



零售

零售部門包括屈臣氏集團旗下公司。以零售店舖數目計算，屈臣氏集團是全球最大之保健及美容產品零售商，在歐洲與亞洲分別經營十二家與五家大型零售連鎖集團，目前在全球三十六個市場開設超過七千七百家商店，供應優質個人護理、保健及美容產品；高級香水及化妝品；食品、洋酒及百貨；以及消費電子及電器產品。屈臣氏集團並在香港與中國內地生產與分銷瓶裝水與其他飲品。



零售

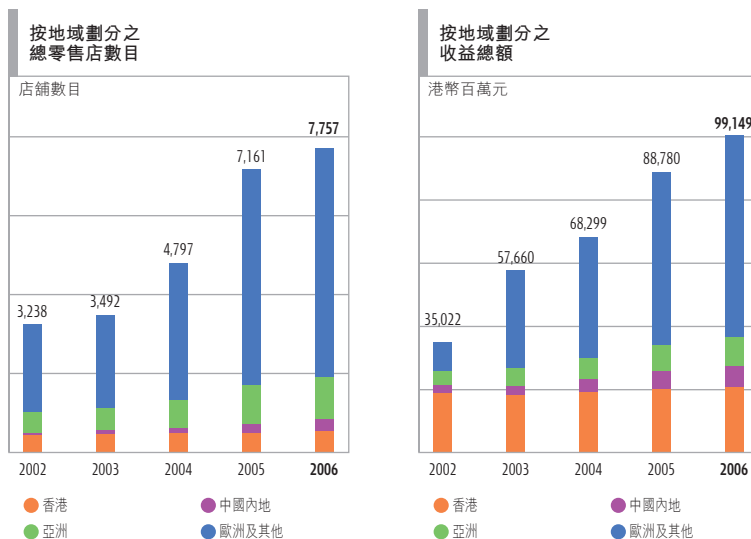
零售部門收益總額共計港幣九百九十一億四千九百萬元，較上年度增加百分之十二，主要由於分別於去年四月和八月收購之Marionnaud Parfumeries(「蔓麗安奈」)與The Perfume Shop提供全年收益；保健及美容產品零售連鎖店，包括德國與波蘭之Rossmann、英國之Superdrug、荷比盧三國之Kruidvat及內地屈臣氏之收益持續上升，以及內地百佳銷售額增加所致。該部門EBIT共港幣二十七億二千萬元，較上年度下降百分之十七，主要由於本年度業績計入蔓麗安奈於本年度首季之正常季節性虧損，而因蔓麗安奈在二〇〇五年四月購入，所以去年同期之虧損不包括於集團去年之業績內。此外，本年度業績亦包括蔓麗安奈及英國與荷比盧三國之保健及美容產品業務產生之非經常性重組支出。此等業務在二〇〇六年下半年展開大型企業重組與供應鏈改革，以提升營運效率。撇除此年初之正常季節性虧損與重組支出，EBIT較去年下降百分之三，主要由於歐洲與亞洲之保健及美容產品業務競爭日益激烈，致令毛利受壓，而香港百佳超級市場、屈臣氏與豐澤之業績改善，已彌補部分降幅。零售部門佔集團固有業務收益總額與EBIT分別為百分之四十五與百分之六。

集團之零售業務分別由四個主要營運部門管理，包括保健及美容產品；高級香水及化妝品；香港零售；以及製造。

	二〇〇六年 港幣百萬元	二〇〇五年 港幣百萬元	變動百分比
收益總額	99,149	88,780	+12%
EBIT	2,720	3,261	-17%

「收益總額共計

港幣九百九十一億
四千九百萬元，較上年
度增加百分之十二。」





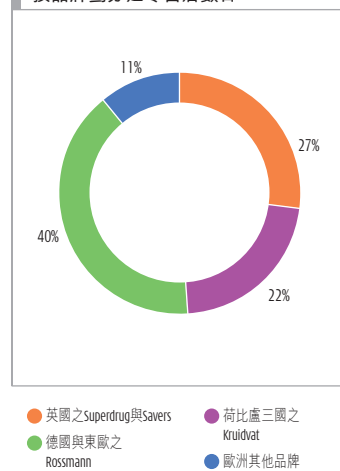
Rossmann 以貨品選擇豐富及專業熱誠服務而於德國、波蘭、匈牙利及捷克享負盛名。

保健及美容產品

保健及美容產品部門包括英國之 Superdrug 與 Savers；荷比盧三國之 Kruidvat 與 Trekpleister；波蘭、匈牙利、捷克與德國之 Rossmann；波羅的海之 Drogas；亞洲與若干東歐國家之屈臣氏；以及香港與新加坡國際機場之 Nuance-Watson。年內，屈臣氏分別於一月與十一月完成收購兩家小型但基礎穩固之保健及美容連鎖集團－俄羅斯 Spektr 與烏克蘭 DC。保健及美容分部收益總額上升百分之十二，但 EBIT 則下降百分之十八。

歐洲保健及美容產品業務之合計收益較去年增加百分之十，主要由於英國之 Superdrug 及荷比盧三國之 Kruidvat 收益持續增長；與 Rossmann 組成之所有合資公司收益增加，尤其在德國與波蘭；以及俄羅斯 Spektr 與烏克蘭 DC 提供首年收益。EBIT 則較上年度下降，反映歐洲大陸競爭加劇，以及英國之 Savers 以及荷蘭與比利時之 Kruidvat 的一筆過重組支出。此兩家連鎖集團進行大型店舖優化與供應鏈改革計劃，並進行企業重組，以加強店舖風格概念與提升營運效率。在英國，儘管消費意慾持續疲弱及價格競爭激烈，Superdrug 之收益增加百分之六，EBIT 亦錄得穩健增長。惟此理想表現為 Savers 之欠佳業績所抵銷，合計 EBIT 因此較上年度下降。為提高營運效率及善用經濟規模，Superdrug 與 Savers 之物流及

二〇〇六年十二月三十一日
保健及美容產品歐洲分部
按品牌劃分之零售店數目



行政事務正進行合併。在荷比盧三國，Kruidvat 在保健及美容產品零售業界保持領導地位。儘管整體收益錄得百分之八增長，但超級市場令價格競爭加劇，以及店舖完善與翻新計劃引致成本上升，使 EBIT 較上年度下降。此部門在德國與東歐與 Rossmann 合資之企業表現良好，並錄得雙位數字之合計收益增幅與穩健之 EBIT 增長。保健及美容產品歐洲分部於十四個市場經營逾四千二百家零售店舖。

業務回顧 零售

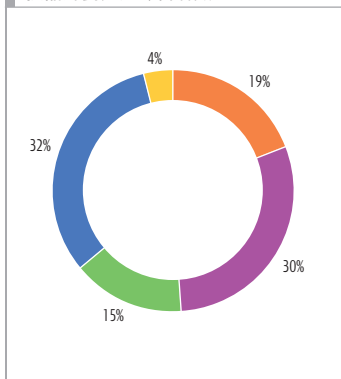
亞洲方面，屈臣氏個人護理、保健與美容產品業務繼續於連鎖零售市場穩居領導地位，品牌家喻戶曉，而且覆蓋廣泛地域，尤其在內地與台灣。該等業務之合計收益較上年度上升百分之十八，但EBIT卻較上年度下降，主要由於台灣、泰國與菲律賓業務在激烈價格競爭下毛利受壓，對集團之盈利貢獻亦因而減少。在經濟不斷增長之內地市場，屈臣氏繼續擴大收益基礎與擴展地域，但EBIT卻錄得下降，主要由於內地迅速增長但瞬息萬變之消費市場競爭加劇。在台灣，儘管收益較上年度增加百分之三，但EBIT亦下降，主要因為價格競爭劇烈令毛利受壓。雖然店舖經營成本上升，但馬來西亞屈臣氏透過改善產品系列以維持競爭力，並錄得收益增加，EBIT與去年比較亦維持穩定。新加坡、泰國與菲律賓之EBIT均告減少。

集團佔五成權益之Nuance-Watson在香港國際機場與新加坡樟宜機場經營之特許零售店之收益與EBIT均取得強勁增長，並繼續為部門提供穩定貢獻。撇除香港與澳門，目前屈臣氏在亞洲八個市場經營逾一千三百家店舖。

高級香水及化妝品

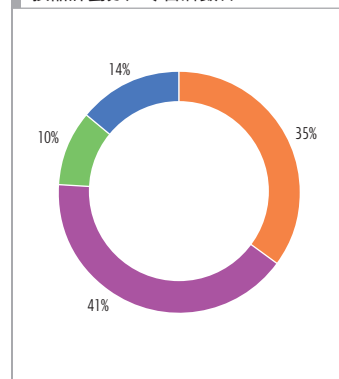
高級香水及化妝品部門包括去年收購之兩家歐洲高級香水及化妝品零售連鎖集團蔓麗安奈與The Perfume Shop，以及在荷比盧三國經營之ICI Paris XL。上述業務於年內歸納於同一分部內，透過系統與流程整合來增加協同效益，加強購買力，並因此產生重組成本。合計收益較上年度增加百分之三十四，但EBIT卻下降百分之三十六，主要由於重組開支所致。

二〇〇六年十二月三十一日
保健及美容產品亞洲分部
按品牌劃分之零售店數目



- 中國內地屈臣氏
- 台灣屈臣氏
- 馬來西亞屈臣氏
- 其他亞洲國家之屈臣氏
- 亞洲國家其他品牌

二〇〇六年十二月三十一日
高級香水及化妝品分部
按品牌劃分之零售店數目



- 法國蔓麗安奈
- 歐洲其他國家之蔓麗安奈
- 主要在英國之The Perfume Shop
- 荷比盧三國之ICI Paris XL

蔓麗安奈是歐洲首屈一指的香水及化妝品零售品牌，深受當地顧客愛戴支持。



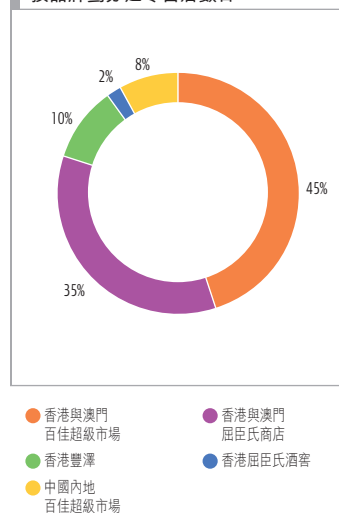
蔓麗安奈錄得百分之二的合計可比較收益增長，但EBIT卻下降，主要由於如上文所述本年度業績計入在二〇〇五年並無列進之不可比較正常季節性虧損，另為提升法國業務之效率與存貨管理，蔓麗安奈亦為其物流與分發工序作出重整，因此產生一筆過支出。撇除此不可比較之季節性虧損與一筆過支出，EBIT較上年度有穩健增長。在英國，The Perfume Shop繼續加強其香水專門店風格概念。與蔓麗安奈一樣，The Perfume Shop於二〇〇五年中購入，因此全年業績不可與二〇〇五年之部分業績作比較。在可比較之基礎上，The Perfume Shop雖面對競爭壓力，但仍透過其廣泛零售網絡與全面產品組合，取得百分之六的收益增幅及穩健之EBIT增長。在荷比盧三國，ICI Paris XL錄得百分之十二的合計收益增長，但在倉貯與分發業務增加投資卻導致EBIT下降。此分部目前在十八個市場經營逾一千六百家店舖。

香港零售

香港零售分部匯聚集團在香港之各個零售風格概念，包括百佳超級市場、屈臣氏保健及美容產品個人護理商店、豐澤消費電子及電器產品零售連鎖店，以及屈臣氏酒窖。內地百佳超級市場與歐洲之高級洋酒貿易業務亦歸納於此分部內。此分部錄得百分之一收益總額增長，EBIT亦有增進，目前經營超過五百家零售店。

儘管香港經濟在二〇〇六年穩健增長，市場競爭仍然激烈，零售商因為租金與經營成本上升而承受更高之壓力。在此趨勢下，香港百佳超級市場之市場分佔率依然保持領導地位。透過引進新店舖風格概念與審慎成本控制，百佳超級市場年內錄得收益與EBIT增長。屈臣氏之收益輕微下降，但

二〇〇六年十二月三十一日
香港零售分部
按品牌劃分之零售店數目



透過嚴格成本控制與業務優化計劃，使EBIT較上年度增加。其中一家在香港佔領導地位之豐澤消費電子及電器產品零售連鎖店錄得收益下降，但由於產品系列多元化，EBIT仍取得增長。香港之洋酒專門店屈臣氏酒窖收益與EBIT均錄得增長。

在內地方面，百佳超級市場業務持續擴展，年內共開設十一家新店。此項業務錄得收益增長，但EBIT貢獻卻下降，主要由於當地超級市場與外資大型零售貨場之劇烈競爭。

製造

製造部門在香港與中國內地生產與分銷著名瓶裝水、果汁與飲品，該部門之收益較上年度增加百分之三，EBIT則上升百分之四十四。



中國百佳積極拓展業務，為更多的內地居民提供優質而價廉的產品。

憑著優良的品質，屈臣氏蒸餾水是香港和內地最受歡迎的飲用水。

