

Operativer Gewinn von Suning.com im 1. Quartal steigt um 25,44 % auf 62,2 Milliarden RMB an

Nanjing, China (ots/PRNewswire) - Suning.com (002024.SZ), Chinas führender O2O-Einzelhändler, der sich im Besitz der Suning Holdings Group befindet, veröffentlichte am 29. April seinen Geschäftsbericht für das 1. Quartal 2019, der zeigt, dass die intelligente Retail-Strategie weiterhin für ein schnelles Wachstum des Unternehmens sorgt. Das Betriebseinkommen lag im ersten Quartal bei 62,242 Milliarden RMB, was im Vergleich mit dem entsprechenden Vorjahreszeitraum einen Anstieg von 25,44 % darstellt. Der Gesamtumsatz lag bei 86,926 Milliarden RMB, wobei die Umsätze aus dem Onlineshop von Suning um 40,87 % höher als im entsprechenden Vorjahreszeitraum lagen. Im ersten Quartal erzielte Suning einen Bilanzgewinn von 136 Millionen RMB.

Retail-Netzwerk auf allen Kanälen stellt doppelten Faktor für das Wachstum dar

Im ersten Quartal 2019 zeigte sich, dass der Binnenverbrauchermarkt weiterhin über ein Wachstumspotenzial verfügt. Trotz des weicheren Marktumfeldes wuchsen die Online- und Offlinegeschäfte von Suning weiterhin relativ schnell. Außerdem wurde die Umsetzung des Strategieplans des Unternehmens weiter verfolgt, um Sunings geschäftliches Netzwerk zu vergrößern.

Auf dem Offline-Markt verfolgt Suning seine groß angelegte Expansion weiter. Zum 31. März 2019 verfügte das Unternehmen über 9.758 eigene Ladengeschäfte und 2.571 Franchise-Geschäfte. Durch die Optimierung der Geschäfts- und Produktstruktur war das Unternehmen in der Lage, die Qualität seiner Filialsteuerung ständig zu verbessern. Sunings Redbaby-Geschäft ist unter anderem reifer geworden und konnte seinen Umsatz im Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum um 15,70 % steigern.

Auf dem Onlinemarkt lag die Wachstumsrate des Umsatzes von Suning durch die erweiterten Branchensynergien und die verbesserte Effizienz durch die Integration von Ressourcen deutlich über dem Branchendurchschnitt. Im ersten Quartal 2019 beliefen sich die Transaktionen auf der Plattform Suning.com auf 54,124 Milliarden RMB, was im Vergleich zum Vorjahreszeitraum eine Steigerung von 36,09 % darstellt. Hierbei lag unter anderem der Umsatz in den durch das

Unternehmen betriebenen Ladengeschäften bei 37,909 RMB, was im Vergleich zum Vorjahreszeitraum eine Steigerung von 40,87 % darstellt. Die Transaktionen auf offenen Plattformen beliefen sich auf 16,215 Milliarden RMB. Des Weiteren zeigte der Geschäftsbericht für das 1. Quartal, dass das Retail-System des Unternehmens zum 31. März über 422 Millionen registrierte Mitglieder verfügte.

Produktportfoliostrategie für alle Kategorien steigert Wettbewerbsvorteil

Im ersten Quartal führte das Unternehmen fünf große Produktgruppen, darunter Haushaltsgeräte, Verbraucherelektronik, FMCG, Kleidung und Accessoires sowie internationale Gegenstände ein, um das Produktmanagement zu straffen. Suning stärkte seine Fähigkeit, anderen Produkte aus dem 3C-Bereich, Haushaltsgeräte und aus sonstigen Premiumkategorien zu bieten, während es gleichzeitig die Integration und Expansion der Lieferketten für FMCG-Produkte, frische Lebensmittel und allgemeine Handelswaren stärkt.

In Bezug auf 3C-Produkte und Haushaltsgeräte hat Suning mehr als 10 neue Smart-Produkte herausgebracht, u. a. Klimaanlage, Bodenwischroboter und Smart-Kopfhörer. Es Unternehmen hat außerdem den Suning-Eco-Chain-Fund und das Biu+Joint Laboratory gegründet, um innovative Unternehmen bei der Entwicklung intelligenter Hardware und ständig optimierten Produkten, Technologien und Nutzererfahrungen zu unterstützen.

Im FMCG-Bereich war Suning dazu in der Lage, seine Markt stetig zu stärken und mithilfe zentraler Beschaffung, bei der direkt vom Hersteller eingekauft wird sowie durch strategische Kooperationen, durch die das Unternehmen in der Lage war, sein Netzwerk an Offline-Läden zu erweitern, sowohl im Online-, als auch im Offline-Bereich ein Wachstum zu erzielen. Während desselben Zeitraums hat Suning das Lieferkettenmanagement für sein Online- und Offlinegeschäft durch den Kauf von 37 Geschäften von Wanda weiter optimiert, was einen deutlichen Erfolg für die Betriebsstrategie von Suning für alle Kategorien des Produktportfolios darstellt.

Investitionen in Logistik, Finanzen und Technologie weiterhin hoch

Suning steigerte im ersten Quartal seine Investitionen in Logistik, Finanzen und Technologie und den Aufbau weiterer wichtiger Kernkapazitäten weiter, um eine solide Grundlage für das Wachstum

über das nächste Jahrzehnt zu schaffen.

In Bezug auf die Logistikinfrastuktur betrug die Gesamtfläche des Lagers und der dazugehörigen unterstützenden Einrichtungen für Suning Express und Daily Express 9,64 Millionen Quadratmeter und das Unternehmen verfügte über 26.700 Express-Auslieferstellen.

Im ersten Quartal stiegen die Investitionen im Kundenfinanzierungsgeschäft verglichen mit dem Vorjahreszeitraum um 229,66 % und die Investitionen im Lieferkettenfinanzierungsgeschäft stiegen um 78,01 %. Suning Finance wurde auf der KPMG-Liste 2018 für Chinas 50 führende Fintech-Unternehmen geführt und Suning Paypassword wurde als "National High- and New Technology Enterprise" ausgezeichnet.

Suning tätigte weiterhin Investitionen in die Forschung, wobei die Ausgaben hierfür im Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum um 81,79 % stiegen. Anfang 2019 wurde die Suning Technology Group offiziell gegründet und im Januar wurde das erste "Smart Retail Brain" eingeführt, wodurch Kundenfamilien, Retail-Service und Channel-Anbieter, Hersteller und andere Verbindungen in der gesamten Branchenkette gestärkt werden.

-Ende-

Informationen zu Suning

Das im Jahr 1990 gegründete Unternehmen Suning ist eines der führenden Handelsunternehmen Chinas und verfügt über zwei öffentliche Unternehmen in China und Japan. Im Jahr 2018 belegte die Suning Holdings den zweiten Rang unter den Top 500 nicht staatlichen Unternehmen in China und erzielte einen Jahresertrag von 80,85 Milliarden USD (557,9 Milliarden RMB). Suning verfolgt die Mission "Leading the Ecosystem across Industries by Creating Elite Quality of Life for All" (dt.: "Führen des Ökosystems über verschiedene Branchen hinweg durch Schaffen einer herausragenden Lebensqualität für alle") und hat damit sein Kerngeschäft in acht vertikalen Branchen gestärkt und erweitert: Suning.com, Logistik, Finanzdienstleistungen, Technologie, Immobilien, Sport, Medien & Unterhaltung und Investment. Suning.com ist auf der Fortune-Global-500-Liste des Jahres 2018 geführt. Weitere Informationen finden Sie unter www.suningholdings.com

~

Rückfragehinweis:

Qi Wu

+86-132-0751-5760

wuqi@suninggroup.com

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/PR126294/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0155 2019-05-03/13:32

031332 Mai 19

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190503_OTS0155