

[即時發佈]



高鑫零售有限公司公佈截至二零二四年九月三十日止六個月之中期業績

(二零二四年十一月十二日，香港訊) 高鑫零售有限公司（「高鑫零售」或「集團」；香港聯交所股份代號：6808）今日公佈截至二零二四年九月三十日止六個月之中期業績。

高鑫零售董事長黃明端先生表示：「經過短短半年的回歸和調整，高鑫零售已經逐漸步入正軌，顧客感受到價格便宜了，員工士氣提振了，集團正邁入健康增長的軌道。高鑫零售在上半財年的經營表現，為新財年開了一個好頭，也讓我們對未來充滿信心和期待。」

高鑫零售首席執行官沈輝先生表示：「商品和價格是零售業的經營根本。成為商圈領導者是我們的目標，為顧客節省每一分錢是我們的使命。我們積極踐行照顧同仁、服務顧客、精益求精的價值觀，為顧客提供新鮮、便利、舒適及便宜的購物環境，努力實現本財年的經營目標。」

財務概要

截至二零二四年九月三十日止六個月之中期業績：

- 收入達人民幣347.08億元，較同期減幅為3.0%。供應鏈服務業務收縮對收入影響約2.5%，關店導致業績損失對收入影響約1.1%。
- 租金收入達人民幣15.08億元，較上半財年同期減少人民幣35百萬元，主要受上財年的閉店導致出租面積減少以及部分租戶結構調整帶來的影響。
- 同店銷售^{附注1}（「SSSG」）增長率為0.3%。同店銷售增長主要來自客單價的增長，低價策略及商品策略提升用戶心智，驅動筆單件增加，用戶粘性提升。線下營收表現逐步回暖企穩，線上新渠道及自有APP成為推動同店銷售增長的主動力。
- 毛利錄得人民幣85.26億元，較同期減少人民幣3.63億元，毛利率為24.6%。集團加速投資並推動低價策略的落地執行，以驅動顧客逐漸回歸，經營表現持續向好。未來，集團將聚焦營收增長帶動毛利持續增長。

附注1：同店銷售不包含供應鏈服務業務。供應鏈服務業務包括淘菜菜及天貓共用庫存業務。

- **費用及開支**為人民幣85.26億元，較同期減少人民幣10.90億元。集團全方位審視各項費用及總部費用，包括優化門店員工用人結構和模式；提升行銷費用投資的效率，加大降租的談判力度，以及總部組織優化等方式，費用顯著下降。
- **經營溢利**錄得人民幣6.21億元，較上財年同期增加人民幣6.02億元。若不考慮減值影響，較上財年同期增加人民幣4.61億元。
- **稅後溢利**錄得人民幣1.86億元，較上財年同期增加人民幣5.64億元，實現扭虧為盈。
- **經營活動產生的現金流量**流出人民幣6.41億元，主要歸因於未使用預付卡相關的受限資金增加人民幣29.18億元。若不考慮受限資金變動影響，經營活動產生的現金流量約為人民幣22.77億元。
- 庫存大幅優化，**庫存周轉天數**54天，較上財年同期減少4天。**淨現金**約人民幣146.35億元，**受限資金**約人民幣76.63億元。

業務表現

回歸價格競爭力和商品力

集團積極重塑價格競爭力，並快速調整不同價格帶的商品入選，加強堡壘商品。集團近期推出「超省」系列，由自有品牌團隊自行研發的、結合用戶需求和對標競爭對手，推出品類最低價商品。除此之外，集團還推出「大潤發必買」、「加量不加價」、「天天便宜」等系列超過 1,100 款單品，打造低價口碑，塑造價格心智。集團亦著力開發更多銷售額破億的大單品系列。

集團聚焦線下來客數的增長。隨著低價策略及商品策略的穩步推進，於上半財年，集團可比門店的線下來客數逐步企穩，客單價穩定，筆單件小幅增長。

線上 B2C 業務通過商品結構的持續優化以及價格競爭力的持續提升，筆單件增加帶動客單價高單位數增長。集團還積極開發線上新渠道。於上半財年，線上 B2C 業務同店銷售實現中單位數的增長。

大潤發 Super

報告期內，大潤發 Super（「中超」）已在上海、江蘇、安徽、浙江、山東、吉林、湖北、甘肅、四川及廣東擁有 30 家門店。依託大賣場的商品資源及運營標準化提升，中超業務表現大幅提升，同店銷售實現中高單位數增長，業務模型落地可行。

大潤發 Super 依託大賣場的供應鏈資源，從其商品池精選約 5,000 款至 8,000 款商品，分別滿足面積為 1,500 平方米至 3,000 多平方米的大潤發 Super 門店。大潤發 Super 引入「超省」、「天天便宜」、「加量不加價」、「必買」等系列商品，提供超過千款長期低價商品。同時，大潤發 Super 積極打造「社區食堂」，為社區居民提供平價快餐，成為其重要商業配置。

大潤發 Super 將極致效率作為核心策略，已經實現展店標準化、商品標準化、人員標準化、營運標準化。大潤發 Super 將成為集團未來重要的展店動力，亦令集團有機會回歸高線城市，並將更加積極的快速展店，成為高鑫零售第二增長曲線。

M 會員店

報告期內，集團已在揚州、常州、南京、常熟、嘉興及無錫開出 6 家會員門店，江陰店也已於 2024 年 11 月開業。M 會員店擁有會籍數超過 36 萬。

M 會員店彙聚全球近 30 個國家和地區超過 4,000 款商品，每月超過 200 款新品上市，自有品牌銷售佔比超過 30%。M 會員店新進推出「全球購」服務，商品種類涵蓋美妝護膚、個人護理、母嬰、營養保健等約 600 款商品，顧客可線上下單，由保稅倉直發全國。M 會員店也提供最快 1 小時送貨到家服務，線上訂單佔比仍有很大提升空間。揚州及常州已開通半日達服務。M 會員店始終秉持「會員價值第一」的理念，成為更懂中國人的會員制商店。

- 完 -

關於高鑫零售有限公司

高鑫零售是擁有大賣場及多渠道電商業務的中國領先零售商。集團以「大潤發」、「大潤發 Super」、「M 會員店」品牌經營大賣場、中型超市以及會員店業務。截至二零二四年九月三十日止，集團在全國 29 個省市自治區內 206 個城市共擁有 466 家大賣場、30 家中型超市及六家會員店，總建築面積約為 1,349 萬平方米。集團一直致力於以質價比為基礎，以健康和快樂為客戶價值，為顧客提供新鮮、便宜、舒適、便利，且一次性購足的優質購物體驗，成為生活服務中心和社區的好鄰居，值得消費者信賴的購物代表。

截至二零二四年九月三十日止，淘寶中國有限公司（「淘寶中國」）直接或間接持有本集團已發行股本的78.70%，成為本集團最終控股股東。

高鑫零售將融合線上及線下的專業能力，探索中國零售行業的新零售發展機遇，成為實體零售數字化轉型的領先者及新零售標杆。

新聞垂詢：

縱橫財經公關顧問有限公司

吳慧怡 +852 2864 4831

何芷晴 +852 2114 4911

sprg_sunart@sprg.com.hk