



**16** 家新店  
共有**388**家  
大卖场遍布中国



**SUN ART**  
*Retail Group Limited*  
Stock Code : 6808

# 2015年 中期业绩公布



**Auchan** 欧尚

**大润发**  
RT-Mart

**飞牛网**  
feiniu.com

**FIELDS**  
A Taste of Quality

来源: (1) 资料来自欧睿国际

# 內容

- 1 经营环境
- 2 财务回顾
- 3 业务回顾
- 4 业务策略



# 经营环境

**SUN ART**  
Retail Group Limited

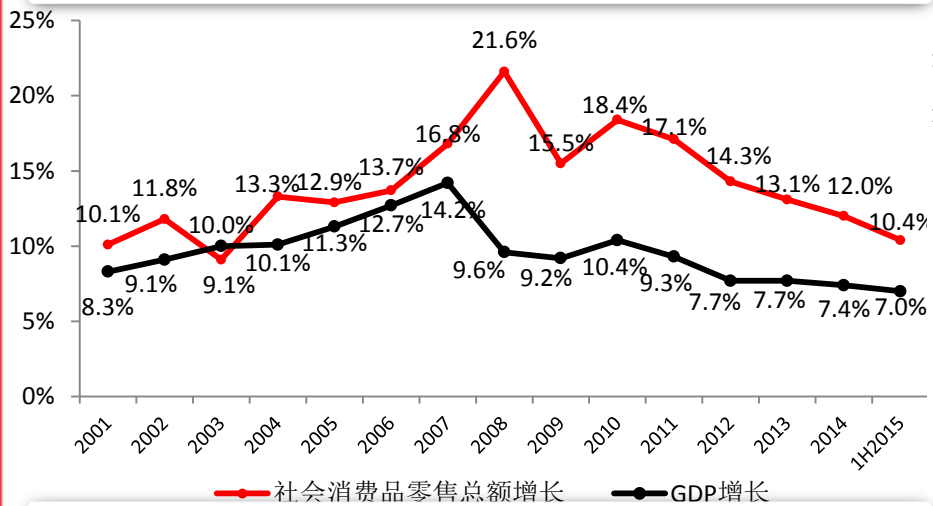
Stock Code : 6808



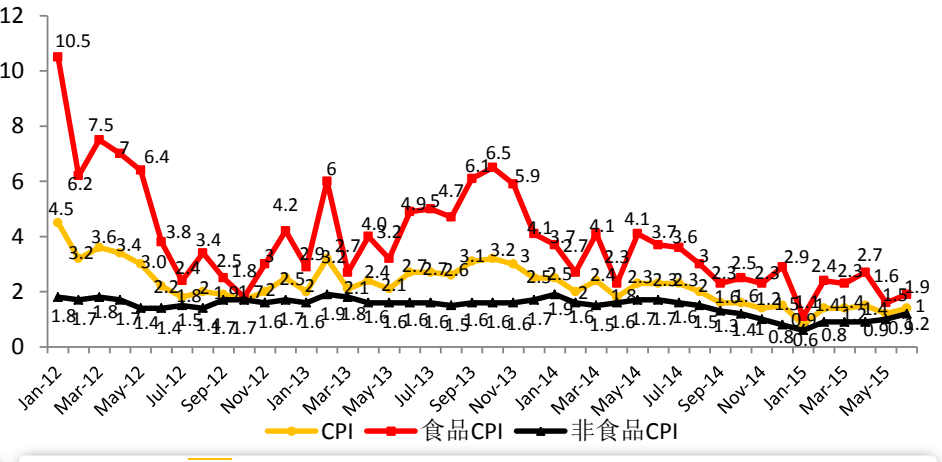


# 经营环境

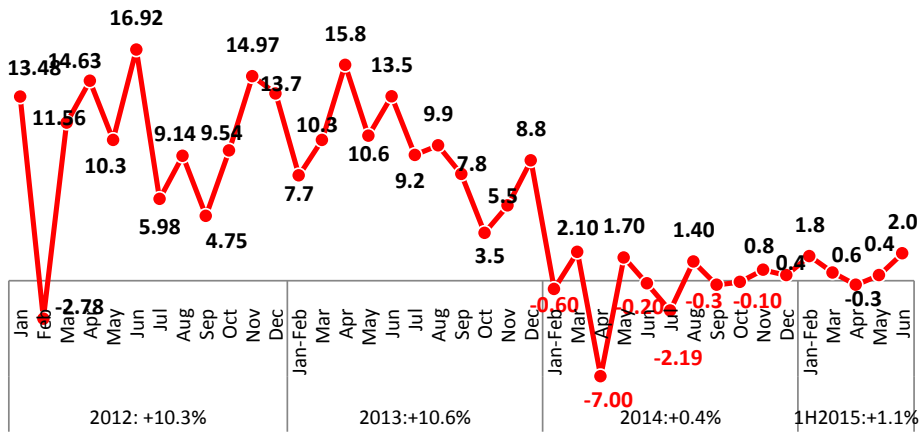
国内生产总值及消费品零售总额增长 (1)



1H2015 居民消费价格指数: 1.3%, 食品价格指数: 2% (2)

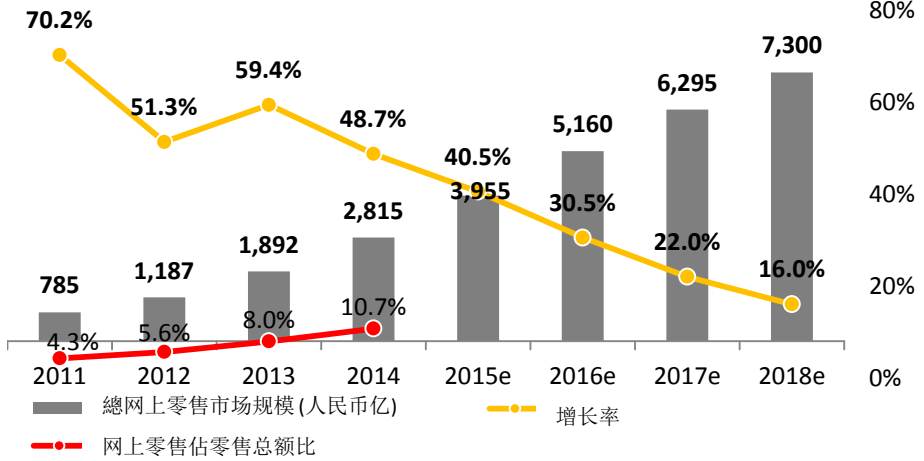


1H2015 50家主要零售企业销售额增长: +1.1% (3)



中国网上购物市场规模 (4)

2015年上半年全国网上零售额16,459亿元，同比增长39.1%



数据源:

4 图表(1)、(2) 来自中国国家统计局; 图表(3) 来自中华全国信息中心; 图表(4)来自艾瑞咨询





# 财务回顾

**SUN ART**  
Retail Group Limited

Stock Code : 6808



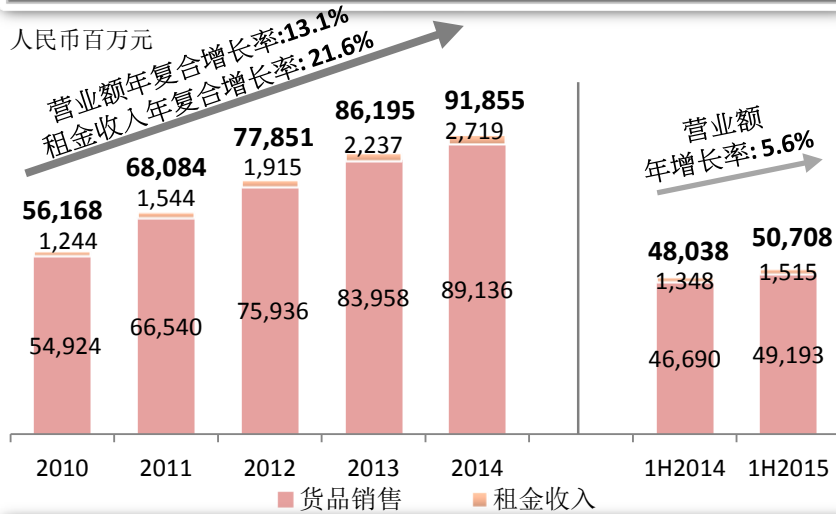
# 财务摘要

截至6月30日 (人民币百万元)	2015	2014	变幅
营业额	50,708	48,038	5.6%
毛利	11,425	10,523	8.6%
毛利率	22.5%	21.9%	0.6百分点
经营溢利 (息税前利润, EBIT)	2,190	2,495	-12.2%
经营溢利率	4.3%	5.2%	-0.9百分点
期内溢利	1,522	1,789	-14.9%
期内溢利率	3.0%	3.7%	-0.7 百分点
本公司权益股东应占溢利	1,476	1,710	-13.7%
每股盈利 — 基本及摊薄 (人民币元) <sup>(1)</sup>	0.15	0.18	-

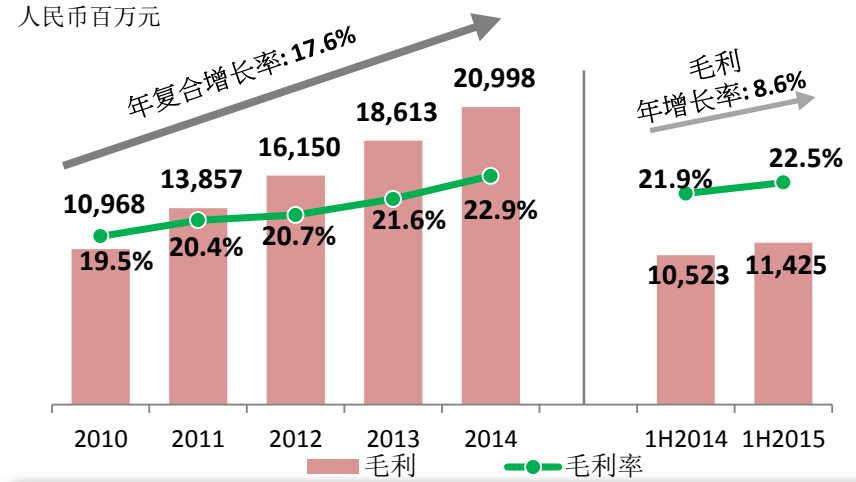
(1) 截至二零一五年六月三十日止及二零一四年六月三十日止三个月基本及摊薄每股盈利乃根据期内已发行普通股之加权平均数9,539,704,700股计算。

# 财务回顾

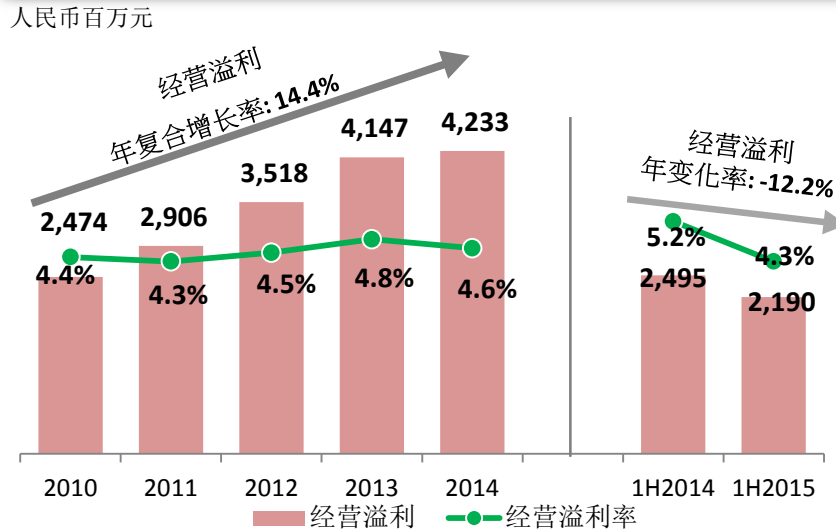
## 营业额



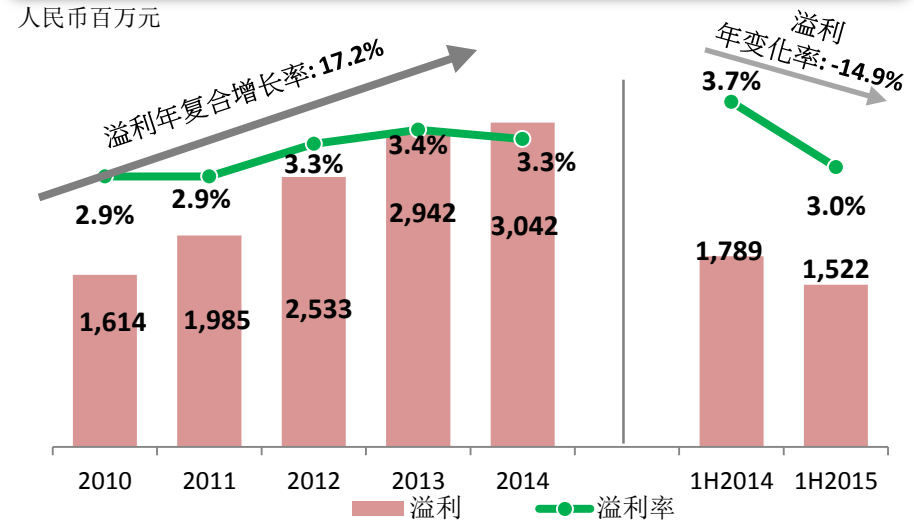
## 毛利及毛利率



## 经营溢利及经营溢利率



## 溢利及溢利率<sup>(1)</sup>



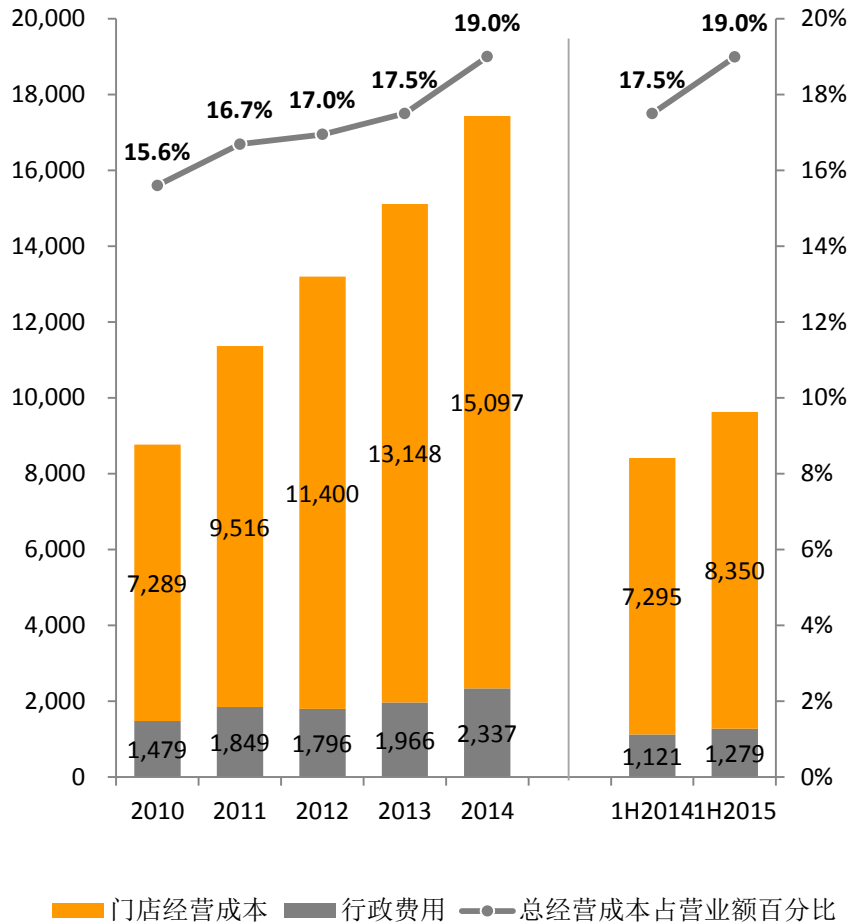
注:

(1) 显示年内期内溢利, 即包括非控股权益

# 经营开支

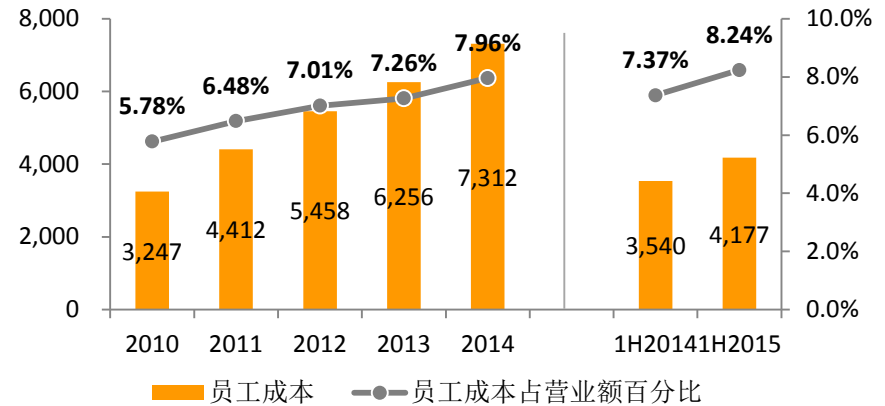
## 总经营成本

人民币百万元



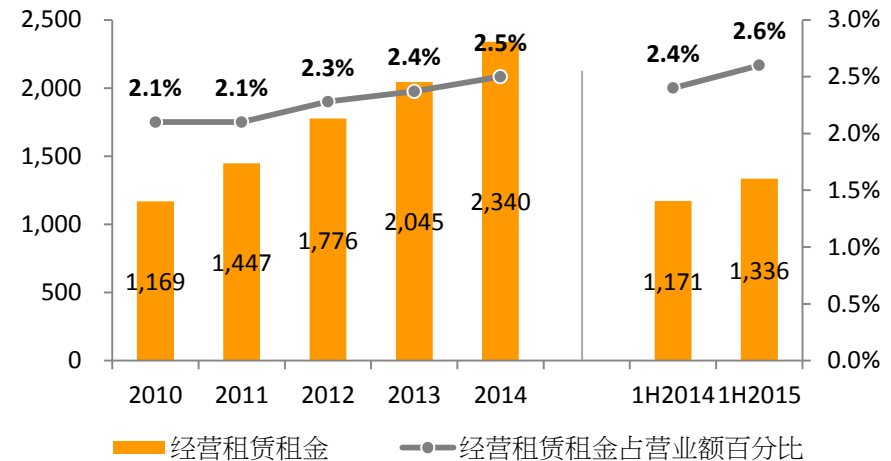
## 员工成本

人民币百万元



## 经营租赁租金

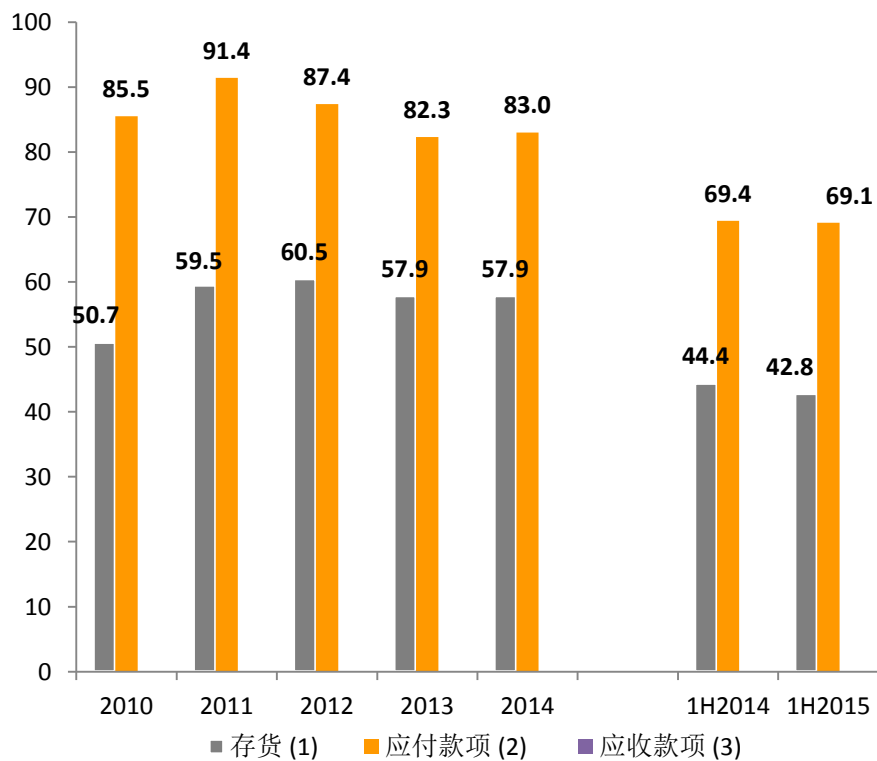
人民币百万元





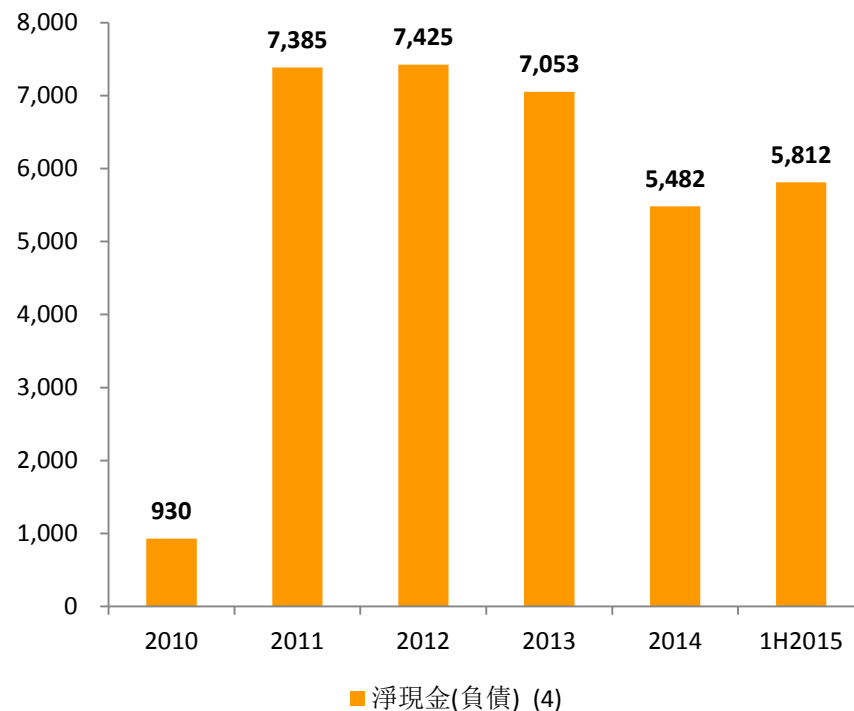
# 资产负债表

## 稳定的营运资金天数



## 淨現金狀況

人民币百万元



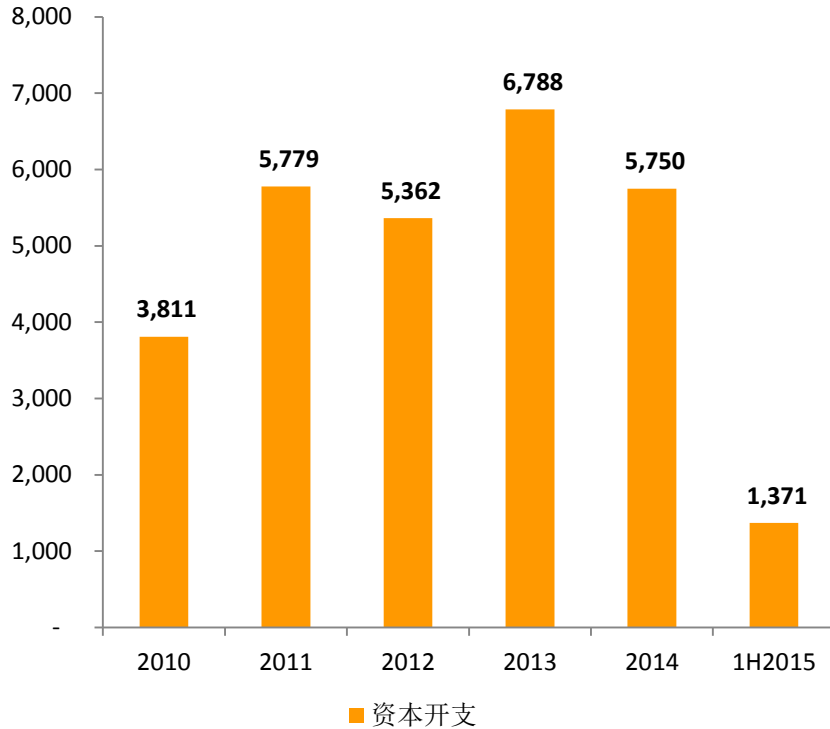
注:

- (1) 2010、2011、2012、2013及2014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) 2010、2011、2012、2013及2014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) 2010、2011、2012、2013及2014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

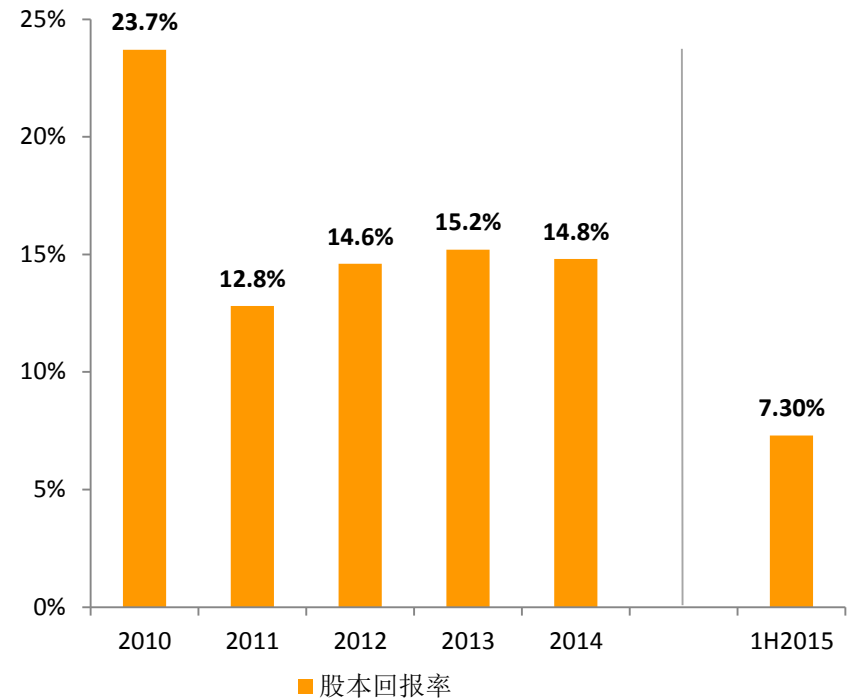
## 资本开支

人民币百万元



## 股本回报率<sup>(1)</sup>

人民币百万元



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年的股本回报率为25.2%



# 业务回顾





**SUN ART**  
Retail Group Limited

Stock Code : 6808



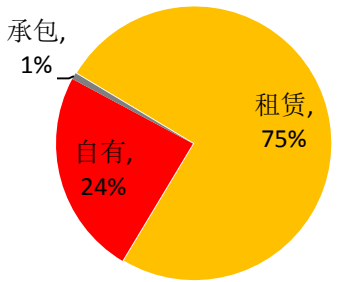
# 业务回顾

## 2015年上半年新开了16家综合性大卖场

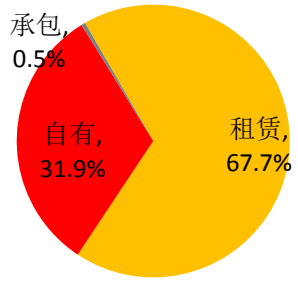
地区	综合性大卖场数目 (2015年6月30日)		综合性大卖场的总建筑面积 (平方米) (2015年6月30日)			
			合计			合计
华东	43	115	158	1,834,683	2,827,545	4,662,228
华北	7	38	45	216,810.8	907,113	1,123,924
东北	2	37	39	56,237	1,014,622	1,070,859
华南	5	66	71	124,523	1,625,136	1,749,659
华中	9	50	59	262,506	1,305,069	1,567,575
华西	4	12	16	178,609	284,518	463,127
合计	70	318	388	2,673,369	7,964,003	10,637,372



门店数目明细  
(2015年6月30日)



总建筑面积明细  
(2015年6月30日)



截至2015年6月30日止，集团在中国共有**388**家大卖场，遍布**27**个省、自治区及直辖市。已确定**146**个地点在未来三年开设综合性大卖场，其中**100**家在建中



# 发展电子商务

## 大事日程表

**2015年3月-5月**

开启**O2O**项目，飞牛网走向全国

**2015年4月**

收购甫田 [www.fieldschina.com](http://www.fieldschina.com)

**2015年6月**

飞牛商城上线

## 推进中项目

**2015年9月**

推出跨境通

门店电子屏项目**O2O**

截至2015年7月，飞牛网共有:

**逾550万** 名注册会员

**逾100万** 名活跃会员

于**2015年7月**当月，移动端订单数占当月订单总数比重达 **64%**

# 业务回顾

## 商店街

- 积极寻找新品牌，增加商店街的潮流品牌、儿童餐品牌以及主题餐饮。
- 策划商店街联合营销活动，既带动租户销售增长，也提升大卖场客流量

## 商圈扩大 措施

- 精耕核心商圈的会员顾客，重新梳理会员信息，保持与会员顾客有效沟通。提促销海报投递效率，增加免费大巴停靠站等
- 为扩大商圈的覆盖范围，积极探索多样化、更入乡随俗的宣传手段
- 配合灵活的价格策略，开展各种与顾客的互动活动，提升门店与顾客的联系

## 革新采购方式， 推动直采

- 推动在蔬菜批发市场对时令商品和和市场上量大价优的商品进行大量采购，并在门店进行临时性促销，刺激顾客购买欲望
- 推动生鲜商品直采，对电商热销品项保持价格竞争力，获得良好增长。
- 推进直接采购，包括海外商品直购，更好的满足高端需求，实现差异化

# 业务回顾

## 把握新需求 调整商品结构

- 根据需求变化，对门店内不同部门的面积进行调整，原属于家电品类的陈列面积600平米调整为大众消费品区域，用于陈列更多进口商品和保健品等。
- 引进更多分类，丰富商品结构，满足现在消费者对商品多样化的需求，如成立面粉专区，迎合当下家庭烘焙的需求等。
- 进行特色商品展，推出“大师傅推荐”和“百年老字号”系列，更好的向顾客推送集团的特色米面点商品。
- 持续推进自有品牌商品的开发，并注重产品设计，推出家居品牌“Actuel”和旅行箱系列“Airport”。自有品牌商以其价格优势和稳定的品质，在促销中获得良好销售增长。

## 丰富的营销手段

- 积极尝试多样化，更精准的营销方式。借势电商的促销气氛，打造实体店的购物节。
- 改变以往的单品促销方式，尝试品类整体促销，折扣力度更大，加深大卖场的折扣定位。

## 优化供应链

- 采取一系列措施提升配送中心效率。
- 欧尚筹备成都地区的区域性配送中心，大润发厦门的区域性配送中心开始运营，南京的区域性配送中心将于2016年投入使用。

## 提升生产力

- 不断在门店推行生产率提升项目，实现平均单店人数下降



# 业务策略

**SUN ART**  
Retail Group Limited

Stock Code : 6808





# 业务策略



提高签约新门店  
的标准，逐步放  
缓新店拓展



继续发展  
电子商务及O2O  
业务



改进采购方式，  
持续优化产品组  
合



进一步提升  
营运效率  
及供应链管理



持续提供员工培  
训及维持  
良好企业文化

发展成为线上线下多渠道零售商