

SUN ART

Retail Group Limited

高鑫零售有限公司

Stock code: 6808

2015年 全年业绩公布



SUN ART Retail Group Limited

实体店

 **Auchan 欧尚**

 **大润发**
RT-Mart



 RH lavia

电子商务

 **飞牛网**
feiniu.com

 **FIELDS**
A Taste of Quality

 **校呵呵**
xiaohehe.org

 **欧尚酒窖**
ines
auchanwines.com

经营环境

财务回顾

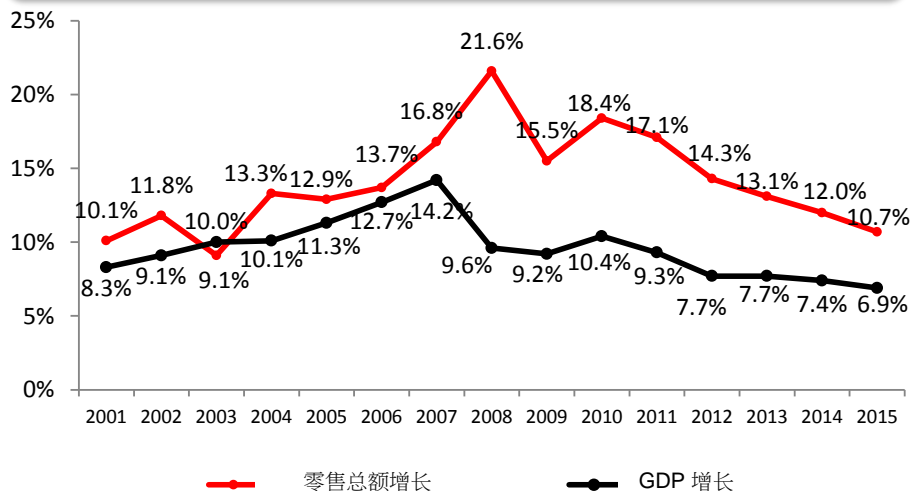
业务回顾

业务策略

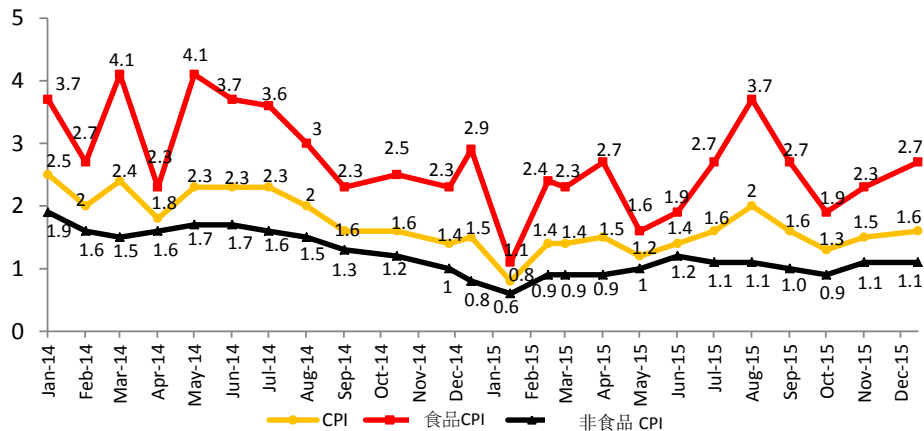


经营环境

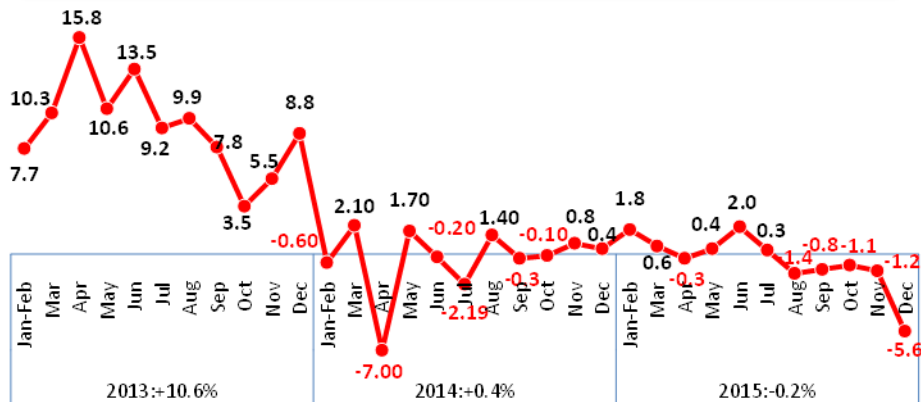
经济增长放缓，零售增长率下降



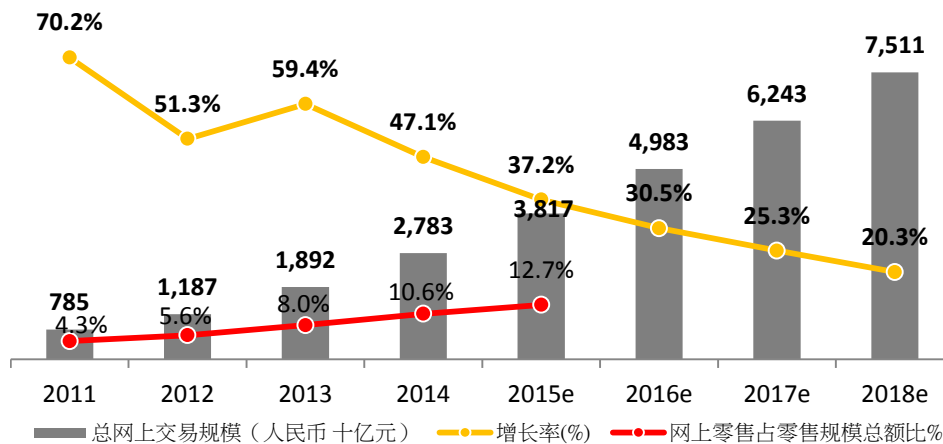
轻微通胀: 2015居民消费价格指数同比增长 1.4%



零售企业销售额下降: 50家重点零售企业销售额下降 0.2%

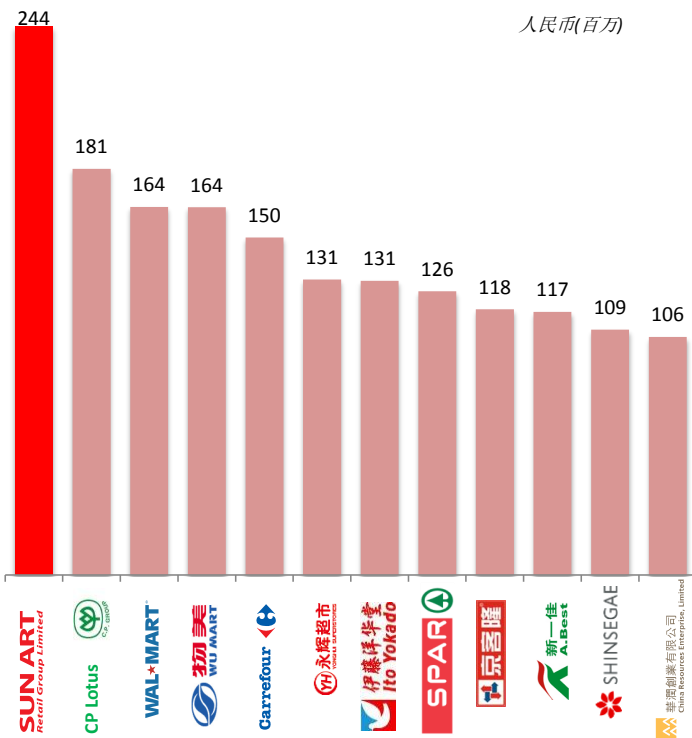


网上购物持续强劲增长37.2%，占总社会消费品零售总额12.7%



中国领先的零售商

大卖场行业平均单店销售额



资料来源: 欧睿信息咨询公司

- (1) 基于欧睿的数值计算: 2015零售额/(2015年初及年尾门店平均数)
- (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、饮品、香烟以及其他家庭用品的零售店

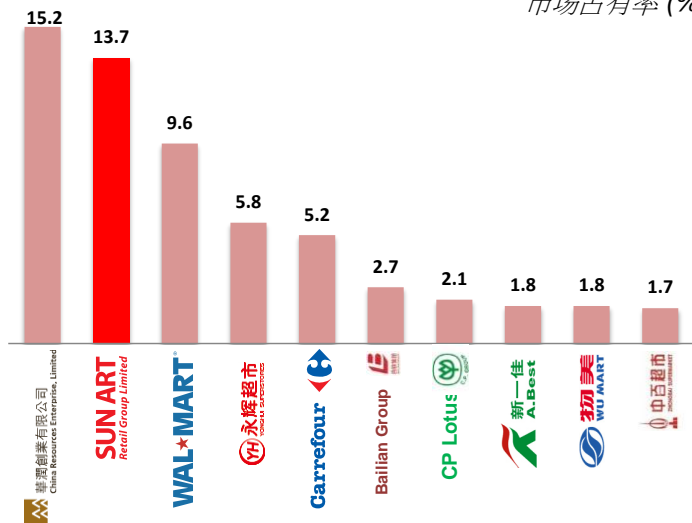
2015年中国前10大零售企业市场占有率

市场占有率 (%)

阿里巴巴集团	6.5
京东商城公司	2.8
华润创业有限公司	1.2
苏宁电器股份有限公司	0.9
国美电器控股有限公司	0.8
沃尔玛公司	0.8
高鑫零售有限公司	0.7
百联集团有限公司	0.5
北京小米科技有限责任公司	0.5
百丽国际控股有限公司	0.3
总数	15.0

2015 大卖场行业市场占有率

市场占有率 (%)



经营环境

财务回顾

业务回顾

业务策略



财务摘要

(人民币 百万元)	2015	2014 (重述)	变动
收入	96,414	91,855	5.0%
同店销售增长 ⁽¹⁾	(3.6%)	(1.6%)	-
毛利	22,463	20,998	7.0%
毛利率	23.3%	22.9%	0.4ppt
经营溢利 (息税前利润, EBIT)	3,575	4,214	(15.2%)
经营溢利率	3.7%	4.6%	(0.9) ppt
年内溢利 ⁽²⁾	2,464	3,023	(18.5%)
溢利率	2.6%	3.3%	(0.7) ppt
本公司权益股东应占溢利	2,443	2,899	(15.7%)
每股盈利	RMB0.26	RMB0.30	-
— 基本及摊薄 (人民币元) ⁽³⁾			

(1) 同店销售: 2014年12月31日前开业之门店销售增长率. 计算方式为比较门店(截至二零一五年十二月三十一日开业超过十二个月以上)于开业月份至二零一四年末所得销售额与二零一五年同期的销售额

(2) 倘若不计入电商及Oney Accord产生的亏损, 则2015年的年内溢利将较2014年下降8.5%

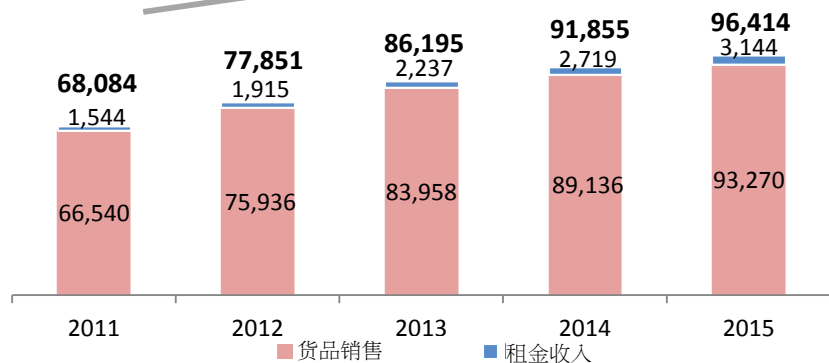
(3) 每股基本及摊薄盈利乃根据于年内已发行普通股加权平均数9,539,704,700股计算

财务摘要

营业额

(人民币百万元)

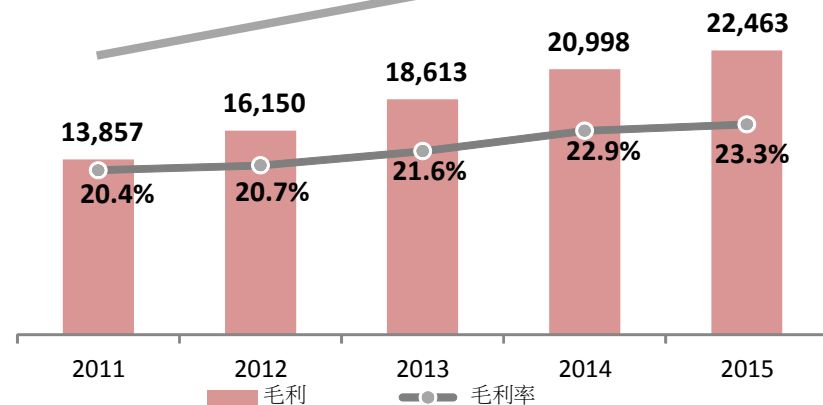
营业额年复合增长率: 9.1%
租金收入年复合增长率: 19.5%



毛利率

(人民币百万元)

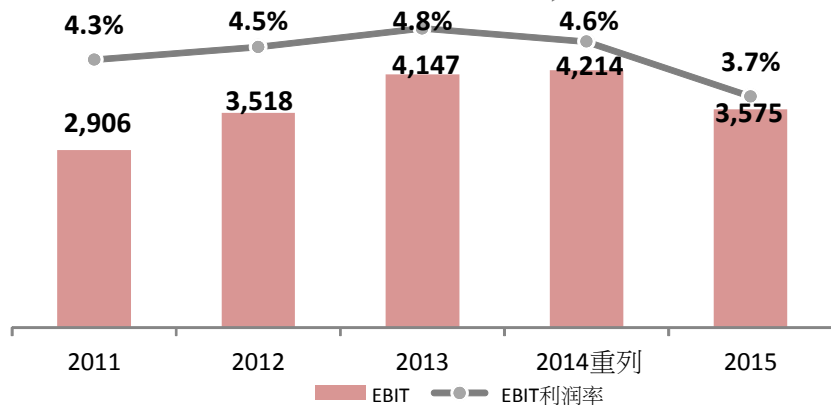
年复合增长率: 12.8%



EBIT及EBIT利润率

(人民币百万元)

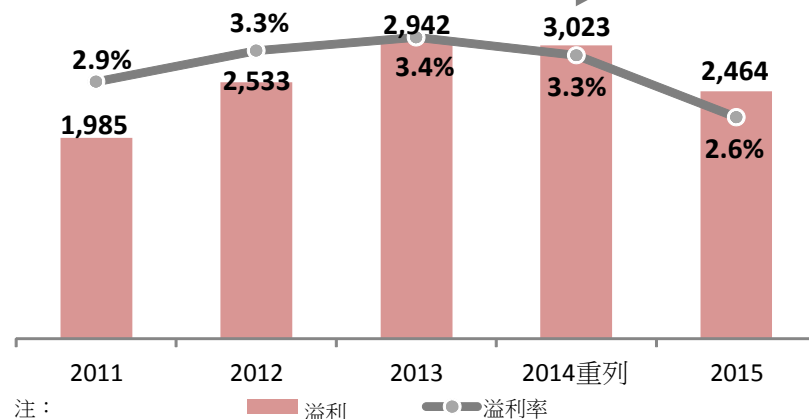
年复合增长率: 5.3%



溢利⁽¹⁾及溢利率

(人民币百万元)

年复合增长率: 5.6%



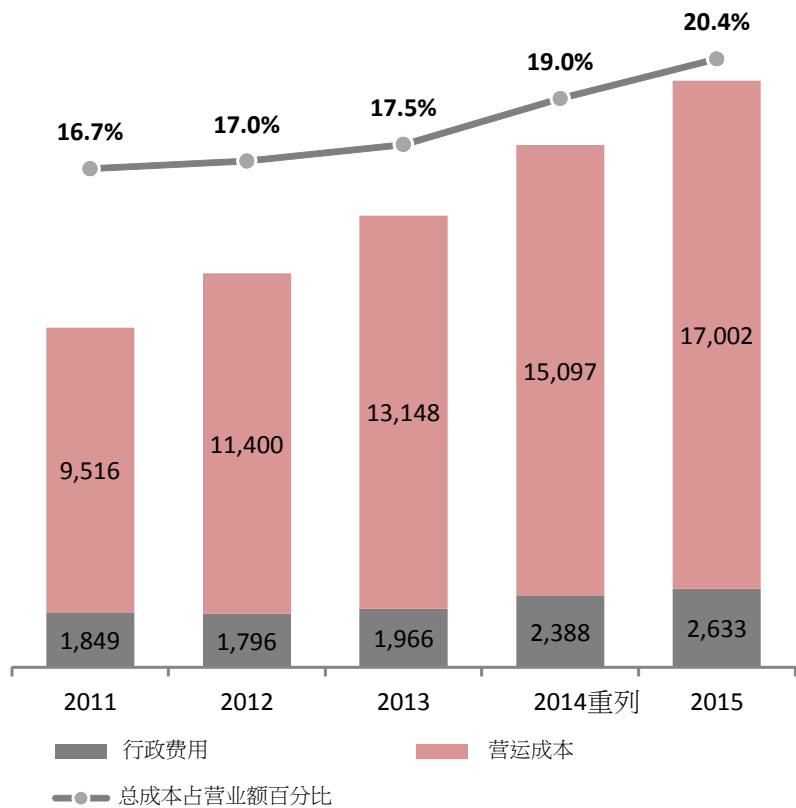
注:

(1) 显示年内溢利, 即包括非控股权益

费用

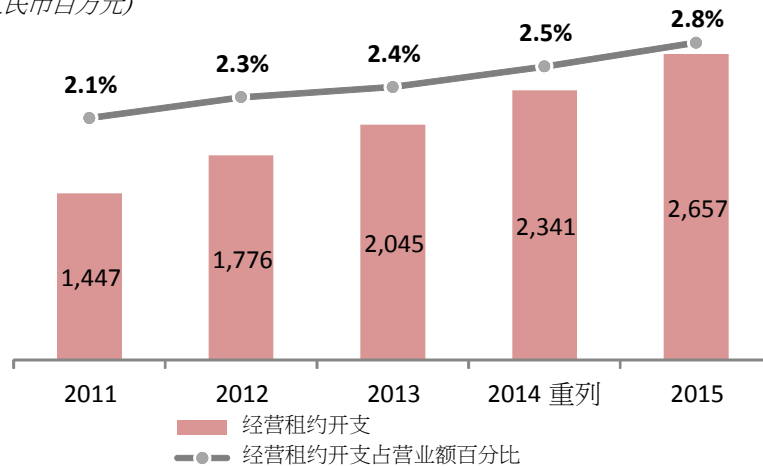
费用

(人民币百万元)



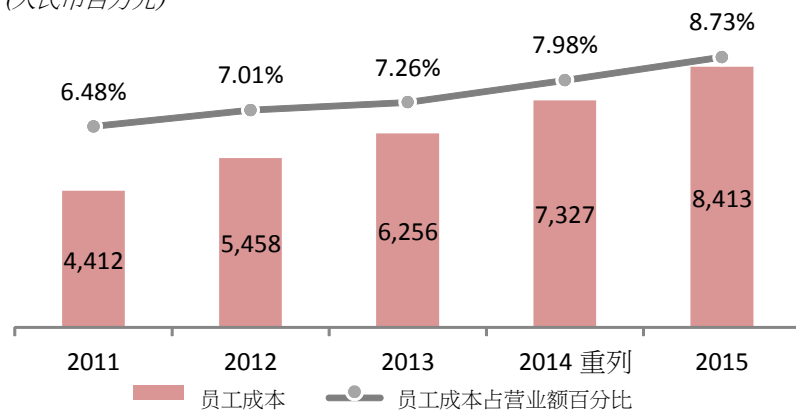
经营租约开支

(人民币百万元)



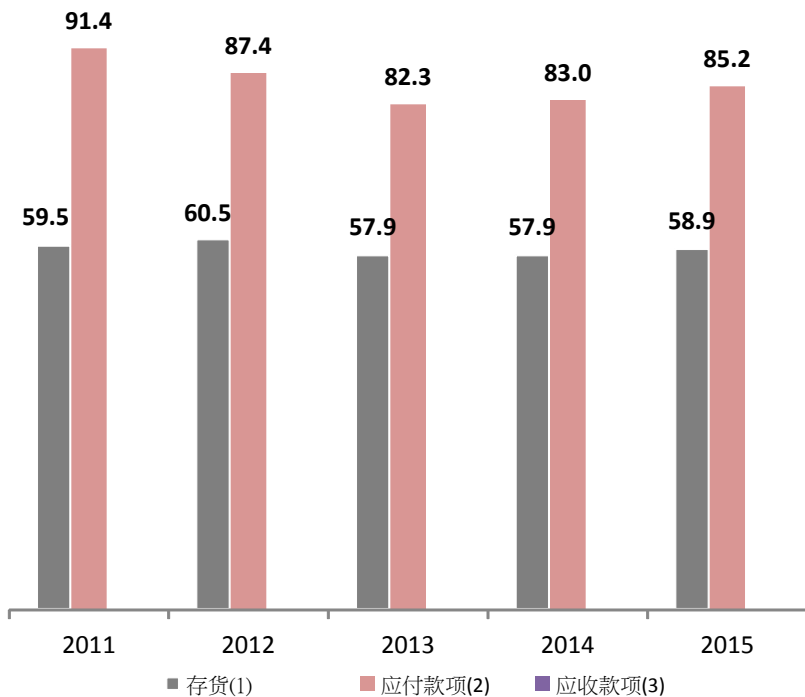
员工成本

(人民币百万元)



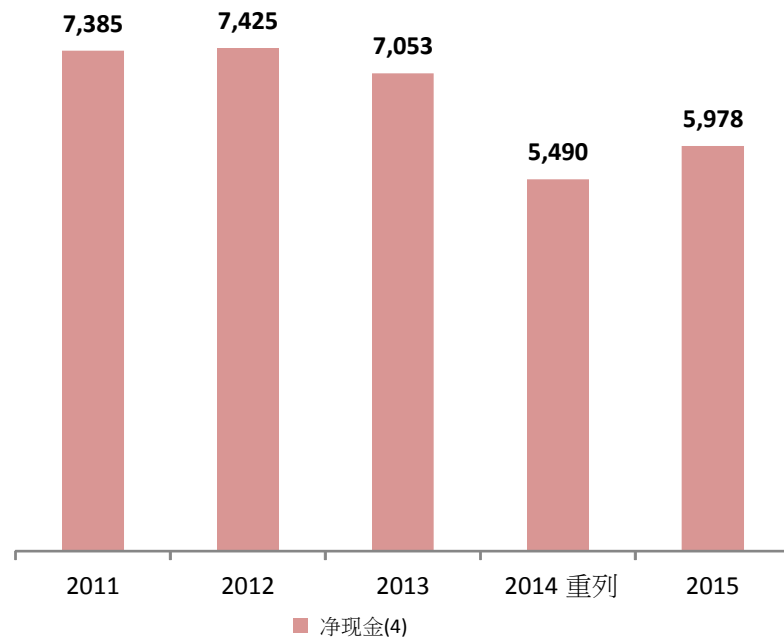
资产负债表

稳定的营运资金天数



净现金状况

(人民币百万元)



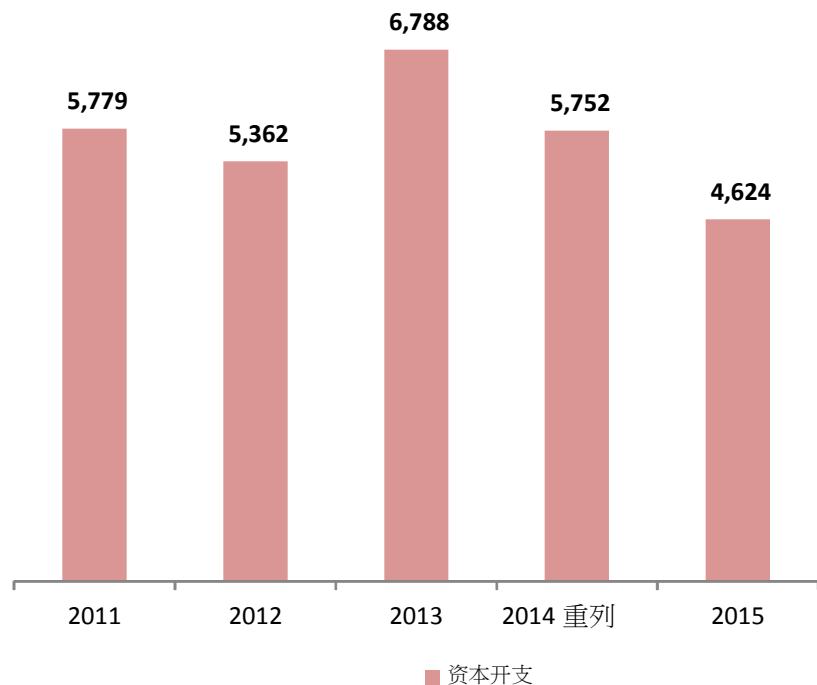
注:

- (1) 2011、2012、2013、2014及2015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及2015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及2015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。

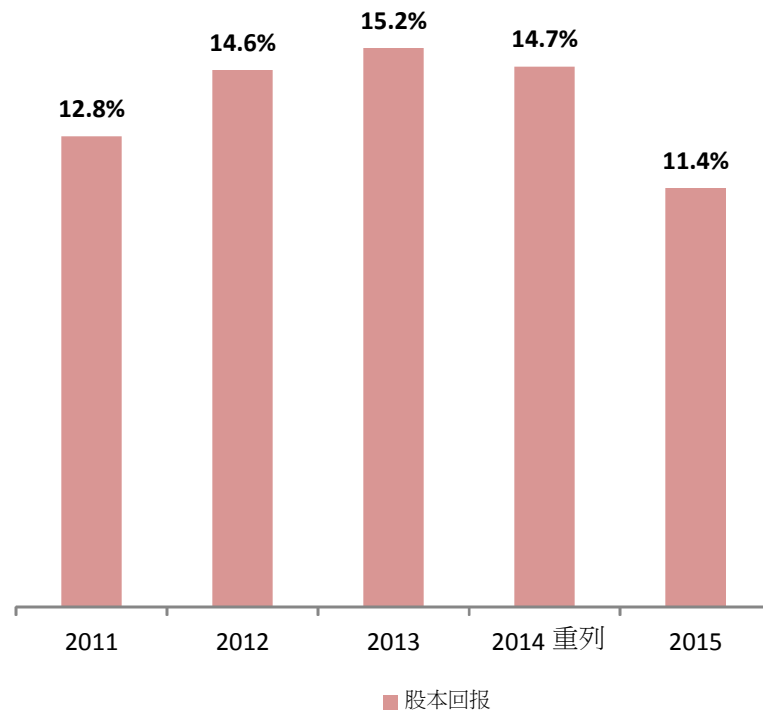
投资回报

资本开支

(人民币百万元)



股本回报率 (1)



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%

经营环境

财务回顾

业务回顾

业务策略



业务回顾 - 实体店业务

综合性大卖场

Auchan 欧尚

大润发 RT-Mart

超级市场



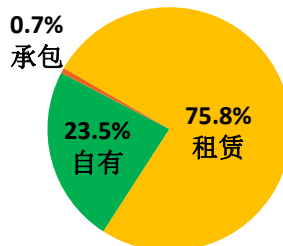
- 截至2015年12月31日止，集团在中国共有**409**家大卖场，遍布**28**个省、自治区及直辖市
- 已确定**117**个地点在未来三年开设综合性大卖场，其中**77**家在建中



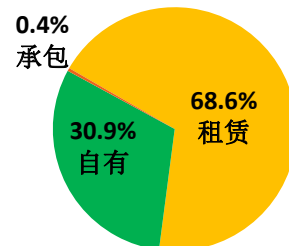
地区 综合大卖场数目 总建筑面积（平方米）

地区	综合大卖场数目		合计	总建筑面积（平方米）		合计
华东	46	122	168	1,892,618	2,972,193	4,864,811
华北	7	38	45	216,811	907,113	1,123,924
东北	2	38	40	56,237	1,039,544	1,095,781
华南	5	69	74	124,523	1,709,578	1,834,101
华中	9	55	64	281,290	1,397,492	1,678,782
华西	5	13	18	220,371	307,498	527,869
合计	74	335	409	2,791,850	8,333,418	11,125,268

门店数目明细



总建筑面积明细



业务回顾 - 电子商务



▪ 2015年3-5月

飞牛网 (www.feiniu.com) 通过大润发门店作为配送中心，实现快速配送到全国范围

▪ 2015年6月

飞牛网 (www.feiniu.com) 推出平台商城，进一步丰富了商品种类，SKU数已超过1百万

▪ 其他投资

2015年4月

甫田网(www.fieldschina.com)，主要在上海地区销售高品质食品的电子商务网站

2015年9月

校呵呵(www.xiaohehe.org)，覆盖大学校园生活的移动O2O平台

2015年9月

欧尚酒窖(www.auchanwines.com)，酒类交易平台

- 截至2016年1月底，拥有注册会员超过**1,100**万人，其中活跃会员人数达**300**万(半年内有消费)
- 于2015年12月当月，移动端订单数占当月订单总数比重达**78%**



业务回顾

商业街: 引入新兴品牌，提升商业街吸引力

- 紧跟新的消费趋势以优化商业街品牌组合，引入当下具吸引力的新业态门店
- 全年在商业街开展双周展示活动，大大增强了对年轻顾客及「有孩家庭」的吸引力

变革生鲜商品的采购模式，逐步对商品结构进行调整

- 积极变革生鲜商品的采购模式，对蔬菜、水果、水产、肉品及熟食原料等品类，由公司进行直接采购，从而更好的管控进价和商品质量
- 筹备水果配送中心，用于对接源头直采的水果
- 着手对不同品类商品在门店内的面积进行调整，调整包括扩充大众消费产品尤其是母婴及进口商品。积极调整销售增长压力大的品类，剔除下降趋势明显的商品引入更受顾客欢迎的新商品
- 进一步推动「欧尚」和「大润发」对供应商的共同采购，金额占进货额比达至**46.6%**
- 持续推进自有品牌商品的开发与销售，已经开发了家居品牌「**Actuel**」，行李箱品牌「**Airport**」，中国美食系列「**荟尚**」和与「**迪斯尼**」品牌共同开发的食品系列。这些商品具备优良的质量和有竞争力的价格，很好的实现了商品差异化

业务回顾

采用新的营销方式，提升对顾客的吸引力

- 在传统的固定促销频率外，加入到电商的大促销中，进一步强化了低价形象
- 积极推广各类节庆类商品，例如西方的万圣节等，使门店更加时尚化
- 在营销方式上更加注重顾客体验和忠诚度培养，例如推出对年轻顾客及「有孩家庭」更有吸引力的积分换购活动

提升物流运营效率，优化供应链体系

- 采取了一系列措施提升物流的运作效率
- 欧尚位于成都的配送中心以及大润发位于厦门的配送中心均开始运营

人力资源

- 截至二零一五年十二月止，集团共拥有**147,086**名员工，其中包括「欧尚」、「大润发」、「飞牛网」、「欧诺」、「莆田网」和「校呵呵」
- 继续推进员工效率提升以更有效控制成本

经营环境

财务回顾

业务回顾

业务策略



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

发展成为线上线下一体化多渠道零售商

谢谢!



Feiniu App



Feiniu H5



Feiniu WeChat



FIELDS APP



FIELDS WeChat



Auchanwines Website



Xiaohehe WeChat



Xiaohehe Website