



高鑫零售公佈 2015 年中期業績 實體零售店網絡穩步擴大 積極推動業務營運創新 飛牛網通過 O2O 協同效應 實現全國覆蓋

財務摘要

(除另有標示外，均以人民幣百萬元呈列)

截至 6 月 30 日六個月

	(未經審核)	2015 年	2014 年	增長率
營業額		50,708	48,038	5.6%
毛利		11,425	10,523	8.6%
經營溢利		2,190	2,495	(12.2%)
期內溢利		1,522	1,789	(14.9%)
公司權益股東應佔溢利		1,476	1,710	(13.7%)
每股盈利				
- 每股基本及攤薄盈利		人民幣 0.15 元	人民幣 0.18 元	

業務摘要

- 營業額上升 5.6% 至人民幣 507.08 億元；毛利增長 8.6% 至人民幣 114.25 億元，毛利率增長 0.6 個百分點至 22.5%。
- 新開 16 家綜合性大賣場，其中歐尚新開門店 2 家，大潤發新開門店 14 家。
- 截至二零一五年六月三十日，集團在中國境內共有 388 家綜合性大賣場。
- 飛牛網依託集團的實體店作為配送點，於二零一五年三月開啟其線上到線下(「O2O」)項目，在兩個月內實現全國覆蓋。
- 飛牛網商城於二零一五年六月正式上線，更大程度的豐富飛牛網商品。
- 於 2015 年 4 月收購了甫田網 - www.fieldschina.com，進一步促進集團電子商務業務的發展，尤其迎合客戶尋找高品質新鮮產品和對食品安全的需求。

(二零一五年八月十二日，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)，今天宣佈二零一五年中期業績。截至二零一五年六月三十日止六個月，集團營業額上升 5.6% 至人民幣 507.08 億元。每股基本盈利為人民幣 0.15 元。

截至二零一五年六月三十日止六個月，集團毛利為人民幣 114.25 億元，較二零一四年同期增長 8.6%。毛利率由二零一四年同期的 21.9% 上升至 22.5%。集團的毛利率錄得增長，乃由於共同採購、自有品牌及商品組合優化的發展。

高鑫零售首席執行官兼執行董事梅思聰先生表示：「儘管經濟和零售業增長較之前放緩，但電子商務在消費領域的快速增長已經成為一個亮點，並已經在重塑消費者的消費行為。電子商務給大賣場在採購、營銷以及供應鏈管理上帶來了挑戰，面對這些挑戰，集團已經並將繼續在各環節不斷探索及變革以適應新環境。」

回顧期內，集團新開了 16 家綜合性大賣場，其中歐尚新開門店 2 家，大潤發新開門店 14 家。新開門店有 5 家位於華東區，3 家位於華北區，4 家位於華中區，1 家位於東北區，3 家位於華南區。

截至二零一五年六月三十日，集團約 9% 的門店位於一線城市，17% 的門店位於二線城市，45% 的門店位於三線城市，21% 的門店位於四線城市，及 7% 的門店位於五線城市。集團在全國共有 388 家綜合性大賣場，總建築面積約為 10,637 萬平方米，其中約 68% 為租賃門店，32% 為自有物業門店。

集團以更為審慎態度物色潛在開設新門店的機會。截至二零一五年六月三十日，透過簽訂租約或收購地塊方式，集團已物色並確定 146 個地點開設綜合性大賣場，其中 100 家在建中，以確保未來三年有足夠土地儲備作擴充用途，為中期的發展打下堅實基礎。

調整商店街品牌組合，提升顧客體驗

高鑫零售積極尋找新品牌，增加商店街內潮流品牌、兒童品牌以及主題餐廳的組合，以不斷提升商店街的聚客能力。集團拓寬了與星巴克咖啡等知名品牌的合作機會，並透過其商店街的商戶策劃聯合促銷活動，帶動了租戶的銷售增長，提升了大賣場的客流量。

積極擴大門店商圈覆蓋範圍，提升客流量

為了擴大門店目標商圈的範圍，集團積極探索更多樣化更入鄉隨俗的宣傳手段，如利用微信公眾平台發佈促銷信息。這些積極主動的商圈擴大措施，配合靈活的價格策略，以及開展各種與顧客互動的活動，大大的提升了門店與顧客間的聯繫。

改進採購方式，積極推動商品直採

集團持續推動生鮮商品直採，如新西蘭獼猴桃及美國車厘子等。相比其他生鮮電商，集團對於生鮮電商的熱銷品方面更能保持價格的競爭優勢。集團將繼續推進直接採購，包括海內外商品直購，迎合顧客的需求，實現商品差異化。

把握消費新需求，積極調整品類結構

回顧期內，集團推出兩個自有品牌 - 家居品牌「Actuel」以及行李箱品牌「Airport」。這些自有品牌以穩定的品質和更具競爭力的價格，在一些促銷活動中獲得了非常好的銷售增長。

穩步發展電子商務業務，依託門店網絡發展 O2O 業務

飛牛網依託集團的實體店作為配送點，於二零一五年三月開啟其線上到線下(「O2O」)項目。在兩個月內，飛牛網通過 O2O 項目完成了全國配送。截至二零一五年七月，飛牛網總共擁有註冊用戶 5.5 百萬名，其中半年內活躍的用戶超過 1 百萬名。七月份手機端銷售額佔整體的 64%。二零一五年六月，飛牛網商城正式上線。

集團於二零一五年四月收購了甫田網 - www.fieldschina.com，將進一步促進電子商務業務的發展，尤其迎合客戶尋找高品質新鮮產品和對食品安全的需求。

梅思聰先生總結：「基於我們既有的實體零售店網絡和已經建立起的電子商務平台，尤其在當前 O2O 快速發展的大趨勢下，高鑫零售將繼續挖掘實體店與電子商務的協同效應。集團亦將繼續謹慎拓展商鋪網絡。依託我們的大賣場網絡、飛牛網及甫田網，銳意成為一個全方位管道零售商。」

- 完 -

關於高鑫零售有限公司 (股份代號: 6808)

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。截至二零一五年六月三十日，集團在全國共有 388 間綜合性大賣場，總建築面積約為 10,637 萬平方米。高鑫零售的電子業務平台：www.feiniu.com 已於二零一四年一月十六日正式運作，並已覆蓋全國。

新聞垂詢：

縱橫財經公關顧問有限公司

吳慧怡 +852 2864 4831

陳練 +852 2864 4833

戴瑩 +852 2864 4870

veron.ng@sprg.com.hk

brenda.chan@sprg.com.hk

lisa.dai@sprg.com.hk