



零售

零售部門由屈臣氏集團旗下公司組成。以零售店舖數目計算，屈臣氏集團為全球最大之保健及美容產品零售商之一，在歐洲與亞洲分別以十二家與十家零售品牌經營，目前在全球三十四個市場開設超過八千七百家商店，供應優質個人護理、保健及美容產品；高級香水及化妝品；食品及洋酒；以及消費電子及電器產品。屈臣氏集團並在香港與內地生產與分銷各類瓶裝水與其他飲品。



- 以當地貨幣計算之收益總額較上年度增加百分之五。
- EBIT增加百分之三十至港幣五十六億九千二百萬元。
- 部門佔集團固有業務收益總額與EBIT分別為百分之四十八與百分之十五。

業務回顧－零售

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。

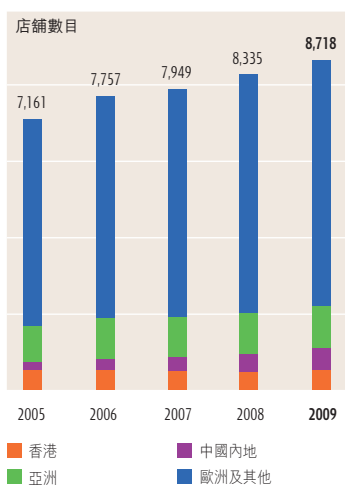
儘管二〇〇九年所有市場之消費者情緒波動，但零售部門以當地貨幣計算之收益總額較上年度增加百分之五，惟以港幣計算收益總額則下降百分之二至港幣一千一百六十億零九千八百萬元。在此困難境況下，零售部門錄得港幣五十六億九千二百萬元之EBIT，較上年度上升百分之三十，主要由於持續集中精簡業務以提升效率與盈利能力，同時減少存貨量與加強中央採購，並開發較高利潤之自家品牌，在高增長市場中審慎擴張，以及推行成功之營銷策略。促進銷售量與EBIT增長之業務主要包括香港零售業務、亞洲與比荷盧三國之保健及美容產品業務、英國之高級香水業務，以及波蘭之業務，但由於歐洲瑪利娜業務之業績下降而被部分抵銷。零售部門佔集團固有業務收益總額與EBIT分別為百分之四十八與百分之十五。

	二〇〇九年 港幣百萬元	二〇〇八年 重新編列 港幣百萬元	變動
收益總額	116,098	118,504	-2%
EBIT	5,692	4,384	+30%

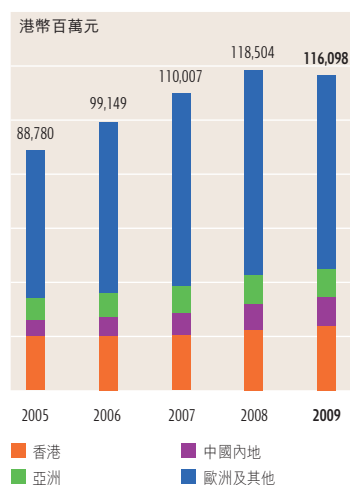


■ Kruidvat 商店革新品牌形象，為顧客帶來更佳的購物環境和樂趣。

按地域劃分之零售店總數



按地域劃分之收益總額



保健及美容產品

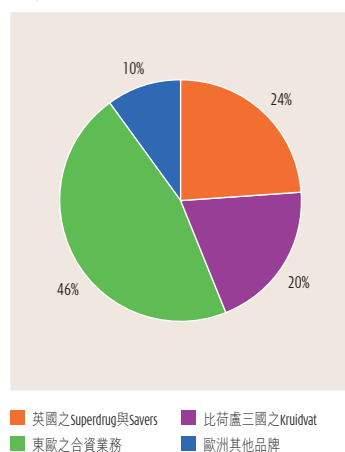
保健及美容產品零售連鎖店包括英國之 Superdrug 與 Savers；比荷盧三國之 Kruidvat 與 Trekpleister；若干東歐國家之合資業務；波羅的海國家之 Drogas；亞洲與若干東歐國家之屈臣氏，以及香港與新加坡國際機場之 Nuance-Watson。以當地貨幣計算，保健及美容產品分部之收益總額與 EBIT 分別上升百分之八及百分之五十六。換算為港幣後，收益總額下降百分之二，EBIT 則增加百分之四十八。

以當地貨幣計算，英國及歐洲之保健及美容產品業務之合計收益總額較去年增加百分之六，主要由於比荷盧三國之 Kruidvat 取得破紀錄之銷售表現；波蘭之業務持續擴展；以及英國之 Savers 銷售額改善。換算為港幣後，收益總額較去年減少百分之五。以當地貨幣計算，EBIT 較上年度改善百分之六十四，換算為港幣後則改善百分之五十二，主要由於波蘭及比荷盧三國業務之業績提升，

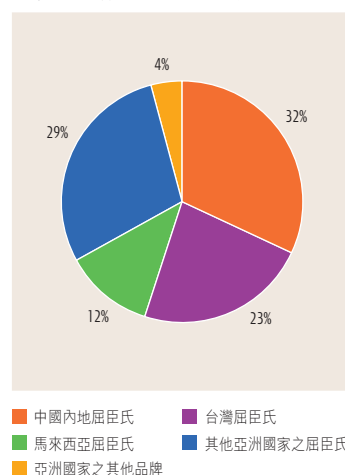
加上英國之綜合業務改善運作效益與成本管理策略後表現大幅進展，但由於若干東歐國家之當地市場經濟不振而令業務表現轉弱，業績因而被部分抵銷。在比荷盧三國，Kruidvat 在保健及美容產品零售業界保持市場領導地位，以當地貨幣計算，該分部錄得之收益總額上升百分之六，EBIT 則改善百分之三十七。保健及美容產品歐洲分部目前於十三個市場經營逾四千八百家零售店舖。

在亞洲方面，以屈臣氏品牌經營之保健及美容產品業務於美容及個人護理產品連鎖零售市場穩居領導地位，並為家喻戶曉之連鎖藥房品牌，覆蓋廣泛地域，尤其在內地。合計收益總額較上年度上升百分之九，EBIT 增長百分之四十四，主要由於內地業務持續擴展，目前已有逾五百五十家店舖，因而提供更高貢獻，但因集團佔五成權益之合資企業 Nuance-Watson 在香港國際機場經營之特許零售店表現較為疲弱而抵銷部分增幅。不包括香港與澳門，目前屈臣氏在亞洲八個市場經營逾一千七百家店舖。

二〇〇九年十二月底
保健及美容產品歐洲分部
按品牌劃分之零售店數目



二〇〇九年十二月底
保健及美容產品亞洲分部
按品牌劃分之零售店數目





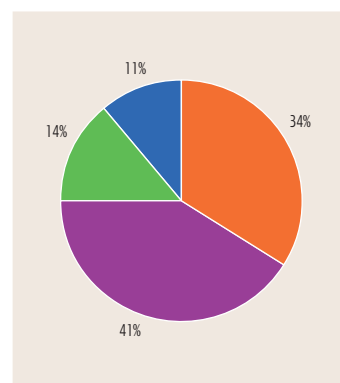
■ 屈臣氏的貨品價格相宜且款式齊備，深受土耳其顧客歡迎。

高級香水及化妝品

高級香水及化妝品分部包括三家以歐洲為基地之高級香水及化妝品零售連鎖集團，即瑪利娜、The Perfume Shop 及 ICI Paris XL。以當地貨幣計算，該分部之收益總額保持與去年相若之水平，錄得之EBIT較上年度增加百分之一。換算為港幣後，合計收益總額下降百分之五，而EBIT則增加百分之十。

年內，瑪利娜在歐洲各國面對挑戰重重之經濟環境，在金融危機之下，顧客在高級產品上之消費減少，因此錄得之業績較去年倒退。以當地貨幣計算，合計收益總額下降百分之二，EBIT亦較上年度略低，主要由於二〇〇九年增持股權之東歐業務的所佔虧損較高。在英國，The Perfume Shop之收益總額與EBIT均錄得強勁增長，以當地貨幣計算分別增加百分之九與百分之三十七。在比荷盧三國，ICI Paris XL收益與EBIT均錄得穩健增長，以當地貨幣計算分別增加百分之一與百分之十八。此分部目前在十七個市場經營逾一千六百家店舖。

二〇〇九年十二月底
高級香水及化妝品分部
按品牌劃分之零售店數目

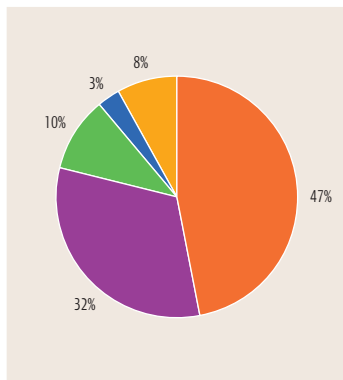


■ 法國之瑪利娜 ■ 其他歐洲國家之瑪利娜
■ 比荷盧三國之ICI Paris XL ■ 英國之The Perfume Shop



豐澤提供優質名牌、最新產品型號和最低價格保證，由個人電子產品、數碼產品至家庭電器等，貨品一應俱全。

二〇〇九年十二月底香港零售分部按品牌劃分之零售店數目



■ 香港與澳門之百佳超級市場
■ 香港與澳門之屈臣氏
■ 香港之豐澤
■ 香港之屈臣氏酒窖
■ 中國內地之百佳超級市場

香港零售

香港零售分部匯聚香港著名之零售品牌概念，包括百佳超級市場與其他相關概念式商店、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、屈臣氏酒窖以及內地百佳超級市場。此分部目前經營逾五百家零售店，收益總額與EBIT分別錄得百分之三與百分之二十三增長。

金融風暴對香港經濟的影響較其他地區為低，因此該分部大部分業務單位之收益總額與EBIT均取得整體穩健增長。儘管競爭激烈，以及租金與其他經營成本有上升壓力，香港百佳超級市場之市場分佔率依然保持領導地位，二〇〇九年並錄得收益總額與EBIT增長。屈臣氏提升品牌知名度、改善效率及加強產品組合與種類，因此收益總額與EBIT均較去年為佳。儘管市場競爭激烈，豐澤仍能提高市場分佔率，並於本年度錄得收益總額與EBIT增長。隨着消費者情緒自二〇〇九年年中開始改善，屈臣氏酒窖收益總額與EBIT均錄得增長。

在內地方面，百佳超級市場之收益總額於二〇〇九年下降，主要由於年初食品價格收縮，以及外資零售商之激烈競爭，但透過節約成本措施與改善存貨管理減低銷售額下降之影響，EBIT較上年度增加百分之二十五。

製造

製造分部在香港與內地生產與分銷家喻戶曉之瓶裝水、果汁與飲品。該分部之收益總額保持上年度之水平，EBIT則上升百分之十八，主要由內地業務帶動。