

31.10.2019 – 02:20 Uhr

Suning.com berichtet mit Umsätzen von mehr als 200 Milliarden bis zum dritten Quartal starkes Wachstum

China (ots/PRNewswire) -

Am Abend des 30. Oktober hat Suning.com (002024.SZ), Smart-Retailer im Bereich Online-to-Offline (O2O) im Besitz der Suning Holdings Group, seine Finanzergebnisse für das dritte Quartal 2019 bekannt gegeben. Dem Bericht zufolge erreichte das Unternehmen in den vorigen drei Quartalen des Jahres 2019 einen Umsatz von 201 Milliarden Renminbi; das Absatzvolumen im Bereich Omni-Channel-Güter betrug 275.9 Milliarden Renminbi, unter denen das Absatzvolumen der Online-Plattformen 171,43 Milliarden Renminbi ausmachte, eine Steigerung um 24,27 % im Jahresvergleich; der Nettogewinn für Aktionäre betrug 11,9 Milliarden.

Suning.com baut weiterhin seine Kapazitäten aus, online und offline Kunden zu gewinnen. Zum 30. September erreichte die Zahl registrierter Mitglieder der Einzelhandelsplattform Suning.com 470 Millionen. Suning.com verfügt über insgesamt 8.407 Geschäfte in selbständiger Führung und als Franchise. Im Berichtszeitraum stieg die Zahl aktiver Nutzer von Suning.com im Jahresvergleich um 48,29 % und Produktbestellungen im Internet auf Suning.com (ohne den Flagship-Store Tmall von Suning.com) stiegen um 61,83 %.

Nach dem Erwerb des Kaufhauses Wanda und von Carrefour China hat das Unternehmen sein Komplettangebot weiter ausgebaut und schrittweise das umfassendste geschäftliche Format der Einzelhandelsbranche in China geschaffen.

Ende September hat Suning.com offiziell den Erwerb eines Anteils von 80 % an Carrefour China abgeschlossen - ein Markstein in den Bemühungen des Unternehmens, die Lieferkette im Bereich Schnelldrehende Produkte (Fast Moving Consumer Goods - FMCG) zu schließen. Es existiert jetzt eine vollständig ausgebaute, vernetzte Abdeckung aus Suning Supermarkt, Carrefour Offline-Supermarkt, SuFresh Boutique-Supermarkt sowie Suning Xiaodian (Eckladen). 210 Geschäfte von Carrefour China werden als neues Mitglied der Gruppe von Suning landesweit bis Ende des Jahres eine vollständige Neugestaltung durchführen. Die Kapazitäten von Carrefour in der Lieferkette werden die Vorzüge des Einkaufs in Großmengen effektiv nutzen und bei der Einführung eines effizienten Lagerhauszuweisungssystems helfen, um die rapide Entwicklung der FMCG-Kategorien von Suning.com zu fördern.

In den vorigen drei Quartalen des Jahres hat Suning.com weiterhin die Investitionen in Logistik, Technologie und Aufbau weiterer Kernkapazitäten gesteigert, um für das Wachstum des nächsten Jahrzehnts eine solide Grundlage zu schaffen.

Im Bereich der Logistikinfrastruktur betrug die gesamte Fläche von Lagern sowie einschlägiger Einrichtungen von Suning Logistics Ende September 2019 mehr als 11 Millionen Quadratmeter. In 41 Städten sind 50 Logistikstützpunkte in Betrieb und 23 Logistikstützpunkte sind in 17 Städten im Bau oder werden erweitert. Zusammen mit den 8 neu integrierten großen Vertriebszentren von Carrefour China hat die Konkurrenzfähigkeit der Lieferkette von Suning sich damit stark verbessert.

Auf Grundlage der starken Logistikkapazitäten von Suning.com hat man zum 11/11 Shoppingfestival des Jahres einen "One-Hour-Scenario Life Circle"-Plan angekündigt, mit dem Kunden in ausgewählten Regionen innerhalb von einer halben bis einer Stunde beliefert werden.

Im Bereich der Technik hat Suning seine technischen Support-Kapazitäten verstärkt und die Cloud in den Bereichen Lieferung, Nutzer, Marketing, Logistik und Finanzen eingerichtet, um ein intelligentes Betriebssystem für den Einzelhandel zu schaffen, das die schnelle Entwicklung von Sunings selbständig betriebenen Geschäften und Kapazitäten intelligenten Einzelhandels fördert. Vom Januar bis September dieses Jahres hat Suning mehr als 2,4 Milliarden Renminbi in Forschung und Entwicklung investiert, eine Steigerung im Jahresvergleich um 61,14 %.

- Ende -

Informationen zur Suning Holdings Group

Suning wurde 1990 gegründet und ist eines der führenden Handelsunternehmen Chinas mit zwei Aktiengesellschaften in China und Japan. 2019 rangierte die Suning Holdings Group unter den drei Top-Marken der führenden 500 Privatunternehmen in China mit Jahresumsätzen von 602,5 Milliarden Renminbi (rund 77,24 Milliarden Euro) und führte weiterhin die Liste in der Kategorie Online-Einzelhandel an. Gestützt auf sein Leitbild "Leading the Ecosystem across Industries by Creating Elite Quality of Life for All" (Branchenübergreifend an der Spitze des Ökosystems durch die Schaffung herausragender Lebensqualität für alle) hat Suning sein Kerngeschäft als Einzelhändler über das unternehmensweite Ökosystem in mehreren vertikalen Branchen, wie Gewerbeimmobilien, Finanzdienstleistungen und Sport, gestärkt und erweitert. Suning.com als wichtigste Tochtergesellschaft, die im Online- wie im Offline-Einzelhandel eine Vorreiterrolle spielt, wurde in den Jahren 2017 bis 2019 auf der Unternehmensliste der Fortune Global 500 geführt.

Kontakt:

Pressekontakt:

Edd.ross@hkstrategies.com
+44 2079734470

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100062087/100835113> abgerufen werden.