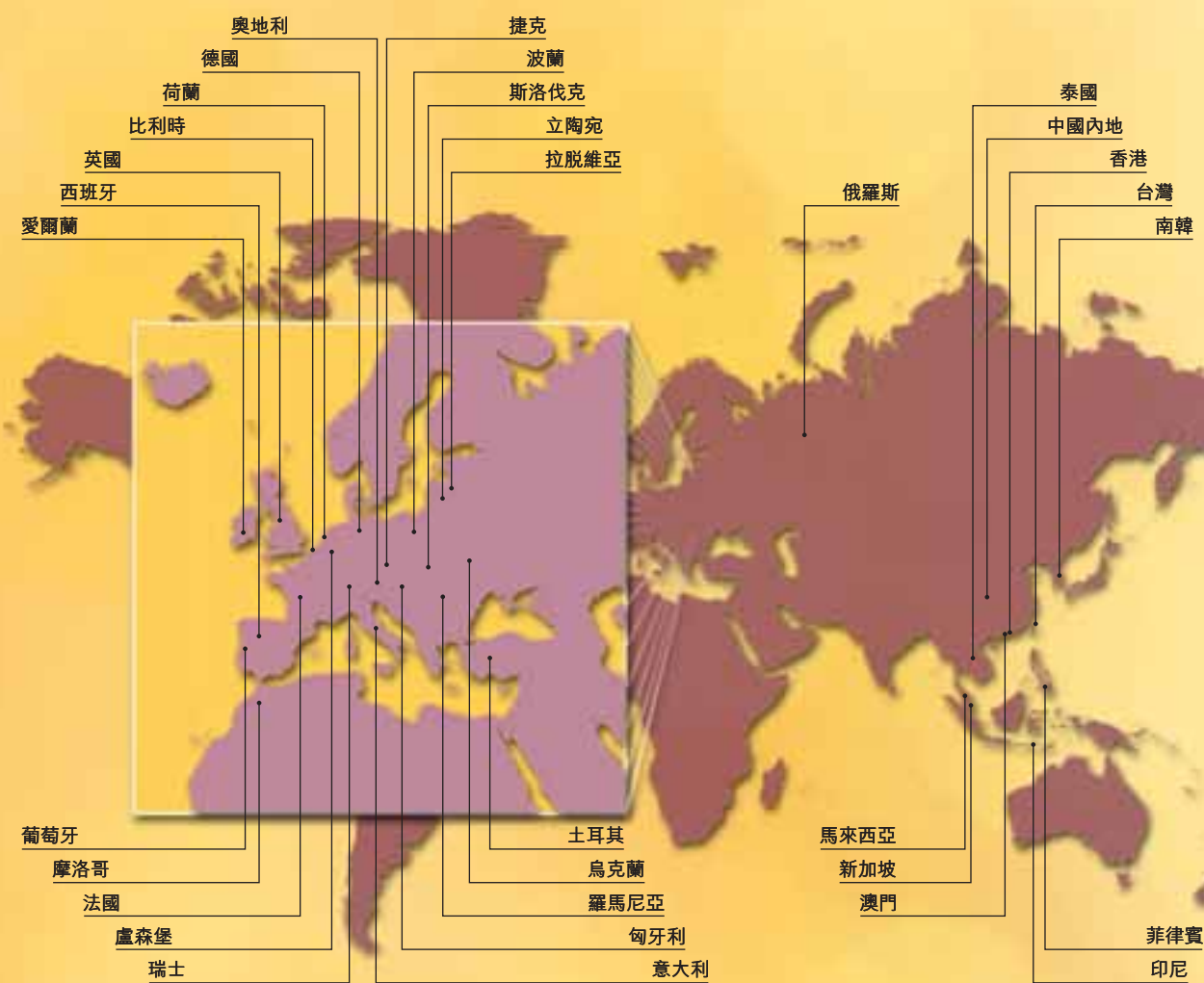


零售

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。



屈臣氏遍佈全球的分店，
於二〇一一年底已突破一萬家。



- 收益總額增加百分之十七至港幣一千四百三十五億六千四百萬元。
- EBITDA增加百分之十六至港幣一百一十七億二千四百萬元。
- EBIT增加百分之十九至港幣九十三億三千萬元。
- 超過一萬家零售商店遍佈全球。

整體表現

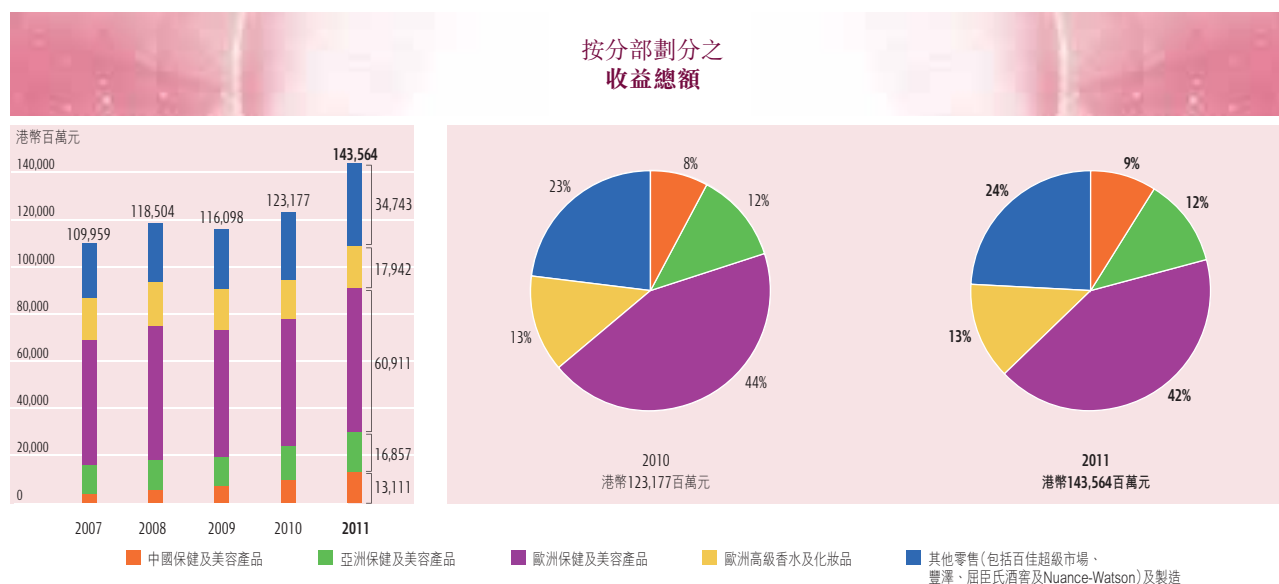
在歐洲與亞洲分別經營十一個與九個零售品牌，目前在全球三十三個市場開設超過一萬家商店，供應優質個人護理、保健及美容產品、高級香水及化妝品、食品及洋酒、以及消費電子及電器產品。屈臣氏集團並在香港與內地生產與分銷各類瓶裝水與其他飲品。

	二〇一一年 港幣百萬元	二〇一〇年 港幣百萬元	變動
收益總額	143,564	123,177	+17%
EBITDA	11,724	10,081	+16%
EBIT	9,330	7,866	+19%

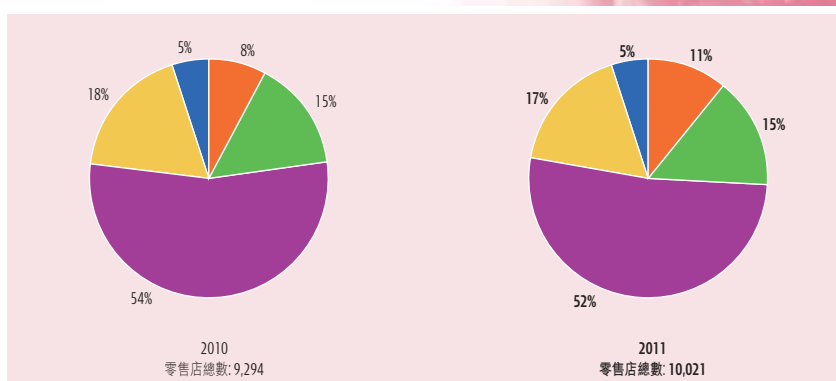
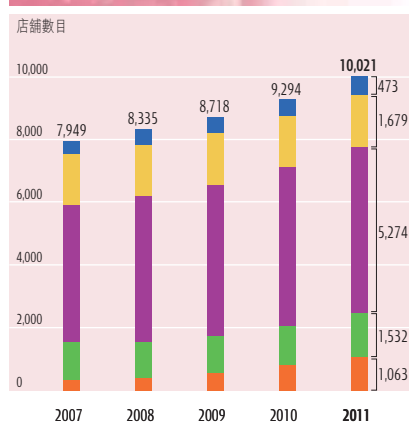
以當地貨幣計算，本年度收益總額、EBITDA與EBIT分別增加百分之十二、百分之十二與百分之十五。零售部門分別佔集團業務收益總額、EBITDA與EBIT百分之三十七、百分之十五與百分之十八。

集團之零售業務分別由五個主要營運部門管理，包括中國保健及美容產品、亞洲保健及美容產品(不包括內地)、歐洲保健及美容產品、歐洲高級香水及化妝品，以及其他零售及製造。

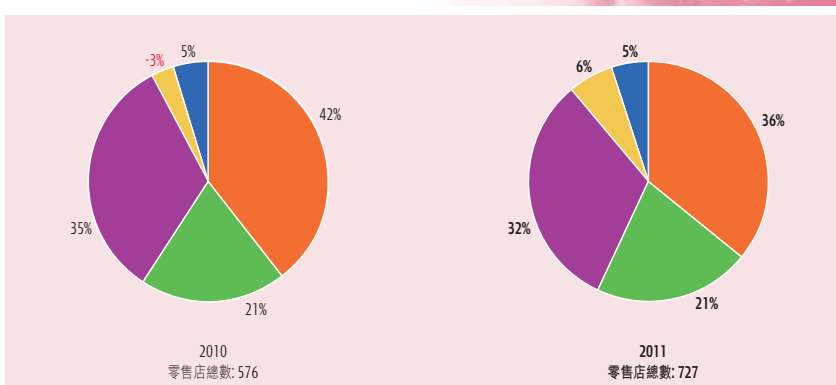
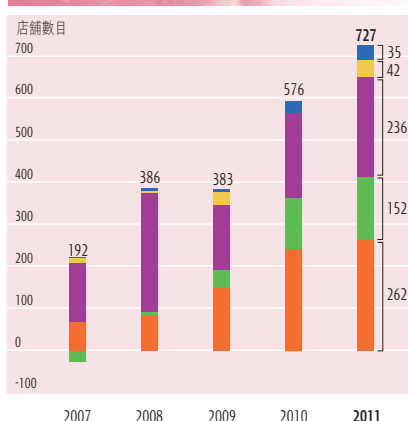
在店鋪數目增加及按相同基準計算之按年銷售額增長(歐洲高級香水及化妝品除外)支持下，所有分部均錄得強勁銷售增長。



按分部劃分之 零售店總數



按分部劃分之 零售店總數增長



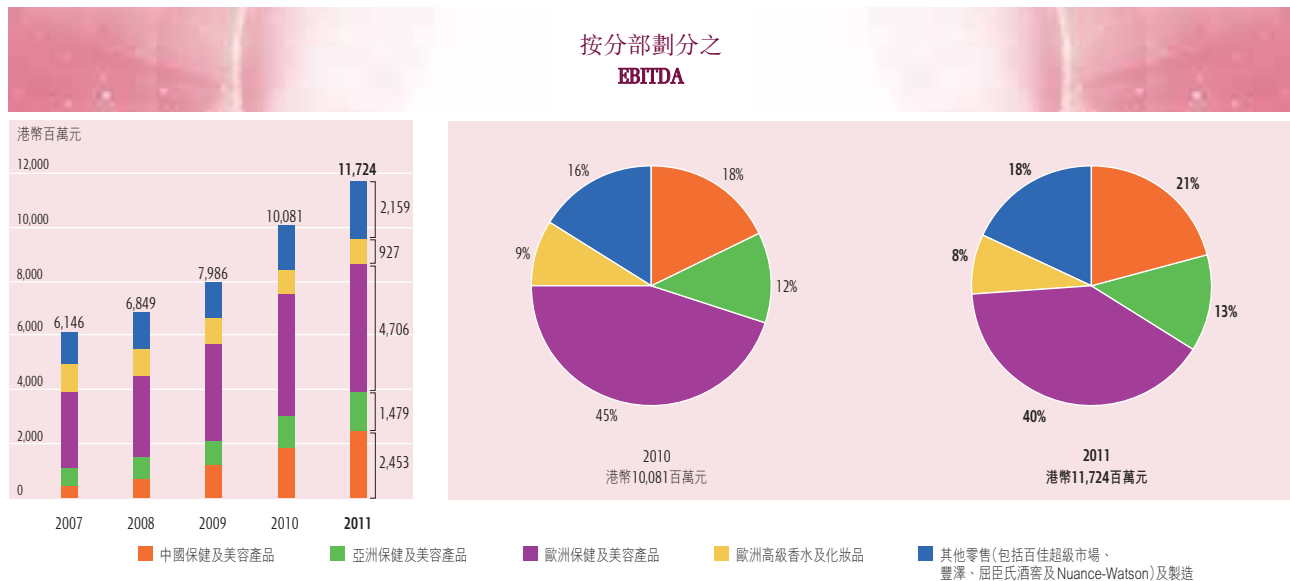
■ 中國保健及美容產品
 ■ 亞洲保健及美容產品
 ■ 歐洲保健及美容產品
 ■ 歐洲高級香水及化妝品
 ■ 其他零售(包括百佳超級市場、豐澤、屈臣氏酒窖及Nuance-Watson)及製造

按相同基準計算之店舖銷售額增長(%)	二〇一一年	二〇一〇年
中國保健及美容產品	7.8%	9.3%
亞洲保健及美容產品	6.2%	5.6%
歐洲保健及美容產品	2.9%	2.0%
歐洲高級香水及化妝品	-0.2%	-0.6%
其他零售(包括百佳超級市場、豐澤、屈臣氏酒窖及Nuance-Watson)及製造	11.6%	8.8%
零售總額	5.1%	3.8%
- 亞洲	9.5%	8.0%
- 歐洲	2.2%	1.4%

註：按相同基準計算之店舖銷售額增長為與去年同期比較，同等店舖之銷售淨額變動百分比。

業務回顧－零售

除歐洲高級香水及化妝品外，所有分部之EBITDA與EBIT均同樣取得可觀增長，反映利潤管理與營運效率改善，自家品牌及獨家代理之銷售額所佔百分比增加。



Superdrug 開設全新的概念店，為顧客帶來耳目一新的購物體驗。

分部表現

中國保健及美容產品

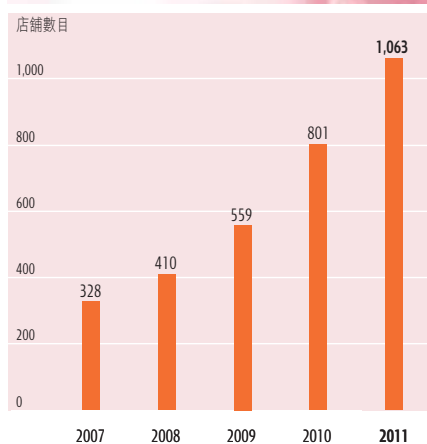
	二〇一一年 港幣百萬元	二〇一〇年 港幣百萬元	變動
收益總額	13,111	9,589	+37%
EBITDA	2,453	1,825	+34%
EBIT	2,262	1,687	+34%



位於北京的屈臣氏零售店，是中國內地逾百城市的千家分店之一。

屈臣氏目前領導內地之保健及美容產品市場。於二〇一一年屈臣氏在內地豎立重要里程碑，店舖數目突破一千家。屈臣氏業務持續迅速增長，該分部現計劃在內地進一步擴張。收益總額較去年增加百分之三十七，而EBITDA與EBIT均增加百分之三十四。按相同基準計算之店舖銷售額增長百分之七點八（二〇一〇年為百分之九點三）。年內該分部之店舖總數增加二百六十二間。

中國保健及美容產品： 零售店總數

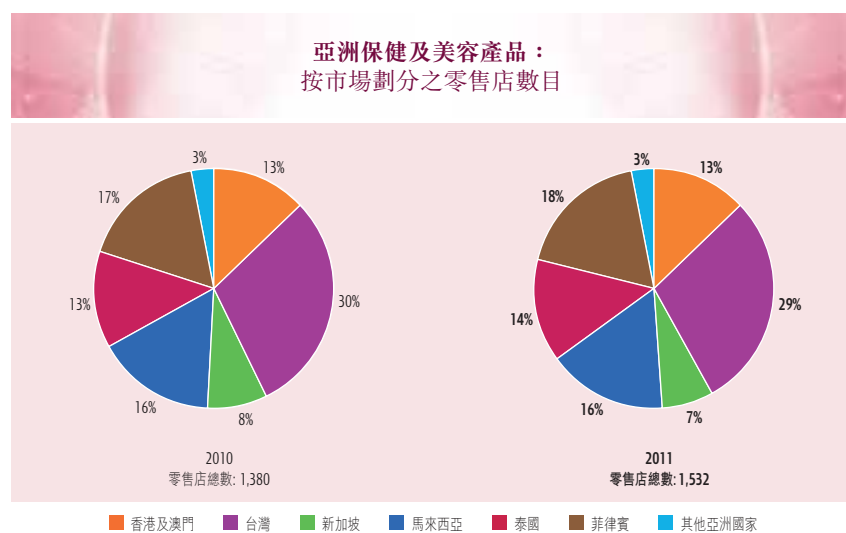


業務回顧－零售

亞洲保健及美容產品

	二〇一一年 港幣百萬元	二〇一〇年 港幣百萬元	變動
收益總額	16,857	14,316	+18%
EBITDA	1,479	1,207	+23%
EBIT	1,176	951	+24%

屈臣氏是亞洲居領導地位之保健及美容產品零售連鎖集團，品牌有極高知名度，而且地域分佈廣泛。合計收益總額較去年增加百分之十八，而按相同基準計算之店舖銷售額增長百分之六點二（二〇一〇年為百分之五點六）。EBITDA與EBIT分別增長百分之二十三與百分之二十四，主要由於馬來西亞、香港、泰國、新加坡與菲律賓之屈臣氏業務有更高貢獻。該分部之分店總數於年內增加一百五十二家，目前有超過一千五百家店舖在九個亞洲市場營運。



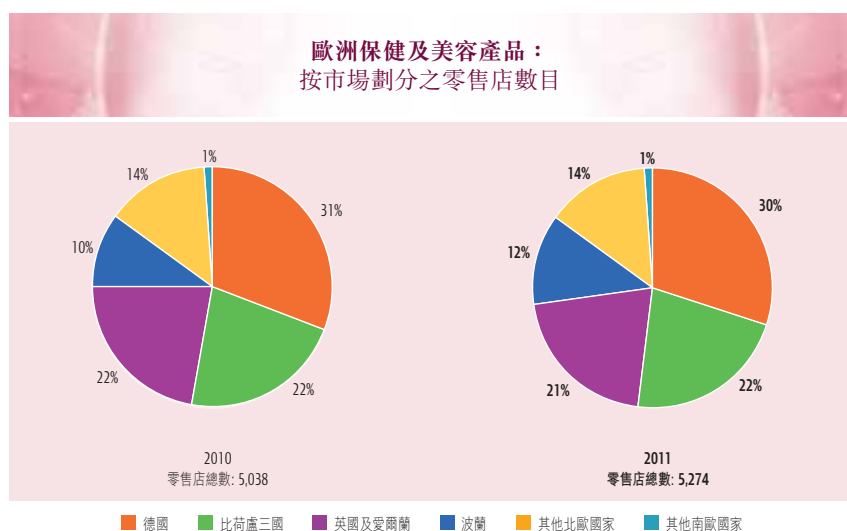
屈臣氏香港一直貫徹「更加關心您」的理念，藉著強化產品分類，為顧客提供一站式專業美容保健及健康諮詢服務，讓顧客可享更舒適的購物體驗。

歐洲保健及美容產品

	二〇一一年 港幣百萬元	二〇一〇年 港幣百萬元	變動
收益總額	60,911	53,932	+13%
EBITDA	4,706	4,495	+5%
EBIT	3,578	3,436	+4%

歐洲保健及美容產品包括土耳其與烏克蘭之屈臣氏、比荷盧三國之 Kruidvat 與 Trekleister、德國與中歐國家之 Rossmann 合資商店、英國與愛爾蘭之 Superdrug、英國之 Savers、波羅的海諸國之 Drogas 及俄羅斯之 Spektr。

以當地貨幣計算，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八，主要由於比荷盧三國之 Kruidvat 及 Rossmann 合資企業有更佳之銷售表現。按相同基準計算之店舖銷售額增長百分之二點九（二〇一〇年為百分之二）。儘管歐洲經濟環境困難，以當地貨幣計算之 EBITDA 較去年改善百分之一，EBIT 則與去年相若。歐洲保健及美容產品於二〇一一年開設二百三十六家新店，目前在十三個市場經營逾五千二百家店舖。



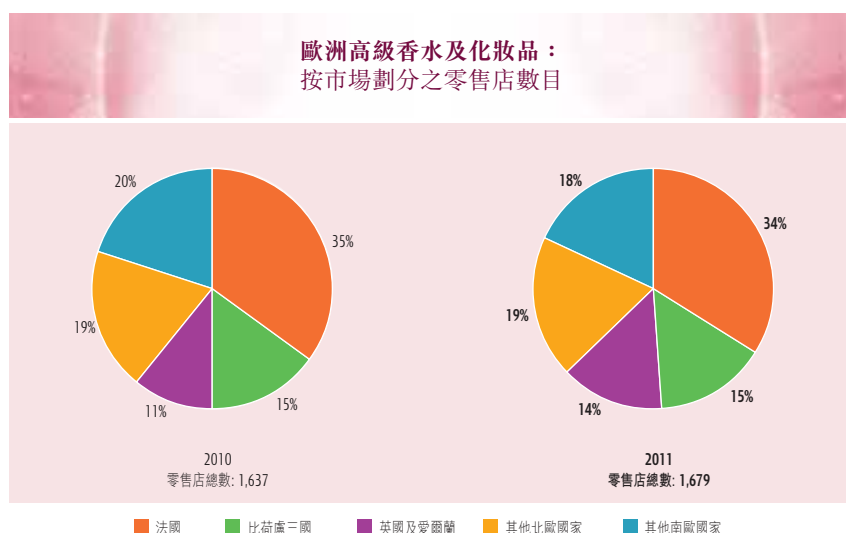
The Perfume Shop 推出會員卡，為會員顧客提供獨家優惠和更多購物回饋。

歐洲高級香水及化妝品

	二〇一一年 港幣百萬元	二〇一〇年 港幣百萬元	變動
收益總額	17,942	16,505	+9%
EBITDA	927	903	+3%
EBIT	550	532	+3%

歐洲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，該分部之收益總額較去年上升百分之三，按相同基準計算之店舖銷售額負增長減至負百分之零點二（二〇一〇年為負百分之零點六），錄得之 EBITDA 及 EBIT 分別較去年增加百分之一及百分之五。

隨着歐洲各國之高級產品消費額下跌，瑪利娜繼續面對挑戰重重之經濟環境。儘管如此，以當地貨幣計算，合計收益總額維持與二〇一〇年相若之水平。在英國與愛爾蘭，The Perfume Shop 錄得之收益總額增加百分之十四，而在比荷盧三國，ICI Paris XL 以當地貨幣計算之收益總額錄得百分之七之穩健增長。整體而言，歐洲高級香水及化妝品分部於二〇一一年增設逾四十家新店，目前在十七個市場經營逾一千六百家店舖。



其他零售及製造

	二〇一一年 港幣百萬元	二〇一〇年 港幣百萬元	變動
收益總額	34,743	28,835	+20%
EBITDA	2,159	1,651	+31%
EBIT	1,764	1,260	+40%

其他零售及製造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、豐澤消費電子及電器產品零售連鎖店、以及屈臣氏酒窖。該分部並包括內地百佳超級市場與屈臣氏酒窖、香港與新加坡國際機場之 Nuance-Watson，以及在香港與內地生產與分銷家喻戶曉之瓶裝水、果汁與飲品。該分部目前經營逾四百七十家零售店，收益總額增長百分之二十，按相同基準計算之店舖銷售額增加百分之十一點六（二〇一〇年為百分之八點八），而 EBITDA 與 EBIT 分別改善百分之三十一與百分之四十。



TASTE 本著「超越美食新體驗」的宗旨，為香港的顧客締造食品及生活新時尚。

在強勁銷售額與收入增長，以及持續努力提升店舖生產力與成本效益帶動下，香港百佳超級市場取得優越之EBITDA與EBIT增長。香港百佳超級市場目前有超過二百五十家分店。豐澤亦錄得收益總額、EBITDA與EBIT增長，目前有近八十家店舖。隨着餐酒消費持續增加，屈臣氏酒窖收益總額、EBITDA與EBIT均錄得增長。屈臣氏酒窖現有逾二十家分店。

在內地方面，百佳超級市場業務之收益總額於二〇一一年增加，EBITDA與EBIT亦取得穩健增長，主要由於銷量增加、實行節約成本措施與改善存貨管理。

由於旅客消費與人流增加，Nuance-Watson業務錄得極佳之收益總額、EBITDA與EBIT增長。

製造業務之收益總額上升百分之二十一，EBITDA與EBIT則分別增加百分之二與百分之九，主要由內地強勁業績帶動。

其他零售(包括百佳超級市場、豐澤、屈臣氏酒窖及Nuance-Watson)及製造：
按分部劃分之零售店數目

