

掛牌逾百載 股息再投資 回報50萬倍

## 可口可樂上市持一股 現值1.5億

企業，發展至今已是業務遍布全球的巨大企业，如在公司IPO時認購股份，哪怕只是一股，經過百年滾存，今天持有者已晉身億萬富豪之列，股神巴菲特愛股可口可樂便是最佳例子。該公司1919年上市時，一股40美元，百年來連同分拆及股息再投資，目前價值已飆至2000萬美元（約1.56億港元），升幅高達50萬倍。

大公報記者 李耀華 陳少文

## 一股致富系列①

可口可樂這個風行全球逾百年的碳酸性飲品，1886年由美國藥劑師約翰·潘伯頓（John S. Pemberton）在亞特蘭大調製出來，他把碳酸水和樟脑混合成為一種深色糖漿，初期在藥房販賣，首年平均每天僅售出9杯。1887年至1889年，實業家阿薩·坎德勒（Asa Griggs Candler）逐漸收購該藥劑配方，並於1892成立可口可樂公司，先後在亞特蘭大、達拉斯、芝加哥及洛杉磯等地設廠生產。

## 巴菲特愛股 持倉升值18倍

1919年，坎德勒的子女以2500萬美元出售可口可樂經營權予伍德瑞夫（Ernest Woodruff）為首的投資者，伍德瑞夫兒子羅伯特（Robert Ernest Woodruff）1923年接任為可口可樂行政總裁後，積極以廣告宣傳，把產品推銷至全世界，人稱「可口可樂之父」。

可口可樂於1919年8月26日上市至今逾百年，不少知名投資者奉為愛股，最著名當數巴菲特。他在1988年夏天首次建倉可口可樂，每股10.46美元，在隨後10個月以平均每股10.96美元增持，之後再在1991年及1994年增購股份，累計斥資近13億美元，一直保持倉位至今，為股神投資旗艦巴郡持有最長久的股份。巴郡現共持有可口可樂4億股或佔9.23%，股份價值已逾250億美元，賬面升值超過18倍。

可口可樂全球業務每年穩定增長，是吸引巴菲特長期持有的原因之一，但最大的吸引力卻是股息。可口可樂自1920年起一直保持較高比例的現金分紅，每年派息比率長期達50%以上，股息過去60年也持續增長，被喻為股息之王，目前每股派息1.76美元，股息率2.7厘，這對投資者甚為吸引，因標普500公司整體平均股息率只有1.5厘。單以股息計算，巴菲特今年在可口可樂中可取得7.04億美元，令巴郡的整體

現金回報大增54%。

假設有投資者在可口可樂1919年上市時，以40美元認購一股，103年間該股共進行了11次分拆，一股現已變成9216股，按上周五收市價63.14美元計，價值約58萬美元，升值1.45萬倍，如利用股息再投資，複息效果更驚人，至今價值2000萬美元，百年飆升50萬倍。

## 走出疫情谷底 業績有驚喜

正如其他百年老店，可口可樂業務經歷高山低谷。巴菲特首次建倉可口可樂時，正是1987年10月股災後不足一年，投資者對黑色星期一猶有餘悸，股票被視為極高風險資產。巴菲特當時安撫投資者，指希望持有可口可樂一段長時間，並強調只要是表現突出、管理優秀的企業，便可以長久取得正回報。時間也證明，股神眼光獨到，為自己及投資者贏取豐厚利潤。

雖然可口可樂為股神帶來極高回報，但其業績也非一帆風順，如過去10年，可口可樂營業額一直下滑，每年平均跌2%，部分原因是大眾健康意識提高，近年更因疫情打擊產品的需求。不過，該集團今年首季業績令人驚喜，純利按年大增24%，華爾街分析師相信，這家飲品行銷200多個國家及地區、市值達2700億美元的巨無霸企業，業務已逐漸從疫情的谷底恢復過來，全年增長料可達7%至8%，前景值得看好。統計顯示，華爾街投行中，有10家建議買入，4家建議持有。

可口可樂全年業績若勝預期，有利股價進一步向上，巴菲特等長期擁躉繼續享受升值，至於早在百年前已買入的投資者，哪怕只是一股，至今後人已可致富，成為億萬富豪。

上周五報  
63.14美元

60

50

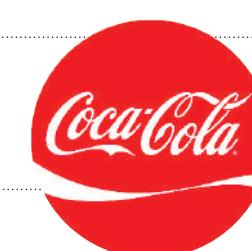
40

30

20

10

0



可口可樂1988年至今股價（美元）

看好  
前景

## 股神持倉蘋果 複製可樂神話

股神巴菲特因看中可口可樂的發展潛力，故1988年建倉以來，賬面獲利豐厚，更成為其投資旗艦巴郡的五大持股之一。巴菲特一直尋找另一隻可口可樂，希望再次取得驕人回報，現在看來，蘋果公司成為股神另一隻愛股，巴郡持有蘋果短短6年賬面最多升值逾1200億美元。

巴菲特投資蘋果的成功，足與買入可口可

樂媲美。巴郡在2016年開始買入蘋果股份，至2018年中已持有5%，成本價360億美元。隨着蘋果股價飛升，巴郡持股價值最高峰達逾1600億美元。不過，蘋果股價跟隨大市調整，年初至今下跌近兩成。

## 六年最多升值1200億美元

蘋果令巴郡的股票投資組合價值大升，令人想起巴菲特當年投資可口可樂的歷史。巴郡

## 可口可樂百年大事記



## 1928年進軍香港 太古收購經營權

可口可樂早於1928年進口香港發售，其後被太古集團收購，建立起太古可口可樂公司。據悉，初期可口可樂在香港是由屈臣氏公司代理，當時屈臣氏的汽水銷量和公司規模都比美國可口可樂大，因此可口可樂並非其主要產品，銷量亦不高。其後，美國可口可樂決定以從上海赴港的美國商人發展香港市場，並計劃開設香港汽水廠。當時汽水廠與太古集團主控的煉糖業務難以分割，因為汽

水的主要原材料是食糖和水，而香港汽水廠正設於太古煉糖廠的地皮，糖廠後山是太古水塘，解決了兩個主要材料的供應。

1948年，香港汽水廠正式生產可口可樂，成為香港的特約裝瓶商。到1965年，太古集團成功收購香港汽水廠取得瓶廠的經營權，並在1974年改名為太古汽水有限公司，為配合生產，太古曾於荔枝角、荃灣及鰲魚涌設置廠房，並在香港開展大量的經銷活動。在七十年代，玻璃樽裝可口可樂大受港人歡迎，更在

1977年首度推出1公升裝，其可密封的瓶蓋設計，讓氣泡得以保存，深受家庭歡迎。

## 生產線17條 員工千四名

時至今日，太古可口可樂香港有限公司（Swire Coca-Cola HK Ltd.）在港擁有可口可樂和可口可樂公司其他品牌產品的專營權，是香港主要的汽水生產商，僱用近1400名員工，運作17條生產線，每年生產超過6000萬箱飲料。

## 通脹推高成本 供應商改包裝應對

膠原料的需求大增，在供貨不足下，價格急升，這些因素導致產品成本猛增。

與此同時，全球鋁價大升，亦令對金屬鐵罐需求殷切的飲品供應商添加壓力。另外，用作第二輪包裝的纖維與紙板，價格同樣錄得雙位數升幅。而糖價自2021年夏季急升後，近月才告放緩，咖啡、茶、玉米、橙汁等軟性飲品原材料的價格在今年初更創下歷史高峰。

## 2/3生產商無奈加價

在受訪的飲品供應商高層中，有八成坦言過去一年的發展受通脹影響，生產和分銷成本上

揚、原材料漲價，將會打擊今年業務和利潤，工人不足的影響反而較輕微。

受訪者中，有三分之二表示，已把部分產品和服務的價格上調以應對通脹，有18%受訪者則指，情願減少產品的數量和服務種類來應付。

然而，不論是加價或減產，最終都會損害盈利能力。為此之計，飲品供應商宜推進改革，制定一套靈活的定價機制應對通脹；在包裝方面，研究更節省資源及原材料的產品，甚至推出較小型的樽裝或罐裝飲品，或鼓勵消費者自備裝瓶等。若能適度改革營銷和包裝策略，相信飲品供應商有望捱過通脹急升這道難關。



▲飲品包裝材料大幅漲價，令生產成本增加，部分供應商只好上調產品售價，把成本轉嫁予消費者。