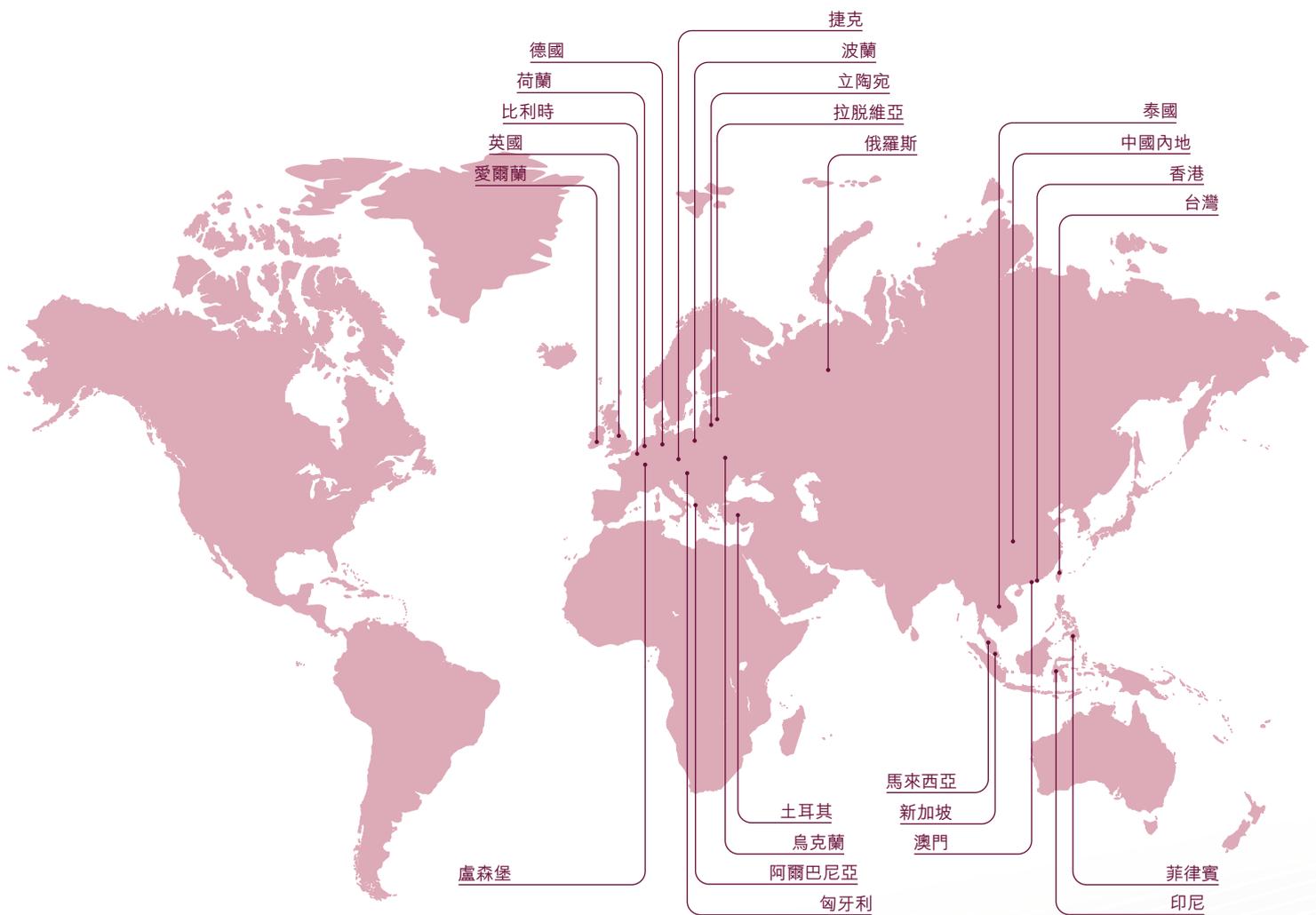


業務回顧



屈臣氏在上海開設專為年輕人而設的全新潮流店鋪，為顧客帶來嶄新的購物體驗。

零售





1. The Perfume Shop 乃英國及愛爾蘭最大的香水專門零售商。
2. Superdrug 在英國及愛爾蘭市場的分店數目突破 800 家。
3. ICI PARIS XL 的新概念店開幕，配上時尚華麗的裝潢，帶給愛美人士耳目一新的購物樂趣。



4. 屈臣氏馬來西亞為顧客提供全面的保健美容產品。

5. Savers 於英國主要商業區擁有超過400家店舖，為顧客提供價廉物美的健美產品。

零售部門由屈臣氏集團旗下公司組成，以店舖數目計算，屈臣氏集團是亞洲與歐洲最大之保健及美容產品零售商。

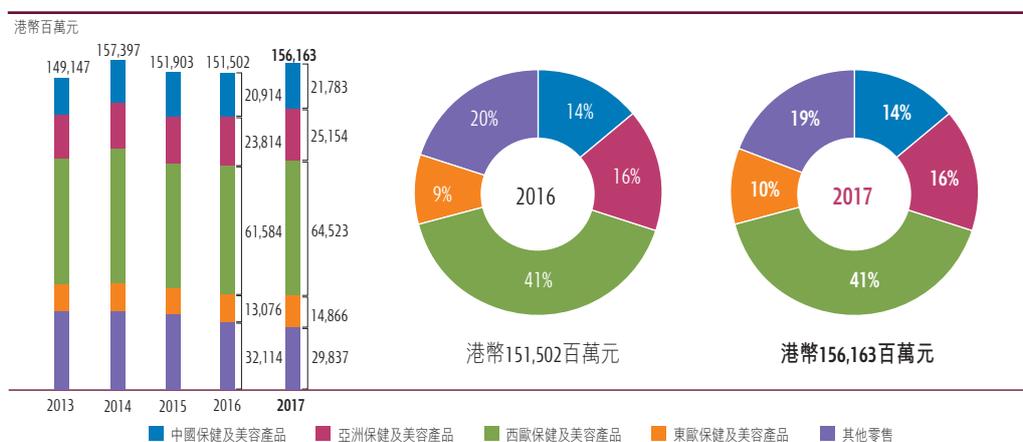
集團表現

屈臣氏集團於2017年經營13個零售品牌，在全球24個市場有超過14,000家店舖，提供優質個人護理、保健及美容產品；食品及洋酒；以及消費電子及電器產品。屈臣氏集團亦在香港與內地製造及分銷各類瓶裝水與其他飲品。

	2017年 港幣百萬元	2016年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	156,163	151,502	+3%	+2%
EBITDA	14,798	14,567	+2%	—
EBIT	12,089	12,059	—	-2%
店舖總數	14,124	13,331	+6%	

呈報收益總額較去年增加3%，由店舖數目（主要為中國及亞洲保健及美容產品）增加6%，以及同比店舖銷售額整體增長0.9%所帶動。

按分部劃分之
收益總額



收益總額	2017年 港幣百萬元	2016年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
中國保健及美容產品	21,783	20,914	+4%	+5%
亞洲保健及美容產品	25,154	23,814	+6%	+6%
中國及亞洲保健及美容產品小計	46,937	44,728	+5%	+6%
西歐保健及美容產品	64,523	61,584	+5%	+3%
東歐保健及美容產品	14,866	13,076	+14%	+7%
歐洲保健及美容產品小計	79,389	74,660	+6%	+4%
保健及美容產品小計	126,326	119,388	+6%	+5%
其他零售 ⁽¹⁾	29,837	32,114	-7%	-7%
零售總額	156,163	151,502	+3%	+2%

同比店舖銷售額增長(%) ⁽²⁾	2017年	2016年
中國保健及美容產品	-4.3% ⁽³⁾	-10.1% ⁽³⁾
亞洲保健及美容產品	+3.8%	+1.9%
中國及亞洲保健及美容產品小計	-	-4.0%
西歐保健及美容產品	+2.1%	+3.7%
東歐保健及美容產品	+4.4%	+4.6%
歐洲保健及美容產品小計	+2.5%	+3.8%
保健及美容產品小計	+1.6%	+1.0%
其他零售 ⁽¹⁾	-2.3%	-8.2%
零售總額	+0.9%	-0.8%

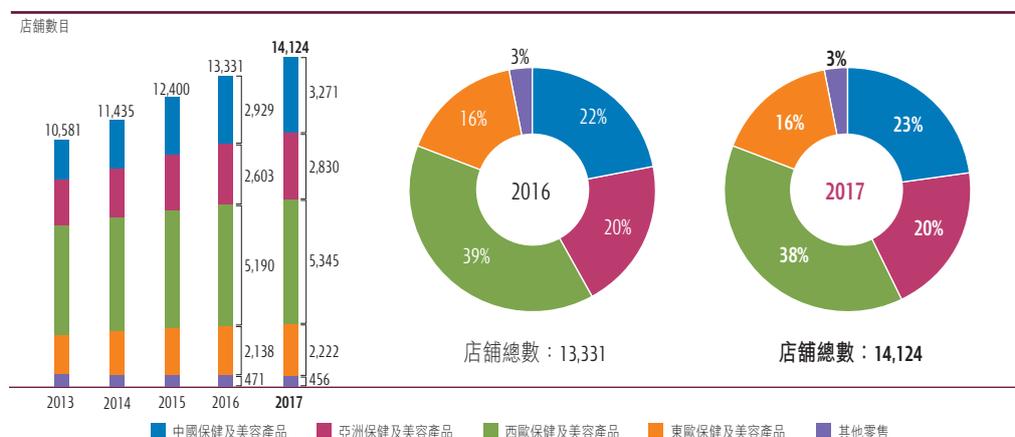
註1：其他零售包括百佳、豐澤、屈臣氏酒窖及瓶裝水與飲品製造業務。

註2：同比店舖銷售額增長為於相關財政年度首日(a)已營運超過12個月及(b)於過去12個月內店舖規模並無重大變動之店舖所貢獻之收益百分比變動。

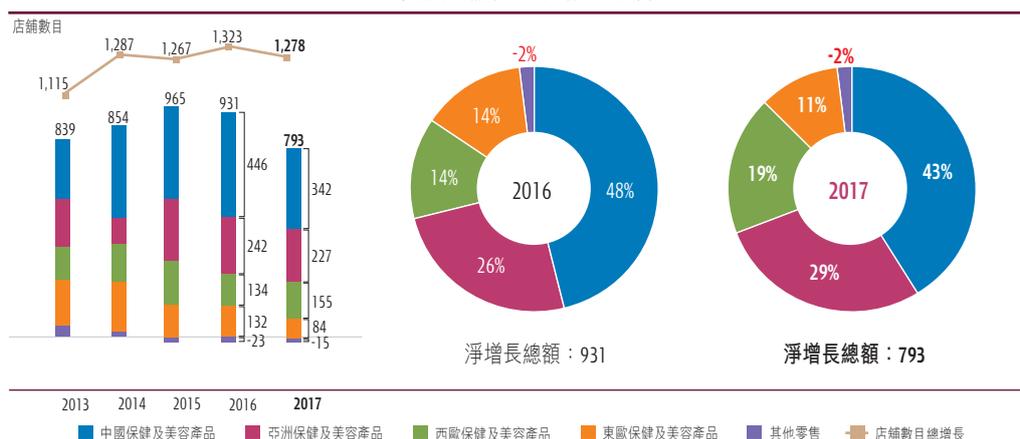
註3：就鄰近地方開設之新店舖收復之會員計劃銷售額作出調整後，2017年之同比店舖銷售額增長0.3%，而非下跌4.3%（2016年：同比店舖銷售額跌幅由10.1%下降至5.0%）。

集團表現(續)

按分部劃分之
零售店舖總數



按分部劃分之
零售店舖數目淨增長總額

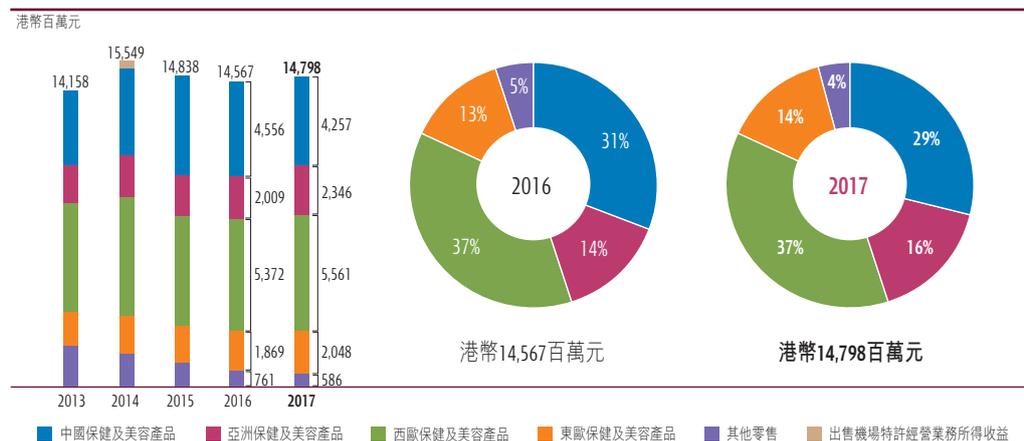


店舖數目	2017年	2016年	變動
中國保健及美容產品	3,271	2,929	+12%
亞洲保健及美容產品	2,830	2,603	+9%
中國及亞洲保健及美容產品小計	6,101	5,532	+10%
西歐保健及美容產品	5,345	5,190	+3%
東歐保健及美容產品	2,222	2,138	+4%
歐洲保健及美容產品小計	7,567	7,328	+3%
保健及美容產品小計	13,668	12,860	+6%
其他零售 ⁽¹⁾	456	471	-3%
零售總額	14,124	13,331	+6%

註1： 其他零售包括百佳、豐澤、屈臣氏酒窖及瓶裝水與飲品製造業務。

以呈報貨幣計算，零售部門之EBITDA較2016年增加2%但EBIT維持相若。保健及美容產品分部之收益增長因與擴充店舖組合有關之經營成本上升，以及其他零售業務之貢獻減少而部分抵銷。EBITDA改善因擴充店舖及投資於系統提升與開發數據管理及電子商貿平台以致折舊支出增加而大幅抵銷。

按分部劃分之 EBITDA



EBITDA	2017年 港幣百萬元	2016年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
中國保健及美容產品	4,257	4,556	-7%	-6%
亞洲保健及美容產品	2,346	2,009	+17%	+16%
中國及亞洲保健及美容產品小計	6,603	6,565	+1%	+1%
西歐保健及美容產品	5,561	5,372	+4%	-
東歐保健及美容產品	2,048	1,869	+10%	+3%
歐洲保健及美容產品小計	7,609	7,241	+5%	+1%
保健及美容產品小計	14,212	13,806	+3%	+1%
其他零售 ⁽¹⁾	586	761	-23%	-23%
零售總額	14,798	14,567	+2%	-

註1： 其他零售包括百佳、豐澤、屈臣氏酒窖及瓶裝水與飲品製造業務。

於2017年，保健及美容產品分部整體佔部門EBITDA之96%，繼續錄得穩健表現，呈報EBITDA增長3%。尤其亞洲保健及美容產品在EBITDA毛利率改善下，呈報EBITDA增長17%。保健及美容產品分部繼續擴充其店舖組合，淨增長808家店舖。新啟業店舖仍然優質，平均新店現金回本期為11個月。保健及美容產品分部每家新店之平均資本開支為港幣90萬元。

分部表現

中國保健及美容產品

	2017年 港幣百萬元	2016年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	21,783	20,914	+4%	+5%
EBITDA	4,257	4,556	-7%	-6%
EBITDA 毛利率	20%	22%		
EBIT	3,674	4,055	-9%	-8%
EBIT 毛利率	17%	19%		
店舖總數	3,271	2,929	+12%	
同比店舖銷售額增長(%)	-4.3%	-10.1%		

屈臣氏業務繼續為內地之領先保健及美容產品零售連鎖集團。收益總額增加4%及店舖數目增加12%，但因成熟店舖之同比店舖銷售額跌幅負4.3%而部分抵銷。由於實施多項策略，包括店舖分析、店舖改裝與重新佈局，同比店舖銷售額跌幅逐漸改善，由2016年之負10.1%改善至2017年之負4.3%，並於最後一季稍微回復至正0.1%之同比店舖銷售額增長。透過持續擴充店舖組合，並緊密跟隨貿易區及客戶人口分佈之轉變，成熟店舖於2017年之銷售額跌幅已由該等成熟店舖鄰近地方開設之新店舖全面收復。所收復之銷售額透過追蹤業務之廣泛會員計劃客戶群銷售表現計量。計及收復之會員計劃銷售額，2017年之同比店舖銷售額增長為0.3%。

儘管錄得收益增長，惟2017年以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT分別下跌6%及8%，主要由於通脹上升導致整體店舖經營成本基礎增加。然而，EBITDA毛利率維持在20%之理想水平。

中國保健及美容產品於年內之店舖總數增加342家，平均新店現金回本期為10個月，於年底在內地454個城市經營逾3,200家店舖。

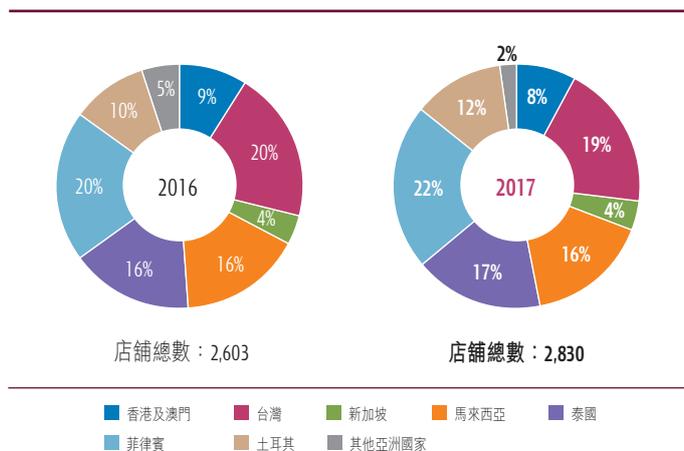
亞洲保健及美容產品

	2017年 港幣百萬元	2016年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	25,154	23,814	+6%	+6%
EBITDA	2,346	2,009	+17%	+16%
EBITDA 毛利率	9%	8%		
EBIT	1,955	1,643	+19%	+18%
EBIT 毛利率	8%	7%		
店舖總數	2,830	2,603	+9%	
同比店舖銷售額增長(%)	+3.8%	+1.9%		

屈臣氏為亞洲之領先保健及美容產品零售連鎖集團，品牌有極高知名度，而且地域分佈廣泛。此地區大部分業務表現理想，尤其是屈臣氏泰國、馬來西亞及菲律賓。儘管屈臣氏香港受到上半年訪港旅客人數減少及香港經營成本上升之壓力，惟其EBITDA及EBIT均錄得雙位數字增幅。

亞洲保健及美容產品於年內之店舖總數增加227家，平均新店現金回本期為13個月。分部於2017年在九個市場經營逾2,800家店舖。

亞洲保健及美容產品 (+9%)
按市場劃分之零售店舖數目



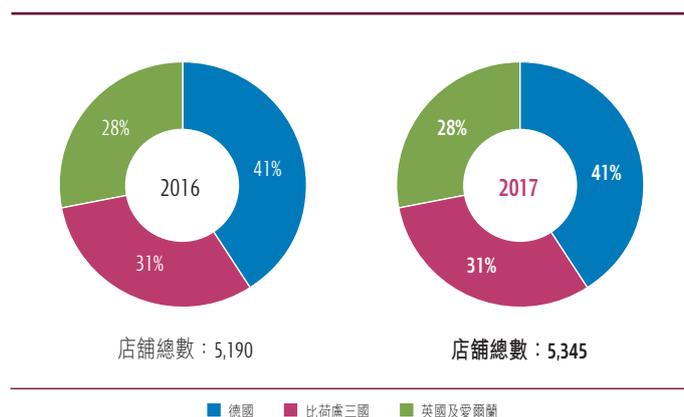
西歐保健及美容產品

	2017年 港幣百萬元	2016年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	64,523	61,584	+5%	+3%
EBITDA EBITDA 毛利率	5,561 9%	5,372 9%	+4%	-
EBIT EBIT 毛利率	4,543 7%	4,428 7%	+3%	-1%
店舖總數	5,345	5,190	+3%	
同比店舖銷售額增長 (%)	+2.1%	+3.7%		

西歐保健及美容產品於年內以呈報貨幣及當地貨幣計算均繼續錄得良好收益增長。英國保健及美容產品之表現持續改善，於2017年之同比店舖銷售額穩健增長3.2%；比荷盧三國於2017年之銷售額增長高於市場水平，惟因其面對激烈競爭導致貢獻輕微減少。

西歐保健及美容產品於2017年新增155家店舖，經營逾5,300家店舖。此分部之平均新店現金回本期為11個月。

西歐保健及美容產品 (+3%)
按市場劃分之零售店舖數目



分部表現(續)

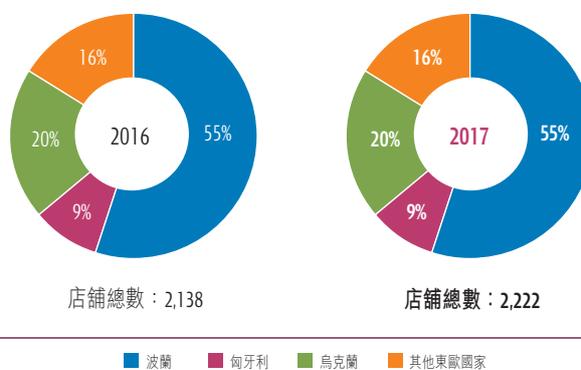
東歐保健及美容產品

	2017年 港幣百萬元	2016年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	14,866	13,076	+14%	+7%
EBITDA	2,048	1,869	+10%	+3%
EBITDA 毛利率	14%	14%		
EBIT	1,785	1,623	+10%	+3%
EBIT 毛利率	12%	12%		
店舖總數	2,222	2,138	+4%	
同比店舖銷售額增長(%)	+4.4%	+4.6%		

東歐保健及美容產品於年內繼續錄得穩健增長。EBITDA及EBIT均增長10%，主要來自波蘭Rossmann合資企業之強勁銷售額。

東歐保健及美容產品於2017年新增84家店舖，在七個市場經營逾2,200家店舖。

東歐保健及美容產品 (+4%)
按市場劃分之零售店舖數目



其他零售

	2017年 港幣百萬元	2016年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	29,837	32,114	-7%	-7%
EBITDA EBITDA 毛利率	586 2%	761 2%	-23%	-23%
EBIT EBIT 毛利率	131 1%	311 1%	-58%	-58%
店舖總數	456	471	-3%	
同比店舖銷售額增長 (%)	-2.3%	-8.2%		

其他零售分部僅佔部門EBITDA之4%，呈報較少之收益總額、EBITDA及EBIT，分別減少7%、23%及58%，主要由於成本通脹及旅客消費停滯。幸而，下半年訪港旅客人數回升，及香港業務(尤其是豐澤)錄得正數銷售額增長動力。其他零售目前在三個市場經營逾450家零售店舖，以及在香港與內地製造及分銷各類瓶裝水與其他飲品。

其他零售(-3%)
按分部劃分之零售店舖數目

