

[即時發佈]



高鑫零售有限公司公佈截至二零二五年三月三十一日止全年業績

(二零二五年五月二十日，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) 今日公佈截至二零二五年三月三十一日止十二個月之全年業績。

高鑫零售董事長華裕能先生表示：「在零售行業競爭日益激烈的當下，客流是我們發展的根基，更是檢驗價值觀的試金石。打造『天天低價+社區生活中心』模式，結合商品力的提升、優化賣場動線，提升客戶體驗。在做好精益運營、傾聽客戶聲音、重視員工滿意度的同時，運用現代技術和數字化工具，實現成本、效率和服務的平衡。希望全體員工攜手共進，推動公司每天進步，為顧客創造更好的體驗，實現我們的共同目標！」

高鑫零售首席執行官沈輝先生表示：「本財年，高鑫零售線下來客企穩，線上顧客粘性持續提升，業績溫和回暖，整體呈向好趨勢。高鑫零售在商品、價格、效率、門店規劃、人才發展、會員運營等多方面積極佈局，為新財年及未來發展奠定基礎。我們堅守『照顧同仁、服務顧客、精益求精』的初心。我們正在積極變革，提升運營效率，強化商品和服務品質，未來將持續為顧客和員工創造更多價值。」

財務概要

截至二零二五年三月三十一日止十二個月之全年業績：

- **收入**達人民幣715.52億元，較同期減幅為1.4%。剔除供應鏈服務業務收縮對收入影響約1.4%，以及關店業績損失對收入影響約1.6%後，公司的收入較同期增長1.6%。
- **租金收入**達人民幣30.34億元，較上財年同期減少人民幣0.86億元，主要受財年內關閉尾部經營不佳的門店導致出租面積減少，以及部分租戶結構調整帶來的影響。
- **同店銷售**^{附注1}(「SSSG」) 增長率為0.6%。隨著價格競爭力的持續提升和商品的不斷優化，各渠道客單價穩步增長，帶動同店增長。線上營收實現中單位數增長，主要來自於筆單件增加帶來的線上客單價增長。線下來客企穩，線下營收溫和回暖。

附注1：同店銷售不包含供應鏈服務業務。供應鏈服務業務包括淘菜菜及天貓共用庫存業務。

- **毛利**錄得人民幣172.36億元，較同期減少人民幣7.22億元，毛利率為24.1%。集團通過構建針對商圈特性的價格優勢，聚焦質價比，重塑價格競爭力，提升用戶價格心智。未來，集團將繼續秉持讓利於消費者的理念，堅持以低成本反哺機制持續回饋消費者的同時，提升商品力、優化品類組合，以更高性價比的產品與服務深化價值共生的良性生態，提升毛利額。
- **費用及開支**為人民幣169.41億元，較上財年同期減少人民幣34.88億元。報告期內，集團降本增效措施向多維度縱深推進，尤其是總部成本優化，支持低成本策略以抵消了毛利空間收窄的壓力，費用率同比顯著優化，進一步釋放經營效率提升的積極信號。
- 未計及股息預扣稅及稅務支出準備金^{附註2}的影響下，**溢利**為人民幣6.92億元，淨溢利率為1.0%。
- **經營活動產生的現金流量**流入人民幣35.49億元，主要歸因於將上財年到期的未使用預付卡相關的受限資金於本財年內轉為三個月以上的受限定存。若不考慮受限資金變動影響，經營活動產生的現金流量約為人民幣19.67億元。
- **淨現金**約人民幣125.29億元，**受限資金**約人民幣65.72億元。
- 庫存優化，**庫存周轉天數**50天，較上財年同期減少3天。

業務表現及策略

商品與價格：以品質與實惠贏市場

低價好品質策略是集團規模優勢下的核心競爭力之一。本財年，集團重塑價格心智，結合商圈特性，以及靈活快速的市調機制使價格更具競爭力，讓顧客切實感受到實惠。結合全鏈路品控深化，品質與價格是本財年大超收入企穩的基石。

夯實價格心智的同時，集團以生鮮品類為先鋒，並大力發展生鮮「標品化」。趨勢品類和大單品的推進成效顯著。集團積極拓展和優化品類結構，淘汰同質化和低效商品，加快自有品牌的能力建設，特別是「超省」系列，突出性價比和品質，為未來以商品力驅動的增長打基礎。結合優化的商品陳列和場景打造的購物體驗，逐步構建用戶視角下的商品評估體系，提升商品效率，也讓價格力和品質、集團的文化價值觀有了更好的融合。

附註2：詳情請參考本集團於二零二五年二月二十七日發佈的「業務更新」公告。

效率與運營：全方位提升，優化購物體驗

集團在營運、促銷、供應鏈三大關鍵領域協同提升效率。積極推進生鮮商品標品化，其中，蔬果標品率大幅提升。數字化驅動供應鏈效率優化，支持門店人效提升和人力結構的改善，實現全鏈路營採銷的效率提升。在運營過程中，堅持品控管理和品質指標，提升品質的確定性和用戶滿意度。

集團致力於通過商品、品質、價格、服務的全方位提升，實現全渠道的來客數增長。聚焦門店的盈利改善和多業態的穩健發展，探索社區生活中心門店的深度調改，優化商店街的租戶結構，建立並提升顧客的一站式體驗。

門店規劃與人才培養：著眼未來，打造核心競爭力

人才是企業發展的根本。集團重視人才培養與激勵，通過核心人員盤點、幹部儲備、員工培訓等多種方式，打造高效人才體系。結合員工滿意度和文化建設，增強員工的歸屬感和忠誠度。

- 完 -

關於高鑫零售有限公司

高鑫零售是擁有大賣場及多渠道電商業務的中國領先零售商。集團以「大潤發」、「大潤發 Super」、「M 會員店」品牌經營大賣場、中型超市以及會員店業務。截至二零二五年三月三十一日止，集團在全國 29 個省市自治區內 207 個城市共擁有 465 家大賣場、33 家中型超市及七家會員店，總建築面積約為 1,349 萬平方米。集團一直致力於以質價比為基礎，以健康和快樂為客戶價值，為顧客提供新鮮、便宜、舒適、便利，且一次性購足的優質購物體驗，成為生活服務中心和社區的好鄰居，值得消費者信賴的購物代表。

截至二零二五年三月三十一日止，DCP Capital Partners II, L.P. 間接持有本集團已發行股本的 79.16%，成為本集團最終控股股東。

高鑫零售將融合線上及線下的專業能力，探索中國零售行業的發展機遇，成為推動行業創新、引領行業的領先者及零售標杆。

新聞垂詢：

縱橫財經公關顧問有限公司

吳慧怡 +852 2864 4831

何芷晴 +852 2114 4911

sprg_sunart@sprg.com.hk