少30.2%，受我們的營收表現、營運去槓桿化及其他經營收益減少所影響。

於2026年前九個月，銷量及收入均減少9.7%，而每百升收入則持平。

我們持續執行渠道擴張策略，聚焦在非即飲渠道內帶動高端化，以及擴大我們在線上到線下(O2O)渠道的滲透率。在品牌及包裝創新的支持下，我們的O2O渠道在2026年第三季度及2026年前九個月均實現強勁的雙位數增長。

我們持續投資於旗艦品牌及創新，聚焦於在更多場景與消費者建立連結，尤其在非即飲渠道方面推動銷售動能，以此增強我們產品組合的品牌影響力。

- **百威 x Tomorrowland：**百威延續與Tomorrowland的合作關係，憑藉全球音樂文化吸引達法定飲酒年齡的消費者，包括推出百威黑金限量版，以及與茉莉奶白聯名合作，引發社交媒體熱度，並推動即飲、非即飲及O2O渠道與消費者的互動。



印度

於2026年第三季度及2026年前九個月，行業延續發展動能，加上我們貫徹落實策略，推動我們市場份額進一步增長。我們亦增加商業投資，帶動產品組合加速增長，其中高端及以上品類在兩個期間均實現雙位數銷量增長。百威品牌繼續優於同業，其中印度現已躋身該品牌全球前三大市場之列。

亞太地區東部

於2026年第三季度，銷量及收入分別減少3.1%及4.1%，每百升收入減少1.0%。正常化除息稅折舊攤銷前盈利減少13.9%。

於2026年前九個月，銷量及收入分別減少1.1%及0.7%，每百升收入增加0.4%。正常化除息稅折舊攤銷前盈利減少2.0%。

韓國

於2026年第三季度，銷量呈低單位數跌幅，表現仍優於疲軟的行業水平。每百升收入略微下降，主要受不利的包裝組合所拖累，但被高端品牌組合所部分抵銷。正常化除息稅折舊攤銷前盈利呈低雙位數跌幅，主要受銷量疲弱及大宗商品不利因素所影響。

於2026年前九個月，我們表現領先行業，並在即飲及非即飲渠道提升市場份額。正常化除息稅折舊攤銷前盈利錄得低單位數跌幅，利潤率大致持平，主要得益於收益管理舉措及品牌組合改善，但被渠道及包裝組合的不利影響所部分抵銷。

我們繼續為韓國消費者投資於創新產品：

- **Chalrang**：我們於9月推出無糖燒酒Chalrang，以濟州火山岩層水及熔岩海水鹽為原料，在燒酒類別中建立差異化產品特色。



百威亞太綜合財務資料

表 2. 百威亞太綜合收益表(百萬美元)

	2026 年 前九個月	2025 年 前九個月	內生增長
總銷量(十萬公升)	62,834	66,140	-4.9%
收入	4,620	4,691	-3.7%
銷售成本	(2,269)	(2,279)	2.1%
毛利	2,351	2,412	-5.3%
銷售、一般及行政開支	(1,579)	(1,520)	0.6%
其他經營收益	49	73	-36.1%
正常化經營溢利(正常化除息稅前盈利)	821	965	-15.0%
除息稅前盈利附加非基礎項目	(12)	(37)	
財務收益淨額	25	2	
分佔聯營公司業績	42	37	
所得稅開支	(285)	(345)	
期內溢利	591	622	
非控股權益應佔溢利	26	28	
百威亞太股權持有人應佔溢利	565	594	
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	1,249	1,421	-13.2%
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	628	678	
	2026 年 第三季度	2025 年 第三季度	內生增長
總銷量(十萬公升)	20,210	22,512	-10.1%
收入	1,449	1,555	-8.4%
銷售成本	(743)	(756)	3.0%
毛利	706	799	-13.4%
銷售、一般及行政開支	(543)	(546)	7.0%
其他經營收益	21	33	-42.4%
正常化經營溢利(正常化除息稅前盈利)	184	286	-29.2%
除息稅前盈利附加非基礎項目	(4)	(24)	
財務收益淨額	16	(1)	
分佔聯營公司業績	16	16	
所得稅開支	(112)	(82)	
期內溢利	100	195	
非控股權益應佔溢利	8	10	
百威亞太股權持有人應佔溢利	92	185	
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	323	438	-22.9%
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	147	204	

銷量

總銷量於2026年第三季度減少10.1%，於2026年前九個月減少4.9%，乃受中國市場疲弱的影響，但被印度的表現所部分抵銷。

收入

於2026年第三季度，收入減少8.4%，而每百升收入增加1.9%。於2026年前九個月，受惠於有利的國家組合，收入減少3.7%，而每百升收入增加1.2%。

銷售成本

於2026年第三季度，銷售成本減少3.0%，而每百升銷售成本增加7.9%。於2026年前九個月，銷售成本減少2.1%，而每百升銷售成本增加2.9%，受我們的品牌組合、中國的營運去槓桿化、大宗商品不利因素及國家組合所影響。

銷售、一般及行政開支

銷售、一般及行政開支於2026年第三季度減少7.0%，於2026年前九個月減少0.6%，主要由於銷量下降，但被中國O2O渠道分銷開支增加所部分抵銷。本集團一直向印度特倫甘納邦(State of Telangana)的一家國營飲品公司供應啤酒產品。本集團的若干應收款項仍未清償且已逾期。考慮到延遲付款時間較長，本集團按審慎基準就該等應收款項作出30百萬美元的撥備。按年變動列作適用範圍變化，對本集團的內生增長並無影響。

其他經營收益

其他經營收益於2026年第三季度減少42.4%，於2026年前九個月減少36.1%，主要由於中國的政府激勵減少所致。

非基礎項目

表3. 非基礎項目(百萬美元)

	2026年 前九個月	2025年 前九個月
重組及其他	(12)	(19)
申索	—	(18)
對經營所得溢利的影響	(12)	(37)
對非基礎項目的稅務影響	1	6
非基礎所得稅	(52)	(53)
對溢利的影響淨額	(63)	(84)

非基礎重組費用主要與組織整合有關。有關變動旨在消除重疊的組織或重複的流程，同時考慮到僱員情況與組織要求的正確匹配。

截至2026年9月30日止期間，本集團進行內部重組以提升資本效率，導致產生資本增值預扣稅。本集團已將有關稅項確認為計入所得稅開支的非基礎所得稅。



正常化溢利及溢利

表 4. 百威亞太股權持有人應佔正常化溢利(百萬美元)

	2026 年 前九個月	2025 年 前九個月
百威亞太股權持有人應佔溢利	565	594
除稅前非基礎項目	12	37
非基礎稅項	51	47
百威亞太股權持有人應佔正常化溢利	628	678

每股盈利

表 5a. 每股基本盈利(美分)

	2026 年 前九個月	2025 年 前九個月
每股基本盈利	4.27	4.49
除稅前非基礎項目	0.09	0.28
非基礎稅項	0.39	0.36
正常化每股基本盈利	4.75	5.13

表 5b. 每股攤薄盈利(美分)

	2026 年 前九個月	2025 年 前九個月
每股攤薄盈利	4.23	4.46
除稅前非基礎項目	0.09	0.28
非基礎稅項	0.38	0.35
正常化每股攤薄盈利	4.70	5.09

或然事項

截至2023年12月31日止年度，位於韓國的附屬公司 Oriental Brewery Co., Ltd. (「OB」)就一項關稅審計申索錄得66百萬美元的非常規支出。截至2025年12月31日止年度，OB就餘下的審計期間，另錄得與該等關稅審計申索相關的20百萬美元的非常規支出。因此，截至2026年9月30日，與該等申索相關的非常規支出合共為86百萬美元。該等申索目前仍在抗辯。

在2025年第二季度，OB的一名員工因涉嫌挪用OB公司資金和商業賄賂，以及涉嫌與2023年關稅審計申索所涵蓋的進口麥芽相關的海關逃稅，在韓國被起訴。OB、OB的附屬公司ZX Ventures、OB的物流主管以及OB的首席執行官也就涉嫌海關逃稅而作為共同被告被起訴。OB和共同被告將就海關逃稅指控進行抗辯，而且預計潛在的罰款風險不會對本公司整體造成重大影響。在2026年6月15日，基於該等指控，國稅廳頒令兩家OB釀酒廠各停產一個月。於2026年7月30日及2026年9月29日，OB就該兩家OB釀酒廠取得暫緩執行暫停生產命令，而就該暫停生產命令實質內容提出的異議仍有待裁決。

作為韓國國稅廳對截至2024年止五年期進行常規審計的一部分，OB收到合計約71百萬美元的評稅通知。OB已就其中部分評稅向稅務審裁機構提出異議。截至2026年9月30日，OB已全額繳付評稅金額，以待異議及任何上訴。

股權持有人應佔溢利與正常化除息稅折舊攤銷前盈利之間的對賬

表 6. 正常化除息稅折舊攤銷前盈利與百威亞太股權持有人應佔溢利之間的對賬 (百萬美元)

	2026 年 前九個月	2025 年 前九個月
百威亞太股權持有人應佔溢利	565	594
非控股權益	26	28
期內溢利	591	622
所得稅開支(不包括非基礎項目)	234	298
分佔聯營公司業績	(42)	(37)
財務收益淨額	(25)	(2)
非基礎所得稅	51	47
除息稅前盈利附加非基礎項目	12	37
正常化除息稅前盈利	821	965
折舊、攤銷及減值	428	456
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	1,249	1,421

正常化除息稅折舊攤銷前盈利為管理層管理本集團表現、資本及資金結構時定期監控的主要財務計量指標。

正常化除息稅折舊攤銷前盈利乃經扣除百威亞太股權持有人應佔溢利的以下影響計算得出：(i) 非控股權益；(ii) 所得稅開支；(iii) 分佔聯營公司業績；(iv) 財務收益或成本淨額；(v) 除息稅前盈利附加非基礎項目(包括非基礎成本)；及(vi) 折舊、攤銷及減值。

正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並非依照國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則會計準則(「國際財務報告準則」)項下的會計處理方法，且不應被視作可代替股權持有人應佔溢利計量經營業績或可代替現金流量計量流動性。正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並無標準的計算方式，且本集團對正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利的定義可能無法與其他公司的進行比對。

附註

為方便理解百威亞太的相關表現，除非另有說明，否則對增長的分析(包括本新聞稿中的所有評論)均基於內生增長及正常化數字。換言之，財務數據經過分析以消除有關換算海外業務的貨幣轉換及適用範圍變化的影響。適用範圍變化指管理層不視作屬於業務相關表現的收購及資產剝離、業務的創立或終止或分部之間業務轉移、縮減損益及會計估計和其他假設的按年變動的影響。

不論何時於本文件呈列，所有績效計量(除息稅折舊攤銷前盈利、除息稅前盈利、溢利、稅率、每股盈利)均按「正常化」基準呈列，即指於扣除非基礎項目前呈列(除另有說明外)。非基礎項目是百威亞太正常業務活動中不定期產生的收益或開支。由於該等項目的大小或性質對理解百威亞太的相關可持續表現十分重要，因此該等項目須單獨列賬。正常化計量是管理層採用的額外計量指標，不應取代根據國際財務報告準則釐定的計量指標，成為百威亞太表現的指標。

具體而言，正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並非國際財務報告準則項下的會計處理方法。正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利不應被視作可代替股權持有人應佔溢利計量經營業績或可代替現金流量計量流動性。正常化除息稅折舊攤銷前盈利及正常化除息稅前盈利並無標準的計算方式，且本集團的定義可能無法與其他公司的進行比對。

由於四捨五入的關係，數字相加後未必等於總和。

法律免責聲明

本新聞稿載有「前瞻性陳述」。該等陳述乃基於百威亞太管理層目前對未來事件及發展的預期和觀點，自然會受到不確定性及環境變化的影響。前瞻性陳述包括通常包含「可能會導致」、「預期會」、「將繼續」、「預料」、「預計」、「估計」、「預測」、「或會」、「可能」、「可」、「相信」、「預期」、「計劃」、「潛在」、「我們旨在」、「我們的目標」、「我們的願景」、「我們擬」等字眼或詞彙或類似表述的屬前瞻性的陳述。歷史事實以外的所有陳述均為前瞻性陳述。閣下不應過分依賴該等前瞻性陳述，其反映了百威亞太管理層目前的觀點，受有關百威亞太的眾多風險及不確定性影響，且取決於諸多因素，其中部分因素不在百威亞太的控制範圍之內。重要因素、風險及不確定性可能導致實際結果大相逕庭，包括但不限於COVID疫情的影響與其影響和時長方面的不確定性，以及百威亞太日期為2019年9月18日的招股章程、2025年度報告和百威亞太已公開的其他文件所述與百威亞太有關的風險及不確定性。其他未知或不可預測的因素可能會導致實際結果與前瞻性陳述存在重大差異。

前瞻性陳述應與其他地方所載其他警告聲明一併閱讀，包括百威亞太日期為2019年9月18日的招股章程、2025年度報告及百威亞太已公開的任何其他文件。該等警告聲明完全適用於本通訊中所作的任何前瞻性陳述，無法保證百威亞太預期的實際結果或發展將得以實現，或者即使基本實現，會對百威亞太或其業務或營運產生預期後果或影響。除法律要求外，百威亞太概不承擔由於新信息、未來事件或發展或其他原因而公開更新或修訂任何前瞻性陳述的責任。



Budweiser Brewing Company APAC Limited
百威亞太控股有限公司

新聞稿

香港／2026年10月29日／上午7時正

電話會議

2026年10月29日(星期四)

香港時間上午11時30分

有關撥號資料的詳情，請瀏覽我們的網站 <https://budweiserapac.com/Upcoming/index.html>

關於百威亞太控股有限公司

百威亞太控股有限公司(「百威亞太」)是亞太地區最大的高端啤酒公司，在高端及超高端啤酒分部中佔據領導地位。其釀製、進口、推廣、經銷及出售超過50個啤酒品牌的組合，包括百威®、時代®、科羅娜®、哈爾濱®、福佳®及凱獅®。百威亞太總部設於中國香港特別行政區，其主要市場包括中國、韓國、印度及越南，並透過當地附屬公司營運。

啤酒是適度飲酒之選，一個多世紀以來，百威集團(Anheuser-Busch InBev)始終積極提倡負責任飲酒。百威亞太作為百威集團的一員，致力提供均衡多元的啤酒選擇，滿足消費者不同場合的享用需求。百威亞太亦透過各式市場營銷活動鼓勵正向消費行為，並與社區、客戶及合作夥伴攜手，透過實證為本的舉措共同推廣負責任飲酒。

百威亞太於香港聯交所上市，股份代號為「1876」，屬恒生指數成份股。公司為總部位於比利時魯汶的泛歐交易所上市公司百威集團的附屬公司，其擁有超過600年的釀酒歷史及龐大的全球業務。

有關更多詳情，請訪問公司網站：<http://www.budweiserapac.com>。

附件一 — 未經審核內生增長數字計算

以下資料乃根據本集團內部紀錄及管理賬目編製，以就本新聞稿所載內生增長數字的計算提供更多資料。該計算未經獨立核數師審閱或審核。股東及有意投資者不應過份依賴該等未經審核業績。

為方便理解百威亞太的相關表現，除非另有說明，否則對增長的分析(包括本新聞稿中的所有評論)均基於內生增長及正常化數字。換言之，財務數據經過分析以消除有關換算海外業務的貨幣轉換及適用範圍變化的影響。適用範圍變化指管理層不視作屬於業務相關表現的收購及資產剝離、業務的創立或終止或分部之間業務轉移、縮減損益及會計估計和其他假設的按年變動的影響。

下表所述數字均以百萬美元列示，惟銷量(十萬公升)、內生增長(以%或基點)及正常化除息稅折舊攤銷前盈利率(%)除外。

百威亞太	2025年 前九個月	適用範圍	貨幣換算	內生增長	2026年 前九個月	內生增長
總銷量(十萬公升)	66,140	(64)	—	(3,242)	62,834	-4.9%
收入	4,691	13	91	(175)	4,620	-3.7%
銷售成本	(2,279)	3	(41)	48	(2,269)	2.1%
毛利	2,412	16	50	(127)	2,351	-5.3%
正常化除息稅前盈利	965	(26)	26	(144)	821	-15.0%
正常化除息稅折舊 攤銷前盈利	1,421	(26)	41	(187)	1,249	-13.2%
正常化除息稅折舊 攤銷前盈利率	30.3%				27.0%	-297個基點

百威亞太	2025年 第三季度	適用範圍	貨幣換算	內生增長	2026年 第三季度	內生增長
總銷量(十萬公升)	22,512	(25)	—	(2,277)	20,210	-10.1%
收入	1,555	3	21	(130)	1,449	-8.4%
銷售成本	(756)	1	(11)	23	(743)	3.0%
毛利	799	4	10	(107)	706	-13.4%
正常化除息稅前盈利	286	(25)	6	(83)	184	-29.2%
正常化除息稅折舊 攤銷前盈利	438	(24)	9	(100)	323	-22.9%
正常化除息稅折舊 攤銷前盈利率	28.2%				22.3%	-446個基點

附件二 — 分部資料

分部資料以地區分部呈列，這與最高經營決策者可獲得及定期評估的資料一致。

本集團透過兩個地區經營業務：亞太地區東部(主要為韓國、日本及新西蘭)及亞太地區西部(中國、印度、東南亞及出口)，為本集團用於財務報告的兩個須予呈報分部。本集團的區域及營運管理層負責管理業務的表現、相關風險和營運效率。管理層使用正常化除息稅折舊攤銷前盈利等績效指標作為分部表現的計量，並作出資源分配決策。

下表所述數字均以百萬美元列示，惟銷量(十萬公升)及正常化除息稅折舊攤銷前盈利率(%)除外。

截至2026年及2025年9月30日止期間

	東部		亞太地區 西部		總計	
	2026年 前九個月	2025年 前九個月	2026年 前九個月	2025年 前九個月	2026年 前九個月	2025年 前九個月
銷量	9,003	9,099	53,831	57,041	62,834	66,140
收入	985	1,006	3,635	3,685	4,620	4,691
正常化除息稅折舊攤銷前盈利	283	298	966	1,123	1,249	1,421
正常化除息稅折舊攤銷前 盈利率%	28.7%	29.6%	26.6%	30.5%	27.0%	30.3%
折舊、攤銷及減值	(51)	(53)	(377)	(403)	(428)	(456)
正常化經營溢利 (正常化除息稅前盈利)	232	245	589	720	821	965
非基礎項目					(12)	(37)
經營溢利(除息稅前盈利)					809	928
財務收益淨額					25	2
分佔聯營公司業績					42	37
所得稅開支					(285)	(345)
期內溢利					591	622



附件三 — 內生及呈報增長數字

增長 %	百威亞太		亞太地區西部		亞太地區東部		中國	
	內生	呈報	內生	呈報	內生	呈報	內生	呈報
銷量								
2026年第三季度	-10.1%	-10.2%	-11.4%	-11.5%	-3.1%	-3.1%	-16.8%	-16.8%
2026年前九個月	-4.9%	-5.0%	-5.5%	-5.6%	-1.1%	-1.1%	-9.7%	-9.7%
每百升收入								
2026年第三季度	1.9%	3.8%	1.8%	5.4%	-1.0%	-4.2%	-0.1%	5.9%
2026年前九個月	1.2%	3.7%	1.0%	4.5%	0.4%	-1.0%	-0.1%	5.4%
淨收入								
2026年第三季度	-8.4%	-6.8%	-9.8%	-6.7%	-4.1%	-7.1%	-16.9%	-11.9%
2026年前九個月	-3.7%	-1.5%	-4.6%	-1.4%	-0.7%	-2.1%	-9.7%	-4.7%
正常化除息稅折舊 攤銷前盈利								
2026年第三季度	-22.9%	-26.3%	-26.3%	-29.4%	-13.9%	-18.0%	-30.2%	-25.9%
2026年前九個月	-13.2%	-12.1%	-16.2%	-14.0%	-2.0%	-5.0%	-18.2%	-13.7%