

连锁百货巨头金鹰商贸在港发布业绩公告

2009年同比31.1%增长率领军行业,全国扩张步伐加速

核心提示

以南京金鹰新街口店为旗舰店的香港上市公司金鹰商贸集团,近日在香港发布2009年业绩公告,公告表明集团2009年全年实现销售总额81.9亿,较2008年同期增长高达31.1%,其中同店(即开业至少1年以上的店)增长17.5%。经营利润9.58亿,同比增长35%。同时,公告还显示,金鹰商贸2010年第一季销售额同比增长逾30%,同店销售额增长逾20%。

据江苏省统计局公布的数据显示,2009年江苏实现地区生产总值34061亿元,比上年增长12.4%,总量已列全国第二位;实现社会消费品零售总额11484.1亿元,比上年增长18.9%,居全国第三位。在2009年宏观经济和零售市场充满挑战的情况下,金鹰商贸实现31.1%高速增长,得益于江苏省整体经济水平的强劲发展势头。



发源江苏,走向全国

20世纪90年代,开放的中国吸引了全球投资人的目光。18年前,金鹰商贸的董事长王恒先生踏上了一次意义特殊的中国之旅。南京“政通人和”的投资环境,给来华考察的金鹰投资者留下深刻的印象,并最终选择了以南京为起点,发展金鹰在中国的事业。

在南京市政府及商贸部门的大力支持下,金鹰商贸的第一间连锁店——南京金鹰购物中心新街口店于1995年圣诞节前夕试营业,1996年4月18日正式营业。甫一开业,金鹰就成为南京消费者首选的“时尚之都”,直接带动了新街口商圈时尚度,提升了整个城市的商业水平。

作为金鹰商贸的旗舰店——南京新街口店,屹立于被誉为“中华第一商圈”的新街口商业中心,成立伊始即定位为中高端时尚百货,打破了当时百货业传统运营的局面,也由此揭开了南京时尚百货业崭新的一页。

在新街口店成功运营之后,2001年金鹰购物中心南通店的开业标志着金鹰商贸连锁发展的第一步,随后,扬州、苏州、徐州等地连锁店相继开业,迅速崛起的金鹰品牌遍布江苏区域。

2005年底,西安高新店试营业。这是金鹰商贸的又一个里程碑,标志着金鹰全国连锁拓展步伐正式迈出。随后,金鹰昆明店、上海金鹰国际购物广场的成功开业,将金鹰商贸在全国连锁的版图布局的步伐大步迈进。

截至目前,金鹰商贸已在全国11个城市成功开设了17间连锁店百货店,所有连锁店均处于所在城市黄金商业中心,凭借堪称行业标杆之专业管理及创新精神,各店均稳居所处区域市场百货业领先地位。

短短14年,金鹰完成了品牌创业的过程,成功创建一个品牌并将其培育到一个成熟阶段。金鹰商贸的气象日益见长,2006年3月21日,金鹰商贸(HK3308)在香港联交所主板成功上市,目前总市值超过300亿港元,并持续保持稳健增长,获得国内外中介机构以及投资人的一致好评。法国里昂证券认为“金鹰商贸是中国最好的百货公司之一”;中银国际评定“在2009年上半年全球证券市场受挫的经济环境下,金鹰商贸跑赢大市”。

近30亿的年销售额 新街口旗舰店不断创造奇迹

一直以来,为南京市民所熟悉的金鹰新街口店,以优雅舒适的购物环境、琳琅满目的国际名品、细致入微的待客服务,成为中国高级时尚百货的主流品牌,这也是我们南京商业的骄傲与自豪。而该店2009年实现销售28.3亿,名列全国百货单店前三,此外,在新街口金鹰的卓越平台上,众多国内外知名品牌也实现了全国乃至全球范围内的业绩突破。以大家耳熟能详的国际一线化妆品兰蔻为例,其在南京金鹰新街口店的2009年专柜业绩位居全

球第三。另据相关数据显示,仅2009年,金鹰新街口店的国际一线化妆品品牌的销售实现近25%的增长率,创造业绩达3亿多。不仅兰蔻业绩骄人,HR、倩碧、娇兰、资生堂以全国第二,雅诗兰黛、sisley、SK-II以全国第三的业绩均名列前茅。

其实兰蔻专柜只是金鹰众多化妆品品牌成功销售的一个缩影,它代表了金鹰成熟的化妆品品牌管理体系和服务要求。金鹰每年2次的品牌调整和优化升级,使化妆品区域覆盖了护肤、彩妆、香水等高端专业品牌。得益于高端购物环境的营造,大多数一线化妆品品牌都会选择在新街口店开展全国新品首发会,而金鹰牵头组织的一年四次的化妆品节都让广大爱美的女性趋之若鹜,形成了一波波专属金鹰的美容风暴,也因此保证了忠实、稳定的VIP客户资源,给品牌提供了绝对的业绩支持。双方的倾力合作实现了必然的共赢。

据了解,金鹰拥有30余家国际一线化妆品品牌,2009年其中12家业绩突破千万。而如此骄人业绩不仅属于金鹰,也属于城市的荣耀。

作为运营14年之久的老店,此业绩令业内无不惊羡。记者了解到除行业翘楚金鹰新街口店外,金鹰旗下徐州店、扬州店2009年也分别以12.3亿、10.8亿的营业额携手迈入百货单店十亿俱乐部。这些数据充分证明了金鹰商贸优秀的营运管理能力以及卓越的盈利能力。

被大摩纳入 MSCI指数

金鹰商贸2009年11月被摩根斯坦利评估纳入其编制的MSCI中国指数,该指数旨在跟踪中国概念股表现,并为世界范围内的投资机构及独立投资人提供参考。也基于这样权威机构的认可,2009年,金鹰商贸股价连创新高。

从金鹰商贸公布的公告数据中不难看出,除了集团整体业绩亮丽外,同店同比也高达17.5%,而这一数字远远高于百货业平均增长水平。尤其2009年上半年全球经济在金融危机重重笼罩之下,整个零售业市场陷入低迷状态,欧美、日韩等老牌百货遭遇销售增长停滞甚至负增长,国内同行也或多或少面临此困境。

版图扩张三年计划 总店面积超100万平米

2006年起,金鹰开始走出江苏,进入异域扩张时代,截至目前,金鹰商贸的经营面积达到56万平方米。近期更是加大了全国扩张的进程,目前,已在安徽合肥、淮北、云南昆明、江苏南京、常州、宿迁、昆山、丹阳、连云港等地锁定开店地址,预计在未来三年内至少增加50万平方米的经营面积,连锁遍及全国20座城市。未来,金鹰商贸开出的百货店单店面积将会增加,并结合餐饮、影院、娱乐等休闲设施,增加消费者购物乐趣,打造一体式百货商场。

2012年 南京地区八店联动

作为金鹰商贸根据地的南京,无论是成熟店还是成长店、新店,都取得了斐然业绩。目前南京同城五店囊括了不同定位的中高端客源,新街口店保留经典的风格,东方店低调的奢华,金鹰天地时尚新锐,汉中店主打名品折扣,而仙林店则以街区综合商业概念锁定新兴大学生及新城高档住宅群体。每家店充分针对所在区域的市场特点,从整体卖场布局到商品结构以及品牌组合,将金鹰原有新街口店的中高端百货形象,延展为家门口就能享受到的优质商品和尊贵服务。

据了解,未来2至3年内,金鹰在南京地区还将开设河西、江宁以及新街口二期项目三家新店。其中,河西店将以10万平米百货面积居金鹰商贸连锁店之首,而整体商业规划面积达到50万平米,将着力打造南京新城区商业航母;江宁店百货面积将达到5万平米,未来会是南京南部时尚地标;而备受各界关注的新街口二期项目,将与旗舰店联通,会聚国际一线奢侈品牌、顶级化妆品、国内外名品以及各类时尚业态,当仁不让成为中华第一商圈的聚焦。随着未来南京地区新项目的推进,可以预见,金鹰系将在锁定区域20万稳定VIP客群的基础上,扩展覆盖南京以及周边区域的全客层,真正形成同城八店联动。

金鹰国际
GOLDEN EAGLE

金鹰,专注于高级时尚连锁百货运营以及高端商业地产开发
在中国, 20座城市, 近800万平米商业项目, 超过30家连锁百货店...
To be the best in our field.
Golden Eagle: focused on high-end department stores and commercial real estate development.
The near future of Golden Eagle in China: 30 department stores, 20 cities, covering over 8 million square meters.

铸就行业佼佼者地位