

業務回顧



零售

屈臣氏於中國內地經營逾 3,900 家分店。



1. 屈臣氏進軍越南，於胡志明市開設首家旗艦店。
2. Kruidvat在荷蘭雷斯威克開設的全新概念店，提供來自世界各地的保健美容產品，並設有自助收銀處，方便顧客輕鬆購物。
3. Drogas在拉脫維亞里加新開的概念店設有簡易產品導航區域，並提供貼心服務協助顧客尋找合適產品。
4. Superdrug乃領導潮流的零售品牌，於英國及愛爾蘭營運約800家店舖，為顧客提供多元化的保健及美容產品。
5. Rossmann目前在德國、波蘭、匈牙利、捷克、土耳其及阿爾巴尼亞經營逾4,000家分店。

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1億3,800萬名忠誠會員。

集團表現

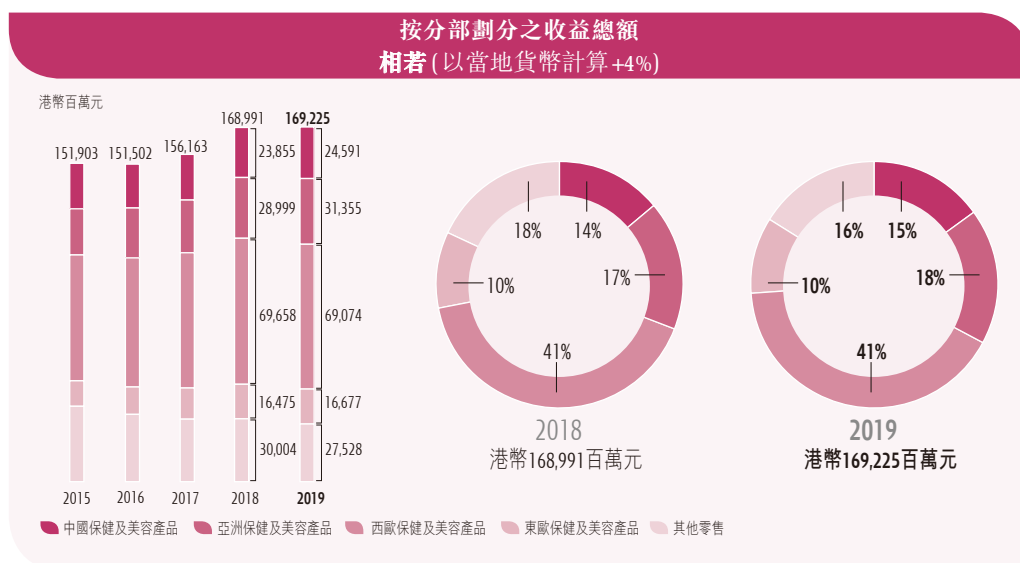
屈臣氏集團於2019年經營12個零售品牌，在全球25個市場經營15,794家店舖，提供優質個人護理、保健及美容產品；食品及洋酒；以及消費電子及電器產品。屈臣氏集團亦在香港與內地製造及分銷各類瓶裝水與其他飲品。

	2019年 港幣百萬元	2018年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	169,225	168,991	—	+4%
EBITDA ⁽¹⁾	16,891	16,164	+4%	+8%
EBIT ⁽¹⁾	13,671	13,078	+5%	+8%
店舖數目	15,794	14,976	+5%	

註1：按IFRS 16後基準，EBITDA為港幣270億2,300萬元；EBIT為港幣147億500萬元。

呈報收益總額與去年相若，主要由於店舖數目增加5%（主要為中國及亞洲保健及美容產品），以及同比店舖銷售額整體增長1.2%，惟因2019年下半年香港之貿易環境充滿挑戰，及不利外幣兌換影響而抵銷。以當地貨幣計算，收益總額較去年增加4%。

保健及美容產品忠誠會員之參與率及獨家代理產品銷售額貢獻	2019年	2018年
保健及美容產品部門之忠誠會員總人數（百萬名）	137	132
忠誠會員之銷售參與率（%）	62%	62%
獨家代理產品銷售額對保健及美容產品總銷售額之貢獻（%）	35%	34%



保健及美容產品分部目前擁有1億3,700萬名忠誠會員，於2019年收益總額之62%來自此等忠誠會員。毛利較高自家品牌及獨家代理產品之銷售額佔保健及美容產品總銷售額之35%（2018年：34%）。

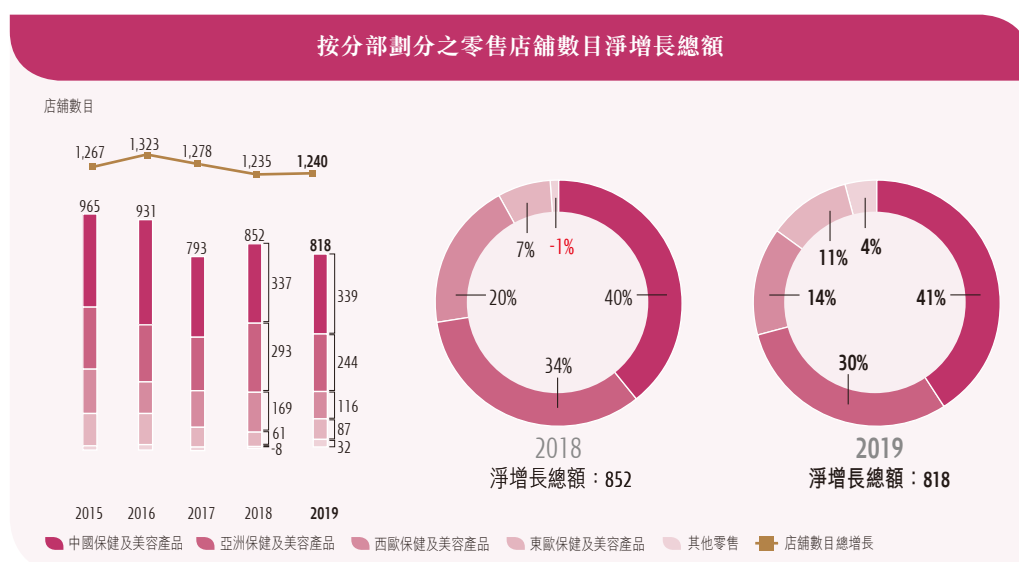
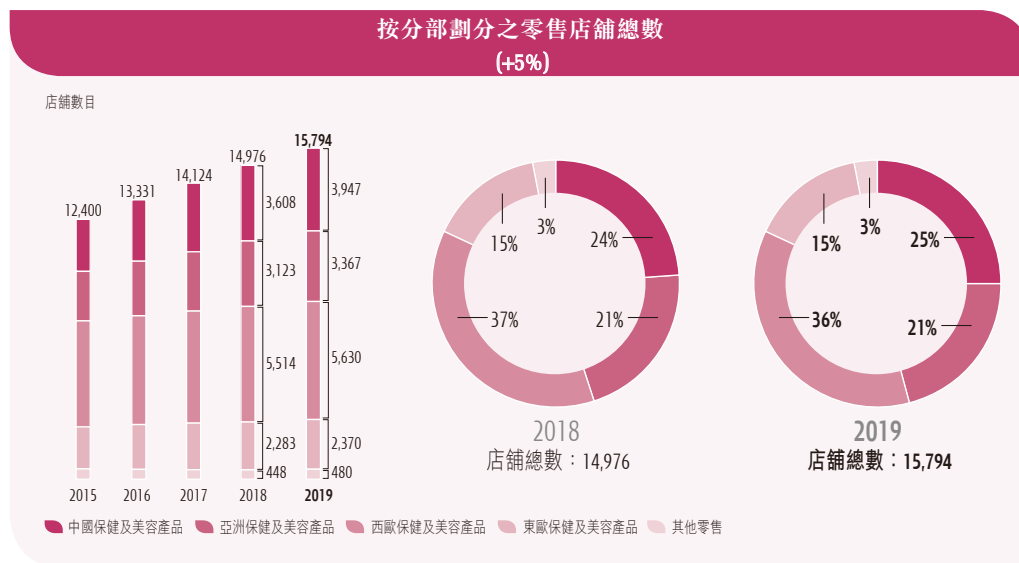
收益總額	2019年 港幣百萬元	2018年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
中國保健及美容產品	24,591	23,855	+3%	+7%
亞洲保健及美容產品	31,355	28,999	+8%	+9%
中國及亞洲 保健及美容產品小計	55,946	52,854	+6%	+8%
西歐保健及美容產品	69,074	69,658	-1%	+4%
東歐保健及美容產品	16,677	16,475	+1%	+7%
歐洲保健及美容產品小計	85,751	86,133	—	+5%
保健及美容產品小計	141,697	138,987	+2%	+6%
其他零售 ⁽²⁾	27,528	30,004	-8%	-8%
零售總額	169,225	168,991	—	+4%

同比店舖銷售額增長(%) ⁽³⁾	2019年	2018年
中國保健及美容產品	+2.0%	-1.6%
中國保健及美容產品(已調整以包括 鄰近新店舖收復之忠誠會員銷售額)	+5.5%	+2.1%
亞洲保健及美容產品	+4.0%	+7.1%
中國及亞洲保健及美容產品小計	+3.1%	+3.1%
西歐保健及美容產品	+1.9%	+1.3%
東歐保健及美容產品	+2.9%	+2.9%
歐洲保健及美容產品小計	+2.1%	+1.6%
保健及美容產品小計	+2.4%	+2.1%
其他零售 ⁽²⁾	-6.7%	+1.4%
零售總額	+1.2%	+2.0%

註2： 其他零售包括百佳、百佳永輝、豐澤、屈臣氏酒窖及瓶裝水與飲品製造業務。

註3： 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)

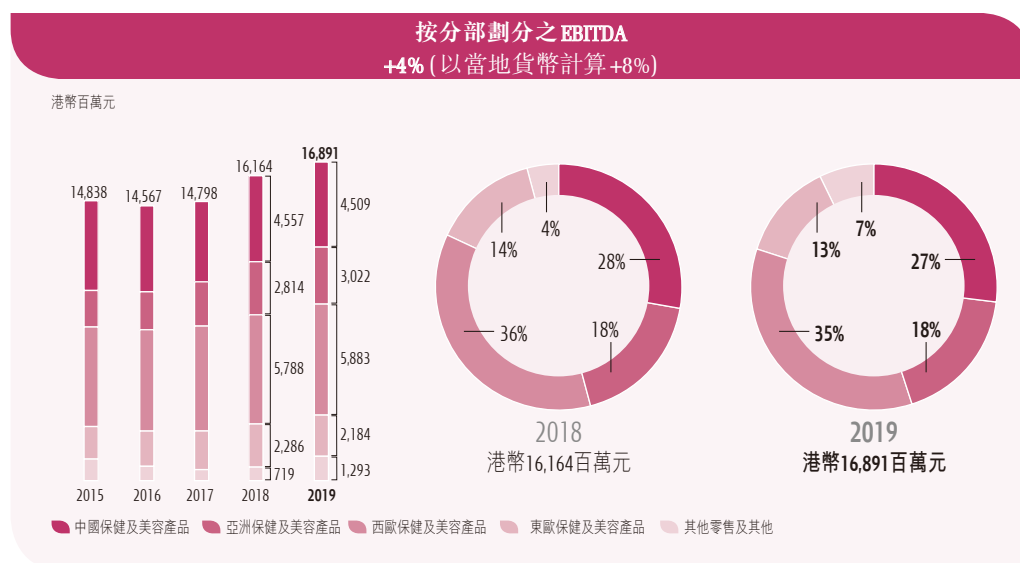


店舖數目	2019 年	2018 年	變動
中國保健及美容產品	3,947	3,608	+9%
亞洲保健及美容產品	3,367	3,123	+8%
中國及亞洲保健及美容產品小計	7,314	6,731	+9%
西歐保健及美容產品	5,630	5,514	+2%
東歐保健及美容產品	2,370	2,283	+4%
歐洲保健及美容產品小計	8,000	7,797	+3%
保健及美容產品小計	15,314	14,528	+5%
其他零售 ⁽⁴⁾	480	448	+7%
零售總額	15,794	14,976	+5%

註4： 其他零售包括百佳、百佳永輝、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2018年分別增加4%及5%，來自部門之中國超市業務與永輝及騰訊成立合資企業所得之一次性收益約港幣6億3,300萬元，惟因2019年下半年香港之貿易環境充滿挑戰，以及不利外幣兌換影響而部分抵銷。撇除上述一次性收益，以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT分別增加4%及3%，主要反映保健及美容產品分部穩定增長。

儘管2019年下半年香港之業務尤其具挑戰性，惟此等業務僅佔零售部門2019年2.6%之EBITDA。撇除香港業務之貢獻及上述一次性收益，部門以當地貨幣計算之基本EBITDA及EBIT表現較去年分別增加6%及5%。



EBITDA	2019年 港幣百萬元	2018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	4,509	4,557	-1%	+3%
亞洲保健及美容產品	3,022	2,814	+7%	+7%
中國及亞洲保健及美容產品小計	7,531	7,371	+2%	+5%
西歐保健及美容產品	5,883	5,788	+2%	+6%
東歐保健及美容產品	2,184	2,286	-4%	+1%
歐洲保健及美容產品小計	8,067	8,074	—	+5%
保健及美容產品小計	15,598	15,445	+1%	+5%
其他零售 ⁽⁵⁾ 及其他	1,293	719	+80%	+79%
零售總額	16,891	16,164	+4%	+8%

註5：其他零售包括百佳、百佳永輝、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佔部門之收益及EBITDA分別84%及92%，以當地貨幣計算之收益及EBITDA分別增長6%及5%。保健及美容產品分部繼續擴充其店舖組合，淨增長786家店舖。新啟業店舖維持高質素，平均新店現金回本期為13個月內。保健及美容產品分部每家新店舖之平均資本開支為港幣100萬元（2018年：港幣90萬元）。部門於2019年1月在越南胡志明市開設首家旗艦店，為部門第25個經營市場。

分部表現

中國保健及美容產品

	2019年 港幣百萬元	2018年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	24,591	23,855	+3%	+7%
EBITDA EBITDA 毛利率	4,509 18%	4,557 19%	-1%	+3%
EBIT EBIT 毛利率	3,736 15%	3,846 16%	-3%	+1%
店舖數目	3,947	3,608	+9%	
同比店舖銷售額增長(%)	+2.0%	-1.6%		
同比店舖銷售額增長(%) (已調整以包括鄰近新店舖 收復之忠誠會員銷售額) ⁽⁶⁾	+5.5%	+2.1%		

註6： 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。收益總額以當地貨幣計算增加7%，來自店舖數目增加9%，以及隨著線上線下平台持續融合及改善營運策略，成熟店舖之同比店舖銷售額由2018年之跌幅負1.6%扭轉為2019年之正增長2.0%。計及成熟店舖鄰近地方開設之新店舖收復之會員計劃銷售額，2019年之同比店舖銷售額為正增長5.5%。

2019年以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT分別增加3%及1%。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18%之理想水平。

中國保健及美容產品於年內之店舖淨總數增加339家，於年底在內地483個城市經營逾3,900家店舖。

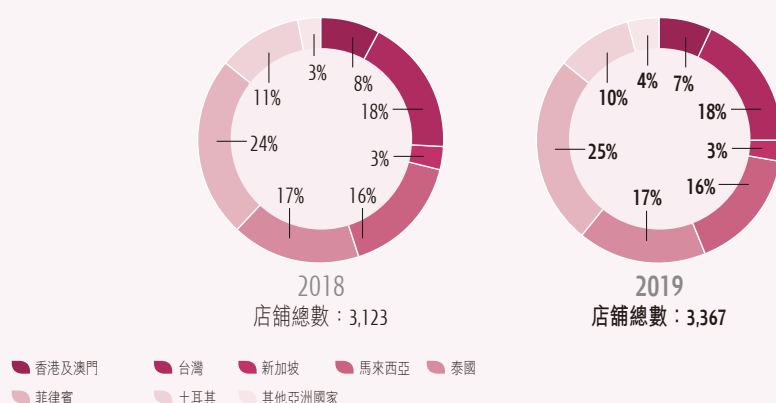
亞洲保健及美容產品

	2019年 港幣百萬元	2018年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	31,355	28,999	+8%	+9%
EBITDA EBITDA 毛利率	3,022 10%	2,814 10%	+7%	+7%
EBIT EBIT 毛利率	2,505 8%	2,364 8%	+6%	+6%
店舖數目	3,367	3,123	+8%	
同比店舖銷售額增長(%)	+4.0%	+7.1%		

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。此地區大部分業務於2019年錄得理想表現，以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT分別增加7%及6%。撇除此分部中屈臣氏香港不利之按年表現，以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT均增加14%，來自店舖數目增加8%及同比店舖銷售額提高8.8%（主要為馬來西亞、菲律賓及泰國）。

亞洲保健及美容產品於年內之店舖淨總數增加244家。分部於2019年在10個市場經營逾3,300家店舖。

亞洲保健及美容產品 - 按市場劃分之零售店舖數目
(+8%)



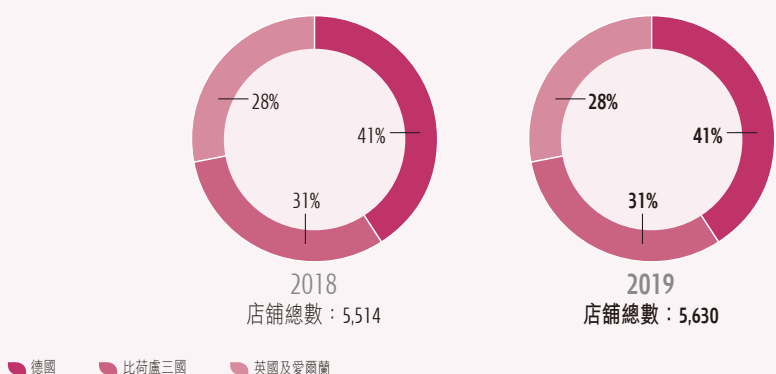
西歐保健及美容產品

	2019年 港幣百萬元	2018年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	69,074	69,658	-1%	+4%
EBITDA EBITDA 毛利率	5,883 9%	5,788 8%	+2%	+6%
EBIT EBIT 毛利率	4,685 7%	4,634 7%	+1%	+5%
店舖數目	5,630	5,514	+2%	
同比店舖銷售額增長 (%)	+1.9%	+1.3%		

儘管消費情緒普遍較弱，西歐保健及美容產品於年內仍錄得以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT分別強勁增長6%及5%，來自店舖數目增加2%及穩健之同比店舖銷售額增長率1.9%（主要為德國），以及英國自家品牌及獨家代理產品之銷售參與率提高令毛利改善。

西歐保健及美容產品於2019年淨增加116家店舖，經營逾5,600家店舖。

西歐保健及美容產品 - 按市場劃分之零售店舖數目
(+2%)



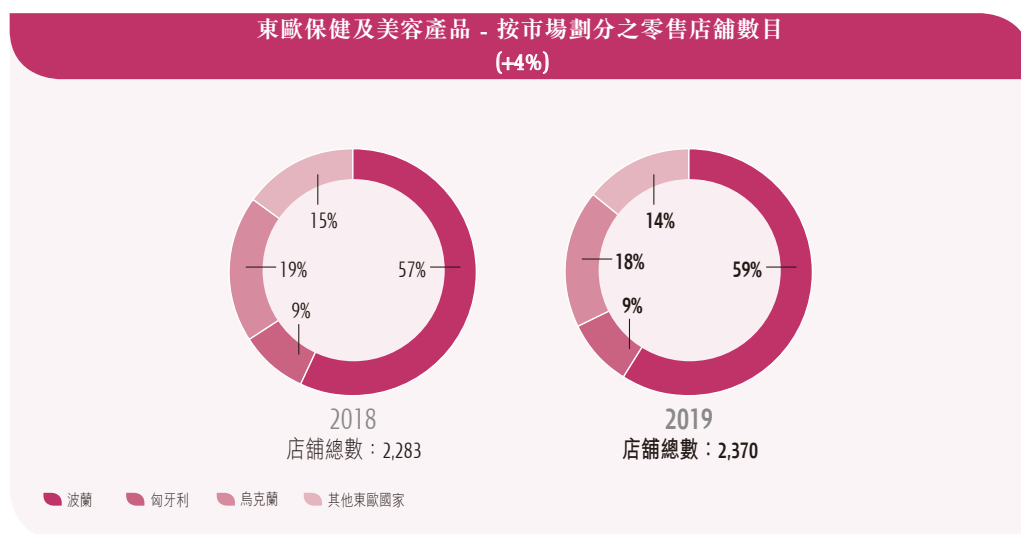
分部表現(續)

東歐保健及美容產品

	2019年 港幣百萬元	2018年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	16,677	16,475	+1%	+7%
EBITDA <i>EBITDA 毛利率</i>	2,184 13%	2,286 14%	-4%	+1%
EBIT <i>EBIT 毛利率</i>	1,886 11%	1,968 12%	-4%	+1%
店舖數目	2,370	2,283	+4%	
同比店舖銷售額增長(%)	+2.9%	+2.9%		

撇除不利之外幣兌換影響，東歐保健及美容產品於年內繼續錄得穩定增長。EBITDA 及 EBIT 均有所增加，主要來自波蘭 Rossmann 合資企業之強勁銷售額，惟因積極之推廣策略以維持競爭地位令毛利下跌而部分抵銷。

東歐保健及美容產品於 2019 年淨增加 87 家店舖，在七個市場經營逾 2,300 家店舖。



其他零售

	2019年 港幣百萬元	2018年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	27,528	30,004	-8%	-8%
EBITDA EBITDA 毛利率	1,293 5%	719 2%	+80%	+79%
EBIT EBIT 毛利率	859 3%	266 1%	+223%	+221%
店舖數目	480	448	+7%	
同比店舖銷售額增長(%)	-6.7%	+1.4%		

於年內，屈臣氏集團之中國超市業務完成與永輝及騰訊成立合資企業，於中國廣東省建立最具規模之超市業務，屈臣氏集團持有其中 40% 權益。合資企業結合百佳超級市場之中國超市資產與永輝之廣東省超市組合，於 2019 年底經營逾 90 家店舖。其他零售分部於 2019 年之 EBITDA 及 EBIT 包括成立合資企業所得之一次性收益約港幣 6 億 3,300 萬元。

撇除上述一次性收益，其他零售分部錄得收益總額、EBITDA 及 EBIT 分別減少 (8)%、(8)% 及 (15)%，主要由於 2019 年下半年香港之貿易環境充滿挑戰。

其他零售於 2019 年在三個市場經營 480 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。

