

[即時發佈]

# SUN ART

Retail Group Limited

線上業務持續增長，同店增長趨穩  
B2C 業務表現改善，雙品牌經營整合成效良好

## 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

	二零一九年	二零一八年	增長率
總銷售營收	101,868	101,315	0.5%
收入	95,357	99,359	-4.0%
毛利	25,731	25,119	2.4%
經營溢利	4,890	4,698	4.1%
年內溢利	3,045	2,700	12.8%
公司權益股東應佔溢利	2,834	2,478	14.4%
每股盈利			
- 基本及攤薄	人民幣 0.30	人民幣 0.26	

## 業務概覽

- 截至二零一九年十二月三十一日，集團在全國共有486家大賣場，取得了43個新址開設綜合性大賣場，其中37家在建中。
- 截至二零一九年十二月三十一日，集團新開設了七家大賣場，關閉了五家長期虧損門店。
- B2C店日均訂單量及客單價穩步爬升。
- B2B業務持續增長，二零一九年營收較二零一八年營收實現約50%的增長。
- 回顧年內，本集團重構了十家大賣場，改造升級後的門店績效顯著改善。
- 雙品牌經營整合進一步深化，運營效率顯著提升，收效改善。

(二零二零年二月二十日，香港訊) 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) 今日公佈截至二零一九年全年業績。回顧年內，集團總銷售營收達人民幣1,018.68億元，增長0.5%。同店銷售增長(按除去家電之貨品銷售計算)為-1.01%。不考慮整合帶來的短期影響，以大潤發二零一九年全年的實際結果來看，同店銷售已實現正增長，增長率為0.5%。

線上業務持續增長，同店增長趨穩

B2C 業務表現改善，雙品牌經營整合成效良好

二零二零年二月二十日

截至二零一九年十二月三十一日止年度，經營溢利增加人民幣1.92億元至人民幣48.9億元，增幅為4.1%。年內溢利為人民幣30.45億元，增加3.45億元，增幅達12.8%。線上業務增長，同店增長趨穩，以及整合帶來的成本降低，使得集團業務重回正軌。

每股基本盈利為人民幣0.30元。董事會建議宣派末期股息每股普通股0.15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%。

**高鑫零售董事長張勇表示：**「我們欣喜地看到，經過持續努力，阿里巴巴、歐尚零售和高鑫零售當初走到一起時的設想，正被一步步實現。過去一年，新零售全方位融合線上線下，為高鑫的發展帶來了實實在在的增量成果。同時，和很多企業一樣，目前我們也不可避免遇到新冠肺炎疫情爆發帶來的種種挑戰。在全力參與救援受影響地區的同時，我們也看到，更多消費者習慣了數字化的生活和工作方式。未來，面對消費者生活方式加速演變，我們會不斷發揮實體門店數字化以後的力量、新零售的力量、商品創新的力量，來為消費者和客戶提供更好的服務。」

**高鑫零售首席執行官黃明端先生表示：**「經過幾年的發展，高鑫零售已經從一個新零售的參與者，轉變成該領域的領跑者。基於和阿里的緊密合作，完全打破了實體店原有的瓶頸，O2O 業務的獲利模式已初具雛形。同時，結合阿里的資源和技術，不斷探索新的銷售模式，比如貓超共享庫存、社區團購，和中小型超市，不斷豐富購物的場景和顧客的消費體驗，讓顧客在我們的零售生態圈裡無縫切換。」

### 線上業務，穩步攀升

二零一九年，集團 O2O 業務（線上到線下業務）的銷售收入較去年增長近 90%。未來，線上業務的營收佔比將持續爬升。

- B2C 業務 -

目前，顧客可以通過我們自己的移動應用程式（『大潤發優鮮』及『歐尚到家』）、及合作方平台入口如淘鮮達、餓了麼及天貓超市，選擇生鮮一小時到家服務，該服務可服務門店周邊 5 公里內顧客。

線上業務持續增長，同店增長趨穩

B2C 業務表現改善，雙品牌經營整合成效良好

二零二零年二月二十日

經過一年的發展，B2C 目前的用戶數已突破 3,300 萬，活躍用戶數超過 1,000 萬，店日均訂單量及客單價持續穩定向上攀升。以『雙十一』這一天為例，訂單總量較去年翻一番，達成率超預期，配送准點率超過 99.5%。

一小時到家服務，滿足了年輕顧客的購物習慣，也改變了消費者的生活方式。集團一小時到家業務的成功，得益於全國性供應鏈和門店佈局，『店倉合一』的模式，卓越的門店管理能力和配送能力，以及持續提升顧客體驗。

- B2B 業務 -

B2B 業務是借助我們的供應鏈優勢和實體店網絡優勢的另一種業態。

二零一九年，B2B 業務營收較二零一八年增長約 50%。預計二零二零年，B2B 業務的營收規模會進一步擴大。

目前，我們 B2B 業務現有用戶已超過 53 萬。活躍用戶接近 24 萬，客單價超過一千元人民幣。客戶主要以批發零售及企事業單位為主，同時也服務餐飲食堂及娛住類客戶。

未來我們的 B2B 團隊仍將進一步發展運營模式，我們將繼續滿足不同客戶的需求。開發潛在用戶，提高我們服務半徑內的用戶滲透率，深耕用戶。

### 重構大賣場，效果顯著

二零一九年，我們一共升級改造了十家門店，其中上海五家，蘇州一家，濟南一家，瀋陽一家，武漢一家，廣州一家。從最早完成改造的門店來看，同店增長有明顯改善，尤其是生鮮品類的同店增長，平均錄得雙位數增長。

二零二零年我們會將改造提速，計劃升級改造 50 家現有門店。

重構大賣場，主要就是功能重構、品類重構、心智重構。不僅僅是購物環境更加生氣勃勃，陳列方式更加專業，該改造還專注於商品入選和組合的差異化。我們力爭成為生鮮、食品領域的專家，構建集專業、時尚、高性價比於一體的新零售大賣場。

我們旨在鼓勵越來越多的年輕顧客來我們的門店體驗，借助線上顧客畫像瞭解年輕顧客的需求。藉此幫助我們優化商品入選，讓顧客重新找到到實體店的理由。

二零二零年二月二十日

### 貓超共享庫存，整裝待發

『貓超共享庫存』專案，基於 LBS ( Location Based Services 『移動定位服務』 ) 技術，門店可服務其半徑 5-20 公里內的顧客。五公里內顧客可享受一小時配送服務，5-20 公里內的顧客可享受『半日達』的服務。在實體店飽受同業競爭壓力的時候，線下客流不斷被分流的時候，『半日達』服務讓我們有機會可以擴大商圈，為集團營收創造增量。

截至二零一九年九月底，所有高鑫門店已上線『貓超共享庫存』一小時配送到家服務。

二零一九年十月起，陸續有 178 家門店可上線『半日達』服務。由於貓超『半日達』服務半徑較大，所以我們選擇了約 280 家門店來提供半日達服務，預期於二零二零年五月底前全部上線。

目前貓超『半日達』服務，可提供約 20000 隻單品，以快速消費品和小百雜商品為主，未來也會逐步延展至生鮮品類。

### 進一步深化整合，助力未來營收及利潤雙增

今年，我們完成了大潤發及歐尚的總部、供應鏈、商品結構及物流中心的整合。在歐尚門店的經營管理部分，完成了門店 IT 系統的切換、商品陳列調整及組織結構調整。

經過一年的整合，歐尚的總部費用大幅下降，門店毛利率亦逐月提升。整合效益已獲大幅提升。

二零二零年，我們將進一步深化整合，提升業績及毛利，降低門店可控費用。我們相信歐尚門店的業績表現在未來可以得到進一步提升。

### 關於“新型冠狀病毒”( COVID-19 )

COVID-19 病毒干擾了我們的生活秩序，二零二零年的展望亦會受到影響。COVID-19 病毒的傳播給中國市場以及集團經營環境造成比較大的影響。集團旗下大超市屬於民生必需品行業，截至本公告之日，運營並未受到疫情蔓延實質性的影響。然而，由於配合政府採取各種預防措施以防止疫情蔓延，我們一些大賣場商店街的租戶有一部分被要求暫停營業。目前有一些租戶已被允許重新開業，我們仍在持續與有關政府部門商討其他租戶重新復業的時間。

線上業務持續增長，同店增長趨穩

B2C 業務表現改善，雙品牌經營整合成效良好

二零二零年二月二十日

公司管理層隨時關注新型冠狀病毒疫情，希望與有關方面協商商業街儘快重新開業，以減少停業造成的損失，現階段對二零二零年定論為時尚早。在這困難時期，我們會盡一切努力，支持我們的顧客和合作夥伴，盡可能降低對我司利潤的負面影響。我們也可能在適當的時候作進一步公告。

**黃明端先生總結道：**「運用數字化工具，服務線上顧客，成為架構我們企業長期競爭力的基礎。同時，實體門店從以往的傳統大賣場走向店倉合一的模式轉變，一套供應鏈滿足不同銷售渠道，所有渠道實現共享庫存，不僅提高了供應鏈效率，也實現了銷售渠道的多樣化。二零二零年，是我們線上業務的收穫年。我們將集中圍繞多業態多渠道發展，全面數字化的升級改造，加速推進大賣場改造，以及雙品牌的深化整合。」

- 完 -

線上業務持續增長，同店增長趨穩

B2C 業務表現改善，雙品牌經營整合成效良好

二零二零年二月二十日

## 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。截至二零一九年十二月三十一日止，集團在全國 29 個省市自治區內 232 個城市共擁有 486 間門店，總建築面積約為 1300 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。

高鑫零售的發展將著重於重塑綜合性大賣場、探索多業態營運模式、以及成為實體零售數字化轉型的領先者及新零售標杆。

新聞垂詢：

### 縱橫財經公關顧問有限公司

吳慧怡 +852 2864 4831

顏敬濠 +852 2114 4318

鄧芷晴 +852 2114 2829

sprg\_sunart@sprg.com.hk