

INTERIM RESULTS 2022

BEIJING ENTERPRISES HOLDINGS LIMITED

Stock Code : 392



有序推进可持续发展相关工作

TCFD

TASK FORCE ON
CLIMATE-RELATED
FINANCIAL
DISCLOSURES



上半年内，北京控股有序推进可持续发展相关工作，公司基于TCFD框架对气候风险进行识别，制定相应策略，并于《北京控股2021年可持续发展报告》中进行披露，同时部分下属企业也制定相应的温室气体减排目标。

燃气业务：



北京燃气：制定甲烷减排目标，甲烷减排强度力争2025年降低至0.12%以下，2030年降至近0%；



中国燃气：发布碳中和行动报告，制定碳中和目标，明确净零路径，对实现自身低碳转型及带动产业链节能减碳、绿色发展具有重要意义。

环境业务：



EEW GmbH：致力于减少化石燃料温室气体排放，计划2031年实现“气候中性”，2040年减少到“气候积极”；



北控环境：实现首单碳排放配额交易，标志“碳减排”工作取得突破进展。

啤酒业务：



燕京啤酒：成立ESG发展委员会，制定了ESG战略规划，建立了合理的议事规则，形成自上而下的ESG管理组织体系；

燕京啤酒将通过深耕现代化治理、绿色环保、产业创新、人才培育等进行“绿色治理”，提升风险应对能力，实现绿色、低碳、循环、可持续发展。

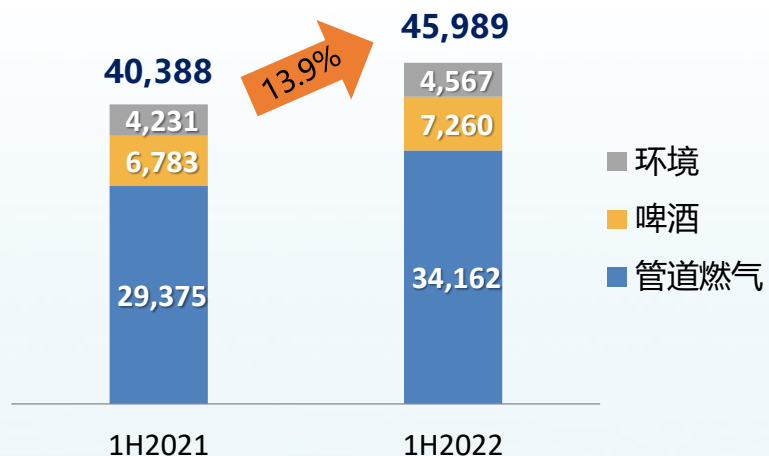
PART 01

业绩摘要及业务进展

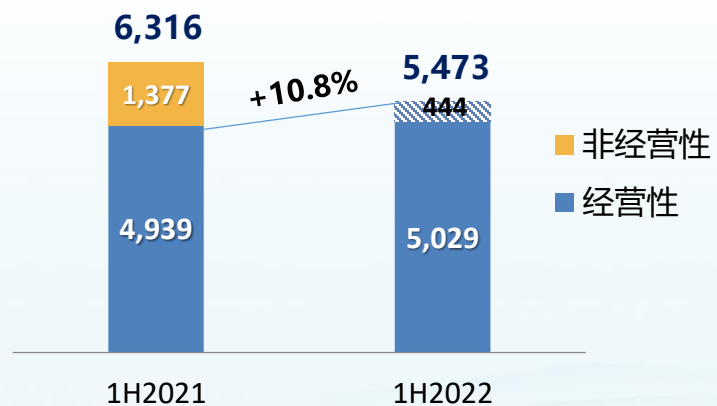


业绩摘要

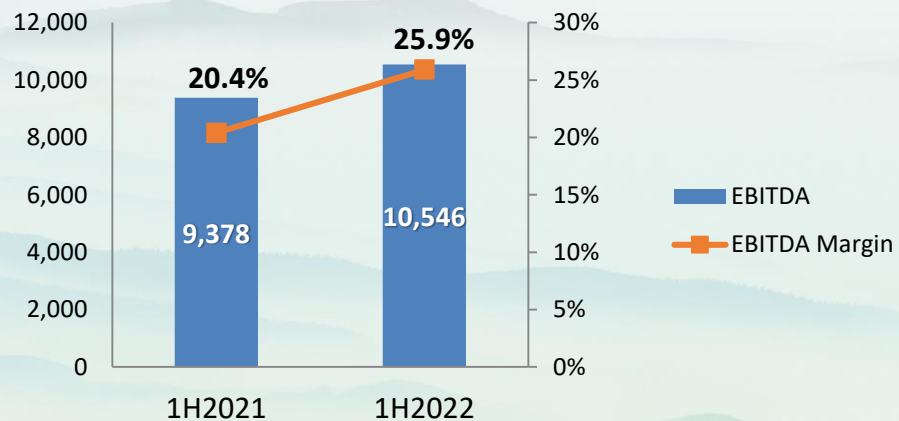
营业收入 (百万港元)



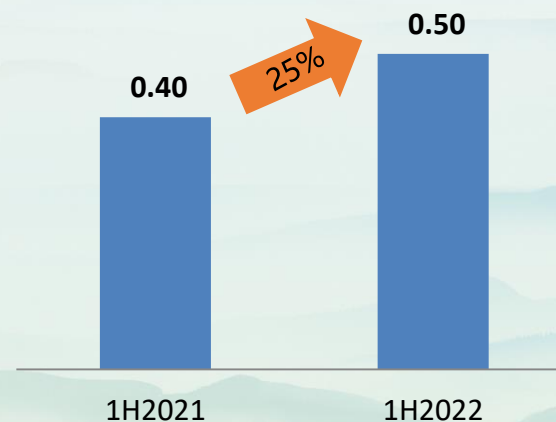
北控应占溢利 (百万港元)



EBITDA及EBITDA利润率(百万港元)

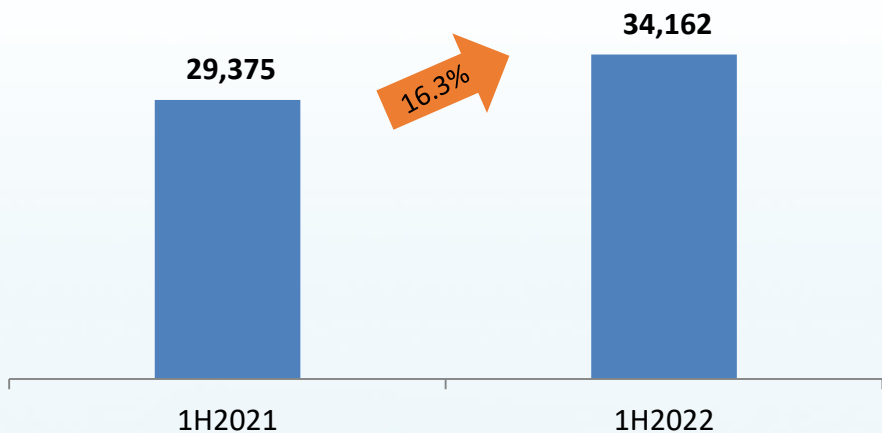


中期股息 (港元/股)



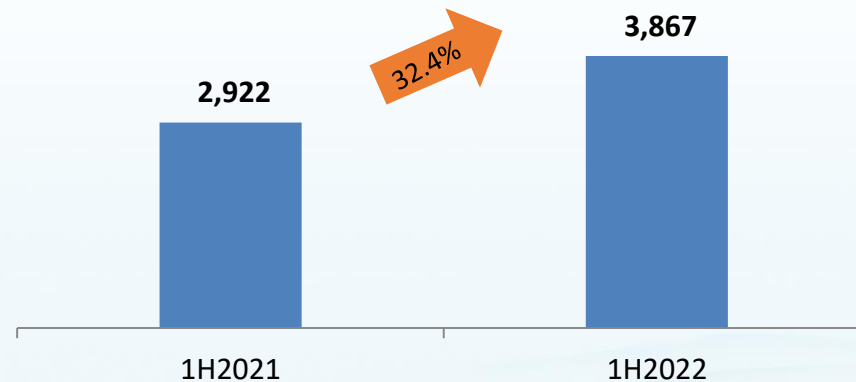
业绩摘要 - 北京燃气

营业收入 (百万港元)

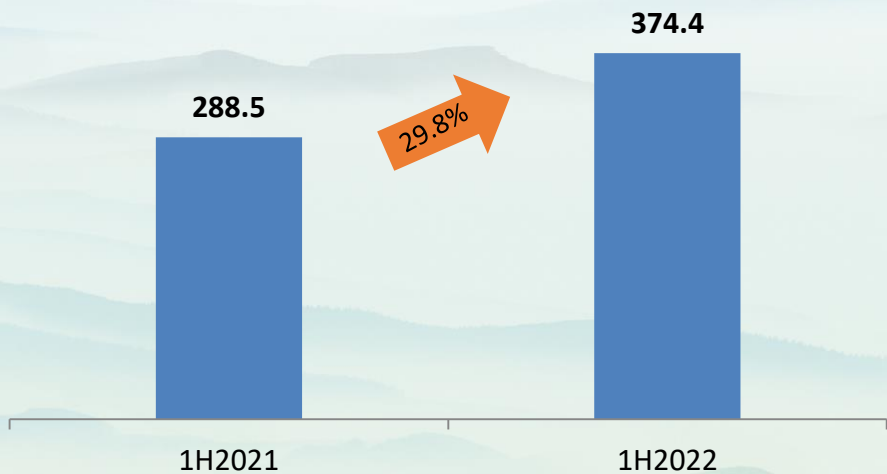


主营业务税前利润 (百万港元)

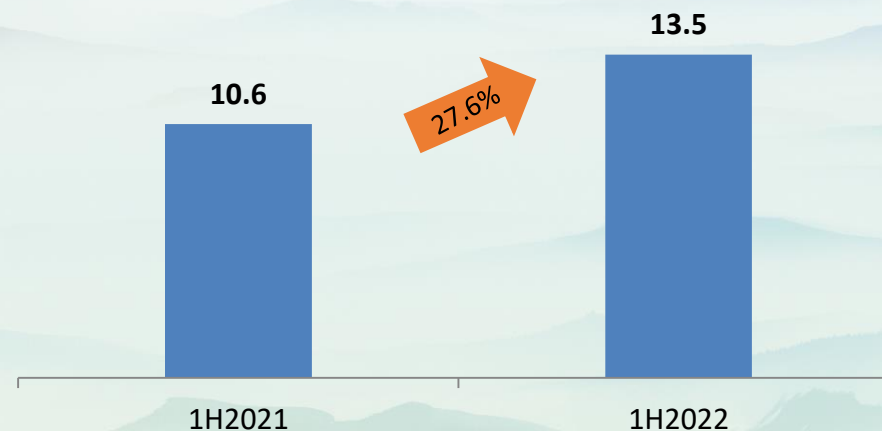
(包括天然气业务、管道公司投资、VCNG投资)



综合能源营业收入 (百万港元)



综合能源税前利润 (百万港元)





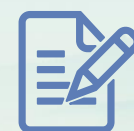
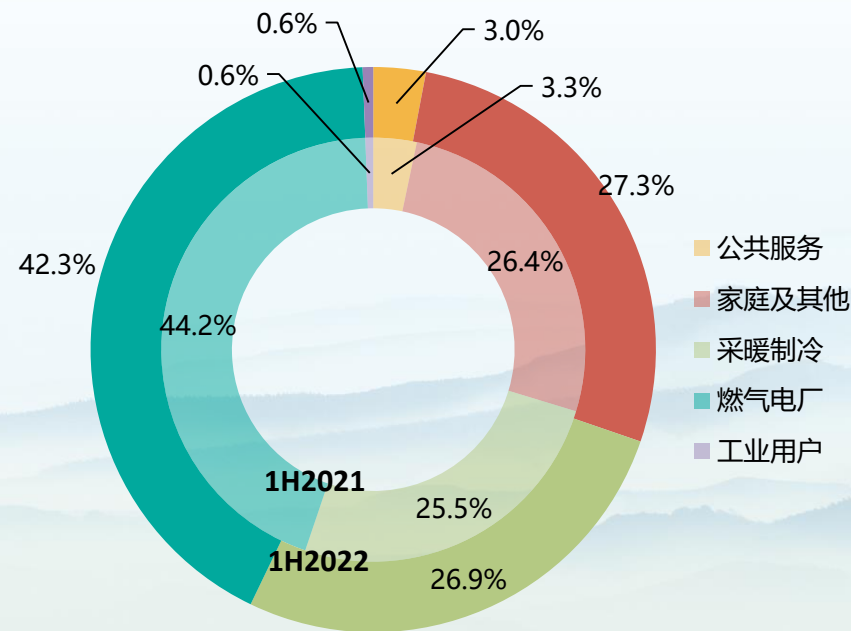
业绩摘要 - 北京燃气

数据统计日期	项目	主要运营数据
于2022年上半年	新发展家庭用户 (千)	70.9
	新增商服用户 (个)	1,492
	新增采暖锅炉 (蒸吨)	437
截至2022年6月30日	累计总用户数 (百万)	7.19
	累计管线总长 (千公里)	30.1

售气量 (十亿立方米)



北京市域内销气量客户分析



上半年资本开支
45.23亿港元



业务进展 - 北京燃气

安全监督管理

- 按照全国及北京市燃气安全排查整治工作要求，开展燃气建设、供应、使用等方面的隐患排查整治

冬奥会服务保障

- 完成北京冬奥会、冬残奥会服务保障工作

LNG业务

- 国际合作深化，于国际市场的知名度和影响力扩大的同时有效应对市场需求下降，灵活调整销售策略和外销价格，促进LNG销售规模增长
- 国际贸易持续增长，上半年完成LNG现货贸易6船

增值业务

- 增值业务管理体系日趋完善，业务规范、健康发展的同时，围绕居民家庭日常生活使用场景，终端产品品类相应增加

重点项目

- 天津南港LNG应急储备项目外输管道主体完工，码头工程主体具备交工验收条件，一期4座储罐及接收站总体完成85%以上

综合能源与新能源项目

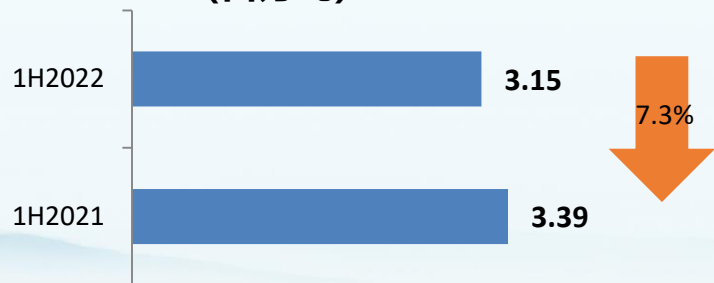
- 大力拓展新能源项目，积极开发新增供热市场，持续开发京内光伏市场



业绩摘要 - 燃气供应链投资

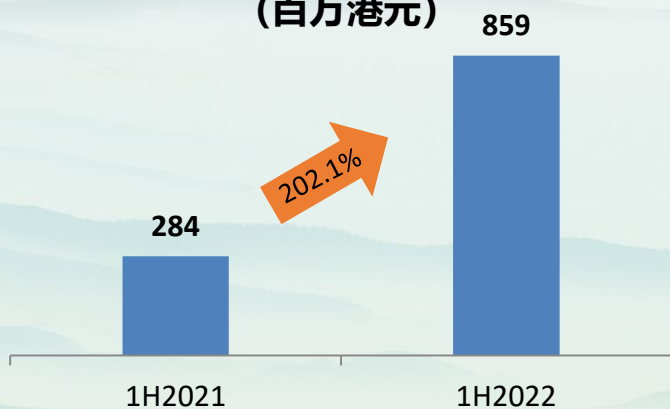
20%  俄罗斯石油上乔油气田
VCNG of Rosneft

石油销量
(百万吨)



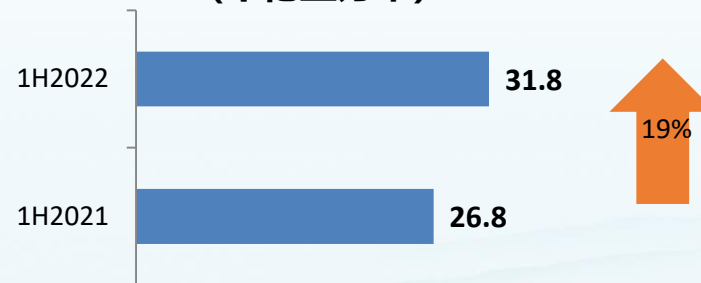
原因：油田产能自然衰减，符合项目收购模型产量逐年递减的曲线规律。

北控摊占经营性除税后净利润
(百万港元)

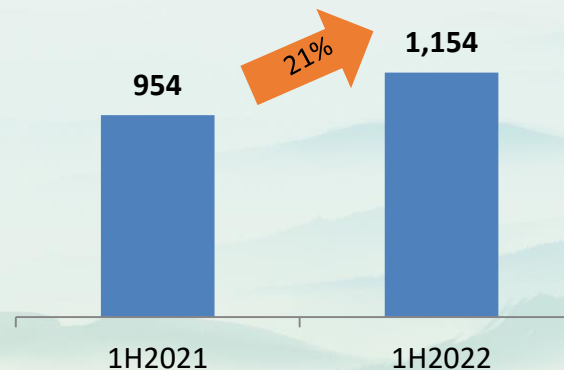


40%  国家管网公司北京管道公司

输气量
(十亿立方米)



北控摊占经营性除税后净利润
(百万港元)





业绩摘要及业务进展 - 中国燃气



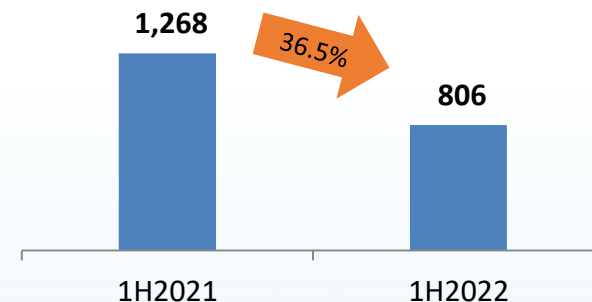
天然气业务 截至2022年3月31日累计数

居民用户	43,095,245
工业用户	19,808
商业用户	297,664
CNG/LNG 加气站	533

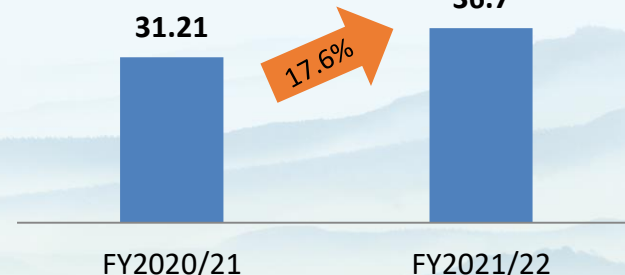
液化石油气业务 截至2022年3月31日累计数

接收码头	7个
分销项目	106个
批发业务销量	354.8万吨
终端零售业务销量	72万吨

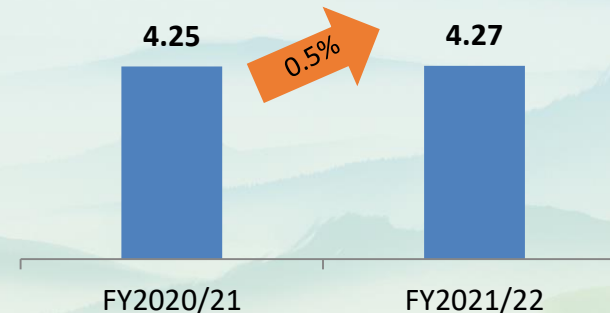
北控应占溢利 (百万港元)



天然气销量 (十亿立方米)



液化石油气销量 (百万吨)



➢ 加大数字化安全管理的投入，加速打造覆盖全集团、技术先进的OMP系统（运营管理平台）

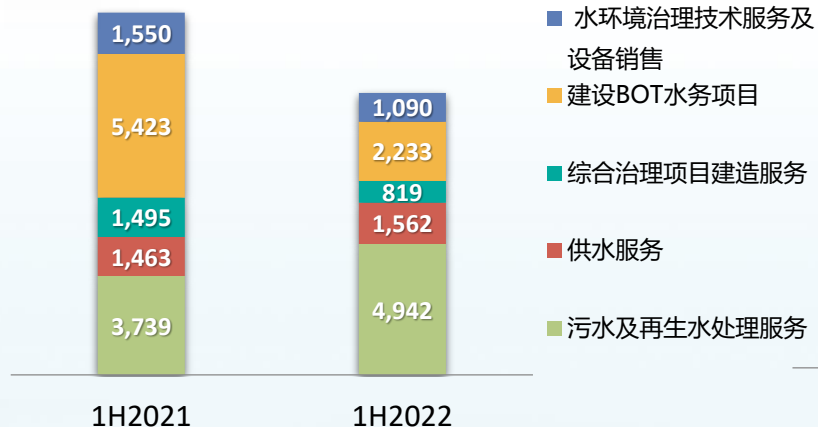
➢ 增值业务不断优化，并积极通过完善增值业务体系的组织架构，调整优化销售策略。

➢ 积极布局“双碳”新业务，扩大低碳生态圈，发力绿色金融市场。

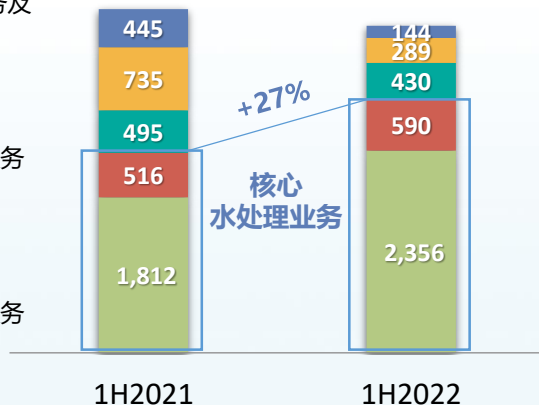
业绩摘要及业务进展 - 北控水务



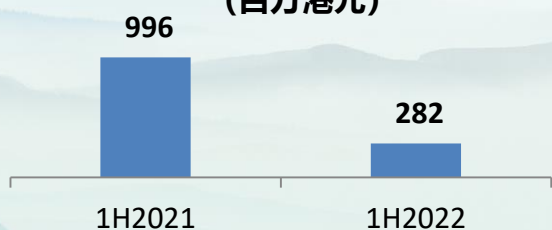
营业收入板块分析 (百万港元)



股东应占溢利板块分析 (百万港元)



北控应占溢利 (百万港元)



原因:

- (1) 北控水务上半年内由于视作出售一间联营公司确认一次性的非现金亏损10.9亿港元;
- (2) 上半年中国大陆新冠疫情反复造成水环境治理建造服务净利润减少。

深化区域改革

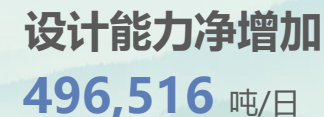
48家区域公司基本设立完毕, 其中东部17家; 西部9家; 南部11家; 北部11家。

持续推动技术创新

期内公开发布BEAOA与北控速粒两项技术产品, 对污水处理减污降碳及生态系统良性循环具有重要意义。

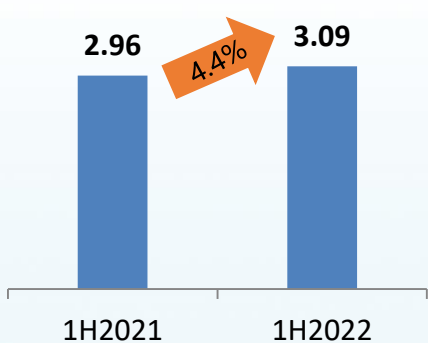
深化交付能力及品控体系建设

业务流程再造, 成立专项组, 启动调研工作确保流程的完善。构建品质控制体系, 深化质量管控提升。

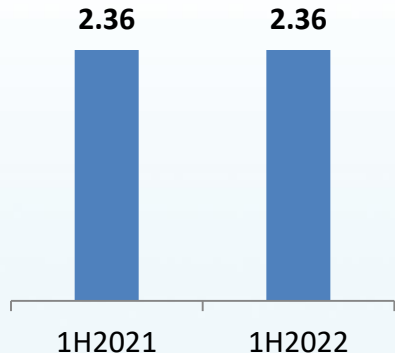


业绩摘要及业务进展 - 环境业务

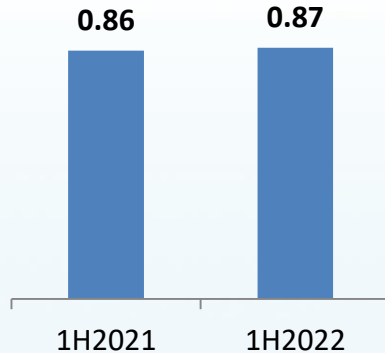
EEW营业收入 (十亿港元)



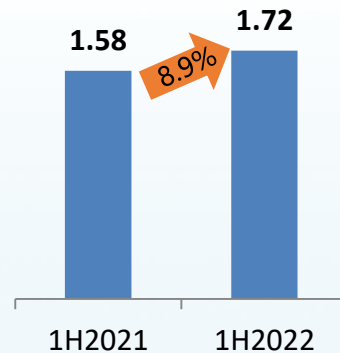
EEW垃圾处理量 (百万吨)



EEW销售电量 (十亿千瓦时)



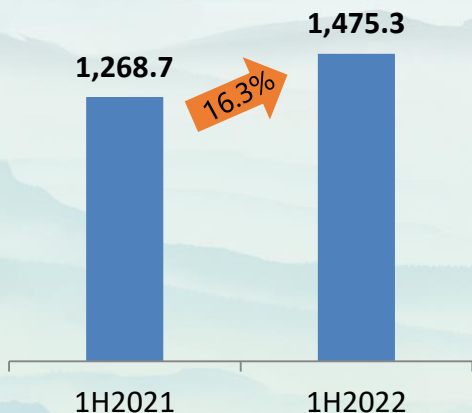
EEW售热及蒸气量 (十亿千瓦时)



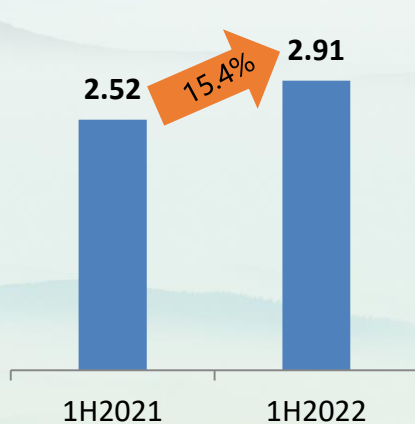
EEW GmbH

由于能源（电、热、蒸汽）的销售价格均高于去年同期，EEW上半年业绩表现良好

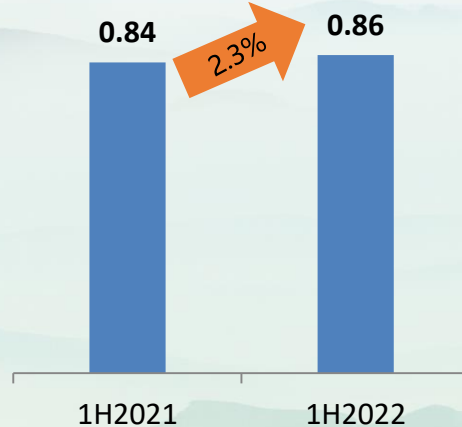
境内项目营业收入 (百万港元)



境内垃圾处理量 (百万吨)



境内上网电量 (十亿千瓦时)



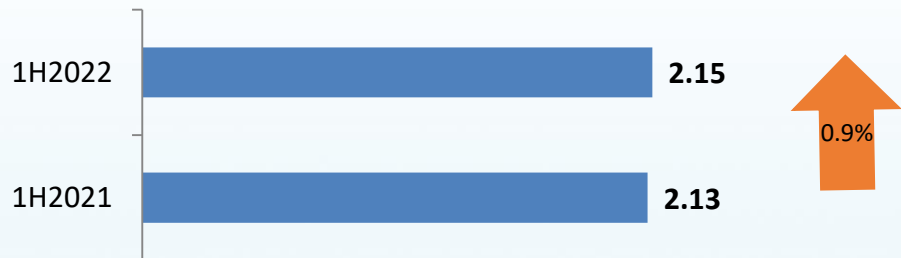
境内固废平台 (北控环境及北控环保等)

- 境内固废平台全面提升企业经营效益，降低生产成本；
- 重点项目北海市生活垃圾焚烧发电项目积极推进中。

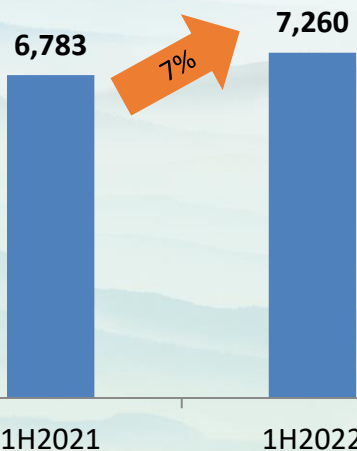
业绩摘要及业务进展 - 燕京啤酒



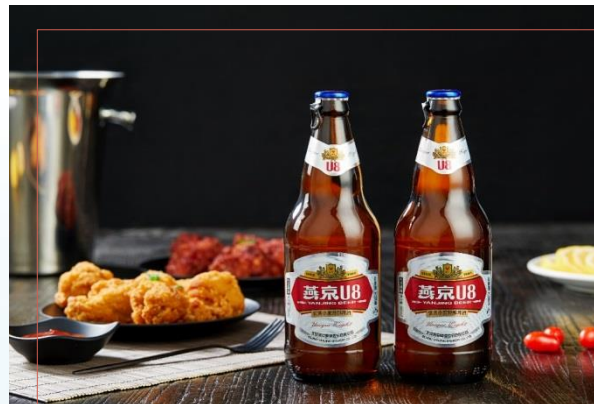
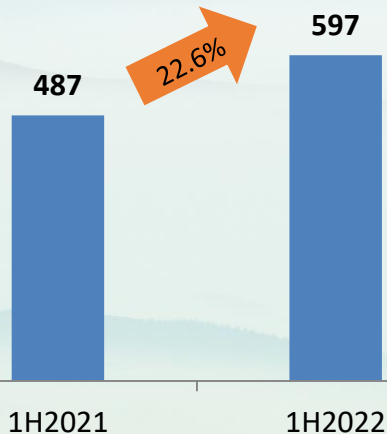
啤酒总销量 (百万千升)



营业收入 (百万港元)



税前利润 (百万港元)



纵深推进核心战略， 积聚 U8 势能

坚定聚焦U8战略，倾斜营销资源投入，上半年燕京U8 累计销量 21.4 万千升，同比增长 58%，总销量占比超11%，成为了燕京首款真正意义上的全国大单品，也是近两年业内增长最快的大单品之一。

积极应对压力， 加快调整产品结构

公司采取多项措施积极应对疫情及原辅材料成本上升的双重压力，提前锁价控制原材料成本上升幅度，加快产品结构调整步伐，增加收入，优化产能，挖潜降本增效，促进经济效益稳步增长。



据2022年《中国500最具价值品牌》分析报告显示，燕京啤酒品牌价值达到**1637.85亿元**人民币。

PART 02

展望



展望-宏观经济形势



石油等大宗商品价格中枢大幅上涨



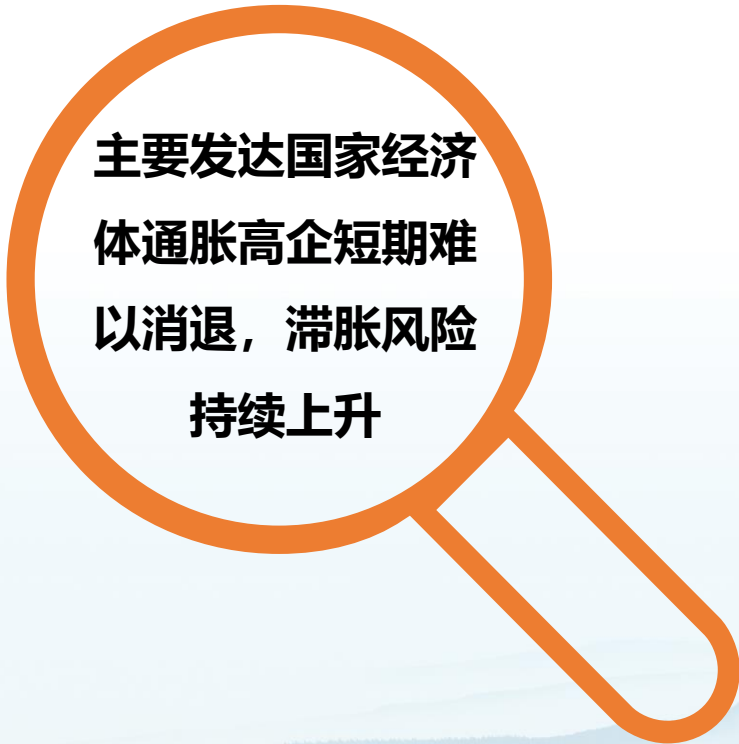
气候变化加剧，给全球经济发展带来更大挑战



欧洲、亚太地缘政治不确定性显著增强



欧美发达经济体加息缩表



主要发达国家经济体通胀高企短期难以消退，滞胀风险持续上升



公用事业发展面临挑战



部分地方政府面临较大财政收支缺口



我国人口可能进入负增长时期



展望-挑战与机遇

挑战

消费和投资恢复较缓，实体经济困难较多，地缘政治摩擦和疫情反复增加了不确定性

燃气：受国际能源市场俄乌冲突导致的石油和天然气价格持续高企；北京市场天然气消费量正在逐步趋近200亿方峰值，趋于饱和；

水务：传统市场增量拓展空间逐步收缩，疫情增加地方政府财政压力，项目投资风险不断加大

环境：传统业务拓展空间有限，“吃不饱”现象逐渐显露，国补退坡政策及环保排放标准和环保监管的日益严格。俄乌战争叠加疫情影响，能源成本飙升，原材料、辅助材料和运营材料短缺。德国能源钢铁供应链存在断裂风险，影响新项目进程；

啤酒：疫情不确定性对啤酒消费产生负面影响，原辅材材料和能源价格上涨，成本压力加剧；

机遇

高效统筹疫情防控和经济社会发展工作，中国经济将保持复苏势头

燃气：拓展新能源和综合能源业务，调整发展思路和发展模式，发挥天然气在新型能源系统中的优势和作用；推动居民用气顺价机制理顺，加强毛差管理；

水务：水价形成机制逐步完善，水司向精细化、生态化发展转型，行业并购重组机会增加

环境：提升综合服务能力，推动中餐厨垃圾、污泥掺烧等协同处置；EEW抓住欧盟减碳政策和电价等能源价格上涨的机遇，开展碳捕捉和新技术的开发应用，数字化内控管理与数字化定制服务项目，废物资源化深度利用；

啤酒：品质导向更为明显，中高端快速扩容，渠道场景升级进化；



展望 - 北京燃气

巩固提升市场规模

全力做好供应服务保障，巩固提升市场规模，推进增值业务与主营业务融合发展。加快北京管道天然气市场整合，持续开发大兴、通州、经开区等优质用户

整合点供市场

采取管道气置换和液源供应两种方式，对点供市场进行整合

加快发展综合能源及新能源业务

加强新能源业务顶层设计，全面开展农村、公建等领域分布式光伏项目开发

推进LNG长协采购

持续推进LNG长协资源采购，落实天津南港项目长期资源

加大国内资源购销力度

推动自有终端管道气市场化资源统一采购，拓展液态销售市场

推进增值业务发展

推进增值业务与主营业务融合发展，丰富终端产品，满足用户多样化产品需求。



维持稳定合理的毛差

通过民生用气合同气量（含农村煤改气）足额单独签订，提高年度合同气量比例、加快落实各地价格联动政策、落实中游管输费调降政策、适当扩大非居民价差以及落实地方政策对居民气价财政补贴等综合手段，保障合理毛差

大力发展增值业务

密切关注国家政策变化，大力发展轻资产的增值服务业务



发展“双碳”新业务

积极孵化培育双碳新能源业务，持续推进新业务的创新和可持续发展，助力国家实现“双碳”目标

聚焦数字化发展

在持续推进安全运营管理的基础上，聚焦数字化发展，依托渠道优势，快速推进产业链延伸，引领燃气业务再上新台阶



深耕传统业务 探索新业务

遵循“客户为源、创新为道”的经营宗旨，持续深耕传统水务业务，积极探索污泥处置、污水资源化、工业水处理等新业务。

加快数字化转型 打造品牌形象

加速落地数字化转型，不断构建智慧化运营管理能力，打造面向客户的创新科技产品，提升卓越运营品质，增强企业核心竞争力，树立客户赖以信任的强劲品牌形象，向着“成为深受信赖、引领发展的世界级水务环境服务商”不断迈进。



展望-环境业务

加强运营 开拓市场

- 以提高经济效益为中心，抓好精细化管理，在成本控制、节能环保、智能运营等方面提高能力；
- 加强市场开拓力度、加快项目技术改革，拓宽营收渠道，同时持续改善现金流状况。



积极预案 稳定经营

境外EEW GmbH将积极关注俄乌局势对德国及欧盟经济增长的影响，做好原材料、辅助材料以及运营材料的供应短缺以及市场价格恶化的预案准备，积极与各方沟通，最大限度减少对项目生产运营干扰的不确定性。



展望 - 燕京啤酒



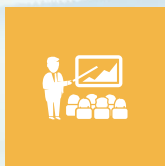
打造U8超级大单品

坚定 U8 战略核心地位，扩大既有成果，以打造超级大单品为目标，集中优势营销资源，积极探索与更多业态合作创新方式



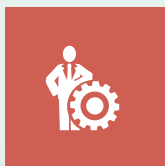
丰富产品矩阵

丰富中高端产品矩阵，扩大高端产品供给，塑造品类标杆



加强亏损企业治理

继续加强亏损企业治理，优化产能布局，做好闲置资产转型和再利用



推动转型变革

推动供应链转型，降低成本；加快生产系统变革进程，推进卓越管理体系的广度和深度，优化全系统标准化流程。

PART 03

Q&A



谢谢大家