

02

المراجعة الاستراتيجية



16	كلمة رئيس مجلس الإدارة
17	كلمة الرئيس التنفيذي
18	النظرة العامة على السوق
20	الاستراتيجية ومحاور التركيز
21	إشراك أصحاب المصلحة
22	المسؤولية الاجتماعية للشركة

كلمة رئيس مجلس الإدارة



سليمان بن محمد السيف
رئيس مجلس الإدارة

شركة متاجر السيف للتنمية
والاستثمار

السادة المساهمون الكرام،

يسرني، بالنيابة عن مجلس إدارة شركة متاجر السيف للتنمية والاستثمار، أن أضع بين أيديكم التقرير السنوي للسنة المالية المنتهية في 31 ديسمبر 2025م، وهو تقرير يعكس مرحلة مهمة في مسيرة الشركة وتطور أعمالها.

شهد قطاع التجزئة في المملكة العربية السعودية خلال عام 2025م تحولات متسارعة، مدفوعة بنمو الاقتصاد غير النفطي وتغير أنماط الاستهلاك، في ظل التقدم المستمر في مستهدفات رؤية المملكة 2030. وقد أوجدت هذه البيئة فرصاً في قطاع التجزئة المتخصصة، وقد واصلت شركة السيف غاليري خلال العام العمل على الاستفادة من هذه المتغيرات بما يدعم نمو أعمالها.

واضطلع مجلس الإدارة خلال العام بدوره الإشرافي والاستراتيجي من خلال تعزيز منظومة الحوكمة والضوابط الداخلية، ومتابعة الامتثال للأنظمة واللوائح ذات العلاقة، والعمل على حماية مصالح المساهمين وسائر أصحاب المصلحة. وقد حرص المجلس في هذا السياق على دعم الإدارة التنفيذية ومتابعة أولوياتها الاستراتيجية ضمن إطار واضح من المسؤوليات والصلاحيات.

وفي هذا الإطار، واصلت الشركة تنفيذ أولوياتها الاستراتيجية، بما في ذلك تطوير شبكة المعارض داخل المملكة، وتعزيز حضور العلامات التجارية

المملوكة التي أصبحت تمثل نحو 88% من إجمالي إيرادات الشركة، إلى جانب تعميق التكامل بين قنوات البيع عبر المعارض ومنصات التجارة الإلكترونية.

وينظر مجلس الإدارة إلى المرحلة المقبلة استناداً إلى معطيات موضوعية تشمل: شبكة معارض ناشئة تمتد عبر 13 منطقة إدارية في المملكة وأربعة أسواق خليجية، وقناة رقمية حققت نمواً سنوياً بلغ 37.4% لترتفع مساهمتها إلى 12.4% من إجمالي الإيرادات. ومع ذلك، تجدر الإشارة إلى أن نتائج الأعمال تتأثر بمتغيرات السوق والبيئة التشغيلية، وأن الأداء المستقبلي يخضع لعوامل خارج نطاق سيطرة الشركة.

وفي الختام، يتقدم مجلس الإدارة بخالص الشكر والتقدير لمساهمي الشركة على ثقتهم، وللإدارة التنفيذية وجهد، وللشركاء والموردين على ما يجمعنا بهم من علاقات مهنية ممتدة ومبنية على الثقة.

كلمة الرئيس التنفيذي



أحمد السلطان الرئيس التنفيذي

شركة متاجر السيف للتنمية
والاستثمار

إلى موظفينا وشركائنا وكافة أصحاب المصلحة،

قبل ثلاثة عقود، وُلدت السيف غاليري في الرياض بفكرة محددة: أن البيت السعودي يستحق منتجات مصممة له. واليوم، يسعدني أن أقدم لكم تقرير عام 2025م، الذي شهد تسارعاً ملموساً في التحول التشغيلي الذي كنا نعمل من أجله.

واصل قطاع التجزئة في المملكة العربية السعودية مسيرة تحوُّله الهيكلي خلال 2025م، مدفوعاً بنمو الاقتصاد غير النفطي وتطور الأنماط الاستهلاكية في ظل التقدم المتسارع لمستهدفات رؤية 2030. وفي هذه البيئة، تواصل السيف غاليري بناء موقعها بوصفها شركة متخصصة ذات هوية علامات تجارية واضحة، وحضور جغرافي واسع، وقدرة رقمية في ارتفاع متواصل.

لم يكن التحسن في الأداء التشغيلي والمالي في عام 2025م طفرةً عشوائية، بل كان نتيجة عمل متراكم نفَّذناه في أربعة محاور متوازنة:

في الربع الأول، أنجزنا ترقية شاملة لمنصتنا الرقمية وتطبيقات الهاتف الذكي، مُعيدين تصميم تجربة العميل الرقمية من التصفح حتى التوصيل، وعززنا إدارة المخزون وكفاءة سلسلة الإمداد.

في الربع الثاني، استثمرنا موسم رمضان والعيد عبر تكامل القنوات الرقمية والحضورية، وأطلقنا برنامج إعادة هيكلة المحفظة السلعية بإيقاف 6,000 صنف منخفض الأداء وإدخال 2,000 صنف جديد يلبي تطلعات عملائنا، وقد أسهم ذلك في تحسين ربحية الفئات وكفاءة المخزون.

في الربع الثالث، عمّقنا التكامل بين معارضنا وقنواتنا الرقمية، وحقّقنا نمواً في التجارة الإلكترونية مدعوماً بانضباط ترويجي محسّن.

في الربع الرابع، أغلقنا العام بخطوة جوهريّة: السداد الكامل لجميع الالتزامات الائتمانية قصيرة الأجل، مما يعزز سلامة الميزانية العمومية ومرونتها.

ولا يكفي أن نحقق أرباحاً، بل الأهم أن نعرف من أين جاءت. شهد عام 2025م نمواً في الإيرادات بنسبة 3.7% وارتفاعاً في صافي الربح بنسبة 54.6%، مصدرهما تحسينات تشغيلية حقيقية. وأودّ أن أشير صراحةً إلى أن صافي ربح عام 2024م تضمّن أرباحاً رأسمالية غير متكررة بقيمة 43 مليون ريال ناتجة عن بيع أصول عقارية، وفق ما أفصح عنه رسمياً.

وباستبعاد هذا البند، يصبح التحسن الحقيقي في الأرباح التشغيلية لعام 2025م أكثر وضوحاً وأشدّ تعبيراً عن الحالة الفعلية لأعمال الشركة.

يبقى محرك التمايز الأقوى لدينا محفظة العلامات التجارية المملوكة والحصرية، التي باتت تمثل نحو 88% من إجمالي إيرادات الشركة. وتسهم هذه العلامات – إديسون وتورنادو وروكي وروبست وسواها – في دعم هوامش الربح وتعزيز ولاء العملاء، كما تُظهره مؤشرات الأداء لعام 2025م.

تستند التوجهات الواردة أدناه إلى خطط الإدارة وفق المعطيات الراهنة، وتخضع للمتغيرات التشغيلية والسوقية، ولا تُعدّ تعهدات أو ضمانات بنتائج مستقبلية.

تواصل الشركة ، في ضوء الظروف والمتغيرات السوقية ، التركيز على:

- تعميق تجربة العملاء عبر المعارض والقنوات الرقمية بصورة متكاملة.
 - تنمية محفظة العلامات التجارية المملوكة وتوسيع فئات المنتجات لتلبية الطلب المتنوع.
 - الاستمرار في تطوير المنصة الرقمية وتعزيز مساهمة التجارة الإلكترونية في إجمالي الإيرادات.
 - التوسع المنضبط المدفوع بالعائد في الأسواق ذات الجاذبية، محلياً وإقليمياً.
 - الحفاظ على متانة الميزانية العمومية وكفاءة التشغيل.
- كل هذه المحاور تصبّ في هدف واحد: إيصال شركة قوية، شفافة، وخالقة للقيمة إلى مساهميها على المدى البعيد.

في الختام، يسعدني أن أتقدم بجزيل الشكر والتقدير لفريق عمل السيف غاليري في المعارض والمستودعات والمنصات الرقمية والمقرات الإدارية في كل الدول التي نعمل فيها ، هؤلاء هم صانعو هذه النتائج فعلياً. كما أشكر شركاءنا وموردنا على علاقات التعاون الراسخة، وأخص بالشكر مساهمينا الكرام على ثقتهم التي تُلزمنا بالمزيد من الجدية والشفافية في كل قرار نتخذه.

النظرة العامة على السوق

يعمل قطاع الأجهزة المنزلية وأدوات المطبخ ضمن منظومة تجارة التجزئة في المملكة العربية السعودية، وقد شهد هذا القطاع خلال السنوات الأخيرة تطوراً ملحوظاً مدعوماً بعدد من العوامل الاقتصادية والديموغرافية، من أبرزها النمو السكاني، والتوسع العمراني، وارتفاع مستويات الإنفاق الاستهلاكي، إضافة إلى التحولات المرتبطة بتطور التجارة الإلكترونية (هيئة الإحصاء العامة، 2025؛ هيئة الاتصالات، 2024).

أسهمت المبادرات المرتبطة برؤية المملكة 2030 في دعم نمو القطاعات غير النفطية، حيث سجل الناتج المحلي الإجمالي غير النفطي نمواً بنحو 4.9% خلال عام 2025 (هيئة الإحصاء العامة، 2026)، مع توقعات بنمو الأنشطة غير النفطية بنحو 4.6% خلال عام 2026 (وزارة المالية، 2025؛ صندوق النقد الدولي، 2026).

تدعم البيئة الرقمية المتقدمة في المملكة تطور قطاع التجزئة، حيث بلغ معدل انتشار الإنترنت نحو 99% من السكان (هيئة الاتصالات، 2024)، مما يعزز نمو التجارة الإلكترونية وتكامل قنوات البيع.

الاتجاهات الاستهلاكية

تشير تطورات السوق إلى عدد من الاتجاهات الاستهلاكية التي تؤثر في الطلب على الأجهزة المنزلية وأدوات المطبخ في المملكة العربية السعودية، من أبرزها:

- **الطهي والضيافة المنزلية:** استمرار الطلب على منتجات الطهي والتقديم وأطقم القهوة المرتبطة بثقافة الضيافة في المجتمع السعودي.
- **الاهتمام بالجودة والسلامة:** تزايد اهتمام المستهلكين بجودة التصنيع ومعايير السلامة وكفاءة استهلاك الطاقة في الأجهزة المنزلية.
- **تنوع الخيارات المتاحة:** اتجاه المستهلكين نحو اختيار منتجات توفر خصائص إضافية أو تصاميم تلائم الاستخدام اليومي واحتياجات الأسر.
- **التوسع في حلول المطبخ المتكامل:** تزايد الطلب على تشكيلة واسعة من المنتجات المرتبطة بتجهيز المطبخ ضمن تجربة تسوق واحدة.
- **تطور وسائل الدفع والتوصيل:** ازدياد استخدام وسائل الدفع الرقمية وخيارات التسليم إلى جانب توقعات متزايدة بشأن سرعة التوصيل ومرونته.
- **أهمية خدمات ما بعد البيع:** ارتفاع اهتمام المستهلكين بخدمات الضمان والصيانة وتوافر قطع الغيار عند اتخاذ قرار الشراء.

المشهد المتغير للتجزئة

يشهد قطاع تجارة التجزئة في المملكة تحولاً مدفوعاً بتوسع النشاط الاستهلاكي وتطور قنوات الدفع الرقمية؛ حيث بلغت قيمة مبيعات التجارة الإلكترونية عبر بطاقات «مدى» 325.2 مليار ريال خلال عام 2025 مقارنة بـ 197.4 مليار ريال في عام 2024 (البنك المركزي السعودي، 2026؛ جريدة عكاظ، 2026).

ارتفعت مبيعات نقاط البيع إلى 707.2 مليار ريال في عام 2025 مقارنة بـ 668.2 مليار ريال في عام 2024 (البنك المركزي السعودي، 2026؛ أرقام، 2026)، مما يعكس قوة الإنفاق الاستهلاكي.

حجم السوق والتوقعات

وفقاً لتقديرات Technavio (2024)، يُتوقع أن يشهد سوق التجزئة في المملكة العربية السعودية توسعاً بنحو 64.6 مليار دولار خلال الفترة 2025-2029 بمعدل نمو سنوي مركب يقارب 7.1%. تجدر الإشارة إلى أن هذه التقديرات صادرة عن جهات خارجية مستقلة ولا تعكس بالضرورة توقعات الشركة.





دلالات لشركة السيف غاليري

تشير تطورات السوق في المملكة العربية السعودية ودول مجلس التعاون الخليجي إلى عدد من العوامل التي تدعم موقع الشركة في قطاع الأجهزة المنزلية وأدوات المطبخ، ومن أبرزها:

- **أولوية السوق السعودي:** يمثل السوق السعودي أكبر أسواق المنطقة من حيث الحجم والقوة الشرائية، كما يتميز بانتشار واسع للتقنيات الرقمية، مما يوفر بيئة مواتية لنمو قطاع التجزئة.
- **دور العلامات التجارية المملوكة:** تسهم العلامات المملوكة للشركة في تعزيز تميز المنتجات المقدمة للعملاء، إلى جانب دعم القدرة على تطوير منتجات تلائم احتياجات السوق المحلية.
- **تكامل قنوات البيع:** يتيح الجمع بين المعارض التقليدية والقنوات الرقمية توفير تجربة تسوق متكاملة للعملاء، بما يشمل خيارات الطلب والدفع والتوصيل والاستلام من المعارض.
- **توسع الفئات السلعية:** يتيح تنوع الفئات المرتبطة بالأجهزة المنزلية وأدوات المطبخ توسيع نطاق المنتجات المقدمة للعملاء، بما يتماشى مع تطور الطلب في السوق.
- **أهمية البنية اللوجستية:** تسهم كفاءة إدارة المخزون وسلاسل الإمداد في دعم توفر المنتجات وتحسين سرعة الاستجابة لاحتياجات السوق، خصوصاً خلال فترات الطلب المرتفع.

المشهد التنافسي

يشهد قطاع تجارة التجزئة في المملكة العربية السعودية مستوى متزايداً من المنافسة مدفوعاً بتوسع المساحات التجارية وتطور التقنيات الرقمية في قطاع البيع بالتجزئة. وتشير البيانات إلى أن إجمالي إنفاق المستهلكين في المملكة بلغ نحو 1.41 تريليون ريال خلال عام 2024 بزيادة تقارب 7% على أساس سنوي (صحيفة الاقتصادية 2025). كما يتوقع إضافة نحو 3.4 مليون متر مربع من المساحات التجارية الجديدة بحلول عام 2028، وهو ما يعكس استمرار توسع قطاع التجزئة في المملكة.

أسواق دول مجلس التعاون الخليجي

تنمو مبيعات التجزئة في دول مجلس التعاون الخليجي بمعدل 4.6% خلال 2023-2028، مع حصة سعودية-إماراتية 78% بحلول 2028 (Zawya, 2024)؛ وسوق الأجهزة المنزلية الكبيرة 3.9 مليار دولار في 2025 بنمو 6.2% حتى 2030.



الاستراتيجية ومحاور التركيز

تعتمد شركة متاجر السيف للتنمية والاستثمار استراتيجية تركز على تعزيز موقعها في قطاع تجارة التجزئة المتخصصة في الأجهزة المنزلية وأدوات المطبخ في المملكة العربية السعودية ودول مجلس التعاون الخليجي، وترتكز على نموذج أعمال متكامل يجمع بين شبكة المعارض والقنوات الرقمية، إلى جانب تطوير محفظة المنتجات والعلامات التجارية المملوكة.

مراحل تطور الاستراتيجية

استكملت الشركة حتى عام 2024م بناء الأساس الاستراتيجي لنموذج أعمالها من خلال: تعزيز محفظة العلامات المملوكة والحصرية، وبناء شبكة التجزئة في السوق السعودي مع حضور خليجي انتقائي، وتطوير منصة متكاملة للبيع عبر القنوات المتعددة، وتعزيز البنية اللوجستية وخدمات ما بعد البيع. وخلال مرحلتي التوسع والتمكين ابتداءً من 2025م، تركز الشركة على: التوسع الانتقائي في شبكة المعارض، وتوسيع محفظة المنتجات، وتسريع تكامل القنوات المتعددة، وتحسين كفاءة التوريد ودوران المخزون، مع الحفاظ على توليد نقدي قوي وانضباط في تخصيص رأس المال.

محاور التركيز الاستراتيجي

- **تنويع محفظة المنتجات:** توسيع فئات المنتجات لتشمل أجهزة منزلية إضافية ومنتجات مرتبطة بأسلوب الحياة المنزلي، بما يتماشى مع احتياجات العملاء وتطور الطلب في السوق.
- **تطوير العلامات التجارية المملوكة:** الاستثمار في تطوير العلامات التجارية الخاصة بالشركة وتوسيع حضورها ضمن مختلف فئات المنتجات.
- **تكامل قنوات البيع:** تعزيز التكامل بين المعارض والقنوات الرقمية من خلال تطوير المنصة الإلكترونية والتطبيقات وتحسين خيارات التوصيل والدفع.
- **التوسع في شبكة المعارض:** مواصلة التوسع الانتقائي في المعارض داخل المملكة العربية السعودية وأسواق دول مجلس التعاون الخليجي.



إشراك أصحاب المصلحة

تتفاعل السيف غاليري باستمرار مع الأفراد والجهات المؤثرة في نموذج أعمالها، عبر قنوات رسمية متوافقة مع ممارسات الشركات المدرجة في المملكة العربية السعودية.

فئة أصحاب المصلحة	آليات التفاعل	وتيرة التفاعل	أبرز القضايا 2025	أبرز الإجراءات	القيمة المتحققة
الموظفون	برامج تهيئة وتدريب، إدارة الأداء، لقاءات داخلية، أدوات تواصل رقمية، قنوات للإبلاغ والملاحظات	توجيه مستمر داخل المعارض، اجتماعات إقليمية، دورات تدريبية مجدولة	تجربة العملاء، توافر المخزون، سلامة العمليات، جودة خدمات ما بعد البيع، التطور الوظيفي	تطوير القدرات، توحيد الممارسات التشغيلية، تحسين جودة الخدمة عبر التدريب والتواصل	رفع جاهزية الفرق، تحسين تجربة العملاء، الالتزام بمعايير الجودة
العملاء	المعارض، الموقع الإلكتروني، التطبيقات، خدمة العملاء، برنامج الولاء "تستاهل"، استبيانات ومراجعات المنتجات	تفاعل يومي عبر المعارض والقنوات الرقمية، تكثيف خلال مواسم الذروة	ملاءمة المنتجات للطهي والضيافة، العروض والقيمة، التوصيل والاسترجاع، دعم الضمان، سهولة الاستخدام الرقمي	تحديث الأصناف الرئيسية، معايرة العروض الترويجية، تحسين رحلة الطلب والتسليم، تبسيط إجراءات الاسترجاع وضمان المنتجات الكهربائية	زيادة رضا العملاء، تعزيز الولاء، تحسين تكرار الشراء وكفاءة التحصيل
الموردون والشركاء	الشراء المباشر للعلامات المملوكة والحصرية، علاقات وكالات، تأهيل الموردين، التخطيط المشترك للطلب، التعاون مع شركاء الخدمات اللوجستية	تنسيق مستمر للمشتريات والخدمات اللوجستية، مراجعات تجارية دورية	التكاليف، معايير الجودة، شروط الحصرية، دعم الضمان، متطلبات التغليف، حجز الطاقات لمواسم الذروة	توحيد المشتريات للفئات الأساسية، تحديث المواصفات، خطط توزيع موسمية، تبسيط تدفقات قطع الغيار	تحسين توافر الأصناف، حماية الهوامش عبر العلامات المملوكة، تقليل تذبذب مدد التوريد
المساهمون	الإفصاحات عبر تداول، علاقات المستثمرين، الجمعيات العامة، تقارير مجلس الإدارة ولجانه، التواصل بشأن توزيعات الأرباح	إفصاحات سوقية مستمرة، جمعية عامة سنوية، تفاعلات دورية عند الحاجة	تنفيذ الاستراتيجية، شبكة المعارض، محفظة العلامات، تقدم تكامل القنوات، التدفقات النقدية، تخصيص رأس المال، الالتزام بالحوكمة	تعزيز شفافية التواصل، توفير المعلومات ضمن الأطر النظامية والقنوات الرسمية	رفع مستوى الثقة، دعم اتخاذ القرار المبني على معلومات معلنة
المجتمع	مبادرات مجتمعية وخيرية موسمية، تبرعات، مشاركة الموظفين في التطوع، شراكات مرتبطة بالتراث والضيافة والبرامج الأسرية	حملات موسمية واستجابات عند الحاجة	أولويات الأثر المحلي، رعاية الشباب والأسرة، الاستهلاك المسؤول والسلامة في استخدام الأجهزة	تنفيذ مبادرات مجتمعية موسمية، إشراك الموظفين في التطوع	دعم المجتمعات المحلية، تعزيز الأثر الإيجابي للشركة

"تستند بيانات جدول إشراك أصحاب المصلحة إلى تقارير الإدارة الداخلية ونتائج برامج قياس رضا العملاء والموظفين لعام 2025، وهي تعبر عن القضايا الرئيسية المُرصدة من خلال قنوات التواصل الرسمية."

المسؤولية الاجتماعية للشركة

تعكس سياسة المسؤولية الاجتماعية لدى شركة السيف غاليري، المعتمدة من مجلس الإدارة في 26 أكتوبر 2021، التزام الشركة بالموازنة بين أهدافها التجارية وأولويات المجتمعات التي تعمل فيها. وتوجه هذه السياسة بمبادرات الشركة وآليات الإفصاح وقياس الأثر، حيث يشرف مجلس الإدارة على الإطار العام للسياسة، فيما تتولى الإدارة التنفيذية تنفيذ البرامج ومتابعة تطبيقها.

ويتسق هذا الإطار مع متطلبات لائحة حوكمة الشركات، ولا سيما المادة (84) والمادة (85)، التي تؤكد أهمية وجود سياسة للمسؤولية الاجتماعية تعتمد من مجلس الإدارة، إلى جانب الإفصاح عن الأهداف والخطط ومؤشرات قياس الأثر.

وتنفذ الشركة برامجها المجتمعية من خلال مبادرات عملية تستفيد من انتشار شبكة معارضها في مختلف مناطق المملكة، بهدف دعم الأسر الأشد احتياجاً، مع التركيز على إعادة استخدام الأدوات المنزلية وأدوات المطبخ والأجهزة الكهربائية بالتعاون مع جمعيات خيرية معتمدة.



مبادرة "أواني الخير" – النسخة الرابعة

من مبادرة "أواني الخير" للاستمرار في تحفيز العملاء على التبرع بفائض الأدوات المنزلية والأجهزة الكهربائية عبر معارض الشركة. وتولت جمعيات خيرية معتمدة جمع هذه التبرعات وإيصالها إلى المستفيدين في مختلف المناطق. ويعد هذا البرنامج ركيزة أساسية في مسار المسؤولية الاجتماعية المعتمدة من مجلس الإدارة.

نُفذت النسخة الثالثة من المبادرة في أكتوبر 2024، والتي شهدت بنهاية الحملة، تسليم 425,694 قطعة من الأدوات المنزلية عبر عدد من مناطق المملكة من خلال الشركاء الخريين، مع الاحتفاظ بسجلات الاستلام ومحاضر التحويل وإقرارات الشركاء الخريين كمستندات إثبات.

وفي عام 2025 أطلقت الشركة النسخة الرابعة

السيف خاليري
Alsaif Gallery

