DFI RETAIL GROUP | SERVING EVERYDAY MOMENTS

DFI零售集团 (SGX: D01)

企业概览

怡和集团成员

2025年8月

免责声明

本文件（以下简称「文件」）仅供参考。文件并非旨在构成任何投资决策的依据，也不构成任何关于读者应如何或不应如何就任何事项采取行动的建议或意见。

此文件中的信息仅为某些特定的财务和/或业务信息的概述，不包含或意图包含任何人以任何方式依赖以做出投资决策的必要信息。在做出任何投资决策时，投资者应依赖自己对DFI零售集团的研究，并就任何证券交易咨询自己的法律、税务、业务和/或财务顾问。

此文件可能包含前瞻性陈述，包括有关DFI零售集团业务和营运、市场状况、经营成果和财务状况、资本充足率、具体规定和风险管理实践的意图、信念或当前预期的陈述。敬请读者不要依赖这些前瞻性陈述，这些陈述仅代表截至陈述作出之日的观点，仅反映DFI零售集团管理层的估计、预测、风险、假设和不确定性，这些因素可能导致实际结果大不相同。DFI零售集团不承担任何义务公开发布这些前瞻性声明的任何后续修订结果，以反映此文件发布日期之后的事件或情况，或反映意外事件的发生。此文件所载的任何相关预测资讯皆无法保证将与实际结果一致，抑或不产生任何偏差。预测和假设范例受DFI零售集团控制范围之外的不确定性和偶然事件的影响。过往表现不可作为未来表现的可靠指标。

此文件不构成收购、购买、认购或以其他方式交易任何证券的邀请或要约，本文件或其中包含的任何内容均不构成任何合约或承诺的基础，亦不得作为任何合约或承诺的依据。

本文件可能包含对我们专有知识产权的引用，该知识产权仍属于DFI零售集团的财产，并且不会因本文件的出版或分发而授予或意图授予任何人与此类知识产权有关的任何所有权、许可或任何其他权利。

© 2025 DFI零售集团，版权所有

我们的使命

明确关注团队成员、
社区和环境的福祉

致力成为我们所服务的小区的坚实支柱，
提供关怀和优质服务

Sustainably serve Asia for generations with everyday moments

我们的日常出现——无论大小时刻，
以热情和同理心来服务

对行业和更多社区
产生长远影响

© 2025 DFI零售集团，版权所有

我们的领导团队

贝思哲
集团行政总裁

范智远
集团首席财务总监

凌思卓
DFI宜家家居执行长

刘晓恩
零售食品行政总裁

文宇斌
7-Eleven行政总裁
（南中国、香港、澳门及新加坡）

黄曦岚
健康与美容产品业务行政总裁

陈敬恩
集团首席信息科技及
信息总监

陈亦珊
集团首席策略总监

陈慧敏
集团首席法律、管治及企业
事务总监

卢炜利
集团首席数码及yuu Rewards
总监

徐敬慧
集团首席人才与文化总监

© 2025 DFI零售集团，版权所有

多元化业务

涵盖12个亚洲市场及五大业务

7,500+ 间店铺（包括联营企业和合营企业）
8.3万+ 团队成员

- 健康美容产品业务
- 便利店业务
- 食品业务
- 家居用品业务
- 餐饮业务

注：集团于2025年3月24日宣布出售新加坡食品业务。该交易须遵守惯例成交条件，预计于2025年底完成

© 2025 DFI零售集团，版权所有

多元化业务

涵盖12个亚洲市场及五大业务

健康美容产品业务 ↗

便利店业务

食品业务

家居用品业务

餐饮业务

© 2025 DFI零售集团，版权所有

多元化业务

涵盖12个亚洲市场及五大业务

健康美容产品业务

便利店业务 ↗

食品业务

家居用品业务

餐饮业务

© 2025 DFI零售集团，版权所有

多元化业务

涵盖12个亚洲市场及五大业务

健康美容产品业务

便利店业务

食品业务 ↗

家居用品业务

餐饮业务

注：集团于2025年3月24日宣布出售新加坡食品业务。该交易须遵守惯例成交条件，预计于2025年底完成

© 2025 DFI零售集团，版权所有

多元化业务

涵盖12个亚洲市场及五大业务

健康美容产品业务

便利店业务

食品业务

家居用品业务 ↗

餐饮业务

© 2025 DFI零售集团，版权所有

多元化业务

涵盖12个亚洲市场及五大业务

健康美容产品业务

便利店业务

食品业务

家居用品业务

餐饮业务 ↗

© 2025 DFI零售集团，版权所有

各业务的知名品牌

健康美容产品业务

萬寧 mannings

guardian

便利店业务

7 ELEVEN

食品业务*

惠康 wellcome

MARKET PLACE

3hreesixty

OLIVER'S THE DELICATESSEN

COLD STORAGE

CS Fresh COLD STORAGE

Giant

Lucky Supermarket

Jasons Deli

Sanmiu 新苗超市 SAN MIU SUPERMARKET

家居用品业务

IKEA

餐饮业务

附属品牌：

美心 Maxim's

美心皇宮 MAXIM'S PALACE

翠園 JADE GARDEN

北京樓 PEKING GARDEN

潮江春 CHIU CHAU GARDEN

潮庭 CHIU CHAU GARDEN

simplylife

古谷舎 KIKUSAN

& you café

美心 MX

元気寿司

千両

YAKINIKU LIKE!! 焼肉ライク

SHABU SHABU れたす LE TA SU

maxim's cakes 美心西餅

東海堂 アローム

PAPER STONE

The Cheesecake Factory

COYA MONTEMAPOCHONE

SHAKE SHACK

会员奖赏计划

yuu

注：集团于2025年3月24日宣布出售新加坡食品业务。该交易须遵守惯例成交条件，预计于2025年底完成

© 2025 DFI零售集团，版权所有

策略框架

以客为先

我们将顾客置于一切决策的核心，确保所有举措都以满足顾客需求为依归。

以人为本

作为以人为本的企业，我们致力在整个集团内深入贯彻我们的核心价值，提倡共融、公平和多元化，并确保决策在地化。

股东导向

我们致力透过不断扩张市占率，以严谨的资本分配方式提高股东收益，从而创造收益可持续性，并推动我们的环境、社会和企业管治(ESG)目标。

© 2025 DFI零售集团，版权所有

01. 业务概览

© 2025 DFI零售集团，版权所有

健康美容产品业务
概览

2024年销售量
$25亿美元

2024年营业利润
$2.11亿美元

香港
- 市场领先的健康美容产品连锁店品牌
- 医疗保健品类销售额占比超过50%
- 以值得信赖的健康顾问定位，创建强大的品牌价值
- 在香港国际金融中心（IFC）旗舰店推出智能健康站 —— 提供人工智能健康评估、个人化咨询和产品推荐服务
- 与大型医疗保险公司合作，开拓医健保障计划（PharmaCare）
- 整合食品与健康美容业务的自家品牌团队，提升顾客价值与毛利率

东南亚
- 在大多数主要营运市场市占率均有所提升
- 门市数量稳健增长，尤其是在印尼和马来西亚

全管道
- 电商交易量强劲增长
- 香港在2024年第四季推出万宁应用程式，及在新加坡推出Guardian应用程式
- 2025年第一季在马来西亚推出MYguardian奖赏计划

注：门店网络和营运数据截至2024年12月31日

© 2025 DFI零售集团，版权所有

便利店业务
概览

2024年销售量

$24亿美元

2024年营业利润

$1.02亿美元

香港

- 市场领先的连锁便利店品牌
- 鲜食产品(RTE)市占率持续增长
- 产品组合持续向毛利率较高的鲜食品类侧重，进一步提升总毛利率
- 7CAFÉ店铺网络覆盖率超过70%，「7仔食档」覆盖率超过30%
- 截至2024财年，鲜食销售占比率为16%

新加坡

- 市场领先的连锁便利店品牌
- 截至2024财年，鲜食销售占比率达23%

华南地区

- 广东省领先的国际连锁便利店品牌
- 热食站点的店铺网络覆盖率约85%，7CAFÉ店铺网络覆盖率约60%
- 截至2024财年，鲜食销售占比率达40%
- 计划在2025年及之后大规模地推出7-Eleven「小食堂」概念店

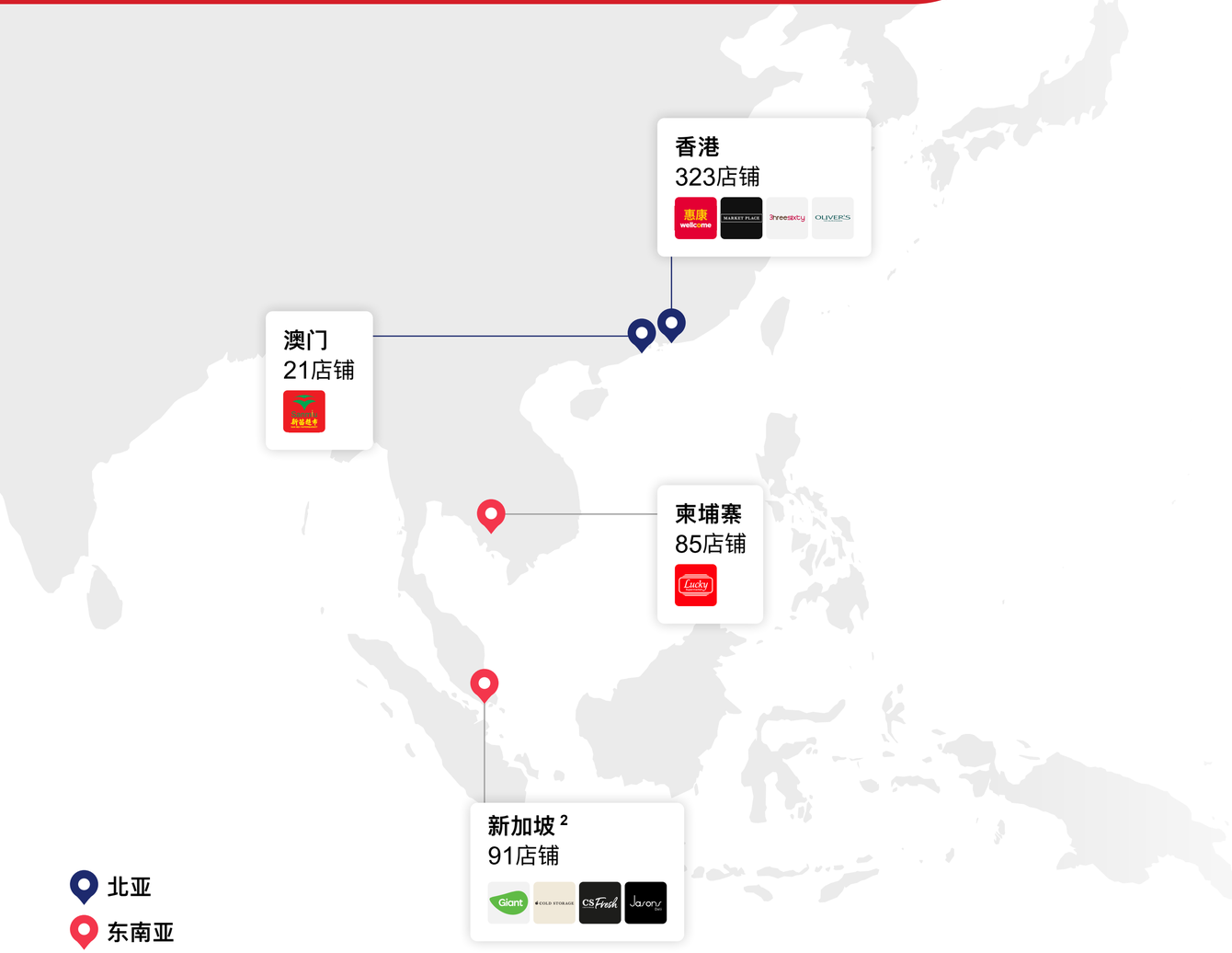
全渠道

- 华南地区电商渗透率超过10%(不含香烟)
- 在所有营运市场与第三方外卖平台建立合作关系
- 分别于2024年第四季和2025年第一季在新加坡和香港推出7–Eleven应用程式，提供折扣鲜食套餐、商品预购功能以及数码印花换购IP收藏品

注：门店网络和营运数据截至2024年12月31日

© 2025 DFI零售集团，版权所有

食品业务
概览



2024 年销售量

$31亿美元

2024 年营业利润

$5800万美元

香港

- 市场领先的连锁超级市场品牌
- 持续提升总体市占率（包括传统街市及连锁超级市场）
- 强化新鲜与物超所值的市场定位
- 扩大采购能力，包括与叮咚买菜（DDL）合作
- 利用数据分析提升整体类别销售额和毛利
- 透过自家品牌重塑以强化商品价值与利润成长

全渠道

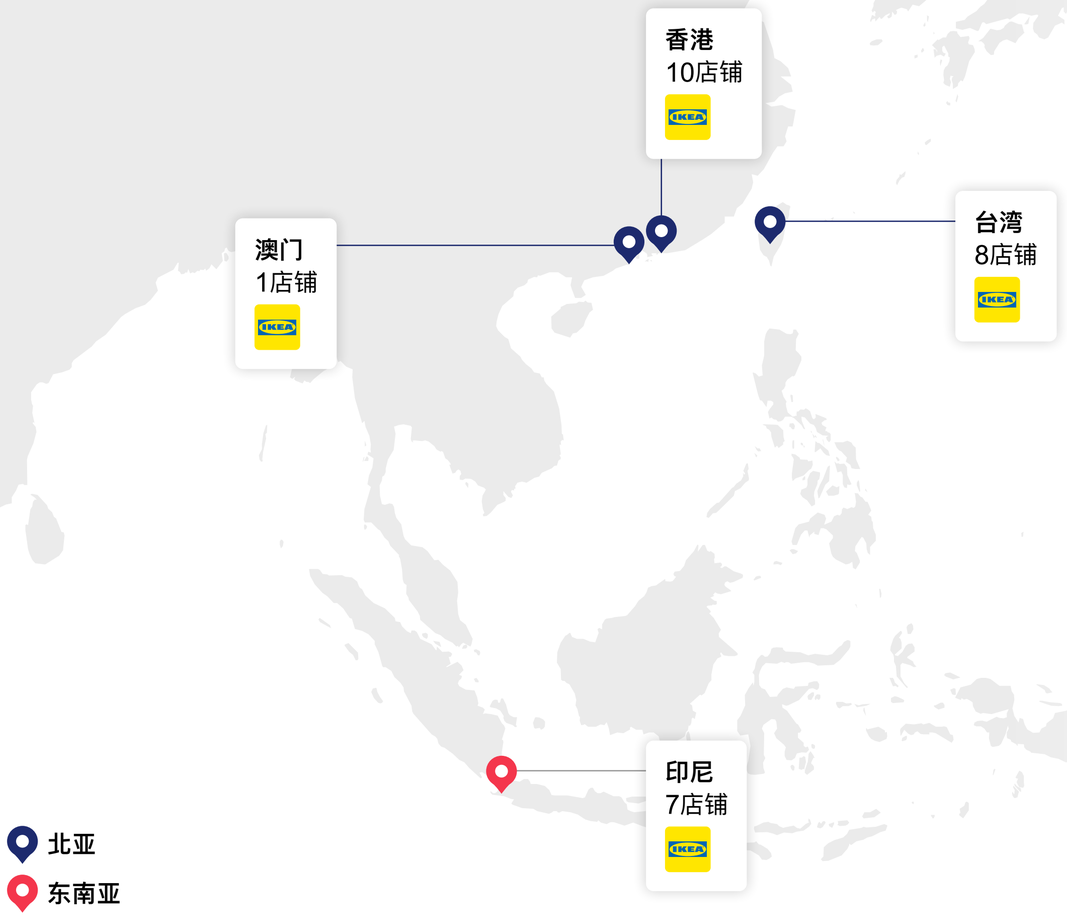
- 预约配送（应用程式和网页）、第三方外卖平台合作、点击取货
- 电商销售额增长强劲，盈利能力也有所提升

注：

1. 截至 2024 年 12 月 31 日的门市网络及营运数据
2. 集团于 2025 年 3 月 24 日宣布出售新加坡食品业务。该交易须遵守惯例成交条件，预计于 2025 年底完成

© 2025 DFI 零售集团，版权所有

家居用品业务
概览



2024 年销售量

$7.01亿美元

2024 年营业利润

$1600万美元

香港

- 强健的品牌价值，具备消费者品质保证与产品安全标准
- 持续向更具价值驱动力的全渠道策略转型
- 扩展客户接触点网络，提升店面触及率
- 具竞争力的食品策略

台湾

- 业务表现稳健
- 2024 年上半年完成 IKEA 物业的售后回租，提升资本效率

印尼

- 专注于透过提高门市商业价值、采购本地化和行销策略优化以提升销售额
- 持续进行成本优化

全渠道

- 所有营运市场的电商渗透率均超过 10%

注：截至 2024 年 12 月 31 日的门市网络及营运数据

© 2025 DFI 零售集团，版权所有

餐饮业务
概览

2024年基础利润占额

$6600万美元

- 旗下2,000多家餐厅遍布亚洲地区（包括香港、澳门、中国内地和东南亚）
- 独家授权的国际品牌包括：
  - 星巴克在香港、澳门、泰国、新加坡、柬埔寨、寮国、越南的特许经营权
  - 元気寿司在中国内地、香港、新加坡、马来西亚、泰国、柬埔寨的特许经营权
  - Shake Shack在中国内地、香港、澳门、泰国的特许经营权
- 强大的餐厅、餐饮和品牌食品产品组合

注：截至2024年12月31日的门市网络

© 2025 DFI零售集团，版权所有

自家品牌
概览

通过重塑自家品牌以强化价值定位

- **Meadows、Mannings Guardian 自家品牌、御品皇和维多宝等品牌合计超过 2,150 个 SKU：**
  销售额和毛利率在 SKU 优化后显著提升 *
- **重點項目：**
  Meadows 和御品皇一系列宣传活动推动了自家品牌和全线不同类别产品的销售和利润
- **策略性品牌联乘合作伙伴关系：**
  透过与太兴和四州等品牌合作，持续进行产品创新
- **与香港 Woolworths 建立独家合作关系：**
  透过战略合作，扩展我们的高端产品线并提高盈利能力
- **Mannings Guardian 自家品牌的品牌重塑：**
  透过提升品牌价值与客户信任度，并优化量产、生产及库存管理来降低成本，从而有效提高盈利能力
- **企业合作专案：**
  扩大规模、提高产量并降低产品成本
- **致力于可持续发展：**
  措施包括御品皇低碳稻米耕种计划、采用 FSC 认证纸张系列

注：销售效率 = 总销售额 / SKU 数量

© 2025 DFI 零售集团，版权所有

加速全渠道发展

自营渠道

网站

惠康網店 wellcome ONLINE
MARKET PLACE ONLINE
COLD STORAGE
萬寧 mannings
guardian
IKEA
7 ELEVEN

应用程式/小程序

惠康 wellcome
MARKET PLACE
IKEA
萬寧跨境官方商城
广东7-Eleven 广东赛壹便利店有限公司 Guangdong Guangzhou
萬寧 mannings
7 ELEVEN

yuu

yuu

530万
香港会员[1]

190万
新加坡会员[1]

第三方平台

电商平台[2]

天猫国际 TMALL HK
萬寧 mannings
京东国际
萬寧 mannings
TikTok
Lazada
Shopee
拼多多 PINDUODUO

外卖平台[3]

foodpanda
Keeta
美团外卖
饿了么
Grab

电商日均总订单量突破5.8万单[1]，较去年同期上升31%

注：
1. 截至2024年12月31日
2. 其他电商平台包括考拉（中国大陆）、Nham 24（柬埔寨）、mFood（澳门）、澳觅（澳门）、万博荟（澳门）
3. 顾客可透过平台下单，并选择到线下门市自提或送货上门

© 2025 DFI零售集团，版权所有

DFIQ—为广告商打造的数据分析驱动解决方案

赋能品牌实现规模、覆盖率和专属数据的优势

DFIQ

超过 700万
香港和新加坡的yuu会员

在香港和新加坡拥有约
3,270间 店铺*

60+
用户群体

通过使用第一方的数据实现精准广告投放

广泛的广告资源

提高广告支出回报率、提高销售额和吸引新顾客

主要供应商伙伴

P&G
Coca-Cola
Nestlé
Unilever
Kimberly-Clark
reckitt

注：包括美心及其关联餐厅

© 2025 DFI零售集团，版权所有

02. 业务更新

© 2025 DFI零售集团，版权所有

健康美容产品业务
2025年上半年更新

- 同店销售额年增4%，显示品牌价值不断提升，成为值得信赖的健康与保健顾问
- 强劲的销售业绩支撑利润年增8%
- 万宁香港同店销售额年增6%，主要为健康产品类别市占率不断提升
- Guardian所在的主要东南亚营运市场购买力规模不断扩大
- 透过在印尼试行轻资产特许经营模式加速成长
- 自家品牌重塑推动单品销售及利润率的显著提升
- 2025年上半年在东南亚开设24家新店
- 电子商务大幅成长；透过个人化服务提升全渠道体验

萬寧 mannings guardian

© 2025 DFI零售集团，版权所有

便利店业务
2025年上半年更新

- 销售额（不含香烟）同比下降1%
- 2025年第二季整体销售额复苏，势头向好
- 利润同比下降是由于2024年上半年香烟库存购买的一次性收益
- 产品组合持续往相对高毛利的鲜食产品侧重
- 鲜食食品销售渗透率从2023年上半年的20%提升至24%
- 扩大鲜食食品业务，到2025年底在华南地区将「小食堂」门市数量扩大至375间
- 持续扩张华南地区的店铺网络，2025年上半年新增119家门市，门市总数超过1,860间
- 提高特许经营店渗透率，提升店铺回报率

© 2025 DFI零售集团，版权所有

食品业务
2025年上半年更新

- 若不包括2024年上半年出售Hero超市业务的影响，同店销售额小幅下降1%
- 以EDLP（每日低价计划）为策略重心，以应对大湾区与香港的进一步融合
- 近期与叮咚买菜合作，通过策略性采购，降低单品价格
- 自5月以来，香港客流量及每篮商品数量增长加速
- 利润增长强劲，达到14%的同比升幅
- 随着全渠道业务的拓展，电商交易金额较去年同期成长近一倍
- 自家品牌SKU在销售额和毛利上的生产力显著提升
- 预计新加坡食品业务的出售将于2025年底完成

© 2025 DFI零售集团，版权所有

家居用品业务
2025年上半年更新

- 于所有营运市场一致采取更具价值驱动力的全渠道产品策略
- 香港：以采购和营运成本优化为基础，创建产品价格竞争力
- 台湾：持续维持韧性，息税前利润超过 10%
- 印尼：透过扩大数码化影响力和市场行销力度推动销售
- 透过成本优化驱动盈利复苏，印尼尤其明显
- 增强产品本地化
- 扩大食品系列，最大化交叉销售

© 2025 DFI零售集团，版权所有

03. 财务报告

© 2025 DFI零售集团，版权所有

五年财务摘要

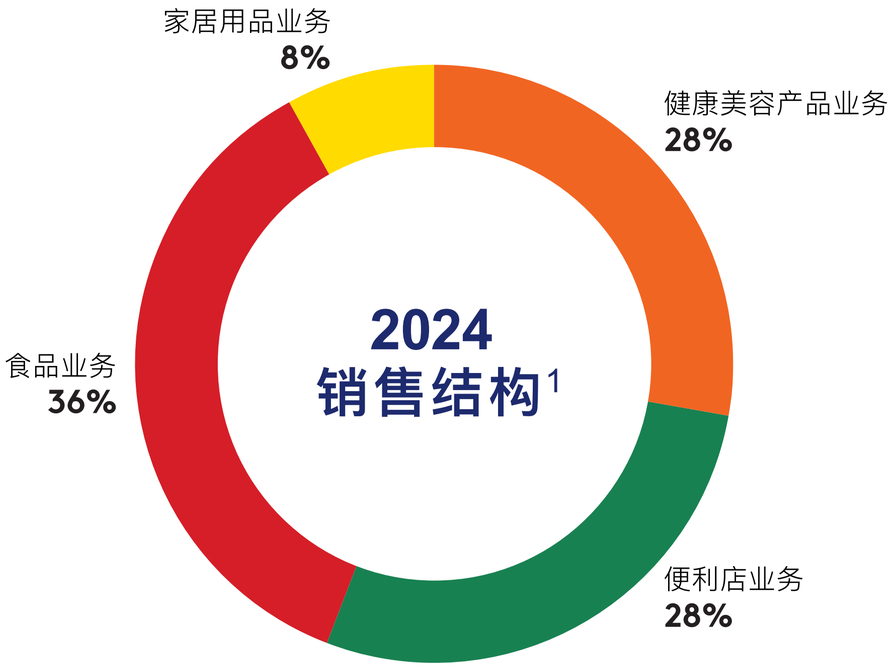
（以百万美元计算，除另有标注）	2020	2021	2022	2023	**2024**
总收入	10,443	9,188	9,174	9,170	**8,869**
健康美容产品业务	1,990	1,805	2,025	2,445	**2,457**
便利店業務	2,100	2,243	2,266	2,441	**2,379**
食品业务[1]	5,348	4,151	3,872	3,285	**3,131**
家居用品业务	832	816	839	794	**701**
其他收入[2]	174	173	172	205	**201**
营业利润[3]	412	314	209	294	**343**
营业利润率 %	4.0%	3.4%	2.3%	3.2%	**3.9%**
基础 PATAM	276	105	29	155	**201**
基础每股收益（美分）	20.38	7.73	2.14	11.49	**14.91**
每股股息（美分）	16.50	9.50	3.00	8.00	**10.50**
正常资本支出	248	212	244	197	**172**
正常资本支出占收入的百分比	2.4%	2.3%	2.7%	2.1%	**1.9%**

注：
1. 不包括2020年出售台湾顶好、2021年出售印尼巨人超市（Giant）、2023年出售马来西亚食品业务以及2024年出售印尼Hero超市
2. 其他收入主要包括送货及装配收入、特许经营收入、服务收入、奖赏计划收入等
3. Post–IFRS 16调整

© 2025 DFI零售集团，版权所有

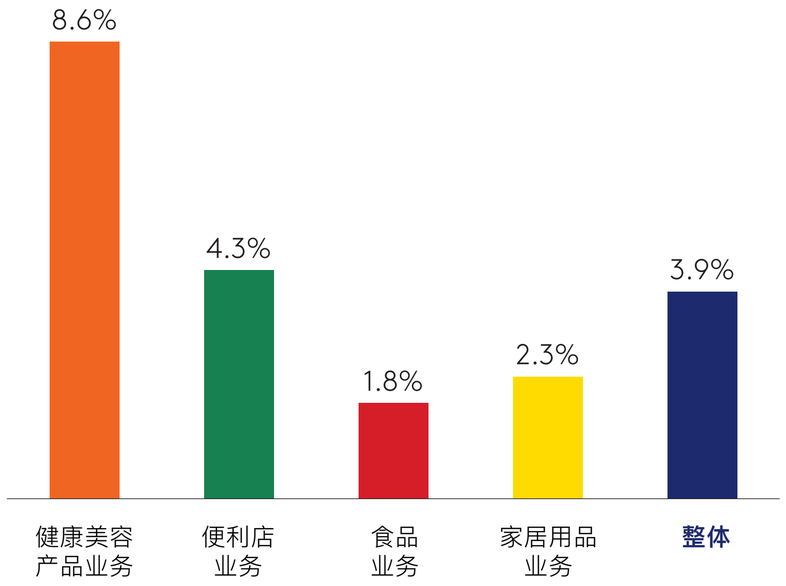
业务分布概览

各业务销售占比（2024年）



注：
1. 商品销售

业务营业利润率（2024年）



© 2025 DFI零售集团，版权所有

清晰的资本配置框架

严谨的资本配置

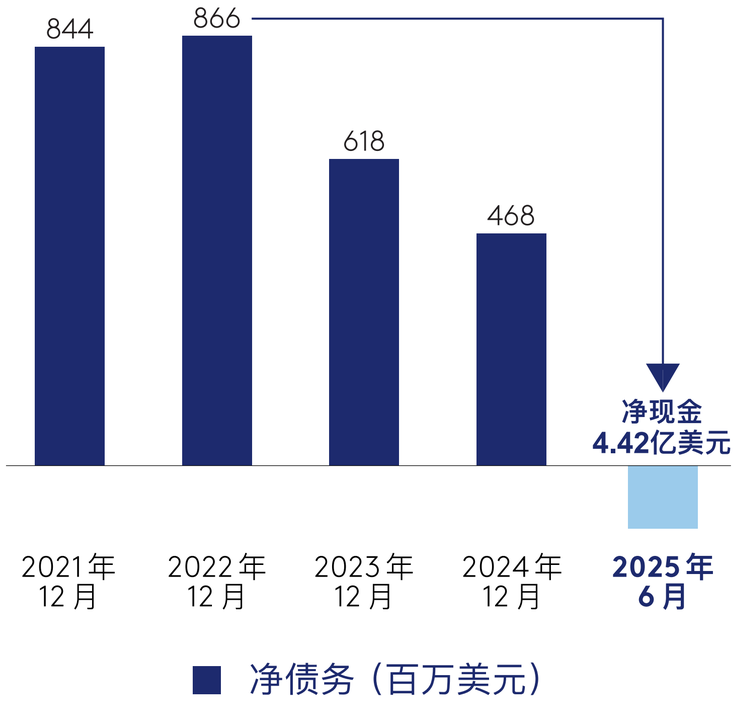
以实现資本使用報酬率(ROCE)[1]
与股东总回报(TSR)最大化为
目标，投资集团业务增长

股息增加率

保持健康的资产负债表

投资组合优化

强劲的资产负债表



注：
1. 资本使用回报率 = 营业利润除以总资产减去流动负债
2. 永辉超市少数股权出售完成后，总收益约为6.19亿美元

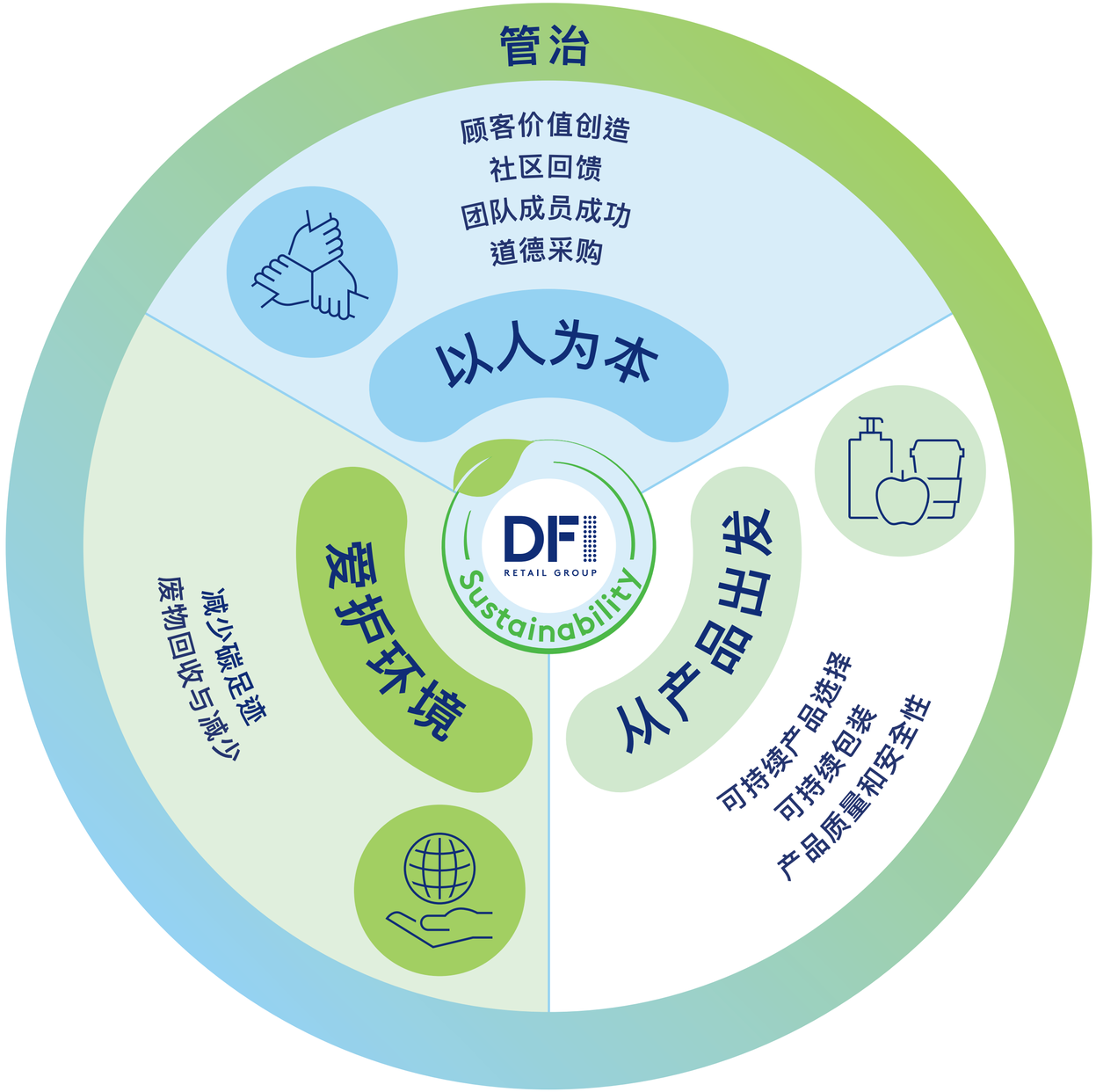
© 2025 DFI零售集团，版权所有

04. 可持续发展

© 2025 DFI零售集团，版权所有

可持续发展框架

在DFI，我们的使命是致力可持续发展，服务亚洲每一代、数以百万计的顾客的日常时刻。我们致力于透过可持续产品选择，改变亚洲的零售格局，为人类与地球创造更美好的未来。我们的可持续发展策略围绕三个主要支柱：**以人为本**、**从产品出发**和**爱护环境**，更以管治为基础，确保有效的管理和监督。



© 2025 DFI零售集团，版权所有

我们的承诺和表現亮点

我们的承诺

- **在2030年，范围一和范围二排放量减少50%**
- **在2050年实现净零排放**

可持续发展奖项和嘉许

- 2024年中电「创新节能企业大奖」(DFI)
- 2024年MSC海鲜领袖新加坡高峰会(DFI)
- 2023/24年度DFI永续发展报告愿景奖—白金奖、技术成就奖、全球百大报告(DFI)
- 2024年Retail Asia Awards亚洲零售大奖—年度ESG举措、年度健康与保健举措(万宁)
- 2024年亚洲快速消费品奖—年度ESG举措、年度健康与保健举措(万宁)
- 2024年ESG商业奖—职场健康计画奖(万宁)
- 2024年Retail Asia Awards亚洲零售大奖—年度永续发展举措(7-Eleven)
- 杰出绿色成就者奖，商店及零售商类别第六次金奖，香港政府环境运动委员会唯一获得超级金奖的企业(惠康)

亮眼的ESG表現

- 在标准普尔全球企业可持续发展评估中，于食品及日用货品零售业排名第84个百分位(截至2025年1月8日)

可持续发展相关会员和协会资格

- 消费品论坛—迈向净零行动联盟、塑胶废弃物行动联盟
- amfori会员
- 膳心连基金
- 香港总商会—环境及可持续发展委员会
- 香港零售管理协会—可持续发展专责小组
- 世界永续发展工商理事会(怡和团体成员)

© 2025 DFI零售集团，版权所有

我们的表现亮点

以人为本

团队成员成功

16.6 每位团队成员平均培训时数(2023: 13.6)

22% 团队成员自愿流失率(2023: 27%)

0 与工作相关的死亡率(2023: 1.02)

社区回馈

276万美元 社区投资

>7,300名 小农和拾荒者得到IKEA印尼社会创业加速器的支持

顾客价值创造

>680万 万宁「回收药物计划」共收回680万药余(2023: 100万)

道德采购

100% 位于高风险国家供应自家品牌产品的工厂均按照amfori BSCI或相同标准进行审核(2023: 94%)

从产品出发

可持续产品选择

28% 自家品牌产品拥有可持续相关证书(2023: 24%)

产品品质与安全

100% 自家品牌食品工厂拥有第三方食品安全审核—85%属于全球认可计划(GFSI) (2023: 81%)

可持续包装

57% 自家品牌产品使用可回收的塑料包装，正朝着2030年达到100%的目标前进

爱护环境

减少碳足迹

14.2% 范围一和范围二的排放量减少(相对于2021年基准) (针对持续经营的企业)；有望在2030年实现减排50%，并在2050年实现净零排放

≥30% 已获批准参与低碳米种植计划的稻田范围三减量

废物回收与减少

61% 废弃物转移率改善至：61% (2023: 56%)

8,000公斤 7-Eleven推出「啡We Green咖啡渣再生企划」将8,000公斤咖啡渣转化成有机肥料

管治

- 成立可持续发展委员会，强化高管对可持续发展绩效进行监督
- 审计委员会首次审查经审批的ESG数据
- 将ESG关键绩效指标(KPI)纳入团队成员绩效评估
- 完成双重重要性评估，确保ESG优先事项符合最新监管要求与其他持份者期望

© 2025 DFI零售集团，版权所有

DFI RETAIL GROUP

SERVING EVERYDAY MOMENTS

投资者关系联络

陈加朗

DFIinvestor@DFIretailgroup.com

企业传讯及事务

Gwendolyn Cheong

DFIcontactus@DFIretailgroup.com

谢谢

© 2025 DFI零售集团，版权所有