

[即時發佈]



## 高鑫零售持續整合線上及線下渠道 為顧客提供一體化的、更便利的購物體驗

### 財務摘要

(除另有標示外，均以人民幣百萬元呈列)

截至六月三十日止六個月

(未經審核)	二零一八年	二零一七年	增長率
營業額	54,060	54,080	-0.0%
毛利	12,922	12,582	+2.7%
經營溢利	2,699	2,925	-7.7%
期內溢利	1,914	1,898	+0.8%
公司權益股東應佔溢利	1,758	1,757	+0.1%
每股盈利			
- 基本及攤薄	人民幣 0.18 元	人民幣 0.18 元	

### 業務摘要

- 營業額達人民幣540.6億元，毛利增長2.7%至人民幣129.22億元，期內溢利增加0.8%至人民幣19.14億元。
- 於二零一八年上半年新開11家綜合性大賣場。
- 截至二零一八年六月三十日，集團在全國共有472家綜合性大賣場。此外，集團取得了56個新址開設綜合性大賣場，其中48家在建中。
- 截至二零一八年六月底，與阿里巴巴集團合作的重點項目淘鮮達已於165家實體店推出，涵蓋全國17個省份及直轄市範圍內的93座城市。
- 回顧期內，「企業服務」（「B2B」）業務產生的營業額達到人民幣25億元，超逾B2B去年全年的營業額。
- 截至二零一八年六月底，歐尚已推出270個「歐尚1分鐘」無人售貨櫃，集團預期將於二零一八年底推出500個無人售貨櫃。
- 於二零一八年六月三十日，大潤發與蘇寧易購集團股份有限公司（「蘇寧」）簽訂戰略協議，將在大潤發門店的家電部展開深入合作。

(二零一八年八月八日，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) 今日公佈截至二零一八年六月三十日止六個月（「二零一八年上半年」）之年度中期業績。回顧期內，集團營業額達人民幣540.6億元。毛利增長2.7%至人民幣129.22億元；毛利率為23.9%，增加0.6個百分點，反映集團運用規模經濟改善毛利率的能力。期內經營溢利增加0.8%至人民幣19.14億元，每股基本盈利為人民幣0.18元。

於二零一八年上半年，集團以「大潤發」品牌開設11家新綜合性大賣場。截至二零一八年六月三十日，集團在全國共有472家綜合性大賣場，總建築面積（「建築面積」）約為1,270萬平方米，並取得了56個新址開設綜合性大賣場，其中48家在建中。

集團主席張勇先生表示：「我們高興地看到過去半年，高鑫零售取得了良好的成績。更令人振奮

的是，阿里巴巴的新零售基礎設施在高鑫零售數字化升級過程中，已開展多項實質性工作，我相信未來半年會產生顯著的成果。零售不斷在變革升級，我們會繼續探索，為用戶提供更好的產品和服務，為客戶創造更多價值。」

集團首席執行官及執行董事呂德偉先生表示：「我們於二零一七年十一月與阿里巴巴集團建立戰略聯盟，在過去六個月內已推出多個項目，部份項目已初具規模，有望於不久將來蓬勃發展。我們將於未來持續整合線上及線下渠道、改造實體店及開拓多渠道營運模式。」

### 淘鮮達

淘鮮達作為與阿里巴巴集團合作的重點項目，已於今年三月底在兩家門店展開試營，並逐步推廣至其他實體店。截至二零一八年六月底，已有**165**家實體店推出淘鮮達項目，涵蓋全國**17**個省份及直轄市範圍內的**93**座城市。淘鮮達提供生鮮食品服務，為零售商提供線上及線下整合的解決方案，通過數字化經營協助其提高效率。

升級後的門店提供一系列的特色服務，旨在提升顧客的購物體驗。顧客於指定門店周邊三公里內的訂單，可於一小時內配送到家。淘鮮達將傳統的綜合性大賣場模式進行數字化轉型，而項目亦取得初步正面效益。

### B2B 業務增長強勁

於二零一八年六月底，**B2B**產生的營業額達到人民幣**25**億元，超逾該業務於二零一七年全年的營業額。本公司預期**B2B**業務今年的銷售額較去年翻番。於回顧期內，**B2B**業務佔貨品銷售總額逾**4%**。目前，**B2B**的客戶主要來自小雜貨店、食堂及餐廳、批發商與娛樂商等。其註冊會員人數約為**400,000**名，提供**18,000**個品項，其中快速消費品及生鮮食品各佔銷售額的**78%**及**19%**。

歐尚門店於今年一月開展**B2B**業務。**B2B**業務已於二月首次在四家門店推行，並於六月開始拓展至其他門店。於二零一八年六月底，歐尚品牌下已於超過**30**家門店開展**B2B**業務。以該四家試點門店為例，該四家門店之**B2B**業務的銷售額佔其總銷售額的**2.6%**，其中銷售額最高的門店佔逾**4%**。歐尚門店**B2B**業務的推行預期將於今年七月底前完成。

### 分享供應鏈，提供差異化和更優選擇

**與盒馬鮮生聯合採購**—於華東所有門店推出盒馬鮮生自有品牌的生鮮食品，即日鮮及帝皇鮮，涵蓋蔬菜、肉品及海鮮。

此外，未來將聯合採購更多品項的商品，包括海鮮、肉品、烘焙食品、即食食品以及即煮食品。

**天貓下凡**—於二零一八年六月底，上百個天貓暢銷商品已於華東所有門店推出及陳列。天貓下凡供應來自天貓商家的精選暢銷商品。該業務將在下半年於華東以外的門店推出。

**淘寶心選**—於二零一八年六月二十八日，首家「淘寶心選」門店於上海大潤發門店開設。這家面積為**200**平方米的銷售區域提供了經濟實惠的日常生活必需品，從小型家居品、家用香薰、文具到平價服飾一應俱全。淘寶心選將進一步擴大本集團產品的供應及選擇，特別是滿足年輕顧客的需求。

**天貓智能母嬰區**—於「天貓智能母嬰區」（「智能區」），顧客可以有非常多的嬰兒用品選擇。此外，顧客可透過互動資訊設備搜索到更多的選擇。首個智能區已於上海一家大潤發門店先行試點，並計劃於年底前將類似的智能區拓展至更多華東地區的門店。

## 270個「歐尚1分鐘」無人售貨櫃現已推出

截至二零一八年六月底，歐尚已推出270個「歐尚1分鐘」。每組售貨櫃分佈於每家店舖周邊五公里內。每組售貨櫃提供300個至400個品項，主要涵蓋飲品、零食及乳製品。相較於綜合性大賣場，該等售貨櫃可以取得更好的毛利率，此可歸因於同時享受大賣場的進價及對標便利店的售價。截至2018年7月，四分之一的售貨櫃已達到盈虧平衡。集團預期將於二零一八年底前推出500個無人售貨櫃。

## 首家盒小馬開業

盒小馬是由康成投資（中國）有限公司（「大潤發中國」）及阿里巴巴集團出資設立的合資企業，主要於較低線城市開設店舖。盒小馬憑借阿里巴巴集團及大潤發中國豐富的線上線下專業實力，通過連鎖加盟的方式拓展其覆蓋面並供應生鮮及快速消費品產品。首家試點門店已於六月初開業。

## 與蘇寧的戰略合作

於二零一八年六月三十日，大潤發與蘇寧易購集團股份有限公司（「蘇寧」）達成戰略協議，將聯手加強在大潤發門店的家電產品供應，對供應鏈、系統及數據進行整合。大潤發287家門店預計將在「818蘇寧購物節」前完成門店改造，而餘下的大潤發門店也將於九月底前完成改造。電器產品本身更新較快，市場競爭激烈，憑借蘇寧家電運營的專長，有助於集團實體店的家電專區在不久的將來再次煥發活力。

呂德偉先生總結：「展望未來，我們的實體店舖將實踐線上及線下渠道的整合，集團亦將致力促進多業態佈局並拓展線下業務的網點及覆蓋面，讓顧客根據各自的購物場景在線上及線下渠道間自由轉換。此外，我們亦希望通過數字化及智能技術，為顧客提供更好的商品組合，更好地滿足顧客需求，並為他們提供廣泛的『實體數字化』購物體驗。」

- 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。截至二零一八年六月三十日，集團在全國29個省市自治區內228個城市共擁有472間門店，總建築面積約為1,270萬平方米。高鑫零售借助國內超過200個城市逾450多間實體店加強其B2B及O2O業務。

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。阿里巴巴為策略聯盟成員之一，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同時擁有多渠道、多業態以及O2O及B2B業務的新零售典範。

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