





SUN ART Retail Group Limited

Stock Code: 6808

高鑫零售有限公司 2013年全年业绩











目录





2









经营环境

SUN ART
Retail Group Limited
Stock Code: 6808



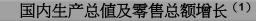


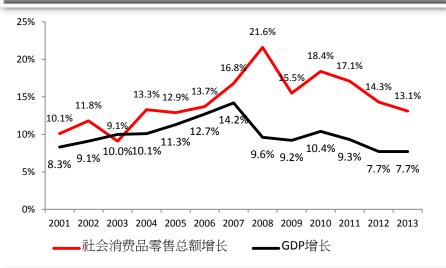




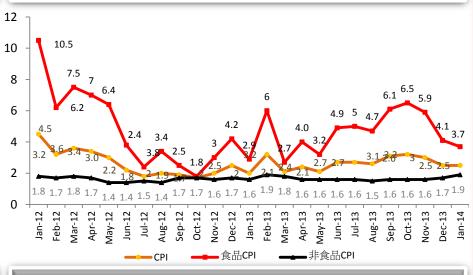


经营环境





消费物价指数: CPI 2.6%, 食品 CPI 4.7% (2)



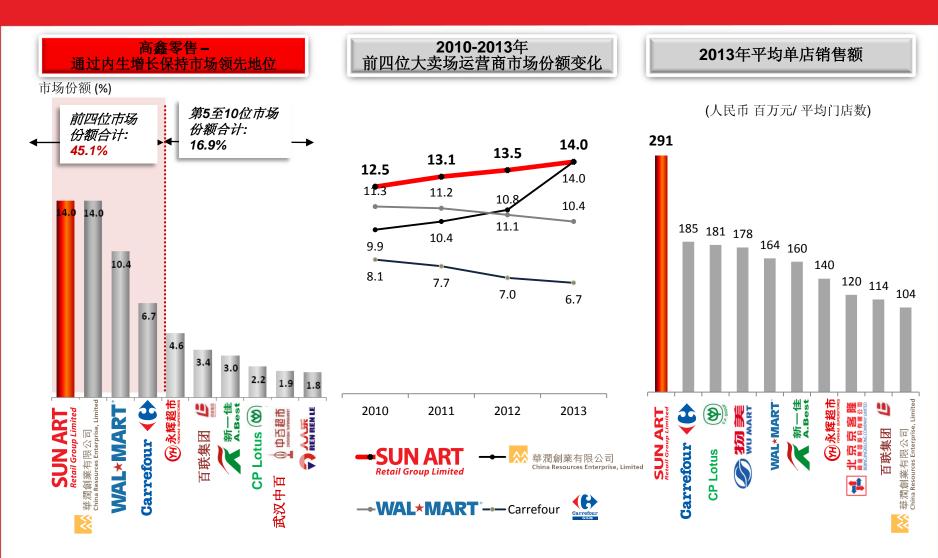
50家大型零售企业销售增长: +9.5% (3)



城镇化进程(4)



中国最大、最具生产力的大卖场运营商





来源: Euromonitor

(1)根据Euromonitor数据, 高鑫零售和华润创业2013年的销售额分别为人民币86,926.3百万元和86,802.5百万元。

(2)以上三张图表的2013年华润创业数据包括华润及Tesco。

(3)根据 Euromonitor数据: 2013年零售额/(2013年年初和年末门店的平均数。)









财务回顾













财务亮点

截至12月31日 (人民币百万)	2013	2012	变化率
营业额	86,195	77,851	10.7%
毛利	18,613	16,150	15.3%
毛利率	21.6%	20.7%	0.9 个百分点
同店销售增长 (1)	2.0%	3.3%	-
经营溢利	4,147	3,518	17.9%
经营溢利率	4.8%	4.5%	0.3 个百分点
期内溢利	2,942	2,533	16.1%
期内溢利率	3.4%	3.3%	0.1个百分点
本公司权益股东应占溢利	2,775	2,409	15.2%
每股盈利 一基本及摊薄(人民币元) (2)	0.29	0.25	-



¹⁾ 同店销售增长:于二零一二年十二月三十一日前开设的店铺的销售增长率,计算方式为比较该等店铺于二零一二年经营期间所得销售额与二零一三年 同期的销售额

²⁾ 截至二零一三年及二零一二年十二月三十一日止年度基本及攤薄每股盈利乃根據年內已發行普通股之加權平均數9,539,704,700股計算。

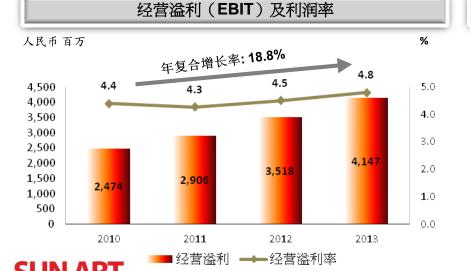
财务亮点

Retail Group Limited

Stock Code: 6808







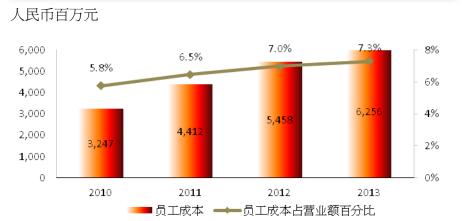


注:(1)表示年度溢利,即包括非控股权益

财务亮点







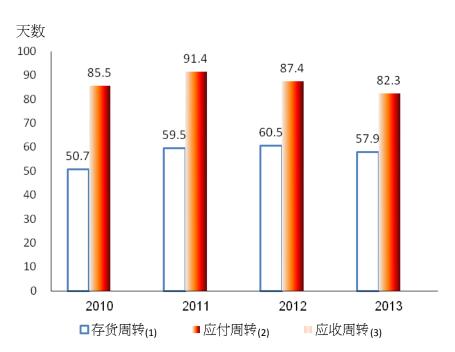
员工成本



资产负债表

稳定的运营资本周转天数

净现金状态





注:

- (1) 存货周转天数的计算是以年度/期内平均存货,除以年度/期内于损益表列支的存货成本,乘以2010年、2011年、2012年、2013年的365天
- (2)应付款项周转天数的计算是以应付贸易的初期及末期结余的平均数,除以相关时期于损益表列支的存货成本,乘以2010年、2011年、2012年、2013年的365天
- (3) 应收款项周转天数对集团而言并不重大。其计算是以应收贸易的初期及末期结余的算术平均数,除以相关时期的营业额,乘以2010年、2011年、2012年、2013年的365天
- (4) 现金及类现金加上投资及定期存款,减去银行借贷及透支



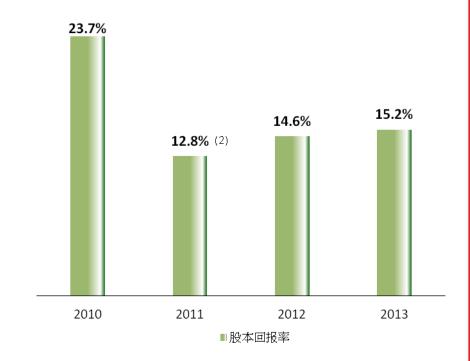
投资回报

资本开支

股本回报率(1)

(人民币百万元)





注:

- (1)股本回报率以期内净利润除以期末权益计算
- (2) 撇除首次公开发行对股本的影响,股本回报率应为25.2%











业务回顾





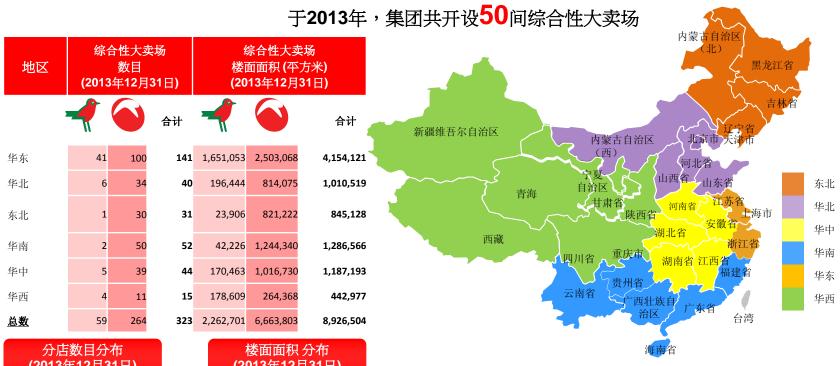




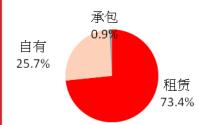




积极的展店







(2013年12月31日)



截至2013年12月31日,集团共有323间大卖场 遍布中国,覆盖26个省份、直辖市和自治区 已物色并确定了160个地点开设综合性大卖场, 其中99家在建中



业务回顾

1

门店优化

- ●完成了对部分门店改造,其中包括对卖场、商店街或地下车库的改建或扩容,为顾客提供更好的购物环境及更多选择。同时部分门店的局部区域也进行了改造和升级。
- ●商店街:在欧尚品牌三家门店尝试新的物业管理模式,实现对顾客和租赁商户服务水平的提升。 大润发品牌亦不断优化全国连锁品牌与地区连锁品牌及当地特色店在商店街的配搭比重。不断 改进商户组合,增加餐饮、娱乐、服务等体验式业态比重,更好的满足客户需求,吸引客流并 获取租金收入的增长。

2

采购与 商品结构优化

- ●继续推进两大品牌的联合采购,年内约40%的采购额来自共同谈判,较上年有进一步提升。
- ●继续从消费者需求出发,及时捕捉消费需求的变化,不断扩充产品线,提升商品差异化。
- ●继续推进自有品牌商品的发展,其中包括以"大拇指"、"大润发"、"欧尚"为品牌的商品,本集团独家销售品牌、自制商品等,其销售额占集团销售约9.8%。
- ●结合实体店的优势,积极创新营销手段,提升购物体验。

3

发展 电子商务业务

- 成立了上海飞牛集达电子商务有限公司(飞牛集达)作为电子商务业务平台之一。
- 飞牛集达已于二零一三年十二月完成了网站 (www.feiniu.com)、商品和物流配送体系的搭建。
- ●截至年底,注册会员已达18.2万,上线自营商品品项数达10万。
- 飞牛集达已于二零一四年一月十六日正式对外运营。



业务回顾

4

供应链管理 优化

- ●伴随门店规模的扩大及配送效率的不断提升,于二零一一年底投入使用的大润发品牌华南和东 北配送中心已实现了盈利。
- ●欧尚品牌华东地区配送中心已启用。

5

營運效率提升

- ●信息系统建设继续从推进流程改进、办公无纸化等方面为营运和办公的效率提升提供更多工具。
- ●继续推进环保节能工作,包括对空调自控系统、冷冻冷藏系统和灯光自控系统的改造和更换LED 节能灯具等,已有效实现该项费用的费率下降。

6

人力資源管理與 培訓優化

- ●集团两大品牌加强了在人力资源管理和培训的交流与合作,开展了更多的共同培训课程
- ●致力于通过培训、流程优化等不断提升生产力,并已获得初步成效,实现了以更精简、高品质的人力做有效的事情的目标,有效的控制了人力成本费率快速上升的趋势。
- ●加强对专业人员的储备,通过与纺织、生鲜技术专业类学校联合办学,培养与业务发展需求对口的专业性人才。

7

社會責任

- 重视承担企业社会责任的一贯性,参加各类慈善组织主办的活动。
- ●积极通过不同形式参与公益事业和环保理念的传播,包括为社区组织娱乐活动、慰问社区内弱势群体、组织慈善募捐等。











经营策略













经营策略



积极拓展优质店, 拉开与竞争对手 差距,保持市场 领先地位



不断优化商品结 构和定价策略



致力于营运效率 的进一步提升, 优化供应链管理



持续推进员工培 训并保持良好的 企业文化



继续推进电子 商务业务的发 展,提升顾客 购物体验

稳占市场领导地位











问答

谢谢!











