

[請即時發放]



GOLDEN EAGLE RETAIL GROUP LIMITED  
金鷹商貿集團有限公司

金鷹商貿公佈二零一三年全年業績

\*\*\*\*\*

開展向『全生活中心』戰略轉型 優化顧客購物體驗  
積極發展 O2O 業務模式

經濟復蘇疲弱及競爭激烈下 同店銷售增長維持穩定 達 2.9%

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一三年 人民幣百萬元	二零一二年 人民幣百萬元	變動
銷售所得款項總額(「GSP」)	16,833.1	16,319.3	+3.1%
■ 特許專櫃銷售	15,276.0	14,853.3	+2.8%
■ 直接銷售	1,456.5	1,371.6	+6.2%
■ 租金收入	84.9	77.0	+10.1%
■ 管理服務費用	15.7	17.4	-10.1%
收益	3,659.6	3,622.9	+1.0%
經營溢利	1,515.2	1,556.5	-2.7%
本公司擁有人應佔溢利	1,235.0	1,217.6	+1.4%
每股基本盈利(人民幣元)	0.656	0.629	+4.3%
每股末期股息(人民幣元)	0.203	0.188	+8.0%

(二零一四年三月十八日 - 香港) 中國高級連鎖百貨店 - 金鷹商貿集團有限公司(「金鷹商貿」或「公司」, 連同其附屬公司統稱「本集團」, 香港交易所股份編號: 3308), 今天公佈截至二零一三年十二月三十一日止年度的全年業績。

二零一三年, 全球經濟處於刺激政策下的脆弱復蘇階段, 增長動力放緩。然而通過全體員工的共同努力, 集團於期內仍取得穩定的業績表現。回顧年內, 集團的 GSP 成功保持平穩, 上升 3.1% 至人民幣 168.3 億元。收益為人民幣 37 億元, 較去年同期增長 1.0%。本公司擁有人應佔溢利按年增長 1.4% 至人民幣 12.40 億元。每股基本盈利為人民幣 0.656 元, 較去年同期增長 4.3%。回顧年內, 集團同店銷售增長保持穩健水平, 達 2.9%。董事會建議派付截至二零一三年十二月三十一日止年度的末期股息為人民幣 0.203 元。

集團董事長王恒先生表示: 「集團準確把握商業零售業的最新發展趨勢, 主動開展向『全生活中心』的戰略轉型, 定位一站式滿足生活需求的城市高品質綜合商業, 以滿足顧客日益多樣化的消費需求。二零一三年內, 集團於現有大部份門店中, 持續引進餐飲、休閒、娛樂等多功能全生活業態, 以豐富顧客的消費體驗, 提高顧客的忠誠度和滿意度, 幫助增加門店客流, 及延長顧客的停駐時間, 進而帶動門店經營業績的整體提升。」

由於經濟狀況複雜多變，市場競爭日趨激烈，並且受鄰區南京新街口店二期建設施工的影響，於二零一三年，南京新街口店（本集團的旗艦店）的同店銷售增長錄得 4.2% 的輕微減幅，而揚州店及徐州店的同店銷售增長分別維持於 2.8% 及 3.3%。此外，作為本集團銷售增長新驅動力，揚州京華城店、南京仙林店、淮北店及宿遷店等較新店均錄得可觀的同店銷售增長，分別為 28.2%、33.7%、28.4% 及 44.5%。

由於新店對銷售所得款項總額的貢獻增加，南京新街口店對銷售所得款項總額的貢獻由 22.6% 減至 21.0%。南京新街口店、揚州店及徐州店等三大店對銷售所得款項總額的累計貢獻由合共 45.0% 減至 43.3%。

於二零一三年，特許專櫃銷售對本集團銷售所得款項總額的貢獻為 90.8%（二零一二年：91.0%），或由二零一二年的人民幣 14,853.4 百萬元增加 2.8% 至二零一三年的人民幣 15,276.0 百萬元，而直接銷售對本集團銷售所得款項總額的貢獻則為 8.7%（二零一二年：8.4%），或由人民幣 1,371.6 百萬元增加 6.2% 至人民幣 1,456.5 百萬元。

特許專櫃銷售佣金率下跌至 17.8%（二零一二年：18.6%）。下跌主要由於(i)佣金率較低的若干產品類別的表現相對強勁，包括黃金及珠寶；(ii)平均佣金率較低（相比南京新街口店等老店）的新店貢獻的銷售額增加。直接銷售的毛利率微升至 18.3%（二零一二年：17.8%）。特許專櫃銷售及直接銷售的整體毛利率降至 17.8%（二零一二年：18.5%）。

集團積極推行符合公司業務發展特點的 O2O 業務模式，促進集團整體業績的提升。具體來說，集團一方面於年內大力推行全方位營銷，通過「掌上金鷹」移動用戶、微信平台、網上積分兌換平台、跨界大客戶資源整合等一系列渠道，向顧客提供即時促銷資訊，優化顧客購物體驗。截至二零一三年底，「掌上金鷹」下載量已突破 100 萬次，綁定 VIP 顧客數量超過 30 萬名，微信粉絲超過 45 萬名。同時，本集團積極宣傳「全生活，VIP 跨界服務」，為廣大 VIP 顧客提供創新優質的增值服務。截至二零一三年末，本集團擁有 VIP 顧客約 1,270,000 名，VIP 顧客消費佔集團銷售所得款項總額的比例約為 56.2%。

為抓住未來中國零售市場蓬勃發展的機遇，集團繼續保持成熟穩健的新店拓展的步伐。二零一四年一月二十四日，常州嘉宏全生活中心暨新增商業面積投入運營，使該店建築面積增至約 46,800 平方米。通過與海洋館等全新特色業態的互動，以及精品超市、休閒餐飲等多功能業態的加入，嘉宏店不僅帶給當地顧客全新消費體驗，同時也為自身帶來巨大的業績增長動力。更令人期待的是，集團之旗艦店－南京新街口店新增 B 座商業面積將於二零一四年四月投入運營，新增建築面積約 81,000 平方米，將通過空中連廊與新街口店現有 A 座物業無縫連接。預計 B 座的開業將為新街口店帶來大幅業績提升，並進一步鞏固集團於南京新街口商圈的領先地位。

回顧目前已確定的多個新店拓展項目，集團在未來三年內仍將繼續增加超過 140 萬平方米的連鎖店建築面積，其不僅將進一步提高新開門店的自有物業比例，同時也將根據物業的自身特點，採取委託管理等靈活方式來優化新店物業取得方式，有效降低新店的前期經營風險。此外，集團將持續關注長期穩定、成本可控、規模可觀、業態豐富的優質全生活百貨經營物業；與此同時，集團也將持續積極物色符合本集團發展策略及資本回報要求的相關行業投資合作與兼併收購機會，為集團的業務拓展提供有效支撐。

王先生總結道：「展望未來，管理層對未來的中國經濟發展和國內消費增長審慎樂觀。二零一四年，集團將採取更加積極有效的措施，集中精力縮短新店的成熟盈利週期，進一步挖掘成熟老店的銷售增長點，樹立和鞏固行業領先地位。這些措施主要體現在：持續優化符合本集團自身特點的 O2O 業務模式，繼續推行全渠道營銷和商務電子化，持續貫徹實施多功能業態的升級改造，打造適合家庭全天候休閒購物的全生活商業中心，以及加強自營商品的集團採購。同時，集團也將會繼續保持成熟穩健的連鎖店拓展步伐。未來三年，集團仍將以自置物業、長期租賃或合併收購等多種方式，在江蘇省、安徽省、陝西省和雲南省進行深入拓展，發展和鞏固該部分區域的領先地位；並積極推進和相關行業領先企業的投資合作與業務協同。管理層相信，憑藉本集團雄厚的品牌實力、卓越的執行能力、良好的財務表現和忠實的顧客群體，本集團將能夠為股東帶來更好的回報。」

- 完 -

#### 公司資料

金鷹商貿集團有限公司主要在中國從事開發及經營時尚中高級連鎖全生活中心的業務。集團旗下門店的特色為「店中店」，務求在方便、舒適及歡樂的購物氣氛下，為顧客提供優質商品及全生活綜合服務。集團的門店主要位於所在城市的黃金購物區。集團專注發展具有強勁經濟增長潛力且競爭較少的城市，現時，本集團在 16 個城市成功開設 26 家自有店，總建築面積達 1,092,417 平方米。

如需更多資料，請聯絡：

#### IPR 奧美公關

劉麗恩／謝紫筠／梁詩雅／梁牧謙

電話： 2136 6952/ 2136 6950/ 2136 8059/ 3920 7684

傳真： 3170 6606

電郵： goldeneagle@iprogilvy.com