



Superdrug是英國最大美容和保健零售商之一，在英國和愛爾蘭經營780多家店鋪。

零售



Rossmann 現時在德國、波蘭、匈牙利、捷克、土耳其、阿爾巴尼亞、科索沃及西班牙經營逾4,700家分店。



馬來西亞屈臣氏開設第700家店舖。



The Perfume Shop 是英國和愛爾蘭最大的香水專門零售商。



泰國屈臣氏擁有超過700家分店，致力為顧客提供無縫的O+O（線下及線上）購物體驗。

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1億5,900萬名忠誠會員。

集團表現

截至2023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16,491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。

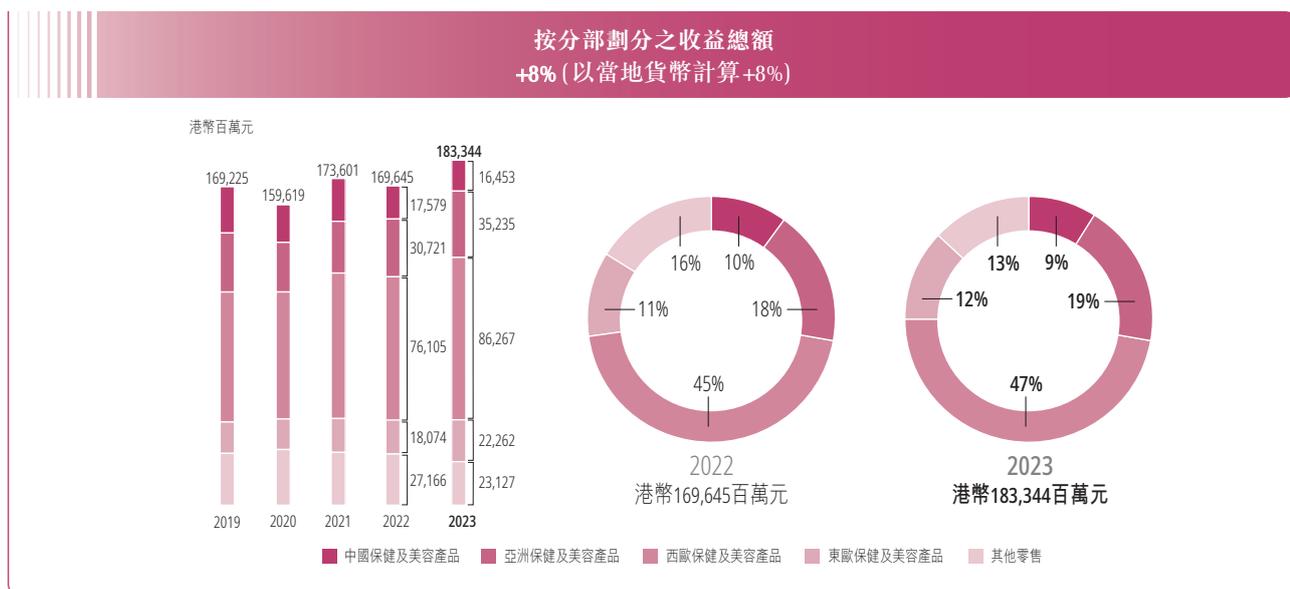
	2023年 港幣百萬元	2022年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	183,344	169,645	+8%	+8%
EBITDA ⁽¹⁾	16,226	14,309	+13%	+11%
EBIT ⁽¹⁾	12,888	11,048	+17%	+14%
店舖數目	16,491	16,142	+2%	

註1：按IFRS 16後基準，EBITDA為港幣255億700萬元(2022年：港幣233億5,900萬元)；EBIT為港幣138億4,900萬元(2022年：港幣118億3,100萬元)。

呈報收益總額以呈報貨幣及當地貨幣計算均較去年上升8%。收益增加主要由於店舖人流增加以致亞洲及歐洲保健及美容產品業務之整體表現較佳，惟因香港店舖人流不足令其他零售之業績未如理想而部分抵銷。

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	2023年	2022年
保健及美容產品分部之忠誠會員總人數(百萬名)	157	140
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(%)	37%	36%

保健及美容產品分部佔零售部門2023年收益之87%，擁有1億5,700萬名忠誠會員。此等忠誠會員之客戶見解有助業務推動貨品種類、店舖及市場推廣策略。



收益總額	2023年 港幣百萬元	2022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	16,453	17,579	-6%	-1%
亞洲保健及美容產品	35,235	30,721	+15%	+20%
中國及亞洲 保健及美容產品小計	51,688	48,300	+7%	+12%
西歐保健及美容產品	86,267	76,105	+13%	+10%
東歐保健及美容產品	22,262	18,074	+23%	+16%
歐洲保健及美容產品小計	108,529	94,179	+15%	+12%
保健及美容產品小計	160,217	142,479	+12%	+12%
其他零售 ⁽²⁾	23,127	27,166	-15%	-15%
零售總額	183,344	169,645	+8%	+8%

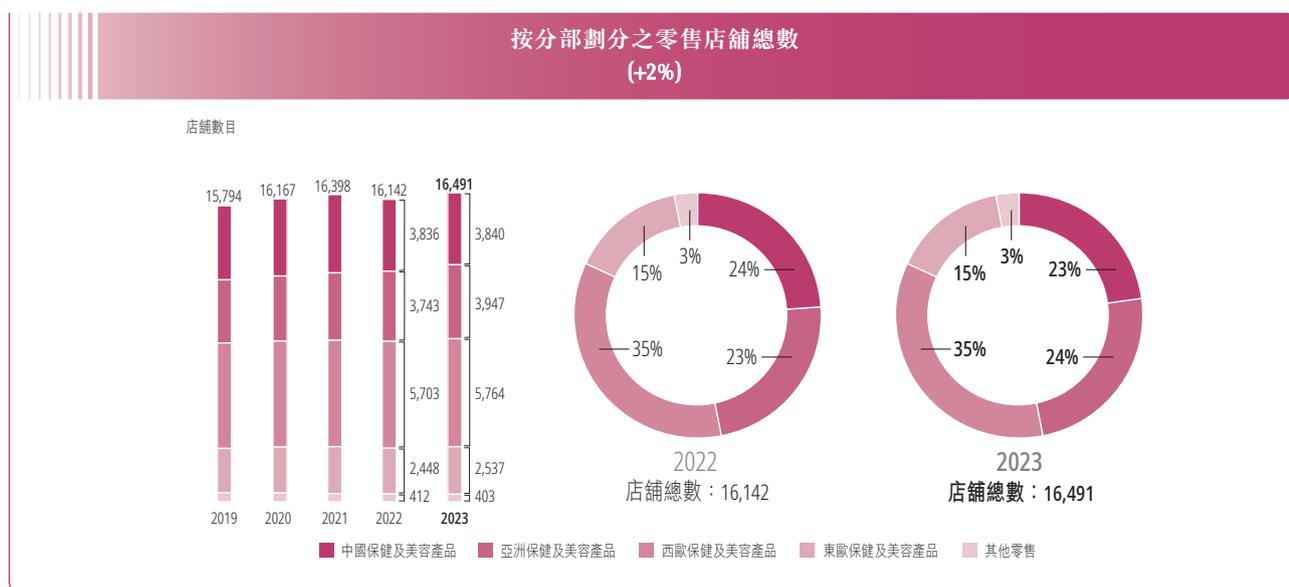
同比店舖銷售額增長 (%) ⁽³⁾	2023年	2022年
中國保健及美容產品	+1.8%	-18.3%
亞洲保健及美容產品	+16.3%	+21.3%
中國及亞洲保健及美容產品小計	+11.2%	+3.9%
西歐保健及美容產品	+9.2%	+9.5%
東歐保健及美容產品	+12.9%	+14.2%
歐洲保健及美容產品小計	+9.9%	+10.3%
保健及美容產品小計	+10.3%	+8.2%
其他零售 ⁽²⁾	-13.8%	+2.7%
零售總額	+6.9%	+7.4%

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

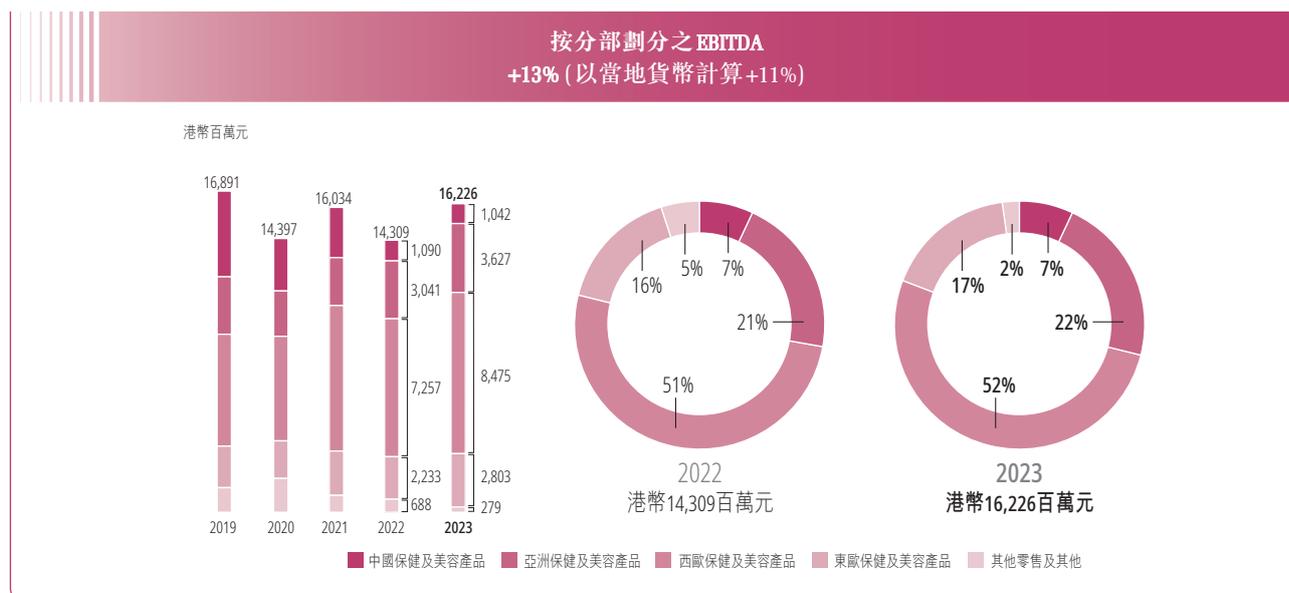
集團表現(續)



店舖數目	2023年	2022年	變動
中國保健及美容產品	3,840	3,836	-
亞洲保健及美容產品	3,947	3,743	+5%
中國及亞洲 保健及美容產品小計	7,787	7,579	+3%
西歐保健及美容產品	5,764	5,703	+1%
東歐保健及美容產品	2,537	2,448	+4%
歐洲保健及美容產品小計	8,301	8,151	+2%
保健及美容產品小計	16,088	15,730	+2%
其他零售 ⁽⁴⁾	403	412	-2%
零售總額	16,491	16,142	+2%

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。

與2022年相比，零售部門以呈報貨幣計算之EBITDA及EBIT分別增加13%及17%，而以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT則分別增加11%及14%，主要由於歐洲及亞洲業務之業績理想，惟因其他零售同比店舖銷售額主要受到香港百佳店舖人流不足影響而下跌14%導致表現遜色而部分抵銷。保健及美容產品分部呈報以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT較2022年分別增長15%及18%，乃由於亞洲大部分業務、英國以及波蘭及德國Rossmann合資企業之銷售動力改善以致錄得理想表現。歐洲保健及美容產品業務以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT均按年改善14%，而亞洲保健及美容產品業務以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT則較去年分別增長23%及27%。在經濟重啟後，中國保健及美容產品業務以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT亦較2022年錄得正增長。



EBITDA	2023年 港幣百萬元	2022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	1,042	1,090	-4%	+2%
亞洲保健及美容產品	3,627	3,041	+19%	+23%
中國及亞洲 保健及美容產品小計	4,669	4,131	+13%	+18%
西歐保健及美容產品	8,475	7,257	+17%	+13%
東歐保健及美容產品	2,803	2,233	+26%	+17%
歐洲保健及美容產品小計	11,278	9,490	+19%	+14%
保健及美容產品小計	15,947	13,621	+17%	+15%
其他零售 ⁽⁵⁾	279	688	-59%	-60%
零售總額	16,226	14,309	+13%	+11%

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。

業務回顧－零售

分部表現

中國保健及美容產品

	2023年 港幣百萬元	2022年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	16,453	17,579	-6%	-1%
EBITDA	1,042	1,090	-4%	+2%
<i>EBITDA 毛利率</i>	<i>6%</i>	<i>6%</i>		
EBIT	348	262	+33%	+47%
<i>EBIT 毛利率</i>	<i>2%</i>	<i>1%</i>		
店舖數目	3,840	3,836	-	
同比店舖銷售額增長(%)	+1.8%	-18.3%		

於2023年，中國保健及美容產品業務之表現受到經濟全面重啟後消費意欲低迷及市場競爭激烈影響，EBITDA較去年溫和增加2%，主要受到毛利及產能改善所帶動。然而，以當地貨幣計算之EBIT較2022年改善47%，主要由於優化資本開支所致。

作為中國保健及美容產品業務優化開設店舖策略之一部分，截至2023年12月31日在內地超過500個城市經營之店舖總數約為3,800家，與去年持平。

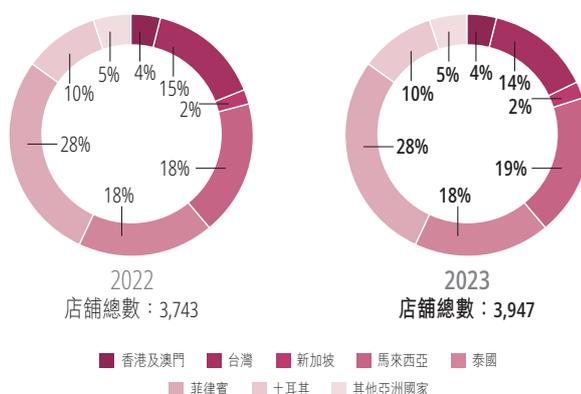
亞洲保健及美容產品

	2023年 港幣百萬元	2022年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	35,235	30,721	+15%	+20%
EBITDA	3,627	3,041	+19%	+23%
<i>EBITDA 毛利率</i>	<i>10%</i>	<i>10%</i>		
EBIT	3,053	2,487	+23%	+27%
<i>EBIT 毛利率</i>	<i>9%</i>	<i>8%</i>		
店舖數目	3,947	3,743	+5%	
同比店舖銷售額增長(%)	+16.3%	+21.3%		

屈臣氏為亞洲領先之保健及美容產品零售連鎖集團，品牌擁有極高知名度，而且店舖位置分佈廣泛。亞洲保健及美容產品業務於2023年全年均維持強勁交易動力，同比店舖銷售額顯著增長16.3%，以致2023年全年以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT分別增長23%及27%。EBITDA及EBIT增長主要由於泰國、馬來西亞及菲律賓業務之店舖人流增加，以及持續擴充店舖網絡導致毛利增加。此外，土耳其之保健及美容產品業務在高通脹環境下妥善管理毛利以改善業績。

亞洲保健及美容產品於年內淨增加204家店舖，截至2023年12月31日在13個市場經營超過3,900家店舖，包括部門之特許經營業務，其於阿聯酋、卡塔爾及沙特阿拉伯開設之店舖自2020年進軍中東市場以來由三家增至18家。

亞洲保健及美容產品 - 按市場劃分之零售店舖數目
(+5%)



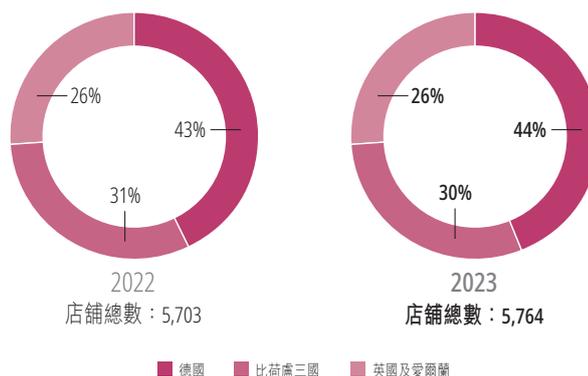
西歐保健及美容產品

	2023年 港幣百萬元	2022年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	86,267	76,105	+13%	+10%
EBITDA	8,475	7,257	+17%	+13%
EBITDA 毛利率	10%	10%		
EBIT	7,151	6,070	+18%	+14%
EBIT 毛利率	8%	8%		
店舖數目	5,764	5,703	+1%	
同比店舖銷售額增長(%)	+9.2%	+9.5%		

西歐保健及美容產品業務錄得以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT較2022年分別增長13%及14%，主要來自英國及德國Rossmann合資企業，其店舖人流上升推動同比店舖銷售額穩健增長，抵銷成本上漲壓力有餘。比荷盧三國亦於2023年錄得理想業績，EBITDA及EBIT以當地貨幣計算按年上升7%。

西歐保健及美容產品於年內淨增加61家店舖，截至2023年12月31日經營逾5,700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)

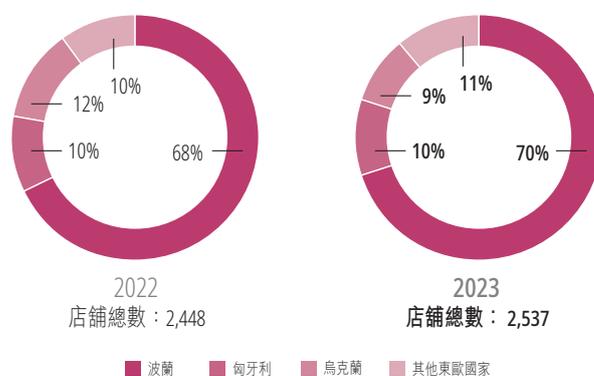
東歐保健及美容產品

	2023年 港幣百萬元	2022年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	22,262	18,074	+23%	+16%
EBITDA	2,803	2,233	+26%	+17%
EBITDA 毛利率	13%	12%		
EBIT	2,432	1,917	+27%	+17%
EBIT 毛利率	11%	11%		
店舖數目	2,537	2,448	+4%	
同比店舖銷售額增長(%)	+12.9%	+14.2%		

東歐保健及美容產品業務以當地貨幣計算之EBITDA及EBIT較2022年增長17%，主要來自波蘭Rossmann合資企業於年內銷售額改善及開設店舖之強勁動力，加上需求上升帶動同比店舖銷售額顯著增長12.9%。

東歐保健及美容產品截至2023年12月31日經營逾2,500家店舖，升幅為4%，主要由於在波蘭開設新店舖，惟因烏克蘭之店舖減少而部分抵銷。

東歐保健及美容產品 - 按市場劃分之零售店舖數目
(+4%)



其他零售

	2023年 港幣百萬元	2022年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	23,127	27,166	-15%	-15%
EBITDA	279	688	-59%	-60%
EBITDA 毛利率	1%	3%		
(LBIT)/EBIT	(94)	312	-130%	-131%
EBIT 毛利率	不適用	1%		
店舖數目	403	412	-2%	
同比店舖銷售額增長(%)	-13.8%	+2.7%		

其他零售分部於2023年以當地貨幣計算之EBITDA減少60%，並轉盈為虧至錄得LBIT，主要由於消費低迷及消費者跨境往內地購物，導致百佳表現疲弱。此分部之其他業務表現維持穩定。

其他零售截至2023年12月31日在三個市場經營403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。

