



屈臣氏集團與Al-Futtaim 簽訂其首項特許經營權協議，在杜拜開設三家店舖，作為進軍中東市場的首站。

零售



1. Kruidvat 逾 1,200 家分店遍及荷蘭及比利時，為顧客提供一系列物超所值的產品。
2. 百佳超級市場在香港擁有超過 270 家分店，旗下超級廣場 TASTE 為顧客帶來非同凡響的購物體驗。
3. Rossmann 在德國、波蘭、匈牙利、捷克、阿爾巴尼亞、土耳其及科索沃經營逾 4,200 家分店。
4. 屈臣氏中國銷售網絡龐大，擁有超過 4,100 家店舖及電子商貿渠道，忠誠客戶達 6,300 萬名。
5. 疫情期間，Superdrug 繼續以線上及線下模式，為英國的顧客提供保健產品和服務。

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1億3,900萬名忠誠會員。

集團表現

截至2020年12月31日，屈臣氏集團經營12個零售品牌，在全球27個市場經營16,167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。

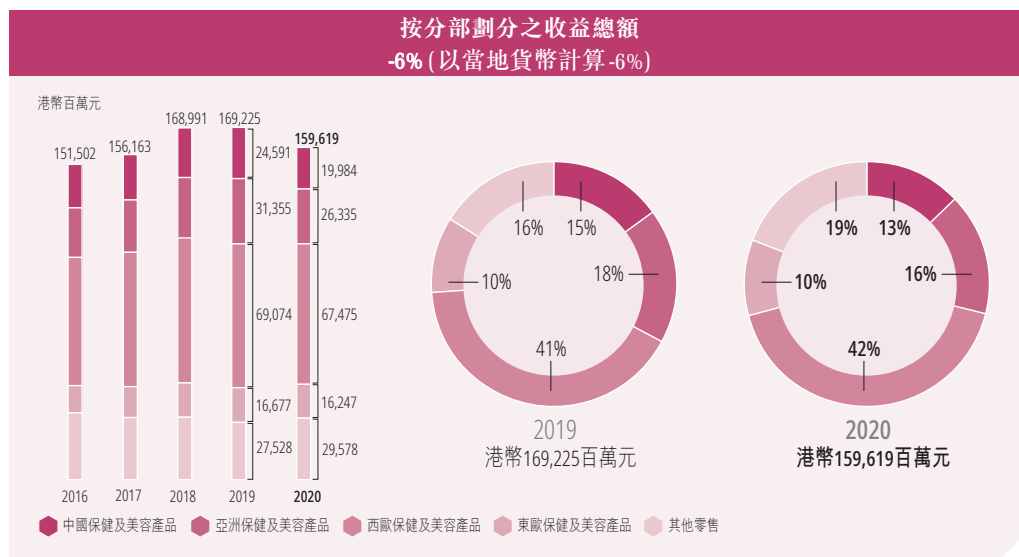
	2020年 港幣百萬元	2019年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	159,619	169,225	-6%	-6%
EBITDA ⁽¹⁾	14,397	16,891	-15%	-16%
EBIT ⁽¹⁾	10,933	13,671	-20%	-21%
店舖數目	16,167	15,794	+2%	

註1：按IFRS 16後基準，EBITDA為港幣245億5,700萬元（2019年：港幣270億2,300萬元）；EBIT為港幣118億8,900萬元（2019年：港幣147億500萬元）。

於2020年上半年，自2月開始疫情全球蔓延下店舖被迫停業及顧客流量下降令銷售額暴跌，部門業務大受影響。因此，全年呈報收益總額較去年減少6%。隨著2020年下半年市場情況改善，部門藉迅速應對營運環境轉變及採取加快「線上及線下」平台之策略決定而加速復甦，令2020年之電子商貿銷售額較去年大幅增長90%。

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	2020年	2019年
保健及美容產品分部之忠誠會員總人數（百萬名）	138	137
保健及美容產品分部忠誠會員之銷售參與率（%）	63%	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%	35%

保健及美容產品分部佔零售部門2020年收益之81%，目前擁有1億3,800萬名忠誠會員，2020年收益總額63%來自此等忠誠會員。部門之旗艦品牌屈臣氏為內地及亞洲領先市場之保健及美容產品零售商，品牌努力建立忠誠客戶群，於2020年會員人數突破1億名。



收益總額	2020年 港幣百萬元	2019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	19,984	24,591	-19%	-19%
亞洲保健及美容產品	26,335	31,355	-16%	-16%
中國及亞洲 保健及美容產品小計	46,319	55,946	-17%	-17%
西歐保健及美容產品	67,475	69,074	-2%	-3%
東歐保健及美容產品	16,247	16,677	-3%	-
歐洲保健及美容產品小計	83,722	85,751	-2%	-3%
保健及美容產品小計	130,041	141,697	-8%	-8%
其他零售 ⁽²⁾	29,578	27,528	+7%	+8%
零售總額	159,619	169,225	-6%	-6%

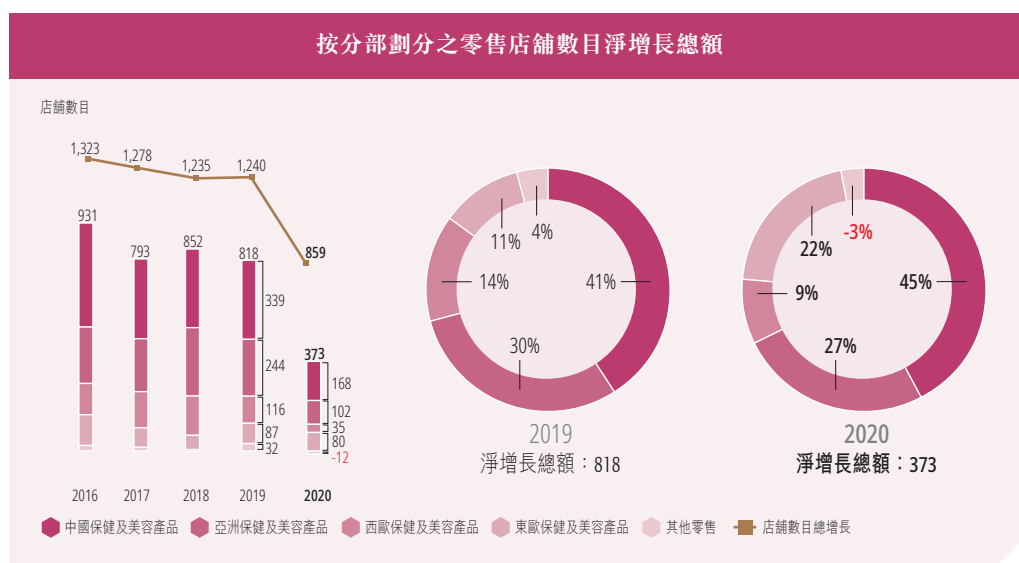
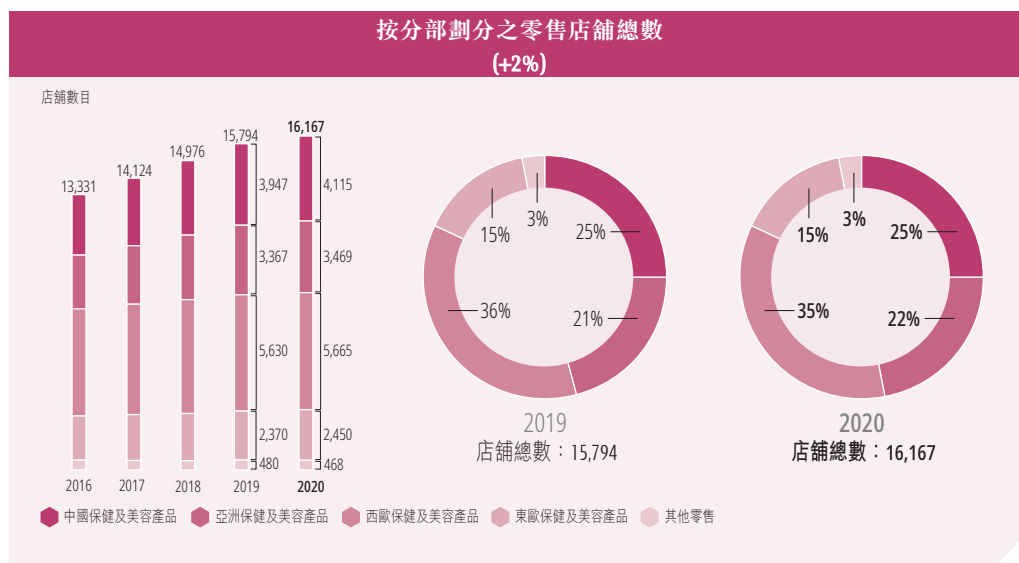
同比店舖銷售額增長 (%) ⁽³⁾	2020年	2019年
中國保健及美容產品	-21.8%	+2.0%
中國保健及美容產品(已調整以包括 鄰近新店舖收復之忠誠會員銷售額)	-20.0%	+5.5%
亞洲保健及美容產品	-17.0%	+4.0%
中國及亞洲保健及美容產品小計	-19.2%	+3.1%
西歐保健及美容產品	-3.8%	+1.9%
東歐保健及美容產品	-4.1%	+2.9%
歐洲保健及美容產品小計	-3.8%	+2.1%
保健及美容產品小計	-9.7%	+2.4%
其他零售 ⁽²⁾	+12.2%	-6.7%
零售總額	-6.8%	+1.2%

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。

業務回顧－零售

集團表現(續)

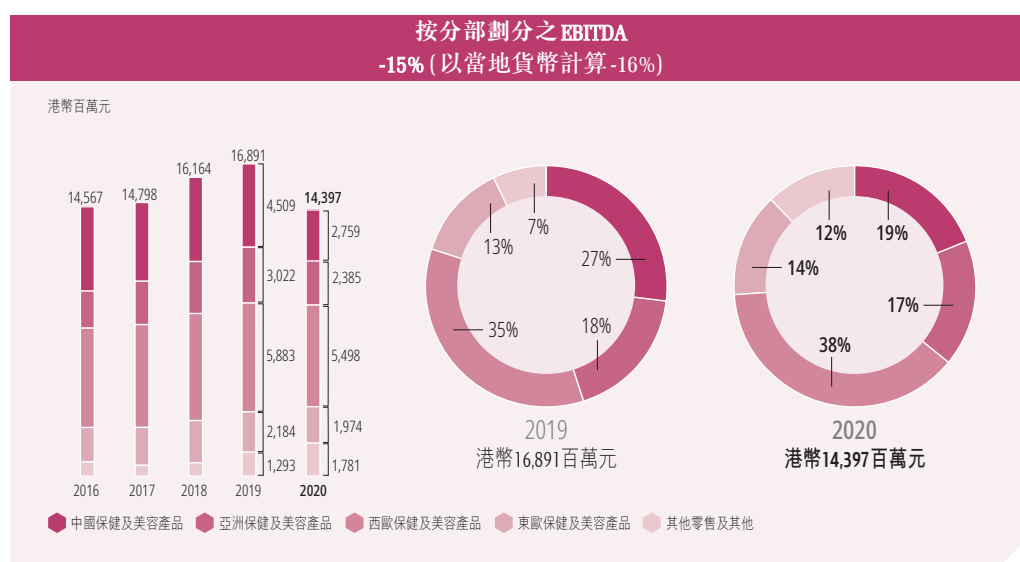


店舖數目	2020 年	2019 年	變動
中國保健及美容產品	4,115	3,947	+4%
亞洲保健及美容產品	3,469	3,367	+3%
中國及亞洲 保健及美容產品小計	7,584	7,314	+4%
西歐保健及美容產品	5,665	5,630	+1%
東歐保健及美容產品	2,450	2,370	+3%
歐洲保健及美容產品小計	8,115	8,000	+1%
保健及美容產品小計	15,699	15,314	+3%
其他零售 ⁽⁴⁾	468	480	-3%
零售總額	16,167	15,794	+2%

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2019年分別減少15%及20%，主要由於疫情令收益下跌。2019年包括部門之中國超市業務成立合資企業時確認之一次性收益約港幣6億3,300萬元。撇除此一次性攤薄收益，EBITDA及EBIT分別減少11%及16%。

下半年逐步放寬限制封鎖措施後，EBITDA及EBIT較2020年上半年分別大幅增加111%及168%，較2019年下半年均增加12%。



EBITDA	2020年 港幣百萬元	2019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	2,759	4,509	-39%	-39%
亞洲保健及美容產品	2,385	3,022	-21%	-21%
中國及亞洲 保健及美容產品小計	5,144	7,531	-32%	-32%
西歐保健及美容產品	5,498	5,883	-7%	-9%
東歐保健及美容產品	1,974	2,184	-10%	-9%
歐洲保健及美容產品小計	7,472	8,067	-7%	-9%
保健及美容產品小計	12,616	15,598	-19%	-20%
其他零售 ⁽⁵⁾ 及其他	1,781	1,293	+38%	+38%
零售總額	14,397	16,891	-15%	-16%

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。

於2020年9月，屈臣氏集團與Al-Futtaim聯合宣佈達成獨家特許經營權協議，將保健及美容產品旗艦品牌屈臣氏，引進海灣阿拉伯國家合作委員會成員國，首家店舖已於2020年10月在阿聯酋杜拜開幕。

業務回顧－零售

分部表現

中國保健及美容產品

	2020年 港幣百萬元	2019年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	19,984	24,591	-19%	-19%
EBITDA	2,759	4,509	-39%	-39%
EBITDA 毛利率	14%	18%		
EBIT	1,952	3,736	-48%	-49%
EBIT 毛利率	10%	15%		
店舖數目	4,115	3,947	+4%	
同比店舖銷售額增長(%)	-21.8%	+2.0%		
經調整同比店舖銷售額增長(%) ⁽⁶⁾	-20.0%	+5.5%		

註6：已調整以包括鄰近新店舖收復之忠誠會員銷售額。

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。於2020年，2月高峰時約有2,500家店舖暫時停業，導致2020年上半年之EBITDA按年下跌62%。隨著疫情相關限制措施逐步放寬，幾乎所有店舖已於4月底前重新營業，店舖流量穩步上揚。於2020年下半年，憑藉部門之數碼平台令銷售額回升，EBITDA跌幅按年收窄至13%，較店舖流量跌幅23%為少。網上銷售額較2019年增長123%。

中國保健及美容產品於年內淨增加168家店舖，截至2020年12月31日在內地近500個城市經營逾4,100家店舖。

亞洲保健及美容產品

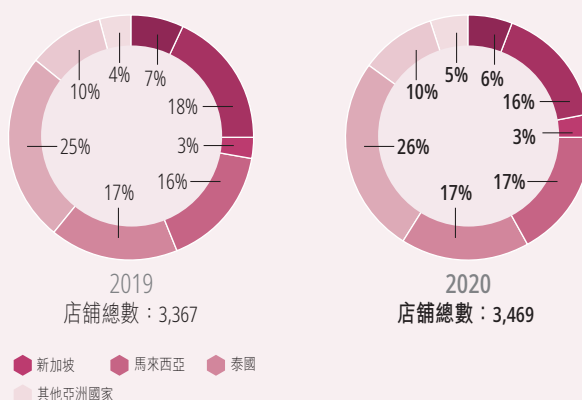
	2020年 港幣百萬元	2019年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	26,335	31,355	-16%	-16%
EBITDA	2,385	3,022	-21%	-21%
EBITDA 毛利率	9%	10%		
EBIT	1,824	2,505	-27%	-27%
EBIT 毛利率	7%	8%		
店舖數目	3,469	3,367	+3%	
同比店舖銷售額增長(%)	-17.0%	+4.0%		

屈臣氏為亞洲領先之保健及美容產品零售連鎖集團，品牌有極高知名度，而且店舖位置分佈廣泛。顧客流量因3月底開始實施之封鎖措施而大受影響，於4月高峰時約有750家店舖暫時停業。亞洲保健及美容產品業務之EBITDA按年跌幅由2020年上半年之39%收窄至下半年僅3%。

儘管零售市場受到不同程度限制旅客入境措施之不利影響，令2020年香港保健及美容產品業務尤其嚴峻，惟其僅佔零售部門2020年收益之2%。撇除香港之貢獻，亞洲保健及美容產品業務於下半年穩固復甦，EBITDA增長2%。新加坡、馬來西亞、泰國及土耳其於下半年均錄得EBITDA增長。

亞洲保健及美容產品於年內淨增加102家店舖，截至2020年12月31日在11個市場經營逾3,400家店舖。

亞洲保健及美容產品 - 按市場劃分之零售店舖數目
(+3%)



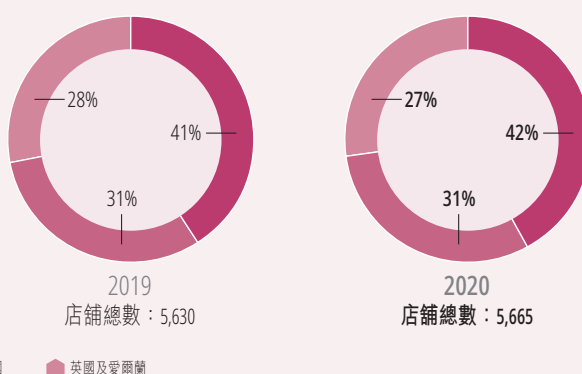
西歐保健及美容產品

	2020 年 港幣百萬元	2019 年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	67,475	69,074	-2%	-3%
EBITDA	5,498	5,883	-7%	-9%
EBITDA 毛利率	8%	9%		
EBIT	4,194	4,685	-10%	-14%
EBIT 毛利率	6%	7%		
店舖數目	5,665	5,630	+1%	
同比店舖銷售額增長 (%)	-3.8%	+1.9%		

商業區及購物中心之顧客流量因3月底開始實施之封鎖措施而大受影響，西歐保健及美容產品業務於4月高峰時約有1,100家店舖暫時停業。西歐保健及美容產品之主要業務為銷售必需品，故大部分店舖於封鎖期間得以保持營業而彌補部分損失。西歐保健及美容產品業務於下半年錄得非常理想之復甦，EBITDA由2020年上半年按年下跌43%扭轉為下半年增長16%，主要來自比荷盧三國及德國，惟因英國臨近年底時再次實施多輪全國封鎖措施而部分抵銷。

西歐保健及美容產品於年內淨增加35家店舖，截至2020年12月31日經營逾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
(+1%)



業務回顧－零售

分部表現(續)

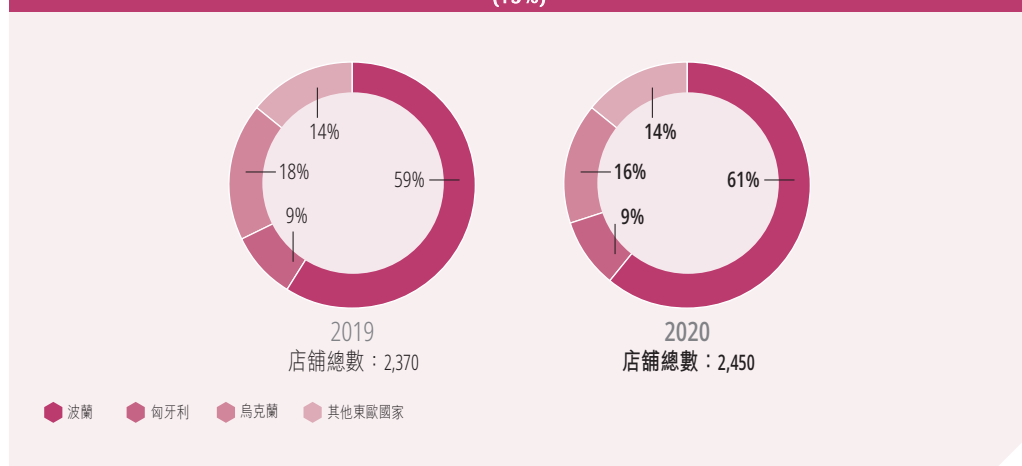
東歐保健及美容產品

	2020年 港幣百萬元	2019年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	16,247	16,677	-3%	-
EBITDA	1,974	2,184	-10%	-9%
EBITDA 毛利率	12%	13%		
EBIT	1,626	1,886	-14%	-13%
EBIT 毛利率	10%	11%		
店舖數目	2,450	2,370	+3%	
同比店舖銷售額增長(%)	-4.1%	+2.9%		

東歐保健及美容產品業務有助部門復甦，EBITDA由本年度上半年按年下跌28%扭轉為下半年增長5%，主要來自波蘭Rossmann合資企業於期內開設店舖之強勁動力。

東歐保健及美容產品於年內淨增加80家店舖，截至2020年12月31日在七個市場經營逾2,400家店舖。

東歐保健及美容產品 - 按市場劃分之零售店舖數目
(+3%)



其他零售

	2020年 港幣百萬元	2019年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	29,578	27,528	+7%	+8%
EBITDA <i>EBITDA 毛利率</i>	1,781 6%	1,293 5%	+38%	+38%
EBIT <i>EBIT 毛利率</i>	1,337 5%	859 3%	+56%	+56%
店舖數目	468	480	-3%	
同比店舖銷售額增長(%)	+12.2%	-6.7%		

其他零售分部於2020年錄得收益增長7%，主要來自香港及內地超市業務之表現改善。

2019年包括部門之中國超市業務成立合資企業時確認之一次性收益約港幣6億3,300萬元。撇除此一次性攤薄收益，EBITDA較2019年增加170%。

其他零售截至2020年12月31日在三個市場經營468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。

