

Shopline-webáruház Nyrt.

(korábbi nevén Bookline.hu Internetes Kereskedelmi Nyrt.)

Igazgatóságának üzleti jelentése a Társaság 2011. évi tevékenységéről

Jóváhagyta

a Társaság 2012. április 27-i éves közgyűlése

Budapest, 2012. április 27.

1. Összefoglaló

A hazai makrogazdasági környezet kedvezőtlen változása ellenére a Shopline-webáruház Nyrt., (korábban Bookline.hu Nyrt., a továbbiakban: Shopline, vagy Társaság) megerősítette működésének alapjait, valamint piaci pozícióját.

Szerény mértékű árbevételnövekedés mellett, az üzemi eredmény a 2010. évi 2.521 ezer Ft után, 2011-ben 20.279 ezer Ft volt.

A 2011. évi mérleg szerinti eredmény a tavalyi szintet 124.264 ezer Ft-tal haladta meg. A Társaság az üzleti évet 162.655 ezer Ft EBITDA-val zárta.

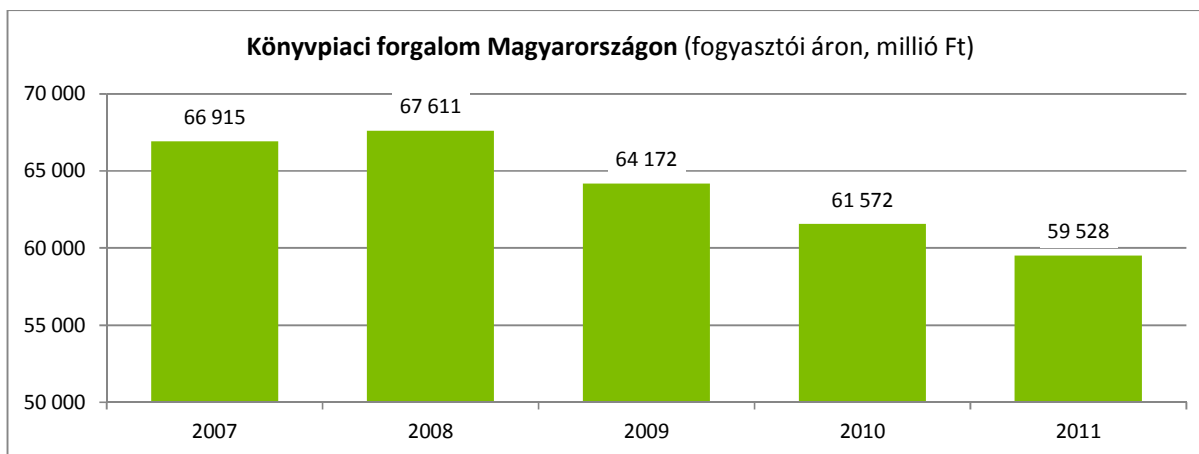
A könyv és egyéb termékek kis- és nagykereskedelmi forgalmából származó árbevétel több mint 4,1 milliárd forint volt. Ezen belül továbbra is a könyv kiskereskedelem árbevétele képviselte a legnagyobb arányt. Az egyéb termékek részesedése az év során meghaladta a 15,7%-ot, amely jelentős növekedést jelez a 2010-es értékesítéshez képest. A nagykereskedelmi forgalom aránya a könyvértékesítésen belül szintén 15% körül alakult.

A Társaság **off-line hálózata** dinamikusan bővült az év során. A beszámoló készítésének pillanatában a Shopline-webáruház Nyrt. öt saját működtetésű, és 23 franchise partner által üzemeltett értékesítési ponttal támogatja az internetes értékesítést. 2010 végétől az ingyenes átvételi pontokon kívül, a vásárlók rendelkezésére áll a Magyar Lapterjesztő Zrt. közel 300 pontot számláló, országos hírlapterjesztő-hálózata, ahol szintén lehetőség van a csomagok személyes átvételére.

2. Piaci, gazdasági környezet alakulása

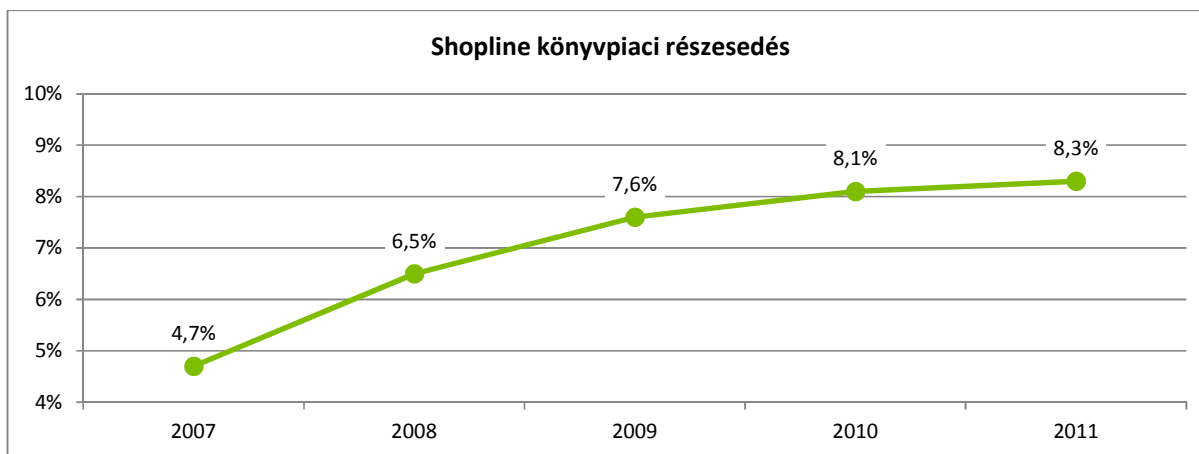
A MKKE (Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülete) szerint 2011-ben a magyarországi könyvforgalom (fogyasztói áron) **59,5 milliárd forint volt**, ami a 2010. évi 61,6 milliárd forintos könyvforgalomhoz képest **3,3%-os csökkenést jelent**.

A KSH által közölt 2011. évi éves átlagos infláció 3,9%, a könyvpiaci forgalom **viSSzaesése** az elmúlt esztendőben így reál értéken több mint 7%-os volt.



A magyarországi könyvpiac az elmúlt három esztendőben több mint 26%-os veszteséget szenvedett el. A könyvpiaci konjunktúra utolsó évében, 2008-ban regisztrált 67,6 milliárd forint forgalomhoz képest az elmúlt három esztendőben a forgalom csökkenése nominálisan is 13,6%-ot tett ki.

A cég menedzsmentje és igazgatósága a Shopline fő részpiacának számító könyvpiac vonatkozásában 2012-ben további csökkenést valószínűsít, a piaci trendforduló 2013-ban vagy az azt követő évben következhet be.



A csökkenő piacon a Shopline kismértékben növelte piaci részesedését, amihez hozzájárult az internetes értékesítés arányának növekedése a kiskereskeselmi forgalom tekintetében.

3. A Shopline-webáruház Nyrt. üzleti tevékenységének jellemzői

2011-ben a könyvpiac évek óta tartó, folyamatos csökkenése ellenére a Shopline még mindig tovább tudta növelni a forgalmát, melyben szerepet játszott a sikerszerzők könyveinek, piaci részesedésünket jóval meghaladó mértékű értékesítése.

Vásárlóink megtartása céljából, Társaságunk az év során százalékos, egységáras, tematikus akciókat, és nyereményjáték akciókat hirdetett meg.

A harmadik negyedévben, kísérletképpen megszervezésre került az első nagy cross-sell akció az iskolakezdéshez kapcsolódóan, amelyben Társaságunk valamennyi üzletága képviseltette magát.

A Shopline-webáruház Nyrt. továbbra is kiemelt hangsúlyt fektetett a nem könyves üzletágak dinamikus növelésére és fejlesztésére is, melynek keretében 2011 utolsó hónapjában elindult az Otthon üzletág teljes kategória-rendszer kialakításával, felépítéssel, indulási akciók lebonyolításával. A Gourmet üzletág választéka, mely induláskor főleg szeszesitalból (bor, pálinka) állt, a karácsonyi szezonra csokoládé, desszert, kávé, tea és fűszerolaj választékkal bővült.

2011. évben a piacon tapasztalható negatív trendekhez és körülményekhez képest jól prosperáló zene és film üzletágakban a raktárról elérhető filmek és a szortiment bővítése volt a cél.

A játékküzetág bővítése is folyamatos volt, ebben az évben elindult a diafilmek értékesítése, a karácsonyi kampányban pedig Lego termékek promóciója volt sikeres – mind marketing, mind értékesítési szempontból.

A még mindig szűk választék ellenére, az eKönyv forgalom is növekedésnek indult, a kínálat bővítése érdekében a Kiadókkal a tárgyalások folyamatosak.

2011-ben a DVD-Rent átvételi és kölcsönzői rendszer átalakításra került, így a felhasználók számára a korábbi futáros kiszállítás helyett a boltokban és két további átvételi helyen van személyes átvételi lehetőség.

Társaságunk alkalmazkodva a piaci trendekhez, 2011-ben is kiemelt fontosságúként kezelte a mobiltelefonon történő vásárlás lehetőségeinek megteremtését, a teljes kínálatunk Symbian és Android operációs rendszerrel működő készülékeken is elérhetővé vált.

Az év elején a Társaság a Kirowsky Isobar kommunikációs ügynökséggel partnerkapcsolatot alakított ki. Az együttműködés célja a Shopline számára kiemelkedően fontos adwords hirdetések hatékonyságának növelése, valamint a konverzió javítása.

A Bookline oldal szeptemberben elindult új designja már a Shopline márka bevezetését készítetett elő. Az arculati elemek, megjelenés frissítésén túl kiemelt szempont volt, hogy a hagyományos termékek, üzletágak mellett az eKönyv és a nem-könyves üzletágak is hasonlóan kiemelt megjelenést kapjanak, saját főoldallal, kirakattal, listákkal. Az új designhoz alkalmazkodva átalakítottuk a hirdetési kampánycsomagjainkat, melyek hatékonyabban szolgálják az eladások növelését.

Az év során több hazai cég kereste fel a Shopline-t hűségprogramjának lebonyolító partnereként (Vénusz Napszűret, Elektrolux, Neutrogena). A hűségprogram mellett, dolgozói kedvezményre vonatkozó együttműködés kialakítására került sor a Morgan Stanley-vel, illetve a British Petrol European Business Service Kft.-vel.

Az előző évhez hasonlóan, a Társaság több neves rendezvényen is megjelent. Ezek közül idén is kiemelkedett a nyár két nagy rendezvénye: a Balaton Sound és a Sziget Fesztivál, melyen a Bookline közös promócióival jelent meg a Nobilis pálinkával.

A fenti eseményeken túl a Shopline kitelepült a Könyvfesztiválra, a Városligeti Gyermeknapra; részt vett a Múzeumok éjszakáján, a Krimifalók Napján. Együttműködött a Színes várossal, az Art Moments-szel, valamint ismét megszervezte a 2010-ben életre hívott Zöldalma Pályázat kiállítását a Gödör Klubban. Névadó szponzorként együttműködött a Zöld Pardon zenei fesztiválján és a Budapest Funzine farsangi eseményén.

A Shopline közösségi vásárlói oldala 2011 szeptemberében indult, mely a ma teret hódító oldalakhoz hasonlóan kiemelkedő kedvezményeket nyújt bizonyos termékekre, szolgáltatásokra. Az oldal a Liners nevet kapta, illeszkedve a Bookline, illetve a későbbi Shopline arculatába.

Az üzleti év során továbbra is erőteljes hangsúlyt kapott a közösségi média bevonása a marketing kommunikációba. A Shopline facebook rajongói közössége meghaladja az 50 ezer főt, mellyel előkelő helyet foglal el a hazai versenytársak között.

2011. november 24-én került megrendezésre a Dotcommerce Day, melynek célja, hogy az internetezőkkel megismertesse az online vásárlás előnyeit, ezzel segítve az internetes kereskedelem és a tudatos vásárlás

fejlődését hazánkban. Az online vásárlói naphoz a Shopline is csatlakozott egy, a kizárólag erre a napra készített kuponnal, mellyel a figyelem az online vásárlás előnyeire irányítódott.

A Társaság zártkörű meghívásos tenderen, három ügynökség közül a Leo Burnettet választotta stratégiai partneréül, így az ügynökség gondozta a vállalat karácsonyi kampányát, valamint a márka kiterjesztésére vonatkozó terveket.

A Shopline karácsonyi kommunikációja novemberben indult, melynek középpontjában az az üzenet állt, „hogyan az online ajándékvásárlással nem pusztán időt és energiát, hanem most értékes nyereményeket és felejthetetlen élményeket is nyerhetünk”. November 15-től minden rendelés mellé egy sorsjegy került kiküldésre, mellyel értékes ajándékokat lehetett nyerni, valamint 40 napon át minden nap egy vásárló visszanyerte vásárlásának teljes összegét.

Társaságunk nyeremények és a kedvezmények mellett, több újítással készült a karácsonyi szezonra, többek között: megújult a Shopline Ajándékkeresője, bemutatkozott a Shopline interaktív kívánságlista, valamint az ajándékküldő szolgáltatás.

A szlovák piaci eredmények javítása érdekében, az euró árfolyam ingadozást kihasználva a Shopline kiemelt megjelenéssel (online és offline) volt jelen a karácsonyi időszakban.

2011-ben második alkalommal támogatta kültéri megjelenéssel a karácsonyi kampányát a Társaság (a budapesti metró felületei és a citylight plakátok mellett óriásplakátokon, tv-rádió spotok, valamint nyomtatott sajtó segítségével is hirdette a „Sorsjegy minden csomagban” és a „Nyerje vissza vásárlása értékét” című karácsonyi nyereményjátékát). A kiosztott sorsjegyek egyben a Shopline teaser kampány szerves részei is voltak, már az új márka bevezetésére szolgáltak.

2011-ben először rendezték meg a Karácsonyi vásárt a Bazilikánál, ahol a Shopline 5 héten keresztül a toplistás könyveket, valamint az UNICEF termékeit sikerrel értékesítette.

A Társaság folyamatos célkitűzései közé tartozik a kiemelt márkák, cégek részére webshop felület biztosítása, illetve üzemeltetése, melynek keretében elindult a Schwarzkopf webshop.

A novemberben elindult karácsonyi periódust kétszámjegyű növekedéssel zárta a Shopline, ezzel ismételtelen sikerült túlteljesíteni az előző év azonos időszakának eredményeit 2011-ben is. A 2011-es karácsonyi szezonban a Shopline oldalt több mint 1,8 millió internetező kereste fel, akik ajándékvásárlásaik során több mint 35 millió oldalletöltést generáltak. A legforgalmasabb napnak december 12. bizonyult, ezen az egy napon csak a webáruházban több mint 28 ezer terméket vásároltak a felhasználók, amely 65 millió forint feletti forgalmat jelentett.

4. Bevételek és fedezet alakulása

A Shopline-webáruház Nyrt. belföldi értékesítésből származó tevékenysége révén 3.835,1 millió forint nettó árbevételre realizált, az exportértékesítésből szerzett nettó árbevétele 338,7 millió forint volt, így összes nettó árbevétele közel 4.174 millió forintot tett ki. Ez az előző év azonos időszakához képest 1,5%-os növekedést jelent, ezen belül a belföldi bevétel 1,1%-kal, míg az export értékesítés volumene jelentősen, több mint 7%-kal emelkedett.

Az értékesítésből származó bevételek között több mint 73,8 millió forint realizálódott a vásárlók által fizetett szállítási díjakból, a hirdetési bevétel pedig közel 29 millió forintot tett ki.

Az eladott áruk beszerzési értéke 2.873,5 millió forint volt, ami 133,1 millió forinttal, 4,9%-kal magasabb az elmúlt év azonos időszakához képest.

Az értékesítéshez közvetlenül kapcsolódó költségek közül, a szállítási költségek 148,1 millió forintot, míg a csomagolási költségek 37,9 millió forintot tettek ki.

A csomagolási és szállítási költségek figyelembevételével számított fedezet – nettó árbevétel (amely tartalmazza a vásárlók által fizetett szállítási költség hozzájárulást) csökkentve az eladott áruk beszerzési értékével, valamint a csomagolási és szállítási költséggel – 2011. évben 1.114 millió forint volt, amely az értékesítés összetételének jelentős változása következtében 68,6 millió forinttal, 5,8%-kal alacsonyabb, mint a 2010. évi fedezet.

A nettó árbevételre vetítve a Shopline-webáruház Nyrt. az üzleti év során 26,7%-os fedezetet tudott elérni, míg az elmúlt év azonos időszakában a fedezet 28,8% volt.

A Társaság egyéb bevételei 2011-ben 55,7 millió forintot tettek ki. Ezen belül 24,6 millió forint volt a követelések visszaírt értékvesztése, az utólag kapott engedmény pénzügyi rendezéséből 11,1 millió forint adódott.

5. Működési költségek alakulása

A Shopline-webáruház Nyrt. anyagjellegű ráfordításai 3.557,2 millió forintot tettek ki, és csaknem 49 millió forinttal, 1,4%-kal haladták meg az egy évvel ezelőtti értéket.

Az eladott áruk beszerzési értéke, csomagolási költségek és szállítási költségek nélkül számított anyagjellegű ráfordítások értéke 517,6 millió forint volt, mely 13,6%-os csökkenést jelent a 2010. évi ráfordításhoz képest.

Az igénybe vett anyagjellegű szolgáltatások értéke 600,8 millió forint értéket képviselt, mely több mint 91 millió forinttal, 13,2%-kal kevesebb az előző év hasonló időszakához képest. A csökkenést a marketing költségek mérséklődése okozza, amely a marketing stratégia újrafogalmazásának köszönhetően optimalizálódott.

A személyi jellegű ráfordítások 391,1 millió forintot tettek ki, amely szinte megegyezik az egy évvel ezelőtti értékkel, csupán 0,2%-os növekedés figyelhető meg.

A Shopline-webáruház Nyrt.-nél az egyéb ráfordítások összege 98,5 millió forint volt, ezen belül 24,4 millió forint a fizetendő iparűzési adó, míg a bolti kiskereskedelmi tevékenységre kivetett különadó 4,2 millió forint terhet jelentett a vállalkozásnak a 2011-es évben.

2011-ben a Társaság 142,4 millió forint értékcsökkenést számolt el, ami 15,6 millió forinttal, 9,9%-kal kevesebb az előző évi értéknél.

6. Egyéb eredménytétel alakulása

A Shopline-webáruház Nyrt. pénzügyi műveletekből származó bevétele 160,4 millió forintot tett ki, ezen belül a kapott kamatok nagysága 31,6 millió forint volt, míg a pénzügyi műveletek egyéb bevételeinek közel 129 millió forintos összege túlnyomó részben követelések átértékeléséből származó árfolyameredmény. A Társaság pénzügyi műveletekből adódó ráfordítása 13,9 millió forint volt. A ráfordításokból a (banki hitelek, lízingek után) fizetett kamatok nagysága 8,3 millió forintot tett ki.

A Társaság adózás előtti eredménye 163 millió forintnyereség volt. Az időszakra vonatkozóan – a korábbi évek elhatárolt veszteségei miatt – a Shopline-webáruház Nyrt. társasági adófizetési kötelezettséget nem mutatott ki, így az adózott eredménye ezzel megegyezően 163 millió forint volt 2011-ben.

7. Készletek alakulása

A Shopline-webáruház Nyrt. tevékenységéből adódóan jelentős raktárállománnyal működik, melyen belül rendelkezik saját tulajdonú, úgynevezett fix raktárkészlettel és a kiadók által kihelyezett bizományos raktárkészlettel is. A saját készleteit a Társaság igyekszik lehetőségeihez mérten optimális szinten tartani.

2011. december 31-én a készletek értéke több mint 144 millió forintot tett ki, amely közel 33,6%-kal magasabb az előző évi záró állománynál.

8. Egyéb mérleg tételek alakulása

A Shopline-webáruház Nyrt. 2011. december 31-i mérlegfőösszege 2.508 millió forint volt, amely több mint 205 millió forint (8,9%) növekedést mutat az előző év záró értékéhez viszonyítva.

A **befektetett eszközökön** belül az immateriális javak értéke csaknem 76 millió forinttal (21,6%-kal) alacsonyabb az előző évinél, a tárgyi eszközök értéke pedig 1,1 millió forinttal, 1,2%-kal növekedett egy év alatt.

A **befektetett pénzügyi eszközökön** belül a tartós részesedés értéke kapcsolt vállalkozásban közel 4,5 millió forinttal, csaknem a felére csökkent. A változás oka a tartós részesedésekre (eKönyv Magyarország Kft., illetve Bookline.ro SRL) 2011-ben elszámolt értékvesztés.

A vevőkövetelések volumene közel 107 millió forint volt, ami 34,8%-kal magasabb, mint egy évvel korábban. Az egyéb követelések összege 475 millió forinttal, több mint 83%-kal csökkent az előző év azonos időszakához képest. A nagyarányú eltérést, az előző év adatához képest az okozta, hogy a követelések kapcsolt vállalkozással szemben mérlegSORÁBA átsorolásra kerültek a kapcsolt felekkel (CEMP, Index, Mobile 24 Kft) szembeni követelések.

A Társaság pénzeszközeinek záró értéke 613,5 millió forint volt, amely több mint 145,8 millió forinttal, 31,2%-kal magasabb, mint a 2010. évi záró érték.

A forrásokon belül a **kötelezettségek** értéke 714,9 millió forint volt, ami közel 98 millió forinttal, 15,8%-kal magasabb az előző év azonos időszakához képest. A következő évben lejáráó lízingszerződések miatt a hosszú lejáratú kötelezettségek értéke nullára, míg a rövid lejáratú kötelezettségen belül szereplő, rövid lejáratú kölcsönök értéke 5,3 millió forinttal, 55,4%-kal csökkent.

A rövid lejáratú kötelezettségeken belül valamivel több, mint 55 millió forinttal, 10,3%-kal nőtt a szállítói kötelezettségek értéke, amely azonban nem jelent lejárt kötelezettséget. 2011-ben a fizetési fegyelem jelentős mértékben javult, amelynek eredményeképpen a Shopline-ra, mint a könyvpiac egyik legmegbízhatóbb szereplőjére tekintenek.

Az egyéb rövid lejáratú kötelezettségek értéke csaknem 121,2 millió forint volt, amely tartalmazza a közgyűlés elé terjesztett osztalékfizetés alapján kifizetendő összeget is.

A Shopline-webáruház Nyrt. saját tőkéje 2011. december 31-én 1.413,9 millió forint volt, amely 8,4%-kal magasabb, mint 2010. december 31-én.

9. Környezetvédelem

A Shopline.hu Nyrt a működése során keletkező hulladék anyagok egy részét újra hasznosítja, a fennmaradó csomagoló anyagot pedig szelektíven gyűjti. A tevékenység jellegéből adódóan a Társaság nem termel, és nem tárol veszélyes hulladékot.

10. Személyi változások, létszám

A Társaság 2011. április 19-én tartott közgyűlésén a részvényesek további 5 évre, 2016. április 30-ig újraválasztották az Igazgatóság, valamint a Felügyelő és Audit Bizottság tagjait, illetve új tagként a Bookline.hu felügyelő bizottsági tagjává választották Módos Márton, a szintén a Közép Európai Média Csoport érdekkörébe tartozó Inforádió Kft. ügyvezetőjét.

A kereskedelmi igazgatóság irányítását 2011. június 1-től az Igazgatóság magához vonta, és a terület irányításával Barabás Csaba igazgatósági tagot bízta meg. A korábbi kereskedelmi igazgató, Tóth Anikó munkaviszonya 2011. április 30-ával közös megegyezéssel megszűnt.

2011. november 16-ával távozott a Társaság logisztikai igazgatója, Szűcs Péter. Feladatait december 1-től határozott idejű megbízással Huszár Péter, az RP fejlesztéséért felelős vezető vette át. Huszár Péter megbízatása 2012. február 1-jétől határozatlan idejűvé módosult, így logisztikai igazgatóként látja el a terület irányítását.

A Társaság által foglalkoztatott munkavállalók létszáma 2011. december 31-én 131 fő volt. A Shopline-webáruház Nyrt. hangsúlyt fektet a szakmai továbbképzésre is. Célunk a human erőforrások hatékony felhasználása mellett, a szakképzett munkaerő megtartása.

11. Mérlegzárást követő események

A Társaság 2012. január 5-i rendkívüli közgyűlésén döntött a Bookline.hu Nyrt. elnevezésének megváltoztatásáról. A Shopline-webáruház Nyrt. nevet a Fővárosi Törvényszék Cégbírósága 2012. március 21-én kelt határozatával bejegyezte. A Társaság nevének megváltoztatására az Igazgatóság a Shopline ernyőmárka bevezetése miatt tett javaslatot a közgyűlés számára, amely a Társaság stratégiájával összhangban, a több üzletágra épülő diverzifikált működés támogatását célozza.

A Társaság korábban elfogadott termékbővítési stratégiájának köszönhetően már a 2011-es, rekorderedményeket felmutató karácsonyi szezonban is több százezer könyvön kívüli termék szerepelt a webáruház kínálatában, melyeket 2012. január 15-től új márkanéven és a Shopline.hu webcímen érhetnek el a vásárlók. Shopline ernyőmárkaként funkcionál, amely virtuális polcokat biztosít majd több saját almárkának, illetve a bolt-a-boltban rendszer keretein belül számos hazai és nemzetközi márkának is. A társaság továbbra sem szakít a Bookline felhasználók által kedvelt egy kosár - egy kassza - egy csomag kereskedelmi elvvel, ezzel is megtartva versenyelőnyét a hazai konkurensekkel szemben.

Az ernyőmárka bevezetésével a Bookline márka nem szűnik meg, de a nevét Shopline-webáruház Nyrt.-re változtató társaság elképzelése szerint a Bookline.hu kizárólag könyveknek és a könyvekhez szorosan kapcsolódó kulturális termékeknek ad majd helyet a jövőben.

A Shopline égisze alatt a Bookline-on kívül két saját almárka kerül bevezetésre: a gyermektermékekkel foglalkozó Kidline, valamint a Homeline, ahol az egyre bővülő lakberendezési tárgyak és dekorációk kínálata

mellett a jövőben a kertészkedéshez szükséges kiegészítők, valamint az otthoni kedvencek gondozásához nélkülözhetetlen termékek is megtalálhatóak.

A Shopline célja, hogy a vásárlás gyors és kényelmes módját kínálja látogatói számára, akik néhány kattintásnyi idő alatt számos olyan terméket rendelhetnek meg, melyekre a mindennapokban szükségük van, ezzel időt és pénzt takarítva meg.

12. Nyilatkozat

A Shopline-webáruház Nyrt. Igazgatósága, e jelentését 2011. évi magyar számviteli előírások szerint készített, auditált éves beszámolója alapján, legjobb tudása szerint készítette el.

Az üzleti jelentés valós és megbízható képet ad a Társaság eszközeiről, kötelezettségeiről, pénzügyi helyzetéről és 2011. évi eredményéről, továbbá a Társaság fejlődéséről és teljesítményéről, ismertetve a főbb kockázatokat és bizonytalansági tényezőket.

A közgyűlés által történő jóváhagyást követően jelen üzleti jelentést a Társaság Igazgatósága, mint a Shopline-webáruház Nyrt. 2011. üzleti évről szóló jelentését a hirdetményi helyein közzéteszi.

Budapest, 2012. április 27.

A Shopline-webáruház Nyrt Igazgatósága

A Shopline-webáruház Nyrt. mérlegének főbb sorai

Auditált adatok ezer Ft-ban, MSZSZ szerint

Megnevezés	2010.12.31	2011.12.31	Változás Y/Y
ESZKÖZÖK			
A. BEFEKTETETT ESZKÖZÖK (2+10+18. sor)	456 554	377 263	-17,4%
I. IMMATERIÁLIS JAVAK (3-9. sorok)	351 655	275 700	-21,6%
Vagyoni értékű jogok	11 577	9 603	-17,1%
Szellemi termékek	340 078	266 097	-21,8%
II. TÁRGYI ESZKÖZÖK (11-17. sorok)	94 411	95 522	1,2%
Ingatlanok és a kapcsolódó vagyoni értékű jogok	36 108	35 594	-1,4%
Műszaki berendezések, gépek, járművek	32 672	25 892	-20,8%
Egyéb berendezések, felszerelések, járművek	25 523	28 328	11,0%
Beruházások, felújítások	108	5 708	5185,2%
III. BEFEKTETETT PÉNZÜGYI ESZKÖZÖK (19-25. sorok)	10 488	6 041	-42,4%
Tartós részesedés kapcsolt vállalkozásban	10 488	6 041	-42,4%
B. FORGÓESZKÖZÖK (27+34+40+45. sor)	1 755 091	2 025 471	15,4%
I. KÉSZLETEK (28-33. sorok)	107 878	144 083	33,6%
Áruk	107 878	144 083	33,6%
II. KÖVETELÉSEK (35-39. sorok)	1 179 489	1 267 850	7,5%
Követelések áruszállításból és szolgáltatásból (vevők)	79 341	106 934	34,8%
Követelések kapcsolt vállalkozással szemben	562 172	1 098 398	95,4%
Egyéb követelések	537 976	62 518	-88,4%
III. ÉRTÉKPAPÍROK (41-44. sorok)	0	0	
IV. PÉNZESZKÖZÖK (46-47. sorok)	467 724	613 538	31,2%
Pénztár, csekkek	7 555	8 269	9,5%
Bankbetétek	460 169	605 269	31,5%
C. AKTÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK (49-51. sorok)	91 736	106 033	15,6%
Bevételek aktív időbeli elhatárolása	90 350	104 485	15,6%
Költségek, ráfordítások aktív időbeli elhatárolása	1 386	1 548	11,7%
ESZKÖZÖK (AKTÍVÁK) ÖSSZESEN (1+26+48 sor)	2 303 381	2 508 767	8,9%
FORRÁSOK			
D. SAJÁT TŐKE (54+56+57+58+59+60+61. sor)	1 304 472	1 413 932	8,4%
I. JEGYZETT TŐKE	491 250	491 250	0,0%
III. TŐKETARTALÉK	1 438 073	1 438 073	0,0%
IV. EREDMÉNYTARTALÉK	-663 664	-624 850	-5,9%
VII. MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	38 813	109 460	182,0%
E. CÉLTARTALÉKOK (63-65. sorok)	1 660	12 572	657,4%
1. Céltartalék a várható kötelezettségekre	1 660	1 660	0,0%
2. Céltartalék a jövőbeni költségekre	0	10 912	
F. KÖTELEZETTSÉGEK (67+71+80. sor)	617 319	714 914	15,8%
I. HÁTRASOROLT KÖTELEZETTSÉGEK (68-70. sorok)	0	0	
II. HOSSZÚ LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK (72-79. sorok)	2 360	0	-100,0%
Hosszú lejáratra kapott kölcsönök	2 360	0	-100,0%
III. RÖVID LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK (81 és 83-89. sorok)	614 959	714 914	16,3%
Rövid lejáratú kölcsönök	9 559	4 263	-55,4%
Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból (szállítók)	534 408	589 468	10,3%
Egyéb rövid lejáratú kötelezettségek	70 992	121 183	70,7%
G. PASSZÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK (91-93. sorok)	379 930	367 349	-3,3%
Költségek, ráfordítások passzív időbeli elhatárolása	379 930	367 349	-3,3%
FORRÁSOK (PASSZÍVÁK) ÖSSZESEN (53+62+66+90. sor)	2 303 381	2 508 767	8,9%

A Shopline-webáruház Nyrt.eredmény-kimutatásának főbb sorai

Auditált adatok ezer Ft-ban, MSZSZ szerint

Megnevezés	2010	2011.	Változás Y/Y
Belföldi értékesítés nettó árbevétele	3 795 018	3 835 146	1,1%
Export értékesítés nettó árbevétele	316 436	338 719	7,0%
Értékesítés nettó árbevétele (1+2)	4 111 454	4 173 865	1,5%
Saját termelésű készletek állományváltozása	0	0	
Saját előállítású eszközök aktivált értéke	0	0	
Aktivált saját teljesítmények értéke (±3±4)	0	0	
Egyéb bevételek	32 380	55 658	71,9%
Ebből: visszaírt értékvesztés	8 981	32 147	257,9%
Anyagköltség	71 270	76 354	7,1%
Igénybe vett szolgáltatások értéke	692 227	600 786	-13,2%
Egyéb szolgáltatások értéke	22 863	22 908	0,2%
Eladott áruk beszerzési értéke	2 740 398	2 873 511	4,9%
Eladott (közvetített) szolgáltatások értéke	1 482	3 669	147,6%
Anyagjellegű ráfordítások (5+6+7+8+9)	3 528 240	3 577 228	1,4%
Béreköltség	286 806	279 831	-2,4%
Személyi jellegű egyéb kifizetések	18 653	25 627	37,4%
Bérfelrakások	84 820	85 646	1,0%
Személyi jellegű ráfordítások (10+11+12)	390 279	391 104	0,2%
Értékcsökkenési leírás	158 073	142 376	-9,9%
Egyéb ráfordítások	64 721	98 536	52,3%
Ebből: értékvesztés	18 209	28 109	54,4%
ÜZEMI (ÜZLETI) TEVÉKENYSÉG EREDMÉNYE (I.±II.+III.-IV.-V.-VI.-VII.)	2 521	20 279	704,4%
Egyéb kapott (járó) kamatok és kamatjellegű bevételek	22 634	31 615	39,7%
Ebből: kapcsolt vállalkozástól kapott	0	30 804	
Pénzügyi műveletek egyéb bevételei	40 024	128 736	221,7%
Pénzügyi műveletek bevételei (13+14+15+16+17)	62 658	160 351	155,9%
Fizetendő kamatok és kamatjellegű ráfordítások	17 135	8 257	-51,8%
Ebből: kapcsolt vállalkozásnak adott	0	0	
Pénzügyi műveletek egyéb ráfordításai	8 808	5 680	-35,5%
Pénzügyi műveletek ráfordításai (18+19±20+21)	25 943	13 937	-46,3%
PÉNZÜGYI MŰVELETEK EREDMÉNYE (VIII.-IX.)	36 715	146 414	298,8%
SZOKÁSOS VÁLLALKOZÁSI EREDMÉNY (±A±B)	39 236	166 693	324,9%
Rendkívüli bevételek	0	1 297	
Rendkívüli ráfordítások	423	4 913	1061,5%
RENDKÍVÜLI EREDMÉNY (X-XI)	-423	-3 616	754,9%
ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY (±C±D)	38 813	163 077	320,2%
Adófizetési kötelezettség	0	0	
ADÓZOTT EREDMÉNY (±E-XII)	38 813	163 077	320,2%
Eredménytartalék igénybevétele osztalékra, részesedésre	0	0	
Jóváhagyott osztalék, részesedés	0	53 618	
MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY (±F+22-23)	38 813	109 460	282,0%
EBITDA	160 594	162 655	1,3%

Tulajdonosi szerkezet (2011. december 31-én)

Megnevezés	Részvények száma (db)	Tulajdoni hányad	Szavazati arány
Közép Európai Média és Kiadó Zrt.	4. 667. 270	95,0%	95,0%
Egyéb intézményi és magán befektetők	245. 230	5,0%	5,0%
Összesen	4. 912. 500	100,0%	100,0%

A Társaság Igazgatósága a 22/2011. (IV. 19.) sz. közgyűlési határozatban foglalt felhatalmazás alapján 2012. márciusában több tételben Bookline.hu törzsrészt vásárolt a Budapesti Értéktőzsdén, tőzsdei forgalomban. A tranzakciók eredményeképpen a Társaság 28.271 darab saját részvényt rendelkezik, amely az alaptőke 0,57%-a.

Vezető állású személyek és a Kibocsátó működését befolyásoló (stratégiai) alkalmazottak

Jelleg ¹	Név	Beosztás	Megbízás kezdete	Megbízás vége/megszűnése
IT	Starcz Ákos	az Igazgatóság elnöke, vezérigazgató	2009.02.26	2016.04.19
IT	Lendvai Beáta	az Igazgatóság tagja	2008.04.30	2016.04.19
IT	Barabás Csaba Heinz	az Igazgatóság tagja	2010.03.03	2016.04.19
IT	Dr. Nemeslaki András	az Igazgatóság tagja ⁵	2010.03.03	2012.04.27
FB/AB	Honi-Bagdi Szilvia	az FB/AB elnöke	2009.02.26	2016.04.19
FB/AB	Földvári Gábor	az FB/AB tagja	2006.12.28	2016.04.19
FB/AB	Velkey Balázs Ferenc	az FB/AB tagja	2006.12.28	2016.04.19
FB	Módos Márton	az FB tagja	2011.04.19	2016.04.19
SP	Fináczy Eszter	Ügyfélkapcsolati Igazgató	2009.06.01	határozatlan
SP	Kádár Tibor	Gazdasági Igazgató	2009.09.01	határozatlan
SP	Tóth Anikó	Kereskedelmi Igazgató ²	2005.12.10	2011.04.30
SP	Méth Barbara	Marketing Igazgató ³	2011.01.01	2011.12.06
SP	Szencz Balázs	Informatikai Igazgató	2009.06.01	határozatlan
SP	Szűcs Péter	Logisztikai Igazgató ⁴	2007.08.13	2011.11.16

¹ Stratégiai pozícióban lévő alkalmazott (SP), Igazgatósági tag (IT), FB tag (FB), Igazgatótanács tag (ITT)

² A Társaság Igazgatósága 10/2011 (06.01.) IT határozatával 2011. június 3-tól a 2012-es üzleti év végéig magához rendelte a Társaság valamennyi kereskedelmi egységének operatív felügyeletét. A feladatot kijelölt igazgatósági tagként Barabás Csaba Heinz látta el. Barabás Csaba Heinz igazgatósági tag 2012. március 26. napjától kezdődően a Társaság munkavállalójaként látja el a kereskedelmi igazgatóság koordinációjával járó feladatokat.

³ A Marketing Igazgatói munkakört 2012.01.04-től Sándor Gabriella látja el.

⁴ A logisztikai terület irányításával a Vezérigazgató 2011. december 1-től Huszár Pétert bízta meg határozott időre. Huszár Péter 2012. február 1-től kinevezett logisztikai igazgatóként vezeti a területet.

⁵ Dr. Nemeslaki András igazgatósági tag tudományos és oktatói elfoglaltságaira tekintettel 2012. április 27-i hatállyal lemondott a társaság igazgatóságában betöltött tisztségéről.