

SUN ART

Retail Group Limited

股票代码：6808

截至二零二四年九月三十日止六个月财务业绩公告

易生活 逛大润发

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

截至九月三十日止六个月			
百万元人民币	2022	2023	2024
门店数量	498	505	502
收入 ⁽¹⁾	40,611	35,768	34,708
同店销售增长率 ⁽²⁾	-2.3%	-5.9%	0.3%
毛利	10,112	8,889	8,526
毛利率	24.9%	24.9%	24.6%
经营溢利 (息税前利润, EBIT)	500	19	621
经营溢利率	1.2%	0.1%	1.8%
期内溢利	-87	-378	186
溢利率	-0.2%	-1.1%	0.5%
本公司权益股东应占溢利	-69	-359	206
每股盈利			
— 基本及摊薄 (人民币元) ⁽³⁾	-0.01	-0.04	0.02

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。

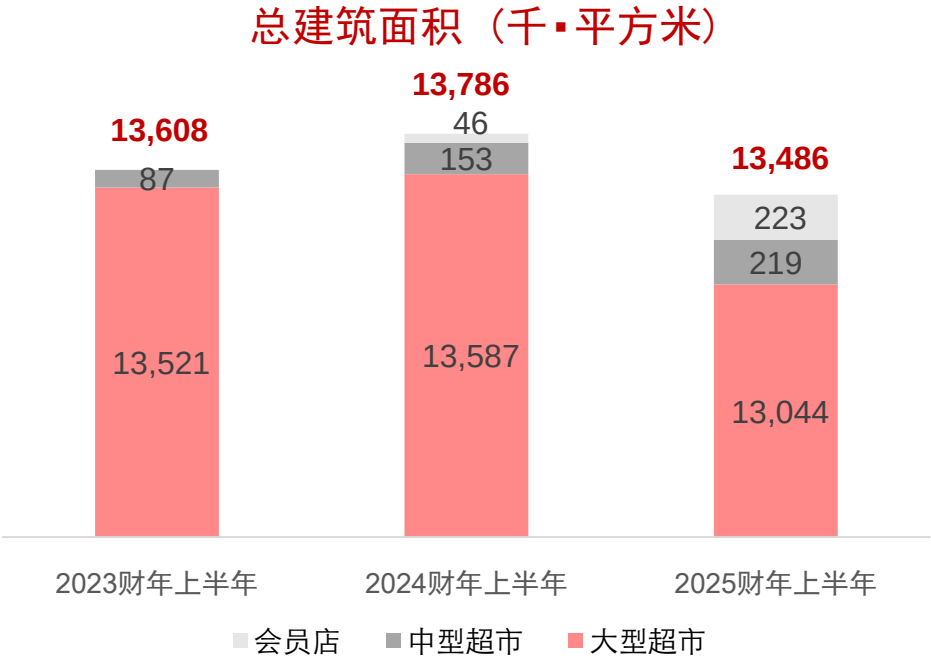
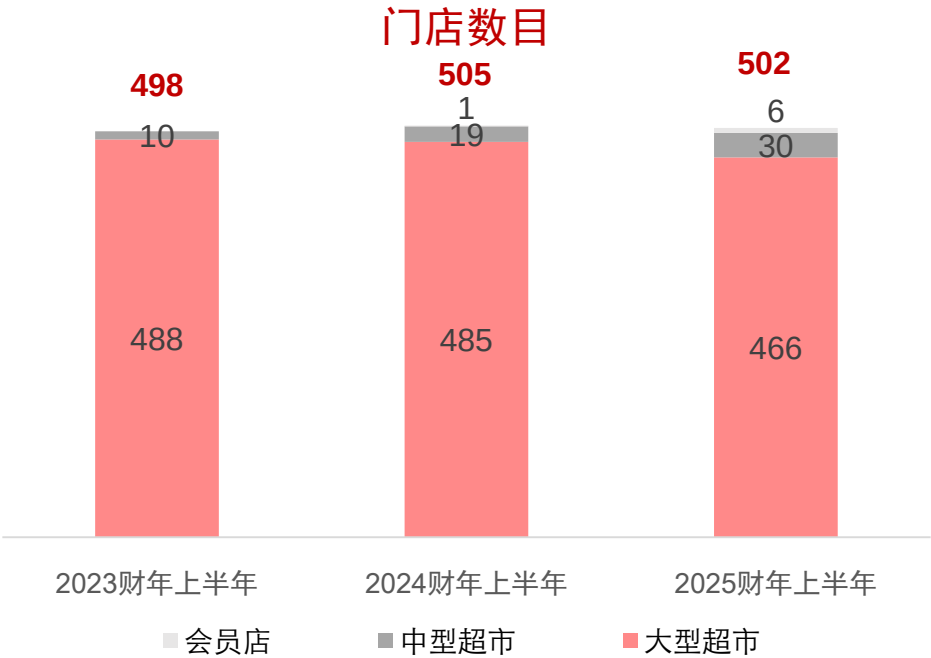
(1) 家电部门自2018年8月起，业务模式从自营转为代销，自此家电产品的销售收入为佣金收入，而非销售总额。

(2) 同店销售增长率：对于截至2024年9月30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9月30日止12个月经营期间所得销售额与截至2023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，多业态持续展店。



新增 **1** 家 大型超市

新增 **3** 家 会员店

储备 **3** 家 大型超市

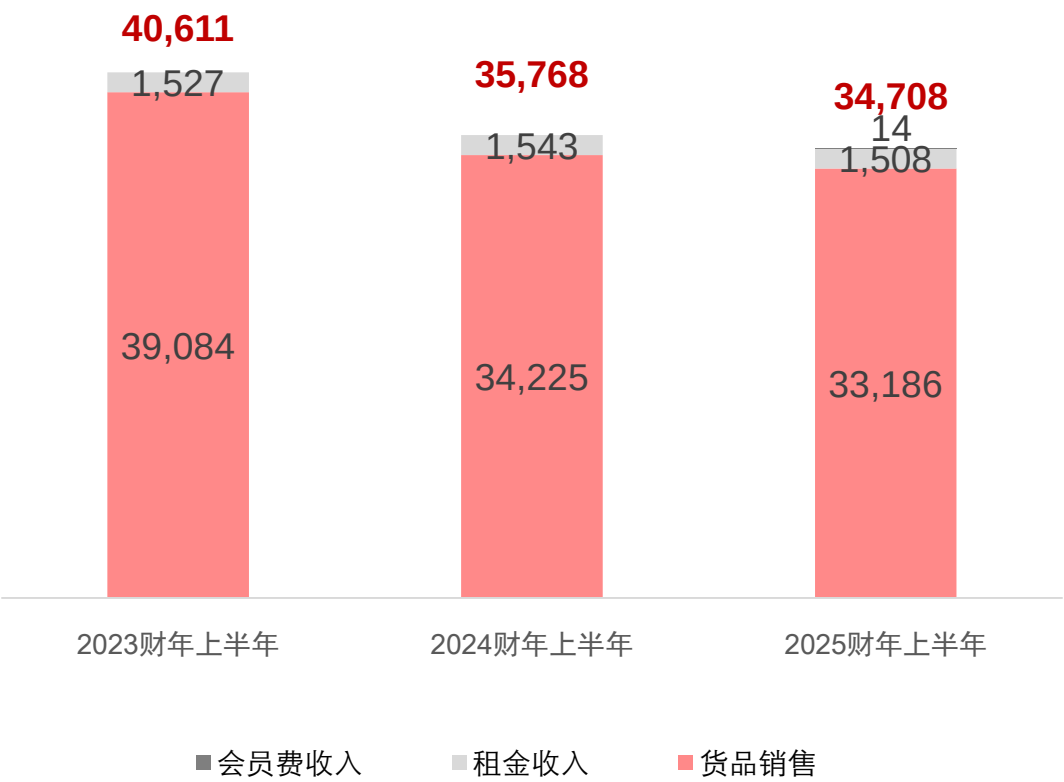
储备 **4** 家 中型超市

覆盖 **206** 座 城市

总收入

上半财年客单增长，来客数下滑趋势收窄。若不考虑供应链业务收缩和闭店影响，收入增长约0.6%。

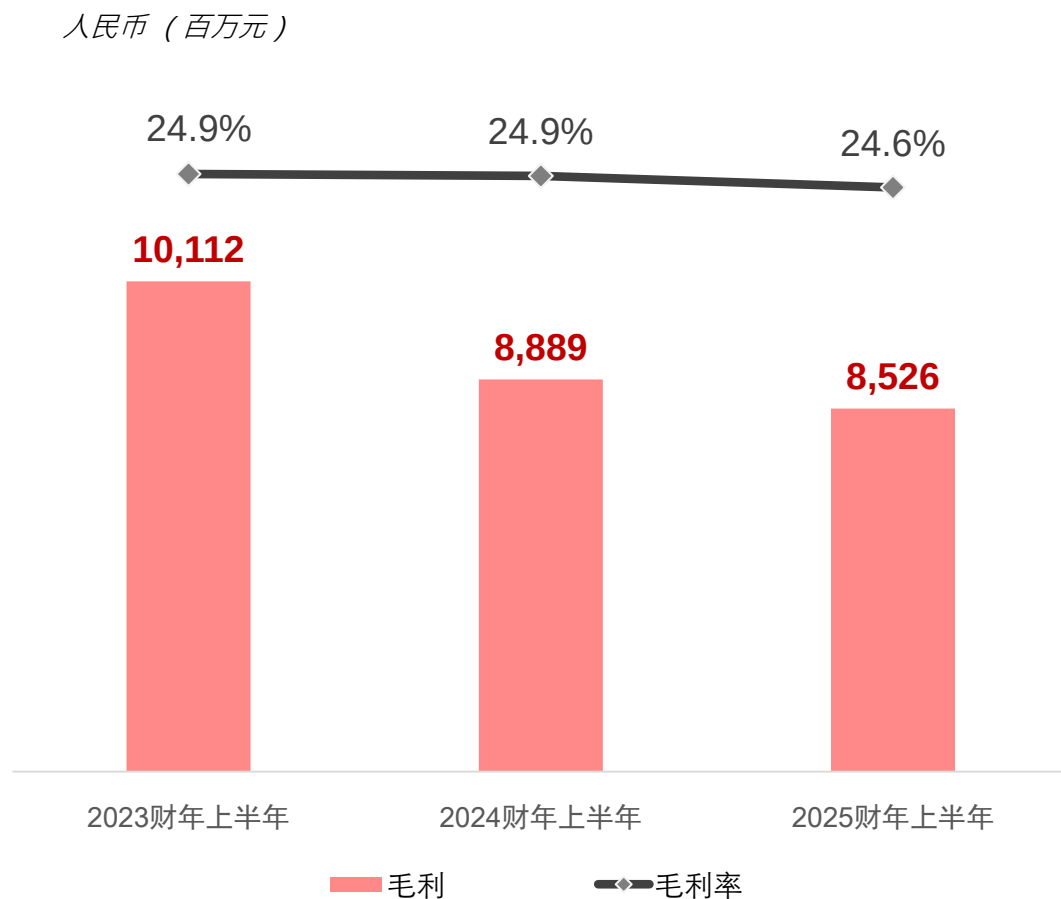
人民币（百万元）



- 收入347.08亿元，较上财年同期减少10.6亿元，同比下滑3.0%。
 - ◎供应链业务收缩对收入影响约2.5%。
 - ◎关闭门店业绩损失对收入影响约1.1%。
- 租金收入15.08亿元，较上财年同期减少0.35亿元，同比下滑2.3%。
 - ◎门店关闭导致商店街出租面积减少。
 - ◎租户结构持续调整。

毛利率

着力低价策略投资，毛利表现略低于上财年同期。

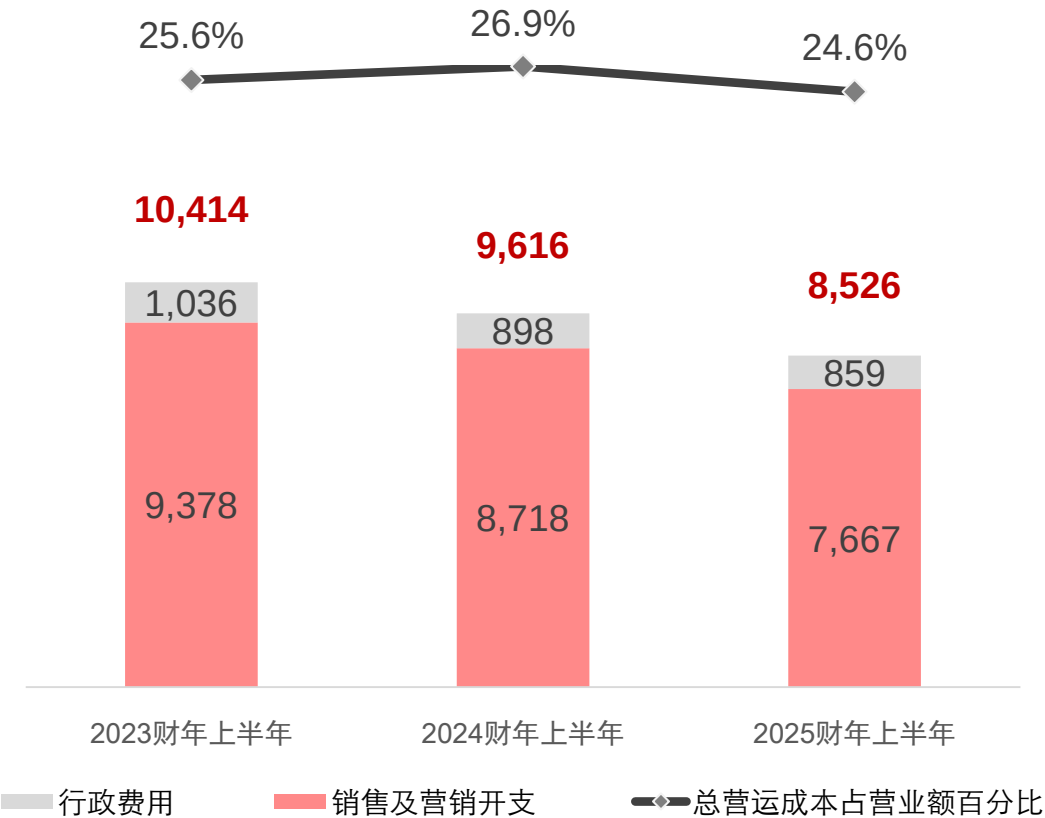


- 毛利85.26亿元，较上财年同期减少3.63亿元，同比下滑4.1%。毛利减少，主要归因于：
◎推动低价策略的落地执行，重塑价格竞争力，提升用户心智。
- 毛利率24.6%，较上财年同期减少0.3个百分点。

费用

加速降本增效，费用较同期减少人民币10.9亿元，费用率较同期减少2.3个百分点。

人民币（百万元）

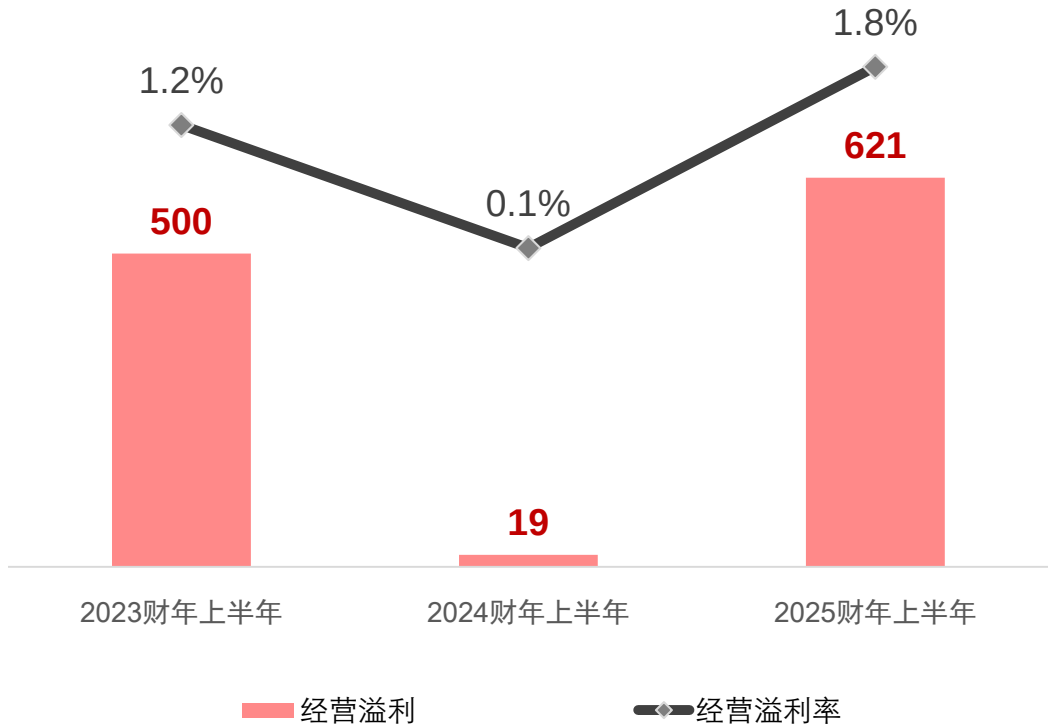


- 总费用85.26亿元，较上财年同期减少10.9亿元，减幅为11.3%。费用减少，主要归因于：
 - ◎优化门店及总部员工用人结构和模式。
 - ◎提升行销费用投资效率。
 - ◎加大降租谈判力度。
- 总费用率24.6%，较上财年同期减少2.3个百分点。

经营溢利

经营溢利较同期增加6.02亿元，经营溢利率较同期增加1.7个百分点。

人民币（百万元）

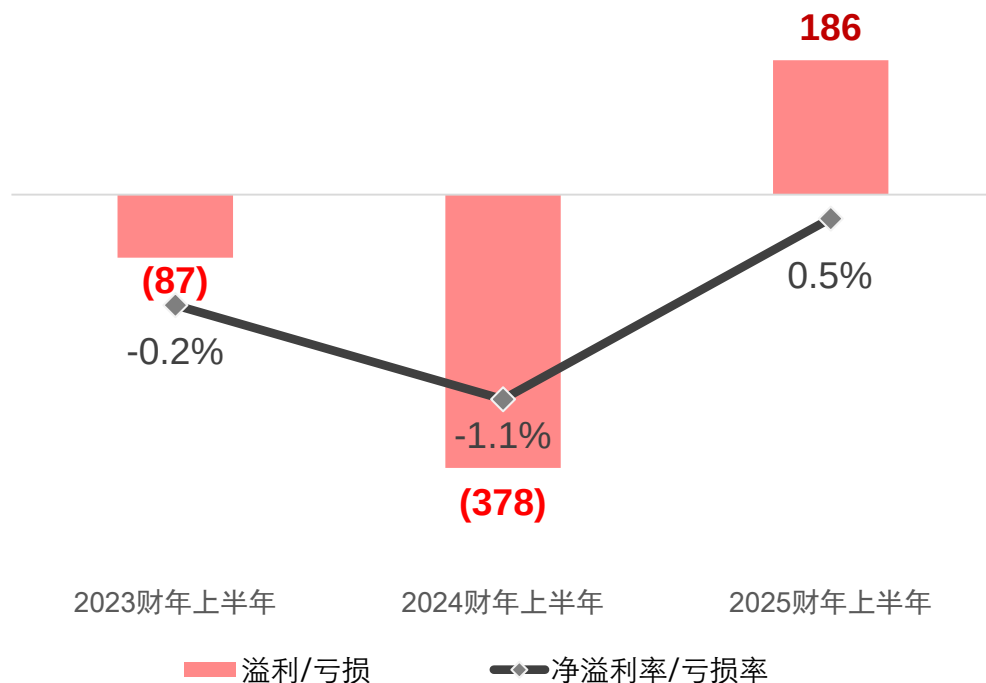


- 经营溢利6.21亿元，较上财年同期增加6.02亿元。
- 经营溢利率1.8%，较上财年同期增加1.7个百分点。

溢利

期内溢利录得人民币1.86亿元，实现扭亏为盈。

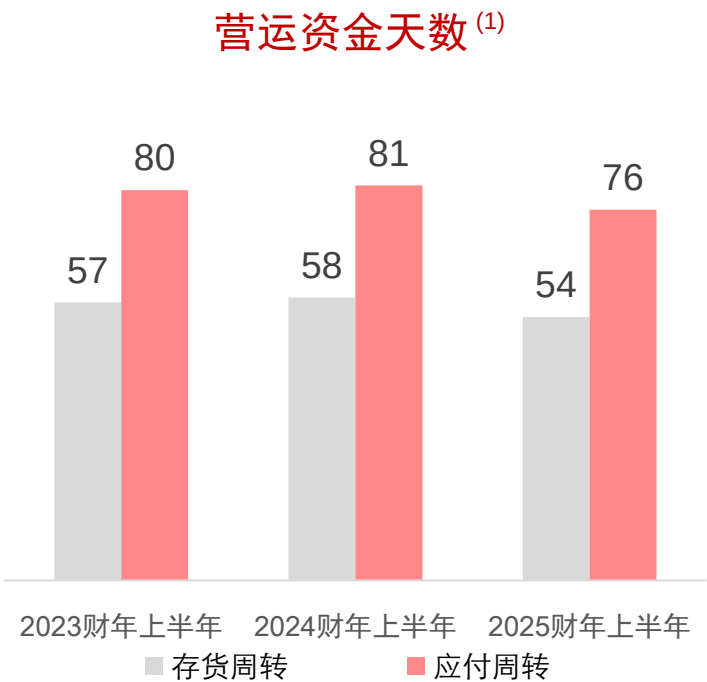
人民币（百万元）



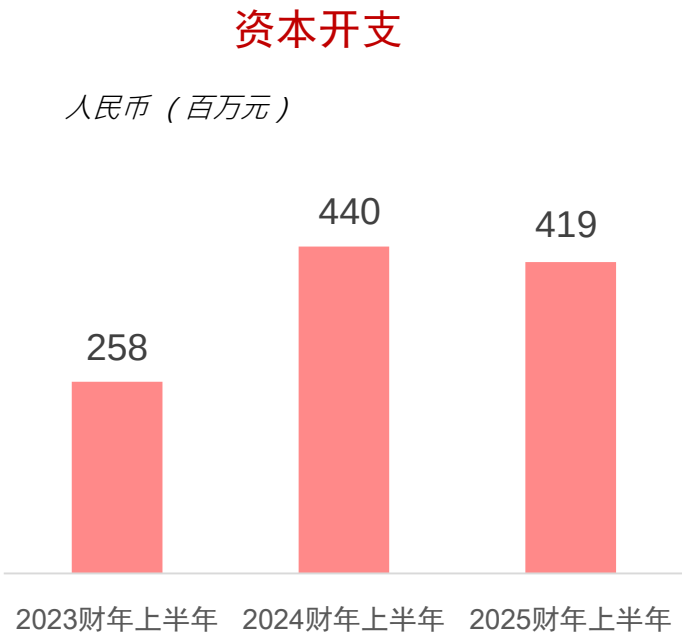
- 期内溢利1.86亿元，较上财年同期的亏损3.78亿元扭转增加5.64亿元。
- 净溢利率0.5%，较上财年同期净亏损率1.1%增加1.6个百分点。

营运资金天数、资本开支及净现金

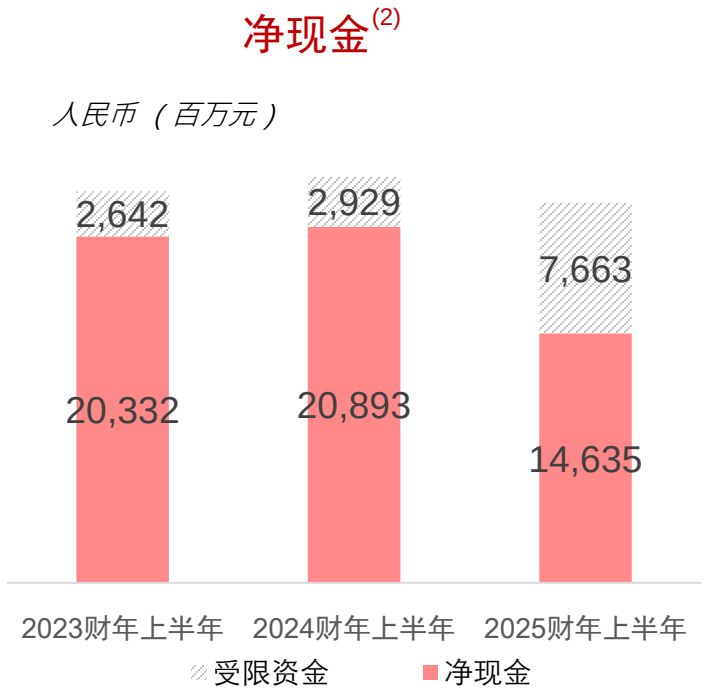
持续优化营运资金，虽然受限资金增加导致净现金下降，但自由现金健康稳定。



- 存货和应付周转分别为54天及76天，运营资金保持稳定。



- 资本开支4.19亿元，持续多业态展店。



- 净现金146.35亿元，较上财年同期减少62.58亿元。
- 受限资金76.63亿元，较上财年同期增加47.34亿元。

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作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」战略初见成效

回归零售本质

将愈来愈多的优质商品，以愈来愈低的价格，销售给愈来愈多的顾客

回归企业经营价值观

照顾同仁，服务顾客，精益求精

回归公司使命

为顾客提供新鲜、便利、舒适、便宜的购物环境，打造社区好邻居

「回归」战略初见成效

聚焦商品力和价格竞争力，满足顾客需求，成为商圈领导者。

- **商品是第一生产力**

生鲜引流，打造自有品牌和大单品。

优化商品入选，加强堡垒商品。

- **价格是企业经营根本**

回归市调机制，打造价格矩阵。

重塑低价心智，成为商圈领导者。

「回归」战略初见成效

降本增效，精益求精

- **效率是企业生存之道**

提升营销效率、营运效率、供应链效率。

优化用人模式和结构，总部持续瘦身。

尾部店持续整改，经营改善效果显著。

「回归」战略初见成效

多业态全渠道发展，夯实第二增长曲线。

- **大润发Super**

依托大润发供应链优势，以极致效率为核心策略。

融入同业优点，持续优化商业模式和盈利模型，为灵活展店打基础。

- **会员店**

持续打磨供应链和商品力，聚焦差异化创新、本土化。

打造顾客口碑，建立品牌心智，成为更适合中国消费者的会员制商店。

- **线上B2C多渠道促增长**

商品力和低价竞争力驱动客单价提升，顾客粘性增强。

自有APP和线上新渠道驱动业绩成长，优化多渠道差异化运营。

谢谢