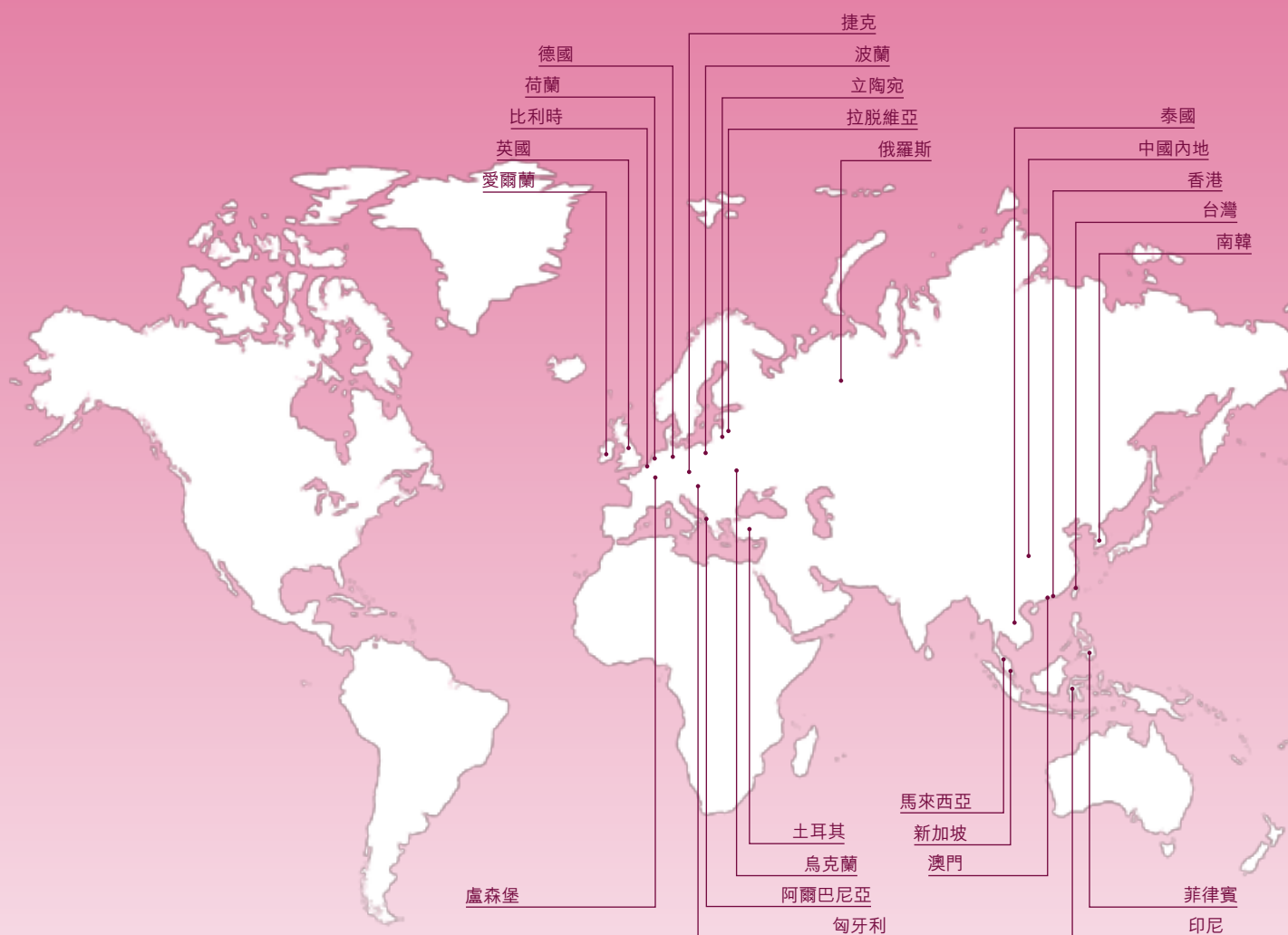


# 零售



Kruidvat 坐擁荷蘭超過七成的家庭客戶群。



- 收益總額增加8%至港幣1,491億4,700萬元。
- EBITDA增加11%至港幣141億5,800萬元。
- EBIT增加14%至港幣117億7,100萬元。
- 零售部門分別佔集團業務收益總額、EBITDA與EBIT之36%、15%與18%。



1. 屈臣氏集團旗艦零售品牌屈臣氏在香港開設了首家以嬰幼兒產品為主題的概念店。
2. Superdrug 是英國最大的保健及美容產品零售商之一，在當地經營超過 800 間店舖。



- 3. 香水零售店The Perfume Shop在英國經營超過260家店舖。
- 4. 屈臣氏在2013年底開設品牌第4,000家分店，而中國屈臣氏已拓展至超過1,600家店舖。
- 5. GREAT 太古廣場展示全新面貌，加強其國際概念美食廣場定位。



**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，屈臣氏集團是全球最大之保健及美容產品零售商。

集團持續評估策略性選擇，務求為此部門爭取最高價值及未來增長潛力。此策略性檢討過程可能包括考慮於適當市場公開發售（同時保留控制權）所有或部分零售業務之可能性。目前尚未選定任何特定選擇，於現階段不會考慮將瑪利娜作為可能首次公開發售之候選業務。因此，瑪利娜業務之表現已撇除於此部門以外，現歸納為財務及投資與其他部門下。集團已委任三家財務顧問<sup>(1)</sup>協助檢討，並與規管當局及潛在投資者接觸，作為持續策略評估之一部分。儘管自2013年10月以來策略檢討已取得進展，現時未決定採納任何特定選擇。

### 集團表現

屈臣氏集團目前經營14個零售品牌，在全球25個市場開設超過10,500間店舖，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。屈臣氏集團並在香港與內地生產與分銷各類瓶裝水與其他飲品。如上文所述，瑪利娜業務現撇除於此部門之業績與表現之外。

	2013年 港幣百萬元	2012年 <sup>(2)</sup> 港幣百萬元	變動
收益總額	149,147	138,519	+8%
EBITDA	14,158	12,779	+11%
EBIT	11,771	10,357	+14%
店舖總數	10,581	9,742	+9%

以當地貨幣計算，年內收益總額、EBITDA與EBIT增長分別為6%、9%與12%。零售部門分別佔集團業務收益總額、EBITDA與EBIT之36%、15%與18%。

撇除2012年年底Nuance-watson於香港國際機場兩個主要特許經營牌照屆滿之影響，集團零售業務於2013年之收益總額、EBITDA與EBIT分別增長9%、13%與16%。

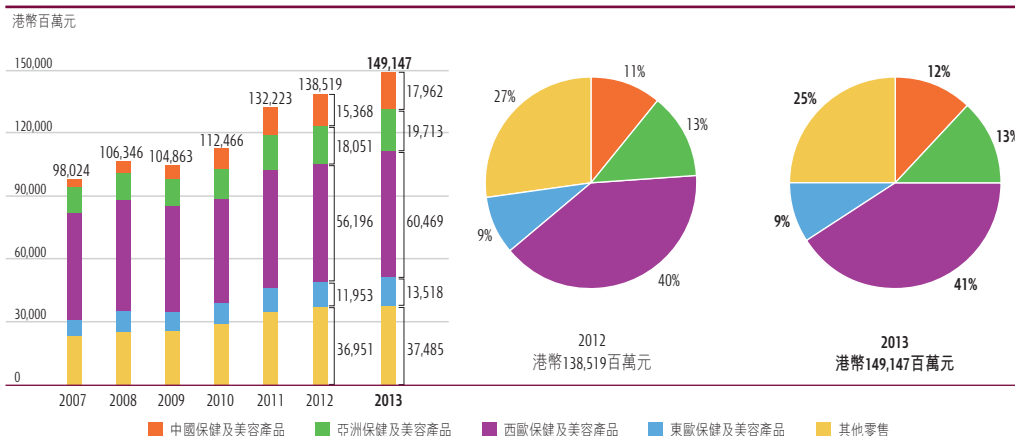
集團之零售業務由五個主要營運部門管理，包括中國保健及美容產品、亞洲保健及美容產品（不包括內地）、西歐保健及美容產品、東歐保健及美容產品以及其他零售。

在店舖數目增加及按相同基準計算之店舖銷售額按年增長支持下，所有保健及美容產品之收益增長強勁。該部門於亞洲與歐洲之收益總額分別較去年增加7%與9%。以當地貨幣計算，年內亞洲及歐洲之收益總額增長分別為6%與7%。

註1： 集團已委任美銀美林、高盛與滙豐為協助其零售業務策略檢討之顧問。

註2： 由於瑪利娜不再於此部門呈報，2012年之業績已將其業績撇除於比較數字外。2012年之EBITDA與EBIT已予調整，以反映於2013年採納香港會計準則第19號之修訂之影響。

按分部劃分之  
收益總額<sup>(3)</sup> (+8%)



收益總額	2013年 港幣百萬元	2012年 <sup>(3)</sup> 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	17,962	15,368	+17%	+14%
亞洲保健及美容產品	19,713	18,051	+9%	+10%
西歐保健及美容產品	60,469	56,196	+8%	+6%
東歐保健及美容產品	13,518	11,953	+13%	+12%
保健及美容產品小計	111,662	101,568	+10%	+8%
其他零售 <sup>(4)</sup>	37,485	36,951	+1%	+1%
<b>零售總額</b>	<b>149,147</b>	<b>138,519</b>	<b>+8%</b>	<b>+6%</b>
— 亞洲	75,099	70,294	+7%	+6%
— 歐洲	74,048	68,225	+9%	+7%

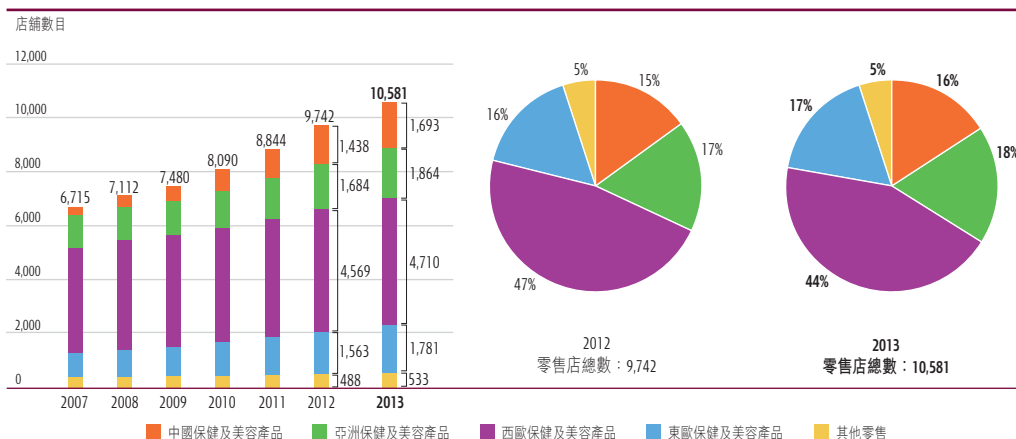
按相同基準計算之店舖銷售額增長率 <sup>(5)</sup> - 以當地貨幣計算	2013年	2012年 <sup>(3)</sup>
中國保健及美容產品	+0.6%	+0.6%
亞洲保健及美容產品	+4.9%	+5.8%
西歐保健及美容產品	+2.8%	+5.0%
東歐保健及美容產品	+3.2%	+3.6%
保健及美容產品小計	+2.9%	+4.5%
其他零售 <sup>(4)</sup>	-0.3%	+5.6%
<b>零售總額</b>	<b>+2.2%</b>	<b>+4.8%</b>
— 亞洲	+1.4%	+4.8%
— 歐洲	+2.9%	+4.8%

註3：由於瑪利娜不再於此部門呈報，2012年之業績已將其業績撇除於比較數字外。

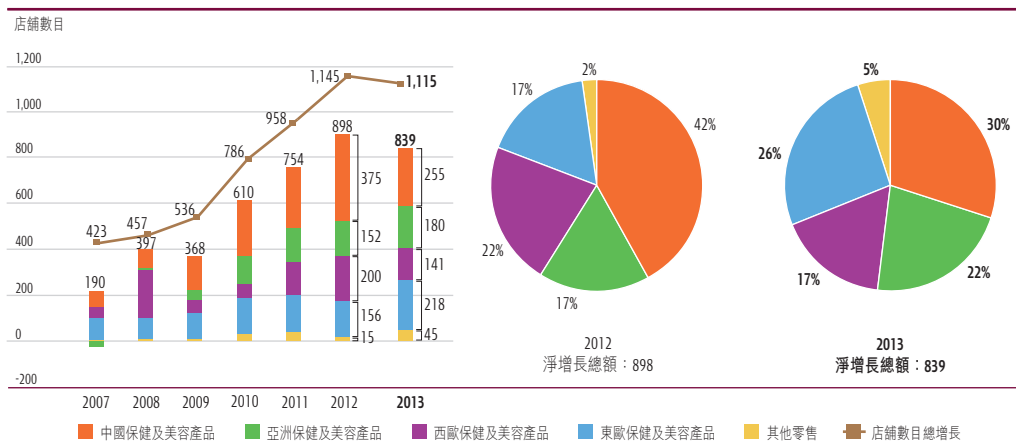
註4：其他零售包括百佳、豐澤、屈臣氏酒窖、Nuance-Watson，以及瓶裝水與飲品製造業務。

註5：按相同基準計算之店舖銷售增長為於相關財政年度首天(a)已營運超過12個月及(b)於先前12個月店舖規模並無大幅變動的店舖所貢獻的收益變動百分比。

按分部劃分之  
零售店總數<sup>(6)</sup> (+9%)



按分部劃分之  
零售店舖數目淨增長總額<sup>(6)(7)</sup>



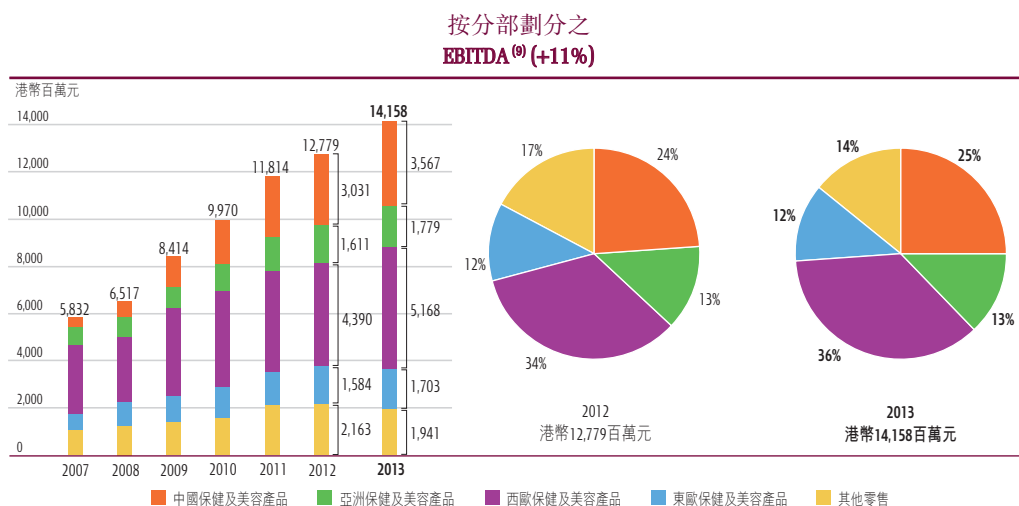
店舖數目	2013年	2012年 <sup>(6)</sup>	變動
中國保健及美容產品	1,693	1,438	+18%
亞洲保健及美容產品	1,864	1,684	+11%
西歐保健及美容產品	4,710	4,569	+3%
東歐保健及美容產品	1,781	1,563	+14%
保健及美容產品小計	10,048	9,254	+9%
其他零售 <sup>(8)</sup>	533	488	+9%
<b>零售總額</b>	<b>10,581</b>	<b>9,742</b>	<b>+9%</b>
— 亞洲	4,090	3,610	+13%
— 歐洲	6,491	6,132	+6%

註6：由於瑪利娜不再於此部門呈報，2012年之業績已將其業績撇除於比較數字外。

註7：於2012年，由於競爭對手被迫結業，德國Rossmann收購90間店舖。

註8：其他零售包括百佳、豐澤、屈臣氏酒窖、Nuance-Watson，以及瓶裝水與飲品製造業務。

集團之EBITDA及EBIT分別錄得11%與14%增長，主要由上文所述之8%收益增長支持，以及毛利與營運效益改善。所有保健及美容產品分部之EBITDA均取得穩健增長。然而，其他零售主要受香港Nuance-Watson兩個主要特許經營牌照屆滿及百佳業務貢獻下降所影響。



EBITDA	2013年 港幣百萬元	2012年 <sup>(9)</sup> 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	3,567	3,031	+18%	+15%
亞洲保健及美容產品	1,779	1,611	+10%	+11%
西歐保健及美容產品	5,168	4,390	+18%	+15%
東歐保健及美容產品	1,703	1,584	+8%	+6%
保健及美容產品小計	12,217	10,616	+15%	+13%
其他零售 <sup>(10)(11)</sup>	1,941	2,163	-10%	-10%
<b>零售總額</b>	<b>14,158</b>	<b>12,779</b>	<b>+11%</b>	<b>+9%</b>
— 亞洲	7,290	6,807	+7%	+6%
— 歐洲	6,868	5,972	+15%	+13%

註9：由於瑪利娜不再於此部門呈報，2012年之業績已將其業績撇除於比較數字外。比較數字已予調整，以反映於2013年採納香港會計準則第19號之修訂之影響。

註10：其他零售包括百佳、豐澤、屈臣氏酒窖、Nuance-Watson，以及瓶裝水與飲品製造業務。

註11：撇除香港Nuance-Watson主要特許經營牌照屆滿之影響，EBITDA較2012年增加1%。

集團之亞洲零售業務之收益與EBITDA均錄得7%增長。撇除特許經營牌照屆滿之影響，亞洲之收益與EBITDA分別增長9%與11%。集團之歐洲零售業務持續展示韌力，分別帶來9%與15%之強勁收益及EBITDA增長。以當地貨幣計算，歐洲之收益及EBITDA分別改善7%與13%。該部門於亞洲及歐洲之整體增長反映所供應之產品具競爭力、利潤管理與營運效率改善，以及持續着重環球自家品牌及獨家代理之產品。

集團之零售部門之顧客關係管理計劃(「CRM」)於2013年年底有逾7,000萬會員，2013年之CRM銷售參與率達53%。此外，2013年電子商貿之電子銷售額較2012年增加14%至港幣10億元。

尤其，保健及美容產品分部整體於2013年繼續表現強勁，主要受優質新店啟業帶動，平均新店現金回本期少於10個月。於2013年，整體保健及美容產品分部每間新店之平均資本開支為港幣100萬元。



## 分部表現

### 中國保健及美容產品

	2013年 港幣百萬元	2012年 港幣百萬元	變動
收益總額	17,962	15,368	+17%
EBITDA	3,567	3,031	+18%
EBIT	3,212	2,767	+16%
店舖總數	1,693	1,438	+18%

屈臣氏業務繼續為中國內地佔領導地位之保健及美容產品零售連鎖集團。由於內地消費者情緒較預期疲弱，2013年按相同基準計算之店舖銷售額增長維持於0.6%之水平。然而，在18%之店舖數目增長帶動下，收益總額持續取得17%穩健增長，足以抵銷有餘。EBITDA與EBIT增長仍然強勁，分別為18%與16%。

中國保健及美容產品之店舖總數於年內增加255間，平均新店現金回本期少於10個月，每間新店之平均資本開支為港幣120萬元，目前於內地297個城市經營逾1,600間店舖。此分部於2013年之CRM會員人數超過3,500萬名，CRM銷售參與率達73%。

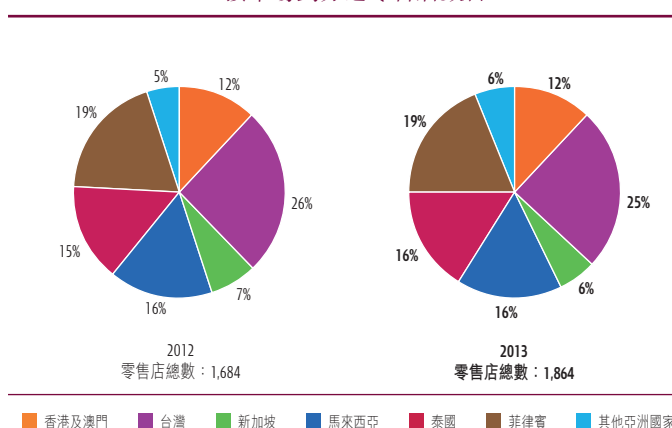
### 亞洲保健及美容產品

	2013年 港幣百萬元	2012年 港幣百萬元	變動
收益總額	19,713	18,051	+9%
EBITDA	1,779	1,611	+10%
EBIT	1,470	1,298	+13%
店舖總數	1,864	1,684	+11%

屈臣氏業務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9%，反映店舖數目增加11%及按相同基準計算之店舖銷售額增長為4.9%（2012年為5.8%）。EBITDA與EBIT分別增長10%與13%，主要由於台灣、馬來西亞、香港、泰國與菲律賓之屈臣氏業務之貢獻上升。

亞洲保健及美容產品之店舖總數於年內增加180間，每間新店之平均資本開支為港幣70萬元，平均新店現金回本期少於9個月。該分部目前在九個市場營運超過1,800間店舖。

亞洲保健及美容產品 (+11%)  
按市場劃分之零售店數目



## 西歐保健及美容產品

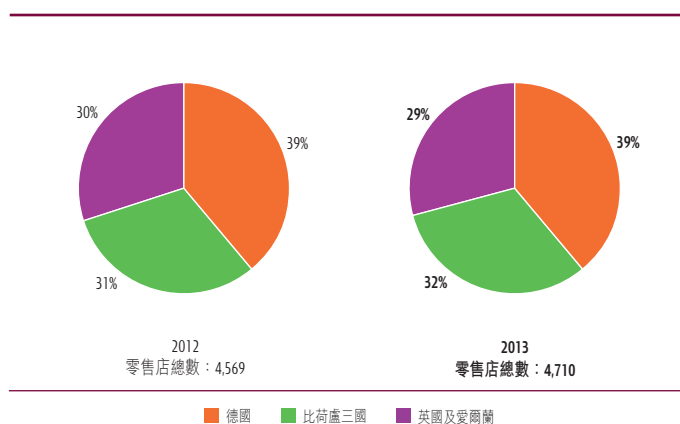
	2013年 港幣百萬元	2012年 港幣百萬元	變動
收益總額	60,469	56,196	+8%
EBITDA	5,168	4,390	+18%
EBIT	4,163	3,250	+28%
店舖總數	4,710	4,569	+3%

西歐保健及美容產品包括比荷盧三國之 Kruidvat 與 Trekpleister、德國之 Rossmann 合資企業、英國與愛爾蘭之 Superdrug 與 The Perfume Shop、英國之 Savers，以及荷蘭、比利時與盧森堡之 ICI Paris XL。

縱使歐洲商業環境困難，西歐保健及美容產品業務仍取得收益增長，以當地貨幣計算較去年增加 6%，主要由於德國之 Rossmann 合資企業及比荷盧三國之 Kruidvat 有更佳之銷售表現，以及英國 Savers 之貢獻增加。按相同基準計算之店舖銷售額仍有 2.8% 之穩健增長（2012 年為 5.0%）。以當地貨幣計算，EBITDA 較去年上升 15%，主要受較佳毛利與嚴格成本控制帶動，而 EBIT 增加 25%，主要由於 2013 年之折舊減少。

西歐保健及美容產品於 2013 年開設 141 間新店，目前經營逾 4,700 間店舖。2013 年每間新店之平均資本開支為港幣 140 萬元，此分部之平均新店現金回本期少於 13 個月。

西歐保健及美容產品 (+3%)  
按市場劃分之零售店數目



## 東歐保健及美容產品

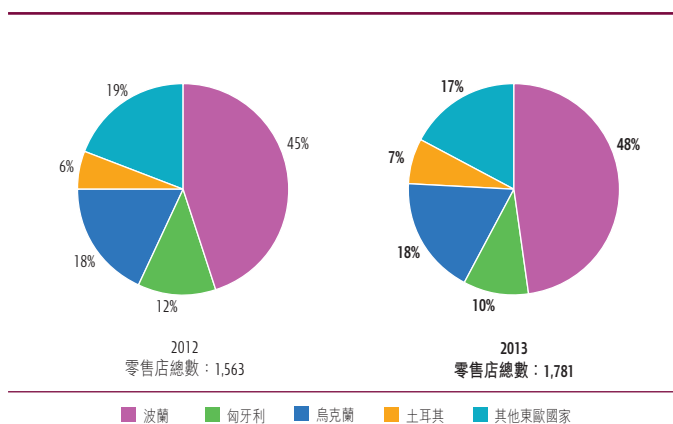
	2013年 港幣百萬元	2012年 港幣百萬元	變動
收益總額	13,518	11,953	+13%
EBITDA	1,703	1,584	+8%
EBIT	1,425	1,330	+7%
店舖總數	1,781	1,563	+14%

東歐保健及美容產品包括土耳其與烏克蘭之屈臣氏、中歐國家之 Rossmann 合資企業、波羅的海諸國之 Drogas 及俄羅斯之 Spektr。

以當地貨幣計算，東歐之保健及美容產品業務錄得之收益有 12% 之強勁增長，主要由於波蘭 Rossmann 合資企業以及土耳其及烏克蘭屈臣氏業務之貢獻增加。按相同基準計算之店舖銷售額保持 3.2% 之穩健增長（2012 年為 3.6%）。以當地貨幣計算之 EBITDA 與 EBIT 分別較去年上升 6% 與 5%，主要受上述收益增長帶動，但因毛利下降而部分抵銷。

東歐保健及美容產品於 2013 年開設 218 間新店，目前在八個市場經營逾 1,700 間店舖。2013 年每間新店之平均資本開支為港幣 50 萬元，此分部之平均新店現金回本期少於 9 個月。

東歐保健及美容產品 (+14%)  
按市場劃分之零售店數目



## 其他零售

	2013年 港幣百萬元	2012年 港幣百萬元	變動
收益總額	37,485	36,951	+1%
EBITDA	1,941	2,163	-10%
EBIT	1,501	1,712	-12%
店舖總數	533	488	+9%

其他零售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店、以及屈臣氏酒窖零售店。此分部並包括內地之百佳與屈臣氏酒窖；香港、新加坡與內地國際機場之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。

此分部錄得1%收益總額增長，但EBITDA與EBIT分別下降10%與12%，主要由於Nuance-Watson之兩個主要機場特許經營牌照屆滿，以及百佳業務貢獻同樣減少。撇除上述機場牌照屆滿之影響，此分部之收益總額增加5%，而EBITDA與EBIT亦較2012年同樣增加1%。此分部按相同基準計算之店舖銷售額於2013年下降0.3%(2012年按相同基準計算之店舖銷售額增加5.6%)，主要由於年內百佳業務按相同基準計算之店舖銷售額放緩，以及豐澤店舖之手機銷售額下降。其他零售目前於四個市場經營逾530間零售店。

其他零售 (+9%)  
按分部劃分之零售店數目

