

# SUN ART

Retail Group Limited

Stock code: 6808

## 全面推进 中国实体数字化发展

2018年度业绩公告





**发言人**



**业务回顾**



**经营环境**



**财务回顾**



**业务策略**



**问答**

# 发言人



吕德伟

执行董事兼首席执行官



黄明端

大润发中国区主席



邵斯

首席财务官



徐盛育

大润发中国区首席财务官

## 业务回顾



# 业务回顾 - 实体店

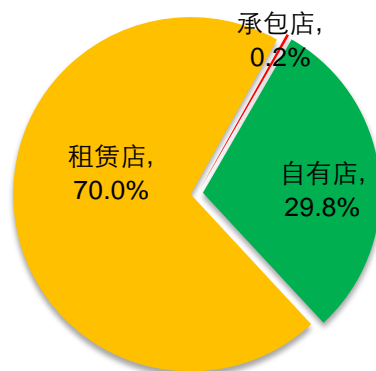
2018年新增开店数24家  
截至2018年12月31日, 共计484家综合性大卖场和超市



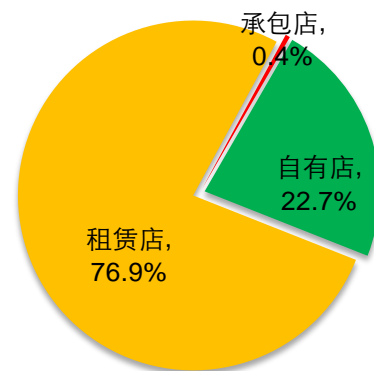
- 遍布**233**座城市, 覆盖**29**个省、自治区及直辖市
- 已储备**55**个地点开设综合性大卖场, 其中**37**家在建

地区	综合大卖场数目 (截至2018年12月31日)		总建筑面积 (平方米) (截至2018年12月31日)			
					总计	
华东	51	139	190	2,067,785	3,357,185	5,424,970
华北	5	46	51	151,064	1,137,050	1,288,114
东北	1	51	52	32,033	1,413,972	1,446,005
华南	5	84	89	124,523	2,047,350	2,171,873
华中	10	66	76	293,766	1,642,455	1,936,221
华西	5	21	26	223,839	495,920	719,759
总计	77	407	484	2,893,010	10,093,932	12,986,942

按总建筑面积分布



按店数分布



# 业务回顾

## 门店数字化改造

- 于2018年3月淘鲜达开始在两家门店试点，到2018年年底，淘鲜达已在所有高鑫门店上线
- 商品品项数 (SKU数): 约13000个商品，包括生鲜、快消品及日用百货类商品
- 2018年底，B2C店日均订单500单
- 透过淘鲜达项目，对实体零售进行数字化改造，实现线上线下会员、支付、库存、营销、物流以及供应链一体化
- 通过技术及数据的驱动，提高实体店的效率，同时可以获得更清晰的顾客画像，为未来个性化的、精准的营销打下基础

# 业务回顾

## 重构大卖场

- 功能重构：
  - 不只满足线下客户需求, 也要满足线上客户需求, 还有B端客户需求
  - 做为前置仓
  - 提升卖场坪米效, 充分利用卖场空间, 提升卖场生产力
- 品类重构
  - 目标: 成为每一个品类的专家
  - 专业的品类交给品类专家来做 (例如, 家电交由苏宁来做)
  - 纺品、生活百货: 走高性价比品牌的路线
  - 聚焦在生鲜及快消品领域, 希望能成为食品零售专家
- 希望重构后, 提升大卖场魅力, 让顾客重回大卖场

# 业务回顾

## 多业态多渠道发展

### ● 盒小马：

- 第一家盒小马于2018年6月开业，截至2018年底，共有9家盒小马开业
- 结合阿里的流量和技术，高鑫零售的供应链和门店管理
- 通过线上线下平台一体化，新模式提供线上订单到家服务，增加盒小马门店的营运效率及本地竞争力

### ● 盒马鲜生：

- 阿里和大润发成立合资公司，首店已于2018年9月28日在海南省海口市开业
- 销售面积约4000平方米
- 线上订单接近50%
- 2019年1月8日，第二家盒马于大连开业



# 业务回顾

## 家电的变革

- 2018年6-8月，苏宁易购完成对大润发全国约400家门店的升级改造，在“双十一”前完成对欧尚70余家门店的全面进驻
- 自2018年6月起，苏宁开始陆续改造门店。截至2018年年底，改造后门店的家电部门业绩已取得正增长
- 未来，双方将进一步融合，实现销售规模增长是可以预期的

## B2B 业务

- 2018年8月底，B2B业务也已在所有欧尚门店推出
- 2018年B2B业绩较2017年翻一番，并已实现小盈
- B2B业务目前注册用户逾48万，客单价逾人民币1100元

# 业务回顾

## 高鑫旗下双品牌进一步整合

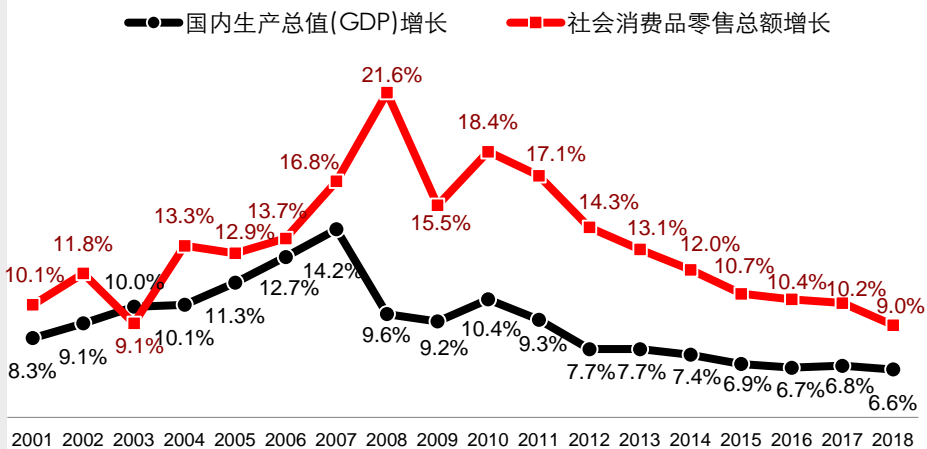
- 于2018年12月，大润发及欧尚成立联合总部，节约重叠成本，提升沟通和运营效率
- 总部成本预期可逐年降低
- 欧尚旗下门店IT系统全面升级，两个品牌供应链共享
- 欧尚的毛利率可逐步拉齐至大润发水平
- 2019年将启动9家门店购物中心和商店街改造升级工作，带给顾客全新的消费升级体验

## 经营环境

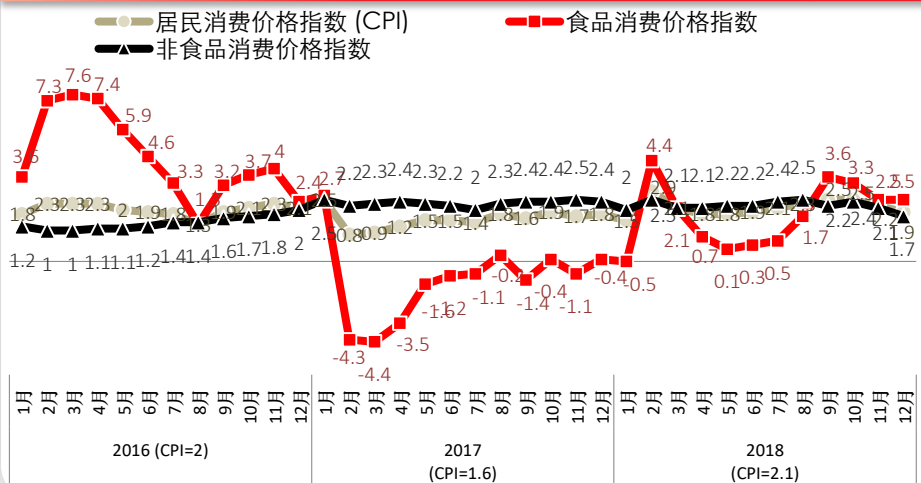


# 经营环境

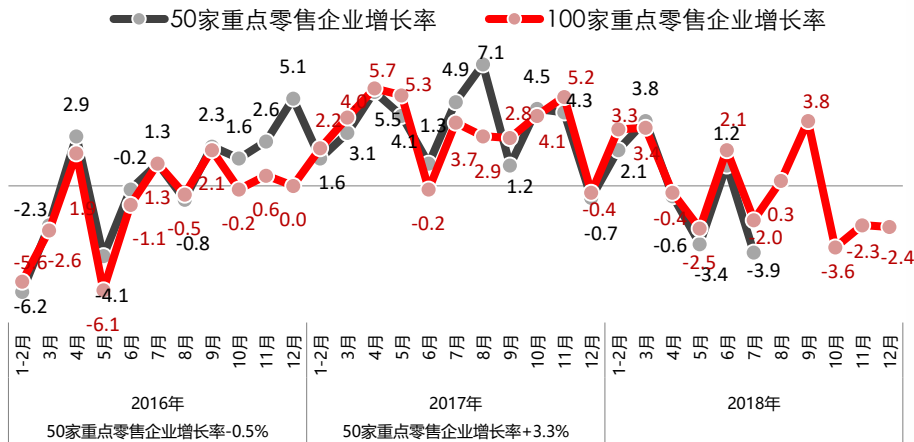
(1) 国内生产总值(GDP)增长率及社会消费品零售总额增长率



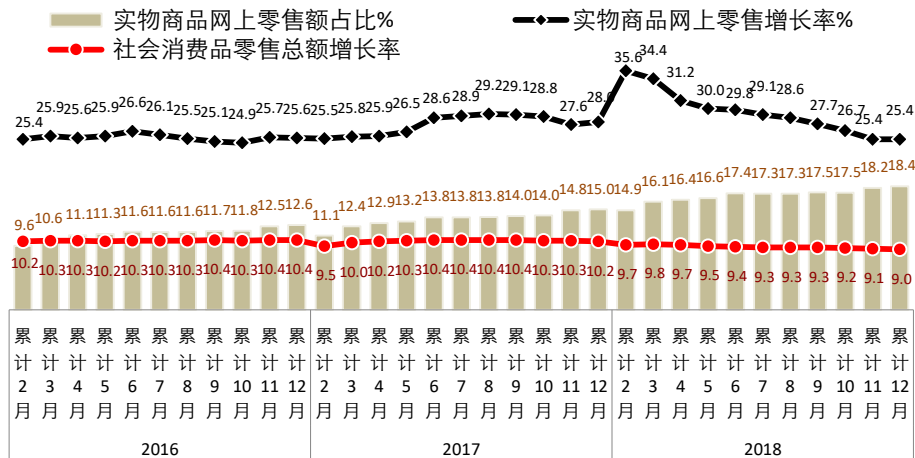
(2) 2018年居民消费价格指数(CPI)同比增长2.1% (食品CPI增长1.8%, 非食品CPI增长2.2%)



(3) 百强重点零售企业增长下行



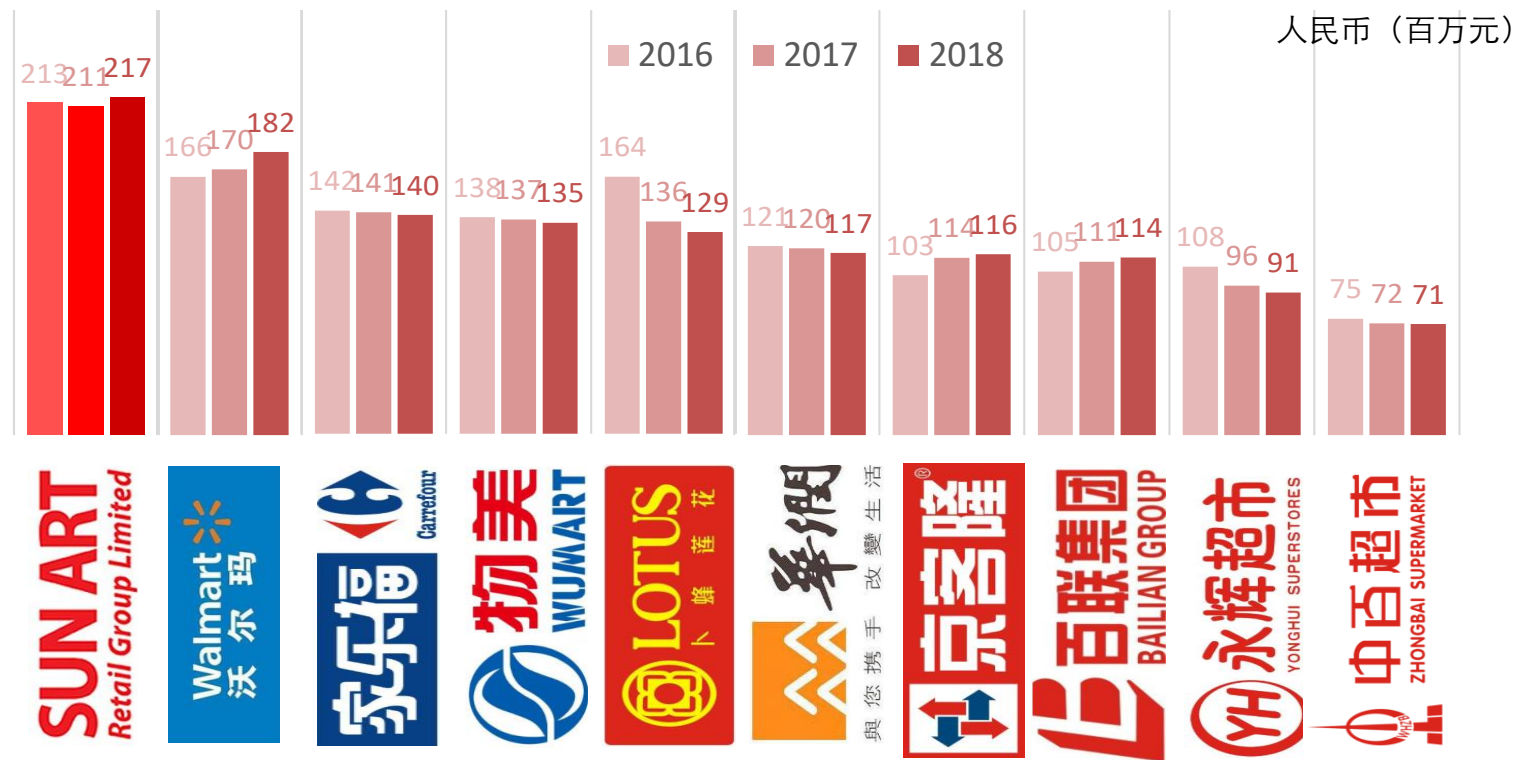
(4) 2018年实物商品网上零售额增长25.4%, 占社会消费品零售总额的比重为18.4%



数据源：图表(1)、(2)、(4)来自中国国家统计局；图表(3)来自中华全国信息中心

# 经营环境

## 2016年-2018年大卖场行业单店平均销售额(未税)

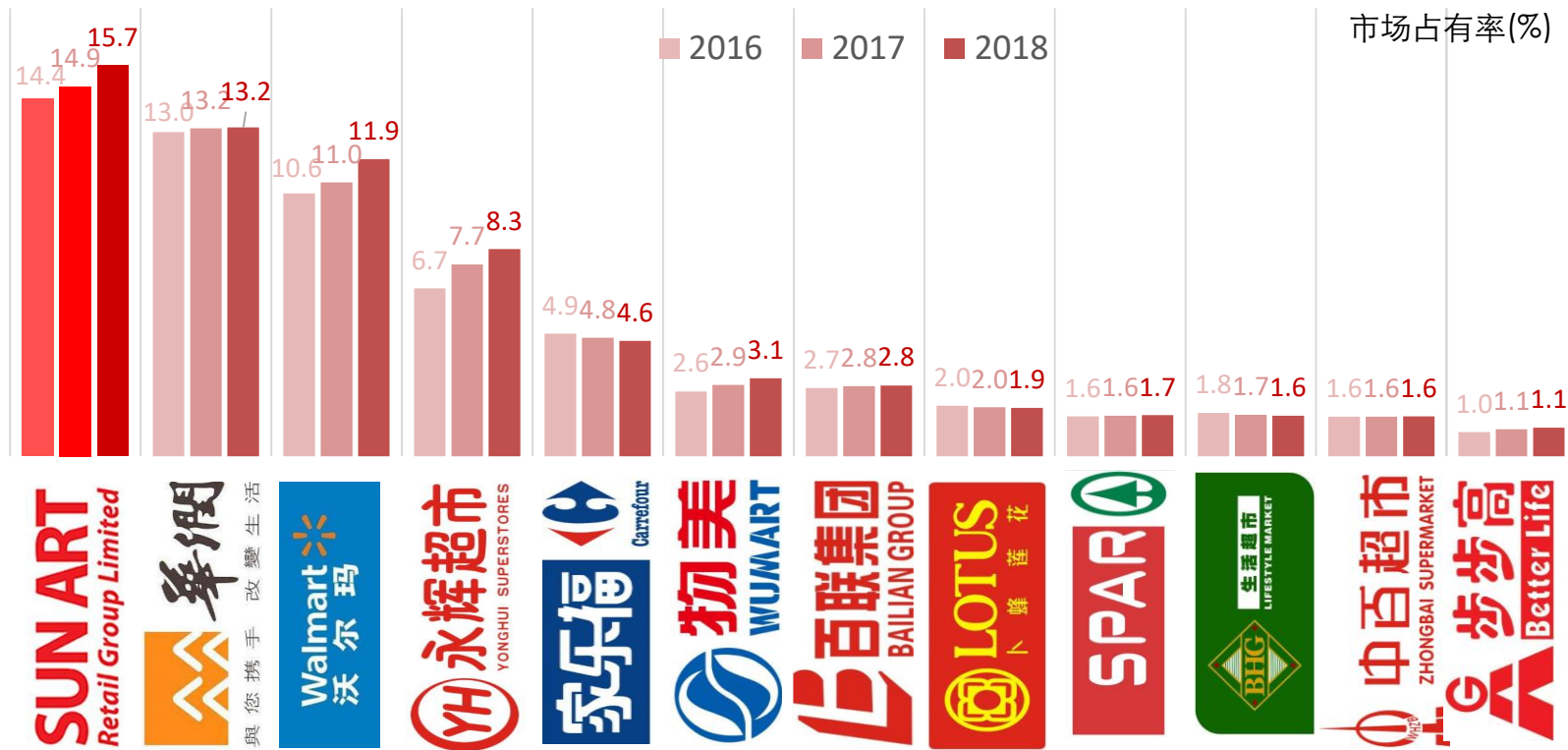


资料来源: 欧睿信息咨询公司

- (1) 2016年、2017年所有数据为实际结果, 2018年数字根据2018年上半年实际结果预估
- (2) 欧睿对于大卖场的定义是销售空间大于2,500平方米, 主要售卖食品和非食品商品的连锁或独立零售店
- (3) 在欧睿的大卖场数据中: 沃尔玛包括沃尔玛(中国)投资有限公司及好又多超市连锁公司; 百联集团包括联华超市股份有限公司和华联吉买盛购物中心有限公司。
- (4) 备注: 本图表仅列出排名前13位的大卖场单店销售额

# 经营环境

## 2016年 - 2018年大卖场行业市场占有率



资料来源: 欧睿信息咨询公司

- (1) 2016年、2017年所有数据为实际结果, 2018年数字根据2018年上半年实际结果预估
- (2) 欧睿对于大卖场的定义是销售空间大于2,500平方米, 主要售卖食品和非食品商品的连锁或独立零售店
- (3) 在欧睿的大卖场数据中: 沃尔玛包括沃尔玛(中国)投资有限公司及好又多超市连锁公司; 百联集团包括联华超市股份有限公司和华联吉买盛购物中心有限公司。

## 财务回顾



# 财务概览

人民币(百万元)	2018	2017	变动
总销售营收 <sup>(1)</sup>	101,315	102,320	-1.0%
收入	99,359	102,320	-2.9%
同店销售增长率 <sup>(2)(3)</sup>	-1.72%	-0.26%	
毛利	25,119	24,674	1.8%
毛利率	25.3%	24.1%	+ 120 bps
经营溢利 (息税前利润, EBIT)	4,196	4,487	-6.5%
经营溢利率	4.2%	4.4%	- 20 bps
年内溢利	2,818	3,020	-6.7%
溢利率	2.8%	3.0%	- 20 bps
本公司权益股东应占溢利	2,588	2,793	-7.3%
每股盈利 —基本及摊薄(人民币元) <sup>(4)</sup>	0.27	0.29	

(1) 总销售营收包括来自商品销售、代销销售以及租金收入之总款项，不包括增值税

(2) 同店销售增长率：对于截至2018年12月31日开业超过12个月以上的门店，计算方式为比较门店于开业月份至2017年末所得销售额与2018年同期的销售额增长

(3) 截至2018年12月31日，同店销售增长按除去家电之货物销售计算

(4) 截至2017年及2018年12月31日止之每股基本及摊薄盈利乃根据于年内已发行普通股加权平均数9,539,704,700股计算

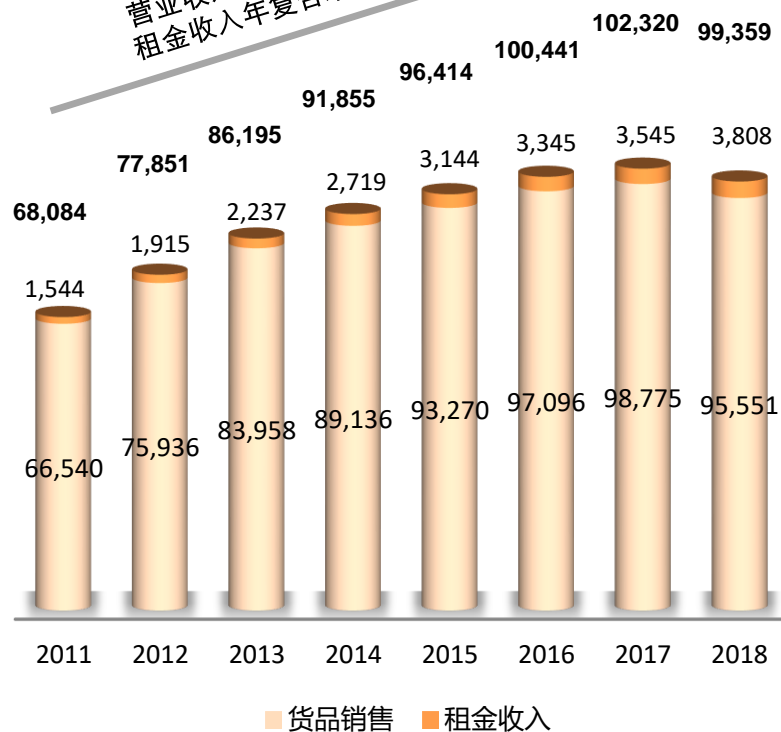


# 财务概览

## 营业收入

人民币 (百万元)

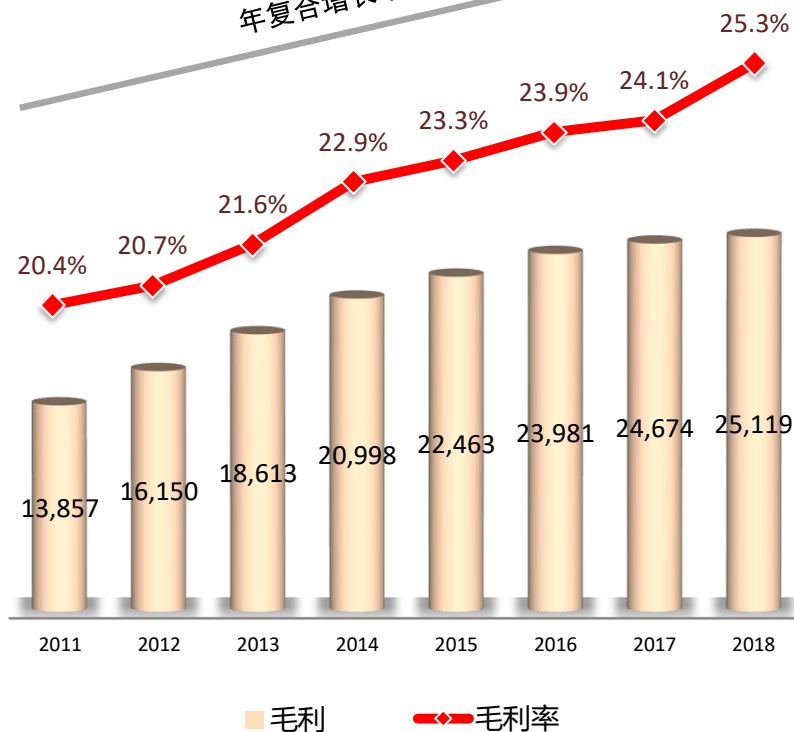
营业收入年复合增长率: 5.5%;  
租金收入年复合增长率: 13.8%



## 毛利及毛利率

人民币 (百万元)

年复合增长率: 8.9%



# 财务概览

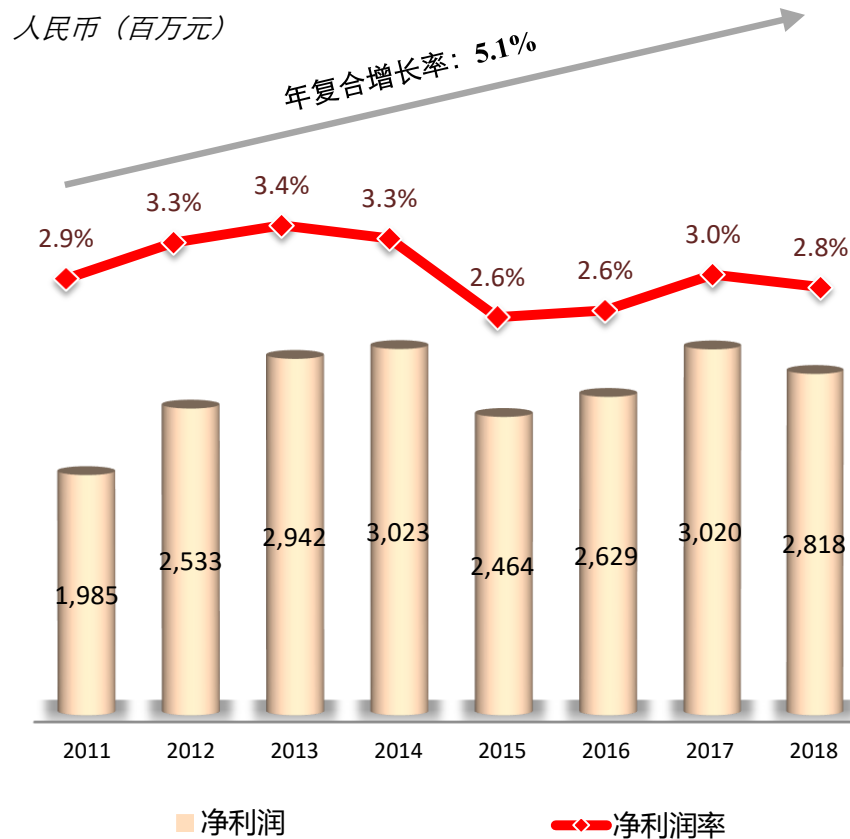
## 经营溢利

人民币 (百万元)



## 溢利<sup>(1)</sup>及溢利率

人民币 (百万元)



# 财务概览

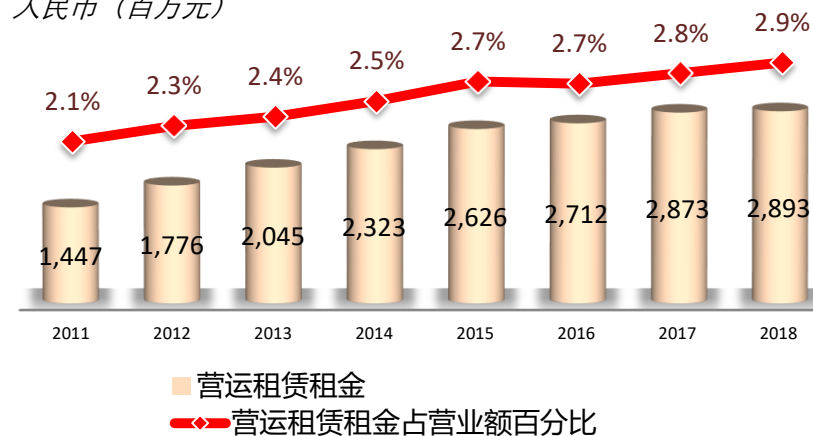
## 费用

人民币 (百万元)



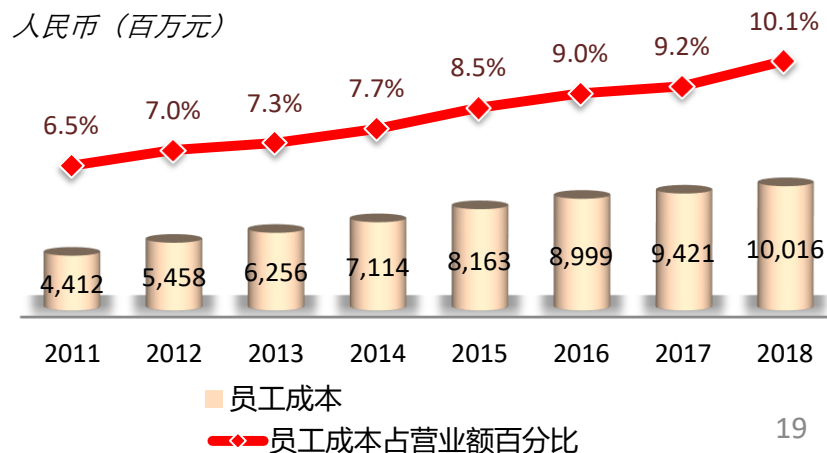
## 经营租约开支

人民币 (百万元)



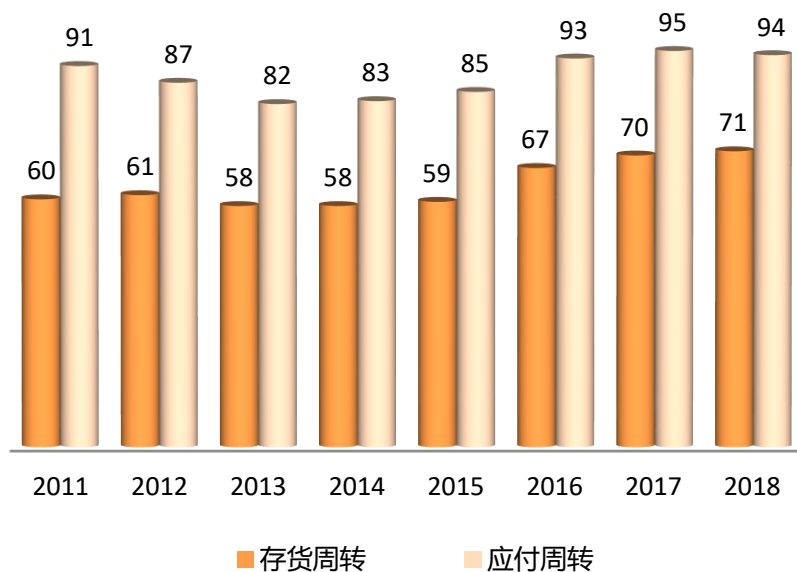
## 员工成本

人民币 (百万元)



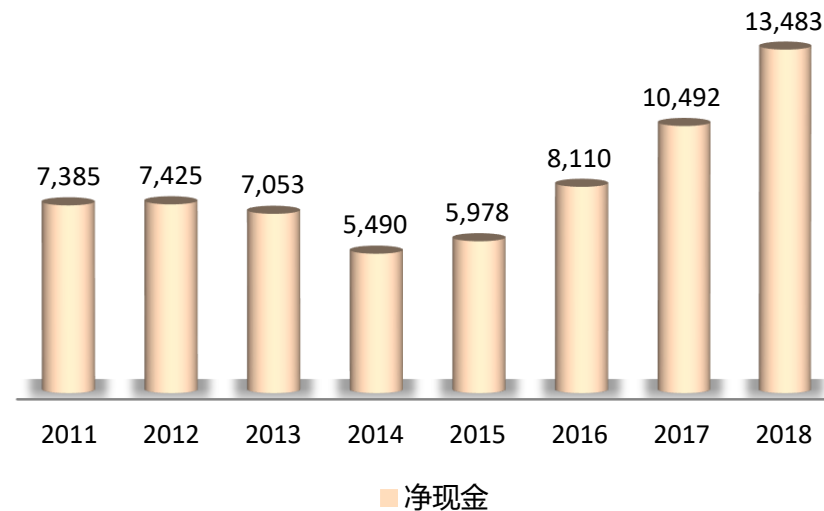
# 资产负债表

## 营运资金天数



## 净现金

人民币 (百万元)



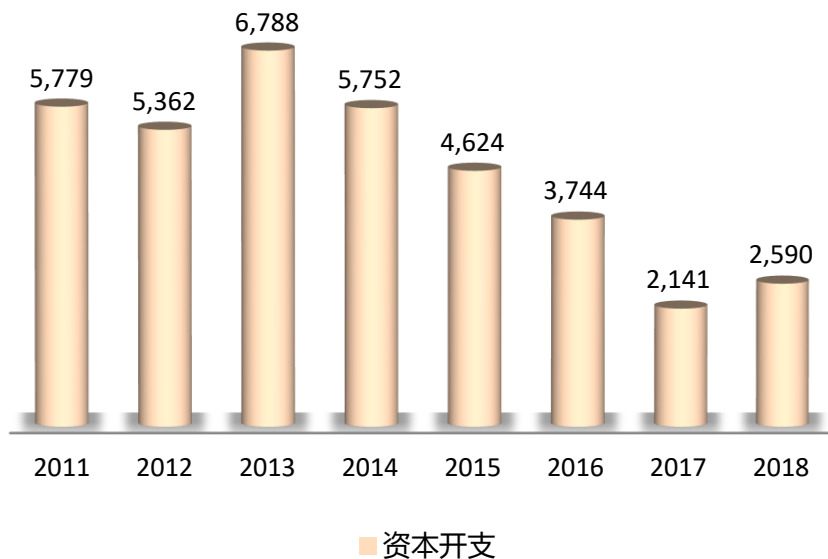
注:

- (1) 2011、2012、2013、2014、2015、2016年、2017年及2018年存货周转天数的计算方式为年/期内平均存货除以年/期内计入损益内的存货成本再乘以365天。
- (2) 2011、2012、2013、2014、2015、2016年、2017年及2018年应付帐款周转天数的计算方式为相关期内贸易应付款项的期初及期末结余的平均数除以计入损益的存货成本再乘以365天。
- (3) 2011、2012、2013、2014、2015、2016年、2017年及2018年应收帐款周转天数的计算方式为相关期内贸易应收款项的期初及期末结余的算术平均数除以营业额再乘以365天。
- (4) 计算方式为现金及现金等价物、投资及定期存款的总和，减去银行贷款及透支。

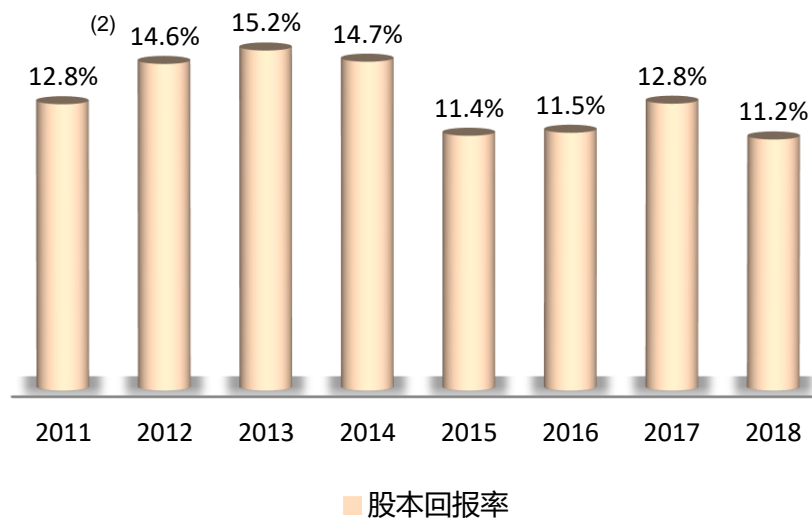
# 投资回报

## 资本开支

人民币 (百万元)



## 净值回报率<sup>(1)</sup>



注:

(1) 股本回报率的计算方式为期内溢利除以截至该期间末的股本总额

(2) 撇除股本首次公开发售的影响, 2011年的净值回报率为25.2%

## 业务策略



# 三个首要，两个必要





# 重塑大卖场



顾客体验



生鲜产品



前置仓



餐厅

独家品牌



cosmia Qilive  
in extenso 怡客



SUN ART  
Retail Group Limited



数据驱动





# 发展新业态

## 盒小马



B2B

盒马鲜生



# O2O





# 后台管理共享

谈判



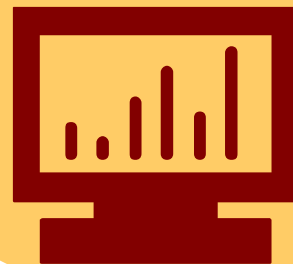
全球联采



财务



咨询



自有品牌

PRIVATE  
LABEL

供应链





# 拥有最好的团队



符合商业挑战  
所需要的领导力



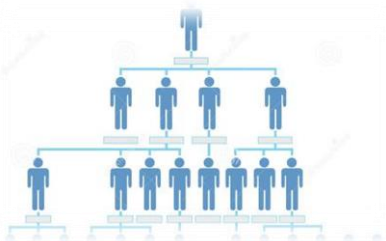
专业



甄选优秀人才



团队储备



完善有效的  
替补架构



加快专业人才  
国际化发展



加快多渠道发展



结果

## 问答

