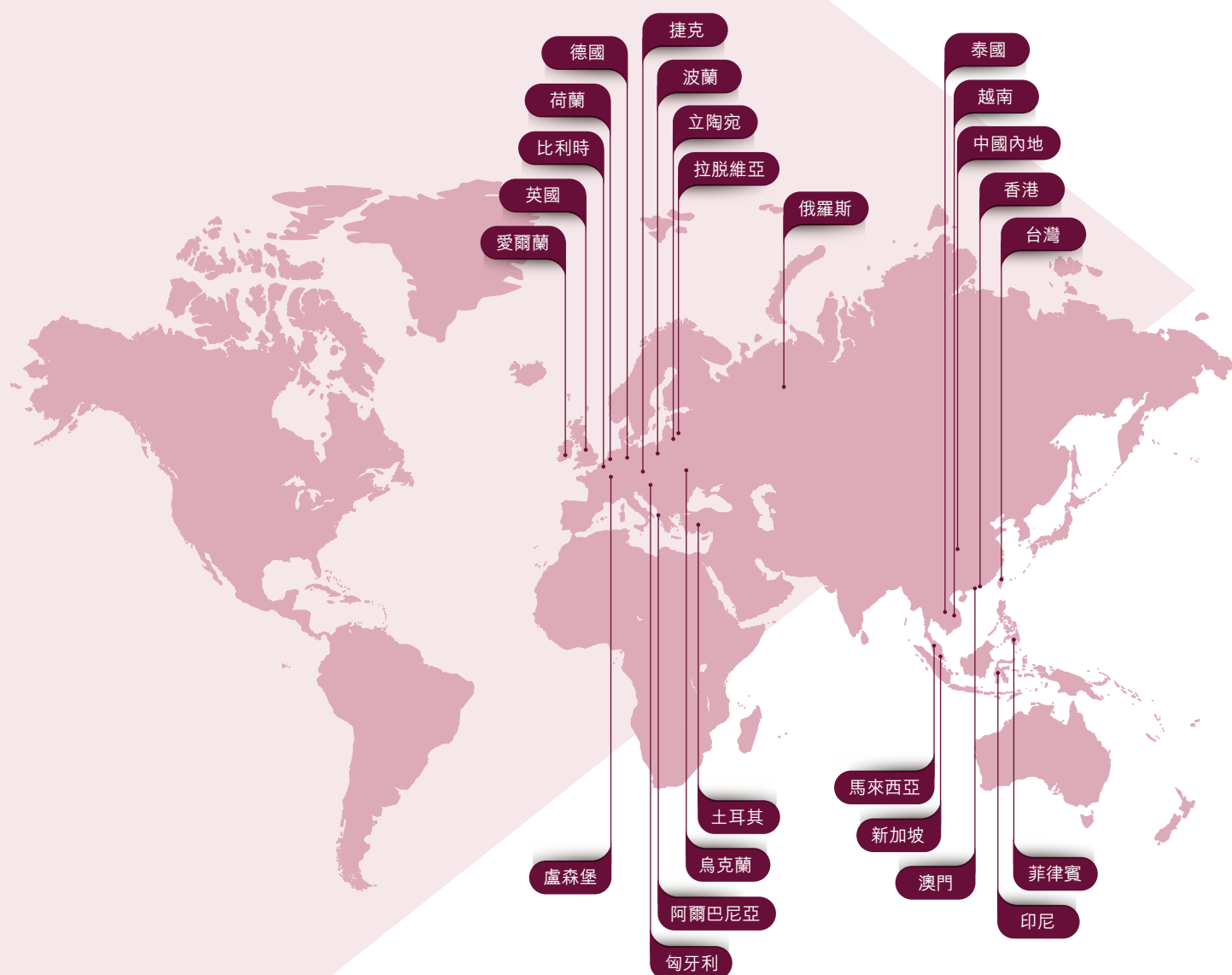


業務回顧



Kruidvat 在荷蘭及比利時經營超過 1,200 家店舖，致力為當地顧客提供多元化及超值產品。

零售







1. Superdrug 以潮流觸覺、優質服務和超值產品最為人稱頌，在英國的店鋪數目逾 800 家。
2. 屈臣氏中國開設全新美妝概念店 Colorlab，為顧客提供一個新穎時尚及著重體驗的美妝地帶。
3. 屈臣氏台灣的 Tech-Fun 玩美概念店加入不少科技元素，「StyleMe」虛擬彩妝鏡、「Tap & Shop」虛擬貨架及智慧美容顧問等服務應有盡有。
4. 屈臣氏現於馬來西亞經營近 500 家店鋪，不論線上線下渠道皆為顧客提供優質的產品及服務。
5. Rossmann 在德國、波蘭、匈牙利、捷克及阿爾巴尼亞經營近 4,000 家分店。

業務回顧－零售

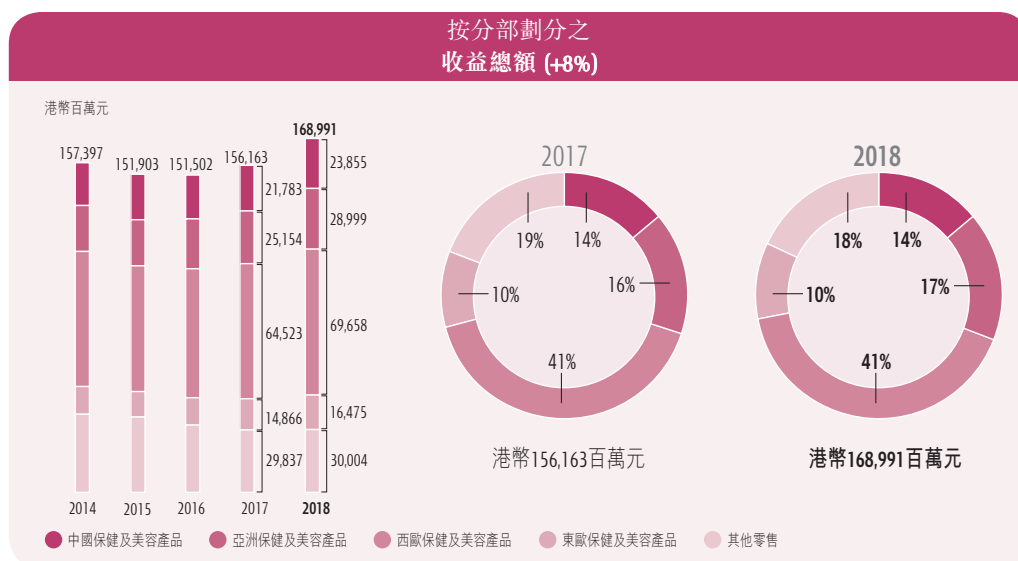
零售部門由屈臣氏集團旗下公司組成，為全球最大之國際保健及美容產品零售商，擁有1億3,500萬名忠誠會員。

集團表現

屈臣氏集團於2018年經營12個零售品牌，在全球24個市場經營14,976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。

	2018年 港幣百萬元	2017年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	168,991	156,163	+8%	+6%
EBITDA	16,164	14,798	+9%	+7%
EBIT	13,078	12,089	+8%	+6%
店舖數目	14,976	14,124	+6%	

呈報收益總額較去年增加8%，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2.0%所帶動。保健及美容產品分部目前擁有1億3,200萬名忠誠會員，於2018年收益總額之62%來自此等忠誠會員。毛利較高獨家代理產品之銷售額佔總銷售額之34%（2017年：34%）。



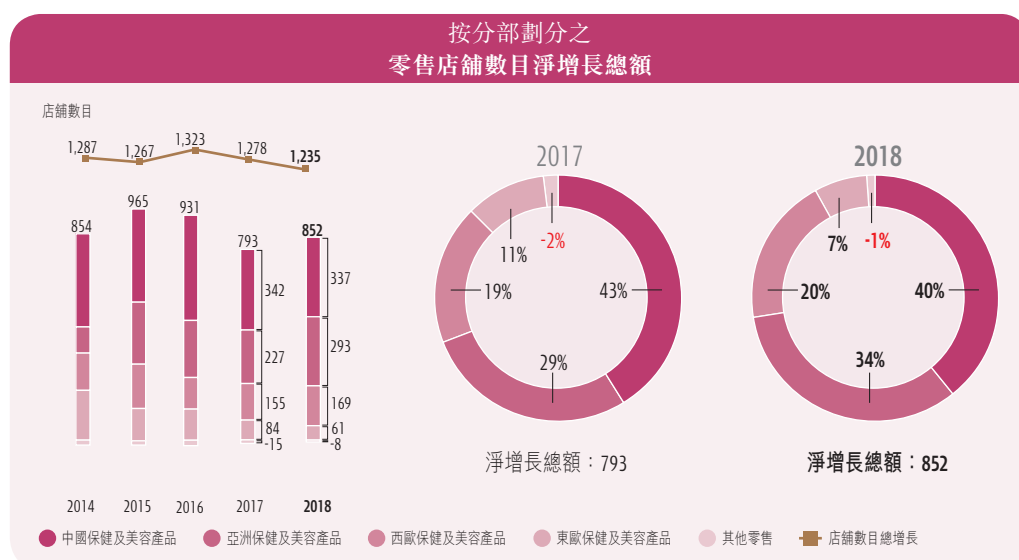
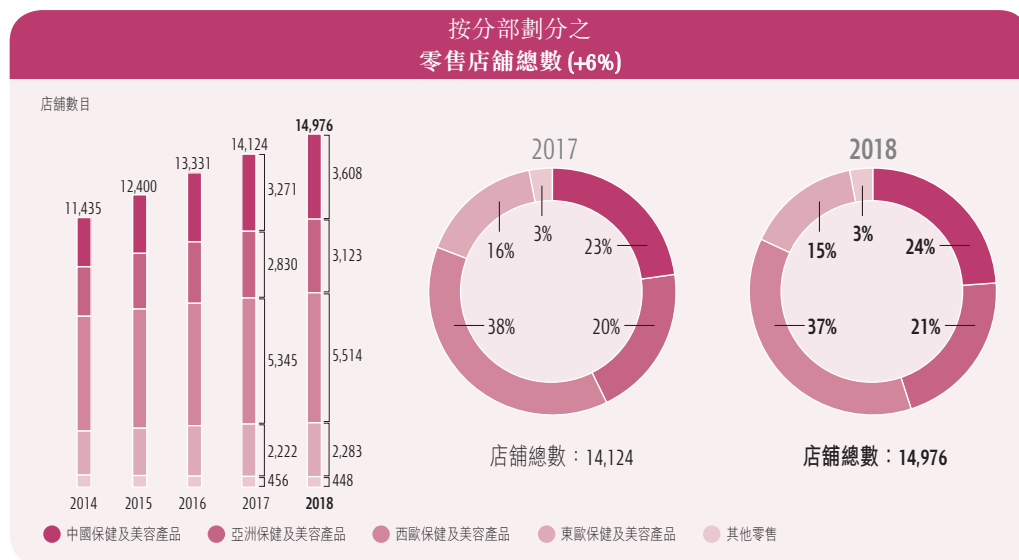
收益總額	2018年 港幣百萬元	2017年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
中國保健及美容產品	23,855	21,783	+10%	+7%
亞洲保健及美容產品	28,999	25,154	+15%	+16%
中國及亞洲保健及 美容產品小計	52,854	46,937	+13%	+12%
西歐保健及美容產品	69,658	64,523	+8%	+4%
東歐保健及美容產品	16,475	14,866	+11%	+7%
歐洲保健及美容產品小計	86,133	79,389	+8%	+5%
保健及美容產品小計	138,987	126,326	+10%	+7%
其他零售 ⁽¹⁾	30,004	29,837	+1%	—
零售總額	168,991	156,163	+8%	+6%

同比店舖銷售額增長(%) ⁽²⁾	2018年	2017年
中國保健及美容產品	-1.6%	-4.3%
中國保健及美容產品(已調整以包括 鄰近新店舖收復之會員計劃銷售額)	+2.1%	+0.3%
亞洲保健及美容產品	+7.1%	+3.8%
中國及亞洲保健及美容產品小計	+3.1%	—
西歐保健及美容產品	+1.3%	+2.1%
東歐保健及美容產品	+2.9%	+4.4%
歐洲保健及美容產品小計	+1.6%	+2.5%
保健及美容產品小計	+2.1%	+1.6%
其他零售 ⁽¹⁾	+1.4%	-2.3%
零售總額	+2.0%	+0.9%

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。

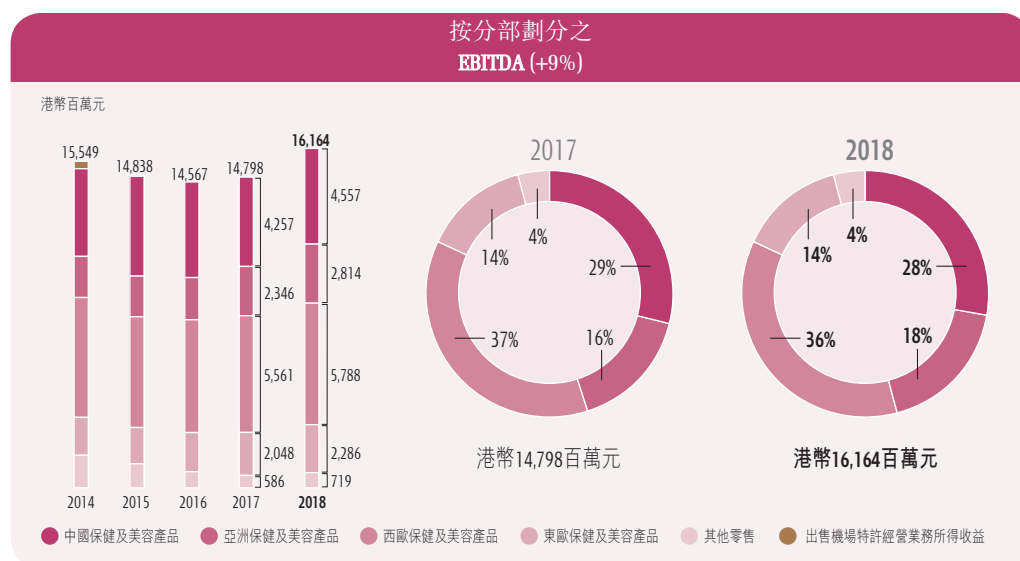
集團表現(續)



店舖數目	2018 年	2017 年	變動
中國保健及美容產品	3,608	3,271	+10%
亞洲保健及美容產品	3,123	2,830	+10%
中國及亞洲保健及美容產品小計	6,731	6,101	+10%
西歐保健及美容產品	5,514	5,345	+3%
東歐保健及美容產品	2,283	2,222	+3%
歐洲保健及美容產品小計	7,797	7,567	+3%
保健及美容產品小計	14,528	13,668	+6%
其他零售 ⁽³⁾	448	456	-2%
零售總額	14,976	14,124	+6%

註3： 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。

零售部門以呈報貨幣計算之EBITDA及EBIT較2017年分別增加9%及8%。增長主要來自保健及美容產品分部整體、香港其他零售業務之表現改善及受惠於有利之外幣兌換率。



EBITDA	2018年 港幣百萬元	2017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	4,557	4,257	+7%	+4%
亞洲保健及美容產品	2,814	2,346	+20%	+19%
中國及亞洲保健及 美容產品小計	7,371	6,603	+12%	+9%
西歐保健及美容產品	5,788	5,561	+4%	+2%
東歐保健及美容產品	2,286	2,048	+12%	+8%
歐洲保健及美容產品小計	8,074	7,609	+6%	+4%
保健及美容產品小計	15,445	14,212	+9%	+6%
其他零售 ⁽⁴⁾	719	586	+23%	+23%
零售總額	16,164	14,798	+9%	+7%

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。

保健及美容產品分部整體佔部門EBITDA之96%，收益及EBITDA分別增長10%及9%。保健及美容產品分部繼續擴充其店舖組合，淨增長860家店舖。新啟業店舖維持高質素，平均新店現金回本期為一年內。保健及美容產品分部每家新店舖之平均資本開支為港幣90萬元（2017年：港幣90萬元）。

分部表現

中國保健及美容產品

	2018年 港幣百萬元	2017年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	23,855	21,783	+10%	+7%
EBITDA EBITDA 毛利率	4,557 19%	4,257 20%	+7%	+4%
EBIT EBIT 毛利率	3,846 16%	3,674 17%	+5%	+2%
店舖數目	3,608	3,271	+10%	
同比店舖銷售額增長(%)	-1.6%	-4.3%		
同比店舖銷售額增長(%) (已調整以包括鄰近新店舖 收復之會員計劃銷售額) ⁽⁵⁾	+2.1%	+0.3%		

註5： 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。

屈臣氏業務繼續為內地領先之保健及美容產品零售連鎖集團。收益總額增加10%及店舖數目增加10%，但因成熟店舖之同比店舖銷售額跌幅負1.6%而部分抵銷。經實施多項策略，包括店舖改裝與重新佈局，並結合線上線下服務以提升客戶體驗，同比店舖銷售額跌幅有所改善，由2017年之負4.3%改善至2018年之負1.6%。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2018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。計及收復之會員計劃銷售額，2018年之同比店舖銷售額為正增長2.1%。

2018年以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT分別增加4%及2%。增長主要由有利之收益表現所帶動，惟因通脹令整體店舖經營成本基礎增加而部分抵銷。EBITDA毛利率維持在19%之理想水平。

中國保健及美容產品於年內之店舖總數增加337家，於年底在內地474個城市經營逾3,600家店舖。

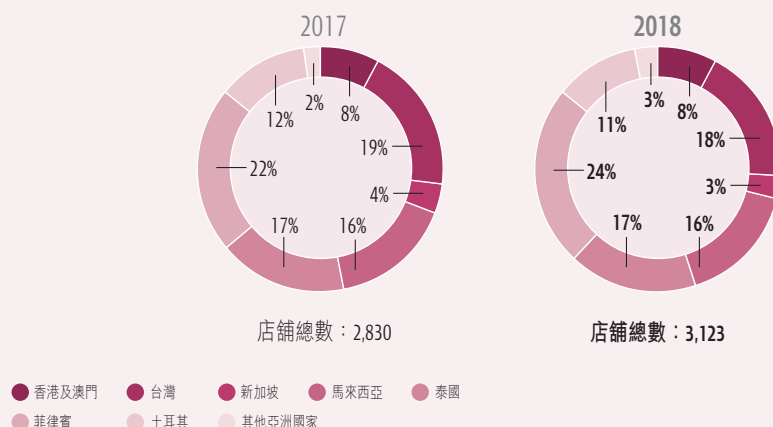
亞洲保健及美容產品

	2018年 港幣百萬元	2017年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	28,999	25,154	+15%	+16%
EBITDA EBITDA 毛利率	2,814 10%	2,346 9%	+20%	+19%
EBIT EBIT 毛利率	2,364 8%	1,955 8%	+21%	+19%
店舖數目	3,123	2,830	+10%	
同比店舖銷售額增長(%)	+7.1%	+3.8%		

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、菲律賓及香港，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293家。分部於2018年在九個市場經營逾3,100家店舖。

亞洲保健及美容產品 (+10%)
按市場劃分之零售店舖數目



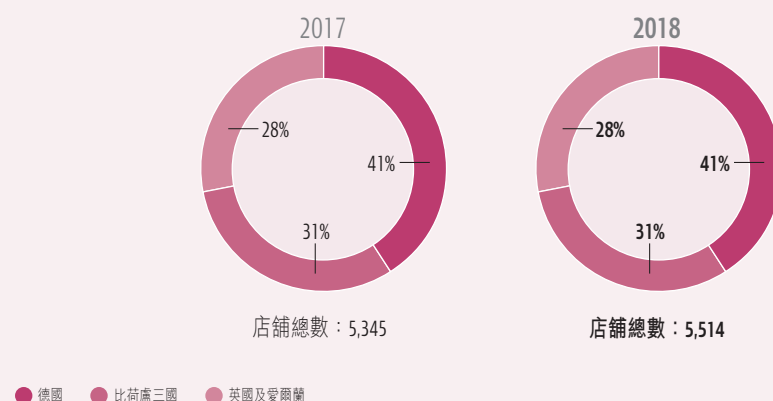
西歐保健及美容產品

	2018 年 港幣百萬元	2017 年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	69,658	64,523	+8%	+4%
EBITDA EBITDA 毛利率	5,788 8%	5,561 9%	+4%	+2%
EBIT EBIT 毛利率	4,634 7%	4,543 7%	+2%	—
店舖數目	5,514	5,345	+3%	
同比店舖銷售額增長 (%)	+1.3%	+2.1%		

儘管比荷盧三國之價格競爭激烈及區內對奢侈化妝品之消費情緒較弱，而錄得較溫和之同比店舖銷售額增長率，惟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錄得穩定之收益增長。

西歐保健及美容產品於2018年新增169家店舖，經營逾5,500家店舖。

西歐保健及美容產品 (+3%)
按市場劃分之零售店舖數目



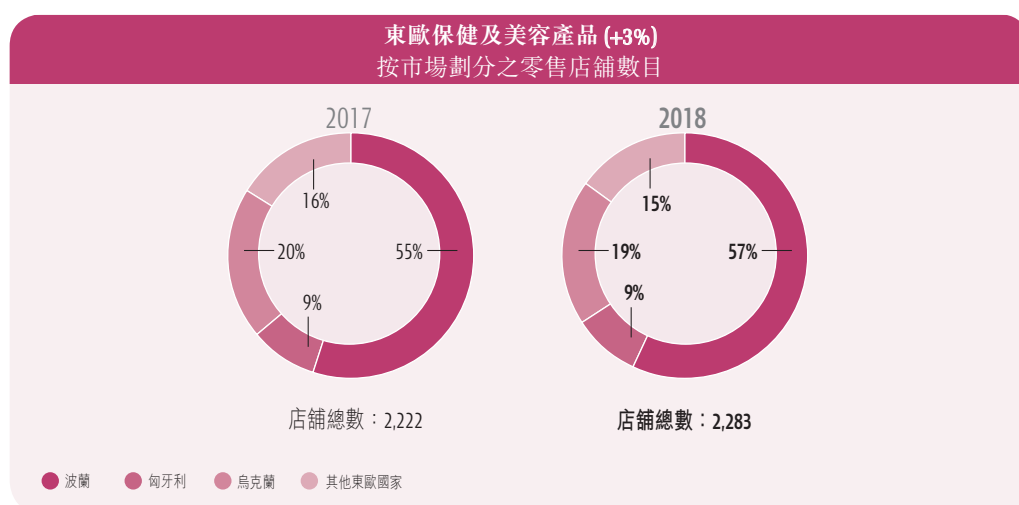
分部表現(續)

東歐保健及美容產品

	2018年 港幣百萬元	2017年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	16,475	14,866	+11%	+7%
EBITDA <i>EBITDA 毛利率</i>	2,286 14%	2,048 14%	+12%	+8%
EBIT <i>EBIT 毛利率</i>	1,968 12%	1,785 12%	+10%	+7%
店舖數目	2,283	2,222	+3%	
同比店舖銷售額增長(%)	+2.9%	+4.4%		

東歐保健及美容產品於年內繼續錄得穩健增長。EBITDA及EBIT均有所增長，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2018年新增61家店舖，在七個市場經營逾2,200家店舖。



其他零售

	2018年 港幣百萬元	2017年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	30,004	29,837	+1%	—
EBITDA <i>EBITDA 毛利率</i>	719 2%	586 2%	+23%	+23%
EBIT <i>EBIT 毛利率</i>	266 1%	131 1%	+103%	+104%
店舖數目	448	456	-2%	
同比店舖銷售額增長(%)	+1.4%	-2.3%		

其他零售分部僅佔部門EBITDA之4%，收益總額、EBITDA及EBIT分別呈報正增長1%、23%及103%，主要由於持續專注於超級市場業務之更佳成本管理及豐澤業務之表現改善。其他零售目前在三個市場經營逾440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。

於年內，屈臣氏集團宣佈與永輝超市股份有限公司（「永輝」）及騰訊控股有限公司（「騰訊」）成立合資企業，以在中國廣東省建立最具規模之超市巨擘。合資企業將結合現有中國百佳超級市場之超市資產與永輝之廣東省超市組合，並利用騰訊之大數據分析能力，店舖網絡逾70家，為220萬名忠誠會員提供優良及個人化客戶體驗。預期合資企業將於2019年上半年前成立。

