

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公告全部或任何部份內容而產生或因依賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



GOME RETAIL HOLDINGS LIMITED

國美零售控股有限公司*

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(股份代號：493)

補充公告

- (1) 持續關連交易 –
為目標公司提供管理服務；
及
(2) 收購目標公司股權之購股權

茲提述國美零售控股有限公司（「本公司」，連同其附屬公司統稱為「本集團」）日期為2021年10月11日之公告（「該公告」）。除非文義另有所指，否則本公告所用詞彙與該公告所界定者具有相同涵義。

本公告提供有關框架協議項下擬進行之交易之進一步資料。

管理服務範圍

本集團與目標公司之間的戰略合作實際上為通過目標公司自本集團獲得管理服務形成的委託管理，旨在提高經營效率、擴展業務規模、擴大品牌影響力及提高目標公司之盈利能力。

根據框架協議，預期本集團將與目標公司分享或向其提供以下服務，其中包括管理經驗、顧問服務、經營指引、法律顧問支持、技術支持及員工培訓。本集團將提供的服務涉及一定程度的專有業務資料共享，如業務模式、標準商業合約、客戶及供應商名單、財務資料、預算、預測、經營策略以及專業知識。

將向各目標公司提供的各項服務以及各目標公司如何從該等服務中受益的簡要概述載列如下：

(1) 國美家

國美家計劃經營各類實體零售店，零售店向第三方商家開放，並向彼等收取展示／上架費、服務費（包括融合線上及線下經營（如線上商品數字化）的服務費）及國美家APP或小程序的使用費等。此業務模式與本集團的線下經營模式不同，主要由於以下兩方面。首先，本集團主要從事電器零售，而國美家主要從事全品類商品零售。其次，本集團的實體零售店以自營店為主，而國美家的零售店主要由第三方商家經營。由於本集團擁有逾30年線下零售管理經驗，本集團有能力在（其中包括）零售店選址、門店裝修、門店開業以及專業人員招聘及培訓等方面協助國美家。

(2) 共享共建

共享共建計劃作為整合零售資源分配及銷售與分銷的全開放式平台而運作。其目的是建立一個基礎系統（包括供應鏈、銷售交易、結算及物流配送等），使第三方商家得以迅速開立新店。舉例而言，若新商家擬開設新店但並無過往經驗，共享共建平台可讓商家使用平台的工具及資源開發自己的APP及小程序，此乃可以節省其時間及成本。成功開店後，平台的供應鏈管理系統、會員系統、積分系統、交易系統及相關數據即可與商家共享，使商家受益於平台模式帶來的成本優勢。平台的不同功能將基於統一的規則構建，並享有不同類型商家的標準化屬性。平台可通過收取平台服務費、軟件服務費及增值服務費將其服務變現。由於本集團於供應鏈管理、銷售交易、結算、物流及派送等不同板塊擁有大量業務，並擁有一支專業及經驗豐富的技術人員團隊，故本集團有能力協助共享共建有效地建立基礎系統。

(3) 打扮家

打扮家是一家互聯網家居裝修設計企業。其擁有自主開發的建築信息模型（BIM）系統，可為商業客戶提供技術服務。此外，其亦設有針對個人客戶的銷售平台，使一般消費者可選購其所需的家裝產品。鑑於需要家裝服務或產品的消費者通常亦會有家電消費需求，故打扮家的個人目標客戶與本集團的個人目標客戶之間存在高度重疊，因此雙方有機會實現互通流量及共享客戶資源。此外，打扮家亦需要來自經驗豐富的業務合作夥伴的指導以改善其供應鏈系統，而本集團已準備好憑藉自身多年的供應鏈管理經驗（如商品選擇、採購、物流及售後服務等多方面）提供專業指導。

(4) 安迅物流

安迅物流目前為本集團的家電商品提供物流及倉儲服務，且雙方已建立建設性業務關係。通過提供管理服務，本集團與安迅物流之間可形成更高效的協同效應。例如，本集團正向非家電商品領域擴張，而安迅物流能夠向本集團提供相關物流及倉儲服務。此外，本集團已處理通過自身零售業務累積的大量客戶數據及資料，並可向安迅物流提供相應的指導，例如，就消費者對家電商品交付過程的偏好及擔憂，以及就進一步提升用戶體驗的潛在方式分享見解。

(5) 國美窖藏

國美窖藏計劃從事葡萄酒及白酒銷售。在大中型城市，中產家庭對高品質生活的需求日益旺盛，且其更傾向於購買高端家電及高端葡萄酒及白酒等高端產品。儘管高端家電和高端葡萄酒及白酒屬不同品類，但其目標消費者群體相同，即中產階級中的男性群體。目標消費者群體的高度重疊為本集團與國美窖藏提供了共享各自客戶資源的機會。此外，本集團在供應鏈管理、招聘及培訓專業銷售人員以及提供售後服務方面的豐富經驗使本集團能夠為國美窖藏提供指導。

目標公司的最終實益擁有人

各目標公司由控股股東最終全資擁有。

服務費之基準

根據框架協議，本集團就為各目標公司提供管理服務收取年度服務費，費用按相關目標公司之綜合年度經營收入的固定累進百分比（介乎1%至3.5%）計算，有關詳情如下：

目標公司	有關綜合年度經營收入的部分為：			
	(A)	(B)	(C)	(D)
	不超過 人民幣2,000 百萬元	人民幣2,000 百萬元以上 但不超過 人民幣5,000 百萬元	人民幣5,000 百萬元以上 但不超過 人民幣10,000 百萬元	人民幣10,000 百萬元以上
國美家	2%	2.5%	3%	3.5%
共享共建	2%	2.5%	3%	3.5%
打扮家	1%	1.5%	2%	2.5%
安迅物流	1%	1.5%	2%	2.5%
國美窖藏	1%	1.5%	2%	2.5%

在釐定固定累進百分比的範圍時，本公司已考慮以下因素：(a)各目標公司提供的目標公司的估計年度經營收入；(b)本集團提供管理服務之預期經營成本（包括員工成本）；(c)公眾網域可取得或本集團知悉之可比類型交易之條款及條件（與服務範圍、服務費基準、訂約方之關係等有關）。

採用累進費率（而非統一費率）主要乃因為(a)當基本業務處於早期發展階段時，則認為較低的收費率可緩解相關目標公司的成本壓力並促進其業務增長；及(b)當基本業務規模增長並變得相對成熟時，較高的收費率將可使本集團就提供管理服務實現利潤最大化。

不同的目標公司採用不同的累進費率。尤其是國美家與共享共建的累進費率高於打扮家、安迅物流及國美窖藏的累進費率。這主要乃因為各自業務模式的差異，其主要決定因素為相關目標公司是否具備供應鏈能力。尤其是，(1)國美家及共享共建被認為是純平台公司，並不具備供應鏈能力。在本集團參與其管理後，本集團將為該兩家目標公司提供全面的供應鏈支持。該兩家目標公司將主要通過以純平台公司的身份確認服務費來確認收入；(2)打扮家、安迅物流及國美窖藏具備供應鏈能力。本集團參與其管理將主要集中於提高其供應鏈效率。該等公司將主要根據其商品及服務的價格確認收入；及(3)與打扮家、安迅物流及國美窖藏相比，國美家及共享共建將確認的收入將主要為成本較低且盈利潛力更大的服務費，因此較高的管理服務費率被視為更適用於該等公司。基於上述者，根據本集團與五家目標公司進行的商業談判，議定適用於向國美家及共享共建提供管理服務的年度服務費累進費率介乎2%至3.5%，同時適用於向打扮家、安迅物流及國美窖藏提供管理服務的年度服務費累進費率介乎1%至2.5%。

股權獎勵

誠如該公告披露，除服務費外，於框架協議期間，本集團將有權收取股權獎勵，其佔各目標公司截至框架協議日期總和最多10%股權（且若相關目標公司的已繳足註冊資本於框架協議日期後發生變動而須攤薄），包括以下項目：

- (i) 截至2022年、2023年及2024年12月31日止各年度，相關目標公司各自的1%股權（即截至框架協議日期，總和最多3%股權，其須依上文所述攤薄），若果於相關年度符合下列條件中任一項：(1)目標公司已於該年度達致淨利潤；(2)目標公司已於該年度達致正經營現金流入；或(3)目標公司股東確認，目標公司該年度之經營表現已符合其市場定位及戰略目標；及
- (ii) 截至2022年、2023年及2024年12月31日止各年度，相關目標公司各自的2%、2%及3%股權（即截至框架協議日期，總和最多7%股權，其須依上文所述攤薄），若果：(1)目標公司該年度之收入超逾協定水平（「收入目標」）；或(2)目標公司股東同意授出股權獎勵。

本集團應以能使本公司或其指定實體按零代價收取相關股權的形式收取股權激勵（如有）。

有關收入目標的詳情載列如下：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	收入目標 (人民幣 百萬元)	股權獎勵 (百分比)	收入目標 (人民幣 百萬元)	股權獎勵 (百分比)	收入目標 (人民幣 百萬元)	股權獎勵 (百分比)
國美家	2,500	2%	5,000	2%	10,000	3%
共享共建	3,000	2%	6,000	2%	12,000	3%
打扮家	2,500	2%	5,000	2%	10,000	3%
安迅物流	1,500	2%	3,000	2%	6,000	3%
國美窖藏	3,000	2%	6,000	2%	12,000	3%

收入目標並不構成有關目標公司的表現預測或保證。

收入目標乃由訂約方經參考目標公司根據其業務發展計劃及內部估計的截至2024年12月31日止三個年度的估計收入，經磋商後釐定。下文載列有關截至2024年12月31日止三個年度各年收入目標的釐定及假設基準的進一步資料：

(1) 國美家

於截至2024年12月31日止三個年度各年，根據其業務發展計劃及內部估計，估計國美家的收入大致分別為人民幣2,886百萬元、人民幣12,816百萬元及人民幣15,360百萬元。預期國美家的主要收入來源將包括商品展示費及系統服務費。

國美家的估計收入增長主要基於其對新開門店的總建築面積及自開業以來的經營年期的計劃。國美家計劃於未來三年於300個城市開設新店，總建築面積為每年300萬平方米，其中將優先開設主要採用自營模式或輕資產合作模式經營的大型門店。

於2022年，由於租賃門店將需要時間進行開業前翻新及裝修工程，因此大部分新店將於下半年開業，因此估計於2022年將有平均90個營業日。

於2023年，由於2022年新開門店（合共300萬平方米）將開始營運，該等門店的營業日數將為360天。對於2023年新開門店（合共300萬平方米），隨著經驗的積累，開業前翻新及裝修工程可能會在較短時間內完成，因此估計2023年新開門店將有平均180個營業日。因此，經計及2023年新開門店數目，平均營業日數的增加以及2022年相對較低的基數，估計將錄得收入同比大幅增長（約334%）。

估計2024年的同比增長率將下降至約20%，主要因為：(1)2023年的基數較高；及(2)由於將優先開設大型門店，估計目標城市的大型門店開業將於2022年及2023年完成，而2024年新開門店將主要為規模較小的門店，而其中大部分為加盟店（據此產生的收入將主要為品牌使用費及系統使用費），因此預期該等門店產生的收入將低於大型門店及自營門店的收入。

(2) 共享共建

於截至2024年12月31日止三個年度各年，根據其業務發展計劃及內部估計，估計共享共建的收入大致分別為人民幣3,160百萬元、人民幣6,320百萬元及人民幣12,640百萬元。預期共享共建的主要收入來源將包括(i)技術服務費(產生自本集團多個平台的商家及外部第三方商家)及(ii)平台錨泊費。

預計截至2022年底，在本集團委託管理下，共享共建平台可完成底層數據系統的建設。參與的第三方商家將包括來自本集團的線上、線下、供應鏈及物流平台的商家，而該平台亦將針對外部的第三方商家進行招商。預計截至2022年底，共享共建平台上將有約10,000家商家。

於2023年，隨著共享共建平台底層數據系統的日趨成熟，對外招商工作將由先前的範圍擴大到全國範圍，相比源自本集團的商戶，對外部第三方招商比例將逐步提高，而共享共建平台將進入快速增長階段。預計截至2023年底，共享共建平台上將有約20,000家商家。估計2023年的技術服務費及平台錨泊費將較2022年增加100%。

於2024年，隨著平台效應的增強，外部第三方商家將成為主流，共享共建平台將進入快速增長階段。估計截至2024年底，共享共建平台上將有約40,000家商家。估計2024年的技術服務費及平台錨泊費將較2023年增加100%。

本集團的線上平台、線下平台、供應鏈平台及物流倉儲平台擁有大量第三方商家。該等商家對共享共建平台有需求，因為共享共建可促使彼等實現註冊用戶、數據和消費積分的共享。共享共建平台的錨泊是一個向原有平台以外的更多用戶延伸並獲得更多流量的機會，而這可能會進一步轉化為增加的銷售額。本集團將能夠協助共享共建獲得該等第三方商家的認可，並說服彼等錨泊於該平台，該等商家將成為共享共建平台上的首批商家。同時，業務開發團隊亦可以採取不同措施，吸引更多的外部第三方商家加入平台。平台的效率得到驗證後，通過參與的商戶的口碑推廣以及品牌推廣，共享共建將能夠保持長期穩定增長。

(3) 打扮家

於截至2024年12月31日止三個年度各年，根據其業務發展計劃及內部估計，估計打扮家的收入大致分別為人民幣5,000百萬元、人民幣10,000百萬元及人民幣20,000百萬元。預期打扮家的主要收入來源將包括自營收入及平台收入。

目前，打扮家平台已開發約4,400個基於系統平台的解決方案，以解決業主直接僱用工人可能引起的潛在問題。其亦將施工工作分解為266個工作流程，為基本工作流程製作了52個視頻流，並發佈了全球首個用於施工工作的虛擬現實(VR)培訓遊戲，吸引了約1,430萬觀眾。在此基礎上，在本集團授權的戰略合作框架下，打扮家平台的設計、工作實施、物資分部均可受益於「真快樂」平台的在線流量，並就其於未來三年內的業務增長獲得國美門店全國網絡的支持。

預計截至2022年底，將有約10,000名設計師、20,000名工人和500名項目經理／監理入駐該在線設計平台，新推出的商品SKU數量將約為70,000件，覆蓋約48個重點城市。

預計截至2023年底，將有約20,000名設計師、50,000名工人和1,000名項目經理／監理入駐該在線設計平台，新推出的商品SKU數量將約為150,000件，覆蓋約100個重點城市。

預計截至2024年底，將有約40,000名設計師、100,000名工人和2,000名項目經理／監理入駐該在線設計平台，新推出的商品SKU數量將約為300,000件，覆蓋約280個重點城市。

(4) 安迅物流

於截至2024年12月31日止三個年度各年，根據其業務發展計劃及內部估計，估計安迅物流的收入大致分別為人民幣3,227百萬元、人民幣4,519百萬元及人民幣6,326百萬元。預期安迅物流的主要收入來源將包括運輸服務費、倉儲費及安裝費。

已就安迅物流於2023年及2024年採用40%的年增長率，主要基於行業機遇、未來戰略運營計劃以及安迅物流所作的內部財務估計作出。

目前，中國的物流業務仍處於初期發展階段。在線商務的快速發展和消費格局的變化帶動了物流業務的發展。電子商務零售流量的分散化為物流領域帶來了新的機遇，供應鏈賦能成為行業的未來趨勢。安迅物流旨在順應行業發展趨勢，將自身定位為開放、共享、社會化的物流平台，形成高度開放及一體化的供應鏈物流網絡。目前，其擁有逾300家企業客戶，包括各行業領先的企業客戶。

展望未來，安迅物流未來2至3年的戰略目標是打造全行業整合的供應鏈平台，並為多元化的場景提供供應鏈解決方案。2023年及2024年的估計高增長主要是由於：(a)隨著國美零售業務規模的增長，安迅物流享有更多在國美生態系統內提供物流服務的機會；(b)除提供標準快遞服務、速遞服務、冷鏈服務等外，安迅物流亦正在開發新業務分部，如搶單平台、雲存儲平台、互聯網貨物運輸平台、新標準倉儲及交付等，並預期這些新業務分部將帶來約100名新的合作客戶，從而帶動整體訂單量。當新業務於2023年及2024年變得更成熟時，估計訂單量將以更快的速度增長。

(5) 國美窖藏

於截至2024年12月31日止三個年度各年，根據其業務發展計劃及內部估計，估計國美窖藏的收入大致分別為人民幣3,000百萬元、人民幣6,000百萬元及人民幣12,000百萬元。預期國美窖藏的主要收入來源將包括向供應鏈各方銷售葡萄酒及白酒產生的收入。

於2022年，國美窖藏計劃與「真快樂」在線平台建立合作關係，建立平台開放計劃(POP)門店，並提升平台的酒品種類。預計將有約15個品牌入駐，商品SKU數量將達約200件。

於2023年，國美窖藏計劃與供應鏈平台實現信息及系統協同，將老酒經銷商引入國美供應鏈生態系統，從而進一步增加國美酒品供應商數量。同時，國美窖藏亦計劃在老酒儲運方面與物流平台建立合作關係，此舉將憑藉綜合物流體系的協助進一步增加銷量。預計將有約50個品牌入駐，商品SKU數量將達約400件。

於2024年，國美窖藏將有兩個重要目標：(1)利用大數據及雲計算與國美的客戶資源數據庫整合，並採用數據挖掘技術及客戶數據的多維分析，實現業務部的精準銷售及營銷；及(2)建立能夠為商品流通創造開放的二級市場以及用戶投資渠道的融資平台，通過商品所有權的在線交易，方便用戶獲得投資回報或實現及時處置，從而吸引更多的投資導向型用戶。預計於2024年，將有約200個品牌入駐，商品SKU數量將達約500件。

上述有關收入目標及業務計劃、經營目標及目標公司的目標的討論包含有關目標公司的前瞻性資料，涉及重大假設、風險及不確定因素。鑑於該等風險及不確定因素，本補充公告所載前瞻性資料不應被視為董事會或本公司聲明計劃或目標將會達成或實現。本公司股東及潛在投資者不應過分倚賴該等前瞻性資料，且於買賣本公司證券時務請審慎行事。

就上市規則第14A章而言，本集團可能收取的股權獎勵（如有）不應計入年度上限，且於本集團有權收取股權獎勵時本公司須遵守上市規則第14A章項下的適用規定。

承董事會命
國美零售控股有限公司
主席
張大中

香港，2021年11月16日

於本公告日期，董事會包括執行董事鄒曉春先生；非執行董事張大中先生、黃秀虹女士及于星旺先生；及獨立非執行董事李港衛先生、劉紅宇女士及王高先生。

* 僅供識別