



Huiyin Smart Community Co., Ltd.
汇银智慧社区有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：1280

2015年全年业绩

2016年3月

目标成为中国智慧社区O2O电商平台领导者



➤ 免责声明

These materials have been prepared by Huiyin Smart Community Co., Ltd. (“Huiyin” together with its subsidiaries, the “Group”) independently and have not been independently verified. No representation or warranty, expressed or implied, is made and no reliance should be placed on the accuracy, fairness or completeness of the information, statements, opinions or estimates presented or contained in these materials. The Company or any of its affiliates, advisers or representatives accepts no liability whatsoever for any loss howsoever arising from any information, statements, opinions or estimates presented or contained in these materials. The information, statements, opinions or estimates presented or contained in these materials is subject to change without notice and its accuracy is not guaranteed.

These materials are highly confidential, are being given solely for your information and for your use and may not be copied, reproduced or redistributed to any other person in any manner. Neither these materials nor any copy hereof may be, directly or indirectly, taken or distributed into the United States or to any U.S. person as defined in Regulation S under the U.S. Securities Act of 1933, as amended. You agree to keep the contents of this presentation and these materials confidential and such presentation and materials form a part of the Confidential Information as defined in the confidentiality agreement previously executed by you.





01

业绩回顾 3

02

企业概览 8

03

未来展望 16

04

投资亮点 24

05

附件 27





PART.01 业绩回顾

PART.01 业绩回顾

(人民币 百万元)	2015	2014
收入	2,053.9	3,093.0
毛利	120.8	375.0
年度盈利 / (亏损)	(430.9)	58.2
毛利率 (%)	5.9%	12.1%
每股基本盈利 / (亏损) (人民币分)	(31.24)	4.69
每股净资产 (人民币元)	0.609	0.794
每股基本盈利 / (亏损) (港币分)	(35.10)	5.945
每股净资产 (港币元)	0.68	1.01

注：2015年按港币1元≈人民币0.89元计算，2014年按港币1元≈人民币0.79元计算

PART.01 业绩回顾

➤ 财务状况

(人民币 百万元)	2015	2014
流动比率	103.1%	105.6%
营运现金流	(186.8)	(58.5)
现金及现金等价物	71.5	25.3
负债比率	41.0%	55.3%
净资产回报率	--	6.9%
资本开支	47.0	85.8

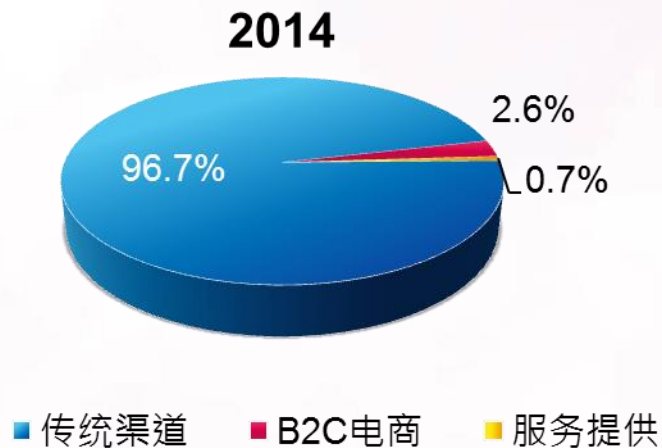
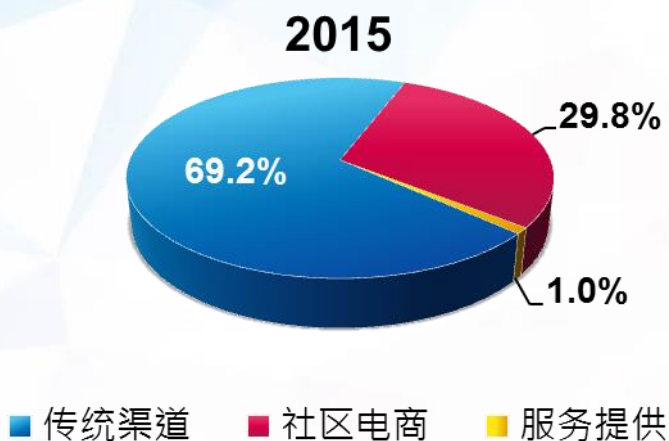
PART.01 业绩回顾

➤ 营运开支分析

(人民币 百万元)	2015		2014	
收入	2,053.9	(占收入比例)	3,093.0	(占收入比例)
总营运开支	533.1	25.96%	277.0	8.96%
销售与分销费用	159.3	7.76%	150.4	4.86%
财务费用	39.4	1.92%	38.0	1.23%
行政费用	334.4	16.28%	88.6	2.87%

PART.01 业绩回顾

► 按业务分类之销售额分布



按业务分类之毛利率分布	2015	2014
传统渠道	4.4%	11.8%
社区电商	7.0%	8.6%
服务提供	72.2%	74.6%
整体	5.9%	12.1%



PART.02 企业概览



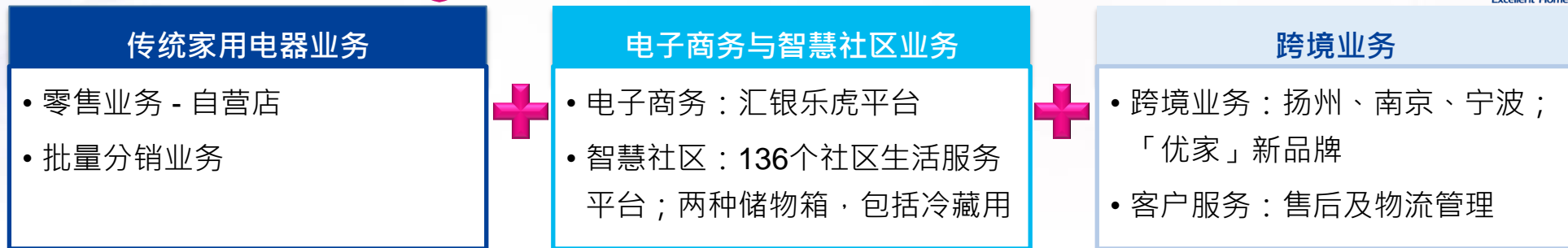
PART.02 企业概览



关于汇银 —— 中国优质的O2O社区生活服务电子商务运营商

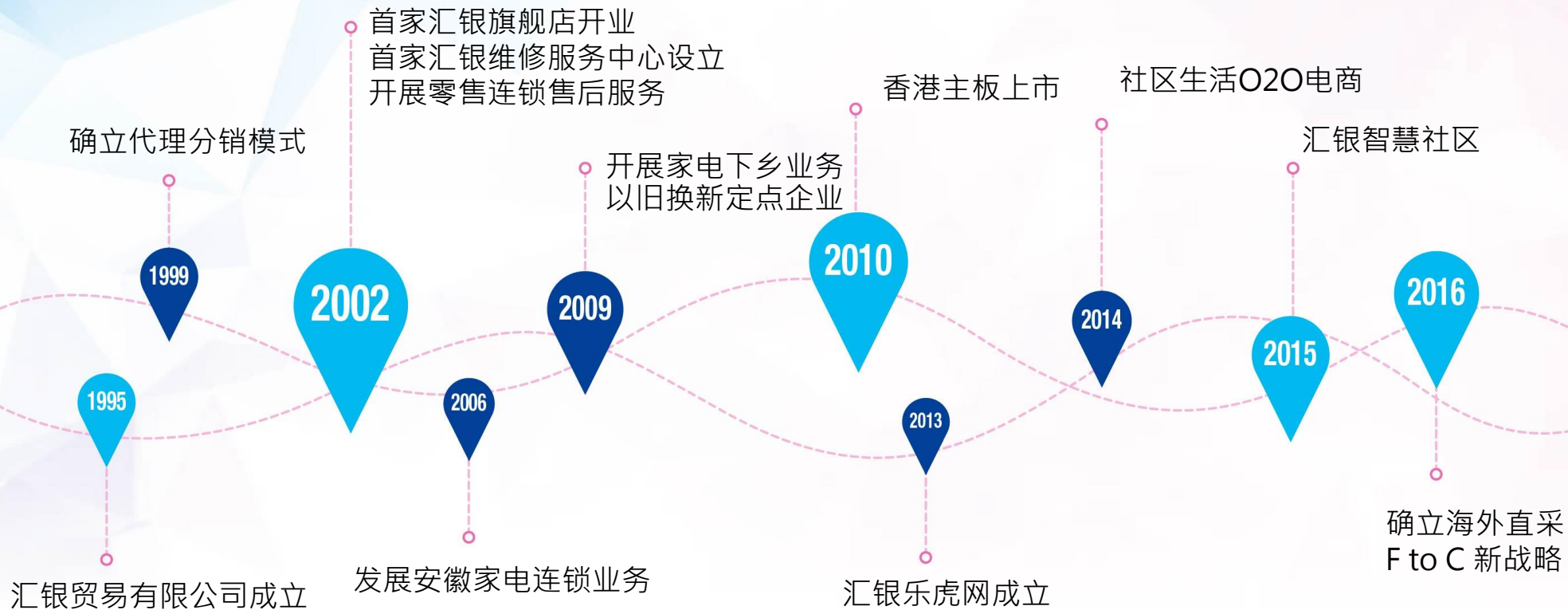
公司名称	: 汇银智慧社区有限公司	<ul style="list-style-type: none">家电板块总部设于江苏省扬州市，创始于1993年；在江苏、安徽拥有30多家自营连锁店，30多家维修服务网点和众多代理分销网点顺应「互联网+」产业升级新趋势，为社区消费者提供线上线下智慧生活服务和创业平台 → 目标在江苏、安徽、浙江、上海建设超过10,000个智慧社区网点，实现500亿销售额，成为中国最大的F to C智慧生活O2O运营商
股票代码	: 1280.HK	
上市日期	: 2010年3月25日	
发行股数	: 1,456,860,017	
股价 (截至2016年3月31日)	: 港币0.67元	
市值 (截至2016年3月31日)	: 港币9.76亿元	

业务范围





里程碑





PART.02 企业概览

➤ O2O电商 — 成为社区生活电商平台领导者

线上



乐虎APP



电子货架



PC乐虎网

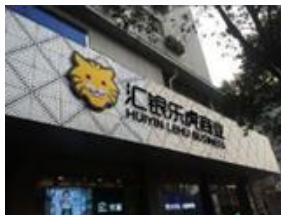


乐虎微商城

线上利用乐虎PC端、乐虎APP移动端、社区智能电子货架(终端点单机)、微信商城等入口完成商品浏览、下单、支付流程

融合

线下



乐虎商业门店



智慧社区体验基地



优家精品店



社区网点



分销网点



联盟网点

在线下社区店、异业联盟体验店、分布在各城镇的提货点进行体验、提货，提供线上线下优质的购物体验



PART.02 企业概览

商业模式 - 产品、服务与社交的O2O生活电商平台



内容 → 产品、服务与社交

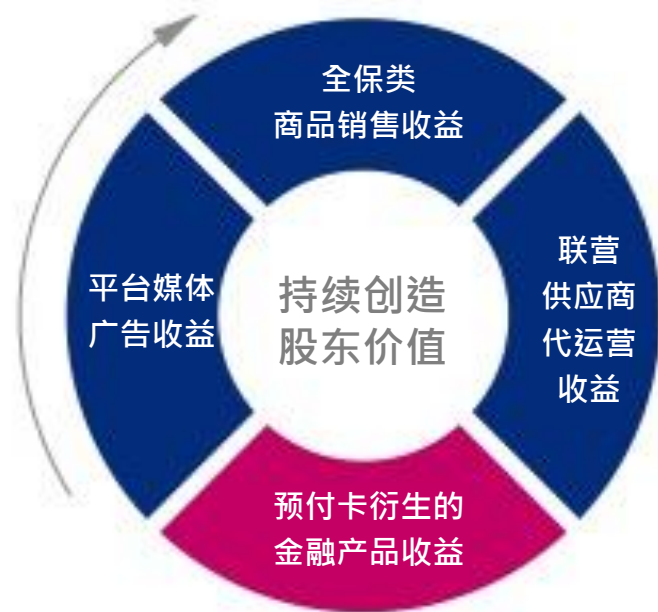
					
农产品 丁沟、沙头等 国家级农产品基地	进口食品 澳洲四海牛肉、 土耳其凯力多橄榄油、 法国路易威红酒、 智利车厘子等	健康电器 德国水丽，日本夏普、 大金、三菱、 韩国惠人等 净水、空气净化器	生活服务 50家联盟伙伴： 家装、汽车美容等	免费维修 家电服务客户 8,000多户	文体社交 乐虎冠名 篮球、足球、乒乓球等 俱乐部



PART.02 企业概览

➤ O2O生活电商平台 — 盈利模式

真货! 真便宜!
真方便!





PART.02 企业概览

➤ 整合全球供应链 → 全球直采、全网比价 → 真货、真便宜

整合全球供应链
100%原产地直采直供、安全保障、商品货源充足
与宁波保税区及全球一线品牌供应商达成深度合作



PART.02 企业概览

➤ 极速物流 → 真方便



最IN仓储 自建飞虎队极速物流





PART.03 未来展望



PART.03 未來展望

➤ 市场环境



中国经济新常态下，机遇与挑战并存，居民消费升级意愿不断提升，「新型城镇化」的推行使得中国三、四线市场消费潜力巨大。



国家大力支持「互联网+」发展，O2O成为新热点，社区电子商务、农村电子商务、跨境电子商务等迎来巨大机遇。



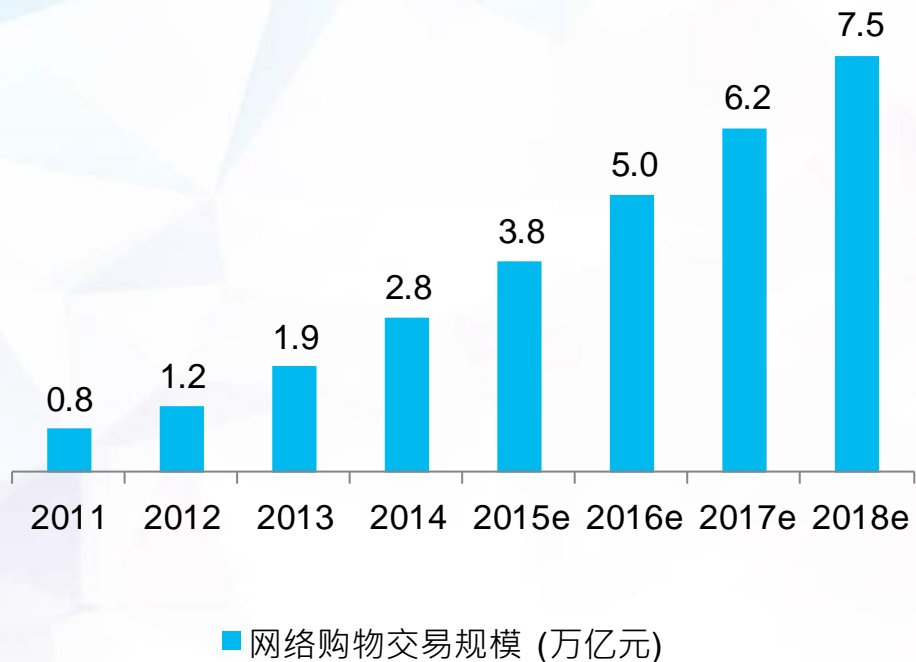
移动支付、网络平台等为O2O企业带来新的互联网金融商机。

PART.03 未来展望

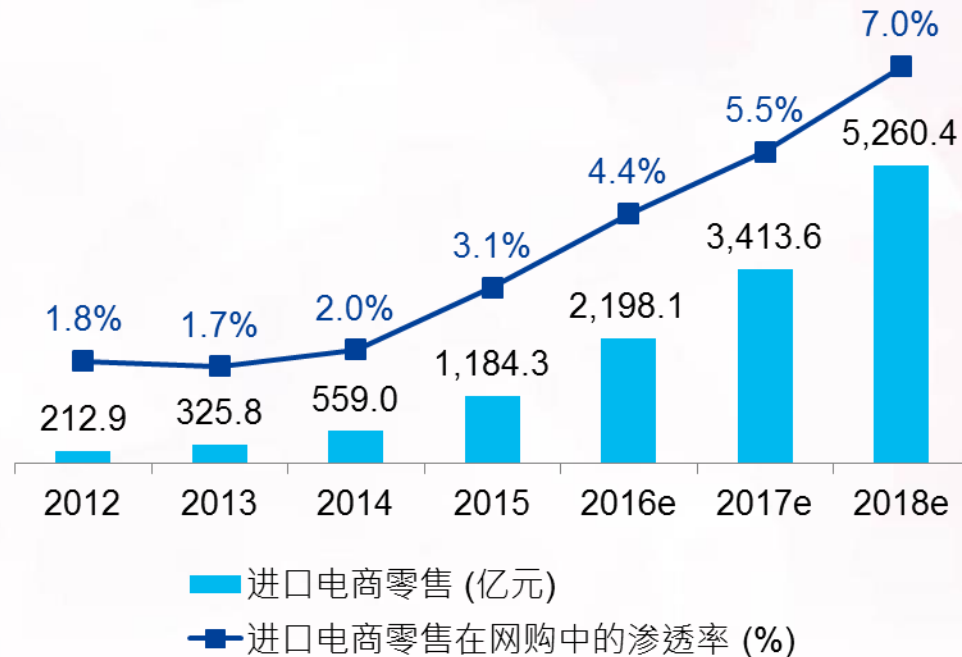


➤ 网购交易规模持续稳步增长，跨境网购成新增长点

2011–2018年中国网络购物市场交易规模



2012–2018年中国进口零售电商在网络购物市场中的渗透情况



数据来源：艾瑞咨询·《2016年中国跨境进口零售电商行业研究报告》

注释：网络购物市场规模为C2C交易额和B2C交易额之和

➤ 核心战略 — 社区O2O



➤ 传统电商已呈现明显弊端

- 传统电商巨头缺乏良好的线下用户体验，在商品 (如生鲜) 服务及客户 (如维修) 服务方面仍不能满足社区居民对高品质生活的需求。
- 商场超市等传统渠道因为客户入口的碎片化趋势，单纯的地利、商品导向及「座商」已不能提供良好消费体验。

➤ 传统电商转型社区O2O的核心战略

- 天时：李克强总理说电商与实体店的融合发展可以解决「创业、就业、消费」的重大社会问题当前，社区居民对高品质生活的需求越来越旺盛，而随着移动互联网技术的不断成熟，构建O2O社区电商平台的「风口」已然具备，此为天时。
- 地利：O2O模式具有明显的地域性，本地企业相比纯线上平台更具备对本地居民线下体验的把控能力，更能满足消费者对「最后一公里」服务的需求，此为地利。
- 人和：社区管理者渴望向社区居民提供多样性特别是精神层面的服务，如文体活动、公益性活动等，希望与O2O平台企业进行充分的合作，此为人和。



PART.03 未來展望

➤ 市场分析 — 长三角地区

年份	城镇社区人口 (亿)	社区居民户数 (万户)	健康食品消费额 (元)/年	健康食品市场 总规模 (亿元)	健康电器消费额 (元)/年	健康电器市场 总规模 (亿元)	两类商品市场规模 合计 (亿元)
2015	1.18	2800	5,000	1400	4000	1120	2520
2016	1.23	2900	5,500	1600	4400	1280	2880
2017	1.28	3000	6,050	1815	4840	1450	3270
2018	1.33	3150	6,655	2100	5324	1680	3780

长三角地区社区居民消费规模庞大，特别是健康食品、进口商品、健康电器等新兴需求无比巨大，商业前景异常广阔，无论是短期还是中长期目标市场均属天量。2015年度每户居民年均在健康食品方面的消费约5000元、健康电器的消费约4000元，2015年度社区健康食品及健康电器两类商品的市场规模即达2520亿元，未来发展潜力巨大。



PART.03 未來展望

➤ 后台支撑 — 物流配送



- ✓ 自建乐虎平台物流「飞虎队」，并整合第三方物流，下单后商品市内**4小时快速送达**，解决最后一公里难题。社区店设置智能储物柜，生鲜、果蔬、肉类等商品先由物流送达储物柜中，客户再掌控自提时间。快速物流与储物柜自提两种方式的结合满足了客户对提货时间的个性化需求。
- ✓ 拥有**25000平方米**的现代化仓储配送中心，通过配送车辆加载GPS及送货员手机GPS定位功能，实时统筹配送路线，确保物流配送准点、高效。



PART.03 未来展望

➤ 后台支撑 — 便民服务卡



- ✓ 发行线上虚拟乐虎便民服务卡、线下实物便民服务卡，建立基于手机的支付体系，每个用户建立自己的乐虎云端账户，实现网上网下的移动化和一体化，线上线下均可充值、消费，满足用户全方面的购物体验。



PART.03 未來展望

➤ 后台支撑 — 商学院



乐虎电商平台拥有较强执行力的运营管理团队，其中既有具备多年实体店运营经验的中高层管理干部，又有洞察互联网客户体验的采销与运维人员，并持续通过内外部培训不断提升自我、超越自我。



汇银商学院成立于2010年，经过多年发展，已成为江苏省互联网行业创业孵化的摇篮，目前商学院和多所高校和机构合作，获得扬州市电子商务产业培训基地的确认，正在积极申报江苏省电子商务人才培训基地，商学院为集团社区电商的发展提供了强大后盾，同时为当地互联网人才培养及行业发展做出了很大的贡献。



PART.04 投资亮点





20年的4线-1线城市零售与消费领域经验 (消费升级型产品)

轻资产运营的社区生活电商运营商

主攻进口日用消费品，抓住市场风口

众多深入社区线下网点及新开拓网点

强大的资源整合能力及高效的管理执行团队，完美解决最后1公里的能力

社区O2O
生活电商资源
整合的先行者

THANKS!

问答环节





PART.05 附件

附件一 APP界面



附件二 社区终端



电子货架与网购配送柜

附件二 社区终端 (续)



线上PC端、APP客户端



点单机 配送柜

线下社区体验店标配样板展示