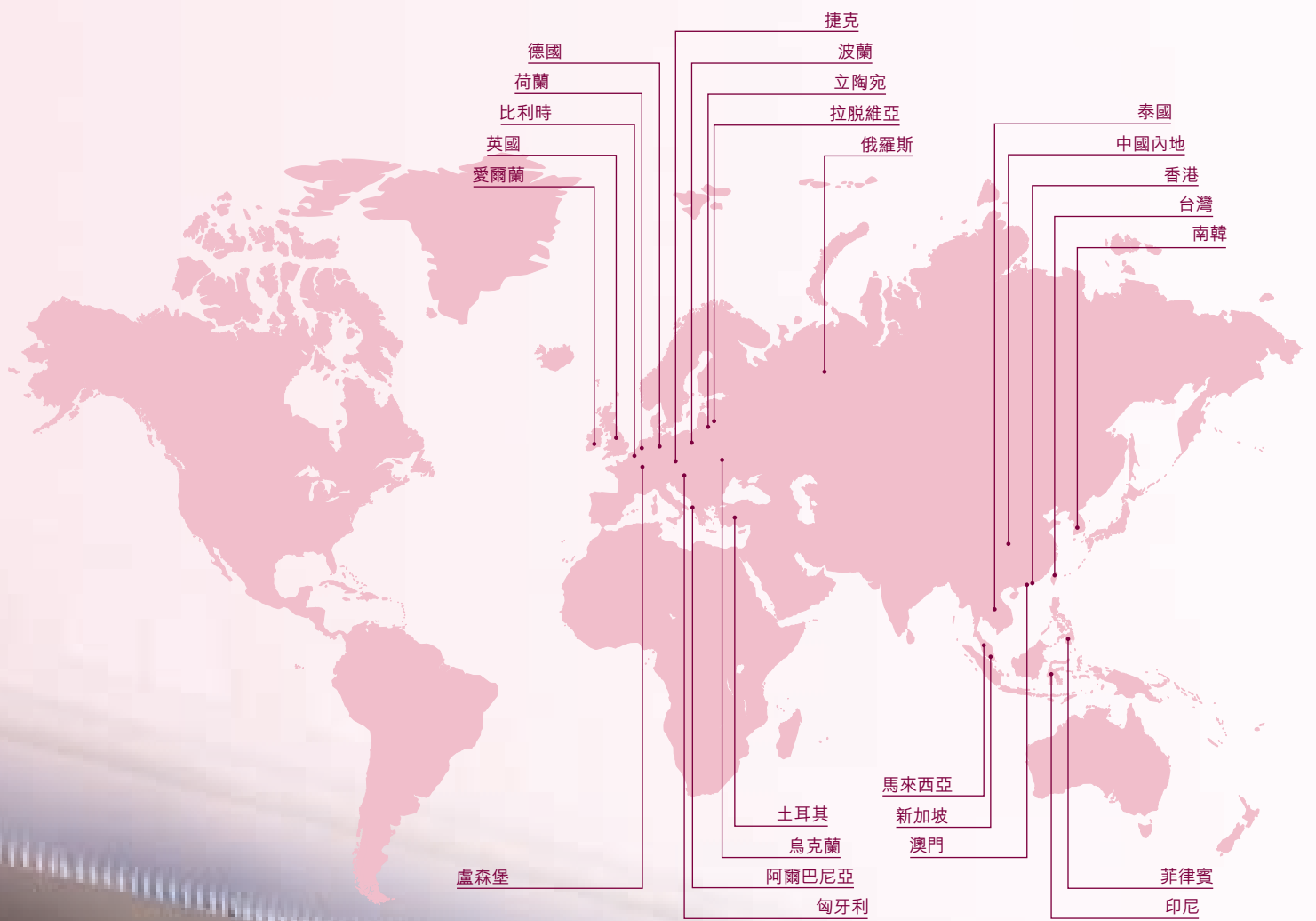


零售



Superdrug 推展 wellbeing 概念店至屈福特高街、李斯特和阿巴甸。



everdrug

wellbeing







3



5



4

1. ICI PARIS XL 於比荷盧三國及德國設有超過 250 家分店。
2. 屈臣氏香港旗艦店正式開幕，標誌著屈臣氏集團全球零售店總數突破 12,000 家。
3. 慶祝 40 周年誌慶的 Kruidvat 現於荷蘭及比利時設有超過 1,100 家店舖。
4. The Perfume Shop 以超值價格供應各款名牌香水，親切友善的店員更為顧客提供專業意見。
5. Trekpleister 是顧客信賴的社區藥房，提供超值產品及貼心服務。

零售部門由屈臣氏集團旗下公司組成，以零售店舖數目計算，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

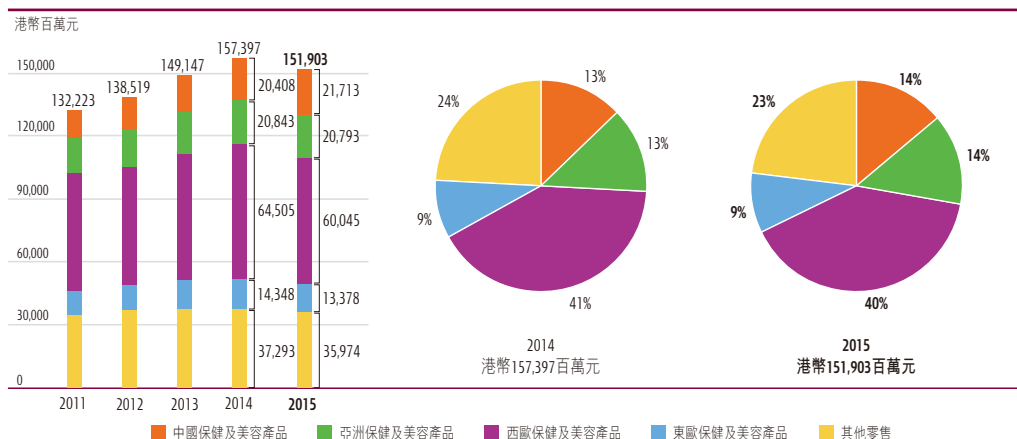
屈臣氏集團目前經營13個零售品牌，在全球25個市場有12,400家店舖，提供優質個人護理、保健及美容產品；食品及洋酒；以及消費電子及電器產品。屈臣氏集團亦在香港與內地製造及分銷各類瓶裝水與其他飲品。

	2015年 ⁽¹⁾ 港幣百萬元	2014年 ⁽¹⁾ 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	151,903	157,397	-3%	+5%
EBITDA	14,838	15,549	-5%	+4%
EBIT	12,328	13,023	-5%	+4%
店舖總數	12,400	11,435	+8%	

註1：重組對零售部門之2015年業績並無影響。2014年之收益、EBITDA及EBIT如和黃2014年年報所呈示。兩段期間業績乃按同比基準呈示。

呈報收益總額為港幣1,519億300萬元，較2014年減少3%。以當地貨幣計算之收益增加5%，由同比店舖銷售額較去年增加1.9%及店舖數目增加8%所帶動。撇除於2014年7月出售機場特許經營業務之一次性收益，2015年之EBITDA及EBIT分別為港幣148億3,800萬元及港幣123億2,800萬元，以呈報貨幣計算較2014年分別減少2%及3%，惟以當地貨幣計算均增加7%。

按分部劃分之
收益總額



收益總額	2015 年 港幣百萬元	2014 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	21,713	20,408	+6%	+9%
亞洲保健及美容產品	20,793	20,843	-0.2%	+4%
中國及亞洲保健及美容產品小計	42,506	41,251	+3%	+6%
西歐保健及美容產品	60,045	64,505	-7%	+7%
東歐保健及美容產品	13,378	14,348	-7%	+16%
保健及美容產品小計	115,929	120,104	-3%	+8%
其他零售 ⁽²⁾	35,974	37,293	-4%	-3%
零售總額	151,903	157,397	-3%	+5%
- 亞洲	78,480	78,544	-	+2%
- 歐洲	73,423	78,853	-7%	+9%

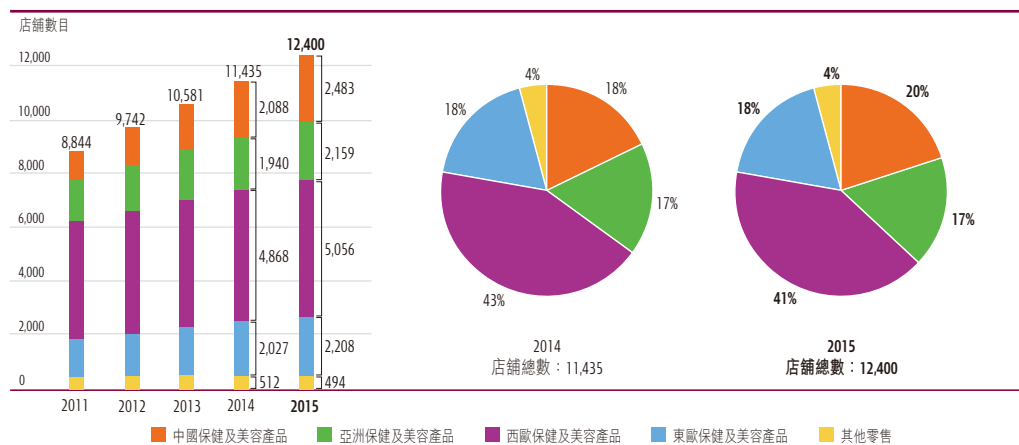
同比店舖銷售額增長(%) ⁽³⁾	2015 年	2014 年
中國保健及美容產品	-5.1%	+3.9%
亞洲保健及美容產品	+0.8%	+4.6%
中國及亞洲保健及美容產品小計	-2.1%	+4.3%
西歐保健及美容產品	+4.0%	+3.1%
東歐保健及美容產品	+5.9%	+2.5%
保健及美容產品小計	+2.2%	+3.4%
其他零售 ⁽²⁾	+0.4%	-1.9%
零售總額	+1.9%	+2.3%
- 亞洲	-1.0%	+1.4%
- 歐洲	+4.3%	+3.0%

註2：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。2014年收益包括於2014年7月出售之機場特許經營業務收益港幣11億元。

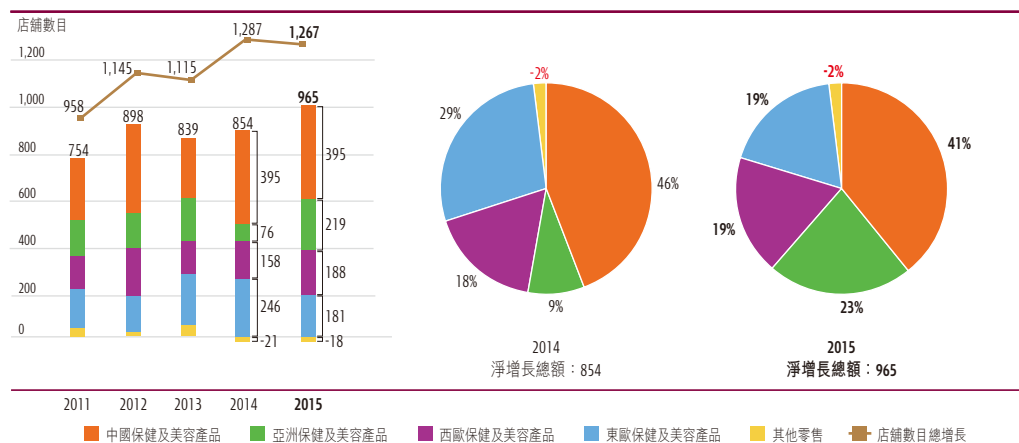
註3：同比店舖銷售額增長為於相關財政年度首天(a)已營運超過12個月及(b)於過去12個月店舖規模並無重大變動之店舖所貢獻之收益百分比變動。

集團表現(續)

按分部劃分之
零售店舖總數



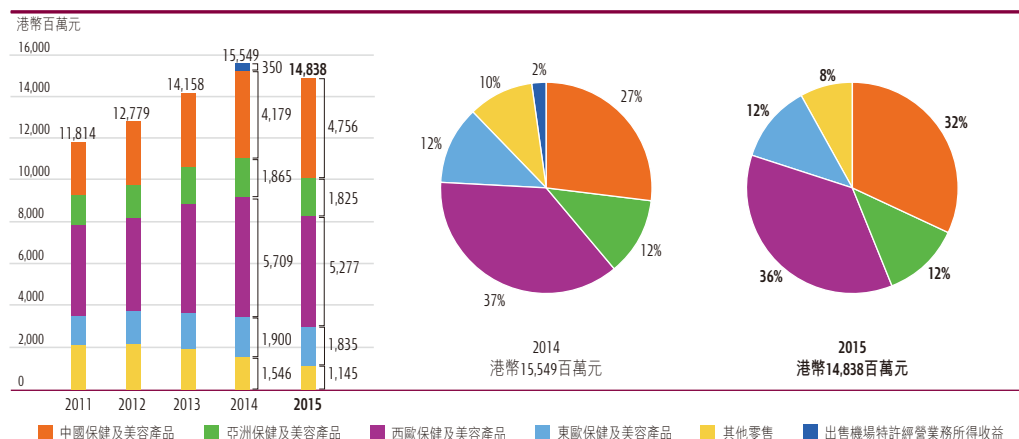
按分部劃分之
零售店舖數目淨增長總額



店舖數目	2015 年	2014 年	變動
中國保健及美容產品	2,483	2,088	+19%
亞洲保健及美容產品	2,159	1,940	+11%
中國及亞洲保健及美容產品小計	4,642	4,028	+15%
西歐保健及美容產品	5,056	4,868	+4%
東歐保健及美容產品	2,208	2,027	+9%
保健及美容產品小計	11,906	10,923	+9%
其他零售 ⁽⁴⁾	494	512	-4%
零售總額	12,400	11,435	+8%
- 亞洲	5,136	4,540	+13%
- 歐洲	7,264	6,895	+5%

註4： 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。

按分部劃分之
EBITDA



EBITDA	2015年 港幣百萬元	2014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	4,756	4,179	+14%	+16%
亞洲保健及美容產品	1,825	1,865	-2%	+5%
中國及亞洲保健及美容產品小計	6,581	6,044	+9%	+13%
西歐保健及美容產品	5,277	5,709	-8%	+6%
東歐保健及美容產品	1,835	1,900	-3%	+19%
保健及美容產品小計	13,693	13,653	+0.3%	+11%
其他零售 ⁽⁵⁾	1,145	1,546	-26%	-26%
未計一次性項目前 EBITDA	14,838	15,199	-2%	+7%
出售機場特許經營業務所得收益	-	350	-100%	-100%
零售總額	14,838	15,549	-5%	+4%
- 亞洲	7,726	7,940	-3%	+0.1%
- 歐洲	7,112	7,609	-7%	+9%

註5：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2015年，整體保健及美容產品分部佔部門EBITDA之92%，在目前充滿挑戰之市況下繼續表現強勁。此部門以當地貨幣計算之EBITDA增長11%，反映在高度靈活之保健及美容產品店舖模式環境中，成功實施店舖組合之拓展策略、利潤改善及嚴格成本管理。此強勁表現亦受優質新店啟業所支持，平均新店現金回本期少於10個月。整體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

	2015年 港幣百萬元	2014年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	21,713	20,408	+6%	+9%
EBITDA EBITDA 毛利率	4,756 22%	4,179 20%	+14%	+16%
EBIT EBIT 毛利率	4,279 20%	3,758 18%	+14%	+16%
店舖總數	2,483	2,088	+19%	
同比店舖銷售增長 (%)	-5.1%	+3.9%		

屈臣氏業務繼續成為內地領導之保健及美容產品零售連鎖集團。儘管同比店舖銷售額增長錄得負 5.1%，但店舖數目增加 19% 以及良好成本控制，令到以當地貨幣計算之 EBITDA 及 EBIT 增長 16%。中國保健及美容產品之店舖總數於年內增加 395 家，平均新店現金回本期少於 8 個月，目前在內地 394 個城市經營逾 2,400 家店舖。

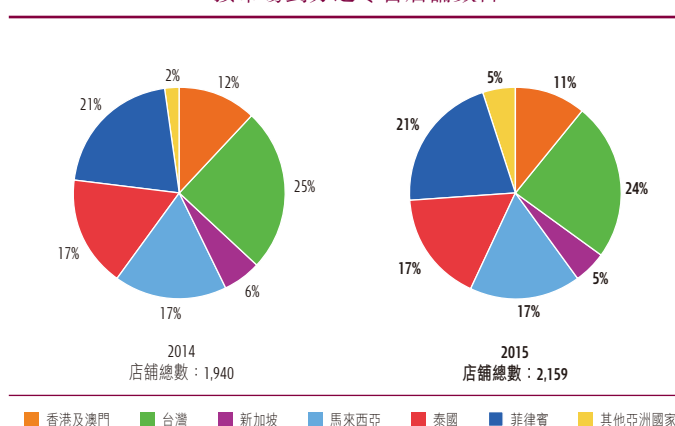
亞洲保健及美容產品

	2015年 港幣百萬元	2014年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	20,793	20,843	-0.2%	+4%
EBITDA EBITDA 毛利率	1,825 9%	1,865 9%	-2%	+5%
EBIT EBIT 毛利率	1,515 7%	1,545 7%	-2%	+6%
店舖總數	2,159	1,940	+11%	
同比店舖銷售增長 (%)	+0.8%	+4.6%		

屈臣氏業務是亞洲領導之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。除香港屈臣氏受到香港成本通脹及旅客人數下跌之影響外，區內全部業務均表現良好。

亞洲保健及美容產品於年內擴展店舖總數並增加 219 家店舖，平均新店現金回本期少於 13 個月。該分部目前在 9 個市場經營逾 2,100 家店舖。

亞洲保健及美容產品 (+11%)
按市場劃分之零售店舖數目



西歐保健及美容產品

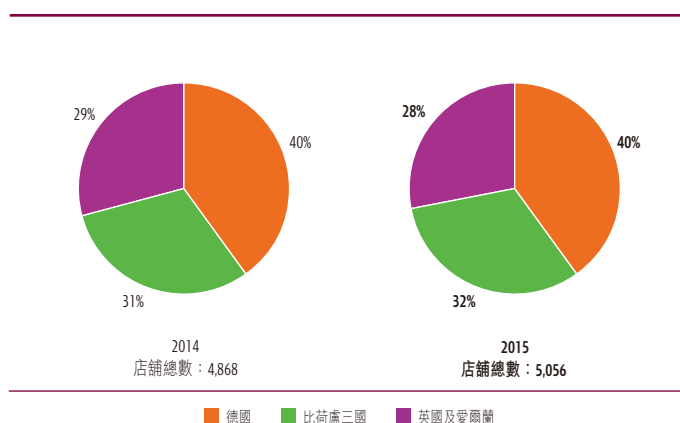
	2015年 港幣百萬元	2014年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	60,045	64,505	-7%	+7%
EBITDA <i>EBITDA 毛利率</i>	5,277 9%	5,709 9%	-8%	+6%
EBIT <i>EBIT 毛利率</i>	4,300 7%	4,671 7%	-8%	+5%
店舖總數	5,056	4,868	+4%	
同比店舖銷售增長 (%)	+4.0%	+3.1%		

儘管歐洲大部分貨幣貶值，令西歐保健及美容產品業務以呈報貨幣呈報之業績下跌，惟此分部以當地貨幣計算於年內繼續錄得基本增長。此增長主要由於區內所有業務銷售表現強勁，在疲弱市況下展示出嚴格成本管理和韌力。

西歐保健及美容產品於2015年增加188家店舖，目前經營逾5,000家店舖。此分部之平均新店現金回本期約12個月。

西歐保健及美容產品 (+4%)

按市場劃分之零售店舖數目



分部表現(續)

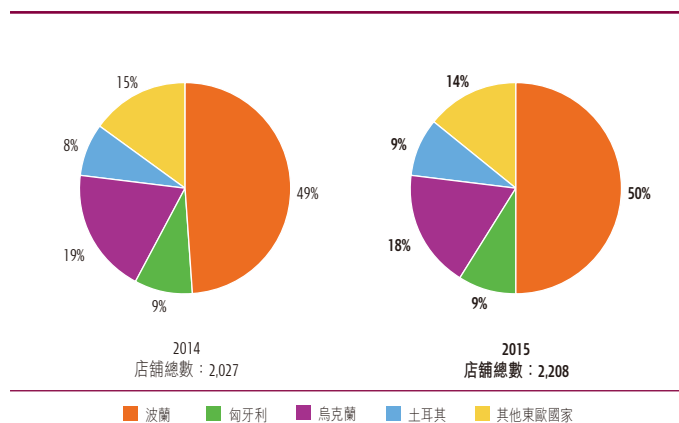
東歐保健及美容產品

	2015年 港幣百萬元	2014年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	13,378	14,348	-7%	+16%
EBITDA EBITDA 毛利率	1,835 14%	1,900 13%	-3%	+19%
EBIT EBIT 毛利率	1,569 12%	1,613 11%	-3%	+20%
店舖總數	2,208	2,027	+9%	
同比店舖銷售增長(%)	+5.9%	+2.5%		

於東歐之貨幣貶值，尤其波蘭茲羅提及烏克蘭格里夫納，導致東歐保健及美容產品業務錄得不利之呈報業績。以當地貨幣計算，EBITDA及EBIT分別增長19%及20%，主要來自波蘭Rossmann合資企業以及土耳其與烏克蘭屈臣氏業務錄得強勁之銷售額及毛利表現。

東歐保健及美容產品於2015年增加181家店舖，目前在8個市場經營逾2,200家店舖。此分部之平均新店現金回本期少於11個月。

東歐保健及美容產品 (+9%)
按市場劃分之零售店舖數目



其他零售

	2015 年 港幣百萬元	2014 年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	35,974	37,293	-4%	-3%
EBITDA ⁽⁶⁾ EBITDA 毛利率	1,145 3%	1,546 4%	-26%	-26%
EBIT ⁽⁶⁾ EBIT 毛利率	665 2%	1,086 3%	-39%	-39%
店舖總數	494	512	-4%	
同比店舖銷售增長 (%)	+0.4%	-1.9%		

註6：2014年之EBITDA及EBIT不計及於2014年7月出售機場特許經營業務所得收益港幣3億5,000萬元。

此分部錄得之收益、EBITDA及EBIT總額分別下降4%、26%及39%，主要由於百佳業務及豐澤在香港面對成本通脹及旅客人數下跌令貢獻減少。其他零售目前在3個市場經營逾490家零售店舖，以及在香港及內地製造及分銷瓶裝水及其他飲品。

其他零售(-4%)
按分部劃分之零售店舖數目

