



GRAND OCEAN RETAIL GROUP LIMITED
大洋百貨集團控股股份有限公司

2018年法說會



免責聲明

本簡報所提供之資訊含有前瞻性敘述。這些前瞻性敘述將受風險、不確定性與推論所影響，部份將超出我們的控制之外，實際結果可能與這些前瞻性敘述大不相同。本公司並不保證本簡報資料之正確性，且不負有更新或修正本簡報資料內容之責任。本簡報資料中所提供之資訊並未明示或暗示的表達或保證其具有正確性、完整性、或可靠性，亦不代表本公司、產業狀況或後續重大發展的完整述論。此簡報及其內容未經本公司書面許可，任何第三者不得任意取用。

揚帆入洋

公司概況

1. 大洋百貨集團有限公司成立於2002年5月，是目前中國領先的提供零售商業活動的服務商之一。成立17年來，大洋秉持著顧客第一的經營理念，為千萬使用者提供穩定優質的服務，以永不停息的發展腳步，提升了人民的生活品質，助推了城市的經濟發展。2012年6月大洋在臺灣證券交易所上市（股票代碼5907）。
2. 目前大洋已進入中國12個城市並開設17家門店（包含福州嘉瑞興經營地下商業街）與惠州淡水天安大洋生活薈，總營業面積近70萬平方米，分佈在以武漢為中心的華中片區，以南京為核心的華東片區，以及以福州為核心的華南片區，大洋正在深刻影響並持續改變著當地人民的生活習慣。
3. 公司經營團隊來自海峽兩岸三地，管理層平均百貨、購物中心經營經驗超過17年以上，是一群精通百貨、購物中心、商場經營與管理的專業技術團隊。



願景與使命

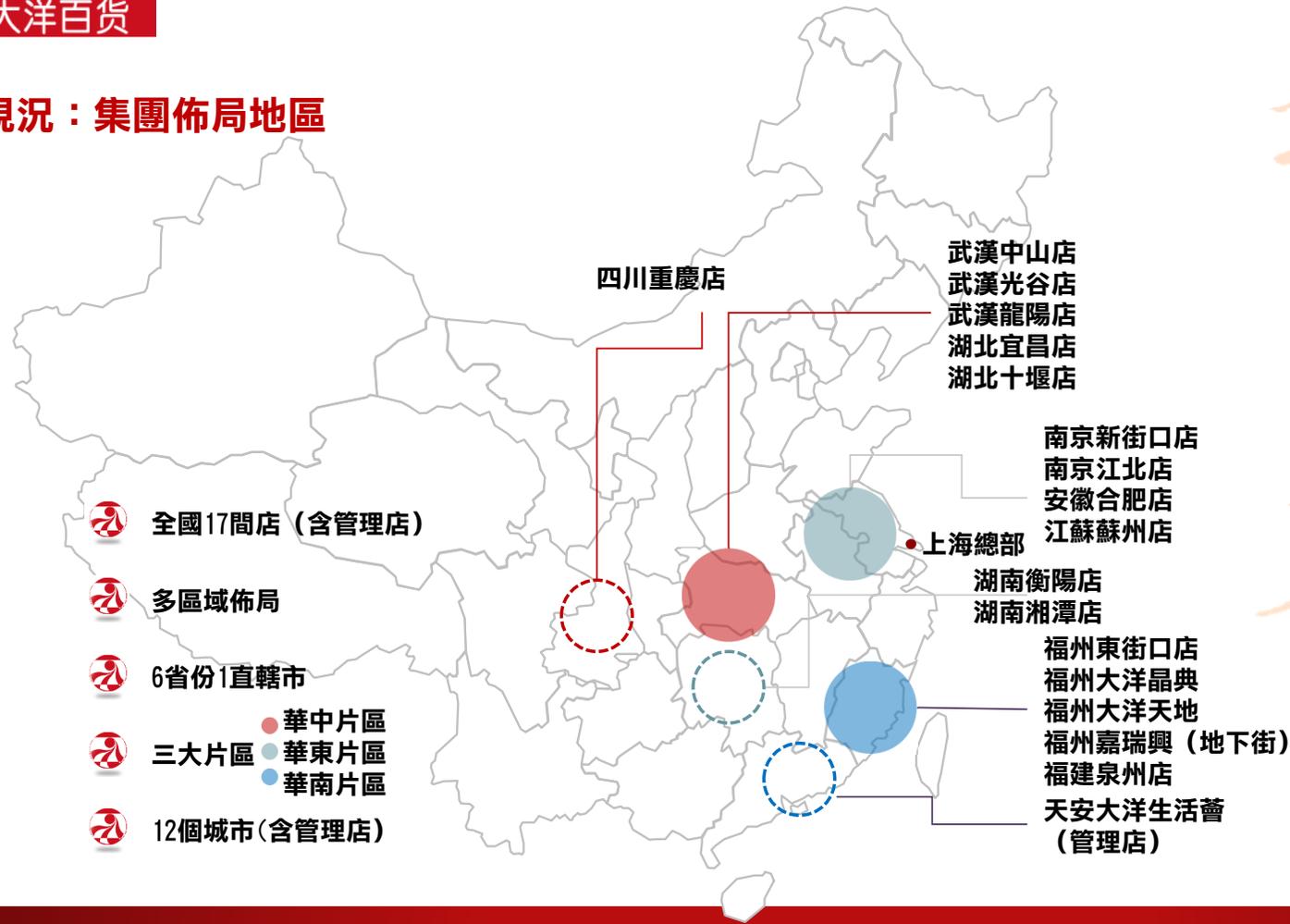
1. 願景

2018年大洋以「不忘初心、開拓無界零售市場；牢記使命、營造第三生活空間」為主軸，深化公司內部改革，拓展全管道、發展新業態、優化供應鏈，形成全面的創新轉型模式。且回歸到零售的本質，以消費者需求為中心，以商品和服務為主要內容，主動適應消費升級需要，運用互聯網思維，加快業態創新、模式創新和組織創新，建構集團發展新格局。

2. 使命

把商場打造成人們的第三生活空間是大洋的使命。大洋以“智慧商城”作為戰略目標，藉第四次零售革命的契機，利用移動互聯網技術，把顧客、商場和商品緊密聯繫在一起。大洋以敏銳的市場觸角，先後與美團、騰訊、京東、微盟等一流互聯網企業合作，營造了豐富的場景，不斷改善著顧客的購物體驗。

營運現況：集團佈局地區



揚帆入洋

營運現況：營業面積(華中片區)

省份	分店	樓地板面積	自有/租賃
湖北省	武漢中山店	55,185	租賃
湖北省	武漢光谷店	34,311	租賃
湖北省	武漢龍陽店	48,094	租賃
湖北省	宜昌店	50,620	租賃
湖北省	十堰店	35,484	自有
重慶市	重慶店	48,720	租賃

揚帆入洋

營運現況：營業面積(華東片區)

省份	分店	樓地板面積	自有/租賃
江蘇省	南京新街口店	56,362	租賃
江蘇省	南京江北店	40,888	租賃
安徽省	合肥店	40,500	租賃
湖南省	衡陽店	41,830	自有
湖南省	湘潭店	44,052	租賃
江蘇省	蘇州店	30,336	租賃

揚帆入洋

營運現況：營業面積(華南片區)

省份	分店	樓地板面積	自有/租賃
福建省	福州	25,044	自有
	東街口店	8,865	租賃
福建省	福州 大洋晶典	38,590	自有
福建省	福州 大洋天地	20,607	租賃
福建省	嘉瑞興	13,389	租賃
福建省	泉州店	26,882	自有
廣東省	天安大洋生活薈	30,103	管理店

揚帆入洋

品牌策略

 **大洋天地**
GRAND OCEAN
大洋天地

- 社區型百貨
- 中端消費家庭族群
- 目前店數2家：福州大洋天地、天安大洋生活薈

 **大洋百货**
GRAND OCEAN
大洋百貨

- 流行百貨
- 主流商圈中高消費族群
- 目前店數14家

 **大洋晶典**
Boutique Mall
GRAND CLASSIC
大洋晶典

- 國際精品
- 市區高端消費族群
- 目前店數1家：福州大洋晶典

揚帆入
大洋

新零售布局歷程

- 2016/03：集團導入CPOS項目啟動，大洋百貨朝向全集團支持電子錢包邁進。
- 2016/04：與騰訊集團簽署QQ錢包戰略合作協議。
- 2016/05：與民生銀行針對CPOS簽署戰略合作協議。
- 2016/06：QQ錢包走進大洋發表會，大洋百貨正式導入電子錢包，後續增加支持微信支付、支付寶、APPLE PAY、銀聯閃付、京東錢包等。
- 2016/09：集團成立O2O事業部，專責於推展與電商合作之職能。
- 2016/09：開通大洋CPOS微信電子會員卡，大洋百貨會員卡進入電子化時代。
- 2016/09：與新美大結成戰略夥伴，共建大數據智慧零售生態。
- 2017/04：與百旺電子達成戰略合作，雙方在智慧稅務、財稅大數據與電子化發票聯合推廣等進行合作。
- 2017/08：與京東簽署戰略合作框架協定，就京東之家、京東商城、京東金融、京東物流與會員等大數據等方面展開合作。
- 2017/12：集團與中國郵政速遞物流達成戰略合作，共推「互聯網+零售+快遞」新發展。

揚帆入洋

2018年前三季獲利狀況

新台幣仟元	2018 前三季	%	2017 前三季	%	差異數	%
營業收入	4,515,909	100.00%	4,124,412	100.00%	391,497	9.49%
營業成本	1,046,554	23.17%	917,693	22.25%	128,861	14.04%
營業毛利	3,469,355	76.83%	3,206,719	77.75%	262,636	8.19%
營業利益	627,234	13.89%	469,994	11.40%	157,240	33.46%
營業外收入/(費用)	(72,187)	-1.60%	(275,059)	-6.67%	202,872	-73.76%
稅前淨利	555,047	12.29%	194,935	4.73%	360,112	184.73%
所得稅	248,242	5.50%	266,090	6.45%	(17,848)	-6.71%
稅後淨利	306,805	6.79%	(71,155)	-1.73%	377,960	531.18%
每股盈餘	1.69		(0.38)			

揚帆
大洋

2018年前三季度獲利狀況

人民幣仟元	2018 前三季	%	2017 前三季	%	差異數	%
營業收入	983, 594	100.00%	919, 190	100.00%	64, 404	7.01%
營業成本	227, 946	23.17%	204, 523	22.25%	23, 423	11.45%
營業毛利	755, 648	76.83%	714, 667	77.75%	40, 981	5.73%
營業利益	136, 616	13.89%	104, 745	11.40%	31, 871	30.43%
營業外收入/(費用)	(15, 723)	-1.60%	(61, 301)	-6.67%	45, 578	-74.35%
稅前淨利	120, 893	12.29%	43, 444	4.73%	77, 449	178.27%
所得稅	54, 069	5.50%	59, 302	6.45%	(5, 233)	-8.82%
稅後淨利	66, 824	6.79%	(15, 858)	-1.73%	82, 682	521.39%
每股盈餘	0.37	0.00%	(0.08)	0.00%		

揚帆
大洋

百貨業邁入第四季旺季

第四季是傳統零售業的旺季，他的成敗及大的影響全年各項經營指標任務能否達成。
大洋百貨2018年10月份與11月份的營業收入與去年同期比較如下：

	10+11月 (2018)	10+11月 (2017)	差異數	%
新台幣仟元	1,317,460	1,270,161	47,299	3.72%
人民幣仟元	293,605	279,893	13,712	4.90%

第四季度尚有3檔重大活動（雙十二檔、聖誕檔、元旦檔）

揚帆入大洋

大洋百貨未來發展-中國百貨的發展趨勢

隨著消費者對於個性化選擇及市場選擇面日新月異，百貨在商業零售中的地位愈發尷尬。千店一面，基本無差異化，且經營手法陳舊，業態佈局也很難滿足新一代消費客群的需求，面對加劇的市場競爭，百貨業也必須對於市場定位、業態佈局、行銷創新、顧客粘度等課題重新研討並落實。

明確定位：趨於百貨普遍受到總經營面積的局限，不可能像購物中心那樣全業態的吸客能力。“特色化、主題化”將是百貨未來生存發展的特點。根據消費者適當選擇非傳統零售業態來豐富及滿足需求。以全新的經營方式完成角色及功能定位的轉換。

技術升級：要從消費者的體驗切入技術引進及使用。到業務中後臺的核心流程資料化的提升。應用大資料對於地圖搜索、室內外定位、人臉識別、移動支付等技術對傳統行銷環節予以改造。拓展零售的深度與廣度，顧客數位化、商品數位化、服務數位化、行銷數位化、經營管理數位化。

深化變革：要做到零售轉型與組織變革和機制創新密不可分。打破原有職能與流程分割，推進管理體系升級，建立績效掛鉤的激勵考核制度。通過管理層持股完成激勵機制，調動員工積極性。不斷深化組織變革使得轉型中的零售企業煥發新的內在活力。

大洋百貨未來發展-大洋百貨的調整思路

作為國內百貨業態較早形成連鎖經營模式的大洋百貨也受到近些年傳統零售行業不景氣的影響，發展較為緩慢。部分之前傳統意義上所處的優質商圈的門店反而未及時差異化定位或業態佈局轉型，越來越遭到新一代消費者的冷落，在競爭日益激烈的對手面前被邊緣化。面對此困局，必須要重新規劃未來的方向，做出重大變革。來贏回消費者的選擇。

以人為本，把握消費者需求的變化趨勢。當前新業態的表現為跨界，未來可能是無界，可以通過資料分析、通過大資料來描述消費者的類型，未來更需要人工智慧。牢記本質：以消費者為核心、以降低成本、提高效率為目的、以技術創新為驅動。

開拓無界零售模式。注重消費者的需求及意願，提高自身的社交屬性，多與消費者互動，增加與消費者的粘度。構造社交化的場景佈置，與品牌商共同促成多業態的跨界協同，實現數位化轉型。打造第三生活空間，滿足物質需求的同時更滿足精神需求。給予消費者極致的體驗感，受到關注享受到尊重。從物質的滿足上升為心理的滿足。

打破原有職能與流程分割，推進管理體系升級，建立績效掛鉤的激勵考核制度。通過管理層持股完成激勵機制，調動員工積極性。逐步完成責任到人的機制，優勝劣汰、獎罰分明。減少人浮於事的現象。

大洋百貨未來發展-大洋百貨的調整思路

在財務規劃上，近年來大洋百貨持續匯出人民幣達8.4億元，主要用於減少外幣負債，大幅度的改善了本公司的財務結構，並且降低了匯率風險，也減少了外幣利息的負擔。

大洋百貨將持續將經營成果匯出人民幣，除了繼續降低外幣負債以控制匯率風險外，也要將獲利回饋給所有股東。

揚帆入
大洋

大洋百貨未來發展-大洋百貨各店狀況（照片）

健康發展型：經營狀況處於成長並持續穩定，有明確的未來發展方向。各項經營資料均能完成公司要求的預算任務，員工凝聚力較強且工作有一定的主動性、對供應商的約束力較強。

現有店名：宜昌店、合肥店、武漢一店、武漢二店、南京一店、南京二店。

遭遇瓶頸型：轉型升級取得一定效果，業績有所回升，但店內仍須進一步提昇，增加客流量。

現有店名：、福州一店、福州二店、武漢三店、重慶店、衡陽店、泉州店。

急需改善型：受到競爭對手的強大壓力，自身定位轉型錯過了最佳時期，現階段經營狀況遇到較大的問題，虧損雖有減少，但還不能扭虧為盈。

現有店名：福州三店。



Thank you

Grand Ocean Retail Group Limited

揚帆入
大洋