

[即時發佈]



透過實體店數字化 雙品牌進一步融合 重構大賣場  
提升營運效率和效果

成為新零售領域數字化轉型的領導者

#### 財務摘要

(除另有標示外，均以人民幣百萬元呈列) (未經審核)	截至十二月三十一日止年度		
	二零一八年	二零一七年	增長率
總銷售營收	101,315	102,320	-1.0%
收入	99,359	102,320	-2.9%
毛利	25,119	24,674	+1.8%
經營溢利	4,196	4,487	-6.5%
期內溢利	2,818	3,020	-6.7%
公司權益股東應佔溢利	2,588	2,793	-7.3%
每股盈利			
- 基本及攤薄	人民幣 0.27 元	人民幣 0.29 元	

#### 業務摘要

- 任命黃明端先生為高鑫零售首席執行官，該任命待公司章程在五月召開的週年股東大會上修改批准後正式生效。
- 二零一八年十二月，集團決定整合大潤發及歐尚兩家公司的總部並建立聯合總部以提高集團的效率，使股東及員工受益。
- 二零一八年，集團新開設了24家綜合性大賣場，取得了55個新址開設綜合性大賣場，其中37家在建中。
- 截至二零一八年十二月三十一日，集團在全國共有484家綜合性大賣場。此外，集團在二零一八年新開設了九家盒小馬和一家盒馬。
- 自二零一八年三月起，淘鮮達項目快速拓展至所有門店。
- 期內，歐尚品牌旗下的所有門店均啟動了B2B業務，2018年B2B產生的營業額已較去年翻一番。
- 自二零一八年六月起，蘇寧開始陸續改造門店。於「雙十一」活動之前，所有高鑫門店已完成對蘇寧的進駐。
- 集團正努力重構大賣場，並已完成三家試點門店的重構。

(二零一九年三月三日，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）今日公佈二零一八年全年業績。回顧期內，集團總銷售營收達人民幣1013.15億元，下跌1%，主要受家電業績下滑及第四季度表現低迷影響。集團營業額達人民幣993.59億元，下跌2.9%，部分歸因於與蘇寧易購集團股份有限公司（「蘇寧」）於家電銷售方面訂立的安排所影響。毛利按年增長1.8%至人民幣251.19億元。集團會持續致力優化產品組合及採用與供應商共同談判的方式，以改善毛利率。

2019年3月3日

截至二零一八年十二月三十一日止年度，經營溢利減少人民幣2.91億元至人民幣41.96億元，主要由於二零一八年來自舊有未使用預付卡撥回的收入較二零一七年的收入減少，以及確認減值損失增加所致。此外，歷時兩個月的家電部門門店改造亦令集團期內的溢利減少。

每股基本盈利為人民幣0.27元。董事會建議宣派末期股息每股普通股0.14港元，末期股息須待本公司股東於應屆股東週年大會上批准後方可派付。集團的派息政策是派息比率不少於溢利的30%。

截至二零一八年十二月三十一日止年度，財務狀況淨值增加 28.5%至人民幣 134.8 億元，反映集團已預留足夠的資金用於未來發展及發展機會。

### 高鑫旗下雙品牌之間的進一步整合

作為高鑫旗下的兄弟公司，大潤發及歐尚已在眾多領域進行過合作。為提高營運效益及效率以應對艱難的競爭環境並更好地服務顧客，集團董事會於二零一八年十二月討論後決定整合兩家公司的總部並建立聯合總部。此外，大潤發將協助歐尚門店升級 IT 系統以及整合供應鏈。

此次整合屬於集團內部的資源及業務整合，而非公司法人主體合併。因此，大潤發品牌及歐尚旗下品牌及公司法人資格均予以維持。

此整合將提升技術及管理經驗的運用，並讓集團可更有效率地利用整體資源，旨在提高集團的效率而最終使其股東及員工受益。

經董事會決定，黃明端先生被任命為高鑫零售的首席執行官，該任命待公司章程在五月召開的週年股東大會上修改批准後正式生效。黃明端先生作為大潤發中國的創始人，亦是零售業的領軍人物。作為新零售探索路上的夥伴和先鋒，黃明端先生不僅帶領公司轉型成為中國領先的零售企業之一，更在公司數字化升級過程中起到了重要推動作用。任命黃明端先生作為高鑫零售的首席執行官，亦見集團為振興實體店業務，全面推行新零售的決心和信心。

**高鑫零售董事長張勇表示：**「過去一年，是高鑫零售數字化轉型、商業基礎設施全面升級的一年，這是高鑫零售和阿里巴巴集團雙方團隊理念高度一致、超強自驅力和行動力的結果。經高鑫零售董事會批准，現任命黃明端先生擔任高鑫零售的CEO，並統一領導高鑫零售旗下歐尚和大潤發，讓兩大零售品牌合力前行。展望2019年，相信我們在為消費者提供獨特體驗和服務的**同時**，將為市場帶去更好的業績結果。」

**將於未來赴任高鑫零售首席執行官的黃明端先生表示：**「面對中國零售市場的競爭激烈，高鑫零售會持續深耕公司的三大策略，花大力氣整合兩個公司的總部，透過技術和數據驅動，致力推行線上業務，以及對舊有門店的改造升級。」

**高鑫零售現任首席執行官及執行董事Ludovic HOLINIER先生表示：**「中國的零售業正值轉型，變化的幅度和對行業的影響史無前例。科技日新月異，新的競爭對手湧現，不斷加入市場。同時，客戶的要求瞬息萬變，更注重購物體驗，希望得到方便、客製化和互動的體驗。他們更著重建康和品牌，不單要求商品價廉物美，亦講求透明度、優質和安全。」

2019年3月3日

## 實體店的數字化轉型

淘鮮達項目是一項針對生鮮食品的服務，旨在為零售商提供一個線上線下一體化的解決方案，使其運營數字化，並提高效率。該方案在兩家試點門店於二零一八年三月取得成功後，在九個月的時間內，已迅速拓展至大潤發品牌及歐尚品牌旗下的所有門店。目前，每家門店可為淘鮮達業務分別提供 13,000 至 15,000 個品項，產品主要涵蓋生鮮食品及快速消費品。

快速推廣淘鮮達的同時，集團亦十分注重對消費者的服務品質。從與客戶購物體驗及滿意度相關的三項關鍵指標來看：一小時配送的準點率已超過 99%，頁面的缺貨率低於 3%，配送缺貨率則繼續低於 0.1%。

透過淘鮮達項目，通過對實體店的數字化改造，實現會員系統、支付、庫存、營銷、物流及供應鏈一體化，助力實體門店。在技術及數據的推動下，集團不但可提高實體店的效率，同時可獲得更清晰的顧客形象，為將來的個性化及精準營銷建構堅實基礎。

## 重構大賣場

**功能重構：**從現在開始，實體店不再僅僅滿足線下客戶，還會滿足在線客戶和 B2B 客戶的需求。此外，大賣場能充當樞紐，通過充分利用銷售空間提升賣場平效，從而提升賣場生產力。

**品類重構：**我們致力成為每一個品類的專家。專業的品類應交由專家負責（例如，家電與蘇寧合作）。關於紡品和生活百貨，我們將提供高性價比的產品，所以我們引進淘寶心選、生活無憂等自創品牌。我們會花更多時間在生鮮及快消品領域，並希望能成為食品零售專家。

**心智重構：**大賣場的新定位是專業、質感、高性價比以及新零售概念。

三家試點門店已完成了重組：兩家現有門店大潤發楊浦店及歐尚嘉興店、一家新開門店大潤發鹿城店。

## 多業態及全渠道發展

### 關於盒小馬

首家盒小馬門店已於二零一八年六月初開業。截至二零一八年底，集團已拓展 9 家盒小馬門店，其中 3 家自營，6 家為合作店。從地理位置來看，7 家位於華東，東北及華南各有 1 家。

盒小馬結合及利用了阿里巴巴的技術和流量，以及高鑫的供應鏈和門店營運專業知識。此外，通過線上線下平台一體化，此種新模式亦能夠獲得網上訂單並為客戶提供 3 公里範圍內配送到家服務，這提高了其營運效率及與本地競爭者的競爭力。

明年，集團將致力於打造更好的盒小馬模式，為將來的加速發展奠定堅實的基礎。

### 關於盒馬鮮生

2019年3月3日

集團經營的首家盒馬鮮生門店於二零一八年九月二十八日開業，銷售面積約為4,000平方米。截至二零一八年十二月三十一日，線上訂單數目已接近50%。

## 家電的變革

於二零一八年八月，蘇寧開始於大潤發門店經營家電部門，並於兩個月時間內完成了對約400家大潤發門店的改造。於「雙十一」活動之前，蘇寧完成了對70餘家歐尚門店的全面進駐。品類涵蓋黑家電、白家電、小家電、3C產品及廚衛用品等。

自二零一八年六月起，蘇寧開始陸續改造門店。截至二零一八年底，改造後門店的家電部門業績已經取得正增長。

憑藉蘇寧在家電領域的專業和規模，集團將與其加強協作和整合。蘇寧展示了在我們的大賣場中開發和提升家電市場的能力，他們將進一步完善供應鏈建設，為不同客群提供多樣化和精細化的商品及服務，從而提升坪效，實現銷售規模增長。

## 關於B2B業務

於二零一八年八月底，歐尚品牌旗下的所有門店均啟動了B2B業務。截至二零一八年十二月三十一日，B2B產生的收入已較去年翻一番。

截至二零一八年十二月三十一日止年度，B2B註冊用戶超過480,000名。憑藉供應鏈及採購規模，B2B業務在確保其價格優勢的同時已實現小盈。

黃明端先生表示：「高鑫零售有了股東的支持和信任，有了阿里大生態資源的共用，有信心成為中國新零售領域數字化轉型的領跑者！」

HOLINIER先生總結：「作為領先的新零售企業，高鑫零售致力於創新和技術研發，為客戶提供更加方便、快捷、無縫的數碼體驗。我們已做好準備以把握機遇。在二零一八年，集團踏出了重新界定業務模式的重要一步。在二零一九年，集團的計劃、資金均準備就緒。更重要的，是我們擁有期待轉變、全情投入的人才，所以我有信心高鑫零售必定可以創造『明日零售』。」

- 完 -

## 關於高鑫零售有限公司

高鑫零售是擁有大賣場及高增長電商業務的中國領先零售商。集團以「歐尚」及「大潤發」兩大知名品牌經營大賣場業務。截至二零一八年十二月三十一日，集團在全國29個省市自治區內233個城市共擁有484間門店，總建築面積約為1,300萬平方米。

於二零一七年十一月二十日，阿里巴巴集團控股有限公司（「阿里巴巴」）、Auchan Retail S.A.（「歐尚零售」）及潤泰集團宣布結成策略聯盟，各方將融合線上及線下的專業能力，共同探索中國零售行業的新零售發展機遇。作為策略聯盟成員，歐尚零售獲得了約36.18%的間接股權，阿里巴巴投資約224億港元以取得高鑫零售有限公司合計約36.17%的直接及間接權益。

通過實體店數字化 雙品牌進一步融合 重構大賣場  
提升營運效率和效果  
成為新零售數字化轉型的領導者

2019年3月3日

高鑫零售的發展將著重於重塑綜合性大賣場、探索並推行多業態營運模式、以及成為領先的實體數字化創新者及新零售典範。

新聞垂詢：

縱橫財經公關顧問有限公司

吳慧怡	+852 2864 4831	veron.ng@sprg.com.hk
蕭凱寧	+852 2114 4913	denise.siu@sprg.com.hk
趙啟亨	+852 2114 4313	jacky.chiu@sprg.com.hk