

SUN ART

Retail Group Limited

股票代码：6808

截至二零二四年三月三十一日止十二个月 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

截至三月三十一日止十二个月			
百万元人民币	2022	2023	2024
门店数量	499	498	507
收入 ⁽¹⁾	88,134	83,662	72,567
同店销售增长率	-6.7%	-4.0%	-6.6% ⁽²⁾
毛利	21,473	20,581	17,958
毛利率	24.4%	24.6%	24.7%
经营溢利 (息税前利润, EBIT)	18	1,177	-1,009
经营溢利率	0.0%	1.4%	-1.4%
期内溢利	-826	78	-1,668
溢利率	-0.9%	0.1%	-2.3%
本公司权益股东应占溢利	-739	109	-1,605
每股盈利			
— 基本及摊薄 (人民币元) ⁽³⁾	-0.08	0.01	-0.17

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。

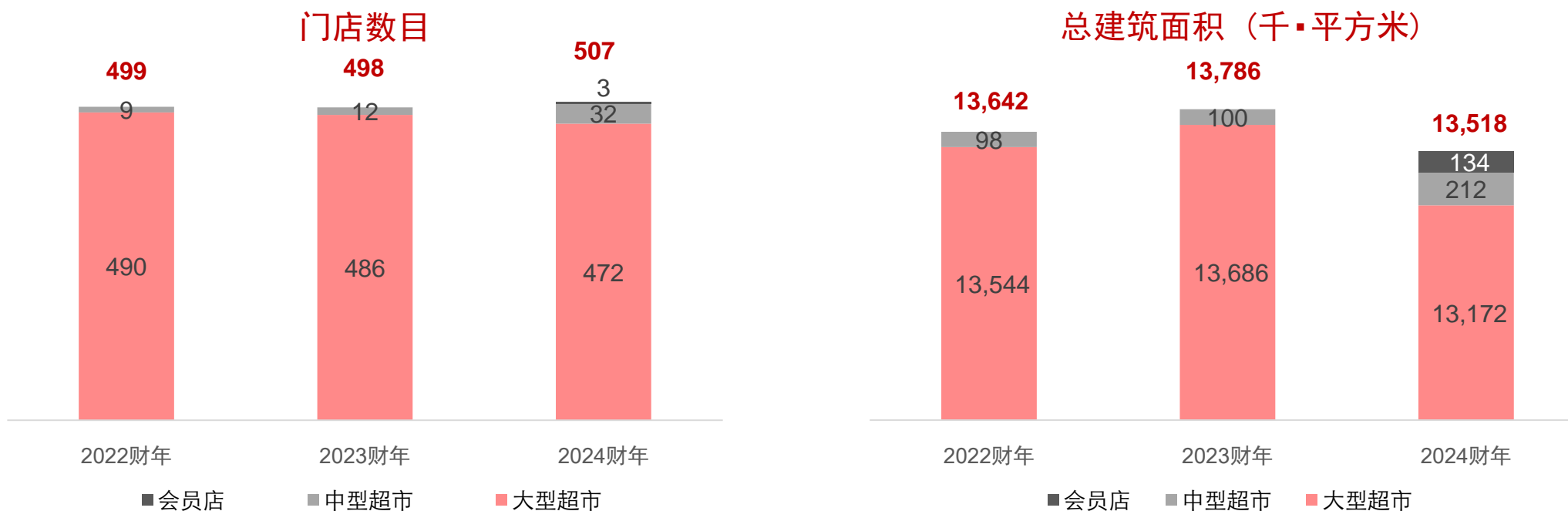
(1) 家电部门自2018年8月起，业务模式从自营转为代销，自此家电产品的销售收入为佣金收入，而非销售总额。

(2) 同店销售增长率：对于截至2024年3月31日开业超过12个足月以上的门店。计算方式为比较门店于截至2024年3月31日止12个月经营期间所得销售额与截至2023年3月31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。



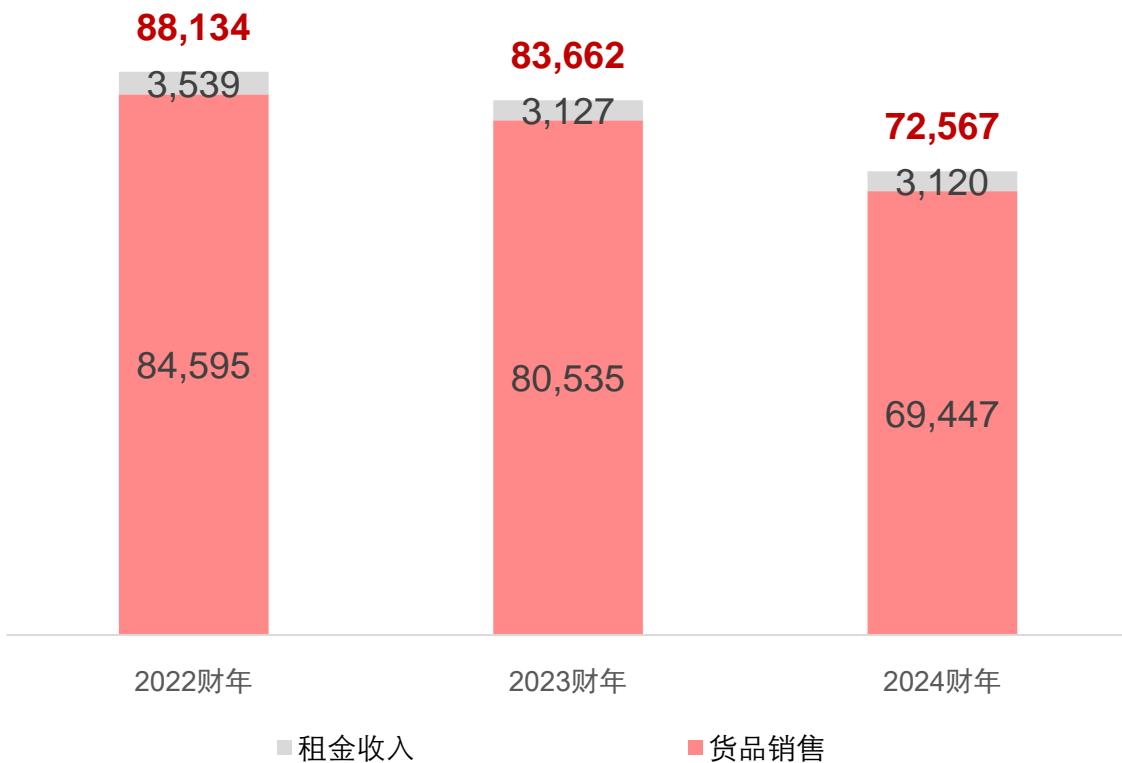
新增 **6** 家 大型超市 新增 **14** 家 中型超市 新增 **3** 家 会员店

储备 **4** 家 大型超市 储备 **13** 家 中型超市 覆盖 **207** 座 城市

总收入

收入减少13.3%，来客数回暖部分抵减客单下滑，租金收入基本持平。

人民币（百万元）

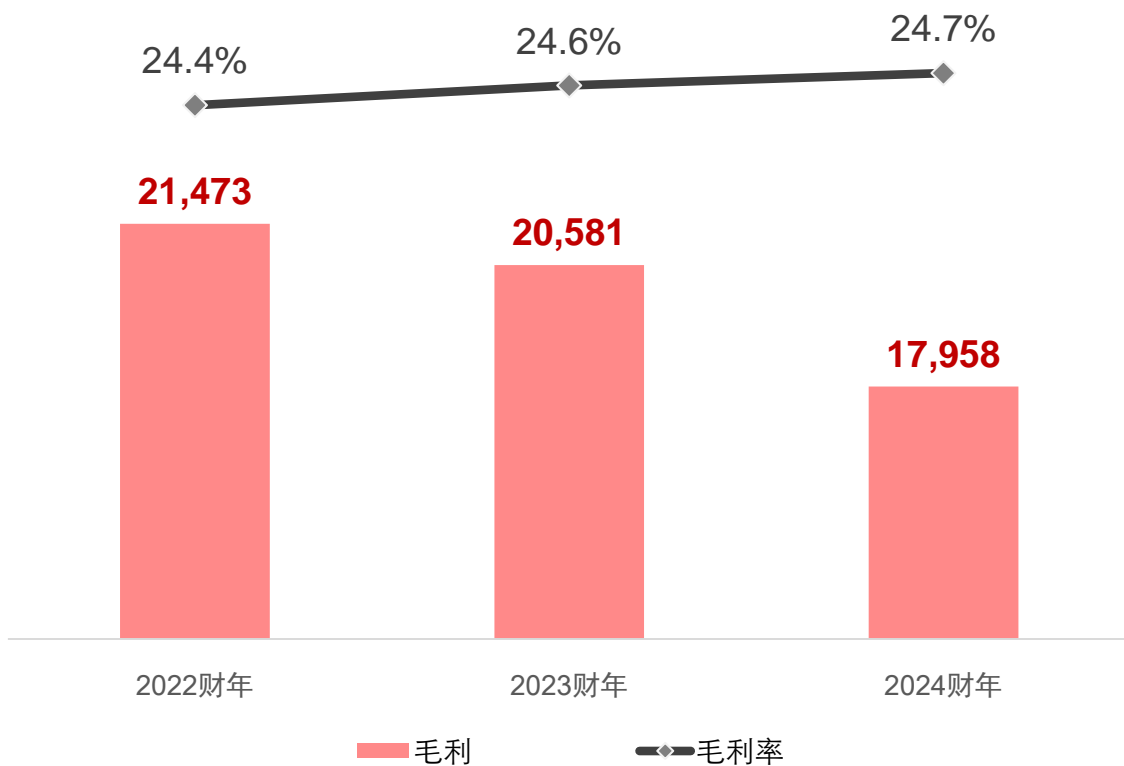


- 收入725.67元，较上财年同期减少110.95亿，同比下滑13.3%。
 - ◎供应链业务收缩、关闭门店业绩损失对营收影响约8.4%。
 - ◎客流回暖，但客单下滑，导致营收下滑。
- 租金收入31.2亿元，基本持平于上财年同期。
 - ◎租户结构持续调整优化。
 - ◎空铺率下降且保持低位。

毛利率

商品销售收入减少导致毛利减少，毛利率略好于上财年同期。

人民币（百万元）

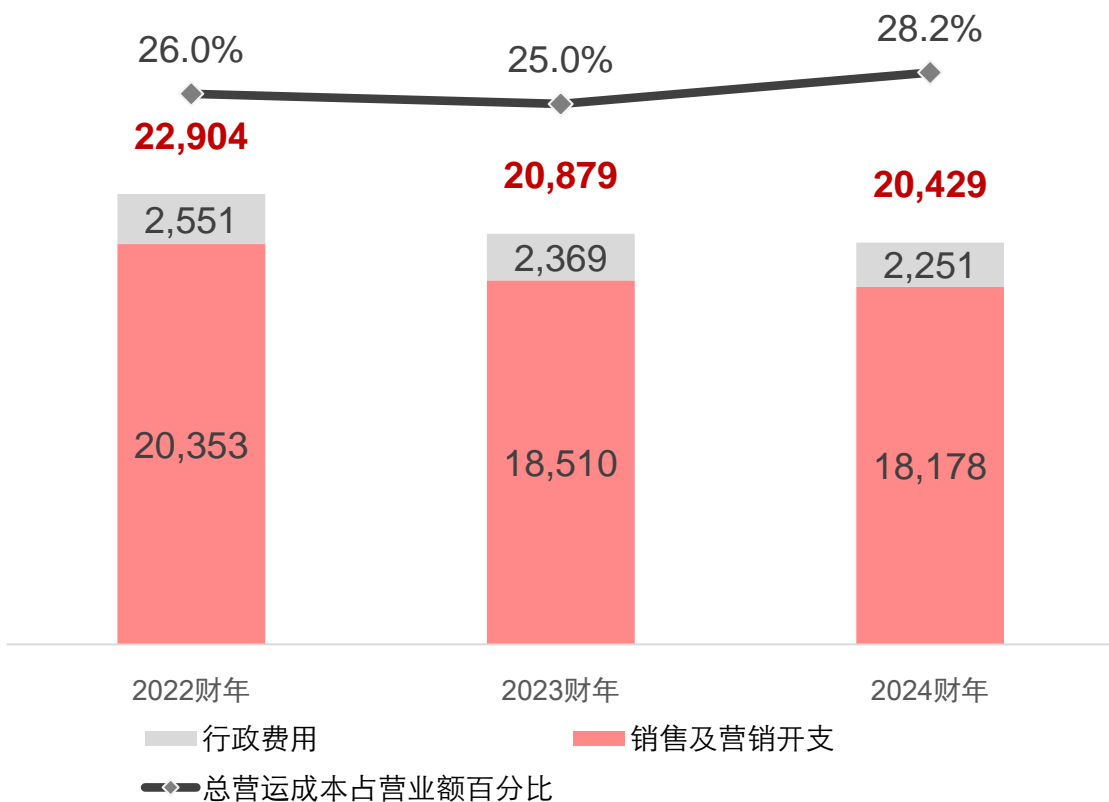


- 毛利179.58亿元，较上财年同期减少26.23亿元。毛利减少，主要归因于：
 - ◎线下销售收入下滑；
 - ◎营销投入、价格补贴增加，维持价格竞争力；
 - ◎供应链业务收缩。
- 毛利率为24.7%，略好于上年同期。

费用

持续降本增效，如不考虑减值影响，费用较同期减少14.14亿元。

人民币（百万元）

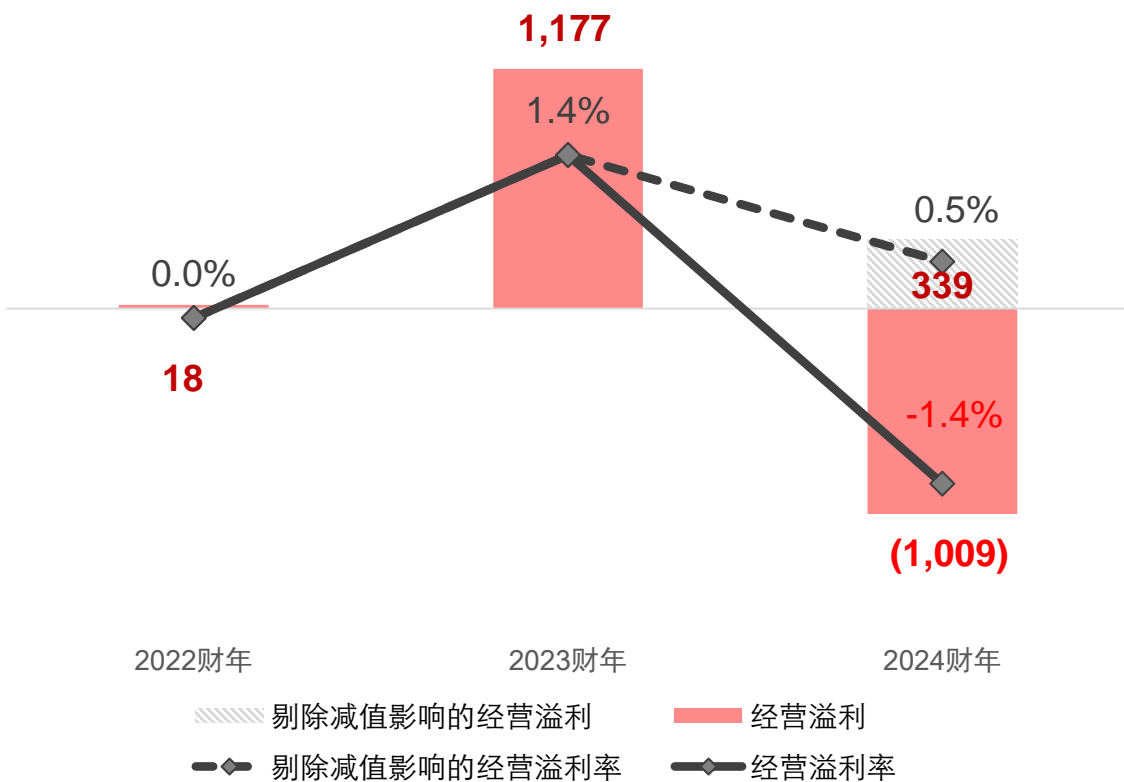


- 总费用204.29亿元，较上财年同期减少4.5亿元，减幅为2.2%。
- 若不考虑减值影响，总费用190.81亿，较上财年同期减少14.14亿元，减幅为6.9%。

经营溢利

如不考虑减值影响，经营溢利较同期减少12.22亿元。

人民币（百万元）

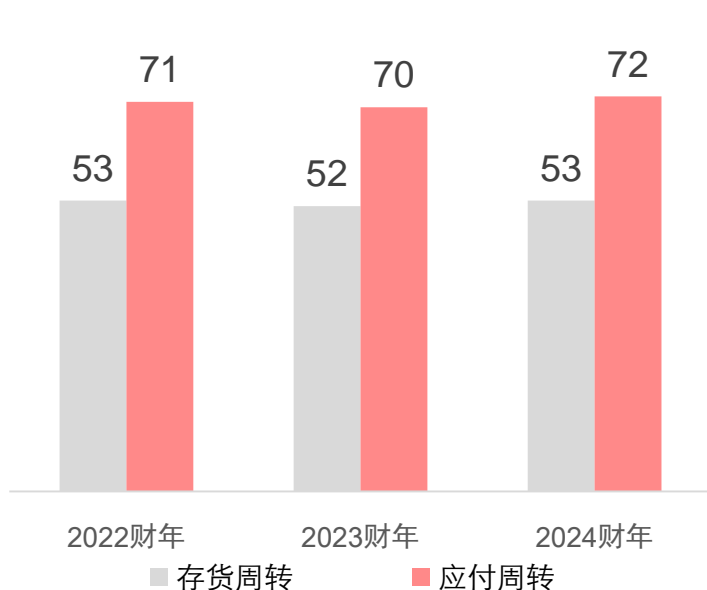


- 经营亏损10.09亿元，较上财年同期减少21.86亿元。
- 若不考虑减值影响，经营溢利3.39亿元，较上财年同期减少12.22亿元。

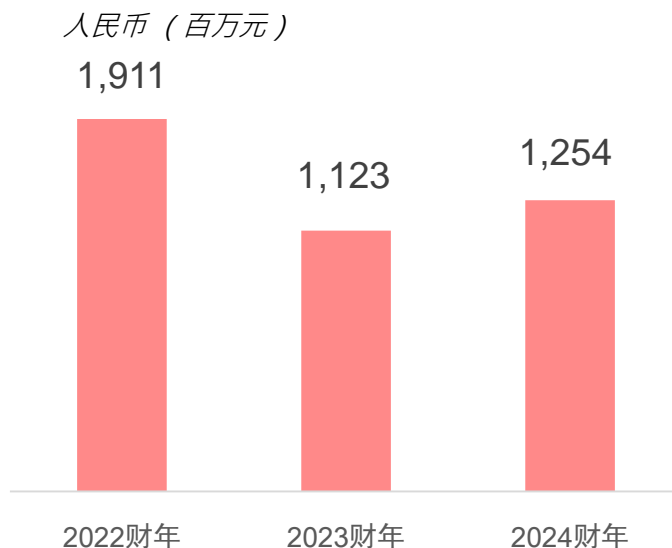
营运资金天数、资本开支及净现金

营运资金周转稳定，净现金下降归因于受限资金金额增加，但自由现金稳定。

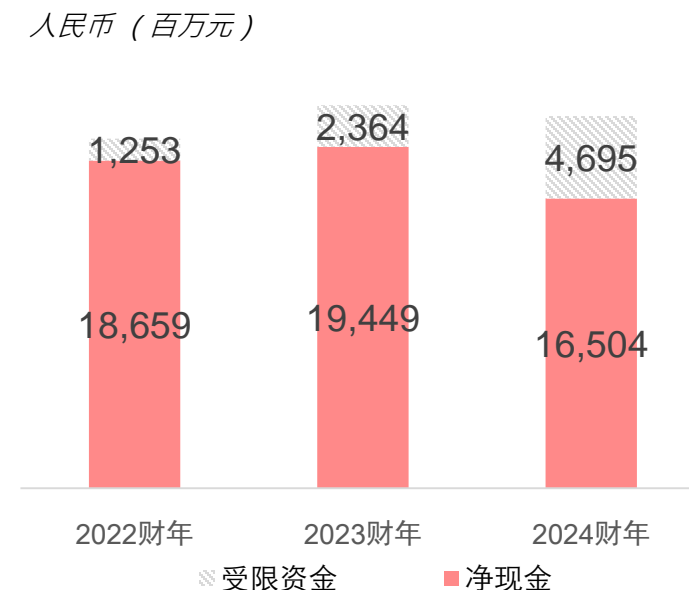
营运资金天数⁽¹⁾



资本开支



净现金⁽²⁾



- 存货和应付周转分别为53天及72天，运营资金保持稳定。

- 资本开支12.54亿元，持续多业态展店。

- 净现金165.04亿元，较上财年同期减少29.45亿元，主要归因于受限资金的增加及经营溢利的减少。

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十二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、定期存款以及上述分类在持有出售的出售组别资产的总和减去银行借贷的本金金额。

回归顾客需求和零售本质

回到大润发的初心，

基于大润发优秀的零售人才以及商业运作模式，

了解顾客需求，并让顾客满意。

「将愈来愈多的优质商品，以愈来愈低的价格，卖给愈来愈多的顾客」

聚焦营收增长，实现扭亏为盈

关注可比店的线下来客数，营收企稳，并实现增长。

- 重塑价格竞争力的核心优势，加强堡垒商品，重拾价格形象。
- 回顾不同价格带的商品入选，让顾客买到需要的商品。
- 重回顾客视角，提升精细化运营管理、服务和体验。

聚焦营收增长，实现扭亏为盈

加速降本增效，回归健康发展

- 全方位审视各项可控费用，降低费率，恢复大超盈利能力，实现全渠道盈利。
- 全链路提效，降库存、改善商品周转，提升人效、品效、坪效。
- 提升单店盈利能力。

聚焦营收增长，实现扭亏为盈

多业态全渠道发展，会员店和中超成为第二增长曲线

- 持续优化中超商业模式和盈利模型，灵活展店。
- 会员店差异化布局，打磨盈利模式。
- 线上多渠道发展，促增长并盈利。

聚焦营收增长，实现扭亏为盈

「成为欣欣向荣的有机体，让顾客和员工健康、快乐的工作、生活」