

[請即時發放]



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

金鷹商貿公佈二零一二年全年業績

營業額增長 **12.6%**至人民幣 **36.23** 億元
經濟放緩下 同店銷售增長保持穩定 錄得 **6.1%**

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一二年 人民幣百萬元	二零一一年 人民幣百萬元	變動
銷售所得款項總額 (「GSP」)	16,319.3	14,340.2	+13.8%
■ 特許專櫃銷售	14,853.3	13,160.2	+12.9%
■ 直接銷售	1,371.6	1,119.6	+22.5%
■ 租金收入及管理服務費用	94.4	60.4	+56.3%
收益	3,622.9	3,216.9	+12.6%
經營溢利	1,556.5	1,533.5	+1.5%
本公司擁有人應佔溢利	1,217.6	1,212.1	+0.5%
每股基本盈利 (人民幣元)	0.629	0.623	+1.0%
每股末期股息 (人民幣元)	0.188	0.188	-

(二零一三年三月二十二日 – 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)，今天公佈截至二零一二年十二月三十一日止年度的全年業績。

二零一二年，中國經濟持續面臨複雜多變的國內外經濟形勢。然而通過全體員工的共同努力，本集團於期內仍取得穩定不俗的業績表現。回顧年內，集團的 GSP 成功保持平穩，上升 **13.8%**至人民幣 **163.19** 億元。收益為人民幣 **36.23** 億元，較去年同期增長 **12.6%**。本公司擁有人應佔溢利按年增長 **0.5%**至人民幣 **12.17** 億元。每股基本盈利為人民幣 **0.629** 元，較去年同期增長 **1.0%**。回顧年內，集團同店銷售增長保持穩健水平，達 **6.1%**。董事會建議派付截至二零一二年十二月三十一日止年度的末期股息為人民幣 **0.188** 元。

集團董事長王恒先生表示：「年內，集團的各連鎖店結合商營合一的管理方式，對品牌組合和商品組合進行了較大規模的調整，並為了迎合當地消費能力的提檔，通過在二、三線城市主力店不斷引入國際知名品牌，進一步提升了本集團在當地的品牌形象和市場銷售份額，如徐州彭城廣場店和揚州文昌店引進了 COACH、CHANEL、CLARINS，鹽城店引入了 SK-II、CLARINS，泰州店引入了 ESTEE LAUDER，淮安店引入了 LANCOME，而昆明店則引入了 LONGCHAMP。以上進一步鞏固了本集團的門店於這些城市的中高端百貨市場的地位。」

個別門店表現方面，集團一直高度重視對現有的連鎖店業務管理體系的改進和優化。儘管經濟狀況複雜多變，市場競爭日趨激烈，並且受鄰近南京新街口店二期建設施工的影響，於二零一二年，南京新街口店（本集團的旗艦店）的同店銷售增長維持穩定於 1.2%，而揚州店及徐州店分別取得 5.3% 及 1.2% 的同店銷售增長。此外，作為本集團銷售增長新驅動力，南京仙林店及淮北店等較新店面均錄得可觀的同店銷售增長，分別為 58.8% 及 46.0%。

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 25.5% 減至 22.6%。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 50.2% 減至 45.0%。

二零一二年，特許專櫃銷售對本集團銷售所得款項總額的貢獻為 91.0%（二零一一年：91.8%），而直接銷售對本集團銷售所得款項總額的貢獻則為 8.4%（二零一一年：7.8%）。

特許專櫃銷售佣金率下跌至 18.6%（二零一一年：19.6%）。造成下跌的原因主要是(i)佣金率較低的若干產品類別的表現相對強勁，包括消費類電子產品、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；及(iii)增加新店及表現欠佳門店的推廣活動力度以吸引人流及建立市場地位。

直接銷售的毛利率減至 17.8%（二零一一年：20.2%），主要由於(i)本集團的直接銷售產品提供更多折扣優惠，從而向本集團的忠誠貴賓客戶提供價格優惠的優質產品及增加門店的客流，及(ii)本集團大部份新門店將經營精品超市作為向客戶提供的其中一項增值服務，毛利率整體上較低的超市銷售由人民幣 187.0 百萬元增加 34.1% 至人民幣 250.7 百萬元。特許專櫃銷售及直接銷售的合併毛利率下跌至 18.5%（二零一一年：19.6%）。

本集團始終堅持為廣大 VIP 貴賓提供業內領先的增值服務，並於二零一二年十二月推出“掌上金鷹”移動用戶端，為 VIP 貴賓量身定制人性化、差異化的服務資訊，如會員積分、消費記錄查詢、停車時間提醒、專屬促銷和新品資訊等。截至本報告日期，該用戶端下載量已突破 80,000 次。截至二零一二年年底，本集團擁有 VIP 貴賓約 1,170,000 名，VIP 貴賓消費佔集團銷售所得款項總額的比例約為 58.0%，而成熟店 VIP 貴賓的消費佔比則平均超過 64.0%。

為抓住未來中國零售市場蓬勃發展的機遇，本集團繼續保持成熟穩健的新店拓展的步伐。二零一二年，本集團共開設 5 家新店，淮北店和鹽城店亦有新增商業面積投入運營，共增加連鎖店建築面積約 238,700 平方米。二零一二年一月十二日，本集團共有 3 家新店同時開業，包括昆明南亞店、常州溧陽店及徐州人民廣場店。五月十八日，鹽城奧萊城開幕，將已在南京成功運營的「Outlet Mall」經營模式首次引入鹽城。五月十九日，常州武進店開業。

目前集團已確定未來多個新店拓展項目，本集團在未來四至五年內仍將繼續增加超過 140 萬平方米的連鎖店建築面積。

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。二零一三年，本集團將採取一系列更加積極有效的措施，集中精力縮短新開連鎖店的成熟盈利週期，並進一步挖掘和增強成熟老店的銷售業績和盈利能力。同時，本集團也將會繼續保持成熟穩健的連鎖拓展步伐。本集團未來仍將以自置物業、長期租賃或合併收購的方式，在江蘇省、安徽省、陝西省和雲南省深入拓展，並積極把握與相關行業領先企業全面合作拓展的機會。本集團亦會關注其它經濟發展潛力較大的省會城市，進一步構建更大範圍的連鎖店網路。我們相信，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，本集團一定能夠繼續在行業中保持領先地位，為股東帶來更好的回報。」

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高級連鎖百貨店的業務。集團旗下百貨店的特色為「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服務。集團的百貨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 27 家自有店，總建築面積達 1,107,377 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