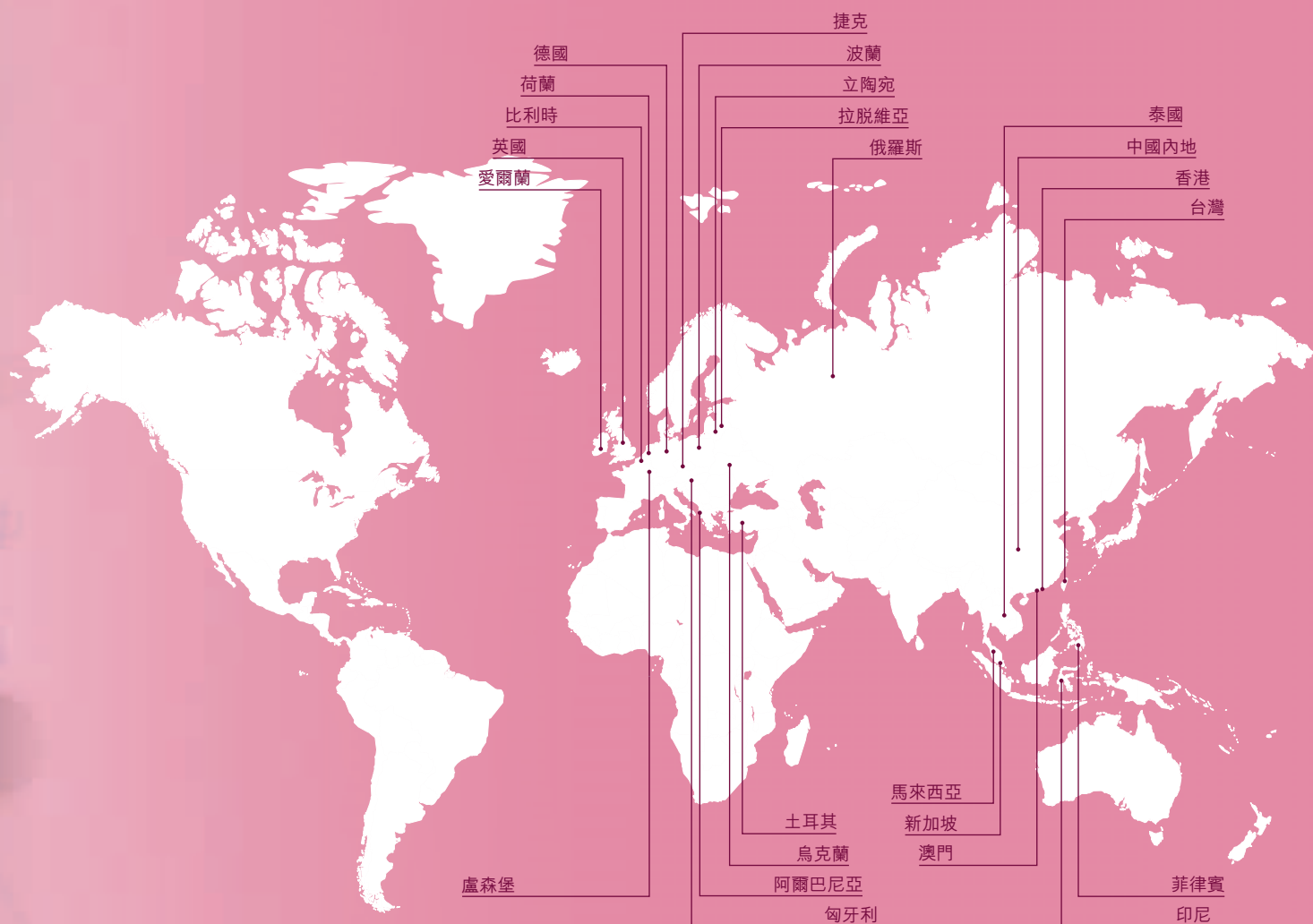


零售



屈臣氏於亞洲及東歐有超過4,000家店舖。



- 收益總額增加6%至港幣1,573億9,700萬元。
- EBITDA增加10%至港幣155億4,900萬元。
- EBIT增加11%至港幣130億2,300萬元。





1. 屈臣氏集團慶祝全球分店數目突破 11,400 大關。
2. Kruidvat 獲選為荷蘭三大零售品牌，反映在網上行銷及顧客服務投資方面得到豐碩回報。
3. Savers 以「顧客第一」為服務宗旨，更獲評選為英國 2014 年最佳個人護理零售商。
4. 百佳在內地得到眾多忠誠顧客的愛戴，會員計劃人數接近 100 萬。
5. ICI PARIS XL 榮膺比利時和荷蘭的最佳網上商店及香水專門店。



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。

集團表現

屈臣氏集團目前經營13個零售品牌，在全球24個市場開設超過11,400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。屈臣氏集團並在香港與內地生產與分銷各類瓶裝水與其他飲品。

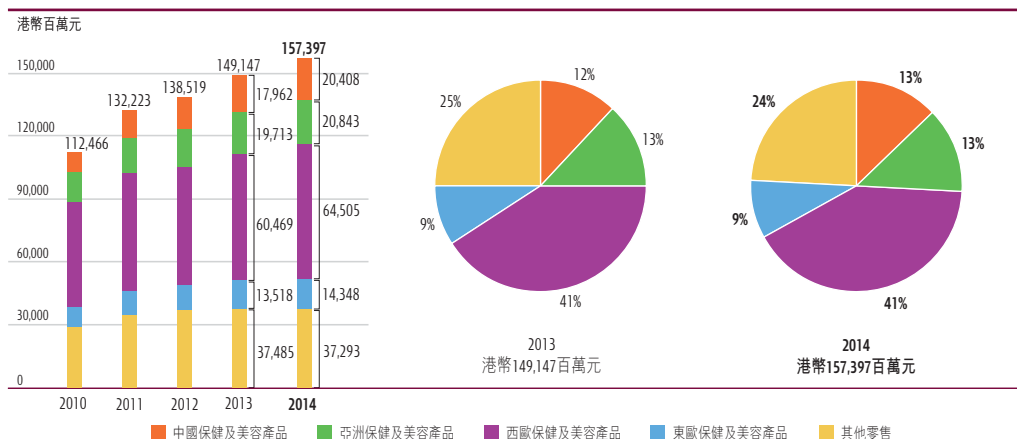
	2014年 港幣百萬元	2013年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	157,397	149,147	+6%	+6%
EBITDA	15,549	14,158	+10%	+12%
EBIT	13,023	11,771	+11%	+13%
店舖總數	11,435	10,581	+8%	

零售部門分別佔集團業務收益總額、EBITDA與EBIT之37%、16%與20%。

未計2014年7月出售機場特許經營業務所得收益港幣3億5,000萬元及匯兌之影響，集團零售業務於2014年之收益總額、EBITDA與EBIT分別增長6%、9%與10%。

所有保健及美容產品分部均錄得強勁增長，主要受店舖數目增加及按相同基準計算之店舖按年銷售額增長帶動。

按分部劃分之
收益總額 (+6%)



收益總額	2014 年 港幣百萬元	2013 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	20,408	17,962	+14%	+14%
亞洲保健及美容產品	20,843	19,713	+6%	+8%
中國及亞洲保健及美容產品小計	41,251	37,675	+9%	+11%
西歐保健及美容產品	64,505	60,469	+7%	+6%
東歐保健及美容產品	14,348	13,518	+6%	+13%
保健及美容產品小計	120,104	111,662	+8%	+9%
其他零售 ⁽¹⁾	37,293	37,485	-1%	—
零售總額	157,397	149,147	+6%	+6%
- 亞洲	78,544	75,099	+5%	+5%
- 歐洲	78,853	74,048	+6%	+7%

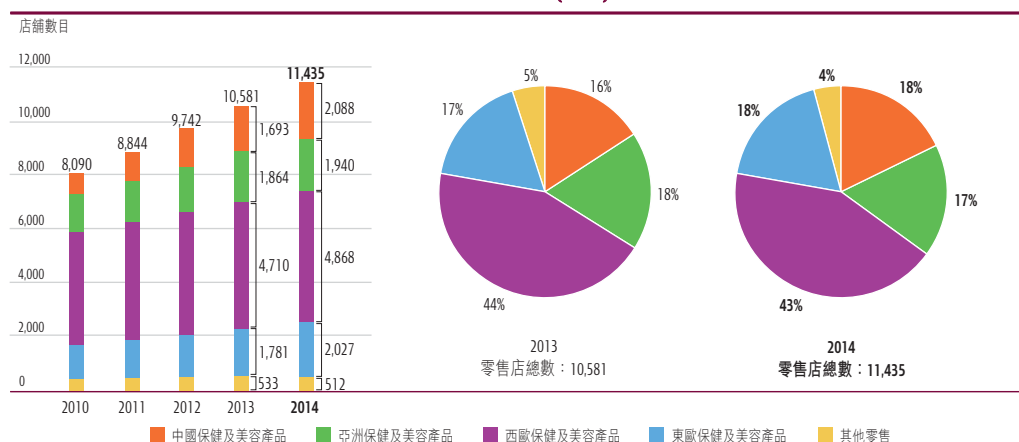
按相同基準計算之店舖銷售額增長(%) ⁽²⁾	2014 年	2013 年
中國保健及美容產品	+3.9%	+0.6%
亞洲保健及美容產品	+4.6%	+4.9%
中國及亞洲保健及美容產品小計	+4.3%	+3.1%
西歐保健及美容產品	+3.1%	+2.8%
東歐保健及美容產品	+2.5%	+3.2%
保健及美容產品小計	+3.4%	+2.9%
其他零售 ⁽¹⁾	-1.9%	-0.3%
零售總額	+2.3%	+2.2%
- 亞洲	+1.4%	+1.4%
- 歐洲	+3.0%	+2.9%

註1： 其他零售包括百佳、豐澤、屈臣氏酒窖，以及瓶裝水與飲品製造業務。

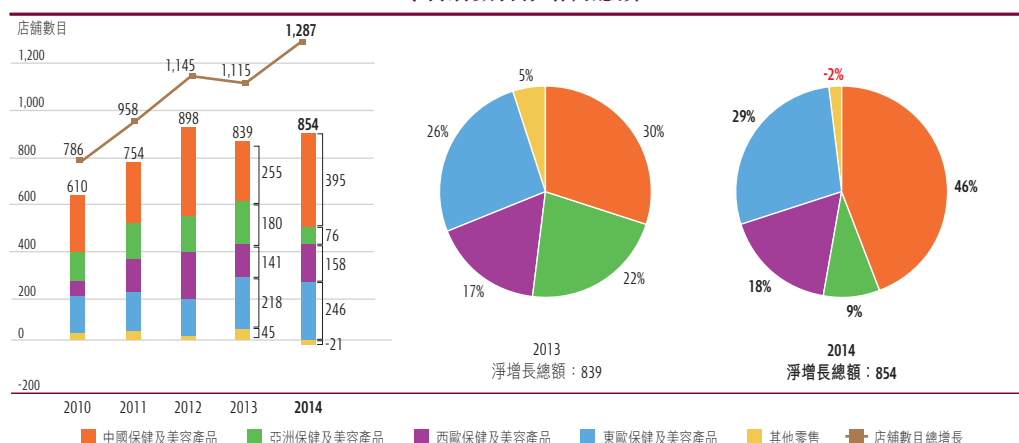
註2： 按相同基準計算之店舖銷售額增長為於相關財政年度首天(a)已營運超過12個月及(b)於先前12個月店舖規模並無大幅變動的店舖所貢獻的收益變動百分比。

集團表現(續)

按分部劃分之
零售店總數(+8%)



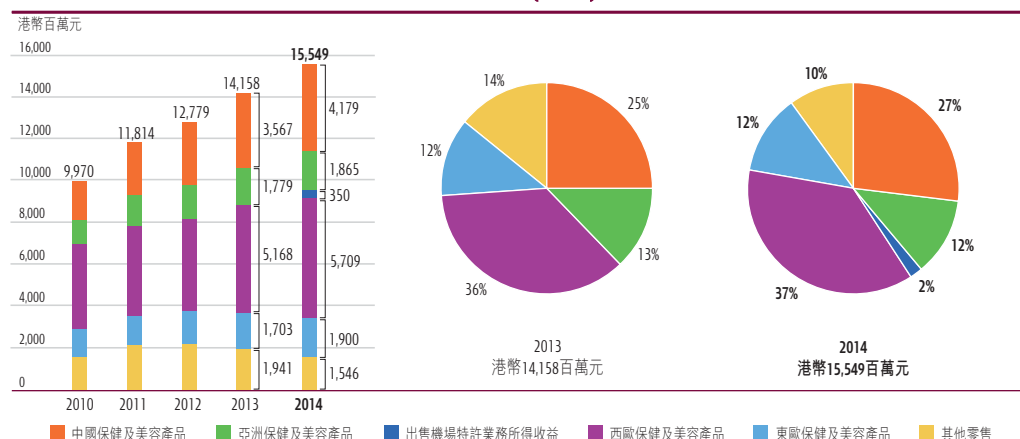
按分部劃分之
零售店數目淨增長總額



店舖數目	2014 年	2013 年	變動
中國保健及美容產品	2,088	1,693	+23%
亞洲保健及美容產品	1,940	1,864	+4%
中國及亞洲保健及美容產品小計	4,028	3,557	+13%
西歐保健及美容產品	4,868	4,710	+3%
東歐保健及美容產品	2,027	1,781	+14%
保健及美容產品小計	10,923	10,048	+9%
其他零售 ⁽³⁾	512	533	-4%
零售總額	11,435	10,581	+8%
- 亞洲	4,540	4,090	+11%
- 歐洲	6,895	6,491	+6%

註3： 其他零售包括百佳、豐澤、屈臣氏酒窖，以及瓶裝水與飲品製造業務。

按分部劃分之
EBITDA⁽⁴⁾ (+10%)



註4： 2010年至2012年之比較數字已經重新編列，以反映於2013年採納香港會計準則第19號之修訂之影響。

EBITDA	2014年 港幣百萬元	2013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	4,179	3,567	+17%	+18%
亞洲保健及美容產品	1,865	1,779	+5%	+8%
中國及亞洲保健及美容產品小計	6,044	5,346	+13%	+15%
西歐保健及美容產品	5,709	5,168	+10%	+12%
東歐保健及美容產品	1,900	1,703	+12%	+17%
保健及美容產品小計	13,653	12,217	+12%	+14%
其他零售 ⁽⁵⁾	1,546	1,941	-20%	-20%
未計一次性項目前 EBITDA	15,199	14,158	+7%	+9%
出售機場特許營業務所得收益	350	—	+100%	+100%
EBITDA - 零售總額	15,549	14,158	+10%	+12%
- 亞洲	7,940	7,290	+9%	+10%
- 歐洲	7,609	6,868	+11%	+13%

註5： 其他零售包括百佳、豐澤、屈臣氏酒窖，以及瓶裝水與飲品製造業務。

整體保健及美容產品分部於2014年繼續表現強勁，EBITDA增長12%(以當地貨幣計算增長14%)，反映所供應之產品具競爭力、改善利潤管理、提高營運效率，以及持續着重環球自家品牌及獨家代理之產品。此強勁表現亦受優質新店啟業帶動，平均新店現金回本期少於10個月。於2014年，整體保健及美容產品分部每家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

	2014年 港幣百萬元	2013年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	20,408	17,962	+14%	+14%
EBITDA	4,179	3,567	+17%	+18%
EBIT	3,758	3,212	+17%	+18%
店舖總數	2,088	1,693	+23%	
按相同基準計算之 店舖銷售額增長 (%)	+3.9%	+0.6%		

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，以當地貨幣計算，本年度再取得 18% 之可觀 EBIT 增長。中國保健及美容產品之店舖總數於年內增加 395 家，平均新店現金回本期少於九個月，目前於內地 353 個城市經營逾 2,000 家店舖。

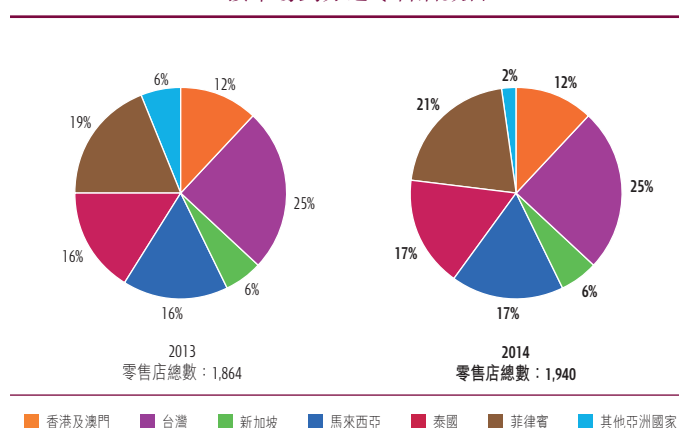
亞洲保健及美容產品

	2014年 港幣百萬元	2013年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	20,843	19,713	+6%	+8%
EBITDA	1,865	1,779	+5%	+8%
EBIT	1,545	1,470	+5%	+8%
店舖總數	1,940	1,864	+4%	
按相同基準計算之 店舖銷售額增長 (%)	+4.6%	+4.9%		

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。貢獻之增長主要來自台灣、馬來西亞、香港、泰國與菲律賓之屈臣氏業務。

亞洲保健及美容產品之店舖總數於年內增加 76 家，平均新店現金回本期少於 12 個月。該分部目前在八個市場營運超過 1,900 家店舖。

亞洲保健及美容產品 (+4%)
按市場劃分之零售店數目



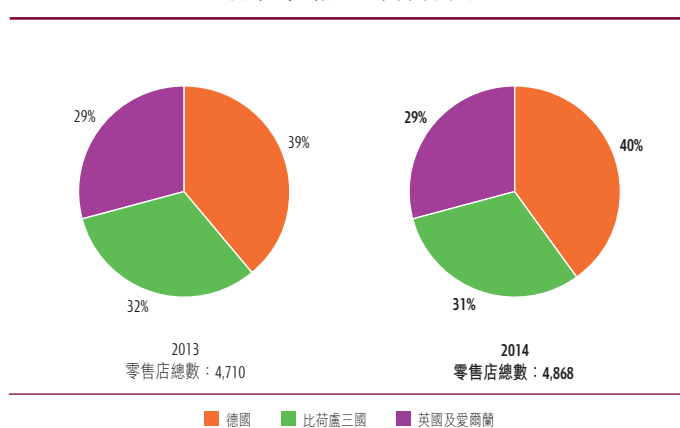
西歐保健及美容產品

	2014 年 港幣百萬元	2013 年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	64,505	60,469	+7%	+6%
EBITDA	5,709	5,168	+10%	+12%
EBIT	4,671	4,163	+12%	+14%
店舖總數	4,868	4,710	+3%	
按相同基準計算之 店舖銷售額增長 (%)	+3.1%	+2.8%		

縱使歐洲營商環境困難，西歐保健及美容產品業務年內仍取得收益增長，主要由於德國之 Rossmann 合資企業及比荷盧三國之 Kruidvat 之強勁銷售表現，以及英國 Savers 與 Superdrug 之貢獻增加。

西歐保健及美容產品於2014年開設158家新店，目前經營逾4,800家店舖。此分部之平均新店現金回本期約12個月。

西歐保健及美容產品 (+3%)
按市場劃分之零售店數目



分部表現(續)

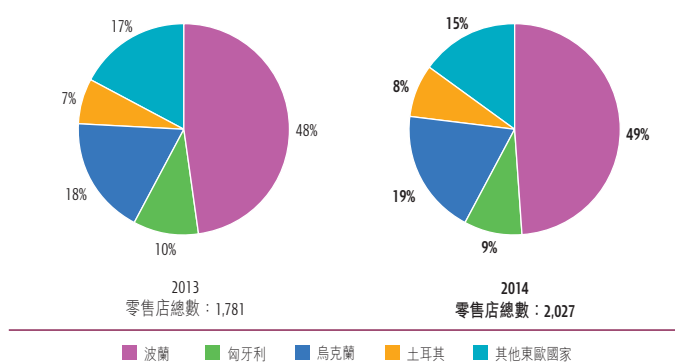
東歐保健及美容產品

	2014年 港幣百萬元	2013年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	14,348	13,518	+6%	+13%
EBITDA	1,900	1,703	+12%	+17%
EBIT	1,613	1,425	+13%	+18%
店舖總數	2,027	1,781	+14%	
按相同基準計算之 店舖銷售額增長(%)	+2.5%	+3.2%		

東歐保健及美容產品業務錄得強勁增長，主要受波蘭之 Rossmann 合資企業及土耳其與烏克蘭之屈臣氏業務帶動。

東歐保健及美容產品於 2014 年開設 246 家新店，目前在八個市場經營逾 2,000 家店舖。此分部之平均新店現金回本期少於 16 個月。

東歐保健及美容產品 (+14%)
按市場劃分之零售店數目

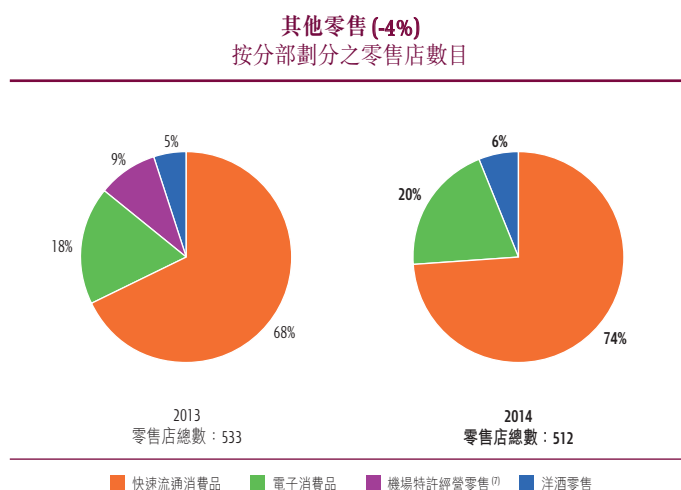


其他零售

	2014 年 港幣百萬元	2013 年 港幣百萬元	變動	以當地貨幣 計算之變動
收益總額	37,293	37,485	-1%	—
EBITDA ⁽⁶⁾	1,546	1,941	-20%	-20%
EBIT ⁽⁶⁾	1,086	1,501	-28%	-28%
店舖總數	512	533	-4%	
按相同基準計算之 店舖銷售額增長 (%)	-1.9%	-0.3%		

註 6：不包括於 2014 年 7 月出售機場特許經營業務所得收益港幣 3 億 5,000 萬元。

此分部錄得之收益總額、EBITDA 與 EBIT 分別下降 1%、20% 與 28%，主要由於百佳及豐澤業務在香港面對激烈競爭，加上豐澤並無新產品推出發售，致令其貢獻減少。其他零售目前於三個市場經營逾 510 家零售店。



註 7：機場特許經營業務已於 2014 年 7 月出售。