

業務回顧

watsons واتسونز



屈臣氏擴充海灣阿拉伯國家合作委員會地區的業務，
於阿拉伯聯合酋長國及沙特阿拉伯經營五家店鋪。

零售



1. Kruidvat在荷蘭和比利時經營 1,200 多家商店，透過無縫的線下及線上平台，為顧客提供一系列物超所值的產品。
2. The Perfume Shop 在蘇格蘭愛丁堡開設的可持續店舖，裝設感應控制照明，又利用回收空瓶製作環保樹擺設。
3. 馬來西亞屈臣氏慶祝第 600 家分店在吉隆坡開業的重要里程碑。
4. Rossmann 進駐西班牙，進一步拓展現有超過 4,300 家保健美容產品店舖網絡。

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1億4,200萬名忠誠會員。

集團表現

截至2021年12月31日，屈臣氏集團經營12個零售品牌，在全球28個市場經營16,398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。自疫情開始以來，屈臣氏集團已將其部分瓶裝水製造廠改裝以在香港生產口罩。

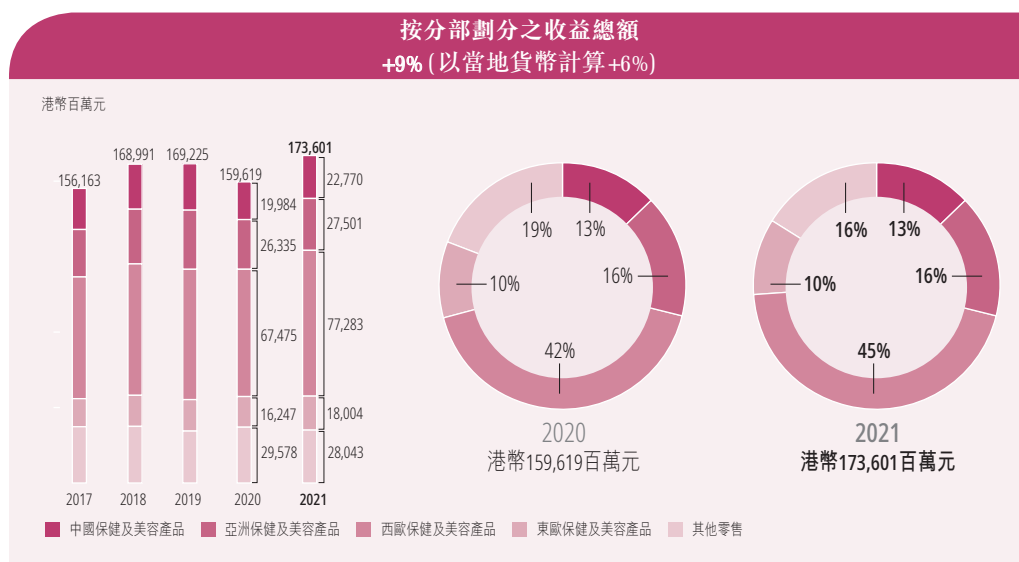
	2021年 港幣百萬元	2020年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	173,601	159,619	+9%	+6%
EBITDA ⁽¹⁾	16,034	14,397	+11%	+9%
EBIT ⁽¹⁾	12,460	10,933	+14%	+12%
店舖數目	16,398	16,167	+1%	

註1：按IFRS 16後基準，EBITDA為港幣261億1,900萬元（2020年：港幣245億5,700萬元）；EBIT為港幣133億7,000萬元（2020年：港幣118億8,900萬元）。

隨著2021年逐步放寬限制封鎖措施及店舖暫時停業大幅減少，加上有利外幣兌換影響，呈報收益總額較去年增加9%，主要來自保健及美容產品分部，惟因2021年內對疫情之憂慮漸減以致香港超級市場業務之貢獻減少而部分抵銷。以當地貨幣計算，收益總額較去年增加6%。

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	2021年	2020年
保健及美容產品分部之忠誠會員總人數（百萬名）	141	138
保健及美容產品分部忠誠會員之銷售參與率（%）	64%	63%
獨家代理產品銷售額對保健及美容產品總銷售額之貢獻（%）	36%	35%

保健及美容產品分部佔零售部門2021年收益之84%，擁有1億4,100萬名忠誠會員。此等忠誠會員之客戶見解使業務能夠推動貨品種類、店舖及市場推廣策略。連同「O + O」端對端媒體接觸點，將能產生更高投資回報並提高品牌權益。



收益總額	2021年 港幣百萬元	2020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	22,770	19,984	+14%	+7%
亞洲保健及美容產品	27,501	26,335	+4%	+5%
中國及亞洲 保健及美容產品小計	50,271	46,319	+9%	+5%
西歐保健及美容產品	77,283	67,475	+15%	+10%
東歐保健及美容產品	18,004	16,247	+11%	+10%
歐洲保健及美容產品小計	95,287	83,722	+14%	+10%
保健及美容產品小計	145,558	130,041	+12%	+8%
其他零售 ⁽²⁾	28,043	29,578	-5%	-6%
零售總額	173,601	159,619	+9%	+6%

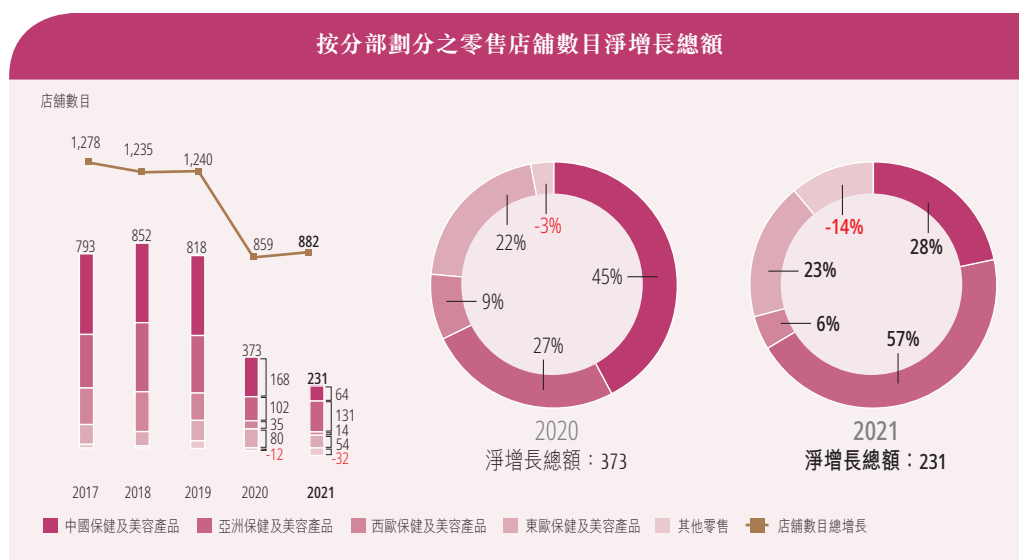
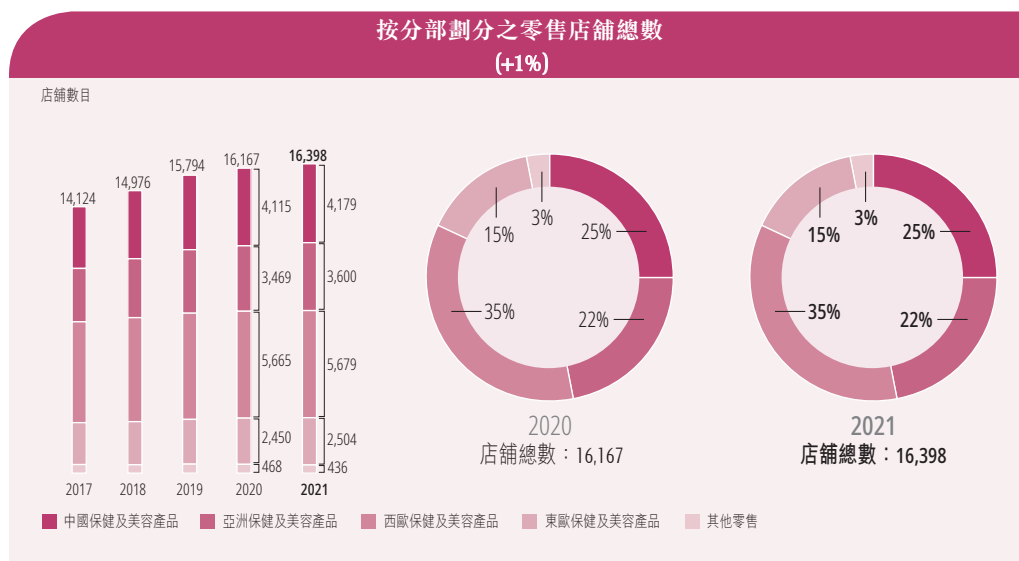
同比店舖銷售額增長 (%) ⁽³⁾	2021年	2020年
中國保健及美容產品	+1.9%	-21.8%
中國保健及美容產品(已調整以包括 鄰近新店舖收復之忠誠會員銷售額)	+4.7%	-20.0%
亞洲保健及美容產品	-0.8%	-17.0%
中國及亞洲保健及美容產品小計	+0.2%	-19.2%
西歐保健及美容產品	+7.9%	-3.8%
東歐保健及美容產品	+4.6%	-4.1%
歐洲保健及美容產品小計	+7.3%	-3.8%
保健及美容產品小計	+4.8%	-9.7%
其他零售 ⁽²⁾	-8.3%	+12.2%
零售總額	+2.6%	-6.8%

註2： 其他零售包括百佳、百佳永輝、豐澤、屈臣氏酒窖及製造業務。

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

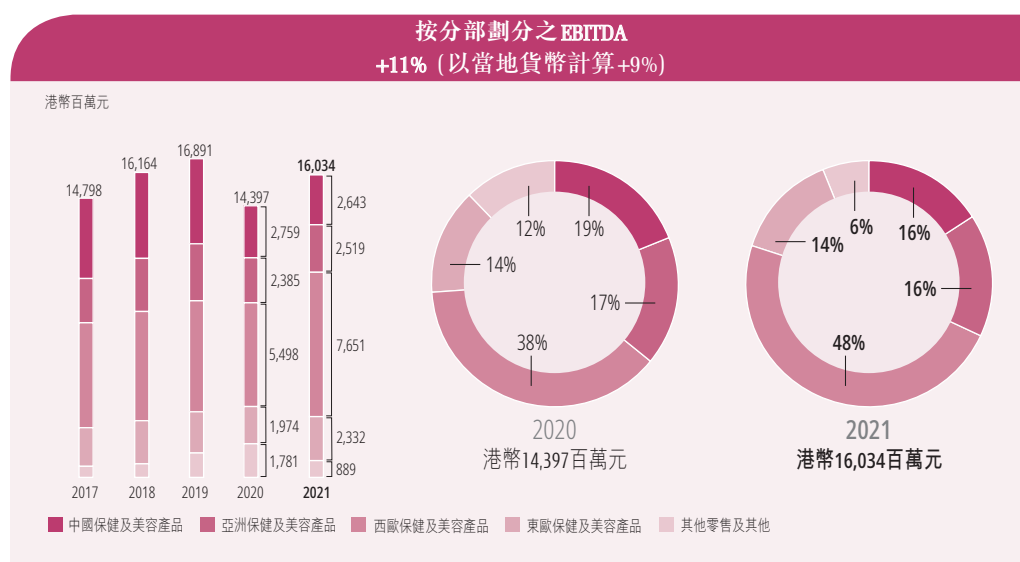
集團表現(續)



店舖數目	2021 年	2020 年	變動
中國保健及美容產品	4,179	4,115	+2%
亞洲保健及美容產品	3,600	3,469	+4%
中國及亞洲保健及美容產品小計	7,779	7,584	+3%
西歐保健及美容產品	5,679	5,665	—
東歐保健及美容產品	2,504	2,450	+2%
歐洲保健及美容產品小計	8,183	8,115	+1%
保健及美容產品小計	15,962	15,699	+2%
其他零售 ⁽⁴⁾	436	468	-7%
零售總額	16,398	16,167	+1%

註4： 其他零售包括百佳、百佳永輝、豐澤、屈臣氏酒窖及製造業務。

零售部門以呈報貨幣計算之EBITDA及EBIT較2020年分別增加11%及14%。以當地貨幣計算，EBITDA及EBIT分別增加9%及12%，主要由於自疫情中強勁復甦令收益增長。儘管因疫情而受到嚴重干擾，由於歐洲之表現超越疫情前以及亞洲取得穩固表現，保健及美容產品分部呈報以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT分別改善17%及23%。此等有利業績因各市場於2021年獲得之政府補貼減少、內地於2021年下半年之表現因社區封鎖措施而轉差，以及其他零售分部於2021年香港超級市場業務之表現繼2020年受到顧客作出搶購之有利影響後表現回復正常而部分抵銷。於2021年，部門得見在內地擴充其飲品業務之機會，並於2021年內投資逾港幣1億元於市場推廣及增聘銷售人員，務求加快業務增長。



EBITDA	2021年 港幣百萬元	2020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	2,643	2,759	-4%	-11%
亞洲保健及美容產品	2,519	2,385	+6%	+6%
中國及亞洲 保健及美容產品小計	5,162	5,144	-	-3%
西歐保健及美容產品	7,651	5,498	+39%	+36%
東歐保健及美容產品	2,332	1,974	+18%	+19%
歐洲保健及美容產品小計	9,983	7,472	+34%	+32%
保健及美容產品小計	15,145	12,616	+20%	+17%
其他零售 ⁽⁵⁾	889	1,781	-50%	-50%
零售總額	16,034	14,397	+11%	+9%

註5： 其他零售包括百佳、百佳永輝、豐澤、屈臣氏酒窖及製造業務。

於2021年內，作為與Al-Futtaim特許經營業務之一部分，零售部門在沙特阿拉伯開設其首家店舖，為部門第28個營運市場。

業務回顧－零售

分部表現

中國保健及美容產品

	2021年 港幣百萬元	2020年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	22,770	19,984	+14%	+7%
EBITDA	2,643	2,759	-4%	-11%
EBITDA 毛利率	12%	14%		
EBIT	1,808	1,952	-7%	-14%
EBIT 毛利率	8%	10%		
店舖數目	4,179	4,115	+2%	
同比店舖銷售額增長(%)	+1.9%	-21.8%		
經調整同比店舖銷售額增長(%) ⁽⁶⁾	+4.7%	-20.0%		

註6：已調整以包括鄰近新店舖收復之忠誠會員銷售額。

中國保健及美容產品業務於2021年上半年疫情相對穩定時錄得理想表現，以當地貨幣計算之EBITDA按年增長53%。於2021年下半年，業務因地區性爆發及全國收緊公共衛生措施令顧客流量下降而大受影響，因此2021年全年之EBITDA及EBIT以當地貨幣計算較2020年分別減少11%及14%。儘管貿易環境嚴峻，業務採取積極行動應對客戶購物行為轉變，透過部門之數碼渠道恢復銷售額，以「0+0」平台策略補回部分店舖差額。透過以屈臣氏集團最大之實體店舖及配送中心網絡建立「0+0」銷售參與率，「0+0」平台策略推動客戶之長遠價值。中國保健及美容產品業務將得以透過其實體店舖網絡及28家網上店舖之18,000名美容顧問與其6,200萬名忠誠會員及逾8,000萬名社交媒體追隨者進行數碼互動。於2021年，網上銷售增長保持強勁達94%（2020年：123%）。

中國保健及美容產品於年內淨增加64家店舖，截至2021年12月31日在內地超過500個城市經營逾4,100家店舖。

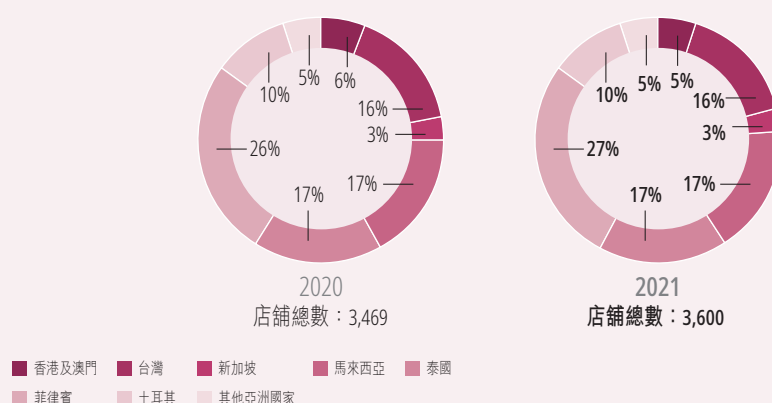
亞洲保健及美容產品

	2021年 港幣百萬元	2020年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	27,501	26,335	+4%	+5%
EBITDA	2,519	2,385	+6%	+6%
EBITDA 毛利率	9%	9%		
EBIT	1,942	1,824	+6%	+7%
EBIT 毛利率	7%	7%		
店舖數目	3,600	3,469	+4%	
同比店舖銷售額增長(%)	-0.8%	-17.0%		

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。儘管隨著區內感染病例不斷上升而實施不同限制措施令同比店舖銷售額下跌0.8%，亞洲保健及美容產品業務因持續擴充店舖組合及提高營運效率而錄得EBITDA及EBIT穩定增長（主要為馬來西亞及菲律賓），以當地貨幣計算分別增長6%及7%。此外，儘管持續實施入境限制以致訪港旅客人數有限，香港之保健及美容產品業務於2021年仍能大幅削減虧損。

亞洲保健及美容產品於年內淨增加131家店舖，截至2021年12月31日在12個市場經營3,600家店舖。

亞洲保健及美容產品 - 按市場劃分之零售店舖數目
(+4%)



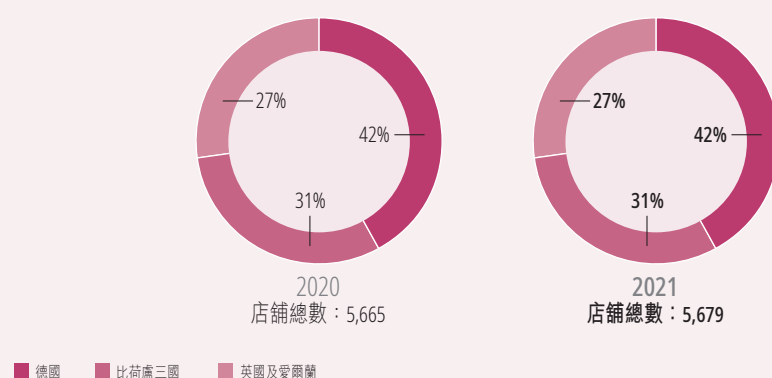
西歐保健及美容產品

	2021年 港幣百萬元	2020年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	77,283	67,475	+15%	+10%
EBITDA	7,651	5,498	+39%	+36%
EBITDA 毛利率	10%	8%		
EBIT	6,253	4,194	+49%	+47%
EBIT 毛利率	8%	6%		
店舖數目	5,679	5,665	-	
同比店舖銷售額增長(%)	+7.9%	-3.8%		

西歐保健及美容產品業務於年內錄得以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT分別大幅增長36%及47%，由於同比店舖銷售額強勁增長7.9%，主要來自比荷盧三國及德國，因店舖於封鎖期間得以保持營業。位於住宅區或附近之店舖因能滿足當地消費者於封鎖期間日益增長之需求，故銷售額尤其強勁。

西歐保健及美容產品於年內淨增加14家店舖，截至2021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
(相若)



業務回顧－零售

分部表現(續)

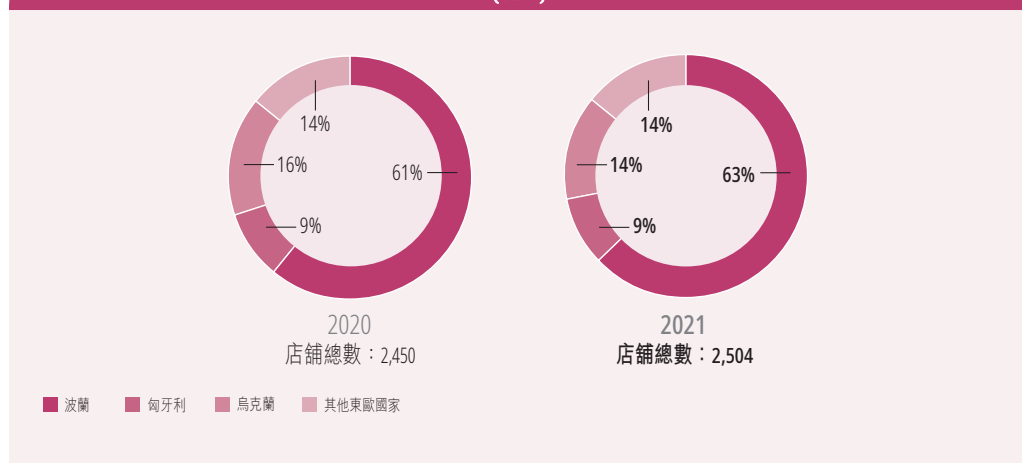
東歐保健及美容產品

	2021年 港幣百萬元	2020年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	18,004	16,247	+11%	+10%
EBITDA	2,332	1,974	+18%	+19%
EBITDA 毛利率	13%	12%		
EBIT	1,975	1,626	+21%	+22%
EBIT 毛利率	11%	10%		
店舖數目	2,504	2,450	+2%	
同比店舖銷售額增長(%)	+4.6%	-4.1%		

東歐保健及美容產品業務繼續協助部門復甦，以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT分別增長19%及22%，主要來自波蘭Rossmann合資企業於年內開設店舖之強勁動力，加上同比店舖銷售額回復4.6%之理想增長，惟因波蘭自2021年初起引入零售銷售稅而部分抵銷。

東歐保健及美容產品於年內淨增加54家店舖，截至2021年12月31日經營逾2,500家店舖。

東歐保健及美容產品 - 按市場劃分之零售店舖數目
(+2%)



其他零售

	2021年 港幣百萬元	2020年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	28,043	29,578	-5%	-6%
EBITDA	889	1,781	-50%	-50%
EBITDA 毛利率	3%	6%		
EBIT	482	1,337	-64%	-63%
EBIT 毛利率	2%	5%		
店舖數目	436	468	-7%	
同比店舖銷售額增長(%)	-8.3%	+12.2%		

其他零售分部於2021年錄得以當地貨幣計算之收益總額減少6%，主要由於2021年香港超級市場業務之表現繼2020年受到顧客作出搶購之有利影響後表現回復正常，以及增加投資以加快內地飲品業務之業務增長。

其他零售截至2021年12月31日在三個市場經營436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。

