

SUN ART

Retail Group Limited

股票代码：6808

截至二零二三年九月三十日止六个月 财务业绩公告

让生活更精彩 大润发

免责声明

Potential investors, analysts and shareholders of Sun Art Retail Group Limited (the Company) and other recipients of this document are reminded that this document and any oral discussion made together with this document (the presentation) are provided for your information purposes only and you may not forward, publish, distribute, release or disseminate any part of the presentation directly or indirectly to any other person. This presentation should be read in conjunction with the Results Announcement and is qualified in its entirety by the more detailed information and financial information contained in the Results Announcement.

It is important to note that the contents of the presentation have not been audited or independently verified. Some comments, including comments relating to future events and our expectations about the performance of the Company's business, are based on a number of factors that we cannot accurately predict or control. We do not make, and expressly disclaim, any representations and warranties in respect of any matters contained in the presentation. We cannot provide any assurance that the information contained in the presentation is or will be accurate or complete and so they should not be relied on. From time to time as circumstances change we may update our website and will update the Hong Kong Stock Exchange when relevant to comply with our continuous disclosure obligations.

This presentation is not, and is not intended to be, for publication, distribution, release or dissemination, directly or indirectly, in or into any other jurisdiction which to do so would be restricted, unlawful or a breach of a legal or regulatory requirement.

This presentation does not constitute a public offer for the purposes of any applicable law or an offer to sell or solicitation of any offer to purchase any securities or other financial instruments or any recommendation in respect of such securities or instruments.

By attending or reading this presentation, you will be deemed to have agreed to the terms, obligations and restrictions set out herein.

财务业绩摘要

供应链业务战略性调整、差异化商品力策略落地、营销投入常态化的阶段性综合影响。

截至九月三十日止六个月			
百万元人民币	2021	2022	2023
门店数量	497	498	505
收入 ⁽¹⁾	41,534	40,611	35,768
同店销售增长率 ⁽²⁾	-11.3%	-2.3%	-5.9%
毛利	10,933	10,112	8,889
毛利率	26.3%	24.9%	24.9%
经营溢利 (息税前利润, EBIT)	560	500	19
经营溢利率	1.3%	1.2%	0.1%
期内溢利	112	-87	-378
溢利率	0.3%	-0.2%	-1.1%
本公司权益股东应占溢利	117	-69	-359
每股盈利			
— 基本及摊薄 (人民币元) ⁽³⁾	0.01	-0.01	-0.04

注：本集团已于2019年1月1日初次应用《香港财务报告准则》第16号。

(1) 家电部门自2018年8月起，业务模式从自营转为代销，自此家电产品的销售收入为佣金收入，而非销售总额。

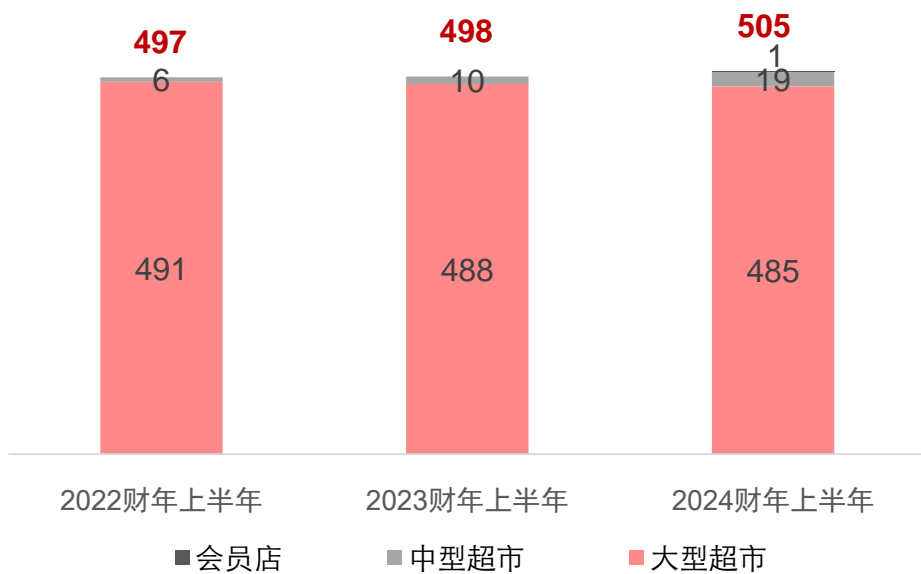
(2) 同店销售增长率：对于截至2023年9月30日开业超过12个月以上的门店。计算方式为比较门店于截至2023年9月30日止12个月经营期间所得销售额与截至2022年9月30日止同期的销售额增长。同店销售增长按去除供应链服务业务（供应链服务业务包含淘菜菜及天猫共享库存）收入计算。

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

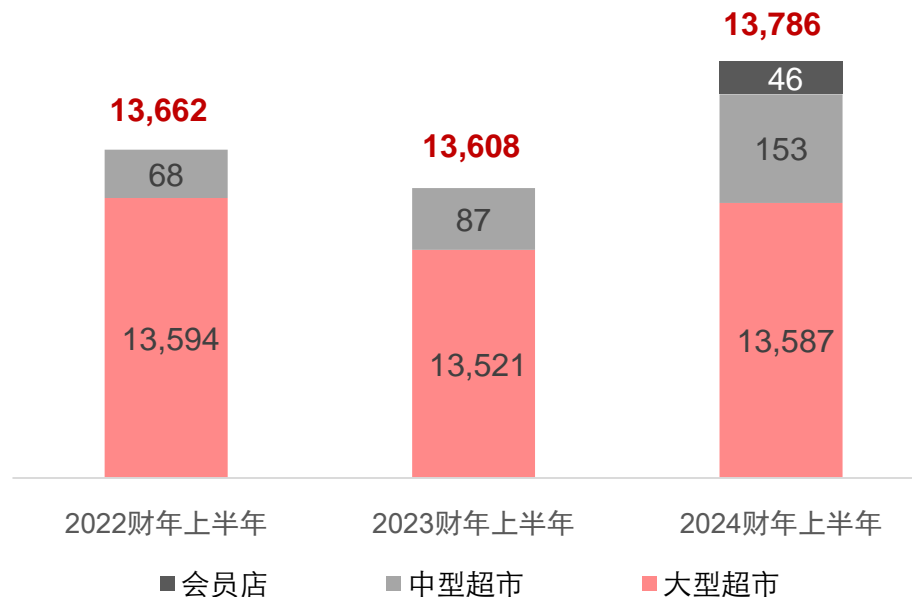
展店现状

聚焦品牌优势区域的多业态持续展店。

门店数目



总建筑面积 (千·平方米)



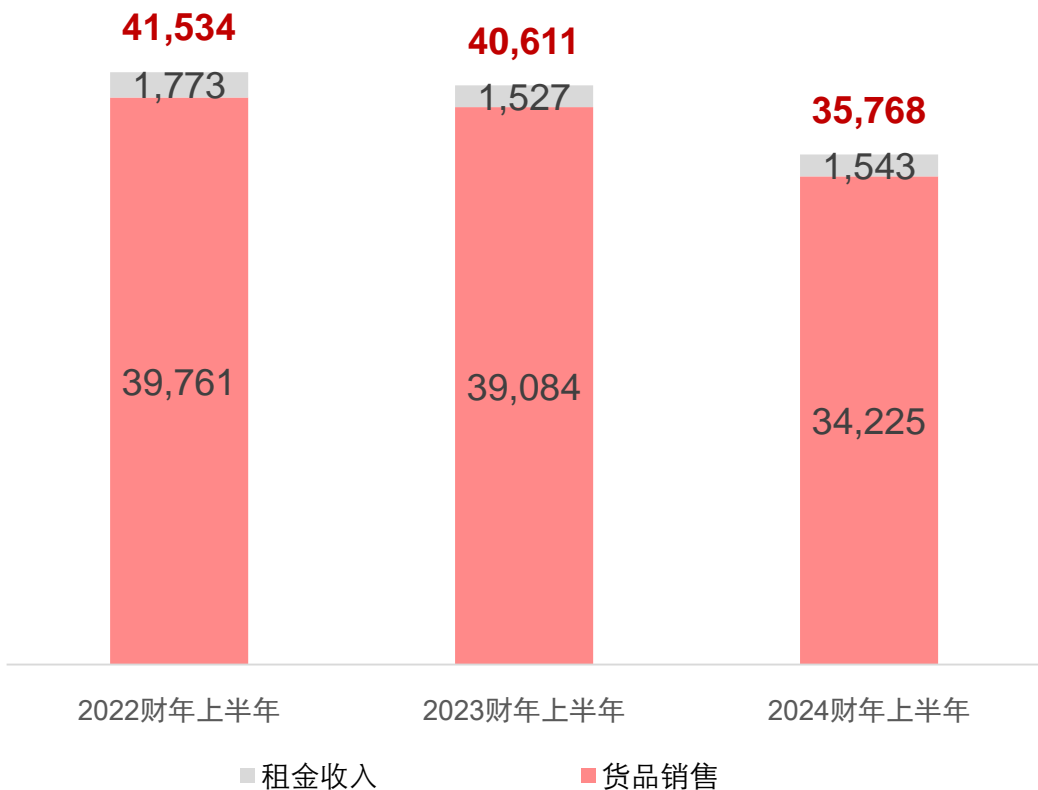
新增 **3** 家 大型超市 新增 **7** 家 中型超市 新增 **1** 家 会员店

储备 **3** 家 大型超市 储备 **18** 家 中型超市 覆盖 **221** 座 城市

总收入

核心业务收入同比减少5.6%，全渠道来客数回暖增长，租金收入止跌企稳。

人民币（百万元）

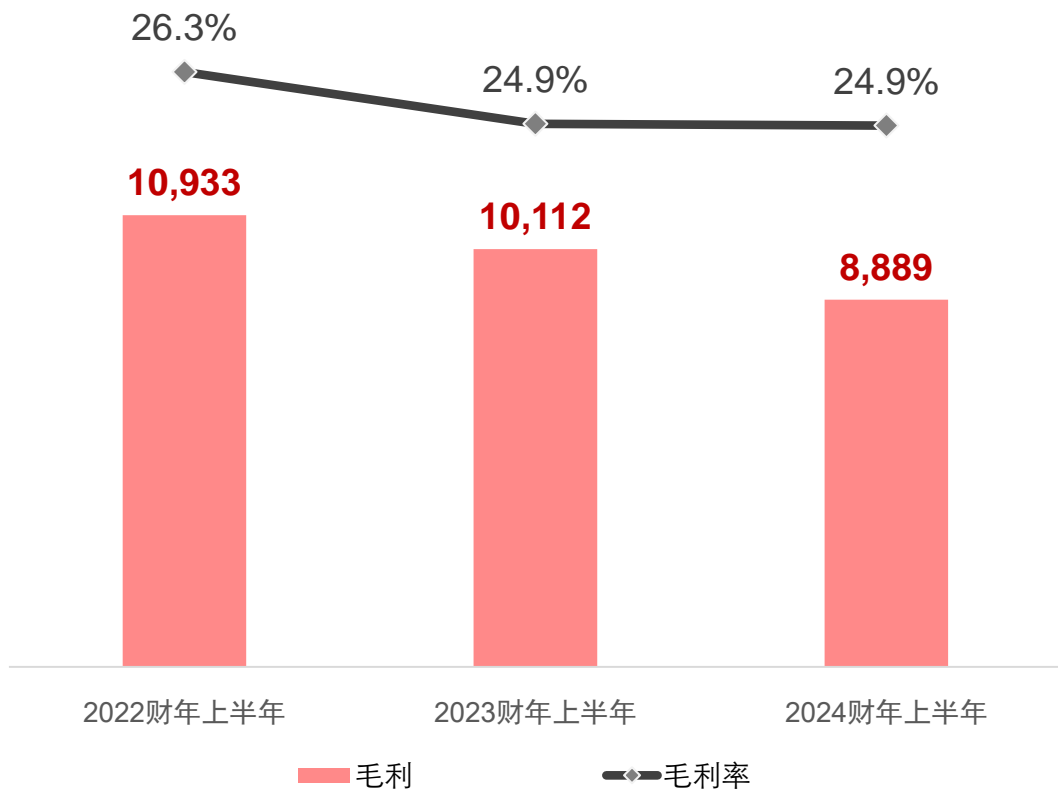


- 收入357.68亿元，同比-11.9%；其中，核心业务较上年同期 -5.6%。
 - ◎核心业务第一季度增长率-7.9%，第二季度收窄至-3.5%。
 - ◎全渠道来客有所增长。
 - ◎蔬果、猪肉CPI下降及囤货心智减少，导致客单下滑。
- 租金收入止跌企稳15.43亿元，较上财年同期 +1.0%。
 - ◎租户结构持续调整优化。
 - ◎空铺率下降且保持低位。

毛利率

聚焦核心业务，坚持商品去同质化，打造“质价比”心智。持续优化库存，毛利率持平上财年同期。

人民币（百万元）

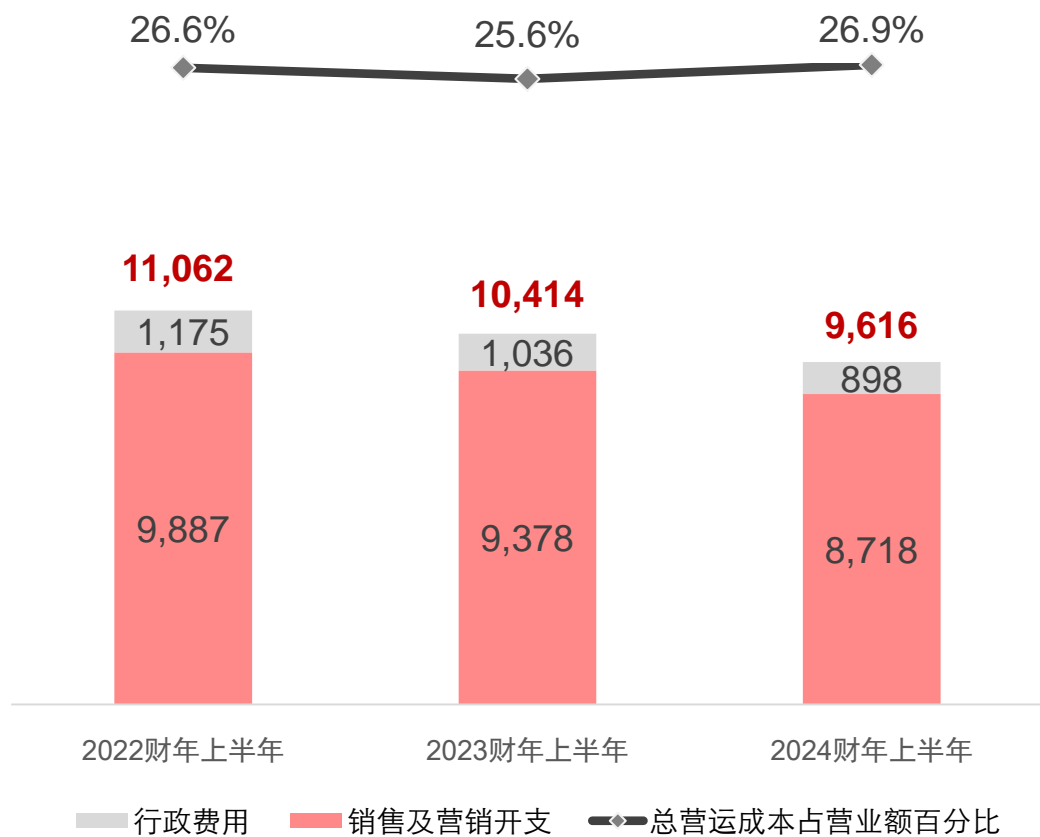


- 毛利88.89亿元，较上财年同期减少12.23亿元。
 - ◎ 供应链服务及保供业务收缩。
 - ◎ 恢复营销投入，维持价格竞争力。
 - ◎ 精简商品、去库存。

费用

持续数字化能力建设和降本增效，去除供应链影响后，核心业务费用率保持相对稳定。

人民币（百万元）

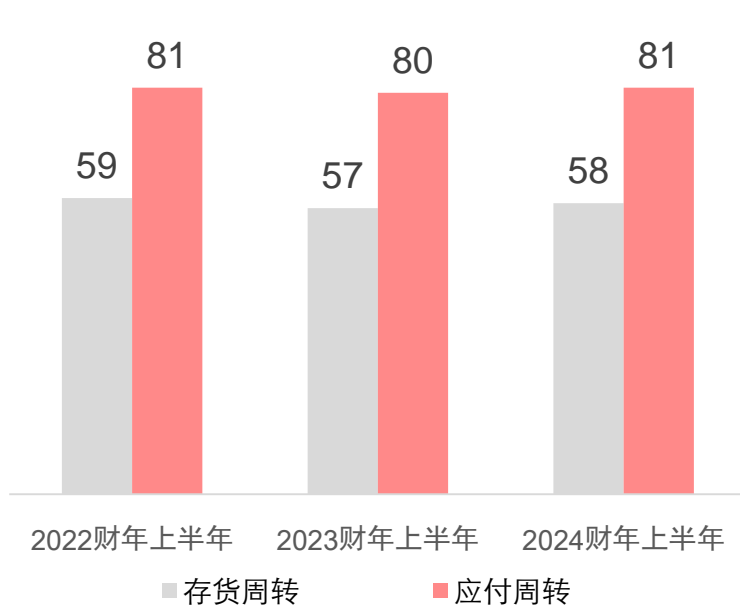


- 总费用96.16亿元，较上财年同期减少7.98亿元，减幅为7.7%。费用减少，部分弥补毛利缺口。
- 销售及营销开支87.18亿元，较上财年同期减少6.6亿元，减幅为7.0%。
- 行政费用8.98亿元，较上财年同期减少1.38亿元，减幅为13.3%。

营运资金天数、资本开支及净现金

营运资金周转稳定，店均库存持续下降。加快投入新店拓展和线下体验中心，净现金流仍稳步增长。

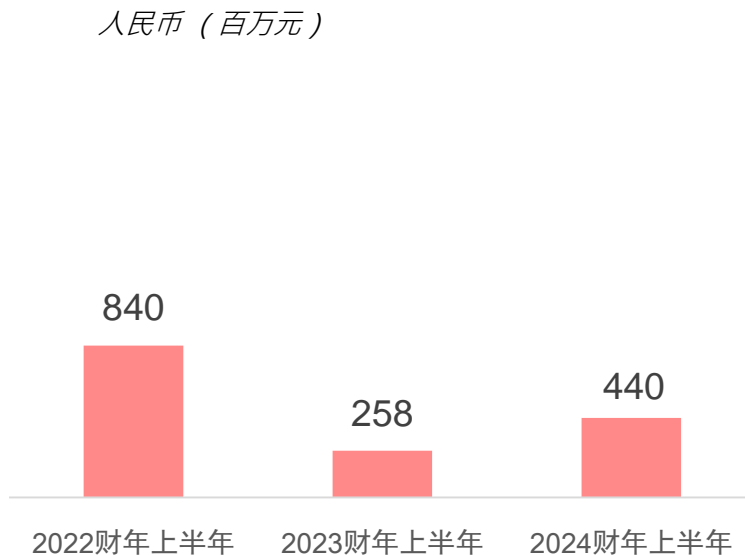
营运资金天数⁽¹⁾



- 存货和应付周转分别为58天及81天，运营资金保持稳定。

资本开支

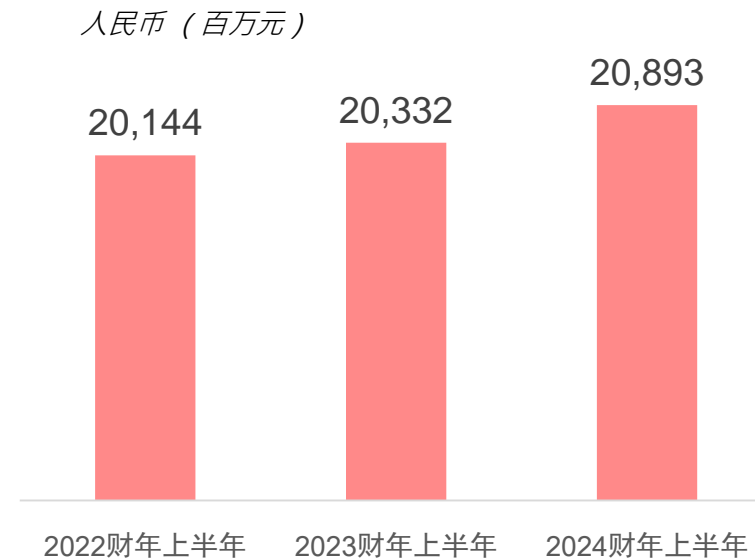
人民币 (百万元)



- 资本开支4.4亿元，持续多业态展店，投入线下体验中心。

净现金⁽²⁾

人民币 (百万元)



- 净现金208.93亿元，同比增幅2.8%，现金流保持健康、稳步提升。

注：
(1) 存货周转天数及应付周转天数的计算方式为基于过往六个月的存货及应付款项平均余额连同存货成本计算。
(2) 净现金计算方式为现金及现金等价物、按公允价值计入损益的金融资产及定期存款的总和减去银行贷款到期金额。

快速推动差异化商品力进程

打造以质价比为基础，健康快乐为用户价值的差异化商品力，让顾客来买大润发的“菜”。

安全健康 · 活力有趣



地道 · 健康



安全 · 选材 · 体验



加速门店重构，提升线下服务和体验

持续打造快乐大场景，优化租户结构，成为健康快乐的线下体验中心，让顾客爱生活，逛大润发。



- 近六成门店已建立围绕差异化商品和体验的大场景，实现线下来客增长。

- 调优租户结构，体验服务亲邻里等自带流量商铺占比快速提升，空铺率大幅降低。

稳步拓展线上多渠道

发挥生鲜和近场优势，提高体验和服务的确定性和稳定性，成为可信赖的线上履约中心，满足顾客随时随地到家需求。



- 提高用户体验关键触点的确定性，建立稳定履约能力，提升次月留存率。
- 空间扩展、时间延展、场景多样化的线上运营能力。
- 多城市等级、多渠道分层精细化运营，优化单均履约成本。

驱动多业态发展

首家会员店成功落户扬州，付费会员及业绩表现符合预期。集团将快速储备机会点位。

