



高鑫零售於 2014 年錄得盈利增長  
 新開 49 家綜合性大賣場 鞏固市場領導地位  
 飛牛網 www.feiniu.com 上線營運 增添新的增長動力

### 財務摘要

(除另有標示外，均以人民幣百萬元呈列)	截至十二月三十一日止年度		
	2014 年	2013 年	增長率
營業額	91,855	86,195	+ 6.6%
毛利	20,998	18,613	+ 12.8%
經營溢利	4,233	4,147	+ 2.1%
年度溢利	3,042	2,942	+ 3.4%
公司權益股東應佔溢利	2,908	2,775	+ 4.8%
每股盈利			
- 每股基本及攤薄盈利	人民幣 0.30 元	人民幣 0.29 元	

### 業務摘要

- 營業額按年上升 6.6% 至人民幣 918.55 億元，毛利按年上升 12.8% 至人民幣 209.98 億元，毛利率增加 1.3 個百分點至 22.9%
- 新開設 49 家綜合性大賣場，其中歐尚品牌門店 9 家，大潤發品牌門店 40 家
- 成功物色並落實 162 個地點開設綜合性大賣場，其中 116 家在建中，確保未來三年儲備足夠土地作擴充作用
- 飛牛網於二零一四年已上線營運，將於二零一五年擴展至全國，並開展平台業務

(二零一五年三月二日，香港訊) — 中國領先的大賣場運營商高鑫零售有限公司(「高鑫零售」或「集團」；香港聯交所股份代號：6808)，今天宣佈二零一四年全年業績。集團的營業額按年上升 6.6% 至人民幣 918.55 億元。公司權益股東應佔溢利上升 4.8% 至人民幣 29.08 億元。每股基本盈利為人民幣 0.30 元。

於二零一四年十二月三十一日止年度，毛利較二零一三年上升 12.8% 至人民幣 209.98 億元，毛利率增加 1.3 個百分點至 22.9%。毛利率錄得增長，受惠於完善商品組合，以及歐尚、大潤發兩大品牌進一步提升共同談判所帶動。

經營溢利率及淨利率分別為 4.6% 及 3.3%。倘若扣除集團新業務飛牛網產生的虧損，全年利潤增幅應該再升 5.5 個百分點。這顯示了集團的實體門店營運實力，亦反映了集團對發展飛牛網作出的投資。截至年底，飛牛網的資本已增加人民幣 5 億元。

董事會建議派付末期股息每股普通股 0.16 港元，有待股東批准。

集團的財務狀況保持穩健。於二零一四年十二月三十一日，資本負債比率維持於 0.61，與去年相同。現金流量為人民幣 54.82 億元。存貨週轉天數及貿易應付款項週轉天數分別為 58 天及 83 天。

高鑫零售於2014年錄得盈利增長

49家新設綜合性大賣場 鞏固市場領導地位

飛牛網www.feiniu.com 上線營運 增添新的增長動力

2015年3月2日

集團首席執行官兼執行董事梅思總先生表示：「於二零一四年，中國社會消費品零售總額為人民幣262,390億元，實際增長10.9%。全年全國網上零售額比去年增長49.7%。為滿足瞬息萬變的市場，集團的電子商務平台飛牛網於二零一四年初開始上線運營，我們現已開發IOS及Android手機應用程式，為顧客購物提供便利。截至年底，飛牛網註冊會員達140萬人，其中活躍會員約40萬人。截至二零一五年一月底，經過短短一年的運營，飛牛網平均每日訂單數量同比二零一四年同期已翻了十倍。」

截至二零一四年十二月三十一日止年度，集團銷售貨品所得營業額上升6.2%至人民幣891.36億元。升幅主要由於集團通過開設新店持續擴充業務所帶動。

此外，來自租金收入的營業額增加了21.5%至人民幣27.19億元。升幅主要來自新店的可出租面積增加，及因租戶組合管理改善帶動來自現有門店的租金收入增加。

### 開設49家新店及鎖定162個地點

二零一四年，集團繼續保持穩健的開店速度，年內新開49家綜合性大賣場，其中歐尚品牌新開門店9家，大潤發品牌新開40家。其中有12家位於華東地區，2家位於華北區，11家位於華中區，7家位於東北區，16家位於華南區，1家位於華西區。透過簽訂租約或收購地塊方式，集團已物色並落實162個地點開設綜合性大賣場，其中116家在建中，以確保未來三年門店擴張儲備足夠，為集團中期的發展打下堅實基礎。

截至二零一四年十二月三十一日，集團在全國共有372家綜合性大賣場，總建築面積約為1,028萬平方米。

### 門店優化

年內，集團繼續提升或擴建多個購物中心，從而提供最佳的購物體驗及增加商店街租戶數目。大賣場的基礎客流增加了集團購物中心對品牌商戶的吸引力。

集團擁有及經營的寧波「高鑫廣場」購物中心於二零一四年十二月三十一日完工並開業。大賣場與商店街租戶的良好結合創造了集團門店的差異性。

### 優化採購和商品結構

為了提升市場認知，集團為門店引進電商熱賣品項並追蹤銷售情況。集團亦推出更多迎合顧客新需求的自製商品，如壽司吧。年內，集團繼續推進歐尚、大潤發兩大品牌的共同談判。

以「大拇指」、「大潤發」、「歐尚」為品牌的商品的銷售較二零一三年上升21%。同時，集團與迪士尼品牌合作開發的食品系列及家用電器品牌EKOLIA亦受到顧客熱烈歡迎。

### 成功推出電子商務業務平台：www.feiniu.com

飛牛網依託集團龐大的實體門店網絡，挖掘線上到線下（「O2O」）機遇，於上海展開生鮮商品的配送。飛牛網依託集團既有的成熟採購管道，實現蔬菜來自直採基地，大批量進口由國外直採的水果。由於生鮮倉庫設在實體門店內以及門店生鮮產品的存貨周轉水準較高，飛牛網可確保配送的產品保持新鮮。

### 優化供應鏈管理、提升營運效率

於二零一四年六月，歐尚品牌上線了客戶關係管理的手機應用程式，建立了歐尚品牌的會員體系。通過此會員卡體系，集團可根據會員的消費紀錄進行分析，實現精準營銷。大潤發品牌亦積極推進會員體系建設。截至二零一四年十二月三十一日，大潤發品牌共擁有2,100萬名顧客會員。

高鑫零售於2014年錄得盈利增長  
49家新設綜合性大賣場 鞏固市場領導地位  
飛牛網www.feiniu.com 上線營運 增添新的增長動力  
2015年3月2日

大潤發品牌位於湖北赤壁市的華中地區配送中心於二零一四年十月啟用。集團亦正於華東地區及華南地區開始籌備區域性配送中心，計劃於二零一五年啟動。

### 重視人力資源培訓

集團注重提升各階層員工的專業素養，積極推進人員培訓，並結合當下的電子商務、O2O等全新理念設計培訓課程，使員工具備更強的管理能力。通過積極推進工作效率、流程優化及靈活排班，使到每間門店的平均員工人數同比二零一三年底減少5%。

梅思聰先生總結：「儘管2015年國民生產總值及零售增長預測未勝去年，加上面對預付卡銷售表現較弱等挑戰，我們仍然會繼續保持穩健的新店拓展速度，同時加大力度發展電子商務業務，從而成為全管道零售商。」

-完-

### 關於高鑫零售有限公司

高鑫零售為中國領先的大賣場運營商。集團以「歐尚」及「大潤發」兩大知名品牌經營大賣場業務。截至二零一四年十二月三十一日，集團在全國共有372間綜合性大賣場，總建築面積約為1,028萬平方米。高鑫零售的電子業務平台：[www.feiniu.com](http://www.feiniu.com)已於二零一四年一月十六日正式運作。

新聞垂詢：

#### 縱橫財經公關顧問有限公司

吳慧怡	+ 852 2864 4831	<a href="mailto:veron.ng@sprg.com.hk">veron.ng@sprg.com.hk</a>
陳練	+ 852 2864 4833	<a href="mailto:brenda.chan@sprg.com.hk">brenda.chan@sprg.com.hk</a>
吳庭欣	+ 852 2864 4855	<a href="mailto:angela.ng@sprg.com.hk">angela.ng@sprg.com.hk</a>