

華富財經網 (2024年3月13日)

<https://www.quamnet.com/post/5iVYcNt4T7cB74ymsayAP?type=article&theater>



黃德几-股評專欄

2024-03-13 09:05

×

文字大小: A

百威亞太重上10天線

百威亞太（1876）生產和銷售啤酒品牌超過50個，包括百威Budweiser、Stella Artois、Corona和Hoegaarden等品牌，主要在中國、韓國、印度和越南開展業務。截至去年12月底止第四季度，收入12.9億美元，按年增加8.9%，毛利率擴闊1.1個百分點至47.7%，惟總銷量跌2.1%至15.67億升；虧損由2022年第四季度的1,200萬美元擴闊至去年第四季度的2,300萬美元。不過，集團增加末期息至5.29美仙，按年增加40%，派息比率為82%。2023年12月底，集團的淨現金由2022年底增加6.83億美元至31億美元。

2023年全年，集團的總銷量按年增加4.6%至92.8億公升，主要受中國和印度的增長支持。去年度，收入68.58億美元，按年增加5.8%，每百升收則增長6.2%；毛利率上升0.4個百分點至50.4%，正常化EBITDA上升4.7%至20.23億美元，正常化EBITDA盈利率下跌0.3個百分點至29.5%。去年度，亞太地區西部的銷量增長5.3%，收入和每百升收入則分別上升13.4%及7.7%。

中國在2023年的銷量增長4.3%，總收入和每百升收入則分別上升12.8%和8.1%。集團的市場份額持續擴大，的市場份額提升69個基點；集團的百威和超高端產品收入於2023年第四季度實現雙位數增長。至於印度市場，去年第四季度和去年全年的表現繼續優於同業，而高端和超級高端產品組合的合併收入實現雙位數增長。去年第四季度，韓國市場銷量呈中單位數下跌，而年度的銷量則大致持平。

走勢上，昨日重上10天線，STC%K線續走高於%D線，MACD熊差距收窄，宜候低12元吸納，反彈阻力14.84元，不跌穿11.04元續持有。

金利豐證券研究部執行董事黃德几