لولو للتجزئة تحقق إيرادات بقيمة 2 مليار دولار في الربع الأول من عام 2026
وتعلن عن افتتاح 11 متجراً جديداً خلال الربع الأول

أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة، 11 مايو 2026: أعلنت اليوم شركة لولو للتجزئة القابضة بي ال سي ("لولو" أو "الشركة")، أكبر تاجر تجزئة متكامل يغطي منطقة مجلس التعاون الخليجي بالكامل والأسرع نموًا فيها، عن نتائجها المالية عن فترة الثلاثة أشهر المنتهية في 31 مارس 2026 ("الربع الأول 2026").

أبرز النتائج

- بلغت إيرادات الربع الأول من عام 2026 نحو 2.0 مليار دولار، بانخفاض قدره 2.9% على أساس سنوي، حيث عوّض النمو في شهري يناير وفبراير التراجع في مبيعات السلع غير الغذائية خلال شهر مارس.
- سجّلت الشركة إجمالي ربح قدره 449 مليون دولار، وأرباحًا قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والاستهلاك بقيمة 192 مليون دولار، وصافي دخل بلغ 47 مليون دولار.
- مكّن التخطيط الاستباقي للطوارئ من استمرار الأعمال بشكل طبيعي للعملاء خلال الربع الأول، حيث بقيت جميع المتاجر مفتوحة ومزوّدة بالكامل بالبضائع.
- تم افتتاح 11 متجرًا جديدًا خلال الربع الأول من عام 2026، بما يتماشى مع خطة العمل، ولا تزال توجيهات افتتاح 18–20 متجرًا خلال عام 2026 قائمة دون تغيير.
- واصل قطاع التجارة الإلكترونية تسارع نموه، حيث بلغت المبيعات 150 مليون دولار، بزيادة 61% على أساس سنوي، ما يمثل 7.9% من إجمالي مبيعات التجزئة في الربع الأول من عام 2026.
- ارتفعت حصة المنتجات ذات العلامة الخاصة ذات هوامش الربح الأعلى بنحو 1% لتصل إلى 30.2% من المبيعات، مع توجه العملاء نحو القيمة في ظل حالة عدم اليقين الاقتصادي.
- أسفر التركيز المتجدد على برنامج ولار العملاء "سعادة" عن وصول نسبة المبيعات المرتبطة به إلى نحو 70% في الربع الأول من عام 2026، مدعومًا بانضمام 610 آلاف عضو جديد.

وبهذه المناسبة، قال السيد سيفي روباوالا، الرئيس التنفيذي لشركة لولو للتجزئة: "نفتخر بخدمة عملائنا خلال هذه الفترة الاستثنائية، ويعكس استمرار تشغيل جميع متاجرنا وتوافر مخزون كافٍ فيها مدى التزام موظفينا وتفانيهم، إلى جانب الدعم الكبير الذي نحظى به في دول مجلس التعاون الخليجي الست .وقد بدأ العام بأداء قوي ومبشّر، إلا أن شهر مارس شهد تباطؤًا طفيفًا في حركة المتسوقين داخل المتاجر الكبرى. ومع ذلك، نجحنا في افتتاح 11 متجرًا جديدًا، ونحن على ثقة بأن منصتنا المتكاملة وعروضنا المميزة ستواصل تلبية احتياجات عملائنا، وستسهم في دفع عجلة النمو مع عودة الأوضاع التجارية تدريجيًا إلى طبيعتها"

الملخص المالي

إيرادات بقيمة 2.0 مليار دولار

انخفضت إيرادات الربع الأول من عام 2026 بنسبة 2.9% لتصل إلى 2,020 مليون دولار. وقد كان أداء التداول خلال شهري يناير وفبراير متماشيًا مع توقعات الشركة والتوجيهات المعلنة سابقًا. إلا أن شهر مارس شهد تباطؤًا، لا سيما في مبيعات السلع غير الغذائية. وقد دعمت إيرادات الربع عمليات افتتاح 11 متجرًا جديدًا، ولا تزال التوجيهات السنوية لافتتاح 18–20 متجرًا قائمة دون تغيير.

- كان أداء المبيعات حسب الفئات متباينًا، حيث سجلت إيرادات السلع الاستهلاكية المعبأة والأغذية الطازجة نموًا على أساس سنوي، في حين قابل ذلك تراجع طفيف في فئة أسلوب الحياة، وانخفاض حاد في فئة الأجهزة الكهربائية، تركز معظمه خلال شهر مارس.
- تسارع نمو التجارة الإلكترونية خلال الربع الأول من عام 2026، حيث ارتفعت المبيعات بنسبة 61% على أساس سنوي لتصل إلى 150 مليون دولار، ما يمثل 7.9% من إجمالي المبيعات، بزيادة قدرها 315 نقطة أساس مقارنة بالربع الأول من عام 2025. ويواصل الاستثمار في قنوات الشركة الرقمية الخاصة تحقيق عوائد ونمو بوتيرة أسرع من المبيعات عبر منصات التجميع، حيث تضاعف إجمالي المعاملات عبر منصة التجارة الإلكترونية التابعة للشركة تقريبًا مقارنة بالفترة نفسها من العام السابق.
- أدت بيئة التداول الأكثر تحديًا إلى ارتفاع الطلب على فئات العلامات التجارية الخاصة التابعة للشركة، حيث سعى العملاء للحصول على الجودة بأسعار مناسبة. وارتفعت نسبة انتشار هذه المنتجات في مبيعات التجزئة إلى 30.2%، بزيادة تقارب 1% مقارنة بالفترة السابقة، مما ساهم في دعم هامش الربح الإجمالي خلال الربع.

هوامش ربح مستقرة

على الرغم من ارتفاع التكاليف الناتجة عن اضطرابات سلسلة التوريد خلال الربع الأول من عام 2026، تمكنت الشركة من تحقيق هامش ربح إجمالي متماشي مع الفترة السابقة، حيث بلغ 22.2% مقارنة بـ 22.3% في الربع الأول من عام 2025. وشهد الربع بعض التباين، إذ أسهمت مبادرات تعزيز الهوامش في تحقيق تحسن ملحوظ خلال شهري يناير وفبراير، إلا أن هذا التحسن تم تعويضه إلى حد كبير في شهر مارس نتيجة الضغوط الناتجة عن ارتفاع تكاليف الخدمات اللوجستية. وبلغت الأرباح قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والاستهلاك خلال الفترة 192 مليون دولار. وعلى الرغم من افتتاح متاجر جديدة، ارتفعت المصروفات التشغيلية (باستثناء الإهلاك) بنسبة 1.1% فقط على أساس سنوي، وذلك بفضل الانضباط في ضبط التكاليف ومبادرات تحسين الكفاءة، مما أدى إلى انخفاض المصروفات التشغيلية في المتاجر الناضجة على أساس سنوي. ورغم تحسن هامش صافي الدخل خلال شهري يناير وفبراير، فإن تأثير انخفاض المبيعات في مارس أدى إلى تراجع صافي الدخل في الربع الأول من عام 2026 ليصل إلى 47 مليون دولار.

ميزانية عمومية قوية

لا تزال الميزانية العمومية للشركة مستقرة وقادرة على التكيف مع البيئة التشغيلية الصعبة. واستقر الإنفاق الرأسمالي كنسبة من المبيعات عند 1.3%، بما يتماشى مع الفترة السابقة، كما شهد رأس المال العامل تحسنًا خلال الربع. وانخفض صافي الدين بشكل طفيف مقارنة بنهاية العام، حيث تم تعويض ارتفاع التزامات عقود الإيجار بانخفاض في الدين المالي. وبلغ رصيد صافي الدين 2.5 مليار دولار، ما يعادل نسبة صافي الدين إلى الأرباح قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والاستهلاك قدرها 3.3 مرة وفق معيار التقارير المالية الدولية 16، وبمعدل 0.9 مرة عند استبعاد التزامات الإيجار، مقارنة بـ 1.1 مرة في نهاية الفترة المالية السابقة.

تقدم استراتيجي

تواصل لولو للتجزئة تنفيذ خططها التوسعية عبر افتتاح متاجر جديدة بما يتماشى مع استراتيجيتها للنمو. وعلى الرغم من أن التوقعات السنوية لا تزال عند 18–20 متجرًا، فقد تركزت عمليات الافتتاح خلال الربع الأول، حيث تم افتتاح 11 متجرًا خلال الربع الأول من عام 2026. وجميع المتاجر الجديدة كانت من فئة متاجر "إكسبريس"، بإجمالي مساحة 20,153 مترًا مربعًا موزعة على الإمارات (6 متاجر)، السعودية (2)، الكويت (2)، وعُمان (متجر واحد). وبعد مراجعة أعمال الشركة، تم إغلاق متجر واحد من فئة "ميني ماركت" في دولة الإمارات، بمساحة تشغيلية تبلغ 227 مترًا مربعًا فقط.

ويواصل قطاع التجارة الإلكترونية لعب دور محوري في نمو الشركة، حيث بلغت المبيعات 150 مليون دولار في الربع الأول من عام 2026، محققاً نموًا بنسبة 61% على أساس سنوي، مع معدل انتشار بلغ 7.9%، أي بزيادة قدرها 315 نقطة أساس مقارنة بالفترة نفسها من العام السابق. كما استمرت المبيعات عبر المنصة الرقمية الخاصة بالشركة في النمو بوتيرة أسرع من تلك عبر منصات التجميع، حيث تضاعف إجمالي المعاملات تقريبًا مقارنة بالربع الأول من عام 2025. وقد استفاد الأداء من إطلاق تطبيق وموقع إلكتروني مُحدّثين. وخلال الأشهر القادمة، تعتزم الشركة مواصلة توسيع خدمات البيع متعددة القنوات، وزيادة فئات المنتجات غير الغذائية عبر المنصات الرقمية، إضافة إلى إدخال توصيات العملاء والتخصيص المدعوم بالذكاء الاصطناعي.

بالإضافة إلى النمو، تواصل الشركة السعي إلى تحسين هوامش الربح من خلال برامج أوسع للإنتاجية والكفاءة. وتشمل البرامج الحالية زيادة المركزية بهدف تعزيز الإنتاجية، وتقليل التكرار، وتوحيد الممارسات التشغيلية. كما تحققت مزيد من الكفاءات التشغيلية من خلال تحسين العمليات التشغيلية، وضبط التكاليف، وتحسين استخدام المساحات. وقد جاءت تحسينات الهوامش نتيجة ترشيد عدد وحدات التخزين ، والانضباط في العروض الترويجية، وتقليل الهدر، وتعزيز عرض منتجات العلامات الخاصة. وقد انعكست هذه الجهود في الربع الأول من عام 2026، حيث انخفضت التكاليف التشغيلية في المتاجر القائمة، ويُعزى ذلك جزئيًا إلى انخفاض متوسط في تكاليف الموظفين بنسبة متوسطة في المتاجر القائمة. وأسهم ذلك في إبقاء الزيادة الإجمالية في المصاريف التشغيلية (باستثناء الإهلاك) عند 1.1% فقط على أساس سنوي، وهو ما كان مدفوعًا أساسًا بافتتاح متاجر جديدة.

مؤتمر عبر الهاتف لمناقشة الأرباح

سيُعقد مؤتمر عبر الهاتف لعرض الأرباح، يليه جلسة أسئلة وأجوبة مع الإدارة، يوم الثلاثاء الموافق 12 مايو 2026 في تمام الساعة 4:30 مساءاً بتوقيت الإمارات. يمكن للأطراف المهتمة الانضمام إلى المؤتمر من خلال الضغط هنا.

ملخص محفظة المتاجر

الدولة	الربع الرابع من عام 2025	الربع الأول من عام 2026	التغيير
دولة الإمارات (1)	116	121	**+5**
المملكة العربية السعودية	65	67	**+2**
سلطنة عُمان	32	33	**+ 1**
قطر	24	24	**-**
الكويت	17	19	**+2**
البحرين	13	13	**-**
الإجمالي	**267**	**277**	**+10**

(1) تم افتتاح 6 متاجر جديدة وإغلاق متجر "ميني ماركت".

نبذة عن لولو التجزئة

تأسست لولو للتجزئة في عام 1974، وتعتبر، مع شركاتها التابعة، أكبر بائع تجزئة شامل من حيث مساحة البيع والمبيعات وعدد المتاجر في دول مجلس التعاون الخليجي الست. وتدير المجموعة شبكة تضم أكثر من 277 متجر هايبر ماركت والمتاجر السريعة ومتاجر ميني ماركت، كما بتاريخ 31 مارس 2026. وتمتلك المجموعة أيضًا منصة للتجارة الإلكترونية عبر موقعها الإلكتروني وتطبيق للهاتف الجوال إضافة إلى شراكات مع مقدمي خدمات التجارة الإلكترونية من الجهات الخارجية. وتقدم المجموعة خدماتها لما يزيد عن 690 ألف متسوق يومي، موزعين على 130 جنسية. وتوفر المجموعة منتجاتها من 85 بلدًا، بدعم من مكاتب التوريد الميدانية التابعة لها المتواجدة في مواقع رئيسية في 19 دولة. كما تتمتع المجموعة بشهرة قوية لعلامتها التجارية فضلًا عن ارتفاع مستوى ثقة عملاء منطقة مجلس التعاون الخليجي فيها، ما يمكّنها من زيادة حصتها من السوق وتعزيز معدل نمو شبكتها من المتاجر وترسيخ ولاء عملائها.

للتواصل مع إدارة علاقات المستثمرين
investor.relations@ae.lulumea.com
https://www.luluretail.com/investors