

主席報告書

2013年是新世界百貨成立20周年，對本集團而言是別具意義的一年。新世界集團充份把握中國改革開放的機遇，於1993年成立新世界百貨，並於翌年在武漢開設首家百貨店，本集團至今全國經營分店42家，網絡覆蓋中國20個重點城市，是國內最大的百貨店經營者之一。回顧過去20載，本集團有幸成為中國實現國家富強、人民生活提升的時代見證，與國內消費者同步成長。



回顧年內，歐債危機的陰霾仍然籠罩國際資本市場，國內經濟及出口未呈明確復甦跡象。國內外複雜多變的經濟形勢，為中國零售業帶來不少機遇與挑戰。機遇方面，儘管社會消費品零售總額增長有所放緩，2013年上半年仍錄得12.7%雙位數的同比增長，整體零售面積持續擴大，內需成為拉動中國經濟的火車頭；挑戰方面，實體零售業調整步伐加速，同業極需優化經營結構，擴大協同效應，於全國佈局下才能保持較快的增長，行業進入汰弱留強的關鍵階段。面對國內消費者對商品及服務質素日漸提升的需求，本集團高瞻遠矚，早於2009年啟動形象革新計劃，通過重整商品組合、引進更多餐飲娛樂等一系列生活配套設施的方式，將旗下百貨店打造成以服裝、服飾為主的主題百貨—「時尚館」及一站式百貨—「生活館」。

回顧年內，除武漢四家分店以外，形象革新工程已大致完成，截至2013年6月30日，約91%的概約總樓面面積已以革新形象對外營業。活化後，分店的業務增長動力增強，品牌效應日趨明顯，為本集團的長遠發展打下穩固的基礎。憑著出色的業務發展及盈利表現，本集團連續五年榮獲《福布斯》評為「亞洲200強優秀上市中小企業」(Asia's 200 Best Under A Billion)，顯示本集團的表現獲得國際媒體及投資者的認可。

截至2013年6月30日止，本集團收益達4,011.5百萬港元，較上年度增長14.9%。年度利潤為641.5百萬港元，扣除其他虧損／收益、投資物業公平值變動及出售位於無錫的物業之一次性稅項調整後，年度利潤則由上年度的561.3百萬港元增長約9.8%至615.7百萬港元。

回顧年內，本集團貫徹「輻射城市」及「一市多店」的擴充策略，透過租賃及併購增加自有店數目，輔以原店擴建及輸出管理等方式，積極進行全國性的業務拓展。2012年12月，本集團兩家以大型時尚「生活館」為定位的自有店，於江蘇省鹽城市及陝西省西安市隆重開業，西安店更是本集團將業務擴展至中國



西北地區的戰略部署。另外，本集團分別於2012年9月在浙江省寧波市北侖，及2013年4月在河北省三河市燕郊開設兩家全新管理店，以迅速進駐消費增長較快的市郊地區。截至2013年6月30日，本集團共經營管理36家自有店及五家管理店，概約總樓面面積為1,513,940平方米。另外，本集團於2013年7月30日成功收購上海泓鑫時尚廣場，進一步鞏固上海的業務。

多元化及創新的市場推廣活動是本集團提升收入的重點手段。回顧年內，本集團策動更多非單店、具主題性的「全國聯動活動」，如分別於2012年11月及2013年5月舉行的「VIP日」和「20周年快樂大爆發」便於全國20個城市的41家分店，以滿減、買贈、抽獎及互動遊戲等多種不同形式同步展開。活動創下驕人的銷售佳績，多間分店客流翻倍，充分發揮本集團的網絡資源優勢，成功製造更大的全國性影響力。另外，本集團年內與多個夥伴促成戰略合作，為市場推廣活動加添新元素，當中包括與澳門十六浦度假村合辦的《邁克爾·傑克遜25年光輝重現巡迴展》，於三個城市巡迴展出50多件邁克爾·傑克遜的珍品；更首席贊助浪漫愛情電影《愛神》，成為國內第一間與電影公司進行跨界別合作的百貨公司，進一步鞏固本集團主題性百貨的形象。針對智能手機普及的情況，本集團近年積極拓展新媒體管道，增進與年輕客群的互動聯繫。回顧年內，本集團的全國微博粉絲人數已超過350萬，多家分店已開通微信帳戶，訂閱用戶數目更於數月內飆升至近34萬。

本集團一直致力履行可持續發展的承諾，因此，於2012年成立可持續發展委員會，以推進在環境保護、社會公益、員工福利及發展、營運慣例等四個領域的工作。回顧年內，本集團策動了「與新百齊Go Green」、「環保中秋—新百月光寶盒回收行動」、「水資源之美」攝影比賽等多個全線環保活動，更連續四年響應「地球一小時」，並積極鼓勵顧客及員工一同參與，共同投入環保事業。社會公益方面，本集團連續七年成為「無國界醫生日」的主要贊助機構，歷年共

籌得善款約248萬港元；更舉辦「助學獻愛心捐贈計劃」，向公眾募集學習物資予缺乏資源學童。另外，為搭建全國統一的義工服務平台，本集團於2013年4月成立新世界百貨義工隊，並隨即舉行「新百小樹苗功課輔導計劃」，以惠及近千名缺乏資源的學童，進一步把關愛社會精神傳播開去。員工福利及發展方面，本集團年內舉辦了「核心人才培訓計劃」、「分店主管經營管理能力提升訓練營」、「零售營運管理研修證書班」及「新鵬計劃—2013新百見習管理生培育計劃」等培訓課程，提升員工技術，以培育各類型零售專才。同時，透過引進《供應商守則》，向供應商分享本集團對可持續發展的抱負，感染各方一同參與。

展望未來，本集團將繼續抓緊中國經濟騰飛的機遇，進一步擴大業務網絡，並計劃至2016財政年度，增加自有店的概約總樓面面積至約200萬平方米。此外，本集團亦將因時制宜調整經營策略，提供優質的商品及服務，致力實現提升中國人民生活質素的願景。

過去20年，新世界百貨有賴股東、員工及各個持份者的支持與監督，與崛起的中國同步成長，成就燦爛輝煌的中國夢。藉此機會，本人謹代表董事會感謝全體員工一直以來之辛勞及貢獻，讓本集團傲然度過各個重要時刻，茁壯成長。本人深信，管理層及員工同心同德，將攜手引領新世界百貨邁向更光輝的未來。

主席
鄭家純博士

香港 • 二零一三年九月二十五日



獨到 市場定位模式

引領百貨時尚
生活新典範



