



永辉超市股份有限公司

Yonghui Superstores Co., Ltd.

首次公开发行股票（A 股） 招股意向书

（发行人住所：福建省福州市西二环中路 436 号）

保荐人（主承销商）



中信证券股份有限公司

（保荐人住所：广东省深圳市福田区深南大道 7088 号招商银行大厦第 A 层）



首次公开发行股票招股意向书

发行股票类型	人民币普通股（A股）	发行股数	不超过 110,000,000 股
每股面值	每股人民币 1.00 元	每股发行价格	询价确定发行价格
预计发行日期	2010 年 月 日	拟上市证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	不超过 767,900,000 股		
本次发行前股东对所持股份的流通限制、股东所持股份自愿锁定的承诺	<p>公司控股股东张轩松、张轩宁承诺：在公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接和间接持有的公司首次公开发行股票前已发行股份，也不由公司回购该部分股份。在上述锁定期满后，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份的 25%；在离职后 6 个月内，不转让其所持有的公司股份。</p> <p>公司股东汇银投资、民生超市、郑文宝、叶兴针、谢香镇、黄纪雨、郑景旺、林登秀、张天云、张枝龙承诺：在公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接和间接持有的公司首次公开发行前已发行股份，也不由公司回购其持有的股份。</p> <p>作为公司董事、监事或高级管理人员，郑文宝、叶兴针、郑景旺、林登秀、谢香镇承诺如下：除前述锁定期外，其在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的 25%；离职后 6 个月内，不转让其所持有的公司股份。</p>		
保荐人（主承销商）	中信证券股份有限公司		
招股意向书签署日期	2010 年 月 日		

声 明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股意向书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、其他政府机关对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股意向书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股意向书的“风险因素”部分，并特别注意下列事项：

一、根据本公司 2010 年 3 月 10 日股东大会决议，本公司本次公开发行股票前的滚存利润由股票发行后的新老股东按持股比例共同享有。

二、零售行业的市场竞争风险

近年来，国内零售行业进入了规模快速扩张阶段。2004 年 12 月 11 日后，我国全面取消了对外资投资国内零售企业在地域及持股比例等方面的限制，外资零售企业凭借其雄厚的资本实力、较高的品牌知名度、先进的管理方式和营运模式，开始加速进入我国零售市场。与此同时，国内的零售企业凭借自身对国内消费者的价值观念和购买行为等更为熟悉的优势，以及有利的政策支持，也加速了地区性或全国性的规模扩张步伐。上述原因使得国内零售企业的竞争日趋激烈。虽然本公司在福建和重庆市场取得了一定的优势，拥有了较高的品牌知名度和美誉度，并已战略性地进入北京和安徽市场，但随着国内外超市企业的网点扩张，公司所在区域将面临更激烈的市场竞争。

三、部分经营场所租赁房屋产权手续不完善的风险

截至 2010 年 6 月底，本公司及全资子公司已开业的门店中共有 132 家门店属于租赁取得，租赁面积总共约为 839,649 平方米，尚有部分经营场所租赁房屋存在由于出租人无合法权利出租该等房产的情况、或由于该等房产存在被设置抵押及其他权利限制的情况、或由于该等房产租赁未办理租赁备案登记的情况、或由于该等房产存在法律、法规以及规范性文件规定之不可用于出租的其他情形，从而导致股份公司不能按照相应租赁合同之约定继续租赁该等房产或可能导致股份公司遭受处罚、承担赔偿责任。截至 2010 年 6 月 30 日，公司未提供房产证且未办理租赁备案登记的租赁房产的面积合计约 103,163 平方米，占门店经营总面积的比例约 11.92%。该部分租赁合同相关门店 2010 年 1-6 月的营业收入占同期公司营业收入的比例约 5.72%，净利润占比约 9.07%。其中，91,745 平方米的租赁房产，出租人已在租赁合同中约定产权瑕疵或出租人权利瑕疵的赔偿责任，承租

人有权根据租赁合同要求出租人赔偿损失；同时公司实际控制人已承诺就上述瑕疵物业导致公司不能按照相应租赁合同之约定继续租赁该等房产或导致公司遭受任何处罚、承担任何赔偿，则实际控制人应共同向公司补偿公司所实际遭受的相应经济损失。

四、部分经营场所租赁期满不能续租的风险

截至 2010 年 6 月底，公司共有 135 家门店和 1 个配送中心，其中 3 家门店涉及自有房产，其余均为租赁取得，自有门店面积占门店经营面积的比重仅为 3.01%。由于经营场所的选取对销售业务有重要的影响，各个门店和物流中心尤其是地段较好的门店租赁期满后能够续租，对公司的持续经营非常重要。如不能续租，公司将不得不寻找相近的位置，从而承受由于迁移、装修、暂时停业、新物业租金较高等带来的额外成本。如不能续租又不能选取相近位置，则可能面临关闭门店的风险。

五、部分新开门店不能在短期内实现盈利的风险

通常而言，新开门店一般均需经历一段市场培育期，才能实现盈利。而新开门店自营业起，公司每年须对新开门店新增的固定资产计提折旧、对新开门店的开发费用（装修材料费和装修人工费）以及经营用具购置费等长期待摊费用进行摊销。按照公司现行的固定资产折旧摊销政策，73 家新开门店将在未来每年平均为公司新增固定资产折旧和摊销约 9,800 万元，而 73 家门店全部投入运营后平均每年新增收入 89.3 亿元，新增固定资产折旧和摊销占营业收入比重约 1.10%。2010 年 1-6 月公司的固定资产折旧和摊销金额约 10,014 万元，占同期营业收入的比重为 1.78%。若因本次发行募集资金中 73 家连锁超市发展项目的部分新开门店不能在短期内实现盈利，则将会对公司未来效益带来一定压力。

六、控股股东和实际控制人控制风险

公司实际控制人为张轩松和张轩宁，两人为兄弟关系，并签署了一致行动协议。本次发行前，张轩松和张轩宁合计持有本公司 41.62% 的股份，为本公司的相对控股股东，公司本次不超过 1.1 亿股 A 股股票发行成功后，张轩松和张轩宁合计持有本公司的股份将下降为 35.66%，但合计仍为本公司第一大股东，可以

通过行使在股东大会的表决权，对公司发展战略、经营决策、人事安排、利润分配、关联交易和对外投资等重大事项施加控制或重大影响。

目 录

第一节 释 义.....	11
第二节 概 览.....	19
一、发行人简介.....	19
二、发行人控股股东、实际控制人简介.....	24
三、发行人主要财务数据及主要财务指标.....	25
四、本次发行情况.....	27
五、募集资金用途.....	27
第三节 本次发行概况.....	29
一、本次发行的基本情况.....	29
二、本次发行股票的有关机构.....	30
三、本次发行有关重要日期.....	32
第四节 风险因素.....	33
一、市场风险.....	33
二、经营风险.....	35
三、管理风险.....	38
四、财务风险.....	39
五、募集资金投资项目风险.....	40
六、政策风险.....	41
七、其他风险.....	43
第五节 发行人基本情况.....	44
一、发行人基本资料.....	44
二、发行人改制重组情况.....	44
三、发行人股本结构的形成、变化及重大资产重组行为.....	48
四、发行人历次验资情况及投入资产的计量属性.....	54
五、组织结构.....	58
六、发行人控股子公司、参股公司的简要情况.....	63

七、发行人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	69
八、发行人股本的有关情况	80
九、发行人员工及其社会保障情况	82
十、持有公司 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺	86
第六节 业务和技术	89
一、发行人的主营业务及变化情况	89
二、发行人所处行业的基本情况	90
三、发行人面临的主要竞争状况	117
四、公司主营业务概况	147
五、固定资产及无形资产	217
六、特许经营权	251
七、主要技术	251
八、境外经营活动情况	253
九、商品及质量控制情况	253
第七节 同业竞争及关联交易	259
一、同业竞争	259
二、关联交易	261
第八节 董事、监事及高级管理人员	282
一、董事、监事及高级管理人员简介	282
二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份的情况	288
三、董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况	290
四、董事、监事、高级管理人员的薪酬情况	291
五、本公司董事、监事、高级管理人员兼职情况	292
六、本公司董事、监事、高级管理人员之间存在的关系情况	294
七、董事、监事、高级管理人员与公司签署的协议	294
八、本公司董事、监事、高级管理人员的任职资格	294
九、本公司董事、监事、高级管理人员的股份锁定安排	294
十、本公司董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况	295
第九节 公司治理	297

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	297
二、发行人报告期内违法违规情况.....	312
三、发行人报告期内资金占用及对外担保情况.....	312
四、内部控制制度有效性的自我评估和鉴证意见.....	312
第十节 财务会计信息.....	314
一、会计报表.....	314
二、审计意见.....	323
三、财务报表的编制基础与合并报表范围及变化情况.....	324
四、主要会计政策和会计估计.....	327
五、分部信息.....	338
六、最近一年收购兼并情况.....	339
七、经会计师核验的非经常性损益明细报表.....	339
八、主要资产情况.....	340
九、最近一期末主要债项.....	342
十、所有者权益变动情况.....	344
十一、报告期内现金流情况.....	347
十二、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项、承诺事项和其他重要事项.....	347
十三、发行人主要财务指标.....	349
十四、备考利润表.....	350
十五、资产评估情况.....	350
十六、验资报告.....	353
第十一节 管理层讨论与分析.....	354
一、财务状况分析.....	354
二、盈利能力分析.....	389
三、资本性支出分析.....	419
四、重大会计政策、会计估计的变化情况.....	420
五、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项.....	420
六、财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....	420
第十二节 业务发展目标.....	424

一、发行当年及未来两年的发展计划	424
二、主要业务计划	426
三、拟订并实施计划的假设条件及主要困难	428
四、业务计划与现有业务的关系	430
第十三节 募集资金运用	431
一、本次募集资金规模及拟投资项目概览	431
二、募集资金不足或过剩的安排	431
三、募集资金投资项目简介	431
四、募集资金运用对公司业务发展、财务状况和经营成果的影响	479
第十四节 股利分配政策	481
一、报告期股利分配政策及实际股利分配情况	481
二、本次发行后的股利分配政策	482
三、本次发行完成前滚存利润分配政策	482
第十五节 其他重要事项	483
一、信息披露和投资者关系相关情况	483
二、重要合同	483
三、对外担保情况	489
四、诉讼、仲裁和处罚情况	490
五、关联方筹资及后续清理情况	495
六、关联方的重大诉讼或仲裁事项	498
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员涉及刑事诉讼的情况	498
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	499
第十七节 备查文件	509
一、备查文件	509
二、备查文件查阅网址、地点、时间	509

第一节 释 义

除非本招股意向书另有所指，下列词语具有如下含义：

本公司、公司、发行人、永辉、永辉超市、股份公司	指	永辉超市股份有限公司
永辉集团	指	发行人前身福建永辉集团有限公司，原名为福州永辉超市有限公司
民生超市	指	民生超市有限公司 (Fresh Retail Holdings Company Limited)
汇银投资	指	福建汇银投资股份有限公司
商业股份、商业有限	指	福建省永辉商业股份有限公司、福建省永辉商业有限公司，2010年5月14日，福建省永辉商业股份有限公司变更为有限责任公司，更名为“福建省永辉商业有限公司”。
轩辉房地产	指	福建轩辉房地产开发有限公司
闽侯永辉	指	福州闽侯永辉超市有限公司
厦门永辉民生	指	厦门永辉民生超市有限公司
漳州永辉	指	漳州永辉超市有限公司
永安永辉	指	永安永辉超市有限公司
南平永辉	指	南平永辉超市有限公司
莆田永辉	指	莆田永辉超市有限公司
泉州永辉	指	泉州永辉超市有限公司
厦门永辉商业	指	厦门永辉商业有限公司
北京永辉	指	北京永辉超市有限公司
海峡食品	指	福建海峡食品发展有限公司
文化传媒	指	福建永辉文化传媒有限公司，原名为“福州第五传媒文化传播有限公司”
闽侯永辉商业	指	福建闽侯永辉商业有限公司
永辉工业	指	福建永辉工业发展有限公司

永辉现代农业	指	福建永辉现代农业发展有限公司
重庆永辉	指	重庆永辉超市有限公司，原名为“重庆永辉实业有限公司”
重庆永辉物流	指	重庆永辉物流有限公司
轩辉置业	指	重庆轩辉置业发展有限公司
成都永辉	指	成都永辉商业有限公司
宁德永辉	指	宁德永辉百货有限公司
超大永辉	指	福州超大永辉商业发展有限公司
宁化永辉	指	宁化永辉超市有限公司
滨江丽景	指	福州永辉滨江丽景超市有限公司
安徽永辉	指	安徽永辉超市有限公司
贵州永辉	指	贵州永辉超市有限公司
永辉物流	指	福州永辉物流配送有限公司
永辉贸易	指	福州永辉贸易有限公司
零售业态/业态	指	商业模式，是零售店向确定的顾客群提供确定的商品和服务的具体形态，是零售活动的具体形式。通俗理解，业态就是指零售店卖给谁、卖什么和如何卖的具体经营形式。目前零售业的业态主要有以下几种：百货店、超级市场、大型综合超市、便利店、仓储式商场、专业市场、专卖店、购物中心等。零售业态的分类依据主要是零售业的选址、规模、目标顾客、商品结构、店堂设施、经营方式、服务功能等
大卖场	指	经营面积10,000平方米以上，辐射半径5-20公里，3万种以上商品，主要经营生鲜、日常用品、加工食品、服装、家居、家用电器、电子产品、进口商品
卖场	指	经营面积5,000-10,000平方米，辐射半径3-5公

		里，1.5-3万种商品，生鲜、日常用品和服装
社区超市	指	经营面积5,000平方米以下，辐射半径1-3公里，0.8-1万种商品，生鲜、食品和日常必需品
购物中心（Shopping Mall）	指	指大型室内综合购物中心，以大型零售业为主体，众多专业店为辅助业态和多功能商业服务设施形成的聚合体，具有购物、餐饮、休闲、娱乐、旅游等综合性经营模式与完美的配套设施
沃尔玛	指	Wal-Mart Stores, Inc，上市公司（NYSE: WMT），包括沃尔玛（中国）投资有限公司等在中国经营业务的子公司，全球最大的零售集团
家乐福	指	the Carrefour group，法国最大的零售企业，全球第二大零售集团，包括其在中国经营所有业务，如家乐福（中国）管理咨询服务有限公司
Tesco	指	英国领先的零售企业，是全球第三大零售集团，包括其在中国经营的所有业务，如上海康诚仓储有限公司（TESCO 乐购）
大润发	指	台湾润泰集团旗下的零售企业，包括康成投资（中国）有限公司（大润发）等在中国大陆的所有业务
好又多	指	合资诚达集团于1997年8月创办成立，2007年初，沃尔玛收购好又多35%的股权，并拥有了65%投票权，包括好又多管理咨询服务（上海）有限公司等在中国大陆的所有业务
麦德龙	指	德国最大、欧洲第三、全球第四的零售批发超市集团，包括锦江麦德龙现购自运有限公司等在中国的所有业务
欧尚	指	法国领先的零售企业，包括欧尚（中国）投资

		有限公司等在中国的所有业务
卜蜂莲花	指	正大集团旗下的零售业务，2007年由“易初莲花”正式更名为“卜蜂莲花”
家家悦	指	家家悦超市有限公司
华联综超	指	上海证券交易所上市公司，北京华联综合超市股份有限公司，证券代码 600361
武汉中百	指	深圳证券交易所上市公司，武汉中百集团股份有限公司，证券代码 000759
步步高	指	深圳证券交易所上市公司，步步高商业连锁股份有限公司，证券代码 002251
新华都	指	深圳证券交易所上市公司，福建新华都购物广场股份有限公司，证券代码 002264
人人乐	指	深圳证券交易所上市公司，人人乐连锁商业集团股份有限公司，证券代码 002336
物美商业	指	香港上市公司，北京物美商业集团股份有限公司，证券代码 8277
联华超市	指	香港上市公司，联华超市股份有限公司，证券代码 0980
北京京客隆	指	香港上市公司，北京京客隆商业集团股份有限公司，证券代码 0814
时代零售	指	香港上市公司，时代零售集团有限公司，证券代码 1832
华润万家	指	华润万家有限公司
江苏苏果	指	苏果超市有限公司
合家福	指	安徽百大合家福连锁超市股份有限公司
农工商集团	指	农工商超市（集团）有限公司
新一佳	指	新一佳超市有限公司
重庆百货	指	上海交易所上市公司，重庆百货大楼股份有限公司，证券代码 600729

新世纪百货	指	重庆商社新世纪百货有限公司，现已成为重庆百货的全资子公司
国美电器	指	香港上市公司，国美电器控股有限公司，证券代码 0493
苏宁电器	指	深圳证券交易所上市公司，苏宁电器股份有限公司，证券代码 002024
家世界	指	天津家世界连锁超市有限公司
韩国乐天	指	韩国乐天集团，产业涉及食品、零售、金融、机械、化工等多个领域
北京美廉美	指	北京美廉美连锁商业有限公司
1 号店	指	1 号店网上超市，是新一代专业电子商务消费服务网站
POS	指	英文 Point of Sales 的缩写，意为销售点终端。把它安装在银行卡的特约商户和受理网点中与计算机联成网络，就能实现电子资金自动转账，它具有支持消费、预授权、余额查询和转账等功能
农贸市场	指	以产地直销为范围以生产者消费者互通有无为目的、以零售为主要形式的鲜活农副产品的交易场所
农改超	指	通过政府政策的鼓励支持，引导大型流通企业或农业产业化龙头企业，对不适应经济发展、城市建设和居民消费要求的原城市农贸市场，按照超市的经营业态、经营理念对城市农贸市场进行生鲜超市化改造，使其成为经营主体组织化、经营产品标准化、经营方式超市化及服务规范化，以经营生鲜农副产品为主的超市
农超对接	指	农户和商家签订意向性协议书，由农户向超市、菜市场 and 便民店直供农产品的新型流通方

		式，是将现代流通方式引向广阔农村，将千家万户的小生产与千变万化的大市场对接起来，构建市场经济条件下的产销一体化链条，实现商家、农民、消费者共赢
订单农业	指	农户在农业生产过程中，按照与客户（农产品购买者）签定的合同组织安排生产，实行以销定产的一种农业产销模式
统采	指	统一采购，由零售商统一向供应商采购货物
直采或直接采购	指	直接向制造商或基地采购，没有中间环节
自营或买断经营	指	经营模式的一种，由零售商向供应商采购商品后自行销售，以获取购销差价
联营	指	经营模式的一种，零售商与供应商共同经营管理，零售商通过提取销售扣点来获取收入
全国性统采	指	零售商将整个公司的需求汇总后统一向全国供应商采购
区域直采	指	零售商按照区域市场的需求统一向供应商直接采购
基地直采	指	零售商直接向生鲜基地或生产基地采购商品
零供关系	指	零售商与供应商之间的合作关系
“买手”	指	常常关注各种信息，掌握大批量的信息和定单，不停的和各种供应商联系，并且组织一些货源，满足各种消费者不同的需求的采购人员
限额以上批发和零售业	指	批发业，年末从业人员 20 人及以上，年销售额 2000 万元及以上；零售业，年末从业人员 60 人及以上，年销售额 500 万元及以上
社会消费品零售总额	指	各种经济类型的批发零售贸易业、餐饮业、制造业和其他行业对城乡居民和社会集团的消费品零售额和农民对非农业居民零售额的总和

国内生产总值或 GDP	指	一定时期内（一个季度或一年），一个国家或地区的经济中所生产出的全部最终产品和提供劳务的市场价值的总值
人口红利	指	一个国家的劳动年龄人口占总人口比重较大，抚养率比较低，为经济发展创造了有利的人口条件，整个国家的经济成高储蓄、高投资和高增长的局面
国务院	指	中华人民共和国国务院
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
财政部	指	中华人民共和国财政部
商务部	指	中华人民共和国商务部
建设部	指	中华人民共和国住房和城乡建设部
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
公安部	指	中华人民共和国公安部
税务总局	指	中华人民共和国国家税务总局
工商总局	指	中华人民共和国国家工商行政管理总局
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
汇丰直投	指	HSBC Private Equity (Asia) Limited 或 汇丰直接投资(亚洲)有限公司
本次发行	指	永辉超市股份有限公司首次公开发行不低于 11,000 万股人民币普通股（A 股）的行为
A 股	指	每股面值 1.00 元人民币之普通股
报告期、最近三年及一期	指	2010 年 1-6 月、2009 年度、2008 年度、2007 年度
最近三年、报告期前三年	指	2009 年度、2008 年度、2007 年度
保荐人、保荐机构、主承销商	指	中信证券股份有限公司
天健正信、会计师	指	天健正信会计师事务所有限公司，中和正信会

		计师事务所的存续主体。根据 2009 年 9 月 28 日的公告，原中和正信会计师事务所有限公司（除分立加入信永中和的北京业务一部、云南分所、山东分所及青岛分所外）与天健光华（北京）会计师事务所有限公司合并。公司名称变更为天健正信会计师事务所有限公司
天健光华	指	天健光华（北京）会计师事务所有限公司，2009 年被中和正信会计师事务所合并
发行人律师、律师	指	通力律师事务所
承销团	指	由中信证券股份有限公司担任主承销商组成的承销团
董事会	指	永辉超市股份有限公司董事会
股东大会	指	永辉超市股份有限公司股东大会
公司章程	指	永辉超市股份有限公司章程
公司法	指	《中华人民共和国公司法》（2005 年修订）
证券法	指	《中华人民共和国证券法》（2005 年修订）
企业所得税法	指	《中华人民共和国企业所得税法》
元	指	人民币元

本招股意向书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

第二节 概 览

本概览仅对招股意向书全文做扼要提示。投资者在作出投资决策前，应认真阅读招股意向书全文。

一、发行人简介

公司名称：永辉超市股份有限公司

英文名称：YONGHUI SUPERSTORES Co., Ltd.

法定代表人：张轩松

注册资本：657,900,000 元

注册地址：福建省福州市西二环中路 436 号

营业范围：农副产品、粮油及制品、食品饮料、酒及其他副食品、日用百货、家用电器及电子产品、通讯器材、针纺织品、服装、文化体育用品及器材、音像制品、出版物及电子出版物、珠宝、金银饰品、汽车摩托车零配件、五金交电、仪器仪表、五金家具及室内装修材料、花卉、玩具等的零售和批发，以及提供相关的配套服务；零售香烟（限分支机构在行业许可的期限和范围内开展经营活动）；组织部分自营商品的加工及农副产品收购；出租部分商场设施或分租部分商场的场地予分租户从事合法经营（以上全部项目另设分支机构经营，涉及许可经营项目的，应在取得相关部门的许可后方可经营）；信息咨询（证券、期货、金融等行业咨询除外）；以特许经营方式从事商业活动；自营商品的进口，采购国内产品的出口（以上商品进出口不涉及国营贸易、进出口配额许可证、出口配额招标、出口许可证等专项管理的商品）。

公司创办于 2001 年，是一家以经营生鲜农产品为主，日用百货、服装鞋帽为辅的商业零售企业。公司的经营模式被国务院七部委誉为中国“农改超”推广的典范，亦是国内首批将生鲜农产品引进现代超市的流通和农业产业化企业之一。公司以生鲜农产品作为自身的特色，凭借强大的生鲜产品经营管理能力，在生鲜产品获得快速周转、较高盈利的同时吸引大量客流量，从而带动服装、日用

品等其他产品的销售。公司结合了传统农贸市场与现代超市的特点，既有农贸市场的价格优势以及新鲜、品类齐全的生鲜产品，又带来了现代超市舒适的购物环境和一站式购物体验。

发达国家的生鲜农产品主要通过连锁超市和食品商店，其中美国和德国的农产品的 90%是通过这类终端销售，日本通过该类渠道销售的农产品也达到 70%。目前我国农产品通过超市渠道销售的比重约 30%，约 70%的农产品通过传统农贸市场销售给消费者。本公司经过约十年的长期摸索和总结，形成了具备价格优势、购物环境优势、服务质量优势、食品安全优势等特点的商业模式，该模式结合了传统农贸市场和现代超市的优点，并且已经在跨区域发展过程中经受住了不同市场的考验，这将使得本公司在我国超市逐渐取代农贸市场的过程中获得广阔的市场发展空间。

本公司作为流通和农业产业化双龙头企业，通过建立完善的全国性生鲜统采和区域直采体系，率先提出“心系民生、情系百姓”的“农改超”模式，在改变老百姓消费习惯的同时，积极响应党中央和国务院的“三农”政策，推动我国农业产业化进程，逐步实现对上游农产品的集约化经营管理。本公司凭借独特的差异化战略在向消费者提供安全、新鲜、价优和丰富的生鲜商品的同时，逐步影响甚至参与上游供应商的生产方式，解决老百姓“菜篮子”问题的同时也在一定程度上起到保供稳价、社会安定的作用。

自成立以来，公司营业规模迅速增长、盈利能力大幅提升，2008 年实现营业收入 567,816.22 万元，同比增长 54.58%；净利润 21,662.93 万元，同比增长 64.82%；归属于母公司股东的净利润为 21,370.78 万元，同比增长 64.62%。2009 年公司实现营业收入 847,481.58 万元，同比增长 49.25%；净利润 25,686.95 万元，同比增长 18.58%；归属于母公司股东的净利润为 25,429.29 万元，同比增长 18.99%。2010 年 1-6 月公司实现营业收入 561,113.61 万元，归属于母公司股东的净利润为 13,829.70 万元。

截至 2010 年 6 月底，本公司及其控股的子公司拥有 135 家连锁门店，总经营面积约 865,720 平方米，其中大卖场 20 家（占比 15%）、卖场 64 家（占比 47%）和社区超市 51 家（占比 38%）；福建省已开业门店数量达到 81 家，重庆市已开

业的门店数量达到 47 家，北京市属于 2009 年新进的市场，已开业的门店数量达到 5 家，安徽省属于 2010 年战略性新进的市场，已开业的门店数量达到 2 家。未来，公司将分别以福建省、重庆市、北京市、安徽省作为海峡西岸经济区、成渝经济区、京津冀都市经济圈和泛长三角经济区的核心市场，在加强和巩固核心市场的前提下对四大区域的周边市场进行核心扩张，从而发展成为全国性的超市企业。

创立以来，本公司始终坚持“区域领先、稳健扩张”的发展战略。每年新开门店的数量也随着公司经营规模的扩大、经营模式的成熟而逐渐加快。2002—2004 年平均每年新开门店 6 家，2005—2007 年平均每年新开门店约 12 家。2007 年以后，随着汇丰直投的成功加入、经营模式的成熟以及在福建和重庆地区领先优势的确立，公司开始加快其扩张步伐。2008 年新开门店 19 家，2009 年新开门店 45 家。此次募投项目中的 73 家门店，建设期为 24 个月，其中 2010 年新开 38 家，2011 新开 24 家，2012 年新开 11 家，这样的开店速度和步伐处于公司的运营能力范围之内。从地域分布来看，73 家连锁门店发展项目中重庆 30 家、福建 24 家、北京 9 家、安徽 9 家、贵州 1 家，体现了公司“区域领先、稳健扩张”的发展战略。

公司快速的业务发展计划是在充分考虑公司现有人员储备、经营能力、物流体系、信息化系统等基础上提出的，是切实可行的：

1、重庆和福建两大地区的发展属于领先市场的核心扩张，是公司对成渝经济区和海西经济区的进一步渗透，福建和重庆已有的采购队伍和管理人员可以支撑新开门店的发展。与本公司初入重庆市场类似，北京地区和安徽地区的现有管理人员基本由福建地区输出。截至 2010 年 6 月底，本公司已经在北京和安徽分别开设 5 家和 2 家门店，其管理团队是公司于 2008 年开始在福建地区的管理人员中进行挑选和储备，由于北京和安徽地区的门店数量相对较少，现有员工队伍可以支撑新开门店的发展。在业务规模逐渐提高的同时，公司将逐步实现区域管理团队的本地化，吸引当地优秀人才的加入，满足不断扩张的业务发展需要。贵州市场属于公司成渝经济区的辐射范围，是重庆市场的延伸和补充，无论从空间距离还是消费者习惯来看，可以通过重庆的管理人员和采购人员来覆盖。

2、在人才培养方面，本公司通过制定运营手册、采购人员手册等完善新员工的培训体系，再加上“传、帮、带”的新员工培训文化，使得公司新员工能够较快地融入企业文化，迅速熟悉业务。公司还通过“教、叫、交”的方式积极培养管理人员，现有 135 家门店的店长就是公司最好的培训师，每年为公司输送大量的门店运营管理人员。本次募投项目之一的企业培训中心正是公司为未来的业务扩张储备更多优秀人才的重要措施，通过模拟收银实验课程、生鲜分割技术操作实验课程等完善新员工岗前培训工作，补充老员工的再教育，为公司储备更多的中高层管理人员，从而增强公司员工的整体业务水平。与此同时，2009 年公司聘请全球最大的人力资源管理咨询机构——韬睿惠悦（Towers Watson）作为战略合作伙伴，提升管理的精细化、科学化、制度化水平，进行全方位的人力资源管理体系建设与优化。

3、公司目前在全国拥有超过 1,300 人的采购队伍，其中生鲜采购团队超过 700 人。公司的采购体系分为全国统一采购和区域统一采购，在管理方面按事业部进行管理，分为生鲜事业部、食品用品事业部和服装事业部。每个地区的采购人员主要负责区域统一采购，全国统一采购的商品更多地由各事业部总部来负责。随着公司全国统一采购的比例的提高，各地区所需要的采购人员将不会因业务扩张而同步增加。

4、物流是超市企业供应链管理的重要组成部分，但物流系统的建设和完善应符合公司的经营规模和发展战略。一般而言，超市企业在当地发展到一定规模时物流系统的协同效益才会明显体现。截至 2009 年底，发行人已在福州市闽侯县投入运营一个配送中心，占地约 110 亩，品种达 15,000 多种，辐射范围逾 300 公里，负责向福建各地区进行仓储配送。此外公司分别在福州鳌峰、重庆北碚和江北区金源时代购物广场拥有配送中转站，面积分别为 5,000 平方米、8,000 平方米和 20,000 平方米。现有物流体系能够满足公司目前的门店运营，但考虑到公司门店数量的逐渐增加及跨区域发展的加快，为了公司长期健康发展，公司也已经开始着手物流体系的建设和完善工作。目前，公司已计划分别在福建福州和四川彭州建设物流配送中心，其中福建福州南屿工业区将建设覆盖福建全省的物流配送中心，包括食品用品物流配送中心；四川彭州将建设农产品加工配送中心，支撑起公司在成渝经济区的部分仓储配送和全国分拣配送任务，这也是本次募集

资金投资项目之一。未来，公司还将计划在重庆、安徽、北京等地区建立与公司发展战略相配套的物流配送中心，以支撑公司经营网点的稳健、快速增长。

5、核心业务系统采用三层业务组织架构，其信息系统包括总部、地区（区域）公司、门店系统三部分。通过核心系统应用成功实现公司采购、物流配送、门店、供应商、财务、信息在统一的系统平台上协同工作，从而能够实时掌握商品从采购到销售的各环节信息。未来，公司将做进一步的信息化系统战略规划，通过对现有信息化资源的集成和优化升级，实现公司上下游业务的协同、不断优化公司管理流程，实现公司商品流、信息流、资金流的一体化管理，保障各门店及分支机构有序经营，提升管理绩效和节约管理成本。

6、公司已建立了较为健全的门店选址决策流程：在开设新门店前，公司依据一套完整的新店筛选程序，实施立地调查、商圈调查和对手调查，然后确定公司拟开设门店的经营定位；同时，公司在物业租赁合同中通常也包含重大风险锁定条款以防范风险。此外，随着公司经营规模的扩大、品牌影响力的提升，公司与国内外知名的房地产商建立良好的合作关系，如绿地、保利、万科、凯德、龙湖、金源等。一方面为公司的稳健、快速扩张提供了保障；另一方面许多新商圈或住宅区也将公司的入住或毗邻作为推介的标志之一，公司的经营前景和行业地位获得了房地产商较高的认可。这将节省公司寻找优秀店址的时间及精力，缩短新店培育期。

此外，公司始终把“回馈社会”作为立足市场、实现发展、体现价值的追求目标，把“引领现代农业，守护百姓健康”作为企业使命。在“农改超”模式取得初步成功后，公司即开设慈善超市，配合民政部门为低保人员和家庭送去关怀并设立慈善基金，积极捐赠社会公益事业。帮助困难员工，参与抗灾救灾。公司实现跨区域经营的同时，也十分注重承担其相应的社会责任：一是带来了广泛的就业机会，缓解了农村富余劳动力进入城市的就业压力；二是给劳动者提供了免费的培训机会；三是“农改超”新商业模式改变了区域消费者对生鲜商品的购买习惯，提升了城市生活质量；四是改变了政府相关部门原来对农贸市场的管理由一对多（小商贩）为一对一（公司）的管理；五是公司已经成为当地政府保供稳价的排头兵。如在福州是“流通”及“农业产业化”双龙头企业；在重庆是“农

业产业化”龙头企业和“重要商品应急保供重点企业”；在北京也获得了媒体和政府的广泛关注。2007年全国性冰灾后，公司根据福建省政府的要求，及时调拨26万支蜡烛提供给灾区百姓，帮助灾区人民度过一个祥和的春节，并免费为滞留在福州火车站的旅客提供食品；2008年汶川大地震发生后，公司即为当地救灾民警和灾民提供部分食品保障；2009年福建发生食盐抢购时，公司按照政府要求，多方调集食盐平抑市场物价，保证食盐供应，得到了福建省政府的高度赞扬。成为中国农业产业、流通一体化的龙头企业，成为中国零售行业中最受尊敬企业及最佳雇主是公司一直追求的企业愿景。

二、发行人控股股东、实际控制人简介

本公司报告期内持股10%以上的自然人股东为张轩松先生和张轩宁，两者为兄弟关系，合计持有本公司41.62%的股份。2010年3月10日，上述两人签署了《股东一致行动协议书》，约定：任一方按照公司章程的规定向股东大会提出提案或临时提案，均应事先与另一方协商一致；双方应在公司股东大会召开日十日前，就提交股东大会审议的事项及提案的表决协调一致，并按协调一致的立场行使其股份表决权；双方自该协议生效之日起至股份公司上市之日起满三年的期间内不得向任何人转让、质押、赠与或以其他方式处置其所持有的股份公司的股份，因司法强制执行或法定继承之原因变更股份持有人除外。此外，张轩松担任公司董事长兼法定代表人，张轩宁担任公司董事兼总经理。

基于上文所述，张轩松和张轩宁兄弟二人共同拥有股份公司控股权，为股份公司的实际控制人。

张轩松先生，中国国籍，身份证号35012119XX100910XX；2009年8月至今担任永辉超市股份有限公司董事长兼法定代表人。历任福州市鼓楼区古乐便利超市经理，福州鼓楼区榕达自选超市经理，福州市火车站地区永辉超市经理，福州永辉超市有限公司执行董事、总经理兼法人代表，福建永辉集团有限公司执行董事、总经理兼法人代表、董事长兼法人代表。现任福建省人大代表、中国经营连锁协会理事、福建省企业与企业家联合会副会长、福建省青年联合会副会长、福州市慈善总会副会长。

张轩宁先生，中国国籍，身份证号 35012119XX061912XX；2009 年 8 月至今担任永辉超市股份有限公司董事兼总经理。历任福州第一啤酒厂特约经销商、福州榕泉啤酒有限公司副总经理，福州永辉啤酒城副总经理，福州市鼓楼区古乐便利超市副经理，福州鼓楼区榕达自选超市副经理，福州市永辉屏西超市副经理，福州永辉超市有限公司监事，福建永辉集团有限公司副总经理、董事、总经理。

三、发行人主要财务数据及主要财务指标

根据天健正信会计师事务所有限公司出具的天健正信审（2010）GF 字第 020135 号审计报告，公司报告期内主要财务数据及主要指标如下：

（一）合并资产负债表的主要数据

单位：元

项 目	2010.6.30	2009.12.31	2008.12.31	2007.12.31
资产总计	3,424,143,987.12	3,168,278,470.91	1,824,693,679.18	939,851,700.31
负债合计	2,295,601,030.60	2,097,955,182.65	1,002,839,869.97	502,827,545.03
股东权益	1,128,542,956.52	1,070,323,288.26	821,853,809.21	437,024,155.28
归属于母公司 股东权益	1,124,633,623.68	1,055,041,107.24	808,748,210.31	426,840,133.43

（二）合并利润表的主要数据

单位：元

项 目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业收入	5,611,136,081.94	8,474,815,787.28	5,678,162,169.46	3,673,170,460.00
营业利润	178,155,498.68	328,156,745.50	284,296,506.94	193,118,641.84
利润总额	179,850,054.30	331,585,430.29	283,060,232.43	192,898,497.33
净利润	138,009,668.26	256,869,479.05	216,629,337.61	131,434,146.64
归属于母公司所有 者的净利润	138,297,033.10	254,292,896.93	213,707,760.56	129,816,084.74

（三）合并现金流量表的主要数据

单位：元

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
经营活动产生的现金流量净额	332,721,027.80	205,414,977.16	180,638,817.07	54,035,107.61
投资活动产生的现金流量净额	-467,314,387.69	-692,000,890.53	-377,884,028.93	-182,301,558.85
筹资活动产生的现金流量净额	276,984,406.86	562,182,443.86	284,388,485.79	220,578,711.05
现金及现金等价物净增加额	142,544,946.92	76,453,164.21	87,501,947.76	90,581,596.33

(四) 主要财务指标

财务指标	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
资产负债率	67.04%	66.22%	54.96%	53.50%
资产负债率(母公司)	58.75%	59.23%	53.97%	56.09%
流动比率	0.83	1.02	1.30	1.24
速动比率	0.50	0.63	0.92	0.79
息税折旧摊销前利润 (合并报表, 万元)	30,402.20	47,889.68	36,612.37	25,029.99
应收账款周转率	113.30	191.93	225.11	162.47
存货周转率	6.20	12.31	15.44	16.93
总资产收益率(合并报表)	4.03%	8.11%	11.87%	13.98%
净资产收益率(合并报表)	12.23%	24.00%	26.36%	30.07%
每股收益(元)	0.21	0.39	0.32	0.20

注：上述指标的计算公式如下：

资产负债率 = (负债总额 ÷ 资产总额) × 100%

流动比率 = 流动资产 ÷ 流动负债

速动比率 = (流动资产 - 存货) ÷ 流动负债

应收账款周转率 = 营业收入 ÷ 应收账款平均余额

存货周转率=营业成本÷存货平均余额

总资产收益率=净利润÷总资产

净资产收益率=净利润÷净资产

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+长期待摊费用摊销额+无形资产摊销

2007年、2008年、2009年和2010年1-6月的每股收益均以股份公司总股本657,900,000股计算

四、本次发行情况

股票类型:	人民币普通股（A股）
每股面值:	人民币1.00元
发行股数:	不超过110,000,000股，占本次发行后总股本的比例不超过14.32%
发行方式:	本次发行将采取网下向配售对象询价发行与网上资金申购定价发行相结合的方式
发行对象:	符合资格的询价对象和在上海证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式:	由中信证券组织承销团以余额包销方式承销

五、募集资金用途

本次向社会公开发行人民币普通股（A股）不超过110,000,000股，募集资金到位后拟投入以下4个项目：

单位：万元

项目名称	项目总投资	募集资金拟投入金额	募集资金投入占总投资比例
连锁超市发展项目	159,788	159,788	84.37%
农产品加工配送中心项目	12,000	12,000	6.34%
信息化系统升级改造项目	12,600	12,600	6.65%

项目名称	项目总投资	募集资金拟投入金额	募集资金投入占 总投资比例
企业培训中心项目	5,000	5,000	2.64%
合 计	189,388	189,388	100.00%

如果本次募集资金不足，不足部分将由公司自筹解决；如有剩余，超出部分用于补充公司流动资金。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

(一) 股票种类：人民币普通股（A股）；

(二) 每股面值：1.00元；

(三) 发行股数：不超过110,000,000股，占本次发行后总股本的比例不超过14.32%；

(四) 每股发行价格：通过向询价对象询价确定发行价格；

(五) 市盈率：【】倍（按询价后确定的每股发行价格除以发行后每股盈利计算）；

(六) 发行前和发行后每股净资产：发行前每股净资产为1.60元（按2009年12月31日经审计的合并报表归属于母公司股东净资产及总股本计算）；发行后每股净资产【】元（在本次发行前经审计的按照企业会计准则编制的财务数据的基础上考虑本次A股募集资金的影响，不考虑审计基准日以后产生的利润影响）；

(七) 市净率：【】倍（根据按询价后确定的每股发行价格除以发行后每股净资产确定）；

(八) 发行方式：本次发行将采取网下向配售对象询价发行与网上资金申购定价发行相结合的方式；

(九) 发行对象：符合资格的询价对象和在上海证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）；

(十) 承销方式：由中信证券组织承销团以余额包销方式承销；

(十一) 预计募集资金总额和净额：募集资金总额根据询价后确定的价格乘以发行股数确定，预计募集资金净额则由募集资金总额扣除发行费用后确定。

(十二) 发行费用概算

内容	金额
承销费用	[]万元
保荐费用	[]万元
审计费用	[]万元
律师费用	[]万元
评估费用	[]万元
发行手续费	[]万元
信息披露费用	[]万元
宣传、策划、路演推介费用	[]万元
验资费用	[]万元
登记公司登记结算费用	[]万元

二、本次发行股票的有关机构

1、发行人：永辉超市股份有限公司

法定代表人：张轩松

住所：福建省福州市鼓楼区西二环中路 436 号

电话：0591-83762200

传真：0591-83762990

联系人：张经仪

2、保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

法定代表人：王东明

住所：广东省深圳市福田区深南大道 7088 号招商银行大厦第 A 层

电话：021-68768855

传真：021-68766853

保荐代表人：陈淑绵、秦成栋

项目协办人：刘召龙

经办人：王旭州、江峰、周斌、马志平、张渝、孙洋

3、分销商：

法定代表人：

住所：

联系人：

电话：

传真：

4、律师事务所：通力律师事务所

负责人：韩炯

住所：上海市银城中路 68 号时代金融中心 19 楼

电话：021-31358660

传真：021-31358600

经办律师：陈巍、翁晓健

5、审计机构：天健正信会计师事务所有限公司

法定代表人：梁青民

住所：北京市东城区北三环东路 36 号环球贸易中心 A 座 12 层

电话：0591-87270698

传真：0591-87270678

经办注册会计师：林新田、陈裕成

6、资产评估机构：北京中证资产评估有限公司

法定代表人：冯道祥

住所：北京市西城区金融街 27 号投资广场 A12 层 1205-1208 室

电话：010-66211199

传真：010-66211196

经办注册资产评估师：李琪、徐宗杰

7、验资机构：天健正信会计师事务所有限公司

法定代表人：梁青民

住所：北京市东城区北三环东路 36 号环球贸易中心 A 座 12 层

电话：0591-87270698

传真：0591-87270678

经办注册会计师：林新田、陈裕成

8、股份登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

住所：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼

电话：021-68870587

传真：021-58754185

9、收款银行：

住所：

联系电话：

传真：

上述与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及项目经办人员与发行人不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

三、本次发行有关重要日期

- 1、询价推介时间： 2010 年 11 月 29 日至 2010 年 12 月 2 日
- 2、网下申购及缴款日期： 2010 年 12 月 6 日至 2010 年 12 月 7 日
- 3、定价公告刊登日期： 2010 年 12 月 9 日
- 4、网上申购及缴款日期： 2010 年 12 月 7 日
- 5、预期股票上市日期： 本次股票发行完成后，发行人将尽快申请在上海证券交易所挂牌上市

第四节 风险因素

投资者在评价本公司此次发行的股票时，除本招股意向书中提供的其他各项资料外，应特别认真考虑本公司经营过程中面临的各项风险因素。下列风险因素是根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小分类排序的，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、市场风险

（一）零售行业的市场竞争风险

近些年来，随着我国经济的高速发展、居民人均可支配收入的不断提高，国内零售行业进入了规模快速扩张阶段。2004年12月11日后，我国全面取消了对外资投资国内零售企业在地域及持股比例等方面的限制，外资零售企业凭借其雄厚的资本实力、较高的品牌知名度、先进的管理方式和营运模式，开始加速进入我国零售市场。与此同时，国内零售企业凭借自身对国内消费者的价值观念和购买行为等更为深入的了解以及有利的政策支持，加速了其区域性或全国性的规模扩张步伐，零售企业之间的竞争也日趋激烈。虽然本公司在福建和重庆市场取得了的领先优势，拥有了较高的品牌知名度和美誉度，但随着区域内市场竞争进一步加剧，公司在领先区域的市场占有率和盈利能力存在下降的风险。

针对当前国内市场竞争情况，公司利用“农改超”的经营模式所积累的优势，积极响应党中央和国务院的“三农”政策，借助食品加工和现代农业相结合的商贸流通优势推动我国农业产业化进程，并且采取差异化战略与国内外同行业连锁超市企业进行错位竞争，逐渐确立以生鲜为主的百货、服装“三位一体”的商品结构和直采、自营模式，在为顾客提供独特产品和服务的同时提高了消费者对永辉品牌的忠诚度。同时，公司作为学习型企业凭借“不断创新、与时俱进”的创新文化和运作机制及经验丰富且稳定的管理团队，努力创造并保持差异化竞争优势，降低了市场竞争带来的风险。

（二）购物方式变化引致的风险

随着科技的进步、电子商务和网络经济的发展，以及第三方配送的出现，使

得消费者网上购物更为便利，越来越多的消费者加入到网购行列，近些年来我国的网络消费正迎来井喷式增长。尤其是 2008 年以来受经济危机的影响，电子商务零售渠道凭借其价廉、便利、选择性强等优势，增长速度更为迅猛，如淘宝网、京东商城、1 号店等。据报道，淘宝网 2009 年的交易额约 2,000 亿元，且预计 2010 年再翻番达到 4,000 亿元。网上购物使终端消费客户通过电子商务平台从供应商获得商品的机会大大增加，这将取代部分传统零售渠道的市场份额，从而对包括本公司在内的传统零售企业带来一定的冲击，并造成市场格局和销售方式的转化。

但是，本公司管理层认为，就目前情况而言，在未来相当长的一段时间内，人们对实体零售店的体验式购物习惯不会有太大的改变；再者，公司以经营生鲜为特色，更多解决的是百姓的“菜篮子”问题，主力目标客户是年纪较大的家庭长辈，该等客户尚未形成网上消费习惯，网购不会在短期内对该等商品的销售产生较强的分流。此外，生鲜商品的特点也在很大程度上决定了网购不会对本公司产生较大影响，主要表现为：（1）生鲜商品大都不易保存，对物流设施要求较高；（2）生鲜商品周转率高，消费者对物流配送的时效要求较高。

（三）经济周期性波动带来的风险

经济周期性波动将直接影响消费者实际可支配收入水平、消费者信心指数以及消费支出结构，从而影响零售市场需求。虽然零售行业尤其是超市行业具备较强的需求刚性，但仍会受到经济周期性波动的影响。自 2008 年下半年以来，受全球经济危机的影响，全球经济尤其是美国、欧盟和日本等发达国家经济体出现了较大幅度的衰退，中国经济也未能独善其身。国内宏观经济从 2008 年下半年以来出现快速下降，企业家信心指数和消费者信心指数受到一定影响，特别是随着我国 CPI 指数的持续负值及零售企业加强促销力度，零售企业的毛利率和销售额出现不同程度的下滑，直接影响其财务表现和经营状况。虽然得益于我国政府及时地实施积极的财政政策和货币政策，我国经济出现了较快地回升，但是全球经济复苏的迹象仍然不是十分明确，未来经济发展的不确定性和波动性将直接影响我国零售行业的市场表现。

二、经营风险

（一）部分经营场所租赁房屋产权手续不完善的风险

截至 2010 年 6 月底，本公司及全资子公司已开业的门店中共有 132 家门店属于租赁取得，租赁面积总共约为 839,649 平方米，尚有部分经营场所租赁房屋存在由于出租人无合法权利出租该等房产的情况、或由于该等房产存在被设置抵押及其他权利限制的情况、或由于该等房产租赁未办理租赁备案登记的情况、或由于该等房产存在法律、法规以及规范性文件规定之不可用于出租的其他情形，从而导致股份公司不能按照相应租赁合同之约定继续租赁该等房产或可能导致股份公司遭受处罚、承担赔偿责任。目前，公司未提供房产证且未办理租赁备案登记的租赁房产的面积合计约 103,163 平方米，占门店经营总面积的比例约 11.92%。该部分租赁合同相关门店 2010 年 1-6 月的营业收入占同期公司营业收入的比例约 5.72%，净利润占比约 9.07%。其中，91,745 平方米的租赁房产，出租人已在租赁合同中约定产权瑕疵或出租人权利瑕疵的赔偿责任，承租人有权根据租赁合同要求出租人赔偿损失。

公司一方面将就上述租赁房屋的产权瑕疵问题与各出租方持续沟通，督促各出租方最大可能完善房屋产权手续。另一方面，公司将通过不断提升内部管理来扩大租赁产权明晰的门店数量，以有效降低上述有产权瑕疵门店的销售收入占公司主营业务的比重，从而有效降低因产权瑕疵门店对公司经营业绩可能带来的不利影响。此外，公司实际控制人承诺就上述瑕疵物业导致公司不能按照相应租赁合同之约定继续租赁该等房产或导致公司遭受任何处罚、承担任何赔偿，则实际控制人应共同向公司补偿公司所实际遭受的相应经济损失。

（二）绝大多数门店依赖租赁的风险

截至 2010 年 6 月底，公司共有 135 家门店和 1 个配送中心，其中 3 家门店涉及自有房产，其余均为租赁取得，自有门店面积占门店经营面积的比重仅为 3.01%，公司存在绝大多数门店依赖租赁的风险。由于经营场所的选取对公司业务有重要的影响，各个门店和物流中心尤其是地段较好的门店租赁期满后能够合法续租，对公司的持续经营非常重要。如不能续租，或因租赁门店的产权瑕疵问

题而不能合法续租，则公司将不得不寻找相近的位置，从而承受由于迁移、装修、暂时停业、新物业租金较高等带来的额外成本。如不能续租又不能选取相近位置，则会给公司的业务经营带来一定的风险。

公司在现有门店和配送中心所在地市场具有较强的品牌影响力，信誉度高，业主为了获取长期稳定的租赁收入，一般愿意与公司签订租约，同时在租赁期、租金上给予公司一定程度的优惠。公司的大部分门店和物流中心的租约属于长期租约，年限大部分在 10 年以上。截至 2010 年 6 月 30 日，公司下属门店剩余租期平均约 10 年。同时，公司在进行门店和物流中心选址时，都对当地的市场需求、商业环境及市场竞争状况进行仔细的分析和研究，从而把拟选取的经营场所限定在一个商圈以内，而不是局限于某一处经营场所，为公司确定经营场所提供较大的选择余地。而针对即将到期的租赁门店，为了降低租赁不能续租的风险，公司往往会提前着手准备续租的工作，以降低因租赁期限届满所面临的租赁风险。

（三）成本控制风险

大型连锁超市商品的采购数量巨大，但毛利率低、价格回旋余地较小。此外，作为本公司亮点之一的生鲜商品存在易损耗、不易保存等特点。因此，能否有效控制采购成本和降低商品损耗率将直接影响公司的经营成本，影响公司的价格竞争力，从而影响到公司的盈利能力。

本公司采购实行全国统一采购与区域统一采购相结合的方式，通过规模采购方式尽量降低采购成本；通过优选供应商，在保证商品质量、食品安全的前提下力促其提高供货水平从而降低进货成本；另外公司主要通过直接采购，直接向制造商或基地农户进行采购，减少中间环节，从而达到降低采购成本的目的；而随着规模的不断扩大，公司全国统一采购金额占总采购额的比例以及直接采购金额占总采购额的比例均出现逐年提高，其中全国统一采购金额的占比约 20%，直接采购金额占比约 76%。同时本公司建立了营运和管理标准，通过规范业务流程实现规范化运作和科学管理，使库存商品的损耗率处于较低水平（2007-2009 年度的损耗率分别为 0.23%、0.25%和 0.27%），从而提高公司商品的竞争能力和盈利能力。

（四）门店选址风险

门店的选址是基于对多种因素的综合考虑进行的，如当地经济发展水平及增长速度、城镇化发展规划、人口密度、人均收入水平、竞争状况、供应商的数目与分布情况、各商圈的目标消费群的消费水平及消费习惯、预计客流量、附近同业的竞争程度和配套服务业的发展情况，这些因素的动态变化，有可能引起商圈的迁移，从而影响门店的经营效益。门店选址一旦失当，将会给公司带来经营上的风险，直接影响公司战略布局的合理性和经营效益。本公司已建立了较为健全的门店选址决策流程：在开设新门店前，公司依据一套完整的新店筛选程序，实施立地调查、商圈调查和对手调查，然后确定公司拟开设门店的经营定位；同时，公司在物业租赁合同中通常也包含重大风险锁定条款以防范风险，以减少门店选址失当带来的风险。

除此之外，由于行业竞争的日趋激烈以及优质物业的稀缺性，优质物业成为行业内企业竞相争夺的资源。好的物业仍然是优良经营业绩的重要保障，尤其是对于新进入的市场，优质物业是提高经营效益、扩大品牌知名度的有力武器。在未来发展中本公司将进一步强化优质物业的管理能力，提高新开门店的盈利水平。

（五）跨区域扩张所带来的风险

公司已在海峡西岸经济区的福建省和成渝经济区的重庆市处于市场领先地位，并战略性地进入京津冀都市经济圈的北京市和泛长三角经济区的安徽省。未来，公司将在加强和巩固现有核心市场的基础上实行核心扩张战略，采取区域渗透和纵深发展相结合的方式覆盖四大经济圈，并且在遵循公司发展战略和充分市场调研的基础上适时进入新的发展区域，保证公司业务的持续增长。

在新进入的区域市场，公司短期内可能缺乏供应链优势和规模优势，并且当地消费者对公司品牌的认知以及公司对该地区市场情况的深入了解都需要一定的时间。因此，公司在新进入区域新开门店的培育期可能较成熟区域的新开门店长，即实现盈利所需时间较长。这将会给公司的经营发展带来一定的风险。

对此，本公司将在清晰、明确的发展战略引导下，在巩固和发扬现有竞争优

势的同时，强化供应链的建设、管理和完善，加大“人才工厂”建设等，努力降低跨区域扩张带来的风险。

（六）商品质量及食品安全风险

党中央、国务院历来高度重视食品安全工作，近年来采取了一系列重大措施强化食品安全监管。2008年对我国食品安全监管体制做出调整；2009年出台了《食品安全法》及其实施条例；2010年又成立了国务院食品安全委员会，这些重大举措充分体现了党中央、国务院对食品安全工作的高度重视，对人民健康权益的极大关怀。

公司的商品及生鲜采购面向众多的生产厂商、供应商和农户，如果采购的商品及生鲜食品存在质量、安全等问题，根据我国《消费者权益保护法》等有关法律法规的规定，消费者在购买、使用商品时，其合法权益受到损害的，或因商品缺陷造成人身、财产损害的，可以向零售商要求赔偿；属于生产者责任的，销售商赔偿后，可以向生产者追偿。尽管公司对采购商品和生鲜实施品质监控，某些顾客仍有可能对购自公司门店的商品或生鲜有不良反应或承受损失，在有限并可控范围内可能会向公司提出索偿。如果商品或生鲜的食品安全问题并非生产者的责任，或属于生产者的责任但向其追偿无果，则给公司带来潜在的财务损失，公司声誉也有可能因此受损。

对此，本公司将在“农改超”成功经验的基础上，完善对供应商认证管理体系和内部管理，在“购、运、储、销”各环节严格把握商品的质量检验和监督，通过不断推进向上游产业集约化经营管理的延伸来提高公司商品质量和食品安全风险的控制能力。

三、管理风险

（一）控股股东和实际控制人控制风险

公司实际控制人为张轩松和张轩宁，两人为兄弟关系，并签署了一致行动协议。本次发行前，张轩松和张轩宁合计持有本公司41.62%的股份，为本公司的相对控股股东，本次不超过1.1亿股A股股票发行成功后，张轩松和张轩宁合计持有本公司的股份将下降为35.66%，但合计仍为本公司第一大股东。

张轩松和张轩宁可以通过行使在股东大会的表决权，对公司发展战略、经营决策、人事安排、利润分配、关联交易和对外投资等重大事项施加控制或重大影响。如果张轩松和张轩宁不恰当地行使其表决权，则可能影响甚至损害公司及公众股东的利益。

（二）公司快速发展引致的管理风险

根据公司的发展规划，当前及今后一段时期内，本公司将处于稳健、快速开店、规模迅速扩张时期。随着本公司连锁门店数量和营业面积的快速增加、地区布点的不断拓展，资产规模将迅速扩张，公司经营管理的复杂程度将大大提高。这对公司的采购供应、销售服务、物流配送、人力资源、财务核算、信息技术等的管理提出了更高的要求，增加了公司管理和营运的难度。如果公司管理层的业务素质及管理不能适应公司规模迅速扩大的需要，组织模式和管理制度未能随着公司规模的扩大而做及时、相应的调整和完善，将给本公司带来较大的管理风险。

（三）人才短缺风险

本公司发展得益于拥有一批擅长经营管理的管理人才和具有丰富实践经验的专业人才。但是，随着公司连锁经营规模地不断发展，公司对营销、物流和信息等系统化的组织和管理以及基层员工的业务素质、服务水平等方面提出了更高的要求，对高层次的管理人才、专业人才的需求将不断增加。

公司历来十分注重人才的培养与引进，并通过公司内部定期举办培训班、建立和完善和谐的工作环境及有效的激励机制等措施加强人才的管理和储备。但如果公司人才储备步伐跟不上公司连锁业务快速发展的速度，甚至发生人才流失的情况，公司业绩的成长将因此遭受不利影响。公司也将通过本次发行加大对企业培训中心系统的投入，添置和升级培训软硬件设施，积极防范相关风险。

四、财务风险

（一）发行后净资产收益率下降的风险

2010年6月30日、2009年12月31日、2008年12月31日和2007年12

月 31 日归属于母公司所有者的权益(净资产)分别为 112,463.36 万元、105,504.11 万元、80,874.82 万元和 42,684.01 万元, 公司 2010 年 1-6 月、2009 年度、2008 年度和 2007 年度扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的加权平均净资产收益率分别为 12.76%、27.00%、40.32%、66.99%, 盈利能力良好。预计本次股票发行所募资金到位后, 公司净资产预计将比发行前有显著提升。

另一方面, 本次募集资金投资项目需要经历一段时间的筹建期、部分门店需经历一定时期的客户培养期, 募集资金投资项目不会立即产生预期收益。因此, 本公司全面摊薄扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净资产收益率将随着净资产的大幅增加在上市后一段时间内出现一定比率的下降。

(二) 门店租金和人力成本提高带来的风险

公司除在福建、重庆等地拥有 3 处经营性自有房产以外, 其他办公和商业用房以及下属的各地子公司的经营场所均为租赁取得。由于最近几年房地产市场异常活跃, 房地产价格涨势迅猛, 并从一线城市逐渐向二、三线城市蔓延。随着公司连锁经营规模的扩大, 公司的租赁费支出也大幅增加, 2007 年、2008 年、2009 年以及 2010 年 1-6 月公司的租赁费总额分别为 6,259.80 万元、9,669.50 万、17,055.66 万元以及 12,413.52 万元, 占同期营业收入的比例分别为 1.70%、1.70%、2.01%以及 2.21%。虽然公司现有租赁合同租赁期限通常在 10-15 年, 但本公司在未来仍将面临营业场所租金提高的风险。

此外, 随着近些年中国经济持续高速增长, 全社会消费水平大幅提高, 加之我国正在进入新增劳动力数逐年降低的阶段, 职工的工资薪酬水平不断提高, 将给公司带来人力成本提高的风险。

五、募集资金投资项目风险

(一) 新开门店项目的实施和管理风险

本次募集资金主要用于连锁超市发展项目。本公司计划在未来 2~3 年内在福建、重庆、北京和安徽开设 73 家门店, 其中 72 家以租赁方式获得门店物业使用权, 1 家自建。连锁发展项目一方面是利用募集资金在现已开店地区增加门店数量, 加强和巩固现有区域的市场竞争优势; 另一方面利用募集资金拓展新区域

市场。本次募集资金运用项目中的新进入地区受到跨地区管理复杂性、当地投资环境、当地商圈变迁、地区人员素质、当地区域管理水平以及当地居民人均可支配收入和消费偏好等诸多因素的影响，门店选址工作和开业后的运营管理难度将加大。目前公司新开租赁门店项目的 72 家租赁门店中 51 处经营门店场所签订了租赁合同，16 处签订意向书，仍有 5 处门店场地尚未签订租赁合同或达成合作意向。因此，如果存在因门店租赁物业尚未全部落实，将可能导致公司无法全面落实发展规划。

（二）部分新开门店不能在短期内实现盈利的风险

通常而言，新开门店一般均需经历一段市场培育期，才能实现盈利。而新开门店自营业起，公司每年须对新开门店新增的固定资产计提折旧、对新开门店的开发费用（装修材料费和装修人工费）以及经营用具购置费等长期待摊费用进行摊销。按照公司现行的固定资产折旧摊销政策，73 家新开门店将在未来每年平均为公司新增固定资产折旧和摊销约 9,800 万元，而 73 家门店全部投入运营后平均每年新增收入 89.3 亿元，新增固定资产折旧和摊销占营业收入比重约 1.10%。2010 年 1-6 月公司的固定资产折旧和摊销金额约 10,014 万元，占同期营业收入的比重为 1.78%。若因本次发行募集资金中 73 家连锁超市发展项目的部分新开门店不能在短期内实现盈利，则将会对公司未来效益带来一定压力。

公司将根据不同地区门店所面临的竞争环境采取不同的竞争策略，尽量缩短每一门店的市场培育期，以在较短时间内实现盈利。为此，本次募集资金将主要优先投资于福建省、重庆市、北京市等公司具有相对市场竞争优势、门店培育期较短的区域，以尽可能短的时间取得规模效益。

六、政策风险

（一）产业政策风险

目前我国仍处于市场经济高速发展期，国家实施的各项经济政策对整个国民经济的运行、企业的微观经营活动、居民消费支出水平和结构以及对未来收入的预期等都将带来较大的影响。中央政府最近倡导的转变经济增长模式，扩大内需、提高消费支出在国民经济中的比重政策导向，以及国务院颁发的《关于搞活流通

扩大消费的意见》（国办发〔2008〕134号）、《关于加快发展服务业发展的若干意见》（国发〔2007〕7号）和《关于促进流通业发展的若干意见》等均对零售业（特别是大型连锁企业）持积极支持和鼓励政策，极大地促进了零售连锁业的发展。但是，如果地方政府缺乏合理的商业发展总体规划，可能会导致业态盲目发展造成恶性竞争，从而对行业内企业的经营产生不利影响。因此，公司的业务经营活动将因国家和地方政府可能出现的政策变化而受到影响。

（二）税收优惠风险

根据2009年8月13日福建省工商行政管理局颁发的注册号为350000400000278的《企业法人营业执照》，本公司的企业类型为股份有限公司（台港澳与境内合资、未上市）（外资比例低于25%），2009年适用的企业所得税率为25%。

2008年1月1日之前，根据《财政部国家税务总局关于企业所得税若干优惠政策的通知》（94财税字第001号），本公司子公司厦门永辉商业有限公司2007年向厦门市思明区国家税务局申请免征2007年所得税，经主管税务部门审核并下发“厦国税思所免字（2008）第053号”文同意免征2007年所得税；本公司控股子公司重庆永辉享受国家西部大开发税收优惠政策，按规定减按15%税率缴纳企业所得税。

根据《国务院关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知（国发〔2007〕39号）》规定，自2008年1月1日起，原享受低税率优惠政策的企业，在新税法施行后5年内逐步过渡到法定税率。其中：享受企业所得税15%税率的企业，2008年按18%税率执行，2009年按20%税率执行，2010年按22%税率执行，2011年按24%税率执行，2012年按25%税率执行。因此，公司子公司厦门永辉商业执行的15%的所得税税率将逐步调整为25%；不过，公司控股子公司重庆永辉在2008年1月1日起继续执行西部大开发实收优惠政策，在2001年至2010年期间减按15%税率缴纳企业所得税。

假定本公司（母公司）及上述享受税收优惠政策的控股子公司自申报期开始就执行25%的企业所得税税率，则对本公司2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月归属于母公司股东净利润的影响数分别532.85万元、673.26万元、

1,048.71 万元和 562.13 万元,分别占当年净利润的 4.05%、3.11%、4.08%和 4.07%。如果税收优惠过渡期间,公司子公司享受的所得税率发生不利变化,将会对公司的业绩产生不利影响。

七、其他风险

(一) 发生突发事件的风险

本公司作为面向广大消费者的连锁超市企业,营业场所分布较广、且处于人流量较为密集的地段。在日常的经营中,每天都要接待数量众多的顾客,尤其在节假日或促销活动期间,客流量会大大增加。尽管公司设置了必要的安全设施和提醒标志、制定了较为完善的安全管理制度及突发事件应急预案,但依然存在因突发事件发生而影响公司正常经营、或使公司涉及诉讼的风险。

(二) 信息系统的技术性风险

信息系统是连锁零售企业经营管理的的重要技术支持系统。随着连锁经营规模的不断扩大及跨区域的发展,公司现有的供应链反应、快速消费者响应、业务集中度与标准化运营、管理信息协同化、辅助财务核算、完善物流管理及人力资源管理等信息系统难以满足业务快速发展需要的风险。此次募集资金投向项目之一即对公司信息系统进行升级改造,进行软件升级及购置硬件设施,积极防范相关风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

- (一) 中文名称：永辉超市股份有限公司
- (二) 英文名称：Yonghui Superstores Co., Ltd.
- (三) 注册资本：人民币 65,790 万元
- (四) 法定代表人：张轩松
- (五) 成立日期：2001 年 4 月 13 日
- (六) 整体变更日期：2009 年 8 月 13 日
- (七) 法定住所：福州市西二环中路 436 号
- (八) 邮政编码：350002
- (七) 联系电话：86-591-83762200
- (九) 传 真：86-591-83762990
- (十) 公司网址：<http://www.yonghui.com.cn>
- (十一) 电子信箱：bod.yh@yonghui.cn

二、发行人改制重组情况

(一) 设立方式

发行人系由福建永辉集团有限公司依法整体变更为股份有限公司而设立，发起人是张轩松、张轩宁、郑文宝、叶兴针、谢香镇、黄纪雨、郑景旺、林登秀、张天云、张枝龙、福建汇银投资股份有限公司、民生超市有限公司。

根据天健光华（北京）会计师事务所有限公司（2009 年与中和正信会计师事务所有限公司进行合并）2009 年 4 月 28 日出具的《福建永辉集团有限公司 2008 年度财务报表的审计报告》，截至 2008 年 12 月 31 日母公司财务报表的净资产值 684,140,241.06 元。2009 年 6 月 5 日，福建永辉集团有限公司召开董事会，根

据天健光华（北京）会计师事务所有限公司出具的审计报告，按照 0.961644938 的比例折股后确定股份公司的总股本为 657,900,000 元。2009 年 8 月 13 日，公司完成了工商变更登记手续，领取了新的企业法人营业执照。

（二）发起人

公司发起人为张轩松、张轩宁、郑文宝、叶兴针、谢香镇、黄纪雨、郑景旺、林登秀、张天云、张枝龙、福建汇银投资股份有限公司及民生超市有限公司。

发起人的具体情况参见本节之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）股东基本情况”相关内容。

（三）本公司改制前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的业务

本公司改制前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的业务如下：

发起人	拥有的主要资产	主要业务
张轩松	福建永辉集团有限公司股权、福建省永辉商业股份有限公司股权、福建轩辉房地产开发有限公司股权、YONGHUI (AUSTRALIA) INVESTMENTS PTY LTD.股权	股权投资
张轩宁	福建永辉集团有限公司股权、福建省永辉商业股份有限公司股权、福建轩辉房地产开发有限公司股权、XUANHUI (AUSTRALIA) PTY LTD.	股权投资
郑文宝	福建永辉集团有限公司股权、福建省永辉商业股份有限公司股权	股权投资
叶兴针	福建永辉集团有限公司股权、福建省永辉商业股份有限公司股权	股权投资
谢香镇	福建永辉集团有限公司股权、福建省永辉商业股份有限公司股权、SHENG TIAN (AUSTRALIA) PTY LTD.	股权投资
黄纪雨	福建永辉集团有限公司股权	股权投资
郑景旺	福建永辉集团有限公司股权、福建省永辉商业股份有限公司股权、XING WANG (AUST) INVESTMENTS PTY LTD.	股权投资
林登秀	福建永辉集团有限公司股权	股权投资
张天云	福建永辉集团有限公司股权	股权投资
张枝龙	福建永辉集团有限公司股权	股权投资
福建汇银投资股份有限公司	福建永辉集团有限公司股权	股权投资

民生超市有限公司	福建永辉集团有限公司股权	股权投资
----------	--------------	------

公司发起人除从事上述股权投资外，均未从事其他经营业务。具体股权投资比例参见本节“五、组织结构”之“（一）股权结构图”。

（四）本公司设立时拥有的主要资产和实际从事的业务

改制设立时公司实际从事的主要业务为商品零售业连锁经营，拥有与主要业务相关的经营性资产主要包括生产经营场所（房屋和土地）、机器设备、电子设备和运输设备等固定资产，与主要业务相关的无形资产，以及在控股、参股公司的股权。公司的主要经营业务自设立以来未发生变化。

根据天健正信会计师事务所有限公司的天健光华审（2009）HZ 字第 020006 号《福建永辉集团有限公司 2008 年度财务报表的审计报告》，截至 2008 年 12 月 31 日，公司合并财务报表的总资产为 1,811,949,290.88 元，其中流动资产 1,286,386,120.54 元、固定资产 287,659,796.21 元；负债为 998,067,302.97 元；净资产总额为 813,881,987.91 元。

（五）本公司设立之后主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司系由福建永辉集团有限公司以其截至 2008 年 12 月 31 日经审计的账面净资产折合股份、整体变更设立的股份有限公司。在有限公司整体变更为股份公司时，发起人以其在福建永辉集团有限公司的权益出资，并没有注入新的资产、业务。在股份公司成立之后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务均未发生重大变化。

（六）本公司与改制前原企业的业务流程之间的联系

公司为有限公司整体变更为股份有限公司，改制前后公司的业务流程没有发生变化，公司的业务流程参见“第六节 业务和技术”之“四、公司主营业务概况”之“（五）主要经营模式及业务流程图”相关内容。

（七）本公司设立之后在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

公司成立以来，除股权关系以及本招股意向书已经披露的关联关系和关联交易以外，在生产经营方面与主要发起人不存在其他的关联交易，也没有发生大的

变化，具体情况请参见本招股意向书“第七节 同业竞争及关联交易”。

（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

截至 2010 年 6 月底，除永辉集团拥有的部分通用网址注册人的相关变更手续尚未完成（该等通用网址到期后公司将不再使用）外，永辉集团其他相关资产和负债均已履行了必要的产权变更手续。

（九）本公司的独立运营情况

本公司具有独立完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。在业务、资产、人员、机构、财务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业实现了分开：

1、资产完整

公司是依法由有限公司整体变更成立的股份公司，有限公司的所有资产、负债等均已整体进入股份公司。公司拥有完整的与经营业务有关的营运管理系统和物流配套设施，合法拥有与经营相关的土地、房产、设备和商标等资产的所有权或使用权，具有独立的商品采购和销售系统。公司与控股股东、实际控制人等关联方之间的资产权属明晰，公司对所有资产拥有完全的控制和支配权。截至本招股意向书签署之日，公司不存在资金、资产被股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

2、人员独立

公司董事、监事、高级管理人员均依合法程序选举或聘任，不存在控股股东和实际控制人超越公司董事会或股东大会作出人事任免的情况。公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均专职在公司（包括下属控股子公司）工作并领取薪酬，并不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，也不存在在与公司业务相同或相近的其他企业中任职的情形。

公司已建立了独立的劳动、人事及工资管理制度，公司与全体员工签订劳动合同，由人力资源部独立负责公司员工的聘用、考核和奖惩；公司在有关员工的

社会保障、工薪报酬等方面均与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立并分账管理，公司拥有独立的员工队伍。

3、财务独立

公司设立了独立的财务部门，配备了专职的财务人员，建立了独立的财务核算体系，独立进行财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；公司依法独立纳税并依法独立开设银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混合纳税或共用银行账户的情况；公司没有为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保，也不存在将以公司名义取得的借款、授信额度转借给它们的情形。

4、机构独立

公司建立了股东大会、董事会、监事会、经理管理层等较为完备的法人治理结构；根据公司经营发展的需要，建立了符合公司实际情况的独立、完整的内部经营管理机构，明确了各机构的职能，实行定岗定编，并制定了相应的内部管理与控制制度。该等机构均能依照《公司章程》和内部管理制度独立行使其职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业及其职能部门之间不存在上下级关系，也不存在机构混同、合署办公的情形。

5、业务独立

本公司具有独立完整业务体系，从采购、物流配送、销售等各环节的运作均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，截至本招股意向书出具之日不存在同业竞争和显失公平的关联交易。

三、发行人股本结构的形成、变化及重大资产重组行为

（一）本公司股本结构的形成及变化

1、公司的设立

2001年4月13日，福州市工商行政管理局向福州永辉超市有限公司核发注册号3501002007356的《企业法人营业执照》，注册资本100万元，出资人张轩松和张轩宁分别持有60%和40%股权，均以货币出资，经福州闽都有限责任会

计师事务所出具的闽都所(2001)审-古开字第 061 号《验资报告》验证，前述出资均已到位。

2、2003 年-2004 年间的股权变更

2003 年 2 月 14 日，福州永辉超市有限公司注册资本变更为 500 万元，股东张轩松和张轩宁分别增资 240 万元和 160 万元，仍分别持有 60%和 40%股权。根据福建安信有限责任会计师事务所出具的闽安信[2003]验字第 107 号《验资报告》，该次增资均已到位。

2003 年 9 月 30 日，福州永辉超市有限公司注册资本增至 1,000 万元，全部为货币出资，张轩松和张轩宁分别增资 150 万元，新增股东郑文宝和黄纪雨分别出资 100 万元。根据福建天联有限责任会计师事务所出具 CPA 天联企资（2003）908 号《验资报告》，该次增资均已到位。至此，四位股东的持股比例分别为 45%、35%、10%和 10%。

2004 年 2 月 23 日，福州永辉超市有限公司再次将注册资本增至 5,000 万元，新增六位股东，根据福建天联有限责任会计师事务所出具 CPA 天联内企资(2004) 902 号《验资报告》，该次增资均已到位。本次增资后的股权分布为：张轩松持股比例为 35%，张轩宁持股比例为 25%，郑文宝、黄纪雨、郑景旺、叶兴针、谢香镇、林登秀、张天云和张枝龙持股比例均为 5%。具体如下：

股东名称	出资额（万元）	持股比例
张轩松	1,750	35%
张轩宁	1,250	25%
郑文宝	250	5%
黄纪雨	250	5%
郑景旺	250	5%
叶兴针	250	5%
谢香镇	250	5%
林登秀	250	5%
张天云	250	5%
张枝龙	250	5%

合计	5,000	100%
-----------	--------------	-------------

2004年6月3日，福州永辉超市有限公司更名为本公司的前身“福建永辉集团有限公司”，并在福州市工商行政管理局进行了工商登记。

3、2007年变更为中外合资经营企业（民生超市第一次增资）

2007年6月15日，福建永辉集团有限公司股东会通过决议，民生超市有限公司（以下简称“民生超市”）以28,971万元人民币等值美元认购公司新增注册资本人民币1,250万元，溢价部分作为公司的资本公积。民生超市首次出资于合资各方申请合资公司的外商投资企业营业执照时缴付不低于20%的新增注册资本，其余部分在合资公司获取营业执照后30天内缴清。2007年6月17日，公司十名自然人股东与民生超市签署《关于福建永辉集团有限公司的增资协议》。

2007年8月23日，商务部下发《商务部关于同意外资并购设立中外合资企业福建永辉集团有限公司的批复》（商资批[2007]1401号文件），批准公司变更设立中外合资企业。2007年8月24日，商务部颁发了批准号为商外资资审A字[2007]0197号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。该批准书记载，投资总额15,360万元人民币，注册资本6,250万元，经营期限30年，投资者及其出资额分别为：张轩松出资1,750万元，占28%；张轩宁出资1,250万元，占20%；郑文宝、黄纪雨、郑景旺、叶兴针、谢香镇、林登秀、张天云和张枝龙分别出资250万元，分别占4%；民生超市出资1,250万元，占20%。依据天健华证中洲会计师事务所出具的天健华证中洲验(2007)HZ字第020020号《验资报告》，该次增资已到位。具体如下：

股东名称	出资额（万元）	持股比例
张轩松	1,750	28%
张轩宁	1,250	20%
郑文宝	250	4%
黄纪雨	250	4%
郑景旺	250	4%
叶兴针	250	4%
谢香镇	250	4%

林登秀	250	4%
张天云	250	4%
张枝龙	250	4%
民生超市	1,250	20%
合计	6,250	100%

2007年9月3日，福建省工商行政管理局核准福建永辉集团有限公司（外商投资）变更，并颁发了注册号为350000400000278的《企业法人营业执照》。该营业执照记载，注册资本为6,250万元，企业类型为有限责任公司（台港澳与境内合资）（外资比例低于25%）。

4、2008年股权转让

2008年9月23日，福建永辉集团有限公司董事会通过决议，同意公司的10位自然人股东（合计持有公司80%股权）与汇银投资签订股权转让协议，约定将上述自然人股东所持有的共计6.9693%公司股权以35,499,631.45元对价转让给汇银投资，转让价格参考福州联合资产评估有限责任公司出具的评估基准日2007年12月31日的《资产评估报告书》（[2008年]榕联评字第159号）。根据评估报告，截至2007年12月31日，公司经评估的净资产值为人民币51,742.88万元。2008年9月25日，福建省对外贸易经济合作厅下发《福建省对外贸易经济合作厅关于同意福建永辉集团有限公司股权转让的批复》（闽外经贸资[2008]394号文件），批准公司上述股权转让事宜。

本次股权转让完成后，公司的注册资本仍为人民币6,250万元，汇银投资作为本次股份转让的受让方，出资4,355,783元，占公司注册资本的6.97%，投资者及其出资额分别为：

股东名称	出资额（元）	持股比例
张轩松	15,975,475	25.56%
张轩宁	11,411,054	18.26%
郑文宝	2,282,211	3.65%
黄纪雨	2,282,211	3.65%
郑景旺	2,282,211	3.65%

叶兴针	2,282,211	3.65%
谢香镇	2,282,211	3.65%
林登秀	2,282,211	3.65%
张天云	2,282,211	3.65%
张枝龙	2,282,211	3.65%
汇银投资	4,355,783	6.97%
民生超市	12,500,000	20.00%
合计	62,500,000	100.00%

2008年9月28日,福建省工商行政管理局颁发了注册号为350000400000278的《企业法人营业执照》。该营业执照记载,注册资本为6,250万元,企业类型为有限责任公司(台港澳与境内合资)(外资比例低于25%)。

5、2008年民生超市第二次增资

2008年11月17日,福建永辉集团有限公司通过董事会决议,同意民生超市以2.4亿元人民币等值美元认购公司新增注册资本人民币329万元,其余溢价部分计入合资公司的资本公积。公司的注册资本由6,250万元人民币增加到6,579万元人民币,新增329万元人民币注册资本全部由民生超市认缴。2008年11月24日,福建省对外贸易经济合作厅下发《关于同意福建永辉集团有限公司增资的批复》(闽外经贸资[2008]465号),批准民生超市对公司的二次增资。依据天健光华(北京)会计师事务所出具的天健光华验(2008)HZ字第020010号《验资报告》,该次增资已到位。二次增资后,各方的出资情况为:张轩松出资1,598万元的人民币,占公司注册资本的24.28%;张轩宁出资1,141万元的人民币,占公司注册资本的17.34%;郑文宝出资228万元的人民币,占公司注册资本的3.47%;叶兴针出资228万元的人民币,占公司注册资本的3.47%;谢香镇出资228万元的人民币,占公司注册资本的3.47%;黄纪雨出资228万元的人民币,占公司注册资本的3.47%;郑景旺出资228万元的人民币,占公司注册资本的3.47%;林登秀出资228万元的人民币,占公司注册资本的3.47%;张天云出资228万元的人民币,占公司注册资本的3.47%;张枝龙出资228万元的人民币,占公司注册资本的3.47%;汇银投资出资436万元的人民币,占合资公司注册资

本的 6.62%；民生超市出资等值 1,579 万元人民币的美元，占公司注册资本的 24.00%。具体如下：

股东名称	出资额（元）	持股比例
张轩松	15,975,475	24.28%
张轩宁	11,411,054	17.34%
郑文宝	2,282,211	3.47%
黄纪雨	2,282,211	3.47%
郑景旺	2,282,211	3.47%
叶兴针	2,282,211	3.47%
谢香镇	2,282,211	3.47%
林登秀	2,282,211	3.47%
张天云	2,282,211	3.47%
张枝龙	2,282,211	3.47%
汇银投资	4,355,783	6.62%
民生超市	15,790,000	24.00%
合计	65,790,000	100.00%

2008 年 12 月 9 日，福建省工商行政管理局颁发了注册号为 350000400000278 的《企业法人营业执照》。该营业执照记载，注册资本为 6,579 万元，企业类型为有限责任公司（台港澳与境内合资）（外资比例低于 25%）。

6、股份公司设立

2009 年 6 月 5 日，福建永辉集团有限公司召开董事会，根据天健光华（北京）会计师事务所有限公司出具的审计报告，截至 2008 年 12 月 31 日，母公司财务报表的净资产为人民币 684,140,241.06 元，按照 0.961644938 的比例折股后确定股份公司的总股本为 657,900,000 元。各发起人按变更前所持有的公司的股权比例认购拟设立股份公司的股份。股份公司的股份设定为人民币普通股，同股同权、同股同利。股权结构见下表：

序号	发起人名称	认购股份数（股）	持股比例
1	张轩松	159,754,750	24.28%

2	张轩宁	114,110,540	17.34%
3	郑文宝	22,822,110	3.47%
4	叶兴针	22,822,110	3.47%
5	谢香镇	22,822,110	3.47%
6	黄纪雨	22,822,110	3.47%
7	郑景旺	22,822,110	3.47%
8	林登秀	22,822,110	3.47%
9	张天云	22,822,110	3.47%
10	张枝龙	22,822,110	3.47%
11	汇银投资	43,557,830	6.62%
12	民生超市	157,900,000	24.00%
	合计	657,900,000	100.00%

2009年7月8日，商务部下发《商务部关于同意福建永辉集团有限公司变更为外商投资股份有限公司的批复》（商资批[2009]170号文件），同意福建永辉集团有限公司变更为外商投资股份公司，名称变更为永辉超市股份有限公司。

2009年8月13日，福建省工商行政管理局颁发了注册号为350000400000278的《企业法人营业执照》。该营业执照记载公司名称为永辉超市股份有限公司，注册资本为65,790万元，企业类型为股份有限公司（台港澳与境内合资、未上市）（外资比例低于25%）。

（二）重大资产重组行为

公司设立以来未发生重大资产重组行为。

四、发行人历次验资情况及投入资产的计量属性

本公司历次验资情况如下：

（一）设立时的验资

2001年4月11日，福州闽都有限责任会计师事务所为各出资人向福州永辉超市有限公司设立时的出资进行了验证，出具了闽都所(2001)审-古开字第061

号《验资报告》。根据该验资报告，截至 2001 年 4 月 10 日，福州永辉超市有限公司分别收到全体股东缴纳的投入资本合计人民币 100 万元，全部以货币形式出资，其中：张轩松以货币出资 60 万元，占注册资本 60%；张轩宁以货币出资 40 万元，占注册资本 40%。

（二）2003 年注册资本增至 500 万元时的验资

2003 年 2 月 12 日，福建安信有限责任会计师事务所为福州永辉超市有限公司新增股东的出资进行了验证，出具了闽安信[2003]验字第 107 号《验资报告》。根据该验资报告，截至 2003 年 2 月 12 日，福州永辉超市有限公司分别收到股东缴纳的新增注册资本合计人民币 400 万元，全部以货币形式出资，其中：张轩松以货币增资 240 万元，张轩宁以货币增资 160 万元。增资后，注册资本增加至 500 万元。

（三）2003 年注册资本增至 1,000 万元时的验资

2003 年 9 月 24 日，福建天联有限责任会计师事务所为福州永辉超市有限公司新增股东的出资进行了验证，出具了 CPA 天联企资(2003)908 号《验资报告》。根据该验资报告，截至 2003 年 9 月 23 日，福州永辉超市有限公司分别收到股东缴纳的新增注册资本合计人民币 500 万元，全部以货币形式出资，其中：张轩松和张轩宁分别增资 150 万元，新增股东郑文宝和黄纪雨分别出资 100 万元。至此，四位股东的持股比例分别为 45%、35%、10%和 10%。增资后，注册资本增加至 1,000 万元。

（四）2004 年注册资本增至 5,000 万元时的验资

2004 年 2 月 11 日，福建天联有限责任会计师事务所为福州永辉超市有限公司新增股东的出资进行了验证，出具了 CPA 天联内企资(2004)902 号《验资报告》。根据该验资报告，截至 2004 年 2 月 10 日，福州永辉超市有限公司分别收到股东缴纳的新增注册资本合计人民币 4,000 万元，全部以货币形式出资。增资完成后，张轩松出资 1,750 万元，持股比例为 35%，张轩宁出资 1,250 万元，持股比例为 25%，郑文宝、黄纪雨、郑景旺、叶兴针、谢香镇、林登秀、张天云和张枝龙分别出资 250 万元，持股比例分别为 5%。增资后，福州永辉超市有限公

司新增六位股东，注册资本增加至 5,000 万元。

（五）2007 年民生超市第一次增资时的验资

2007 年 9 月 3 日，天健华证中洲（北京）会计师事务所为本公司前身原福建永辉集团有限公司新增股东的出资进行了验证，出具了天健华证中洲验（2007）HZ 字第 020019 号《验资报告》。根据该验资报告，新股东民生超市有限公司以 2.9 亿元人民币等值美元出资，其中新增注册资本 1,250 万元，溢价部分作为公司的资本公积。截至 2007 年 8 月 29 日，原福建永辉集团有限公司收到股东缴纳的新增注册资本第一期 800 万美元，折算为人民币 6,040.40 万元，其中 250 万元计入实收资本，余额计入资本公积。

2007 年 9 月 10 日，天健华证中洲（北京）会计师事务所为原福建永辉集团有限公司新增股东的出资进行了验证，出具了天健华证中洲验（2007）HZ 字第 020020 号《验资报告》。根据该验资报告，截至 2007 年 9 月 5 日，原福建永辉集团有限公司收到股东缴纳的新增注册资本第二期 30,353,162.00 美元，折算为人民币 229,305,997.65 元，其中 1,000 万元计入实收资本，余额计入资本公积。

增资后，原福建永辉集团有限公司新增一位股东，各股东持股比例为：张轩松出资 1,750 万元，持股比例为 28%，张轩宁出资 1,250 万元，持股比例为 20%，郑文宝、黄纪雨、郑景旺、叶兴针、谢香镇、林登秀、张天云和张枝龙分别出资 250 万元，持股比例分别为 4%，民生超市出资 1,250 万元，持股比例为 20%。增资后，注册资本增加至 6,250 万元。

（六）2008 年民生超市第二次增资时的验资

2008 年 12 月 2 日，天健光华（北京）会计师事务所为新增股东的出资进行了验证，出具了天健光华验（2008）HZ 字第 020010 号《验资报告》。根据该验资报告，截至 2008 年 11 月 28 日，原福建永辉集团有限公司收到股东民生超市缴纳的出资 3,514.32 万美元，折合人民币 24,020.03 万元，其中 329 万元计入实收资本，余额计入资本公积。增资后，各方的出资情况为：张轩松出资 1,598 万元的人民币，占公司注册资本的 24.28%；张轩宁出资 1,141 万元的人民币，占公司注册资本的 17.34%；郑文宝出资 228 万元的人民币，占公司注册资本的 3.47%；

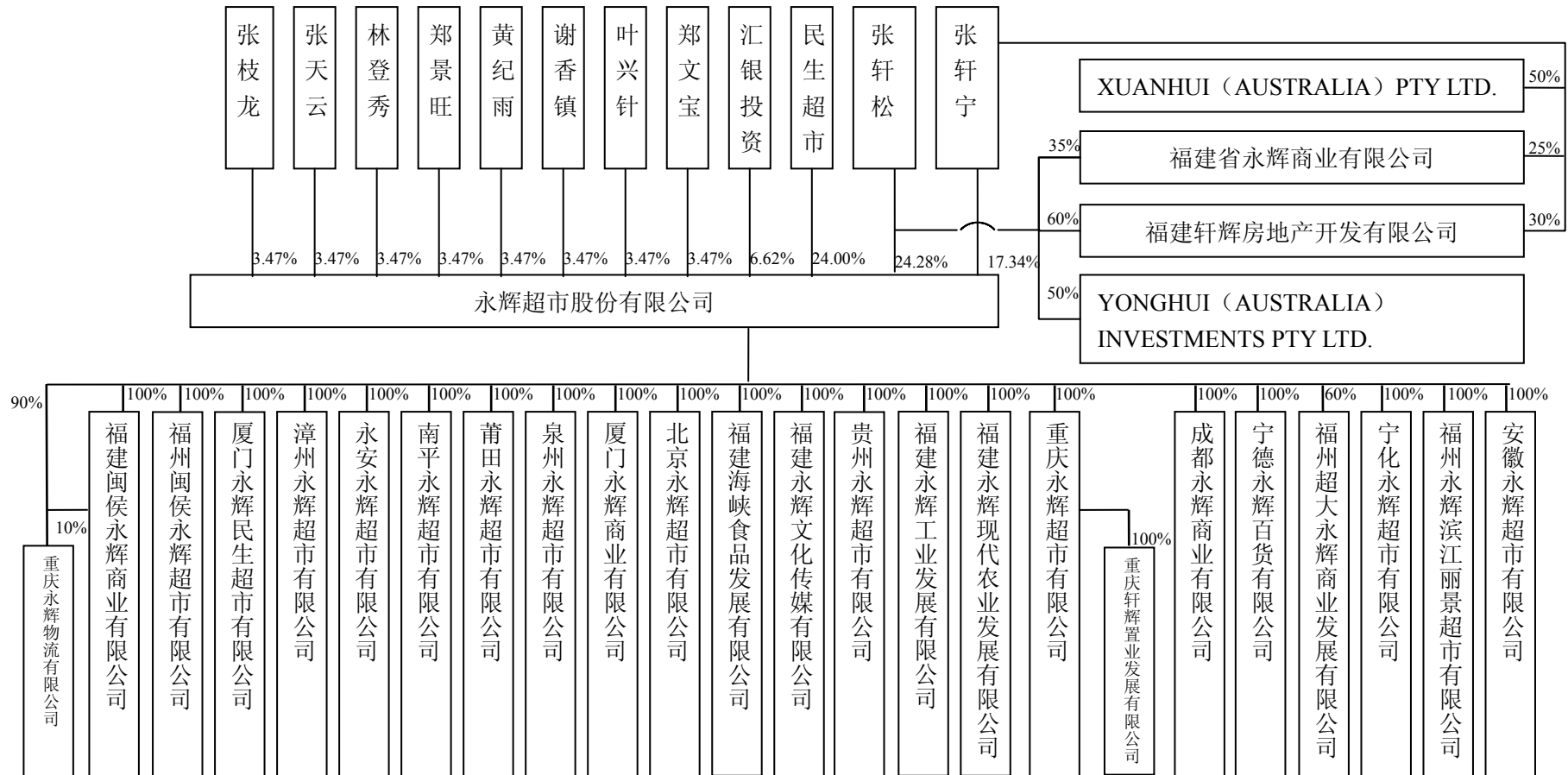
叶兴针出资 228 万元的人民币，占公司注册资本的 3.47%；谢香镇出资 228 万元的人民币，占公司注册资本的 3.47%；黄纪雨出资 228 万元的人民币，占公司注册资本的 3.47%；郑景旺出资 228 万元的人民币，占公司注册资本的 3.47%；林登秀出资 228 万元的人民币，占公司注册资本的 3.47%；张天云出资 228 万元的人民币，占公司注册资本的 3.47%；张枝龙出资 228 万元的人民币，占公司注册资本的 3.47%；汇银投资出资 436 万元的人民币，占合资公司注册资本的 6.62%；民生超市出资等值 1,579 万元人民币的美元，占公司注册资本的 24.00%。增资后，注册资本增加至 6,579 万元。

（七）整体变更为股份公司时的验资

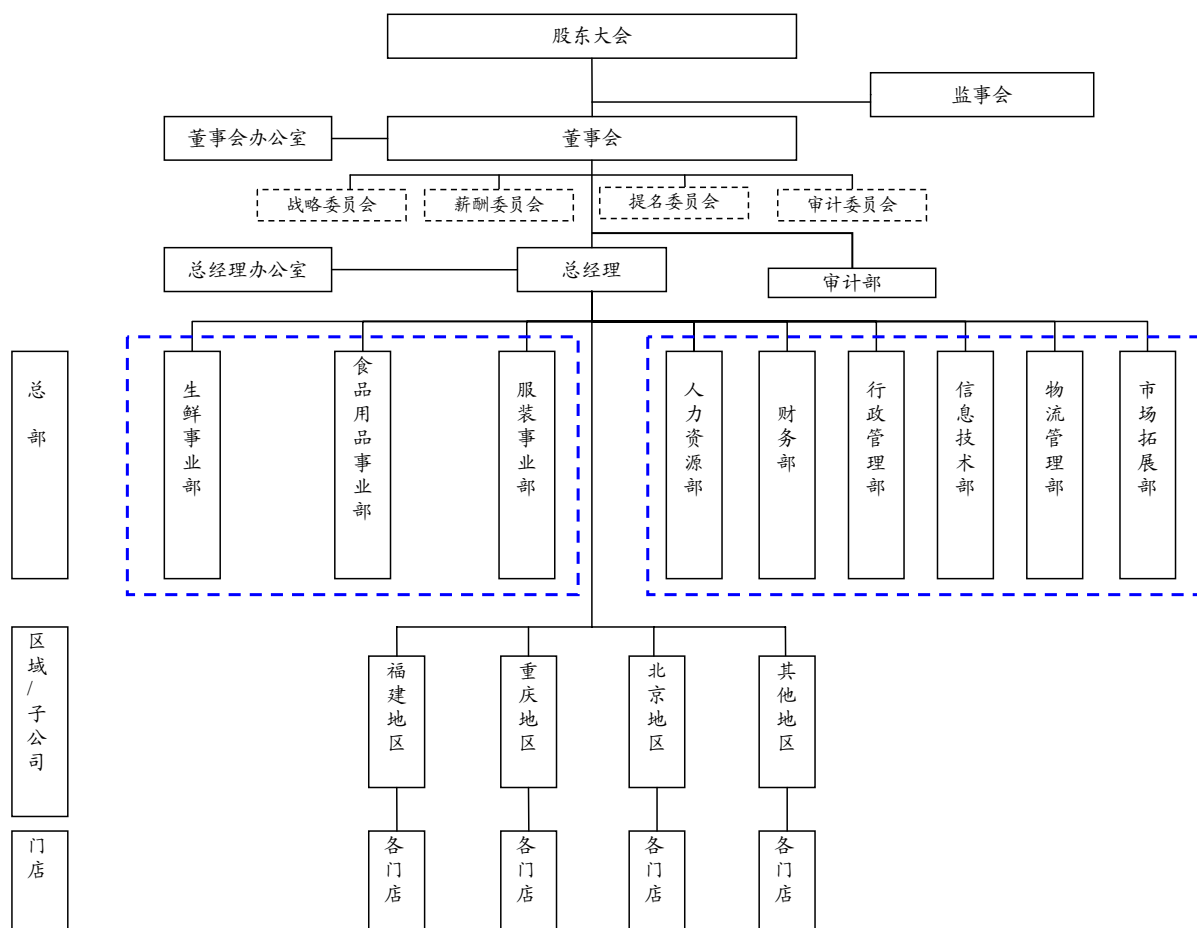
2009 年 7 月 23 日，天健光华（北京）会计师事务所有限公司对原福建永辉集团有限公司整体变更设立为股份公司的注册资本进行了审验，并出具了天健光华验（2009）GF 字第 020010 号《验资报告》。根据该审验，截至 2009 年 7 月 23 日，公司变更后的注册资本实收金额为 65,790 万元。

五、组织结构

(一) 股权结构图



(二) 内部组织结构图



（三）公司内部组织机构的设置与运行情况

公司的法人治理结构由股东大会、董事会和监事会构成。股东大会是公司的最高权力机构，董事会是公司的决策机构，监事会对公司董事会、高级管理人员以及公司的生产经营情况进行监督。

董事会设董事会办公室，主要负责协助董事会秘书处理董事会的日常工作；管理公司证券事务、信息披露等相关工作。

总经理下设总经理办公室，总经理办公室主要负责完成总经理交办的日常工作，包括公司各类文字材料的起草与审核、公司各类会务等。

公司总部现设审计部、生鲜事业部、服装事业部、食品用品事业部、人力资源部、财务部、行政管理部、信息技术部、物流管理部 and 市场拓展部等 10 个职能部门。总部下设福建地区、重庆地区、北京地区、其他地区，分区域对各地门店进行管理。

本公司各职能部门职责如下：

1、审计部

对本公司各内部机构、控股子公司以及具有重大影响的参股公司的内部控制制度的完整性、合理性及其实施的有效性进行检查和评估；对本公司各内部机构、子公司以及具有重大影响的参股公司的会计资料及其他有关经济资料，以及所反映的财务收支及有关的经济活动的合法性、合规性、真实性和完整性进行审计，包括但不限于财务报告、业绩快报、自愿披露的预测性财务信息等；协助建立健全反舞弊机制，确定反舞弊的重点领域、关键环节和主要内容，并在内部审计过程中合理关注和检查可能存在的舞弊行为；至少每季度向审计委员会报告一次，内容包括但不限于内部审计计划的执行情况以及内部审计工作中发现的问题。

2、生鲜事业部

根据公司经营战略，制定并实施生鲜及食品加工商品的经营和采购战略；根据公司的年度经营计划，制定年度的生鲜及食品加工采购和经营计划，并分解到各个大区；监控、跟踪、分析、总结阶段性（月、季、年）的生鲜及食品加工经

营状况和经营指标的完成情况，及时提出各项调整措施和工作指导；独立或参与制定生鲜及食品加工部门营运标准，并指导相关单位的营运；拟定和提请生鲜事业部的架构与营运管理制度；负责对生鲜事业部相关机构干部的培养、任命和激励；负责生鲜商品的采购配送等日常管理工作。

生鲜事业部下辖四个子部门：管理部、采购部、食品加工部和研发中心。管理部主要负责门店现场的销售管理；采购部主要负责与农民、生产基地或供应商的采购事宜；食品加工部主要负责对初级农产品或半成品的加工，包括工厂加工、门店加工和委托加工；研发中心主要是通过分析比较全国各不同农产品产区的生鲜商品的特点及各销售渠道的商品质量和价格情况，确定具体的采购渠道和品种，然后将分析结果传达给采购部和管理部，由采购部根据研发中心的结果进行相关采购工作。

3、服装事业部

根据公司经营战略，制定并实施服装商品的经营和采购战略；根据公司的经营计划，制定并实施服装商品的经营和采购计划；监控、跟踪、分析、总结阶段性（月、季、年）的服装商品经营状况和经营指标的完成情况，及时提出各项调整措施和工作指导；负责公司服装商品的采购；拟定和提请公司服装部门的机构与岗位设置；与相关部门共同拟定门店服装员工培训、薪酬、考核、晋升、激励等政策；与相关部门共同负责门店服装干部的招聘、培养、任命、考核、激励等工作；独立或参与制定服装部门营运标准，并指导相关单位的营运。

4、食品用品事业部

根据公司经营战略，制定并实施食品用品的经营和采购战略；根据公司的年度经营计划，制定年度的食品用品采购和经营计划，并分解到各个大区；监控、跟踪、分析、总结阶段性（月、季、年）的食品用品商品经营状况和经营指标的完成情况，及时提出各项调整措施和工作指导；负责公司食品用品的采购；拟定和提请公司食品用品部门的机构与岗位设置；与相关部门共同拟定门店食品用品员工培训、薪酬、考核、晋升、激励等政策；与相关部门共同负责门店食品用品干部的招聘、培养、任命、考核、激励等工作；独立或参与制定食品用品部门营运标准，并指导相关单位的营运。

5、人力资源部

根据公司战略，制定人力资源各项战略和发展目标；拟定和提请公司的人力资源制度和政策，及相关的规范、流程、标准等，并确保其得到贯彻执行；协助各部门进行组织架构设计和岗位职责的明确；负责建立规范、有效、信息化的基础人事管理系统；拟定并执行关键人员培养、任命、考核体系，确保公司拥有实施经营战略所需的关键人才；协调公司控制人力成本的各项工作。

6、财务部

根据公司的经营战略和计划，制定公司的财务战略和各项计划。制定并执行公司的各项财务政策和制度。制定公司的年度财务预算；对各单位提出的财务指标和财务计划进行审核、修正；对相关单位的费用进行预算，并检查执行情况，提出审核报告；对经营单位进行核算，形成阶段性的统计报告；拟定和提请公司财务部门的组织架构和岗位设置；与相关部门共同负责财务系统干部的培养、任命、以及考核和激励；直接管理各部门及下属机构的财务部门的工作。

7、行政管理部

制定并执行公司有关行政后勤、安全、客户服务、物配、招商等相关政策和制度；拟定和提请公司行政系统的组织架构和岗位设置；与相关部门共同负责行政系统干部的培养、任命、以及考核和激励；监督、指导、协调公司各部门及下属机构行政部门的工作。

8、信息技术部

根据公司经营战略和年度计划制定信息系统的战略规划和年度建设计划；制定并执行公司各项有关信息的管理制度。负责公司信息中心的日常维护和发展建设；负责构建企业内部的信息交流平台和联通全国门店的信息网络建设；对重要的经营数据（如门店营运、采购配送等）数据进行实时的监控，并及时提供异常数据的提报；拟定和提请公司信息系统的组织架构和岗位设置；与相关部门共同负责信息系统干部的培养、任命、以及考核和激励；监督、指导、协调公司各部门及下属机构的信息部门工作。

9、物流管理部

根据公司的经营计划，制定并实施公司物流体系建设计划；制定并执行物流配送制度；直接负责重要的物流中心、仓库等设施的建设；拟定和提请公司物流系统的组织架构和岗位设置；与相关部门共同负责物流系统干部的培养、任命、以及考核和激励；与相关部门共同拟定并监督执行物流系统人员招聘、培训、薪酬、考核和激励等计划；监督、指导、协调公司各部门及下属机构物流部门的工作。

10、市场拓展部

根据公司的经营计划，制定相应的事业拓展计划，包括新店和新商业中心的发展和老店整改计划；根据公司的经营特色和不同的发展阶段，不断优化门店规划与设计等各项工作；负责新店和新商业中心的选址、租赁、装潢、装修及筹建工作；负责新店和新商业中心的租赁和开发的相关运作；负责现有门店为提升营运所做的各项整改工作。

11、总经理办公室

负责总经理、副总经理以上的日常办公的支持和服务工作；协助总经理处理总部的日常工作；协调总部各部门的日常工作；准备和参与总经理办公会议；负责重要的对外接待及总经理的应急事务；公司文件、相关印章的保管和使用；制定相关的办公管理办法和制度，并监督执行；为总经理和副总经理的决策提供参谋服务；协助监督落实总经理和副总经理的各项决定的实施。

六、发行人控股子公司、参股公司的简要情况

（一）本公司存续的控股子公司

截至 2010 年 6 月 30 日，公司共持有 24 家公司的控股股权。基本情况如下：

(单位: 万元)

序号	公司名称	成立时间	注册资 本	实收资 本	注册地	股东构成 及控制情 况	主营业务	总资产		净资产		净利润		是否 经审 计
								2010年6 月30日	2009年12 月31日	2010年6 月30日	2009年12 月31日	2010年 1-6月	2009年 度	
1	重庆永辉 超市有限 公司	2004年9 月20日	10,000	10,000	重庆市江北 区建新北路 二支路1号	公司持股 100%	零售日用百 货、服装、 家用电器、 文化用品	90,346	108,641	25,400	20,706	4,694	9,056	是
2	北京永辉 超市有限 公司	2008年 10月21 日	1,000	1,000	北京市石景 山区鲁谷大 街东侧	公司持股 100%	零售日用百 货、服装、 家用电器、 文化用品	10,226	11,746	269	182	87	-686	是
3	安徽永辉 超市有限 公司	2009年 10月28 日	1,000	1,000	合肥市滨湖 新区徽州大 道与紫云路 交叉口金源 购物中心S2 栋	公司持股 100%	零售日用百 货、服装、 家用电器、 文化用品	2,923	1500.00	545	1,000	-455	-	是
4	厦门永辉 商业有限 公司	2006年6 月16日	1,000	1,000	厦门市思明 区仙岳路 241号益田 海景大厦二 层西北侧	公司持股 100%	代理商品和 技术的进出 口、加工、 批发、零售 日用百货等	3,416	7,873	1,247	1,165	82	106	是
5	泉州永辉	2008年8	1,000	1,000	泉州市丰泽	公司持股	零售日用百	6,583	11,892	431	576	-145	-323	是

	超市有限公司	月 7 日			区泉秀路盛世融城商城一层	100%	货、服装、家用电器、文化用品							
6	莆田永辉超市有限公司	2008年5月14日	1,000	1,000	莆田市城厢区梅园西路与荔城大道交叉口的华东城市广场商场	公司持股100%	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	3,198	3,515	1,354	1,130	224	125	是
7	南平永辉超市有限公司	2005年7月27日	1,000	1,000	南平市中山路长富广场负一层	公司持股100%	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	4,614	8,051	990	1,159	-169	4	是
8	永安永辉超市有限公司	2006年6月27日	2,000	2,000	永安市五四路（豪门御景小区3号楼）	公司持股100%	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	4,788	4,766	2,546	2,412	134	260	是
9	漳州永辉超市有限公司	2009年9月10日	1,000	1,000	漳州市漳浦县绥安镇龙湖路裕景豪庭1#楼3号房	公司持股100%	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	1,136	1,343	1,043	1,052	-9	52	是
10	厦门永辉民生超市有限公司	2009年8月19日	1,000	1,000	厦门市海沧区兴港路西侧禹州华侨城A地块	公司持股100%	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	2,638	1,882	1,248	1,071	177	71	是

					9#-12#楼负一层									
11	宁化永辉超市有限公司	2009年5月5日	1,000	1,000	宁化县翠江镇中环世纪广场1-3层	公司持股100%	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	1,980	2,327	1,146	1,042	104	42	是
12	成都永辉商业有限公司	2009年9月15日	1,000	1,000	成都市彭州濛阳镇新城商业中心宝兴街37号二楼	公司持股100%	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	1,013	2,105	998	1,001	-2	1	是
13	福州超大永辉商业发展有限公司	2006年7月14日	1,000	1,000	福州市鼓楼区安泰街道澳门小区1-6座连接体底层14号	公司持有60%，福建超大畜牧业有限公司持有40%	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	1,184	1,339	977	1,049	-72	17	是
14	福州永辉滨江丽景超市有限公司	2005年12月31日	800	800	福州市仓山区闽江大道90号状元山庄C区1号楼一、二层	公司持有100%	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	3,543	3,165	3,224	2,771	453	627	是
15	福建闽侯永辉商业有限公司	2006年12月5日	5,000	5,000	闽侯县上街镇金屿村316国道北侧	公司持股100%	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	38,229	32,953	12,308	9,927	2,381	4,140	是

16	福州闽侯永辉超市有限公司	2008年12月1日	800	800	闽侯县城新区8号以北	公司持股100%	日用百货、家用电器、针织品零售	720	1,811	720	766	-46	-32	是
17	福建永辉工业发展有限公司	2006年4月4日	5,000	5,000	福州市仓山区金山工业区福湾工业园台屿路99号	公司持股100%	加工经营糕点、面制品、水产干制品等	6,174	6,945	5,306	5,142	164	21	是
18	福建永辉现代农业发展有限公司	2006年4月25日	1,000	1,000	闽侯县上街镇金屿村316国道北侧	公司持股100%	蔬菜、水果生产销售、水产品的种、养殖、干制品销售	847	842	812	768	43	-93	是
19	福建海峡食品发展有限公司	2008年6月26日	5,300	5,300	福州市闽侯县南屿镇南井村	公司持股100%	食品研究、开发	5,174	5,333	5,149	5,192	-43	-36	是
20	福建永辉文化传媒有限公司	2004年3月17日	500	500	福州市鼓楼区西二环中路436号二层	公司持股100%	设计、制作、代理、发布国内广告	713	325	642	297	145	279	是
21	宁德永辉百货有限公司	2009年11月4日	1,000	1,000	霞浦县松城街道龙贤社区太康路578号	公司持股100%	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	1,492	1,000	1,113	1,000	113	-	是
22	重庆轩辉置业发展	2009年06月18	10,000	10,000	重庆市江北区建北二支	重庆永辉持股100%	物业管理、建筑装潢、	16,985	17,287	9,574	9,868	-293	-132	是

	有限公司	日			路1号		建筑装饰工程施工							
23	贵州永辉超市有限公司	2010年4月26日	1,000	1,000	贵阳市金阳南路6号	公司持股100%	日用百货、家用电器、电子产品等销售	985	-	985	-	-15	-	是
24	重庆永辉物流有限公司	2010年5月24日	10,000	3,500	重庆市沙坪坝区土主镇土主中路199号附1-51号	公司持股90%，福建闽侯永辉商业有限公司持股10%	食品的加工、销售；仓储服务、展示展览	3,500	-	3,500	-	-	-	是

注：上表中财务数据经天健正信会计师事务所有限公司审计，重庆轩辉置业发展有限公司为重庆永辉超市有限公司的全资子公司

重庆永辉超市有限公司的财务数据为母公司数据

（二）本公司的参股公司

公司除控股子公司外，无其他参股公司。

七、发行人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）股东基本情况

1、张轩松

张轩松先生，中国国籍，身份证号 35012119XX100910XX，拥有澳大利亚的永久居留权；住所：福建省福州市鼓楼区东水路 18 号。

2、张轩宁

张轩宁先生，中国国籍，身份证号 35012119XX061912XX，拥有澳大利亚的永久居留权；住所：福建省福州市鼓楼区西江滨大道 66 号。

3、民生超市有限公司

成立时间：2007 年 5 月 23 日

法定股本：1,000 港元

注册地：香港皇后大道中 15 号告罗士打大厦 8 楼

股东构成：China Fresh Retail Holdings Co., Ltd.作为民生超市的直接股东，持有民生超市 100%股权，而 The HSBC Private Equity Fund 3 Limited 通过持有 China Fresh Produce Holdings Co. Ltd. 100%股权而间接持有 China Fresh Retail Holdings Co. Ltd. 100%股权。

经营范围：Investment Holding

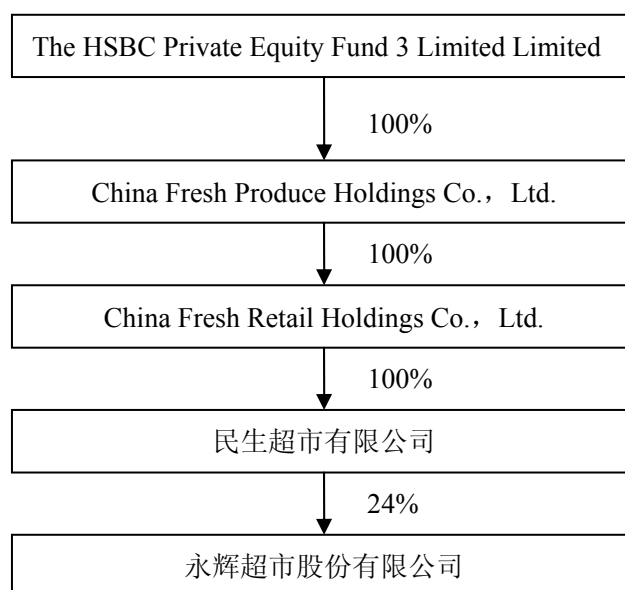
财务状况：民生超市最近一年及一期的财务情况如下：

单位：美元

总资产		净资产		净利润	
2010年6月 30日	2009年12月 31日	2010年6月 30日	2009年 12月31日	2010年1-6月	2009年
292,222,075	260,058,362	217,980,411	183,835,279	34,145,132	92,868,197

历史沿革：民生超市有限公司于2007年5月23日在香港成立，其初始股东为 Silk Nominees Limited，Silk Nominees Limited 是一家按照英属维京群岛并香港法律合法登记的有限公司。China Fresh Retail Holdings Co., Ltd. 于2007年6月11日受让 Silk Nominees Limited 持有的民生超市100%股权。

自成立以来，民生超市的股本未发生变化。截至目前，民生超市的法定股本为港币1千元，共分为100股，每股面值港币10元，已发行股本为港币10元。民生超市目前的股权结构具体如下：



民生超市除从事投资直接持有发行人24%股权及维持日常运营之外，并无其他经营业务，亦未持有除发行人之外其他公司股权，民生超市与发行人不存在同业竞争的情况。

China Fresh Produce Holdings Co., Ltd.和 China Fresh Retail Holdings Co., Ltd.为投资持股性质的公司，China Fresh Produce Holdings Co., Ltd.持有 China Fresh

Retail Holdings Co., Ltd.100%的股权, China Fresh Retail Holdings Co., Ltd.持有民生超市 100%股权。除前述持股外, China Fresh Produce Holdings Co., Ltd.和 China Fresh Retail Holdings Co., Ltd.并没有持有其他公司股权, 且未开展其他经营业务。

The HSBC Private Equity Fund 3 Limited 系由 HSBC Private Equity Management (BVI) 3 Limited 发起并管理的私募股权基金, HSBC Private Equity Management (BVI) 3 Limited 为 HSBC Private Equity(Asia) Limited(汇丰直接投资(亚洲)有限公司)全资子公司, 并且 HSBC Private Equity(Asia) Limited 为 HSBC Private Equity Management (BVI) 3 Limited 之顾问公司。The HSBC Private Equity Fund 3 Limited 于 2003 年 1 月 3 日在开曼群岛注册成立, 属于有限责任公司。

目前, 汇丰控股旗下 The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited (简称“汇丰银行”)拟将其所持有的 80.1%汇丰直投的股权受让给 Foci Holdings Limited, 转让完成后, 汇丰银行仍将持有汇丰直投 19.9%的股权。股权受让方 Foci Holdings Limited 系汇丰直投 17 名高级管理人员设立的公司。目前, 该等股权转让尚在进行中。

股权转让完成后, 汇丰直投拟改名为: Headland Capital Partners Limited (汇睿资本有限公司), 其管理层不会发生变化。

由于 The HSBC Private Equity Fund 3 Limited 系由 HSBC Private Equity Management (BVI) 3 Limited (为汇丰直投全资子公司)发起并管理的私募股权基金, 股权转让完成后, 相应的, The HSBC Private Equity Fund 3 Limited 名称拟改为: The Headland Private Equity Fund 3 Limited, HSBC Private Equity Management (BVI) 3 Limited 名称拟改为: Headland Private Equity Management 3 Limited。

股权转让完成后, The HSBC Private Equity Fund 3 Limited 除名称发生变化外, 其投资者及基金的绩效分配等安排不会因为股权转让而发生变化, 民生超市对本公司派出的高级管理人员或董监事人员亦不会因为股权转让而做出任何变更。

4、福建汇银投资股份有限公司

成立时间：2008年9月22日

注册资本：3,570万元

实收资本：3,570万元

注册地：福州市鼓楼区西二环中路436号

法定代表人：彭华生

公司类型：股份有限公司（非上市、自然人投资或控股）

股东构成：公司132名骨干员工（其中陈芝英是公司已故员工家属），其中林振铭先生为公司副总经理、财务总监；陈金成先生为公司副总经理；吴光旺先生为公司监事；陈光优先生为公司董事。

经营范围：对商业、贸易业的投资及其投资咨询（不包括金融、证券、期货投资咨询）

财务状况：福建汇银投资股份有限公司最近一年及一期的财务情况如下：

单位：人民币万元

总资产		净资产		净利润	
2010年6月30日	2009年12月31日（经审计）	2010年6月30日	2009年12月31日（经审计）	2010年1-6月	2009年（经审计）
3,618.13	3,662.82	3,618.13	3,619.98	-1.85	264.72

截至2010年6月30日，汇银投资的股东情况如下：

编号	发起人姓名	认购股份数	认缴股款(元)	持股比例(%)
1	翁海辉	683,000.00	683,000.00	1.913%
2	林振铭	683,000.00	683,000.00	1.913%
3	张叶茂	683,000.00	683,000.00	1.913%
4	林春	683,000.00	683,000.00	1.913%

5	林群波	683,000.00	683,000.00	1.913%
6	林小斌	683,000.00	683,000.00	1.913%
7	林周	683,000.00	683,000.00	1.913%
8	陈金成	683,000.00	683,000.00	1.913%
9	林恩平	683,000.00	683,000.00	1.913%
10	张进义	683,000.00	683,000.00	1.913%
11	林立权	683,000.00	683,000.00	1.913%
12	张建珍	683,000.00	683,000.00	1.913%
13	林建华	683,000.00	683,000.00	1.913%
14	林树	683,000.00	683,000.00	1.913%
15	陈昂	683,000.00	683,000.00	1.913%
16	张庆铭	683,000.00	683,000.00	1.913%
17	江国永	683,000.00	683,000.00	1.913%
18	黄添平	683,000.00	683,000.00	1.913%
19	谢文柱	683,000.00	683,000.00	1.913%
20	郑文华	683,000.00	683,000.00	1.913%
21	林发长	614,700.00	614,700.00	1.722%
22	林建明	614,700.00	614,700.00	1.722%
23	吴光旺	546,400.00	546,400.00	1.531%
24	刘用增	546,400.00	546,400.00	1.531%
25	方爱国	546,400.00	546,400.00	1.531%
26	林榕城	546,400.00	546,400.00	1.531%
27	林昌敏	546,400.00	546,400.00	1.531%
28	许红	478,100.00	478,100.00	1.339%
29	彭华生	478,100.00	478,100.00	1.339%
30	全姬凤	478,100.00	478,100.00	1.339%
31	冯树椿	478,100.00	478,100.00	1.339%
32	徐拥军	478,100.00	478,100.00	1.339%

33	林建新	409,800.00	409,800.00	1.148%
34	游达	409,800.00	409,800.00	1.148%
35	陈仁其	409,800.00	409,800.00	1.148%
36	方晓	409,800.00	409,800.00	1.148%
37	林雅钦	341,500.00	341,500.00	0.957%
38	林嵩	341,500.00	341,500.00	0.957%
39	李志勇	341,500.00	341,500.00	0.957%
40	叶建潮	341,500.00	341,500.00	0.957%
41	魏娥	341,500.00	341,500.00	0.957%
42	郑艳	341,500.00	341,500.00	0.957%
43	方文忠	341,500.00	341,500.00	0.957%
44	林秀芳	273,200.00	273,200.00	0.765%
45	林发通	273,200.00	273,200.00	0.765%
46	吕飞学	273,200.00	273,200.00	0.765%
47	邱祝连	273,200.00	273,200.00	0.765%
48	柯晓杰	273,200.00	273,200.00	0.765%
49	陈颖	273,200.00	273,200.00	0.765%
50	邱府栋	273,200.00	273,200.00	0.765%
51	江秋斌	273,200.00	273,200.00	0.765%
52	李国	273,200.00	273,200.00	0.765%
53	林烜	273,200.00	273,200.00	0.765%
54	孙文晞	273,200.00	273,200.00	0.765%
55	游贤华	204,900.00	204,900.00	0.574%
56	柯友亮	204,900.00	204,900.00	0.574%
57	曾凤荣	204,900.00	204,900.00	0.574%
58	侯玉珠	204,900.00	204,900.00	0.574%
59	陈克明	204,900.00	204,900.00	0.574%
60	赖优福	204,900.00	204,900.00	0.574%

61	程小明	204,900.00	204,900.00	0.574%
62	林明武	204,900.00	204,900.00	0.574%
63	郑春铨	204,900.00	204,900.00	0.574%
64	杜莉岩	204,900.00	204,900.00	0.574%
65	李善平	136,600.00	136,600.00	0.383%
66	林晶	136,600.00	136,600.00	0.383%
67	郑艳	136,600.00	136,600.00	0.383%
68	张天明	136,600.00	136,600.00	0.383%
69	林雪仙	136,600.00	136,600.00	0.383%
70	金泊斌	136,600.00	136,600.00	0.383%
71	黄兰珠	136,600.00	136,600.00	0.383%
72	张恒广	136,600.00	136,600.00	0.383%
73	陈芝英	136,600.00	136,600.00	0.383%
74	熊厚富	136,600.00	136,600.00	0.383%
75	陈光优	136,600.00	136,600.00	0.383%
76	卢敏	136,600.00	136,600.00	0.383%
77	郭智强	136,600.00	136,600.00	0.383%
78	林振栋	136,600.00	136,600.00	0.383%
79	肖振荣	136,600.00	136,600.00	0.383%
80	陈家平	136,600.00	136,600.00	0.383%
81	程雪榕	136,600.00	136,600.00	0.383%
82	郑寿钦	136,600.00	136,600.00	0.383%
83	耿力	136,600.00	136,600.00	0.383%
84	林海	136,600.00	136,600.00	0.383%
85	谢荣华	136,600.00	136,600.00	0.383%
86	黄德顺	136,600.00	136,600.00	0.383%
87	官长衡	136,600.00	136,600.00	0.383%
88	吴学松	136,600.00	136,600.00	0.383%

89	王友端	136,600.00	136,600.00	0.383%
90	林碧恩	136,600.00	136,600.00	0.383%
91	李文斌	136,600.00	136,600.00	0.383%
92	王红	136,600.00	136,600.00	0.383%
93	林炳元	115,700.00	115,700.00	0.324%
94	林燕	68,300.00	68,300.00	0.191%
95	叶金梅	68,300.00	68,300.00	0.191%
96	黄迎	68,300.00	68,300.00	0.191%
97	林代军	68,300.00	68,300.00	0.191%
98	黄锦妹	68,300.00	68,300.00	0.191%
99	陈清梅	68,300.00	68,300.00	0.191%
100	方贤福	68,300.00	68,300.00	0.191%
101	李春英	68,300.00	68,300.00	0.191%
102	连德明	68,300.00	68,300.00	0.191%
103	吕艳	68,300.00	68,300.00	0.191%
104	张艳丽	68,300.00	68,300.00	0.191%
105	黄华维	68,300.00	68,300.00	0.191%
106	林美钦	68,300.00	68,300.00	0.191%
107	阮细添	68,300.00	68,300.00	0.191%
108	陈铭灿	68,300.00	68,300.00	0.191%
109	陈华	68,300.00	68,300.00	0.191%
110	王裕平	68,300.00	68,300.00	0.191%
111	陈家健	68,300.00	68,300.00	0.191%
112	王小军	68,300.00	68,300.00	0.191%
113	林成剑	68,300.00	68,300.00	0.191%
114	张凤玉	68,300.00	68,300.00	0.191%
115	陈胜龙	68,300.00	68,300.00	0.191%
116	陈航	68,300.00	68,300.00	0.191%

117	魏书芳	68,300.00	68,300.00	0.191%
118	陈云霞	68,300.00	68,300.00	0.191%
119	黄频	68,300.00	68,300.00	0.191%
120	梁建安	68,300.00	68,300.00	0.191%
121	李峰	68,300.00	68,300.00	0.191%
122	纪昌盛	68,300.00	68,300.00	0.191%
123	李建波	68,300.00	68,300.00	0.191%
124	邱琳	68,300.00	68,300.00	0.191%
125	危棋用	68,300.00	68,300.00	0.191%
126	黄兴权	68,300.00	68,300.00	0.191%
127	杨春	68,300.00	68,300.00	0.191%
128	张青燕	68,300.00	68,300.00	0.191%
129	帅少敏	68,300.00	68,300.00	0.191%
130	李文渝	68,300.00	68,300.00	0.191%
131	杨永均	68,300.00	68,300.00	0.191%
132	何家云	68,300.00	68,300.00	0.191%
	合计	35,700,000.00	35,700,000.00	100%

（二）实际控制人基本情况

公司的实际控制人为张轩松先生和张轩宁先生，张轩宁先生与张轩松先生为兄弟关系。此外，张轩松和张轩宁先生还签署了《股东一致行动协议书》，约定：任一方按照公司章程的规定向股东大会提出提案或临时提案，均应事先与另一方协商一致；双方应在公司股东大会召开日十日前，就提交股东大会审议的事项及提案的表决协调一致，并按协调一致的立场行使其股份表决权。

（三）控股股东及实际控制人主要控制企业基本情况

实际控制人控制的其他企业包括：

1、福建省永辉商业有限公司

成立时间：2003年8月14日

注册资本：3,510 万元

实收资本：3,510 万元

注册地：福州市台江区鳌峰北侧、鳄鱼公园西侧三层

股权结构：张轩松持股 35%、张轩宁持股 25%、郑文宝持股 10%、郑景旺持股 10%、谢香镇持股 10%、叶兴针持股 10%

主营业务：销售钟表、眼镜；自有房屋租赁及物业管理、对商业、贸易业的投资及其相关咨询服务。

2010 年 5 月 14 日，经福建省工商行政管理局核准，福建省永辉商业股份有限公司变更为有限责任公司，更名为“福建省永辉商业有限公司”。

财务状况：福建省永辉商业有限公司最近一年及一期的财务情况如下：

单位：人民币万元

总资产		净资产		净利润	
2010 年 6 月 30 日	2009 年 12 月 31 日(经审计)	2010 年 6 月 30 日	2009 年 12 月 31 日(经审计)	2010 年 1-6 月	2009 年(经审计)
8,004.80	7,747.44	3,967.98	3,937.97	19.71	-52.788

2、福建轩辉房地产开发有限公司

成立时间：2005 年 11 月 11 日

注册资本：5,000 万元

实收资本：5,000 万元

注册地：福州市闽侯县上街镇金屿村 316 国道北侧（原余盛批发市场大楼 2-100 室）

股权结构：张轩松持股 60%，张轩宁持股 20%，林登清 10%，李日强 10%

主营业务：房地产开发

财务状况：福建轩辉房地产开发有限公司最近一年及一期的财务情况如下：

单位：人民币万元

总资产		净资产		净利润	
2010年6月30日	2009年12月31日(经审计)	2010年6月30日	2009年12月31日(经审计)	2010年1-6月	2009年(经审计)
25,980.74	18,342.21	4,252.18	4,347.34	-95.17	-529.86

3、XUANHUI (AUSTRALIA) PTY LTD.

成立时间：2006年5月10日

注册资本：1 澳元

注册地：澳大利亚

股权结构：张轩宁持股 50%，张秀琴持股 50%

主营业务：进出口贸易

财务状况：截至 2009 年 6 月 30 日，XUANHUI (AUSTRALIA) PTY LTD. 的资产总计为 22.24 万澳元，所有者权益合计为 5.89 万澳元；实现净利润 3.93 万澳元。

4、YONGHUI (AUSTRALIA) INVESTMENTS PTY LTD.

成立时间：2004年6月10日

注册资本：10 澳元

注册地：澳大利亚

股权结构：张轩松持股 50%，黄巧榕持股 50%

主营业务：进出口贸易

财务状况：截至 2009 年 6 月 30 日，YONGHUI(AUSTRALIA)INVESTMENTS PTY LTD.的资产总计为 14,785.52 澳元，所有者权益合计为-3,219.66 澳元，实现净利润 1,741.17 澳元。

(四)实际控制人或控股股东直接或间接持有的本公司股票质押或其他有争议的情况

截至招股意向书签署日，实际控制人和控股股东间接或直接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

八、发行人股本的有关情况

(一) 本次发行前后本公司股本结构

本次发行前，本公司总股本为 657,900,000 股，本次拟发行不超过 110,000,000 股人民币普通股，本次发行股份占发行后总股本的比例不超过 14.32%。以发行 110,000,000 股计算，本次发行前后的股本结构如下表：

股东名称	发行前		发行后	
	持股数（股）	股权比例	持股数（股）	股权比例
张轩松	159,754,750	24.28%	159,754,750	20.80%
张轩宁	114,110,540	17.34%	114,110,540	14.86%
郑文宝	22,822,110	3.47%	22,822,110	2.97%
叶兴针	22,822,110	3.47%	22,822,110	2.97%
谢香镇	22,822,110	3.47%	22,822,110	2.97%
黄纪雨	22,822,110	3.47%	22,822,110	2.97%
郑景旺	22,822,110	3.47%	22,822,110	2.97%
林登秀	22,822,110	3.47%	22,822,110	2.97%
张天云	22,822,110	3.47%	22,822,110	2.97%
张枝龙	22,822,110	3.47%	22,822,110	2.97%
汇银投资	43,557,830	6.62%	43,557,830	5.67%
民生超市	157,900,000	24.00%	157,900,000	20.56%
社会公众股	-	-	110,000,000	14.32%
合计	657,900,000	100%	767,900,000	100%

(二) 本公司前十名股东

本次公开发行前，公司共有 12 名股东，其持股情况如下表：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	张轩松	159,754,750	24.28%
2	张轩宁	114,110,540	17.34%
3	郑文宝	22,822,110	3.47%
4	叶兴针	22,822,110	3.47%
5	谢香镇	22,822,110	3.47%
6	黄纪雨	22,822,110	3.47%
7	郑景旺	22,822,110	3.47%
8	林登秀	22,822,110	3.47%
9	张天云	22,822,110	3.47%
10	张枝龙	22,822,110	3.47%
11	汇银投资	43,557,830	6.62%
12	民生超市	157,900,000	24.00%
	合计	657,900,000	100%

（三）本公司前十名自然人股东及其在本公司担任的职务

本次公开发行前，共有 10 名自然人股东，其持股情况及在公司担任的职务如下表：

自然人股东	持股数(股)	持股比例	公司职务
张轩松	159,754,750	24.28%	董事长
张轩宁	114,110,540	17.34%	董事、总经理
郑文宝	22,822,110	3.47%	董事、副总经理兼生鲜事业部总经理
叶兴针	22,822,110	3.47%	董事、副总经理兼服装事业部总经理
谢香镇	22,822,110	3.47%	监事、食品用品事业部总经理
黄纪雨	22,822,110	3.47%	生鲜事业部食品加工部采购经理
郑景旺	22,822,110	3.47%	监事会主席、生鲜事业部副总经理
林登秀	22,822,110	3.47%	监事、工程部经理
张天云	22,822,110	3.47%	生鲜事业部营运标准部经理
张枝龙	22,822,110	3.47%	生鲜事业部采购部负责经理

如上表所示，本公司股东黄纪雨、张天云、张枝龙未在本公司担任董事、监事或高级管理职务。

（四）战略投资者及其持股情况

本公司目前无战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

根据《上市规则》关联人的界定，张轩松、张轩宁为兄弟关系，分别持有公司 24.28%、17.34%的股权。谢香镇为张轩松、张轩宁的妹夫，黄纪雨为张轩松的内弟，林登秀为郑景旺的姐夫，谢香镇、黄纪雨、林登秀和郑景旺分别持有公司 3.47%的股权。

（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

公司控股股东张轩松、张轩宁承诺：在公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接和间接持有的公司首次公开发行股票前已发行股份，也不由公司回购该部分股份。在上述锁定期满后，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份的 25%；在离职后 6 个月内，不转让其所持有的公司股份。

公司股东汇银投资、民生超市、郑文宝、叶兴针、谢香镇、黄纪雨、郑景旺、林登秀、张天云、张枝龙承诺：在公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接和间接持有的公司首次公开发行前已发行股份，也不由公司回购其持有的股份。

作为公司董事、监事或高级管理人员，郑文宝、叶兴针、郑景旺、林登秀、谢香镇承诺如下：除前述锁定期外，其在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的 25%；离职后 6 个月内，不转让其所持有的公司股份。

九、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工情况

1、报告期内公司员工人数情况如下：

年份	人数(人)
2010年6月30日	23,418
2009年12月31日	19,130
2008年12月31日	16,144
2007年12月31日	9,584

2、截至2010年6月30日，公司员工结构如下：

(1) 专业构成：

类别	人数	占总员工比例
采购人员	1,405	6.00%
营运人员	21,335	91.10%
财务人员	215	0.92%
其他人员	463	1.98%
总计	23,418	100%

(2) 学历构成情况：

类别	人数	占总员工比例
初中(含)以下	10,498	44.8%
高中/中专	10,031	42.8%
大专	2,289	9.8%
本科	588	2.5%
本科以上	13	0.1%
总计	23,418	100%

(3) 年龄构成情况：

类别	人数	占总员工比例
18-25岁	9,293	39.7%
26-35岁	7,680	32.8%
36-45岁	4,890	20.9%
46岁以上	1,554	6.6%
总计	23,418	100%

（二）执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

1、社会保险费缴纳情况

报告期内公司各项社保具体缴费金额如下：

单位：元

	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
养老保险	16,722,055.92	27,269,292.55	14,825,049.63	5,189,129.00
医疗保险	8,176,615.44	12,739,830.52	2,463,145.03	524,479.70
失业保险	998,867.13	2,893,936.31	1,697,097.42	600,617.68
工伤保险	653,514.00	1,119,078.10	611,443.12	155,746.28
生育保险	702,358.88	1,167,662.96	685,748.21	189,080.74
合计	27,253,411.37	45,189,800.44	20,282,483.41	6,659,053.40

报告期内，公司存在未为部分员工缴纳社会保险费的情形。从2008年起发行人开始逐步规范完善员工社保缴纳事宜。公司员工构成中，农业户口及外地员工占据较大的比重。对于农业户口而言，由于我国社会保障体系尚处于不断完善中，尚未普遍惠及农村，且城镇的社会保障系统与乡村的社会保障系统尚不能对接；而外地员工的流动性较大，加之2010年之前社会保障跨地区转移的问题，上述部分员工不愿意缴纳社会保险费，因此，基本社会保障制度不易全面贯彻执行。故虽经公司动员，但部分员工仍然不愿缴纳社会保险，经实地调查访谈部分不愿缴纳社会保险及公积金的员工，不缴纳社会保险系其真实意思表示。

本公司实际控制人张轩松先生、张轩宁先生于2010年6月15日出具《承诺函》，作出如下承诺：承诺人承诺将督促发行人及其控股子公司全面执行法律、法规及规章所规定的社会保险，为全体员工建立社会保险账户，依法缴存社会保险费，并逐步解决部分员工不愿参保的问题，最终达到为全体员工建立社会保险账户，依法缴存社会保险费。另外，若相关主管部门认定发行人存在欠缴社会保险费的情况而要求发行人及其控股子公司为其员工补缴社会保险费，或发行人及其控股子公司被任何一方追偿该等社会保险费，或发行人及其控股子公司因此被相关主管部门处以罚款，承诺人将共同无条件以现金全额支付该部分需补缴或被追偿的社会保险费或相关罚款，保证发行人不因此遭受任何损失。

发行人在报告期内存在未为部分员工缴纳社会保险费的情形，该等情形不符合法律、法规有关社会保险费缴纳的规定。由于发行人及其控股子公司所在地劳动和社会保障部门确认报告期内发行人及其控股子公司不存在受到社会保障部门处罚的情况，发行人实际控制人已承诺无条件全额承担可能被补缴和被追偿的损失，保证发行人不因此遭受任何损失。

有鉴于此，保荐人和发行人律师认为发行人未按规定缴纳社会保险费的情况，对发行人本次发行不构成重大不利影响，亦不会构成本次发行的法律障碍。

2、住房公积金缴纳情况

公司在 2010 年 1 月 1 日之前未执行住房公积金制度，未为员工缴纳住房公积金。自 2010 年 1 月 1 日起，公司已按照有关规定执行住房公积金制度，为符合国家和地方规定缴纳条件的员工缴纳了住房公积金，未受到住房公积金管理部门的处罚。

根据福州住房公积金管理中心于 2010 年 6 月 13 日出具的《证明》、重庆市住房公积金管理中心于 2010 年 6 月 13 日出具的《证明》、南平市住房公积金管理中心于 2010 年 6 月 17 日出具的《证明》、莆田市住房公积金管理中心于 2010 年 6 月 17 日出具的《证明》、泉州市住房公积金管理中心于 2010 年 6 月 17 日出具的《证明》、三明市住房公积金管理中心永安管理部于 2010 年 6 月 17 日出具的《证明》，发行人及其控股子公司超大永辉、永辉滨江丽景、永辉工业、现代农业、闽侯永辉商业、文化传媒、海峡食品、闽侯永辉超市、重庆永辉、南平永辉、泉州永辉、永安永辉、莆田永辉于 2010 年 1 月 1 日起依照住房公积金管理的有关法律、法规的规定建立了住房公积金账户，为员工缴纳住房公积金，虽然其在 2010 年 1 月 1 日前未为员工缴纳住房公积金，但鉴于其已主动建立健全住房公积金缴存管理制度，依法为员工缴纳住房公积金，依据相关省、市关于住房公积金管理的相关规定以及实际情况，上述住房公积金管理部门认为，发行人及其上述子公司于 2010 年 1 月 1 日以前未为员工缴纳住房公积金的行为不属于重大违法违规行为，上述住房公积金管理部门确认不对发行人及其上述子公司之前的未缴纳行为进行处罚。

公司及控股子公司所在地的住房公积金管理中心尚未要求发行人及其控股子公司补缴住房公积金。经公司测算，如需本公司补缴住房公积金，补缴金额对报告期内的净利润影响数为：2007 年度不超过 300 万元，2008 年度不超过 650 万元，2009 年度不超过 1,100 万元。

公司实际控制人张轩松、张轩宁于 2010 年 3 月 1 日出具《承诺函》作出如下承诺：若相关主管部门要求公司及控股子公司为其员工补缴 2010 年 1 月之前的依法应缴纳的住房公积金，或公司及控股子公司被任何一方追偿该等住房公积金，承诺人将共同无条件以现金全额支付该部分需补缴或被追偿的住房公积金，并承担相应法律责任，保证公司不因此遭受任何损失。

保荐人和发行人律师认为：发行人及其控股子公司在 2010 年 1 月 1 日以前未执行住房公积金制度，未为符合条件的员工缴纳住房公积金，存在不规范之处。由于相关住房公积金管理部门已确认发行人及其控股子公司已自 2010 年 1 月 1 日起执行住房公积金制度，不存在因违反住房公积金缴纳方面的法律法规而受处罚的记录；此外，发行人及其主要控股子公司所在地的住房公积金管理部门已就此出具相关证明认定该等公司 2010 年 1 月 1 日以前未为员工缴纳住房公积金的行为不属于重大违法违规行为，并确认不对该行为进行处罚；同时，发行人实际控制人已承诺无条件全额承担可能被补缴和被追偿的损失，保证发行人不因此遭受任何损失，从而有效地避免了可能为发行人所带来的经济损失。有鉴于此，发行人 2010 年 1 月 1 日以前未为符合条件的员工缴纳住房公积金的行为不属于重大违法违规行为，对发行人本次发行不构成重大不利影响，亦不会构成本次发行的法律障碍。

十、持有公司 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺

1、持有公司 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员包括公司董事长张轩松、总经理张轩宁、民生超市、汇银投资、郑文宝、叶兴针、谢香镇、郑景旺、林登秀。

2、本公司实际控制人张轩松、张轩宁于 2010 年 3 月 1 日出具《承诺函》作

出如下承诺：“若相关主管部门要求公司及控股子公司为其员工补缴 2010 年 1 月之前的依法应缴纳的住房公积金，或公司及控股子公司被任何一方追偿该等住房公积金，承诺人将共同无条件以现金全额支付该部分需补缴或被追偿的住房公积金，并承担相应法律责任，保证公司不因此遭受任何损失。”

3、本公司实际控制人张轩松先生、张轩宁先生于 2010 年 6 月 15 日出具《承诺函》，作出如下承诺：承诺人承诺将督促发行人及其控股子公司全面执行法律、法规及规章所规定的社会保险，为全体员工建立社会保险账户，依法缴存社会保险费，并逐步解决部分员工不愿参保的问题，最终达到为全体员工建立社会保险账户，依法缴存社会保险费。另外，若相关主管部门认定发行人存在欠缴社会保险费的情况而要求发行人及其控股子公司为其员工补缴社会保险费，或发行人及其控股子公司被任何一方追偿该等社会保险费，或发行人及其控股子公司因此被相关主管部门处以罚款，承诺人将共同无条件以现金全额支付该部分需补缴或被追偿的社会保险费或相关罚款，保证发行人不因此遭受任何损失。

4、公司控股股东及实际控制人张轩松及张轩宁先生已于 2010 年 3 月 1 日共同出具承诺函，保证促使公司完善公司财务管理制度，确保公司今后不再发生开具或接受无真实商业交易背景的承兑汇票情况，并进一步承诺若因前述资金及票据往来致使公司承担任何责任或受到任何处罚，因此给公司遭受任何损失的，承诺人将共同无条件以现金全额赔偿该等损失，并承担连带责任。

5、实际控制人张轩松和张轩宁承诺：若任何方以任何理由就持有《福州永辉连锁超市有限公司股权凭证》，而向永辉超市提出任何主张、索赔或要求，并且致使永辉超市产生损失的，由本人全额向公司承担该等损失。

6、除实际控制人张轩松、张轩宁外，作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的有关股份锁定承诺（详见本节“八、发行人的股本情况”之“（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”）、避免同业竞争承诺（详见“第七节 同业竞争与关联交易”之“一、同业竞争”之“（三）避免同业竞争的承诺”）和公司实际控制人张轩松、张轩宁作出的关于全额承担公司有可能被追偿住房公积金的损失承诺外，公司主要股东及实际控制人无其他重要承诺。

7、除实际控制人张轩松、张轩宁外，持有 5%以上的股东民生超市和汇银投资作出的有关股份的锁定承诺（有关情况详见本节之“八 发行人股本的有关情况”之“（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”）。

第六节 业务和技术

一、发行人的主营业务及变化情况

本公司的主营业务是超市的连锁经营，是以经营生鲜为特色，以大卖场、卖场及社区超市为核心业态、以便利店的特许加盟为补充、以食品加工和现代农业相结合的连锁超市业务。

截至 2010 年 6 月底，本公司及其控股的子公司拥有 135 家连锁门店，总经营面积约 865,720 平方米，主要遍布我国四大经济区域，即海峡西岸经济区的福建省、成渝经济区的重庆市、京津冀都市经济圈的北京市和泛长三角经济区的安徽省，其中福建省已开业门店数量达到 81 家，经营面积约 440,539 平方米；重庆市已开业的门店数量达到 47 家，经营面积约 331,020 平方米；北京市属于 2009 年新进的市场，已开业的门店数量达到 5 家，经营面积约 63,318 平方米；安徽省属于 2010 年战略性新进的市场，已开业的门店数量达到 2 家，经营面积约 30,843 平方米，2010 年计划新开门店 10 家；公司特许经营加盟的便利店门店数量达到 85 家，全部在福建省福州市。未来公司将分别以福建省、重庆市、北京市、安徽省作为海峡西岸经济区、成渝经济区、京津冀都市经济圈和泛长三角经济区的核心市场，在加强和巩固核心市场的前提下对四大区域的周边市场进行核心扩张和渗透，并逐渐发展成为全国性的超市企业。

本公司是国内首批将生鲜农产品引进现代超市的流通和农业产业化企业之一，是福建省“流通及农业产业化”双龙头企业、重庆市政府重要商品应急保供重点企业，被国务院七部委誉为中国“农改超”推广的典范，被商务部列为“全国重点流通企业”、“双百市场工程”、“万村千乡市场工程”和“家电下乡”重点企业。

本公司自设立以来，主营业务没有发生变化。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）行业主管部门、行业管理体制

公司所属行业为商业流通行业中的连锁超市行业。目前，我国对连锁超市行业的监管采取国家宏观调控和行业自律相结合的方式。我国连锁超市行业的行政管理部门为商务部和各地商业管理部门，其主要职能是制定产业政策与发展规划；中国商业联合会、中国连锁经营协会等作为行业自律组织，其主要职能是协调成员单位之间以及成员与政府部门之间的沟通交流。

（二）产业政策及主要行业法规

2009年的中央1号文件明确指出，“扩大国内需求，最大潜力在农村；实现经济平稳较快发展，基础支撑在农业；保障和改善民生，重点难点在农民。”中央提出“要积极开拓农村市场，用现代流通方式建设和改造农村流通网络，改善农村消费环境。要加强农产品市场体系建设，支持大型连锁超市和农产品流通企业开展农超对接，建设农产品直接采购基地。”

2009年2月9日，商务部新闻发布会上表示，商务部支持流通企业跨区域兼并重组，做大做强，打造沃尔玛式的大型流通企业，从而搞活流通扩大消费。

2008年12月30日，国务院办公厅下发的《关于搞活流通扩大消费的意见》（国办发[2008]134号）指出，一是健全农村流通网络，拉动农村消费，包括推进万村千乡工程和双百工程，加快完善农产品流通网络和农业生产资料流通体系，全面推进家电下乡。二是增强社区服务功能，扩大城市消费；三是提高市场调控能力，维护市场稳定；四是促进流通企业发展，降低消费成本，包括培育大型流通企业集团，支持中小商贸企业发展，实施工商水电同价；五是发展新型消费模式，促进消费升级；六是切实改善市场环境，促进安全消费；七是加大财政资金投入，支持流通业发展。

2008年12月28日，商务部提出大力推进农产品流通体系建设，1、培育多层次农产品市场，拓宽农产品流通主渠道，批发市场是我国当前农产品流通的主渠道，70%的农产品通过批发市场进入零售环节。商务部实施“双百市场工程”以来，累计支持309家大型农产品批发市场和大型农产品流通企业，建设和改造

冷链、质量安全可追溯系统、检验检测和环保等准公益性设施项目 709 个。“双百市场工程”拓宽了农产品流通渠道，提高了农产品流通效率，成为解决农产品“卖难”问题的重要途径；2、开展农产品“农超对接”试点，探索农产品流通新途径，鼓励超市直接从农产品生产基地采购生鲜农产品，引导超市建设农产品生产基地；3、改造农贸市场，改善农产品终端消费环境。

2007 年 11 月商务部办公厅下发《关于做好县级城市商业网点规划工作的通知》（商建字[2007]109 号），有利于加快推进全国商品市场体系建设，规范城市商业网点建设。

2007 年 4 月商务部下发的《关于“促消费”的若干意见》（商运发[2007]120 号）指出，强调重点培育农村消费，大力促进城市消费，继续做好城市商业网点规划，整顿和规范市场秩序，并鼓励支持有条件的地区大型流通企业和中心商业街区展开消费和品牌推广活动。

2006 年 10 月商务部、发改委、公安部、税务总局、工商总局联合下发的 2006 年第 17 号令《零售商供应商公平交易管理办法》指出，零售商与供应商应当本着合法、自愿、公平、诚实信用的原则进行交易；零售商不得滥用市场终端的优势地位。

2006 年 9 月商务部、发改委、公安部、税务总局、工商总局联合下发的 2006 年第 18 号令《零售商促销行为管理办法》，规范了零售商的促销行为，保障了消费者的合法权益，有利于维护公平竞争秩序和社会公共利益，促进零售行业健康有序发展。

2006 年 7 月商务部下发的《国内贸易发展“十一五”规划》指出，“十一五”期间，社会消费品零售总额年均实际增长约 11%；批发零售贸易和餐饮业增加值年均实际增长约 9%；限额以上连锁企业销售总额年均增长约 21%，占社会消费品零售总额的 25%左右；形成 15~20 家具有全国影响力和一定国际竞争力的大型国内贸易企业及一批区域性龙头企业。

为加强农产品现代流通体系建设，国家商务部会同财政部等六部委决定从 2006 年起在全国实施“双百市场工程”，一是重点改造 100 家大型农产品批发市

场，二是着力培育 100 家大型农产品流通企业，力争用三年时间，通过中央和地方共同推动以及重点市场、重点企业示范带动，完成全国一半左右（约 2000 家）农产品批发市场升级改造；争取全国约 300 家大型农产品流通企业经超市销售农产品的比例达到 30%以上。

2005 年 8 月国务院下发的国发(2005)19 号《国务院关于促进流通业发展的若干意见》指出，推进国有流通企业改组改制，加快培育大型流通企业集团；推进连锁经营快速发展，鼓励发展物流配送中心等。这将有利于促进我国零售行业的加速整合，提高行业集中度，增强与外资竞争能力。

（三）公司所处行业的基本情况

1、行业概况

（1）我国零售行业的业态分类

根据商务部 2004 年颁布的《零售业态分类》，按照零售店铺的结构特点，根据其经营方式、商品结构、服务功能，以及选址、商圈、规模、店堂设施、目标顾客和有无固定营业场所等因素将零售业分为食杂店、便利店、折扣店、超市、大型超市、仓储会员店、百货店、专业店、专卖店、家居建材店、购物中心、厂家直销中心、电视购物、邮购、网上商店、自动售货亭、电话购物等 17 种业态，

据联商网 2010 年 1 月 28 日的报道，由中国连锁经营协会承担的《零售业态分类》国家标准修订已进入公开征求意见环节，本次修订首次对超市业态细分为便利超市、社区超市、综合超市、大型超市四大类。修订的征求意见稿将零售行业分为有店铺零售业态和无店铺零售业态，具体如下：

有店铺零售业态		
业态	经营面积	经营商品及基本特点
食杂店	100 平方米以下	以烟酒、饮料、休闲食品为主
便利店	200 平方米以下	日用小百货为主，营业 16 个小时以上
折扣店	300-500 平方米	商品均价低于市场均价，重视自有品牌
仓储会员店	6,000 平方米以上	自有品牌 4,000 多种，低价、批量消费

专卖店		按商品特点定	某一品牌系列商品为主，量少质优高毛利		
厂家直销中心		建筑面积 100-200 平方米	品牌商品生产商直接设立，500 车位		
专业店	专业市场	按商品特点定	经营某一类商品为主，摊位管理		
	专业超市	按商品特点定	某一类商品为主，采用集中收款方式		
百货店	高档百货店	6,000-20,000 平方米	高档百货商品		
	时尚百货店	6,000-20,000 平方米	时尚百货商品		
	大众百货店	6,000-20,000 平方米	大众百货商品		
购物中心	社区购物中心	建筑面积 5 万平方米以内	20-40 个租赁店独立经营		
	市区购物中心	建筑面积 10 万平方米以内	40-100 个租赁店独立经营		
	城郊购物中心	建筑面积 10 万平方米以上	200 个租赁店独立经营		
超市	便利超市	200-500 平方米	即食品、日用小百货为主，营业 16 个小时以上		
	社区超市	500-2,000 平方米	生鲜食品为主，营业 12 小时以上		
	综合超市	2,000-6,000 平方米	日常生活必需品，营业 12 小时以上		
	大型超市	6,000 平方米以上	大众化衣食日用品一次购齐、设停车场		
无店铺零售业态					
电视购物	邮购	网上商店	自动售货亭	直销	电话购物

(2) 我国零售行业发展迅猛

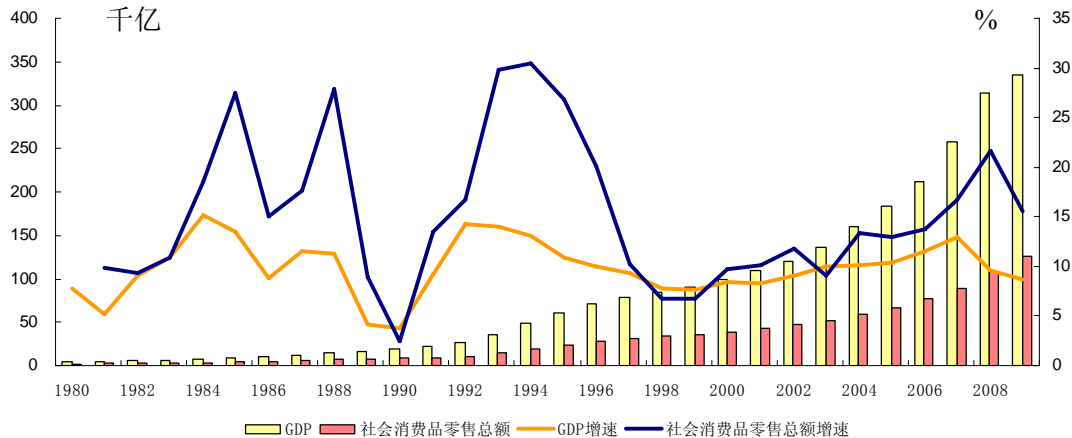
中国拥有世界上最庞大的消费人群，2008 年底消费者达到约 13.3 亿，超过美国的 4 倍，如此广阔的市场空间将孕育商业零售行业的未来发展前景。EIU(The Economist Intelligence Unit) 研究也显示：2020 年，中国将超过美国，成为全球最大的消费市场。

我国社会消费品零售总额在 2008 年突破 10 万亿元，达到 108,487.7 亿元，而截至 2009 年底，社会消费品零售总额已经达到约 125,343 亿元，同比增长 15.5%。

自 1980 年以来，我国社会消费品零售总额的年复合增长率约 15.1%；并且

每年社会消费品零售总额的增长率大都高于 GDP 的增长率，尤其是受宏观经济影响的 2008、2009 年，商业零售行业整体表现出了较强的抗周期性，社会消费品零售总额分别同比增长 21.6%和 15.5%，扣除价格因素，实际增长 15.7%和 16.2%，随着国家刺激消费政策的出台 2009 年比 2008 年同期加快 0.5 个百分点。随着经济的复苏，商业零售行业将继续保持稳定增长。

图 6-1：社会消费品零售总额与 GDP 的规模和增长情况（1980-2009）



数据来源：万得资讯

（3）零售行业将迎来未来十年的黄金发展周期

目前中国经济构成中，消费占比明显偏低，居民消费占比仅 35.32%，远低于发达国家 55-70%的水平。我国人均 GDP2003 年突破 1,000 美元，2006 年突破 2,000 美元，2008 年突破 3,000 美元，正处于消费水平快速增长和消费结构转型升级时期，国家也多次出台政策刺激消费，未来中国经济增长方式转变必将带来消费的大幅增长。

中国经济的持续增长、第三次消费高峰的到来、扩大内需政策的逐步落实、居民收入的持续提高、城市化进程的加速、社会保障体系的完善等因素都将促使中国居民消费长期稳健增长，商业零售行业将充分分享消费增长，体现其流通渠道的价值。而我国第三次消费高峰的启动，将为商业零售业带来高增长，使得商业零售行业处于发展的黄金周期。

（4）零售行业参与者数量众多，市场竞争激烈

国内商业零售行业参与企业众多，且以区域性经营为主，竞争激烈。根据国

家统计局的统计，2004 年全国限额以上零售业（不包括餐饮、批发和住宿业）法人企业 21,692 家，而 2007 年全国限额以上零售业法人企业数增加到 26,691 家，限额以上零售业法人企业的从业人数达到 355.34 万人。零售行业已经成为稳定居民生活、保证国民就业的关键行业之一。

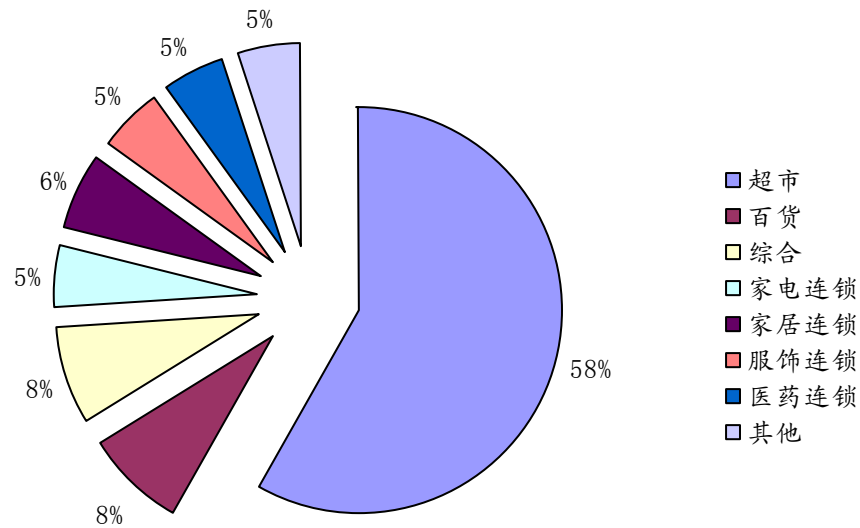
零售行业是我国最早开放、市场化程度最高、竞争最为激烈的行业之一。自从 2001 年中国加入 WTO，承诺于 2004 年全面开放零售市场后，外资零售企业在华扩张的速度明显加快。根据中国连锁经营协会的统计数据，2004 年中国零售行业百强企业排名前 20 名的企业中只有 2 家是外资零售企业，而截至 2008 年该数量已经增加到 5 家。凭借雄厚的资本实力、丰富的经营经验和国际化的投资视野，外资零售企业在与我国内资零售企业的竞争中占据相对优势。国际零售巨头在日用品方面的全球供应商优势及规模优势，迅速提升其在国内超市市场的市场份额，激化超市行业的竞争程度。

与外资零售企业相比，部分内资超市企业的优势在于深入了解国内消费者的消费习惯以及先入为主的 brand 效应，并且部分内资超市企业借助差异化的经营和区域市场规模优势，不断提升自身管理能力，加强核心竞争力，与激烈的行业竞争中保持竞争优势。

（5）超市行业孕育着大型零售企业

从国际经验来看，超市行业中容易诞生巨型零售企业。根据 2008 年统计的全球零售前 250 强，超市、百货、家电、家居零售企业占据较大比重，其中超市类零售企业的销售收入占总收入的 58% 左右。而以超市经营为主的零售企业在全全球前 10 强零售企业中占据前 4 强，分别为沃尔玛、家乐福、Tesco 和麦德龙。

图 6-3：国际零售 250 强的业态分布



数据来源：德勤研究报告，《Global Powers of Retailing 2009》

超市作为一种零售渠道，主要是满足居民日常生活的基本需要，涉及的是人们每天不断消耗的商品，市场容量巨大，发展空间广阔，而目前内资超市企业的规模均相对较小，未来发展空间巨大。

（6）我国超市行业处于快速成长期

美国学者戴韦森（William Davidson W. R.）、伯茨（Bates A. D.）和巴斯（Bass S. J.）于 1976 年共同提出了零售业的生命周期理论，他们认为，与产品生命周期一样，零售业态也要经过导入（革新）、成长（竞争）、成熟、衰退四个发展阶段。从发达国家零售业态的演变历程看，人均 GDP 的增长是零售各子业态演变的决定因素。一般而言，人均 GDP 突破 1,000 美元至 3,000 美元是现代百货业的高速发展期，3,000 美元以上大型综合超市开始兴起，6,000 美元以上便利店业态流行，10,000 美元及 12,000 美元以上仓储式商店和大型购物中心逐步繁荣。

表 6-1 美国零售业态变迁

业态	快速成长期	人均 GDP(美元)	从开始到成熟期的年数	目前的生命周期阶段	代表公司
综合店	1800-1840	NA	100	衰退与废弃	-
单品店	1820-1840	NA	100	成熟	传统的米店等

百货店	1860-1940	NA	80	成熟	Sears
量贩店	1870-1930	NA	70	衰退	-
折扣店	1955-1975	2,500-7,500	20	成熟	沃尔玛
超市	1935-1965	1,000-3,500	35	成熟/衰退	Safeway
购物中心	1950-1965	2,000-3,000	40	成熟	Paramus
便利店	1965-1975	3,500-7,500	20	成熟/衰退	7-11
快餐店	1960-1975	3,000-7,500	15	成熟	麦当劳
家庭用品中心	1965-1980	3,500-12,000	15	成长后期	Homedepot
超级专卖店	1975-1985	7,500-17,000	10	成长期	玩具反斗城
仓储式零售店	1970-1980	5,000-12,000	10	成熟	Levits
计算机商店	1980-1985	12,000-17,000	5	成熟	Computer Land
超级电器店	1980-1985	12,000-17,000	5	成熟	Best Buy
直销中心	1980-	12,000 以上		成长后期	GAP
会员俱乐部	1985-	17,000 以上		成长期	SAM's Club
MALL	1985-	17000 以上		成长后期	West Edmonton Mall
电子商务	1990-	20000 以上		成长期	Ebay

数据来源: Mason, Joseph Barry, And Mayer, Morris Lehman, Modern Retailing: Theory and Practice

从人均 GDP 与零售业态的生命发展周期关系看, 虽然我国整体人均 GDP 已经超过 3,000 美元, 但大多数地区的当前人均 GDP 处于 2,000-3,000 美元之间, 理论上正是超市行业的快速成长期, 且已经进入成长期中的竞争阶段, 即异业态竞争已告一段落, 取而代之的是同业态竞争。

(7) 流通体制区域分割阻碍国内超市企业跨区域扩张

目前国内超市行业面临的普遍问题是跨区域发展, 具体原因是现行流通体制中区域分割的制约。所谓区域分割是指厂商为了销售其产品, 一般都会在每个省、区指定一家代理商或经销商。经销商、代理商是厂商在该区域的流通中介, 具有排他性。我国这种区域分割的商品流通格局使得连锁超市企业在一个区域的采购

优势不能在新扩张区域继续发挥，从而制约了连锁超市企业的跨区域扩张。而只有在区域市场形成市场领先优势的超市企业才能获得采购、物流等方面的规模优势，提升获利能力。

随着超市企业规模的不断扩大，直采比例和议价能力将不同程度的上升，现有区域代理体制的制约将逐渐减弱，跨区域发展能力将逐渐提高。本公司采取以生鲜为特色的差异化经营，在采购过程中主要以直采为主，很大程度上克服了区域分割问题，随着本公司销售规模的扩大，对上游供应商的议价能力不断提升。目前，本公司已经成功实现了在福建和重庆两个不同市场的跨区域发展，并且在两个区域市场处于优势地位，具备成功的跨区域发展能力。

（8）内资超市企业多业态并存，外资超市企业以大卖场为主

近几年，内资连锁超市都坚持多业态发展，2008年连锁百强中超市10强的内资企业诸如华润万家、联华超市、物美集团、农工商超市、新一佳等都同时拥有大卖场、标准超市、便利店等多种业态，外资超市企业在我国开设的门店大多是2万平方米以上的大卖场。

截至2010年6月30日，本公司以大卖场（20家）、卖场（64家）和社区超市（51家）为核心业态，以便利店为补充，且根据当地不同的经济发展水平，适时发展不同业态，更好地满足当地消费者的需求。而随着公司经营大卖场业态的逐渐成熟，未来在开拓新市场过程中公司将更多地以大卖场为核心。

（9）超市有条件逐渐取代传统农贸市场，改变消费者的购物习惯

农贸市场凭借产品品类齐全、价格实惠、货品新鲜等特点成为我国居民购买生鲜食品的传统渠道，而随着人民生活水平的提高，消费者对购物环境、产品质量、价格透明等方面的要求也越来越高，农贸市场已逐渐适应不了人民生活的更高需求。以生鲜为主的超市的出现则符合居民购买生鲜食品的需要，扫除了传统农贸市场“劣、脏、乱、差”的弊端，优秀的生鲜超市在保有农贸市场货品新鲜、品类齐全等优势的情况下，还拥有卫生良好的购物环境、周到的服务、放心的产品品质及优惠的价格等特点，从而改变了消费者对生鲜产品的购物习惯，有逐渐取代传统的农贸市场的趋势。

2、行业经营模式及其特征

(1) 行业经营模式

①个体经营和连锁经营

从组织形式来看，超市行业的经营模式主要分为个体经营和连锁经营两大类，其中连锁经营凭借其规模化经营的特点，成为目前零售业广为采用的经营模式。连锁经营模式通常分为三种形式：直营连锁、特许经营连锁、自由连锁，其中前两种方式在我国较为常见。

i 直营连锁

直营连锁指的是连锁公司的店铺均由公司总部全资或控股开设，在总部的直接领导下统一经营。总部对各店铺实施人、财、物及商流、物流、信息流等方面的统一经营。直营连锁利用连锁组织集中管理、分散销售的特点，充分发挥了规模效应。本公司主要采用直营连锁模式。

ii 特许经营连锁

特许经营是指特许者将自己所拥有的商标、商号、产品、专利和专有技术、经营模式等以特许经营合同的形式授予被特许者使用，被特许者按合同规定，在特许者统一的业务模式下从事经营活动，并向特许者支付相应的费用。本公司的便利店即采用特许经营模式。

iii 自由连锁

也称自愿连锁，连锁公司的店铺均为独立法人，各自的资产所有权关系不变，在公司总部的指导下共同经营。各成员店使用共同的店名，与总部订立有关购、销、宣传等方面的合同，并按合同开展经营活动。在合同规定的范围之外，各成员店可以自由活动。根据自愿原则，各成员店可自由加入连锁体系，也可自由退出。

②自营、联营和代销

从盈利来源看，超市行业的经营模式也可分为自营、联营和代销。

i 自营

又称约期买断，由超市企业直接采购商品，待购销商品验收入库后，将作为超市企业的库存，与商品所有权相关的风险和收益均由超市企业承担。自营方式下，购销差价将是主要利润来源。

ii 联营

供应商提供商品在超市企业卖场指定区域设立品牌专柜由供应商的销售人员负责销售，双方共同管理。在商品尚未售出的情况下，该商品仍属供应商所有，超市企业不承担该商品的跌价损失及其他风险，主要的利润来源是销售额扣点。

iii 代销

分为两大类：一类是手续费的形式，是指委托方和受托方签订合同或协议，委托方根据代销商品数量向受托方支付手续费的销售方式；一类是视同买断，是指委托方和受托方签订合同或协议，委托方按合同或协议收取代销的货款，实际售价由受托方自定，实际售价与合同或协议价之间的差额归受托方所有。代销模式下，零售商在将商品售出后再支付货款给供应商。

目前，除了少部分如电视机、电冰箱等家电产品采用代销方式外，本公司对生鲜及加工、食品用品、服装等三大类商品均采用自营模式。而 2009 年以前，公司的服装商品大都采用了视同买断的代销方式，服装商品的风险在出售之前均由供应商承担。

(2) 行业特征

① 技术特征

连锁超市企业的技术特征主要是连锁管理技术和信息管理技术。连锁超市企业连锁管理技术关键在于如何实现采购、配送、批发、零售的一体化，从而实现统一采购和规范化管理带来的低成本运营。信息管理技术的核心在于如何确保企业与其分散在各地的经营网点按照规范的管理标准实现高效率的运营。通过信息管理系统，连锁超市企业可以实现整个业务链的集成与优化，实现公司总部与子公司及门店、供应商、配送中心、客户之间的信息沟通与业务指令传递，做到“进、

销、存、财务”一体化，实现对资金流和物流的高效管理，提升市场反应速度。同时，信息系统还有供应商关系管理和客户关系管理功能，利用有效的客户信息和市场信息，降低信息搜索和分析成本，提高门店决策效率。

②区域性特征

由于我国区域经济、城市规模差异较大，各区域市场的连锁超市企业的发展速度及规模也存在较大差异。从区域经济差异看，长江三角洲、珠江三角洲和环渤海等三大城市群内的连锁超市企业数量较多、竞争激烈。

此外，受我国流通体制区域分割影响，内资超市企业大都以区域发展为主，由于当地企业在网点布局上的先发优势，以及对当地消费者的需求和消费习惯了解比较深入，在特定区域形成了较强的竞争能力。本公司凭借其独特的生鲜经营模式已经成功在福建、重庆两个地区形成领先的市场地位，其快速复制的成功模式有望突破我国超市企业区域性特征，实现全国性发展战略。

③季节性或周期性特征

由于超市销售的产品大都为居民日常消费必需品，相比宏观经济及周期性行业而言，超市行业具备明显的抗周期性，行业波动较小。此外，超市行业也具备一定的季节性，一方面，在节假日如春节、“五一”劳动节、“十一”国庆节等节日期间，连锁超市企业销售额一般较平时大幅增长，超市企业也借此机会大举进行促销活动；另一方面，受商品自身的季节性影响如空调、服装、生鲜食品等，超市企业在销售结构上存在一定的季节性。

3、行业竞争情况

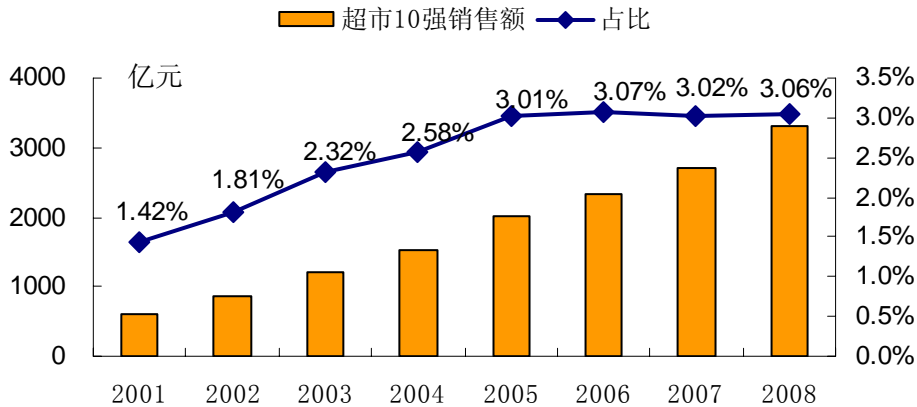
(1) 行业竞争格局和市场化程度

超市行业是我国开放最早、市场化程度最高、竞争最为激烈的行业之一。2004年之后，随着超市行业对外资全面开放，以及商务部决定自2008年9月12日始将外资商业企业的部分审批权下放到省级商务部门，外资超市企业凭借成熟的管理模式、雄厚的资金实力和强大的品牌效应加速扩张，行业竞争进一步加剧。

近几年，随着我国宏观经济的快速发展，超市龙头企业通过兼并收购和外延

式的扩张提高市场份额，企业规模不断发展壮大。根据中国连锁经营协会公布的2008年中国连锁百强排名，超市10强销售额占社会消费品零售总额的比例由2001年的1.42%提高到2008年的3.06%。

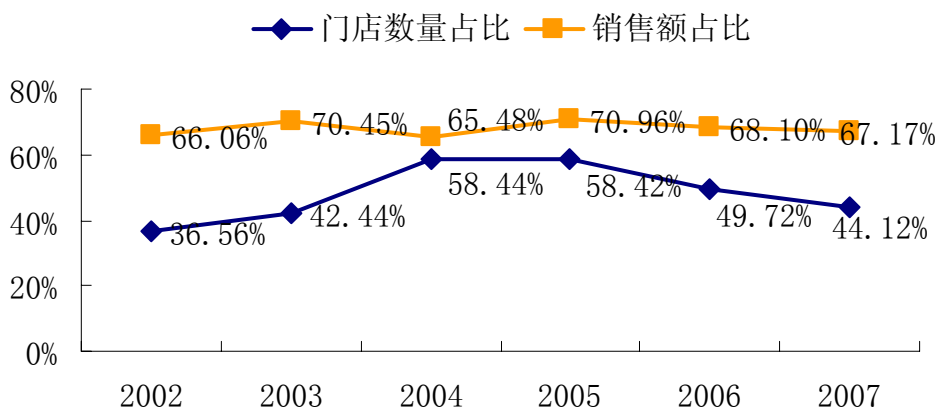
图 6-4：超市 10 强销售额占社会消费品零售总额比重



数据来源：中国连锁经营协会、中国商业联合会、国家统计局

根据国家统计局及中国连锁经营协会的统计数据，超市10强销售额占限额以上超市企业销售额的比例在2002年-2007年期间保持相对稳定，处于65%-71%区间，部分年份出现小幅下降的主要原因是中小型超市企业的快速发展。从超市10强的门店数量占比来看，所占比例在2004年达到58.44%后出现下降趋势，这与超市龙头企业大都采用面积较大的大卖场和卖场有关。

图 6-5：超市 10 强销售额和门店数量占限额以上超市企业的比重

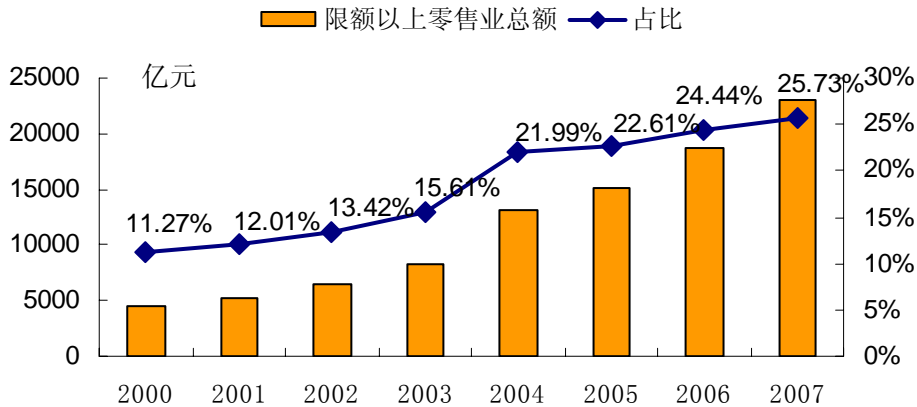


数据来源：国家统计局、中国连锁经营协会、中国商业联合会

虽然超市10强销售额占限额以上超市企业销售额的占比较高，但是由于门

槛较低等原因，超市行业还存在很多限额以下的小规模企业，如单店超市等。根据国家统计局的数据，2002年-2007年限额以上零售业销售总额占社会消费品零售总额的占比由11.27%提高到25.73%，上升趋势明显但占比仍然较低。

图 6-6：限额以上零售业总额占社会消费品零售总额比例



数据来源：国家统计局

超市 10 强销售额占限额以上超市企业销售额比重较高以及限额以上零售业总额占社会消费品零售总额比重较低，说明了我国超市行业目前正处于二元结构，即行业龙头企业和零散的单店超市并存，而超市龙头企业主要由全国性超市企业、区域优势企业和国际零售集团构成。未来，我国超市行业的整合将以超市龙头企业为主。

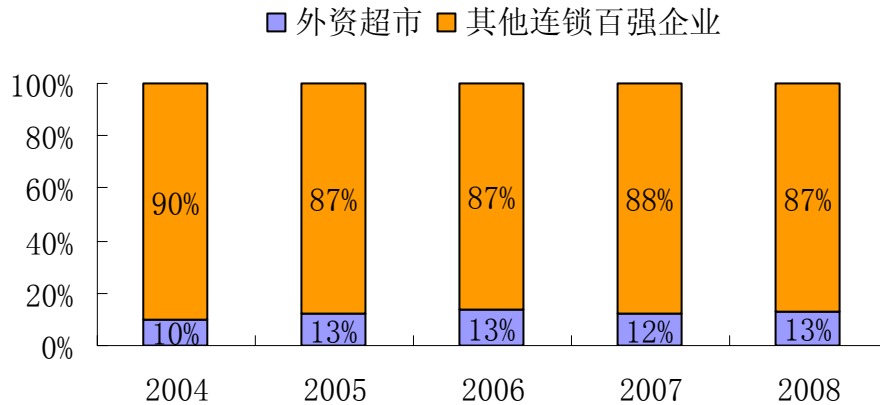
（2）行业内主要企业及市场份额

根据中国连锁经营协会统计的 2008 年中国连锁百强排名，在前 20 名的零售企业中约有 10 家以经营连锁超市为主，且基本都属于上市公司。其中，国有企业包括联华超市股份有限公司、华润万家有限公司、农工商超市（集团）有限公司、新合作商贸连锁集团有限公司，民营企业包括物美控股集团有限公司、新一佳超市有限公司，外资企业包括家乐福、沃尔玛、大润发、好又多等。

从销售规模来看，外资超市企业在国内的市场份额出现稳步上扬，外资超市企业销售额占连锁百强企业总额的比重由 2004 年的 10% 提高到 2008 年的 13%。这与我国零售业审批权限部分下放、国际零售集团的综合实力以及看好我国零售市场的发展前景关系密切。

根据中国连锁经营协会出具的 2008 年中国快速消费品连锁百强名单，外资超市的销售额占快速消费品连锁百强总额的比重为 27.8%，在超市这个细分行业中获得较高的市场份额。与此同时，外资超市销售额占 2008 年中国连锁百强的比重约 13%，占比相对稳定。

图 6-7：外资超市销售额占连锁百强企业总额的比重



数据来源：中国连锁经营协会

按 2008 年度中国快速消费品连锁百强排名，排名前 10 的超市企业分别为联华超市股份有限公司、家乐福（中国）管理咨询服务有限公司、康成投资（中国）有限公司（大润发）、华润万家有限公司、苏果超市有限公司、沃尔玛（中国）投资有限公司、农工商超市（集团）有限公司、物美控股集团有限公司、新一佳超市有限公司和好又多管理咨询服务（上海）有限公司，其中销售额最高的联华超市股份有限公司占快速消费品连锁百强的比例仅为 8.5%。这也充分说明了目前我国超市行业集中度较低的状况。

表 6-2：2008 年度中国快速消费品连锁十强

序号	企业名称	2008 年度销售额（亿元）	占快速消费品零售百强比例
1	联华超市股份有限公司（注）	500	8.5%
2	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	338	5.8%
3	康成投资（中国）有限公司（大润发）	336	5.7%
4	华润万家有限公司（注）	334	5.7%

序号	企业名称	2008 年度销售额（亿元）	占快速消费品零售百强比例
5	苏果超市有限公司（注）	304	5.2%
6	沃尔玛（中国）投资有限公司	278	4.7%
7	农工商超市（集团）有限公司	267	4.5%
8	物美控股集团有限公司（注）	208	3.5%
9	新一佳超市有限公司	175	3.0%
10	好又多管理咨询服务（上海）有限公司	164	2.8%
	快速消费品零售百强合计	5,877	
	本公司	56.78	

数据来源：中国连锁经营协会

注：本公司数据为经审计后数据

（3）农贸市场对超市行业的竞争状况

作为流通渠道的一种，传统农贸市场在过去一段时间内承载着现代超市的任务或职能。在超市行业快速发展的现阶段，农贸市场作为消费者购买生鲜商品的传统渠道仍然分流了现代超市的部分目标客户，尤其是对于以经营生鲜为特色的超市企业来说，来自传统农贸市场的竞争更为明显。

发达国家的生鲜农产品主要通过连锁超市和食品商店销售，其中美国和德国的农产品 90%是通过这类终端销售，日本通过该类渠道销售的农产品也达到 70%。目前我国农产品通过超市渠道销售的比重约 30%，另外约 70%的农产品通过传统农贸市场销售给消费者，以生鲜为特色的超市企业具备广阔的发展空间。

相对现代超市而言，传统农贸市场的竞争优势主要在于品种丰富、新鲜度高、价格便宜、购物便利等。但与此同时，我国农贸市场多以单体市场存在，尚未形成连锁经营，规模均较小，分布极其分散，与连锁超市企业相比不具备规模优势。此外，农贸市场以出租店铺为主，各批发商、个体户均独立经营，不利于农贸市场的统一管理。规范管理难度大，环境脏、秩序乱、服务差、产品劣、价格不透明以及偷税漏税等已经成为传统农贸市场发展的弊端。

随着人民生活水平的不断提高，消费者对购物环境、食品安全、售后服务、价格透明等方面的要求也越来越高，农贸市场开始逐渐适应不了人们生活的更高需求，国家也陆续出台政策支持“农改超”，治理“餐桌污染”工作。以生鲜为特色的连锁超市企业的出现符合居民购买生鲜商品的需求和顺应国家政策导向，成为取代农贸市场的主力军。

本公司作为我国以生鲜经营为特色的差异化发展的推广典范，与农贸市场相比具备明显的竞争优势，主要体现在：①凭借无中间环节的直接采购和规模优势降低采购成本，缩小了与农贸市场之间的价差，部分商品甚至低于农贸市场价格；②生鲜的自营模式实现了农产品的集约化经营管理；③标杆店、旗舰店的快速复制给消费者带来良好的购物体验，扫除了传统农贸市场“劣、脏、乱、差”的弊端；④超过 700 人的强大的生鲜采购团队为消费者提供了新鲜的、丰富的生鲜产品；⑤品牌影响力和企业信誉是商品质量和价格的保证；⑥向消费者提供周到的服务；⑦经营网络的不断扩大，为消费者购物提供便利，力争实现“家门口的永辉”的目标。

本公司经过约十年的长期摸索和总结，形成了具备价格优势、购物环境优势、服务质量优势、食品安全优势等特点的商业模式，该模式结合了传统农贸市场和现代超市的优点，并且已经在跨区域发展过程中经受住了不同市场的考验，这将使得本公司在我国超市逐渐取代农贸市场的过程中获得广阔的市场发展空间。

（4）进入本行业的主要障碍

超市行业基本无产业政策准入障碍、且进入的资本门槛较低，小到便利店，大到大卖场，行业参与者数量众多，竞争十分激烈。随着连锁超市经营的兴起及现代物流信息技术的应用，进入超市行业的门槛也逐渐提高，主要包括如下因素：

①管理团队和内部管理

超市是关注细节、精耕细作的行业，企业盈利的提升除了提高毛利率外，更多地来源于费用的控制和周转率的提高，而这些均需要优秀的管理团队和完善的内部管理做保障。正确的发展战略、较强的执行力和高效率的经营均需要一支优秀的管理团队，而这对于劳动相对密集的超市企业更是如此。在拥有优秀管理团

队的同时，完善的内部管理除了能够有效地将管理团队的经营理念体现在公司运营的各环节外，还能通过人才培养体系、薪酬激励体系、人事管理体系、绩效考核体系等为公司的发展壮大提供源源不断的优秀人才，保证中高层管理团队的稳定。新进入者临时招揽的人才存在一段时间的团队磨合期，此外，完善的内部管理体系及由此产生的经营理念、企业文化等都需要在日常经营过程中不断总结得到，存在一个不断完善或改进的过程。

②企业规模

超市具有典型的“薄利多销”的特点，企业规模在一定程度上决定其竞争力和盈利能力。经营规模较大的连锁超市企业既能够增强其对上游供应商的采购优势，获得较低的采购成本；又能够发挥规模效应、降低运营成本、节约费用。企业规模除了体现在采购额和销售额方面外，还反映在广泛的商品分销渠道网络和拥有的丰富的稀缺性网点资源。选址对连锁超市企业的发展至关重要，而往往先入企业已占据了成熟商圈的优势位置，新入企业会因无法取得有利的选址而在竞争中处于相对劣势，特别是对于以外延式扩张为主的超市企业来说，优秀的、稀缺性的经营网点规模在一定程度上决定了公司的竞争优势。

③资金规模

随着连锁经营的逐渐普及及追求规模效应，对于现阶段以外延扩张为主的超市企业来说资金实力就变得尤其重要，门店扩张、存货增加、物流中心及信息系统建设、人才培养等都需要大量的资金支持。另外，现代的零售企业开始逐渐意识到稀缺性经营网点的重要性，逐步通过购置、自建等方式来获得稳定的门店物业，这也将增加对资金的需求。

④较难效仿的盈利模式

传统的超市企业主要以日用百货为主，商品相对较为标准化和同质化，容易得到竞争对手的效仿，从而使得较高的盈利水平趋于下降，因此拥有一种独特的、使得竞争对手较难效仿的盈利模式，使得新进入者很难与现有的参与者竞争，是保证企业可持续盈利的基石。本公司的生鲜经营模式是公司长期以来不断创新形成，对行业新进入者来说具备一定的门槛要求：领先的生鲜经营理念、稳定的生

鲜采购基地、丰富的生鲜商品知识、超过 700 人的生鲜采购团队、科学的工作流程、与时俱进的内部管理体系、日趋完善的人才培养体系以及对百姓民生习俗的深入了解等。

⑤品牌影响力

良好的公司品牌是商品质量的保证、服务的保证、维持稳定的消费群体的重要保证。因此良好的公司品牌是决定连锁超市企业能否在激烈的市场竞争中生存和发展至关重要的因素。品牌影响力并非一朝一夕能够建立，而是通过多年的经营累积的、在行业内、消费者心中逐渐形成的，先入为主的优势尤其明显。对新进入者而言，树立公司品牌不仅需要漫长的时间积累，而且需要大量的人力、物力和财力等资源的持续保障。

(5) 市场供求状况及变动原因

①我国宏观经济环境将促进超市行业快速发展

超市行业所销售的商品主要是为了满足居民的基本生活需求，因此具备较强的抗周期性，但是还是会受到我国宏观经济的影响。随着中国经济的持续增长、第三次消费高峰的到来、扩大内需政策的逐步落实、居民收入的持续提高、城市化进程的加速以及社会保障体系的完善等，我国超市行业将步入发展的黄金期，而消费升级及农村市场将会给超市行业打开巨大的市场空间。

②一二线城市竞争激烈，三四线城市孕育更多机会

我国区域经济发展的不平衡造成了各区域消费者的消费能力的差异，而这也决定了不同区域的超市市场面临不同的发展阶段。从经济发展角度看，我国沿海地区属于经济发达地区如长三角、珠三角等，居民的人均可支配收入较高，这也成为了国内外超市企业的必争之地，超市行业发展也较为成熟。随着超市企业经营网络的不断扩张及新进入者的加入，超市企业之间的竞争愈演愈烈，部分一二线城市更是进入“一公里”的竞争态势。没有独特的盈利模式和核心竞争力的超市企业将在竞争中处于劣势。

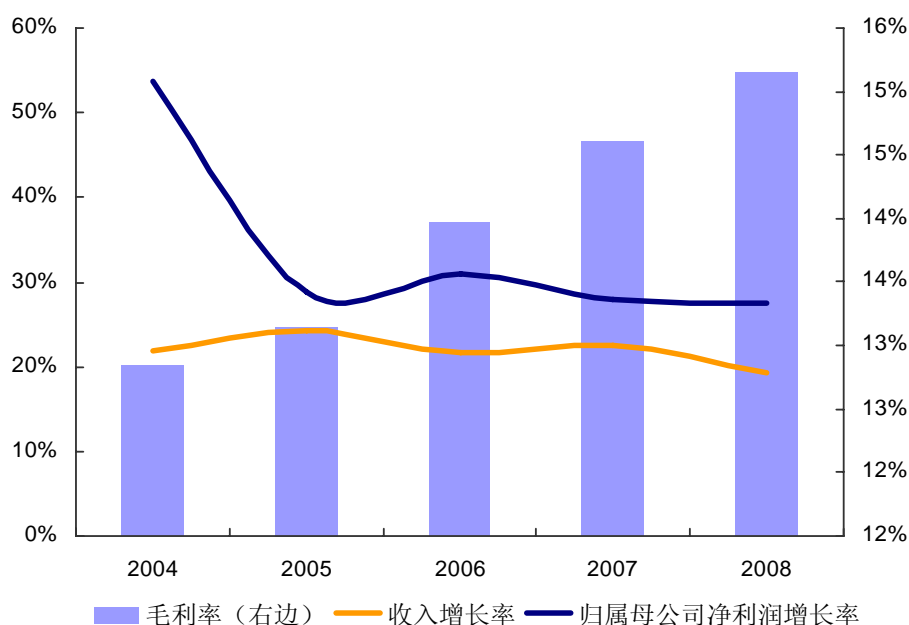
另一方面，随着我国城市化进程的加快、农村居民可支配收入的提高及鼓励“三农”政策不断出台，三四线城市和农村市场的消费潜力巨大，再加上超市行

业竞争相对缓和，三四线城市和农村市场将给超市企业带来更多机会。此外，根据 AC Nielsen 2007 年的统计资料，三四线城市大卖场、超市的发展速度明显快于一线城市，且高于全国平均水平。其中，地级市大卖场销售额增长比一线城市高 13-15 个百分点；超市销售额增长比一线城市高 8-11 个百分点。

(6) 行业利润水平的变动趋势

2004-2008 年期间，我国超市行业保持较快的增长，收入平均增长率达到 22% 左右；而虽然行业竞争日趋激烈，但随着经营规模的不断扩大，同期行业平均毛利率水平也由 2004 年的 12.8% 提高到 2008 年的 15.2%。超市行业的归属母公司净利润的平均增长率达到 33.8%，且均高于同期收入增长率水平；行业净利润的平均增长率在经过 2004 年大幅度增长后于近年保持相对稳定。

图 6-8：2004-2008 行业利润水平变动情况



数据来源：万得资讯（参考超市行业内主要上市公司的财务数据）

近年来超市行业净利润和毛利率不断提高主要基于以下原因是：（1）连锁模式的快速发展，带来了规模效益的上升；对供应商的议价能力逐渐提高；（2）消费升级。随着我国人均可支配收入的提高和消费习惯的改变，居民的消费支出逐渐增加，且增加对毛利率较高、品质较好的商品的需求；（3）城市化进程的加速推动了连锁超市行业的迅速发展。

4、影响行业发展的有利和不利因素

(1) 有利因素

受益于我国宏观经济的长期稳定增长、居民可支配收入提高、城市化进程加快、人口红利、消费观念转变以及国家促消费政策等因素，我国超市行业将迎来黄金发展期。

①国家促消费政策将为超市行业快速发展创造良好的商业环境

2009年12月5日至7日，中央经济工作会议在北京召开。会议提出，“要处理好保持经济平稳较快发展、调整经济结构、管理通胀预期的关系。继续实施积极的财政政策和适度宽松的货币政策”，“要以扩大内需特别是增加居民消费需求为重点，以稳步推进城市化为依托，优化产业结构，努力使经济结构调整取得明显进展”，“要加大国民收入分配调整力度，增强居民特别是低收入群众消费能力”。强调城市化是本次经济工作会议有别于以往会议的内容之一。

2009年5月30日，商务部八大举措搞活流通扩大消费促进增长，主要内容包括“健全农村流通网络，拉动农村消费。在农产品生产地建设鲜活农产品直采基地，到2010年支持500个农超对接项目”，“促进家电下乡，促进农村消费升级”，“推进社区商业建设，扩大城市消费”，“提高市场调控能力，维护市场稳定”，“积极开展促销活动，提振消费信心”，“开展内外贸对接工作，扩大国内消费”，“切实改善市场环境，促进安全消费”。

2008年12月30日，国务院办公厅下发《关于搞活流通扩大消费的意见》，一是健全农村流通网络，拉动农村消费，包括推进万村千乡工程和双百工程，加快完善农产品流通网络和农业生产资料流通体系。二是增强社区服务功能，扩大城市消费；三是提高市场调控能力，维护市场稳定；四是促进流通企业发展，降低消费成本，包括培育大型流通企业集团，支持中小商贸企业发展，实施工商水电同价；五是发展新型消费模式，促进消费升级；六是切实改善市场环境，促进安全消费；七是加大财政资金投入，支持流通业发展。

2007年4月，商务部下发《关于“促消费”的若干意见》，强调重点培育农村消费，大力促进城市消费，继续做好城市商业网点规划，整顿和规范市场秩序，

并鼓励支持有条件的地区大型流通企业和中心商业街区展开消费和品牌推广活动。

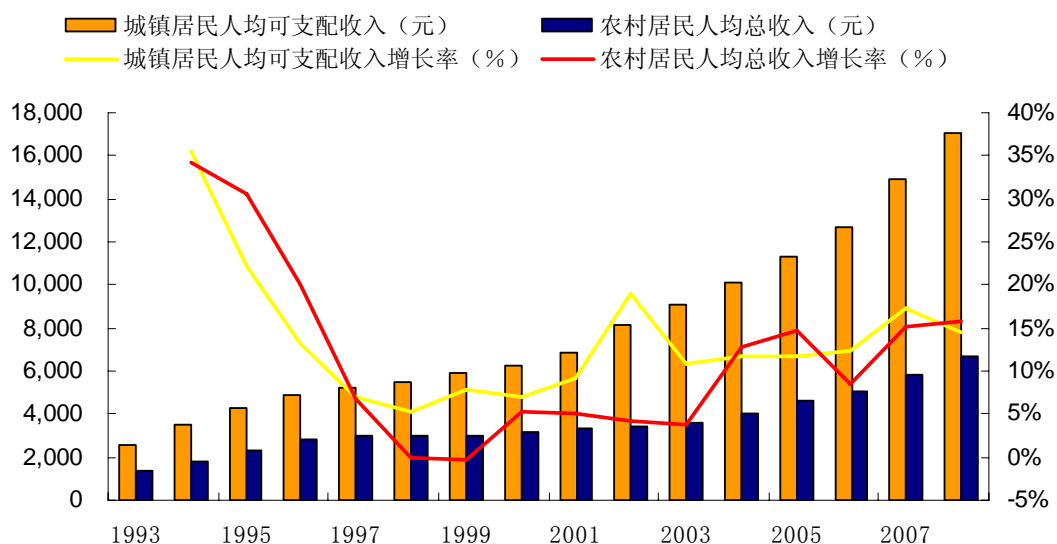
②宏观经济长期稳定增长推动超市行业长期健康发展

自 1980 年以来，我国 GDP 年平均增长率达到 9.9%，而同期社会消费品零售总额的年复合增长率达到 15.1%，高出 GDP 增长率约 5.2 个百分点，零售行业与宏观经济的的增长趋势相似。作为我国零售行业的重要细分子行业，宏观经济的持续向好将推动超市行业长期健康发展。

③人均可支配收入的提高及消费升级将进一步提升超市行业的市场空间

近年来，我国居民人均收入保持着每年超过 10% 的增长速度。根据万得资讯的统计数据，截至 2009 年底，城镇居民人均可支配收入达到 17,175 元，已经基本接近美国超市兴起的人均 3,000 美元的时期，农村居民人均纯收入达到 5,153 元。人均可支配收入的不断提高将进一步激发消费者的消费能力，从而提升超市行业的市场空间。

图 6-8：我国城镇及农村居民人均可支配收入及增长率



数据来源：万得资讯

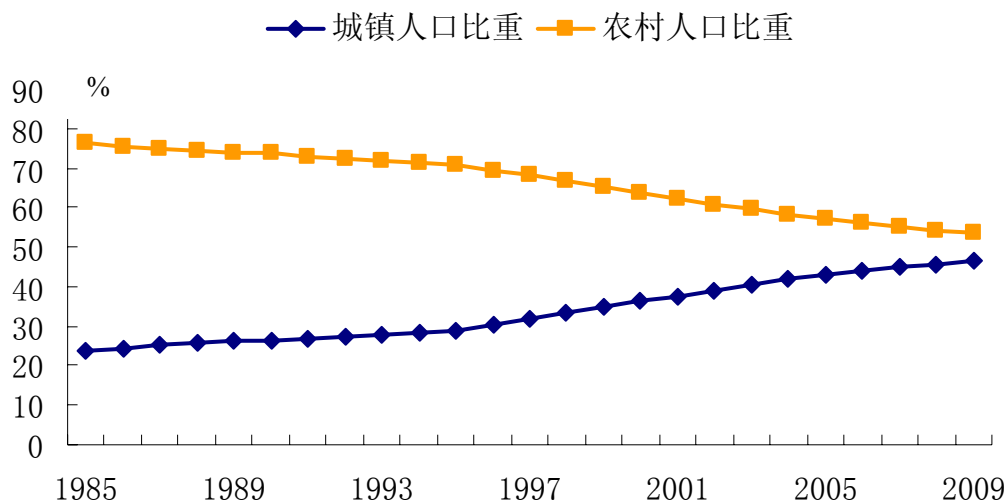
此外，麦肯锡全球研究院(MGI)的最新研究表明，到 2025 年，中国中等收入人群将会达到 5.2 亿人，届时将占中国预期城镇总人口的一半以上，其每年的可

支配总收入将达到 13.3 万亿人民币，这将成为推动中国品牌消费不可忽视的力量。

④城市化进程的加快将进一步打开农村市场空间

党的十七届三中全会通过了《中共中央关于推进农村改革发展若干重大问题的决定》，指出了未来农村改革的方向，提出农村土地改革、城乡统筹发展、逐步消灭城乡二元经济结构，进一步加大“三农”支出。2009年12月5日至7日召开的中央经济工作会议也提出，“要以扩大内需特别是增加居民消费需求为重点，以稳步推进城市化为依托，优化产业结构，努力使经济结构调整取得明显进展”。由此可见，城市化已经成为国家扩大内需、调整经济结构的重要考虑因素。

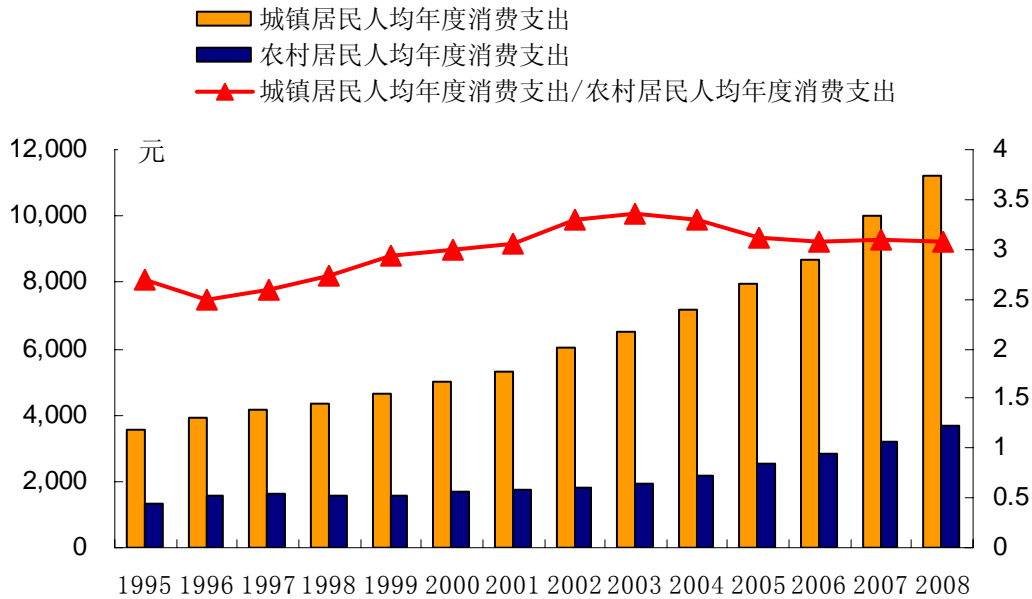
图 6-9：我国城市化进程



数据来源：万得资讯

截至 2009 年底，我国城镇人口占比约 46.59%，2008 年城镇居民人均消费支出约为农村居民的 3.1 倍。可见，城市化进程的推进为二、三、四线城市的超市市场带来更大的增量空间。根据国家计划生育委员会的估算，中国 2010 年城市化率为 47%，2020 年城市化率为 55%。这将成为我国超市及其他消费行业持续增长的重要源泉。

图 6-10：城镇居民及农村居民人均消费支出比较



数据来源：万得资讯

⑤人口红利将保证消费的稳定和增长

根据联合国人口署的预测，中国人口中 15-60 岁的人口数量将在 2015 年达到峰值，此后将持续最少 10 年的峰值状态（人口维持在 9 亿左右），而这部分的人口将构成超市市场消费的主力军。此外，我国建国以来第三次生育高峰（1980-1991 年）出生的人群逐渐开始步入“消费旺盛期”，有望带动新一轮的消费高峰。

⑥基础设施的完善及信息物流技术的提高将降低超市企业的运营成本

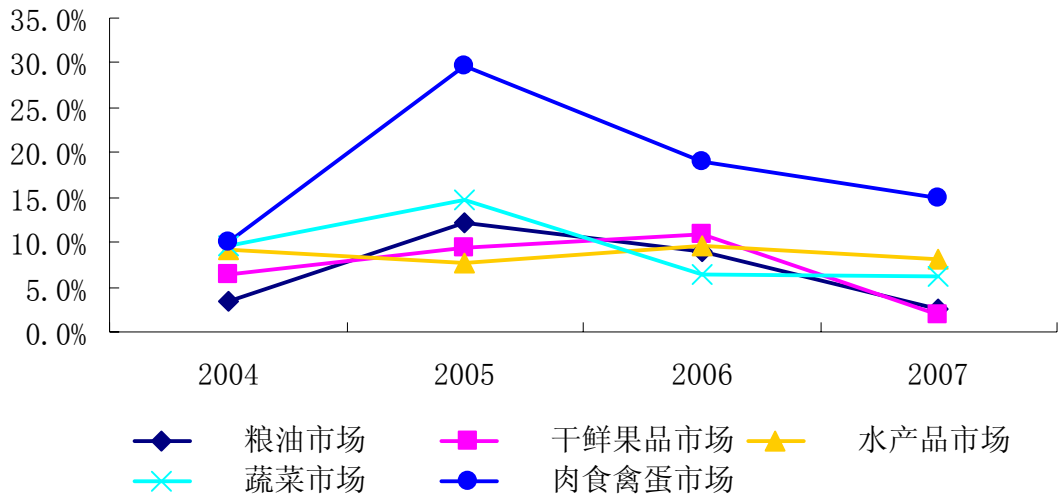
信息物流技术的应用已经逐渐成为超市企业发展壮大的必备因素。随着我国大力发展交通运输基础设施建设，在既有通路基础上继续完善全国铁路、公路设施，提高交通运输的速度和效率，大大缩短了全国性物流的时间和空间，有效降低超市企业的运营成本，有助于企业的跨区域发展。此外，再加上先进的信息物流技术的不断推陈出新，超市企业的运营效率得到进一步提升。

⑦消费习惯的改变将进一步加速“农改超”

随着消费者对购物环境、食品安全、服务质量等方面要求的提升，消费者将更习惯于在超市进行消费，而非传统的农贸市场。农贸市场将更多的承担批发业务或大宗农产品流通的职能。此外，超市企业在经营规模扩大的基础上不断提高

的议价能力也将进一步缩小甚至低于农贸市场的价格，从而大大提高超市相对农贸市场的竞争力，进一步加速“农改超”。如图 6-11 所示，2005 年以来我国亿元以上农产品专业市场的零售额占比呈现下降趋势，这也充分说明了随着消费者消费理念的改变，农贸市场的零售功能将逐渐由现代超市取代。

图 6-11：全国亿元以上农产品专业市场零售额占总成交金额的比重



数据来源：国家统计局

(2) 不利因素

① 专业人才缺乏

超市行业具有劳动力密集型和精耕细作的特点，具备较高的从业热情、吃苦耐劳精神和行业经验的专业人才往往是行业蓬勃健康可持续发展的要素。而随着消费者需求的不断升级以及行业竞争的日趋激烈，培育掌握零售技术、连锁经营管理知识、现代营销技术、物流管理及信息系统管理等专业知识的复合型专业人才作为企业核心竞争力要素的必要性已为超市行业广泛认知。虽然很多企业已经意识到人才培养和储备的重要性并制定了相关的政策和策略，但是与整体超市行业的快速发展相比，专业人才匮乏的问题依然很明显，并逐渐成为制约我国超市行业发展的关键因素之一。

② 恶性竞争

随着外资超市加速进入我国市场，行业竞争愈演愈烈，价格战等恶性竞争的

方式不仅不能提高整个行业的创新能力,而且还损害了整个行业和上下游产业的相关利益,不利于我国超市行业的持续健康发展。

③零售技术水平较低

我国超市企业普遍存在零售技术水平较低的问题,主要借助经营网点优势来出售同质化的商品,在精细化管理、品牌营销、供应链管理、业态定位、差异化经营、信息管理、品类管理等方面的管理水平较低,而这往往是国外超市企业核心竞争力的体现。部分超市企业还采取联营、物业出租等经营模式来获得收入和利润,其优势在于能够防范经营风险,但是与此同时将进一步妨碍国内超市企业在零售技术方面的磨练、提高和创新,不利于行业的长期发展。

④区域分割的流通体制

目前,我国现行流通体制中存在区域分割的制约,即厂商在销售产品时,一般都会在每个省、区指定一家代理商或经销商,经销商、代理商是厂商在该区域的流通中介,具有排他性。这种区域分割的商品流通格局在很大程度上制约着我国超市企业的跨区域发展。

⑤租金水平的上涨

超市企业多以租赁物业来扩张经营网点,租金构成了超市企业的主要成本。由于优秀商业物业的稀缺性以及我国房地产价格的不断上涨,近年来商业物业的租金也呈现上涨趋势,这将不利于超市企业的快速扩张,从而影响行业的健康发展。

5、行业发展趋势

(1) 销售渠道将不断下沉,三四级市场增长速度较快

随着城市化进程加快、物流等基础设施建设的完善,竞争激烈程度相对较小、发展空间较大的三四级市场将成为超市行业的兵家必争之地,2009年以来以沃尔玛、家乐福等为代表的国际零售商纷纷加快对三四级市场进行布点,销售渠道进一步下沉。

(2) 产业链的竞争将不断升级

为了在激烈的行业竞争中提高竞争力和盈利能力，超市企业纷纷采取“农超对接”、“自有品牌”、“买断经营”等方式，这在一定程度上反映了超市企业正在凭借其在整个产业链中的地位，尝试以流通环节去整合产业链的上游，而具备核心竞争力的、难以复制的经营模式的超市企业将在产业链的竞争中取得优势。

（3）行业整合或兼并收购频繁

目前我国超市行业的二元结构特征明显，各区域市场均存在各自的区域龙头企业，并且在与全国性超市企业和国际零售巨头的竞争中并不处于劣势。区域龙头企业在充分发展市场后将面临跨区域发展的问题，而兼并收购能够在短时间内实现跨区域发展，行业将呈现出兼并整合趋势。此外，我国超市行业集中度较低，随着一大批优秀超市企业的上市，它们将凭借强大的资本实力成为行业整合的主要推动力，进一步提升行业集中度。近年来，我国超市行业也频现兼并收购事件，如华润万家收购江苏苏果和家世界；物美商业收购北京美廉美；韩国乐天收购时代零售；新华都多次收购福建地区超市企业等。

（4）加大自主经营，改善零供关系

相比百货行业的联营模式和家电连锁行业的经销模式，超市行业大都采用买断经营，自主经营的理念更加普遍。而若对生鲜、服装等商品采取联营模式既不利于超市的统一管理，又不利于提高盈利水平。此外，大部分超市虽然采用买断经营，但所销售的商品存在同质性，没有按照不同地区的消费者的需求来采购相应的商品，在品类管理方面存在进一步改善的空间。为了提高竞争力，加大自主经营将成为超市企业的发展趋势。

另一方面，超市行业还通过向供应商收取促销费、广告费、管理费等来降低运营成本、提高自身盈利，部分超市企业甚至出现大部分利润来自向供应商收入的各种费用。这种不正常的零供关系将不利于超市行业的健康发展，也不利于消费者的利益。随着行业竞争的激烈及国家对于改善零供关系的政策的出台，超市企业与供应商的合作关系将得到进一步改善。

（5）电子商务等虚拟零售渠道将进一步威胁传统零售渠道

随着网络用户的增加、网上购物消费习惯的养成、网络交易安全及诚信系统

的完善以及电子商务企业物流体系的加强,电子商务等虚拟零售渠道越来越受到消费者的欢迎。尤其受经济危机的影响,虚拟零售渠道凭借其价廉、便利、选择性强等优势增长速度十分迅猛,如淘宝网、1号店等。随着我国网络普及率的提高,虚拟零售渠道的规模有望进一步提高。但与此同时,从美国经验来看,传统零售渠道仍将凭借购物体验等优势占据绝对大的比重。

6、发行人行业与上下游行业间的关联性和上下游行业发展情况

(1) 上游制造业的关联性

超市行业上游主要指各种商品的供应商,主要包括日用百货、食品、其他商品(如服装、小家电、文化用品、药品等)等制造企业以及农产品养殖户及其供应商。与超市企业相比,除了小部分品牌较强的快速消费品外,大部分供应商均在双方谈判中处于相对弱势。此外,随着超市企业全国统采比例的不不断提升,对供应商的议价能力逐渐提高。

另一方面,随着我国零供关系的逐渐改善,超市行业将更多地依靠加强经营管理来提升盈利,而非向供应商收取促销、广告、服务等费用。

(2) 消费者的关联性

一方面,随着居民消费的可支付能力也不断增强,进一步推动了超市行业有效需求的增长;同时,居民的消费需求、消费习惯等的变化,也进一步促进超市企业改善其现有的商品品类、经营模式等来适应需求。

另一方面,超市行业的不断创新也在一定程度上改变了消费者的购物习惯,使得很多消费者开始从传统农贸市场转到超市进行购物。

三、发行人面临的主要竞争状况

(一) 发行人所在区域市场的超市行业发展背景及竞争状况

截至2010年6月底,本公司及其控股的子公司拥有135家连锁门店,总经营面积约865,720平方米,主要遍布我国四大经济区域,即海峡西岸经济区的福建省、成渝经济区的重庆市、京津冀都市经济圈的北京市以及泛长三角经济区的安徽省,其中福建省已开业门店数量达到81家,经营面积约440,539平方米;

重庆市已开业的门店数量达到 47 家，经营面积约 331,020 平方米；北京市属于 2009 年新进的市场，已开业的门店数量达到 5 家，经营面积约 63,318 平方米；安徽省属于 2010 年战略性新进的市场，已开业的门店数量达到 2 家，经营面积约 30,843 平方米，2010 计划新开门店 10 家；公司特许经营加盟的便利店门店数量达到 85 家，全部在福建省福州市。

年度	项目	福建省	重庆市	北京市	安徽省
2008 年	GDP（亿元）	10,823.11	5,096.66	10,488.03	8,874.2
	社会消费品零售总额（亿元）	3,828	2,064.10	4,589.00	2,965.5
	城市化率	49.9%	50%	84.9%	40.5%
	常住人口（万人）	3,604	2,839	1,695	6,135
2008 年	公司门店数量（家）	59	18	0	0
	公司经营面积（平方米）	271,357	134,202	0	0
	公司销售收入（亿元）	41.33	15.45	0	0
2009 年	公司门店数量（家）	79	41	2	0
	公司经营面积（平方米）	409,450	283,506	26,261	0
	公司销售收入（亿元）	54.44	28.30	2.01	0

注：截至 2009 年底，公司尚未开始在安徽省营业。截至 2010 年 6 月底，安徽市场已 2 家门店，并计划 2010 年下半年新开门店 8 家

公司核心业态包括大卖场、卖场和社区超市，未来也将根据所进入市场的消费者的需求适时开设精品超市，满足不同层次消费者的需求。目前，公司已经成功实现跨区域的发展，分别在福建市场和重庆市场处于优势地位，未来计划在巩固福建和重庆两大市场的基础上继续延伸海峡西岸经济区和成渝经济区的其他市场机会，适时覆盖至四川和贵州以及福建其他城市，并且通过在北京和安徽市场的业务扩张提高在京津冀都市经济圈和泛长三角经济区的市场地位和知名度，最终实现全国的网点布局。

公司在各区域市场的竞争状况也会因为具体情况有所不同，具体如下：

1、海峡西岸经济区核心市场——福建省超市行业竞争状况

（1）超市行业发展背景

福建省作为我国海峡西岸经济区的主体，地处祖国东南部、东海之滨，东隔台湾海峡，与台湾省相望，东北与浙江省毗邻，西北横贯武夷山脉与江西省交界，西南与广东省相连，是中国著名侨乡。福建居于中国东海与南海的交通要冲，是中国距东南亚、西亚、东非和大洋洲最近的省份之一。

福建省基本情况		2008年	2009年
经济指标	GDP（亿元）	10,823.11	11,949.53
	社会消费品零售总额（亿元）	3,828	4,481
	城市化率	49.9%	N/A
人民生活指标（元）	人均GDP（全国排名）	30,030（第10名）	N/A
	城镇居民人均可支配收入（全国排名）	17,961（第7名）	19,577
	农村居民人均纯收入（全国排名）	6,196（第7名）	6,680
人口指标	常住人口（万人）	3,604	N/A
	15-64岁的人口占比	72.26%	N/A
本公司经营情况	门店数量（家）	59	79
	经营面积（平方米）	271,357	409,450
	综合毛利率（%）	18.14%	18.42%
	销售收入（亿元）	41.33	54.44

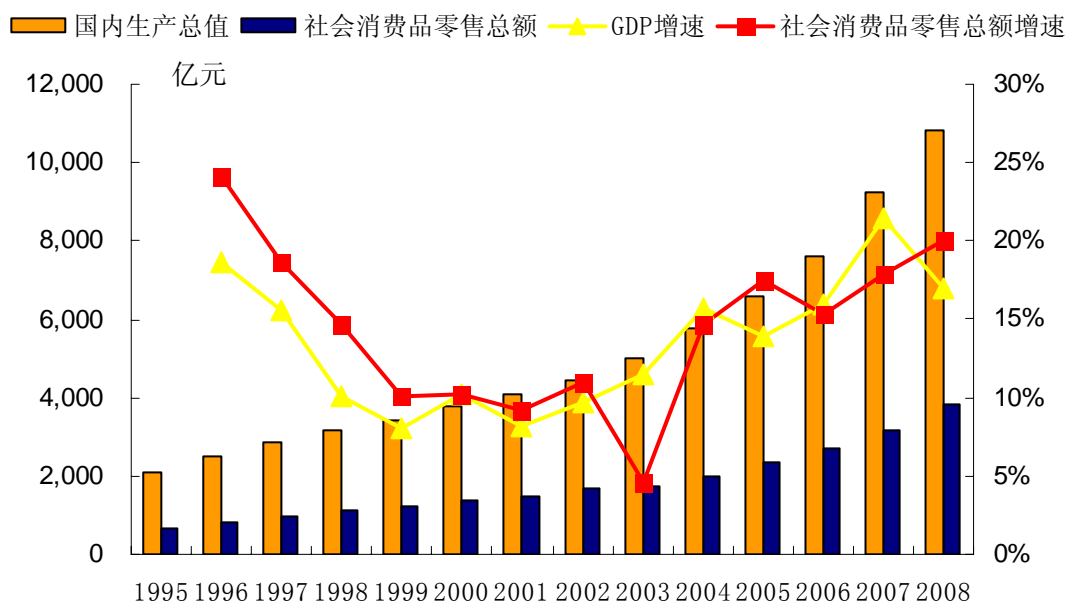
注：综合毛利率 = (营业收入 - 营业成本) / 营业收入

2008年底福建全省常住人口为3,604万人，比上年末增加23万人，其中，0-14岁的人口占17.74%，15-64岁的人口占72.26%，65岁及以上老年人口占10%。全省人口出生率12.20%，死亡率5.9%，自然增长率为6.3%。全省城市化水平为49.9%，远低于江苏、浙江等沿海发达地区，具有较大提升空间。人口红利和城市化进程将在很大程度上孕育着较大的零售市场。

2000年以来，福建省的GDP增长及社会消费品零售总额增长大都快于全国平均水平。2008年福建省实现国内生产总值10,823.11亿元，2009年福建省在经济危机影响下实现国内生产总值11,949.53亿元，同比增长10.41%，快于全国8.7%的平均增长率；2008年社会消费品零售总额达到3,828亿元，同比增长20.08%。从产业结构来看，2009年福建省第一产业、第二产业、第三产业对GDP的贡献

度分别为 9.90%、48.60%和 41.50%，社会服务业占比较大。

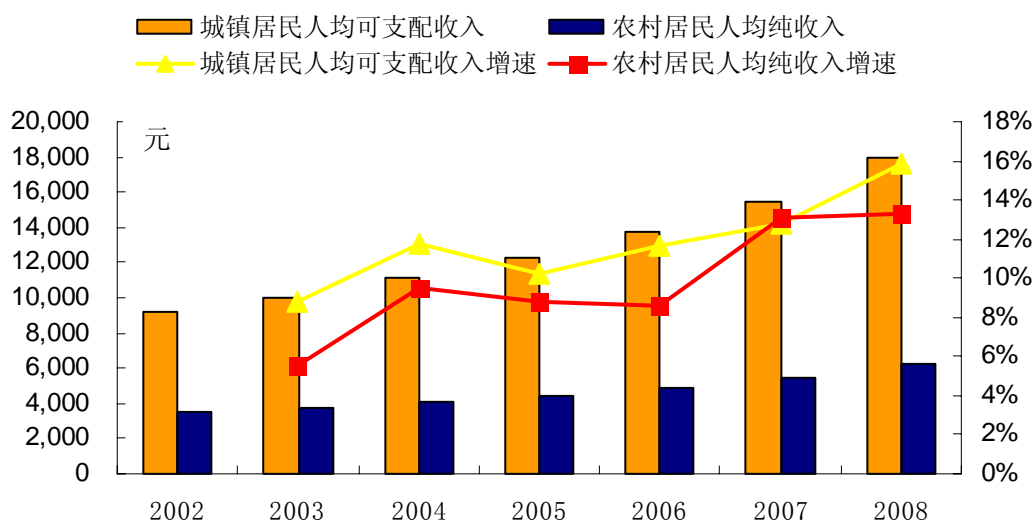
图 6-12：福建省 GDP 和社会消费品零售总额及其增长情况



数据来源：万得资讯

2008 年福建省人均 GDP 达到 30,030 元，位居全国第 10 名。在经济高速增长的同时，居民收入和可支配财富也不断增长，2008 年福建城镇居民人均可支配收入达到 17,961.45 元（位居全国第 7 名），农村居民人均纯收入达到 6,196.07 元（位居全国第 7 名），分别同比增长 15.8%和 13.3%。

图 6-13：福建省城镇居民和农村居民人均收入情况



数据来源：万得资讯

随着大陆和台湾“直航”、“三通”等政策的出台以及国发〔2009〕24号发布的《国务院关于支持福建省加快建设海峡西岸经济区的若干意见》，福建省将迎来新一轮的快速发展。

根据《海峡西岸经济区的若干意见》的精神，“支持福建省加快海峡西岸经济区建设，是进一步发挥福建省比较优势，实现又好又快发展的迫切需要；是完善沿海地区经济布局，推动海峡西岸其他地区和台商投资相对集中地区发展的重大举措；也是加强两岸交流合作，推进祖国和平统一大业战略部署，具有重大的经济意义和政治意义。”，并提出“到2012年，在优化结构、提高效益、降低消耗、保护环境的基础上，人均地区生产总值接近或达到东部地区平均水平，着力科学发展先行，力争在一些领域走在全国前列；城乡居民收入显著提高，基本公共服务水平明显改善”的发展目标。

国家的政策导向将有力地保证海峡西岸经济区及福建省未来的经济发展前景，未来基础设施将不断得到完善及居民人均收入也将稳步提高，这将给福建省的超市行业带来新一轮的快速发展期。

(2) 本公司的竞争地位及主要竞争对手

福建省是本公司的发源地，也是收入贡献最大的市场。截至2010年6月底，公司在福建省内的8个地市共开业81家大中型连锁超市，营业面积达到440,539平方米，其中经营超过1年的门店数量达到62家，稳居区域强势领先的龙头地位。2009年公司在福建省的营业收入达到544,365.34万元，同比增长31.70%，在福建地区市场份额处于领先地位。截至2010年6月底，公司在福建省拥有81家门店，其中大卖场10家、卖场27家、社区超市44家。

截至2010年6月底，公司的主要竞争对手包括当地企业新华都以及沃尔玛、好又多等外资企业。公司在福建省的门店分布情况及主要竞争对手情况如下：

地区	本公司门店数量	主要竞争对手	竞争对手在区域内的门店数量
福州市	52	新华都	7
		沃尔玛(含好又多)	10(其中沃尔玛4家)
厦门市	8	新华都	9
		沃尔玛(含好又多)	7(其中沃尔玛3家)

南平市	7	无	无
泉州市	7	新华都	18
		沃尔玛(含好又多)	4 (其中沃尔玛 3 家)
漳州市	1	新华都	9
		沃尔玛(含好又多)	1 (其中沃尔玛 1 家)
三明市	3	新华都	4
龙岩市	0	新华都	13
莆田市	2	新华都	12
		沃尔玛(含好又多)	1

数据来源：各公司网站、联商网（2009 年底数据）

由上表可知，本公司和主要竞争对手新华都在区域布局方面存在一定的差异，本公司在福建的门店主要分布在福州（52 家）、南平（7 家）、厦门（8 家）、泉州（7 家）、三明（3 家）、漳州（1 家）、宁德（1 家）等城市，而新华都主要分布在泉州（18 家）、龙岩（13 家）、莆田（12 家），厦门（9 家）、漳州（9 家）、福州（7 家）、三明（4 家）等。除此之外，与本公司以经营生鲜为特色的超市不同，新华都主要经营百货和超市，两者在经营业态和模式方面存在差异。此外，虽然以沃尔玛为代表的国际零售巨头的门店数量不多，但是其均在本公司的所在市场与公司构成了直接竞争。而随着福建作为海峡西岸经济区的主体，国际零售巨头将加速进入福建各城市，届时将加剧与本公司的竞争。

在福州市，本公司竞争优势突出，其中最大竞争对手是沃尔玛（含好又多）（10 家）；在厦门市，本公司与新华都和沃尔玛（含好又多）的门店数量相当，竞争较为激烈；在南平市，国际零售巨头均尚未进入该市场，本公司的先发优势明显，市场占有率较高；在泉州市、漳州市、龙岩市和莆田市，新华都的门店数量较多，经营规模优势明显，而本公司刚进入该地区市场不久，经营规模和市场地位有待进一步加强；在晋江市，主要竞争对手来自当地零散的超市门店，国际零售巨头的门店数量较少。

截至目前，公司在福建的门店主要分布在福州、南平、厦门和泉州。而随着我国城市化进程的不断加快，三四线城市或农村市场将会给超市行业带来新的增

长点。本公司在强化供应链体系建设的同时，也将更加关注福建其他城市的市场机会，进一步延伸和拓展网络布局，强化在福建省的竞争地位。

2、成渝经济区核心市场——重庆市超市行业竞争状况

(1) 超市行业发展背景

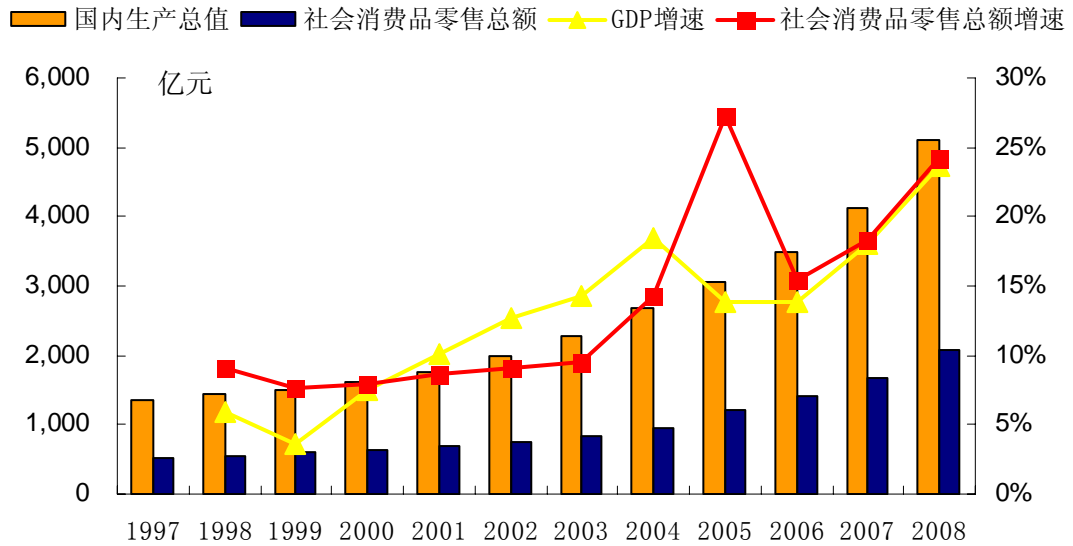
重庆市场作为公司发展成渝经济区的核心，是中国著名的历史文化名城，具有 3000 多年的悠久历史和光荣的革命传统，以重庆为中心的古巴渝地区是巴渝文化的发祥地。新中国建立初期重庆作为中共中央西南局和西南军政委员会驻地，是西南地区政治、经济、文化中心，为中央直辖市。1997 年 3 月 14 日，经八届全国人大五次会议审议批准，重庆正式成为中国第四个、西部地区唯一的直辖市，掀开了重庆建设与发展史上崭新的一页。

重庆市基本情况		2008 年	2009 年
经济指标	GDP (亿元)	5,096.66	6,528.76
	社会消费品零售总额 (亿元)	2,064.10	2,479.01
	城市化率	50%	N/A
人民生活指标 (元)	人均 GDP (全国排名)	18,025 (第 19 名)	N/A
	城镇居民人均可支配收入 (全国排名)	14,368 (第 11 名)	15,749
	农村居民人均纯收入 (全国排名)	4,126 (第 20 名)	4,621
人口指标	常住人口 (万人)	2,839	N/A
	15-64 岁的人口占比	69%	N/A
本公司经营情况	门店数量 (家)	18	41
	经营面积 (平方米)	134,202	283,506
	综合毛利率 (%)	17.20%	17.02%
	销售收入 (亿元)	15.45	28.30

重庆市抓住中央直辖、三峡工程建设、西部大开发三大历史性机遇，大力调整经济结构，积极扩大开放，深化体制改革，加快基础设施建设，经济社会全面发展，综合力进一步增强。2000 年以来，重庆市的 GDP 增长及社会消费品零售总额增长大都快于全国平均水平。2008 年重庆市实现国内生产总值 5,096.66 亿元，同比增长 23.6%，社会消费品零售总额达到 2,064.10 亿元，同比增长 24.3%，

远远高于全国平均水平及其他经济发达省市。重庆已经成为中国西部最具投资潜力的特大城市。

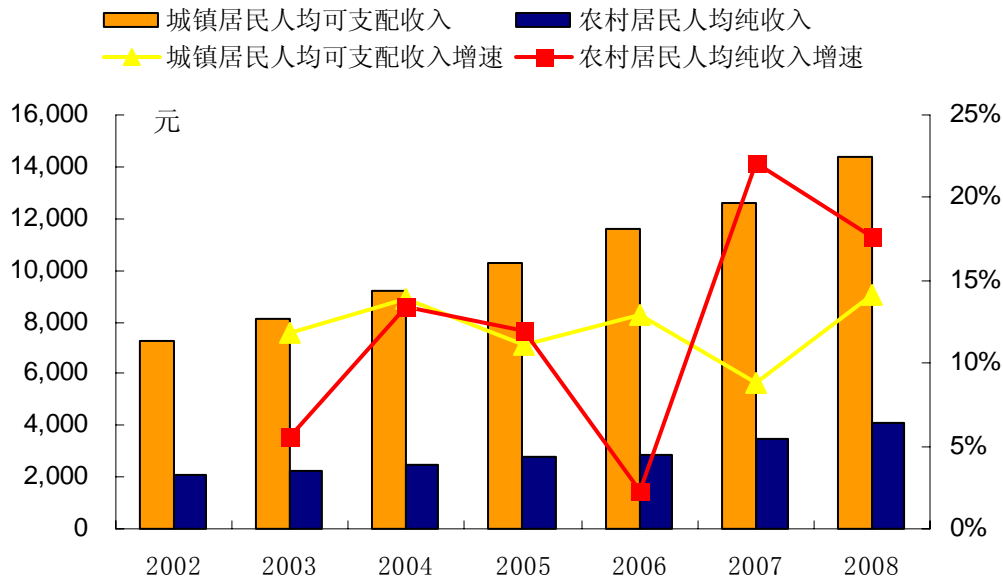
图 6-14：重庆市 GDP 和社会消费品零售总额及其增长情况



数据来源：万得资讯

截至 2008 年底，重庆市常住人口 2,839 万人，其中城镇人口 1,419 万人，城市化率达到 49.99%，人口出生率 10.10‰，死亡率 6.3‰，自然增长率为 3.8‰。其中，0-14 岁的人口占 19%，15-64 岁的人口占 69%，65 岁及以上老年人口占 12%。2008 年重庆市人均 GDP 达到 18,025 元，同比增长 23%，位居全国第 19 名，城镇居民人均可支配收入达到 14,367.6 元（居全国第 11 名），同比增长 14.1%；农村居民人均纯收入达到 4,126.2 元（居全国第 20 名），同比增长 17.6%。

图 6-15：重庆市城镇居民和农村居民人均收入情况



数据来源：万得资讯

巨大的人口基数和较大的城市化空间将给重庆市的超市行业孕育巨大的市场空间。随着我国西部经济发展政策倾斜、重庆市政府大力推动经济发展及发展农村经济等因素影响，重庆市未来将继续保持较高增长率，未来增长空间较大。

此外，重庆还是一个大城市与大农村的结合体，农村地域广阔，农业资源极具开发潜力，是我国重要的粮食主产区和商品猪肉生产基地。这不仅与本公司以生鲜为特色的经营模式相契合，而且还符合公司“借助流通环节，整合上游资源”的发展战略。

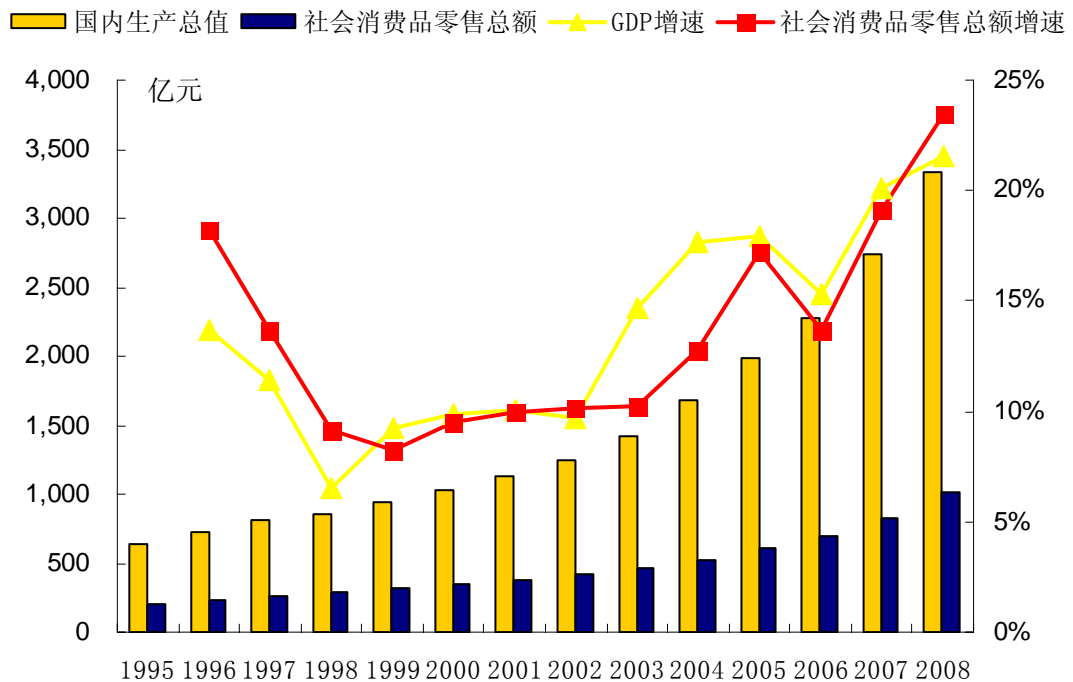
贵州是公司发展成渝经济区市场的组成部分，是核心市场——重庆市场的有益的补充和延伸，主要原因是：1) 贵州与四川和重庆相连，通过黔渝高速公路从重庆经遵义到贵阳的全线距离仅约 390 公里，处于物流配送和职能管理的辐射范围之内；而随着本次募集资金投资项目——四川彭州农产品加工配送中心的建成投产，贵阳及贵州市场将与重庆、四川市场一起形成公司成渝经济区的经营网络；2) 从消费者消费倾向来看，贵州与重庆、四川存在较大的相似点，包括白酒文化、饮食文化等，这些将有助于公司对成渝经济区的统一管理；3) 随着我国城市化进程的加快及国家对“三农”政策的大力支持，贵州将迎来较快的发展，

再加上贵州超市行业的竞争激烈程度较低，存在较大市场机会；4）实践证明公司以经营生鲜为特色的差异化发展战略已经获得了巨大的成功，并且成功实现了跨区域发展，再加上如重庆金源等坚实的合作伙伴的支持，公司的经营模式也将在贵州获得成功。

贵州简称“黔”或“贵”，位于中国西南的东南部，东毗湖南省、南邻广西壮族自治区、西连云南省、北接四川省和重庆市，是一个山川秀丽、气候宜人、民族众多、资源富集、发展潜力巨大的省份。

截至 2008 年底，贵州省常住总人口达到 3,792.73 万人，比上年末增加 30.73 万人，全省总人口出生率为 13.49%，死亡率为 6.77%，人口自然增长率为 6.72%，城镇人口比例仅为 29.11%，城市化程度较低，提升空间较大。2008 年贵州省实现国内生产总值为 3,333.40 亿元，其中第一产业、第二产业、第三产业增加值占国内生产总值的比重分别为 16.4%、42.3%和 41.3%。2009 年全省实现国内生产总值 3,887 亿元，同比增长 16.6%，远超全国平均水平；社会消费品零售总额 1,014.90 亿元，同比增长 23.5%。

图 6-16：贵州省 GDP 和社会消费品零售总额及其增长情况



数据来源：万得资讯

2008年贵州实现人均GDP 8,789元，城镇居民人均可支配收入约11,758.76元，同比增长10.12%，农村居民人均纯收入约2,796.93元，同比增长17.82%。农村居民和城镇居民的收入差距较大，随着我国支持三农政策的落实收入，差距将逐渐变小，从而增加贵州市场的消费容量。

截至2010年6月底，本公司已经设立子公司贵州永辉，但尚未在贵州开店经营超市业务。经过公司对贵州尤其是贵阳市场的深入市场调研以及公司对成渝经济区的发展战略，公司计划于2010年下半年在贵阳市开设1家连锁超市，这也将拉开公司将贵州作为重庆市场的延伸的序幕，为公司带来市场增量空间。

贵阳市作为贵州省的省会城市，除了与重庆距离较短、处于本公司重庆大区管理和物流配送的辐射范围之内外，贵阳2008年常住人口393.86万，仅占全省人口的10.4%，但是，其GDP实现811.05亿元，占全省总额的24.3%，社会消费品零售总额达到343.53亿元，占全省总额的33.8%。由此可见，贵阳虽然人口数量较少，但是其消费能力较强，市场容量占比较大。本公司在贵阳的连锁门店发展既符合公司在成渝经济区核心扩张的发展战略，又符合贵阳消费能力较强、市场容量占全省比重较大的特点，在重庆市场占有率逐渐提升的同时能够给成渝经济区带来更多的市场增量，是重庆市场的延伸和补充。

(2) 本公司的竞争地位及主要竞争对手

重庆市是本公司走出福建、迈向全国的第一站。在福建取得市场领先地位之后，公司开始思考将“农改超”“生鲜特色”的模式在全国其他地区进行检验，而重庆市作为西部核心城市具备的市场空间较大、农业资源丰富以及消费者差异较大等特点是公司选择重庆的主要因素。本公司是在重庆百货（含新世纪百货）和家乐福在重庆的市场地位相当稳固的情况下进入重庆市场的，而自2004年10月在重庆的第一家门店开业以来，经过约5年的不懈努力，本公司在重庆从主城区到外围成功开业47家大中型超市，营业面积达到331,020平方米，其中经营超过1年的门店数量达到28家，跻身重庆超市行业领先地位。2009年公司在重庆市场的营业收入约283,048.46元，同比增长83.24%。实践证明，本公司独特的经营模式在重庆市场是成功的，真正实现了跨区域发展。

重庆市场的主要竞争对手是重庆百货（含新世纪百货）、沃尔玛、家乐福、

好又多等。其中，重庆百货收购新世纪百货 100% 股权后，重庆百货（含新世纪百货）在重庆共拥有约 145 家连锁超市，遍及重庆主城区和其他区县，2008 年销售额达到 56.17 亿元，市场占有率第一，重庆百货作为一家以“大型百货+小型超市”为主要业态的本土零售连锁集团，具备较强的竞争力。

考虑沃尔玛 2007 年收购好又多 35% 股权，沃尔玛（含好又多）在重庆拥有 12 家大卖场，家乐福在重庆拥有 5 家大卖场。虽然国际零售巨头的门店数量不多但品牌影响力较大，与本公司形成了直接的竞争。

截至 2010 年 6 月底，公司在重庆市的门店分布情况及主要竞争对手情况如下：

地区	本公司门店数量	主要竞争对手	竞争对手在区域内的门店数量
重庆市	47	重庆百货（含新世纪百货）（注）	145
		沃尔玛（含好又多）	12
		家乐福	5

数据来源：公司公告、联商网（2009 年底数据）

注：重庆百货重大资产重组收购报告书显示，2008 年备考财务报表的超市业态收入约 57.86 亿元

贵州市场的超市企业较少，大都为当地经营小规模超市，市场竞争程度较低。本公司在贵州市场的主要竞争对手包括沃尔玛及当地的超市企业，其中截至 2009 年底沃尔玛在贵阳、遵义和六盘水分别拥有门店数量 2 家、2 家和 1 家，是目前在贵州开设超市门店最多的外资超市企业；贵州当地的超市企业大都为中小型的发展规模，且不具备较强的竞争力。贵州作为成渝经济区的延伸和补充，处于本公司的管理半径和物流半径，是公司在重庆市场取得市场领先地位后进行核心扩张的体现。

3、京津冀都市经济圈核心市场——北京市超市行业竞争状况

（1）超市行业发展背景

北京是中华人民共和国首都，是世界闻名的历史古城、文化名城，是全国的

政治、经济、交通和文化中心。

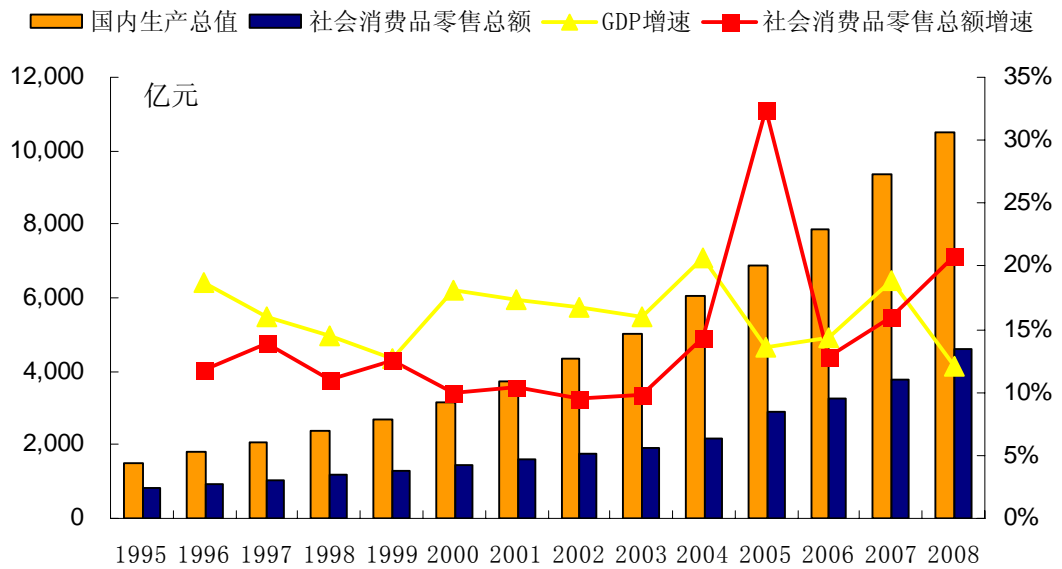
北京市基本情况		2008 年	2009 年
经济指标	GDP (亿元)	10,488.03	11,865.90
	社会消费品零售总额 (亿元)	4,589.00	5,309.90
	城市化率	84.9%	N/A
人民生活指标 (元)	人均 GDP (全国排名)	63,029 (第 2 名)	68,788
	城镇居民人均可支配收入(全国排名)	24,724.9 (第 2 名)	26,738.0
	农村居民人均纯收入 (全国排名)	10,661.9 (第 2 名)	11,986.0
人口指标	常住人口 (万人)	1,695	1,755
	15-64 岁的人口占比	80%	N/A
本公司经营情况	门店数量 (家)	0	2
	经营面积 (平方米)	0	26,261
	综合毛利率 (%)	0	16.04%
	销售收入 (亿元)	0	2.01

截至 2008 年末，北京市常住人口 1,695 万人，比上年末增加 62 万人，全市常住人口出生率 8.17%，死亡率 4.75%，自然增长率 3.42%。北京市城镇人口约 1,439 万，城镇人口比重为 84.9%，其中，0-14 岁的人口占 9.7%，15-64 岁的人口占 80%，65 岁及以上老年人口占 10.3%，主要消费群体的占比较大，孕育着较强的消费力和庞大的消费市场。

2000 年以来，北京市 GDP 增长及社会消费品零售总额增长大都快于全国平均水平。2008 年北京市实现国内生产总值 10,488.03 亿元，同比增长 9%；2008 年社会消费品零售总额达到 4,589.00 亿元，同比增长 20.8%。截至 2009 年底，北京市 GDP 达到 11,865.90 亿元，同比增长 13.1%；社会消费品零售总额达到 5,309.90 亿元，同比增长 15.7%，其中第一产业、第二产业、第三产业占 GDP 的比重分别为 1%、23.1%和 75.9%，与本公司相关的第一产业和第三产业合计占比达到 76.9%。中国社会科学院发布《2007/2008 年全球城市竞争力报告》中指出，北京是跨国公司落户指数中全球排名第 9 位，全球竞争力排名第 66 位。自从 2008 年奥运会之后，北京市被全世界更多的人认识和了解，国际化步伐也进

一步加快。伴随着我国宏观经济的长期稳定增长，北京市在全球范围内的竞争力排名将得到进一步提升。

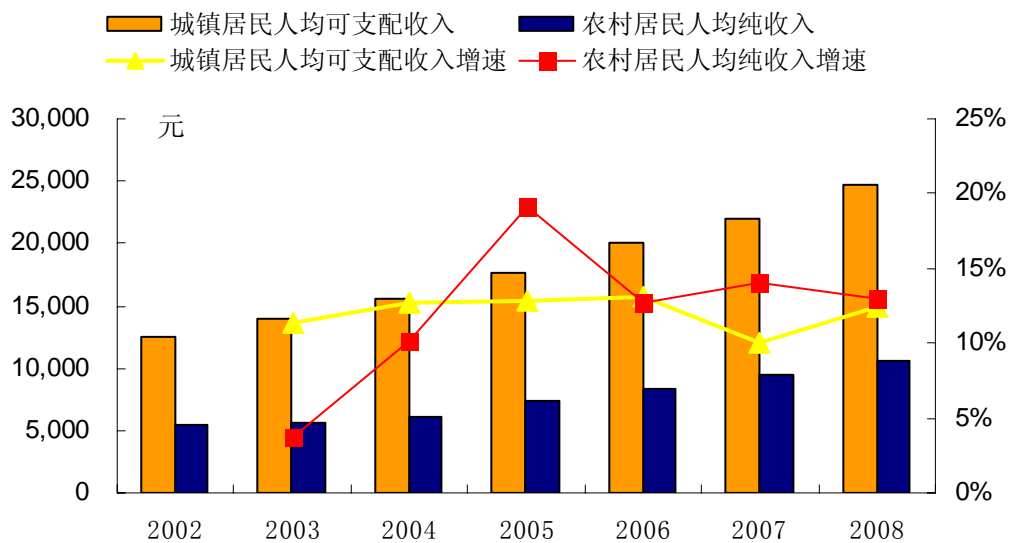
图 6-17：北京市 GDP 和社会消费品零售总额及其增长情况



数据来源：万得资讯

2008 年北京市人均 GDP 达到 63,029 元，位居全国第 2 位，城镇居民人均可支配收入达到 24,724.9 元（位居全国第 2 位），同比增长 12.4%，农村居民人均纯收入达到 10,661.9 元（位居全国第 2 位），同比增长 12.9%，消费潜力巨大。

图 6-18：北京市城镇居民和农村居民人均收入情况



数据来源：万得资讯

由于国际化程度及市场化程度高，北京市消费者的消费习惯更靠近国际发达地区、消费率也相对较高，消费者更加关注消费场所的购物环境、产品品质、服务质量等因素，更加习惯于在超市、百货、购物中心等现代流通渠道进行消费，因此，对于“农改超”的业态形式将更容易接受，有利于本公司的业务发展。

(2) 本公司的竞争地位及主要竞争对手

北京市是本公司继福建和重庆之后，“永辉模式”走向全国的又一重大发展战略。从截至 2009 年底已经开业的 2 家超市门店的实际经营情况来看，本公司以经营生鲜为特色的差异化发展战略在北京也取得了超预期的成绩。截至 2010 年 6 月底，本公司在北京的已开业门店总数达到 5 家，营业面积达到 63,318 平方米，2009 年公司在北京市场的营业收入约 20,067.78 元。

北京市场的行业竞争较为激烈，本公司的主要竞争对手包括物美商业、华润万家、北京京客隆和华联综超等内资超市企业以及沃尔玛、家乐福、卜蜂莲花等外资超市企业。北京作为国际化大都市，人口数量、人均可支配收入和人均消费性支出均位列全国前列，这也是在孕育巨大市场空间的同时也吸引了大量超市企业的加入，加剧了超市行业的竞争。

截至 2010 年 6 月底，公司在北京市的门店分布情况及主要竞争对手情况如下：

地区	本公司门店数量	主要竞争对手	竞争对手在区域内的门店数量
北京市	5	物美商业（注）	311
		北京京客隆（注）	240
		华润万家	51
		家乐福	15
		华联综超（注）	13
		沃尔玛（含好又多）	8

数据来源：公司年报、公司网站、联商网（2009 年底数据）

注：物美商业 2008 年年报显示的销售收入约 87.6 亿元

北京京客隆 2008 年年报显示的销售收入约 67 亿元

华联综超 2008 年年报显示的销售收入约 86 亿元

物美商业是北京本土的超市企业，其门店分布在北京、天津和浙江，其中大部分集中在北京市场，经营业态包括大型超市和便利超市（含生活超市和便利店），其中大型超市拥有直营店 105 家（北京、天津和浙江）、直营便利超市 206 家（北京和浙江）、加盟便利超市 68 家（浙江）。物美商业在北京市场具有较强的品牌优势和规模优势，竞争力突出。北京京客隆也是一家北京本土的超市企业，门店主要分布在北京地区，经营业态包括大卖场、综合超市和便利店，其中公司直营门店包括 7 家大卖场、49 家综合超市和 57 家便利店，特许加盟门店包括 1 家综合超市、101 家便利店，托管门店包括 2 家大卖场和 23 家综合超市，其经营规模和品牌影响力均处于市场领先地位；以沃尔玛为代表的外资超市企业均以大卖场为主且单店面积较大，其拥有丰富的连锁经营经验、雄厚的资金实力及充足的人才储备，虽然门店数量较少但仍具备较强的竞争力。

（3）本公司在北京地区的经营情况及生鲜采购、配送模式

截至 2010 年 6 月底，本公司在北京的前三家门店（六里桥店、鲁谷店和小红门店）的经营情况较好，其中六里桥店累计营业收入约 6,101.56 万元，已经超过 2009 年度全年销售额的 60%；鲁谷店在开业当年即获得盈利（不考虑北京地区管理总部的费用摊销）的情况下，继续保持较好的人流量和销售规模，盈利状况较好，截至 2010 年 6 月底的净利润已经超过 2009 年（2009 年 6 月开业）；小红门店为 2010 年 2 月新开的门店，目前经营状况良好。

北京是公司 2009 年新进市场，目前生鲜类的商品采购的员工主要由公司福建地区派遣，因此，在生鲜类产品的采购模式方面与福建类似，实行全国统一采购与区域统一采购两大类。从采购渠道方面看，目前公司在北京市场的采购分为基地采购、当地采购和批发市场三大类。其中，基地采购主要针对一些销售规模较大、容易保存的产品，如绿豆、大米、苹果等，属于全国统一采购范畴；当地采购是到北京周边的农户或生产基地进行采购，只负责向北京市场的门店供应产品，主要针对季节性蔬菜、水果等，属于无中间环节的直接采购；批发市场是目前北京市场的主要采购渠道。物流方面，由于鲁谷店面积较大，其部分承担配送中转站的职能，从各渠道采购的产品运送到鲁谷店配送中转站，然后再根据需求

配送到各门店。未来，随着公司在北京及京津冀都市经济圈其他地区的门店网络扩张，公司将逐渐完善物流体系，更好地支撑业务发展。

此外，公司也通过多种长效措施或机制来控制采购成本并保证产品质量。（1）生鲜事业部的研发中心通过分析比较全国各不同农产品产区的生鲜产品特点及各销售渠道的产品质量和价格情况，将不同生鲜产品最优的、可行的采购价格信息传达给采购部，在保证产品质量的情况下降低采购成本；（2）随着经营规模的扩大，公司将不断提高全国统一采购和直接采购的比例；如在北京市场，基地采购的成本与福建和重庆的基本相同，当地采购是没有中间环节的直接采购、成本较低，公司将通过提高基地采购和当地采购的比例、降低批发市场采购来控制采购成本，并且获得稳定的产品来源；（3）公司将定期根据各类生鲜产品的毛利空间、销售规模、价格敏感性、及储存便利性等角度分析判断其是否需要由批发市场转向基地采购或当地采购，一般而言，规模较大、毛利空间大、便于储存的产品将优先考虑基地采购或当地采购；（4）公司在门店运营和采购之间形成了相互监督的机制，从公司整体运营状况角度来控制采购成本，保证盈利性；如公司通过控制产品毛利和销售额来保证门店盈利性，但是当采购成本较高时、产品的售价也将相应提高，这可能会造成该类产品销售额的下降，从而无法满足公司对销售额的目标管理，这时门店运营部门就会及时向采购部反映情况，采购部会采取措施来降低采购成本。此外，经营多年生鲜产品经营，公司不仅拥有一支经验丰富的生鲜采购、生鲜物流、生鲜储存及门店生鲜管理的优秀团队，而且建立了一整套完善的生鲜采购操作体系、生鲜人才培养体系，提高采购质量的同时降低采购成本、减少损耗。

在进入北京市场及其他新进市场的初期，由于我国区域分割的流通体制限制及公司发展规模较小，公司主营业务的盈利能力往往略低于福建和重庆等优势市场，但是随着经营规模的不断扩大、全国统一采购和直接采购比例的提高、物流系统的完善，公司对供应商的议价能力将逐步提高，盈利能力也随之上升。此外，生鲜产品具有广泛的消费基础，具备“价低量大”的特点，本公司以经营生鲜为特色的经营模式获得在福建和重庆市场获得认可，其广泛的消费群体能够充分带动卖场的人气，如北京六里桥店开业当月的客流量为 12 万人，开业第三个月就达到 26 万人次，目前月均客流量达到 27 万人次；北京鲁谷店开业当月的客流量为

8 万人次，开业第二个月就达到 31.5 万人次；快速增加的客流量提高了商品的周转率和卖场的平效，增强盈利性。

4、泛长三角经济区核心市场——安徽省超市行业竞争状况

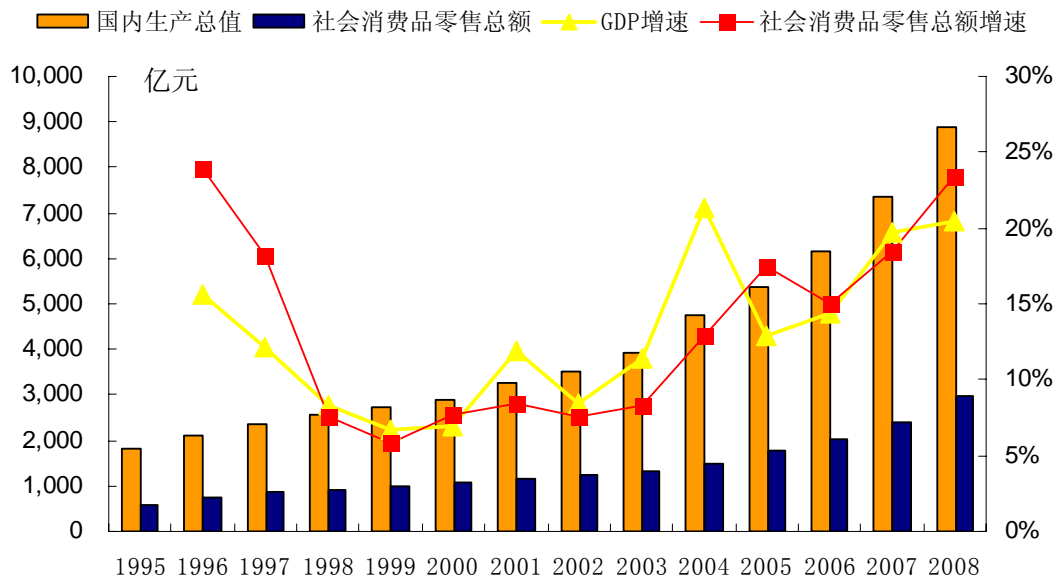
(1) 超市行业发展背景

安徽位于华东腹地，东连江苏、浙江，西接湖北、河南，南邻江西，北靠山东，是长江三角洲地区无缝对接的纵深腹地，地理位置极为突出。安徽交通便捷，公路密度高出全国平均水平 1 倍，高速公路通车里程突破 1300 公里；铜陵长江大桥、芜湖长江大桥、安庆长江大桥连接南北，公路和内河运输能力分别居中部地区第 2 位和第 3 位；京沪、京九、亚欧大陆桥等铁路纵贯境内，全省铁路通车里程已达 2326 公里，居华东首位。

安徽省基本情况		2008 年	2009 年
经济指标	GDP (亿元)	8,874.2	10,052.9
	社会消费品零售总额 (亿元)	2,965.5	3,527.8
	城市化率	40.5%	N/A
人民生活指标 (元)	人均 GDP (全国排名)	14,465 (第 27 名)	N/A
	城镇居民人均可支配收入 (全国排名)	12,990 (第 19 名)	14,085.7
	农村居民人均纯收入 (全国排名)	4,202 (第 19 名)	4,504.3
人口指标	常住人口 (万人)	6,135	N/A
	15-64 岁的人口占比	69%	N/A
本公司经营情况	门店数量 (家)	0	0
	经营面积 (平方米)	0	0
	销售收入 (亿元)	0	0

2008 年安徽省实现国内生产总值(GDP)8,874.2 亿元，人均 GDP 达到 14,465 元。2009 年安徽省的 GDP 达到 10,052.9 亿元，同比增长 13.3%，增长速度较快。分产业看，第一产业增加值 1,495.6 亿元，第二产业增加值 4,902.8 亿元，第三产业增加值 3,654.5 亿元，分别占 GDP 的比重为 14.9%、48.8%和 36.4%。2008 年安徽省社会消费品零售总额达到 2,965.5 亿元，同比增长 23.4%，2009 年社会消费品零售总额达到 3,527.80 亿元，同比增长 18.96%，增长速度较快。

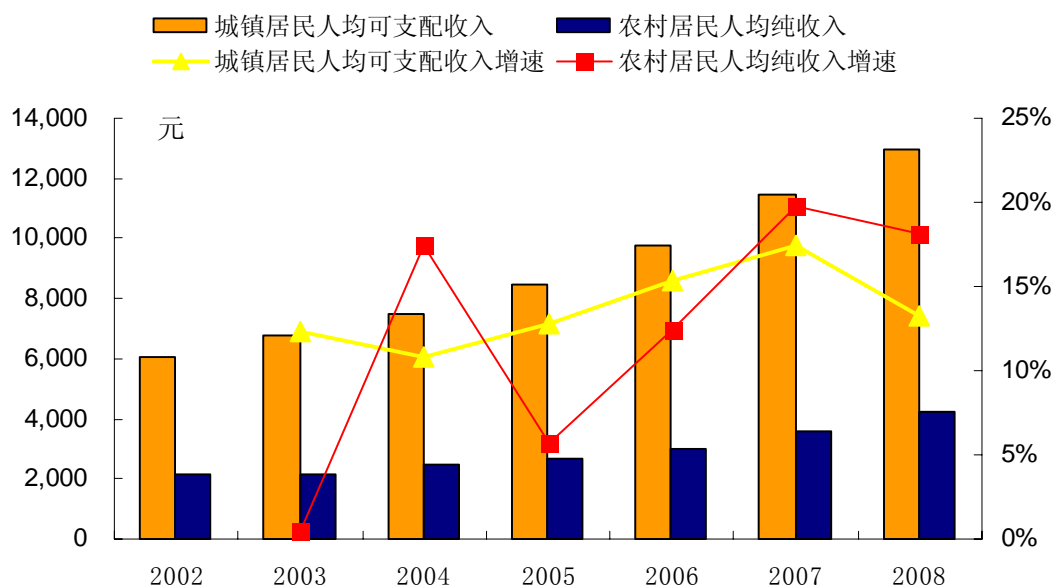
图 6-19：安徽省 GDP 和社会消费品零售总额及其增长情况



数据来源：万得资讯

截至 2008 年底，安徽省拥有常住人口 6,135 万，其中城镇人口 2,485 万，城市化率达到 40.5%，人口出生率 13.05‰，死亡率 6.6‰，自然增长率为 6.45‰。人口结构方面，0-14 岁的人口占 20%，15-64 岁的人口占 69%，65 岁及以上老年人口占 11%。2008 年安徽省城镇居民人均可支配收入达到 12,990.35 元（位居全国第 19 位）、同比增长 13.22%，农村居民人均纯收入达到 4,202.49 元（位居全国第 19 位）、同比增长 18.17%。安徽省人均收入的较快增长，将打开超市市场的增长空间。

图 6-20: 安徽省城镇居民和农村居民人均收入情况



数据来源：万得资讯

2006 年 4 月，国务院出台了《关于促进中部地区崛起的若干意见》，出台了 36 条政策措施，提出要把中部建成全国重要的粮食生产基地、能源原材料基地、现代装备制造及高技术产业基地以及综合交通运输枢纽，再次重申中部要建设成全国重要的粮食生产基地，并把该基地列在“三个基地、一个枢纽”之首，强调中部地区崛起，安徽作为我国中部的核心省份必将迎来快速发展。近期，国家又将安徽省皖江城市带承接产业转移示范区上升为国家战略，从而把示范区打造成为集聚产业、集聚资本、集聚人气、集聚政策的大平台。

邓小平同志曾说过，“中国的改革是从农村开始的，农村的改革是从安徽开始的”，安徽是我国传统农业大省，在中国历次农村改革中始终具有先导性和开创性。安徽省的主要农产品产量均居全国前列，2007 年安徽省粮食产量 2901.4 万吨，居全国第 6 位；油料产量 199.2 万吨，居全国第 5 位；棉花产量 37.4 万吨，居全国第 6 位；肉类总产量 323.8 万吨，居全国第 9 位；淡水水产品产量 166.5 万吨，居全国第 6 位。安徽是全国 13 个粮食主产区和 6 个粮食调出省之一，在全国农业布局中占据重要地位。安徽省丰富的农业资源、得天独厚的地理优势以及消费潜力巨大的市场将会为本公司的业务发展提供良好的经营环境。

(2) 本公司的竞争地位及主要竞争对手

截至 2010 年 6 月底，本公司在安徽市场已经开设 2 家门店，预计截至 2010 年底公司在合肥市的开业门店数量将达 10 家左右。

在安徽市场，本公司的主要竞争对手包括合肥百货旗下合家福超市、江苏苏果、家乐福、沃尔玛、大润发等，而本公司所在的合肥市场的竞争较为激烈。其中，合家福超市作为本土超市龙头企业，经营超市网点约 51 家，分布在合肥（34 家）、蚌埠（12 家）、黄山（3 家）和铜陵（2 家），销售总量居安徽省第一位，具有明显的规模优势和品牌影响力；江苏苏果是华润创业的控股子公司，是在江苏发展起来的超市企业，在江苏具备较大的市场规模和较强的竞争力，但是其在安徽的竞争优势和品牌知名度并不十分明显，经营业态包括购物广场、社区店、综合超市、便利店和平价店。江苏苏果在安徽总共拥有 29 家门店，分布在合肥（2 家）、淮北（1 家）、宿州（2 家）、阜阳（2 家）、淮南（3 家）、滁州（6 家）、巢湖（2 家）、马鞍山（6 家）、铜陵（2 家）、宣城（3 家）。另外，家乐福在安徽共有 6 家门店，分布在合肥（3 家）、马鞍山（1 家）、蚌埠（1 家）和淮南（1 家）；沃尔玛共有 3 家门店，分布在合肥（1 家）、芜湖（1 家）和六安（1 家）；大润发共有 3 家门店，分布在合肥（1 家）、马鞍山（1 家）和淮南（1 家）。

截至 2010 年 6 月底，公司在安徽省的门店分布情况及主要竞争对手情况如下：

地区	本公司门店数量	主要竞争对手	竞争对手在区域内的门店数量
合肥市	2	合家福（注）	34

注：根据合肥百货 2008 年报，合家福的营业收入约 10.9 亿元

截至 2010 年 6 月底公司在合肥市已开设 2 家超市，预计 2010 年底的开业门店数量将达到 10 家左右

随着国家支持中部经济和皖江经济带等政策的相继出台以及城市化进程的加快，国内外超市企业均把矛头指向安徽市场，且扩张速度纷纷加快，预计未来安徽超市行业的竞争将日趋激烈。虽然安徽属于本公司的新进入市场，但是在供应链体系、人力资源体系等不断完善的同时本公司将凭借独特的“农改超”模式与其他竞争对手形成差异化错位竞争，从而降低竞争风险、打开市场空间。

（二）公司的竞争优势和劣势

1、竞争优势

（1）稳健扩张的发展战略

公司是与跨国零售业巨头、本土大型国有零售企业和民营零售企业激烈竞争中成长起来的一家连锁超市企业。从企业创办开始，公司便始终坚持“区域领先、稳健扩张”的发展战略，即守住一个区域市场，坚持成本领先和差异化的经营策略，苦心经营、精耕细作，取得该区域市场的绝对份额和核心竞争优势，积累竞争的实力和经验。从2001年公司第一家“农改超”超市成立后至2004年，无论是销售总额，还是生鲜农产品的销售业绩，已在福州地区取得优势地位，成为福州市零售业的领军企业。

2004年公司开始了在福建全省的商业网点布局，并开始尝试进入文化特色和消费习惯不同的重庆市场。经过约5年的精耕细作，公司成功复制了自身模式并取得了成功，目前已成为重庆市超市行业的领先企业。福建和重庆的成功经验证明公司已经具备跨区域发展能力，这也使得公司更加坚定了“区域领先、稳健扩张”的发展战略。在此基础上，2008年起公司开始谋划进入北京市和安徽省。截至2010年6月底，公司已在北京市开设了5家超市门店且取得了超预期的成绩，在安徽省开业的门店数量达到2家并预计2010年底达到10家左右。

截至2010年6月底，公司已形成以海峡西岸经济区、成渝经济区、京津冀都市圈和泛长三角经济区的战略布局，在对新进入区域的成功快速复制及新业态的成功探索基础上，未来将在全国稳健、快速推广其成熟的发展模式，在夯实细分市场的基础上，逐步积累、逐步扩张，实现积少成多、以点带面，推动公司发展成为全国性连锁超市企业。

（2）生鲜领先的经营策略

公司的经营理念是“家门口的永辉、新鲜的永辉、放心的永辉”。2000年，福建省政府、福州市政府做出“杜绝餐桌污染，改善社区生活，建设放心市场”的决定，公司创办者敏锐地捕捉到其中蕴含的商机，经过充分的市场调研和论证，开办了福州第一家“农改超”超市——福州屏西生鲜超市。生鲜农产品是百姓日

常生活中消费量最大的商品，长期以来一直是农贸市场的主打产品，因其损耗大、不易保鲜、毛利低、劳动用工大等特性，国际和国内知名零售企业均谨慎涉足。随着城市现代化建设和人民生活水平的提高，传统农贸市场“杂、乱、差、脏”的购物环境和食品安全问题，已越来越不适应百姓生活的需要。

经过摸索和实践，在坚持自营的基础上，公司大胆涉足，通过创新发展，创造了独特的“永辉模式”：一是在购物环境上，率先把“生鲜区”的营业面积扩大，把粮食、蔬菜、水果、肉禽、水产等近 3,000 多种农产品作为主营产品，并对陈列台、灯光照明、称量、保鲜设施、服务技术等进行全面改造升级，营造干净、有序、舒适的购物环境；二是在购物习惯和商品价格上，保持对农贸市场的价格竞争优势，满足消费者自选的购物习惯。三是在生鲜农产品经营中，做到了“两低、两高”，即价格低、损耗低，保鲜高、质量高。公司建立了冷链系统，拥有恒温库、速冷库、冷库、冷藏车等多种冷链设施；建立了生鲜农产品质量认证体系和防控体系，保证了生鲜农产品的质量安全；组建专业团队，专门负责农产品种植辅导、采购、保鲜、冷藏、配送、售卖，实现了对生鲜农产品的单品类管理，降低生鲜农产品在“购、运、储、销”等环节的损耗率，提升生鲜农产品的盈利空间，推动区域生鲜农产品流通一体化；四是实现商业反哺农业。长期以来，由于城乡二元结构的影响，我国农村现代化和市场化进程十分缓慢，农民卖菜、卖果难，甚至出现丰产不丰收的现象，抑制了农民发展生产的积极性，进而阻碍了农村经济发展。公司凭借一支 700 余人的生鲜农产品采购团队和 135 家连锁门店的终端优势，着力整合上游资源，推动农业产业化。目前，公司在全国建立了约 20 个农业种植合作基地，倡导“田间定制、订单农业”，按照“企业+农户”的对接模式和“一村一品”的指导原则，结合本土农产品特色，大力扶持农民种好地，并且“包销到户”。比如，在福建省建瓯市，公司与当地农协会合作，由公司提供 500 万元专项资金通过农协会预先垫付给农民购买肥料、种子，使农民可以放心种好蔬菜，蔬菜上市后，遇丰年不好卖时，按保底价收购，遇歉收好卖时按市场价收购，以确保农户利益。从实践结果看，这种合作方式，既彻底解决了种卖难的问题、帮助每家农户增加收入，又为公司提供了价廉物美的特色农产品。公司凭借生鲜农产品销售终端的优势，推动了“农业产品品牌化，品牌产品超市化，超市商品绿色化”，使公司同时逐步发展成为带动农副产品生产、加

工的“贸工农”一体化的农业产业化龙头企业。

在“永辉模式”背后，是公司建立的一整套完善的全国性生鲜农产品统采和区域直采体系，再加上内部商品保鲜研发机构，极大地减少了“产地—门店—顾客”的生鲜农产品产业链的中间环节，降低了物流、仓储和损耗成本，最大程度保持了生鲜农产品的色香味和让利于消费者的价格竞争优势，并因此改变了门店周边区域居民购买生鲜的习惯。目前，按照采购渠道划分，公司的全国性生鲜农产品统采和区域直采体系分为四部分组成：第一部分是“基地采购”，即订单采购和预算采购，保证了永辉超市生鲜农产品供应的稳定性和安全性；第二部分是“当地采购”，即满足当地消费者特色需求的产品采购，是公司生鲜农产品货源的主要采购渠道。与国际零售巨头全球采购不同，公司非常重视在当地采购农产品，主动寻找当地种植农户进行合作，不仅降低了采购成本，而且减少了农产品流通环节；第三部分是“远程采购”，主要是根据生鲜农产品生产和消费的地域差、时间差和季节差，进行调节性采购，使得公司在品种、价格上始终保持对农贸市场的竞争优势。在农产品流通领域，公司打破了跨地区之间信息、路程的封闭，在全国各地建立采购中心，拥有了固定或季节性 30 多个远程采购点。这些采购点与农户保持长期跟踪联系，对季节性、地方特色的农产品直接到农田果山进行大批量采购；第四部分是批发市场采购，发挥批发市场的调节和保障作用。公司建立的全国性生鲜农产品统采和区域直采体系，是经过多年实践总结出的独特的模式，从而使公司在部分生鲜农产品采购中获取了比批发市场多 25-30%的利差。

生鲜领先的经营策略是公司与其他超市企业的差异化经营，使公司生鲜农产品的销售收入长期稳定在营业收入的 50%以上，始终保持在同行业超市企业前列。公司以差异化的经营策略建立起的以生鲜农产品及加工为主、以食品用品和服装为辅的“三位一体”商品结构和直采、自营模式（主营业务收入达到 95%以上），在为顾客提供独特的产品和服务的同时，提高了消费者对永辉品牌的忠诚度，形成了独特的“永辉模式”。该模式将农产品市场体系建设与连锁超市进行对接，带动农民致富、促进农村经济发展，改变了城市农贸市场交易价格混乱、环境脏、质量差的状况，改变了城市居民购买生鲜的习惯。

“永辉模式”的较难复制，其核心之处在于公司比外资超市更懂得百姓生活习俗；比内资超市更专注更执著更专业。故被百姓誉为“民生超市、百姓永辉”，被国家七部委誉为中国“农改超”推广的典范，该经营模式被列入《中国零售十大创新案例》。2009年商务部、财政部、农业部关于做好农产品“农超对接”试点工作的通知（商建发[2009]286号）要求部分省（市）开展“农超对接”试点工作，进一步说明该种经营模式符合政府的政策支持和民众的需求，具有广阔的前景。

（3）精细运作的管理模式

经过近10年的发展，公司已建立起一套符合企业实际情况的管理制度，并积累了丰富的管理经验，如生鲜农产品及加工、服装及食品用品营运部门分别制定了近800万字的内部流程控制手册。ISO9002质量管理体系在生鲜事业部的运用、营运标准手册和门店防损管理手册的建立、IT信息控制系统和财务信息管理系统（金蝶EAS）的运用等使得公司的内控体系和运营机制日趋完善，成为公司提升盈利能力和实现跨区域发展的重要支撑。为进一步保证以上制度及流程在全国范围内的实施及所有现有门店及将开新店的标准化，公司成立了不同业态的营运标准部门。同时，公司还建立标杆管理部门，作为支撑营运标准部门的研发机构。标杆管理部门由公司内部优秀员工组成，外国专家挂帅，不断分析、归纳、总结各门店的成功之处，将各门店的创新以及实践证明的优秀商品品类管理、舒适的购物环境设置和体贴的服务和最高人效（销售收入/员工数量）等门店的成功营运方式形成门店营运标准和标杆店模式，通过专题、专项、专人培训，稳健、快速复制推广到全国各区域门店；对创立门店营运标准和标杆店模式的门店给予奖励，较好地激发了公司各门店不断创新经营模式的积极性，为公司实现精细化经营和标准化扩张营造了良好的学习、创新氛围。同时成功的标杆店模式会进一步被制订为新的门店营运标准，提升所有门店及新店的整体营运水平，不断提高公司的营运标准。

独树一帜的内控体系、完整的日常运营操作手册、人性化的管理模式和标杆店的复制推广，为公司的稳健、快速发展提供了强有力保障，也为公司积蓄了发展所需的人才。近年来，公司的品牌优势日益彰显，根据中国连锁经营协会、欧

睿等机构的分析，公司在福建、重庆地区均属于客流量最多、经营状况最好、顾客忠诚度最高的超市企业。

（4）学习创新的工作团队

公司的控股股东是其创业团队的核心成员，他们以其禀赋从基础做起，不断推陈出新，积累了丰富的实践经验，尤其是在门店选址、精细化经营方面具有独到之处。近年来，随着汇丰直投团队的加入，学习氛围更浓，在门店装修布局、软硬件升级、顾客购物体验、营运方式等方面也日新月异。公司的发展是一个集体学习、不断创新、不断总结自己、学习别人的过程，是一个持续保持难以效仿的竞争优势、与时俱进的过程。

同时，公司还拥有一支充满活力、平均年龄在 40 岁左右、非常稳定的管理团队。长期以来，公司股东和管理层崇尚“融合共享、成于至善”的核心价值观，依靠团队的激情、干劲、默契、执着、稳定和悟性，使一个不起眼的“农改超”超市企业渡过了创业期并不断发展壮大。2007 年以后，公司开始引进日本管理团队为其提供规范化运营、精细化管理；先后两次引进汇丰直投、并在其推动下引入国际服务贸易咨询公司奥美、安永、贝恩咨询、伯乐等服务于公司；2009 年聘请全球最大的人力资源管理咨询机构——韬睿惠悦（Towers Waston）作为战略合作伙伴，提升管理的精细化、科学化、制度化水平，进行全方位的人力资源管理体系建设与优化；2010 年计划引入 IBM 咨询团队，优化业务流程、IT 规划、建立全面预算体系和建立资金中心。公司如今的管理团队是一支本土和国际相结合、产业和资本相结合、经验和专业相结合、富有朝气、具备极强执行力和竞争力、具有国际化视野的优秀团队。这种“自主+外脑”的团队模式，将提升公司竞争力，帮助公司稳健、快速步入成长期，奠定了利用资本市场加速发展的坚实基础。

（5）和谐共享的企业文化

公司的核心价值观是：“融合共享、成于至善”。公司自创办以来，便一直把与员工、供应商、消费者、合作伙伴建立和谐关系作为企业发展的基本点。面对陆陆续续加盟的创业者，公司已成为员工创业和实现梦想的共同平台，对从一线员工成长起来的中高层管理人员给予股权激励，使公司的股权结构多元化；公司

工会还建立了员工互助基金、助困金，节假日定期举办各类文体比赛或文艺表演，使员工把企业当成自己的家，持续保持了公司的创业激情和创新动力；面对众多的供应商，公司始终坚持周结、月结的货款结算制度，保证了供应商的合法利益，与供应商之间形成了战略伙伴合作关系，差异化的经营策略也日益成为公司与合作伙伴共同坚持的方向；面对消费者，公司建立完善了投诉制度，及时为消费者排忧解难，并多次组织消费者免费参观公司生鲜农产品基地，增加消费者对永辉品牌的认同度。近年来，公司还与国内外知名的房地产商建立良好的合作关系，如绿地、保利、万科、凯德、龙湖、金源等，一方面为公司的稳健、快速扩张提供了保障；另一方面许多新商圈或住宅区也将公司的入住或毗邻作为推介的标志之一，公司的经营前景和行业地位获得了房地产商较高的认可。为了实现公司的核心价值观，公司和知名房地产开发商采取共担风险、共享利益的长期联合与合作模式，共同创造商圈繁荣，提升商圈地位，同时，也节省了公司寻找新店址的时间及精力，缩短了新店培育期。

2、竞争劣势

（1）规模扩张存在资金瓶颈

公司虽然已经成功实现跨区域发展，在福建及重庆区域市场占据了市场领先地位，但与全国大型上市连锁零售企业或国际连锁零售巨头相比，公司在规模上仍存在一定的差距。尽管公司独特的生鲜经营模式、标准化运营和标杆店复制均为公司稳健、快速拓展全国其他市场提供了保障，但仅自有资金积累或银行贷款，无法满足公司快速发展的需求，公司亟需搭建自身融资平台，拓宽融资渠道，抓住我国零售行业发展的黄金时期，实现“中国农业产业、流通一体化的龙头企业，成为中国零售行业中最受尊敬企业及最佳雇主”的企业愿景，推动我国农业产业化、规模化发展，改变我国农业生产模式和居民的生鲜购买习惯，完成“引领现代农业，守护百姓健康”的企业使命。

（2）人才储备及培训体系有待进一步提高

人才的储备和培养是企业长期持续发展的有效动力，对于劳动密集型的连锁超市企业更是如此，连锁门店的稳健、快速扩张离不开人才的储备。除了外聘之外，企业内部培养也是人才储备的重要方式，且能够更好更快的理解公司的经营

理念和机制。公司目前正处于快速发展时期，现有人才储备和培训体系有待进一步提高，以便更好地支撑连锁门店的扩张并在激烈竞争中保持优势。

（3）物流配送体系、信息系统等后台运营体系亟待加强

物流配送体系及信息系统的建设，是连锁零售企业供应链整合的基础，这直接影响到连锁零售企业的竞争能力，而高效的物流配送体系和信息系统则是核心竞争力的主要体现。一般而言，物流配送体系及信息系统的发挥效用也依赖于企业的发展规模、网点布局等。随着公司发展规模的扩大、连锁网络的拓宽，现有物流配送体系及信息系统已不能满足公司业务发展的需求，而更加完善、快速反应、高效的物流配送体系及信息系统将更加有助于提升公司的竞争力，降低运营成本，进一步提高效率。目前公司已在福州市闽侯县投入运营一个配送中心，占地约 110 亩，品种达 15,000 多种，辐射范围逾 300 公里，负责向福建各地区商品交易中心进行仓储配送，未来公司还计划分别在福建福州和四川彭州建设物流配送中心，其中福建福州南屿工业区将建设覆盖福建全省的物流配送中心，包括食品用品物流配送中心；四川彭州将建设农产品加工配送中心，支撑起公司在成渝经济区的部分仓储配送，这也是本次募集资金投资项目之一。此外，公司还将计划在重庆、安徽等地区建立物流配送中心，以支撑公司经营网点的稳健、快速增长。

3、公司竞争状况总括

本公司的竞争状况可以从五个方面进行分析：现有竞争对手之间的对抗、新进入者威胁、替代者的威胁、对供应商或制造商的议价能力和对消费者的议价能力。

（1）现有竞争对手之间的对抗

目前，公司独特的生鲜经营模式已经成功在福建和重庆两个地区形成领先的市场地位，并通过区域渗透和纵深发展相结合的方式继续保持及扩大在该区域的竞争优势。根据中国连锁经营协会、欧睿等机构的分析，公司在福建、重庆地区均属于客流量最多、经营状况最好、顾客忠诚度最高的超市企业。

对于公司 2009 年进入的北京市场、2010 年进入的安徽市场及其他计划进入

的新区域，无论在经营规模还是品牌影响力方面，公司在与当地竞争对手的短期竞争中处于相对劣势。但是，公司将凭借“直采、自营”为主的生鲜差异化战略、大卖场业态的日趋成熟、较高的品牌影响力、融合共享的供应商关系、日益完善的内部管理以及良好的开发商合作关系，提升公司核心竞争力，降低跨区域发展的风险。

2009年度公司的主营业务毛利率（15.42%）、销售净利率（3.03%）、存货周转率（12.31次）等分别高于行业平均水平（主营业务毛利率12.57%，销售净利率2.76%和存货周转率8.99次），而三项费用率（13.63%）低于行业平均水平（16.30%）。公司在行业竞争中保持着较高的盈利能力。

此外，我国农产品通过超市渠道销售的比重约30%，约70%的农产品通过传统农贸市场销售给消费者。公司生鲜及加工类商品的收入占比超过50%，传统农贸市场是本发明的主要竞争对手之一。公司结合了传统农贸市场与现代超市的特点，既有农贸市场的价格优势以及新鲜、品类齐全的生鲜产品，又带来了现代超市舒适的购物环境和一站式购物体验，扫除了传统农贸市场“劣、脏、乱、差”的弊端，改变了消费者对生鲜产品的购物习惯，符合人民生活的更高需求。公司的经营模式被国务院七部委誉为中国“农改超”推广的典范，亦是国内首批将生鲜农产品引进现代超市的流通和农业产业化企业之一，在与农贸市场的竞争中竞争优势明显。

（2）新进入者的威胁

本公司所在区域市场的竞争将随着新进入者的增加而越发激烈。一方面，随着我国零售行业对外资审批权的部分下放，外资超市企业纷纷加快在中国的网点布局；另一方面，目前我国超市行业处于二元结构，区域寡头超市企业在深耕区域市场的基础上开始跨区域发展、开拓新市场。

与此同时，公司具备的优势也在一定程度上降低了新进入者带来的威胁：

①公司分别于2001年和2004年开始在福建和重庆经营超市业务。借助先入为主的优势并通过多年经营，公司的品牌影响力、商业信誉等均在消费者、供应商和房地产商（或业主）中间产生了较大影响；

②公司的生鲜经营模式是公司长期以来不断创新形成,对新进入者来说具备一定的门槛要求:领先的生鲜经营理念、稳定的生鲜采购基地、丰富的生鲜商品知识、超过 700 人的生鲜采购团队、科学的工作流程、与时俱进的内部管理体系、日趋完善的人才培养体系以及对百姓民生习俗的深入了解等;

③经营规模在一定程度上决定超市企业的竞争力和盈利能力。公司已经在福建和重庆处于市场领先优势,新进入者在短期内无法复制较大的经营规模。

(3) 替代者的威胁

随着网络用户的增加、网上购物消费习惯的养成、网络交易安全及诚信系统的完善以及电子商务企业物流体系的加强,电子商务等虚拟零售渠道越来越受到消费者的欢迎。尤其受经济危机的影响,虚拟零售渠道凭借其价廉、便利、选择性强等优势增长速度十分迅猛,虚拟零售渠道的规模有望进一步提高,从而对本公司的经营造成一定的影响。

与此同时,在未来相当长的一段时间内,人们对实体零售店的体验式购物习惯不会有太大的改变。公司以经营生鲜为特色,生鲜商品不易保存、周转快、时效要求高等特点在很大程度上决定了网购在短期内不会对本公司产生较大影响。

(4) 供应商或制造商的议价能力

超市企业对供应商或制造商的议价能力主要体现在经营规模、行业地位及品牌影响力。本公司在福建和重庆的市场均处于领先地位,对供应商的议价能力较高,2009 年度公司的主营毛利率为 15.42%,高于同区域的竞争对手。截至 2010 年 6 月底,公司在北京和安徽的门店分别只有 5 家和 2 家,经营规模和品牌影响力尚处于发展初期,对当地供应商的议价能力有限。随着公司经营规模的扩大,公司对供应商的议价能力将进一步增强。

此外,公司凭借全国统一采购和区域统一采购的采购体系,在与供应商或制造商进行合作时集中优势提高了公司的议价能力;公司还大量采用直接采购,直接与种养殖户、产地等进行合作,极大限度的减少了“产地——门店——顾客”的生鲜产业链的中间环节,最大程度保持了生鲜产品的新鲜度和让利于消费者的价格优势。通过前述采购体系,公司部分生鲜农产品的采购成本较批发市场更低。

(5) 消费者的议价能力

超市企业对消费者的议价能力相对较弱,主要体现在以下两个方面:一方面,超市行业进入门槛相对较低,行业竞争较为激烈;另一方面,超市商品的同质化特征明显且属于日常消费品,消费者对商品价格较为敏感,价格往往成为超市企业竞争的重要方式。

此外,自有品牌、定制包销等商品的出现在一定程度上降低了商品的同质性,在提高公司对消费者的议价能力的同时增强了盈利能力。目前,公司的自有品牌商品主要集中在食品加工方面,定制包销主要集中在服装类商品。

四、公司主营业务概况

(一) 公司从事的主要业务

1、经营范围

农副产品、粮油及制品、食品饮料、酒及其他副食品、日用百货、家用电器及电子产品、通讯器材、针纺织品、服装、文化体育用品及器材、音像制品、出版物及电子出版物、珠宝、金银饰品、汽车摩托车零配件、五金交电、仪器仪表、五金家具及室内装修材料、花卉、玩具等的零售和批发,以及提供相关的配套服务;零售香烟(限分支机构在行业许可的期限和范围内开展经营活动);组织部分自营商品的加工及农副产品收购;出租部分商场设施或分租部分商场的场地予分租户从事合法经营(以上全部项目另设分支机构经营,涉及许可经营项目的,应在取得相关部门的许可后方可经营);信息咨询(证券、期货、金融等行业咨询除外);以特许经营方式从事商业活动;自营商品的进口,采购国内产品的出口(以上商品进出口不涉及国营贸易、进出口配额许可证、出口配额招标、出口许可证等专项管理的商品)。

2、主要业务

本公司主营业务是以经营生鲜为特色、以大卖场、卖场及社区超市为核心业态、以便利店的特许加盟为补充、以食品加工和现代农业相结合的连锁超市业务。截至2010年6月底,本公司及其控股的子公司拥有135家连锁门店,经营面积

约 865,720 平方米，主要遍布我国四大经济区域，即海峡西岸经济区的福建省主要城市、成渝经济区的重庆市、京津冀都市经济圈的北京市以及泛长三角经济区的安徽省。未来公司将分别以福建省、重庆市、北京市、安徽省作为海峡西岸经济区、成渝经济区、京津冀都市经济圈和泛长三角经济区的核心市场，在加强和巩固核心市场的前提下对四大区域的周边市场进行核心扩张和区域渗透，并逐渐发展成为全国性的超市企业。

目前本公司主要通过直营连锁店开展连锁销售和服务，并且辅以特许经营方式开展便利店业态的销售和服务。

（二）公司业务经营的基本情况

1、公司报告期内总体经营情况

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
营业收入	561,113.61	847,481.58	567,816.22	367,317.05
营业成本	456,666.52	695,799.44	466,263.74	304,129.14
营业利润	17,815.55	32,815.67	28,429.65	19,311.86
利润总额	17,985.01	33,158.54	28,306.02	19,289.85
净利润	13,800.97	25,686.95	21,662.93	13,143.41
归属于母公司所有者的净利润	13,829.70	25,429.29	21,370.78	12,981.61

2、按业务分类列示营业收入

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
主营业务收入	542,394.57	822,447.88	553,027.97	356,845.44
其中：商品购销收入	539,667.87	820,643.41	524,440.12	348,593.44
其他业务收入	18,719.04	25,033.70	14,788.24	10,471.61
其中：展示费	4,515.76	6,306.50	4,500.38	4,532.48
管理费、促销费、服务费	9,371.98	12,932.00	6,097.26	2,970.78

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
租赁费	3,013.78	3,480.47	2,245.56	1,871.88
广告费	371.19	520.39	164.72	74.36
纸皮、下脚料、POP、赠品贴等	1,446.32	1,794.35	1,780.32	1,022.11
营业收入合计	561,113.61	847,481.58	567,816.22	367,317.05

注：2007、2008年服装类商品采用视同买断的代销模式，统计时将其作为商品购销售收入。

3、公司主营业务及毛利情况

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
主营业务收入	542,394.57	822,447.88	553,027.97	356,845.44
主营业务成本	456,588.40	695,599.88	466,125.94	304,105.46
主营业务毛利	85,806.17	126,848.00	86,902.03	52,739.97

4、按商品类别列示主营业务收入

单位：万元

项目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
生鲜及加工	286,993.30	52.91%	474,499.59	57.69%	319,851.27	57.84%	220,672.91	61.84%
食品用品	211,651.94	39.02%	284,593.01	34.60%	191,869.58	34.69%	125,878.04	35.28%
服装	43,749.33	8.07%	63,355.28	7.70%	41,307.13	7.47%	10,294.48	2.88%
主营业务收入合计	542,394.57	100.00%	822,447.88	100.00%	553,027.97	100.00%	356,845.44	100.00%

5、按业务地区分布列示营业收入

单位：万元

地区	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
福建地区	321,714.22	57.33%	544,365.34	64.23%	413,346.93	72.80%	299,322.09	81.49%
重庆地区	207,507.70	36.98%	283,048.46	33.40%	154,469.29	27.20%	67,994.96	18.51%

地区	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
北京地区	27,158.68	4.84%	20,067.78	2.37%	-	-	-	-
安徽地区	4,733.01	0.84%	-	-	-	-	-	-
营业收入合计	561,113.61	100.00%	847,481.58	100.00%	567,816.22	100.00%	367,317.05	100.00%

(三) 报告期的连锁店拓展情况

截至2010年6月底，公司连锁门店的拓展情况如下：

区域	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年1-6月
福州	3	9	15	21	28	35	38	43	55	52
泉州								1	4	7
漳州									1	1
厦门						1	4	5	7	8
南平					4	6	6	7	8	7
莆田								1	1	2
三明						1	1	2	3	3
宁德										1
福建	3	9	15	21	32	43	49	59	79	81
重庆				1	3	4	9	18	41	47
北京									2	5
安徽										2
合计	3	9	15	22	35	47	58	77	122	135

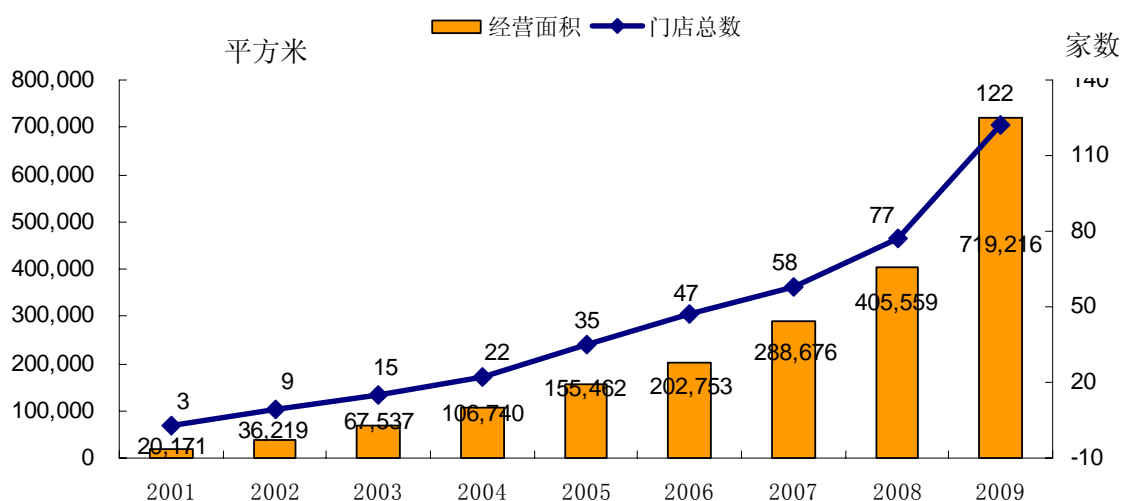
自成立以来，公司经营规模保持着稳健、快速发展趋势，陆续在福州、重庆、南平、厦门、泉州、莆田、三明、漳州、北京和安徽开设连锁门店，并已经在福建和重庆市场处于市场领先地位。

截至2010年6月底，公司在全国共拥有135家连锁超市门店，其中大卖场20家（占比15%）、卖场64家（占比47%）和社区超市51家（占比38%），主

要遍布我国四大经济区域，即海峡西岸经济区的福建省主要城市、成渝经济区的重庆市、京津冀都市经济圈的北京市以及泛长三角经济区的安徽省。公司在福建省共拥有 81 家超市门店，其中大卖场 10 家、卖场 27 家、社区超市 44 家；公司在重庆市共拥有 47 家超市门店，其中大卖场 6 家、卖场 35 家和社区超市 6 家；公司在北京市拥有 5 家超市门店，大卖场 2 家、卖场 2 家和社区超市 1 家；公司在安徽省拥有 2 家超市门店，均为大卖场。

2002 年-2009 年期间，公司每年的门店净增加数量分别为 6 家、6 家、7 家、13 家、12 家、11 家、19 家和 45 家，年复合增长率约 59%，经营面积总数由 2001 年的 20,171 平方米增加到 2009 年的 719,216 平方米，年复合增长率约 56%。具体如下：

图 6-21：连锁门店和经营面积增长情况



1、2007 年连锁门店发展情况

2007 年度，公司及控股子公司净增加连锁超市门店 11 家、净增面积约 85,923 平方米，包括 4 家大卖场、4 家卖场及 3 家社区超市。2007 年期末，公司及控股子公司共有 58 家连锁超市门店、经营面积 288,676 平方米，同比增长 42.38%。

2、2008 年连锁门店发展情况

2008 年度，公司及控股子公司净增加连锁超市门店 19 家、净增面积约 116,883 平方米，包括 1 家大卖场、12 家卖场及 6 家社区超市。2008 年期末，

公司及控股子公司共有 77 家连锁超市门店、经营面积 405,559 平方米，同比增长 40.49%。

3、2009 年连锁门店发展情况

2009 年度，公司及控股子公司净增加连锁超市门店 45 家、净增面积约 314,337 平方米，包括 7 家大卖场、26 家卖场及 12 家社区超市；2009 年在福清市龙田镇因在同一区域已经开设 2 家较大面积的超市，辐射范围较广，故将经营面积只有约 500 平方米的龙田龙安街店关闭，减少经营面积 500 平方米。2009 年期末，公司及控股子公司共有 122 家连锁超市门店、经营面积 719,216 平方米，同比增长 77.35%。

4、2010 年 1-6 月连锁门店发展情况

2010 年 1-6 月，公司及控股子公司净增加连锁超市门店 13 家、净增加面积约 147,027 平方米，较 2009 年增长 20.44%。截至 2010 年 6 月 30 日，公司及控股子公司共有 135 家连锁超市门店、经营面积 865,720 平方米。

5、2007-2010 年 6 月 30 日门店关闭的情况

序号	门店名称	地址	开业时间	停业时间	经营面积 (平方米)	物业权 属
1	龙田龙安街 店	福建福州福清市龙田 镇上街 80 号	2009 年 7 月 13 日	2009 年 10 月 25 日	500	租赁
2	兰天花园店	福清市龙田镇兰天花 园	2008 年 12 月 28 日	2010 年 1 月 25 日	3,391.48	租赁
3	桥溪店	福建省福清市音西街 道桥溪路 1 号	2008 年 12 月 18 日	2010 年 2 月 14 日	9,695	自有
4	华侨城店	福建省闽清县城关解 放大街 168 号华侨城 二楼东区	2008 年 6 月 7 日	2010 年 5 月 16 日	2,516	租赁
5	新园店	福建省晋安区岳峰南	2009 年 1 月 22	2010 年 5 月	1,717	租赁

序号	门店名称	地址	开业时间	停业时间	经营面积 (平方米)	物业权 属
		路 38 号紫阳新园 5-8 楼	日	15 日		
6	长富广场店	福建省南平市中山路 320 号长富广场 33 楼	2006 年 9 月 28 日	2010 年 5 月 23 日	2,726	租赁
7	前进店	福建省前进巷 1-17 号广电大厦 1-2 层	2005 年 11 月 3 日	2010 年 5 月 25 日	2,358	租赁

2010 年上半年起，公司调整了门店选址策略，按照“先大后小、先优后弱”的原则，将工程资源，干部资源优先投入到销售额大、盈利前景好、物业质量高的新店，保证大店和优质店的按时开业；针对已经开业的门店也按投入产出比进行考核，按单店的盈利能力排序，降低小店、盈利不佳的门店数量和适当调整区域门店布局。

按照上述原则，公司在报告期内合计关闭了 7 家超市门店，其中：

在开设龙田龙安街店之前，公司在福清市龙田镇已经开业两家门店，分别是 2008 年 12 月 28 日开业的兰天花园店和 2009 年 1 月 18 日开业的兰天商贸店，经营面积分别达到 3,391.48 平方米和 6,147.43 平方米，其作为龙田镇区中心的主力店具有极强地幅射力，也覆盖了龙田龙安街店的商圈。原先公司期望仅开约 500 平米的小店，作为对大店的补充，但实际效果并不理想，营运成本偏高，开业 3 个多月以来，虽经门店多方努力难以实现盈利，为更有效地集中力量、集中资源经营好卖场、大卖场和社区超市等核心业态门店，故决定关闭该小店。

兰天花园店开业一年多以来，虽经门店多方努力，营业额始终无法提高，每天营业额不到 2 万元，处于亏损状态，客流没有增长，商圈周边的开发空间有限，公司决定将此店关闭。

桥溪店是在自有的物业内建立的，开业一年多以来，每天的营业额平均在 10 万元左右，无法长期支撑门店的运营费用。经过公司内部的深入研究和讨论，公司决定将此店关闭。

华侨城店、新园店、长富广场店、前进店等门店的经营面积均较小，投入产出不经济，并且其所在区域市场已趋于饱和，未来发展空间不大。其中，距长富广场店和新园店在辐射半径 500 米内，公司已分别开设了另外两家经营面积超过 7000 平方米和 1.2 万平方米的门店，对相关门店的经营带来了一定影响。上述门店若继续维持经营则有面临亏损的可能性，因此公司决定将相关门店予以关闭。

（四）报告期内各区域市场门店的经营情况

1、海峡西岸经济区门店经营情况——福建

单位：万元

序号	门店	开设时间	区域	类型	项目	2007年	2008年	2009年	2010年1-6月
1	西门店	2000.11.17	福州	社区超市	营业收入	10,407.41	11,693.96	13,152.08	6,566.18
					营业成本	8,693.84	9,487.65	10,867.70	5,401.90
					利润总额	672.61	815.61	846.27	406.79
					净利润	450.65	604.43	634.70	305.09
2	屏西店	2000.7.27	福州	社区超市	营业收入	5,343.06	6,099.54	6,519.13	3,375.72
					营业成本	4,535.81	5,153.52	5,494.50	2,832.58
					利润总额	279.39	314.04	324.64	156.47
					净利润	187.19	235.53	243.48	117.35
3	黎明店	2001.09.08	福州	大卖场	营业收入	24,928.61	29,379.50	30,754.00	16,166.95
					营业成本	20,820.55	24,347.86	25,604.16	13,171.35
					利润总额	1,670.63	2,700.46	2,761.72	1,430.92
					净利润	1,119.32	2,020.53	2,071.29	1,073.19
4	铜盘店	2002.02.23	福州	社区超市	营业收入	3,909.44	4,239.02	5,219.59	2,764.86
					营业成本	3,303.56	3,553.71	4,388.57	2,303.26

					利润总额	178.89	156.27	190.67	164.06
					净利润	119.86	117.20	143.00	123.04
5	津泰店	2002.03.07	福州	社区超市	营业收入	4,506.48	5,237.09	6,140.57	3,266.47
					营业成本	3,826.12	4,430.30	5,155.69	2,746.91
					利润总额	206.57	128.25	230.23	169.83
					净利润	138.40	93.66	172.68	127.38
6	象园店	2002.04.28	福州	社区超市	营业收入	17,829.67	19,325.89	20,250.52	9,729.09
					营业成本	14,934.86	16,123.11	17,054.11	8,152.72
					利润总额	1,215.25	1,448.31	1,529.35	762.61
					净利润	814.22	1,086.23	1,147.01	571.95
7	西洪店	2002.06.30	福州	社区超市	营业收入	2,995.15	4,533.11	4,938.11	2,321.77
					营业成本	2,593.67	3,873.83	4,196.12	1,986.56
					利润总额	79.91	155.53	199.30	81.10
					净利润	53.54	115.69	149.48	60.82
8	交通店	2002.08.02	福州	社区超市	营业收入	792.58	1,213.08	1,388.59	731.36
					营业成本	678.53	1,033.61	1,180.55	611.84
					利润总额	27.91	42.65	50.57	33.50

					净利润	18.70	31.99	37.93	25.13
9	国棉店	2002.10.15	福州	卖场	营业收入	17,150.79	17,685.31	19,038.84	8,914.53
					营业成本	14,302.15	14,600.73	15,829.77	7,344.47
					利润总额	921.99	1,185.16	1,339.80	630.51
					净利润	615.88	888.87	1,004.85	472.88
10	前屿店	2003.01.23	福州	社区超市	营业收入	1,881.53	2,534.20	2,664.54	1,284.42
					营业成本	1,528.15	2,023.66	2,148.07	1,023.60
					利润总额	135.75	203.05	239.87	115.91
					净利润	90.96	152.29	179.90	86.93
11	群众店	2003.07.23	福州	社区超市	营业收入	4,572.73	4,760.88	5,041.67	2,658.19
					营业成本	3,869.33	4,035.68	4,293.67	2,237.76
					利润总额	188.01	100.34	147.96	136.22
					净利润	125.97	75.26	110.97	102.16
12	华林店	2003.09.06	福州	大卖场	营业收入	17,449.28	21,125.10	22,851.04	11,223.78
					营业成本	14,203.27	17,404.79	19,112.69	9,295.10
					利润总额	1,463.11	1,335.39	1,502.57	835.06
					净利润	980.28	1,001.54	1,126.93	626.29

13	汇达店	2003.09.09	福州	卖场	营业收入	19,242.64	24,461.54	25,681.31	12,976.24
					营业成本	15,942.96	20,191.26	21,577.78	10,718.31
					利润总额	1,377.44	1,754.30	1,834.73	1,128.49
					净利润	922.88	1,315.72	1,376.05	846.36
14	中平店	2003.09.17	福州	社区超市	营业收入	3,476.52	4,055.75	4,281.29	1,767.42
					营业成本	2,975.58	3,483.02	3,661.62	1,495.93
					利润总额	40.97	-17.16	55.46	-3.16
					净利润	27.45	-12.87	41.59	-2.37
15	屏山店	2003.12.19	福州	社区超市	营业收入	4,187.87	4,817.58	5,133.22	2,644.43
					营业成本	3,576.65	4,115.55	4,318.24	2,183.50
					利润总额	147.66	106.47	196.23	156.63
					净利润	98.93	78.89	147.17	117.47
16	杨桥店	2004.03.05	福州	卖场	营业收入	12,307.95	13,569.19	14,296.41	7,502.45
					营业成本	10,122.78	11,157.65	11,905.09	6,205.33
					利润总额	776.53	736.38	892.38	489.93
					净利润	520.27	542.51	669.29	367.45
17	金辉店	2004.03.05	福州	卖场	营业收入	4,796.99	5,718.47	6,488.37	3,807.70

					营业成本	3,855.10	4,498.19	5,237.38	2,984.38
					利润总额	296.79	417.92	450.16	438.74
					净利润	198.85	313.44	337.62	329.05
18	岳峰店	2004.07.03	福州	社区超市	营业收入	1,406.84	2,139.83	2,540.71	1,184.85
					营业成本	1,148.15	1,712.93	2,079.45	960.24
					利润总额	83.08	142.16	162.98	83.17
					净利润	55.67	106.62	122.24	62.38
19	马尾店	2004.07.11	福州	卖场	营业收入	17,122.96	21,298.60	22,342.23	11,316.00
					营业成本	14,172.89	17,468.99	18,542.17	9,163.33
					利润总额	1,455.88	1,967.12	2,048.04	1,262.73
					净利润	975.44	1,475.34	1,536.03	947.04
20	甘蔗店	2004.09.09	福州	卖场	营业收入	5,882.59	11,823.29	13,022.54	7,283.65
					营业成本	4,862.09	9,660.98	10,791.99	5,971.26
					利润总额	598.74	923.59	1,016.21	687.62
					净利润	401.16	690.82	762.16	515.71
21	茶会店	2004.12.29	福州	社区超市	营业收入	5,082.25	5,580.59	5,875.96	2,125.67
					营业成本	4,324.39	4,772.24	5,019.86	1,807.51

					利润总额	253.25	138.86	206.19	33.93
					净利润	169.67	104.15	154.64	25.44
22	滨江丽景店	2005.02.18	福州	卖场	营业收入	8,868.41	11,760.84	14,052.91	7,556.02
					营业成本	7,301.78	9,680.24	11,624.40	6,220.69
					利润总额	888.94	891.67	839.06	613.84
					净利润	595.59	668.75	629.30	460.38
23	井楼门店	2005.04.03	福州	社区超市	营业收入	3,716.16	4,398.71	4,842.36	2,530.29
					营业成本	3,149.92	3,722.92	4,104.78	2,150.33
					利润总额	183.25	144.78	156.68	67.63
					净利润	122.78	108.58	117.51	50.72
24	三木店	2005.04.28	福州	社区超市	营业收入	3,603.06	3,880.70	4,103.35	1,914.66
					营业成本	3,065.28	3,250.64	3,440.83	1,631.75
					利润总额	94.23	52.95	69.58	21.49
					净利润	63.13	39.71	52.19	16.12
25	白马店	2005.05.21	福州	社区超市	营业收入	712.15	975.39	1,028.40	545.74
					营业成本	589.20	788.61	860.35	448.54
					利润总额	2.30	10.23	6.70	15.72

					净利润	1.54	7.67	5.02	11.79
26	上渡店	2005.06.16	福州	卖场	营业收入	9,586.38	12,001.39	12,625.57	6,647.88
					营业成本	8,019.78	9,960.66	10,622.27	5,559.44
					利润总额	584.99	757.26	809.68	419.57
					净利润	391.94	567.94	607.26	314.68
27	碧水芳洲店	2005.09.14	福州	社区超市	营业收入	2,866.41	3,670.63	3,952.05	1,860.83
					营业成本	2,455.12	3,130.17	3,376.50	1,597.76
					利润总额	76.45	58.78	84.12	40.54
					净利润	51.22	44.08	63.09	30.41
28	管葡店	2005.10.15	南平	社区超市	营业收入	3,240.30	7,202.47	7,658.42	4,409.49
					营业成本	2,786.66	6,249.07	6,450.12	3,730.93
					利润总额	113.50	275.72	293.36	238.44
					净利润	76.05	206.62	220.02	178.83
29	融侨店	2005.11.03	福州	社区超市	营业收入	3,767.62	4,170.34	4,741.60	2,179.32
					营业成本	3,095.64	3,497.95	3,993.58	1,783.09
					利润总额	115.80	88.75	124.35	60.13
					净利润	77.58	60.51	93.26	45.10

30	梅山店	2005.12.10	南平	社区超市	营业收入	911.00	1,270.61	1,324.57	518.66
					营业成本	797.25	1,108.58	1,165.27	454.67
					利润总额	5.13	18.64	20.30	-5.95
					净利润	3.02	13.98	15.23	-4.46
31	火车站店	2005.12.31	南平	社区超市	营业收入	874.68	1,149.44	1,375.45	736.16
					营业成本	748.44	987.94	1,182.70	607.14
					利润总额	4.93	16.86	18.65	39.62
					净利润	2.90	12.65	13.99	29.72
32	琅岐店	2006.01.01	福州	社区超市	营业收入	1,823.08	3,168.38	3,488.07	1,798.87
					营业成本	1,484.10	2,567.45	2,887.19	1,466.68
					利润总额	127.37	237.25	251.25	166.22
					净利润	85.34	177.94	188.43	124.66
33	湖前店	2006.05.01	福州	社区超市	营业收入	2,072.53	3,182.36	3,493.54	1,818.15
					营业成本	1,776.98	2,701.60	2,982.50	1,550.77
					利润总额	85.12	132.13	181.35	65.31
					净利润	57.03	98.59	136.01	48.98
34	澳门店	2006.07.20	福州	社区超市	营业收入	560.34	559.67	684.39	380.17

					营业成本	481.46	473.88	578.05	327.39
					利润总额	3.92	-6.02	8.71	9.06
					净利润	2.63	-4.51	6.53	6.79
35	省府店	2006.08.06	福州	社区超市	营业收入	4,738.90	5,497.09	5,579.17	2,440.40
					营业成本	4,071.23	4,607.49	4,710.72	2,088.08
					利润总额	43.16	84.85	54.60	-51.51
					净利润	28.91	63.63	40.95	-38.63
36	岳阳店	2006.08.18	厦门	社区超市	营业收入	6,353.77	7,961.28	8,359.57	4,107.27
					营业成本	5,461.76	6,722.94	7,004.70	3,372.32
					利润总额	110.45	14.29	17.25	65.04
					净利润	109.07	-5.15	13.80	50.73
37	东水店	2006.09.06	福州	社区超市	营业收入	3,244.92	3,550.78	3,539.12	1,972.04
					营业成本	2,752.92	2,987.08	2,998.43	1,693.37
					利润总额	39.36	8.49	-8.44	-15.68
					净利润	26.37	2.52	-6.33	-11.76
38	君临闽江店	2006.09.13	福州	社区超市	营业收入	2,987.81	3,578.71	3,743.96	1,730.05
					营业成本	2,512.68	3,020.92	3,216.78	1,474.48

					利润总额	40.21	20.00	20.50	2.79
					净利润	26.94	15.00	15.38	2.09
39	五四店	2006.10.17	三明	卖场	营业收入	6,189.84	9,161.27	10,795.29	5,599.21
					营业成本	5,140.62	7,592.76	9,031.58	4,689.06
					利润总额	504.35	250.71	349.74	156.54
					净利润	504.35	185.15	262.31	117.40
40	大学城店	2006.11.10	福州	卖场	营业收入	10,059.79	13,023.22	15,005.32	7,910.97
					营业成本	8,567.60	10,646.00	12,473.21	6,502.13
					利润总额	743.25	891.18	1,059.95	705.34
					净利润	497.98	666.89	794.96	529.01
41	体育公园店	2006.12.09	南平	卖场	营业收入	7,582.45	9,859.25	9,922.62	3,910.68
					营业成本	6,396.53	8,313.73	8,459.37	3,376.02
					利润总额	42.73	157.79	143.89	-23.44
					净利润	25.11	109.66	107.92	-17.58
42	祥和店	2007.01.11	厦门	社区超市	营业收入	4,081.04	5,012.46	5,355.64	2,779.46
					营业成本	3,451.70	4,259.12	4,502.42	2,326.67
					利润总额	70.94	8.69	35.41	32.31

					净利润	70.06	-3.13	28.33	25.20
43	五四北店	2007.02.10	福州	大卖场	营业收入	7,744.25	10,124.38	11,524.26	6,425.05
					营业成本	6,134.63	8,278.54	9,559.59	5,248.66
					利润总额	611.75	530.65	610.81	506.82
					净利润	409.87	397.99	458.11	380.12
44	康乐店	2007.05.18	厦门	社区超市	营业收入	2,652.97	5,323.43	6,094.09	3,146.42
					营业成本	2,229.38	4,592.12	5,197.68	2,670.89
					利润总额	46.12	8.44	236.48	111.31
					净利润	45.54	-3.04	189.19	86.82
45	西林店	2007.05.18	厦门	社区超市	营业收入	3,142.26	5,977.09	6,345.44	3,056.51
					营业成本	2,669.18	5,188.11	5,465.66	2,608.00
					利润总额	54.62	9.11	137.24	76.58
					净利润	53.94	-3.28	109.79	59.74
46	鳌峰店	2007.06.18	福州	大卖场	营业收入	4,572.69	7,914.35	8,441.67	4,673.75
					营业成本	3,606.41	6,546.01	7,047.65	3,842.41
					利润总额	269.87	231.39	275.08	239.84
					净利润	180.82	173.54	206.31	179.88

47	福飞店	2007.12.06	福州	卖场	营业收入	-	9,561.86	11,491.00	7,369.82
					营业成本	-	7,680.98	9,626.97	6,072.05
					利润总额	-	610.84	740.01	535.34
					净利润	-	458.13	555.01	401.50
48	鼓山苑店	2008.04.18	福州	卖场	营业收入	-	7,865.94	10,385.11	6,805.18
					营业成本	-	6,361.54	8,775.43	5,620.54
					利润总额	-	287.17	358.52	388.93
					净利润	-	215.38	268.89	291.70
49	海天店	2008.05.01	厦门	卖场	营业收入	-	7,008.41	11,362.88	5,939.02
					营业成本	-	5,731.58	9,593.48	4,966.26
					利润总额	-	14.79	225.66	196.63
					净利润	-	-5.33	180.53	153.37
50	荔城北店	2008.06.11	莆田	卖场	营业收入	-	5,520.54	11,429.59	6,410.20
					营业成本	-	4,448.65	9,644.93	5,337.73
					利润总额	-	7.90	196.07	289.13
					净利润	-	5.00	147.05	216.85
51	东溪店	2008.06.25	南平	社区超市	营业收入	-	1,898.29	3,475.21	1,741.28

					营业成本	-	1,645.68	3,013.73	1,469.14
					利润总额	-	27.84	38.93	75.40
					净利润	-	20.88	29.20	56.55
52	振兴店	2008.11.11	泉州	卖场	营业收入	-	1,315.48	6,491.63	3,266.62
					营业成本	-	926.97	5,364.11	2,682.24
					利润总额	-	-130.43	-280.86	-34.00
					净利润	-	-97.82	-210.64	-25.50
53	五洲店	2008.11.15	三明	社区超市	营业收入	-	491.02	2,818.54	1,464.27
					营业成本	-	402.55	2,389.75	1,216.04
					利润总额	-	2.60	13.16	12.12
					净利润	-	1.95	9.87	9.09
54	坂东店	2008.12.15	福州	社区超市	营业收入	-	265.82	2,483.76	1,643.88
					营业成本	-	169.92	2,045.82	1,363.49
					利润总额	-	65.37	79.97	76.09
					净利润	-	49.02	59.97	57.07
55	泉秀店	2009.01.01	泉州	大卖场	营业收入	-	-	11,023.61	5,489.29
					营业成本	-	-	9,054.73	4,548.09

					利润总额	-	-	-309.70	-226.84
					净利润	-	-	-247.71	-170.13
56	成龙步行街店	2009.01.10	福州	大卖场	营业收入	-	25.89	9,181.30	6,249.27
					营业成本	-	-	7,726.66	5,117.24
					利润总额	-	18.50	-208.59	117.73
					净利润	-	18.50	-156.44	88.30
57	建贸店	2009.01.16	南平	社区超市	营业收入	-	-	1,704.61	1,755.76
					营业成本	-	-	1,485.79	1,455.57
					利润总额	-	-	-82.63	56.18
					净利润	-	-	-61.97	42.13
58	兰天商贸店	2009.01.18	福州	卖场	营业收入	-	14.69	7,357.46	4,255.06
					营业成本	-	-	6,056.63	3,512.38
					利润总额	-	13.87	174.70	191.67
					净利润	-	10.41	131.03	143.75
59	建设南路店	2009.3.28	泉州	卖场	营业收入	-	-	6,620.38	3,799.97
					营业成本	-	-	5,477.97	3,135.05
					利润总额	-	-	85.64	58.77

					净利润	-	-	64.23	44.07
60	浦新店	2009.04.15	福州	社区超市	营业收入	-	-	2,844.53	2,080.85
					营业成本	-	-	2,314.53	1,718.79
					利润总额	-	-	69.90	108.32
					净利润	-	-	52.42	81.24
61	思东店	2009.05.01	厦门	社区超市	营业收入	-	-	2,431.33	1,934.92
					营业成本	-	-	2,046.78	1,685.86
					利润总额	-	-	9.48	-36.11
					净利润	-	-	7.11	-28.16
62	西园店	2009.06.06	福州	社区超市	营业收入	-	-	1,638.92	1,404.65
					营业成本	-	-	1,337.02	1,183.36
					利润总额	-	-	22.59	12.47
					净利润	-	-	16.94	9.35
63	中环店	2009.7.11	福州	卖场	营业收入	-	-	3,387.16	3,545.77
					营业成本	-	-	2,666.81	2,875.70
					利润总额	-	-	76.81	162.38
					净利润	-	-	57.61	121.79

64	东街店	2009.07.18	泉州	社区超市	营业收入	-	-	2,339.20	2,287.79
					营业成本	-	-	1,833.97	1,873.57
					利润总额	-	-	94.73	31.92
					净利润	-	-	71.05	23.94
65	江南水都店	2009.08.15	福州	大卖场	营业收入	-	-	5,275.01	6,922.97
					营业成本	-	-	4,148.45	5,623.76
					利润总额	-	-	109.18	324.94
					净利润	-	-	81.89	243.71
66	吴航店	2009.08.28	福州	卖场	营业收入	-	-	3,203.87	3,537.62
					营业成本	-	-	2,518.46	2,940.17
					利润总额	-	-	79.72	57.22
					净利润	-	-	59.79	42.92
67	龙门店	2009.09.23	宁化	大卖场	营业收入	-	-	2,694.64	4,504.33
					营业成本	-	-	2,140.88	3,748.32
					利润总额	-	-	60.46	129.77
					净利润	-	-	45.35	97.33
68	角美店	2009.10.01	漳州	社区超市	营业收入	-	-	899.04	1,237.96

					营业成本	-	-	668.21	1,023.85
					利润总额	-	-	71.36	-13.46
					净利润	-	-	53.52	-10.10
69	郑和店	2009.10.02	福州	大卖场	营业收入	-	-	1,434.21	5,584.24
					营业成本	-	-	1,112.23	4,380.94
					利润总额	-	-	-115.24	295.95
					净利润	-	-	-86.43	221.97
70	白沙店	2009.12.01	福州	社区超市	营业收入	-	-	513.62	1,961.26
					营业成本	-	-	378.99	1,547.48
					利润总额	-	-	1.46	87.90
					净利润	-	-	1.09	65.93
71	居住主题公园店	2009.12.23	福州	社区超市	营业收入	-	-	150.52	941.07
					营业成本	-	-	90.96	739.98
					利润总额	-	-	-0.02	-26.53
					净利润	-	-	-0.02	-19.90
72	海沧禹洲店	2009.12.29	厦门	卖场	营业收入	-	-	424.43	2,793.90
					营业成本	-	-	192.90	2,285.32

					利润总额	-	-	95.38	87.60
					净利润	-	-	76.30	68.33
73	鹤林店	2009.12.31	福州	卖场	营业收入	-	-	97.62	2,807.99
					营业成本	-	-	74.43	2,188.05
					利润总额	-	-	-50.34	147.35
					净利润	-	-	-37.76	110.51
74	佳禾馨苑店	2010.01.31	南平	卖场	营业收入	-	-	-	2,957.25
					营业成本	-	-	-	2,372.96
					利润总额	-	-	-	220.63
					净利润	-	-	-	165.47
75	天九湾店	2010.02.07	莆田	社区超市	营业收入	-	-	-	1,156.28
					营业成本	-	-	-	911.62
					利润总额	-	-	-	11.19
					净利润	-	-	-	8.39
76	福新店	2010.02.07	福州	大卖场	营业收入	-	-	-	5,397.69
					营业成本	-	-	-	4,324.18
					利润总额	-	-	-	232.11

					净利润	-	-	-	174.08
77	水头店	2010.03.30	泉州	卖场	营业收入	-	-	-	1,878.91
					营业成本	-	-	-	1,395.43
					利润总额	-	-	-	124.55
					净利润	-	-	-	93.41
78	新华店	2010.05.05	宁德	卖场	营业收入	-	-	-	1,662.58
					营业成本	-	-	-	1,211.85
					利润总额	-	-	-	155.66
					净利润	-	-	-	116.74
79	浮桥店	2010.05.15	泉州	社区超市	营业收入	-	-	-	772.89
					营业成本	-	-	-	452.75
					利润总额	-	-	-	39.49
					净利润	-	-	-	29.62
80	兴南店	2010.05.15	泉州	卖场	营业收入	-	-	-	709.73
					营业成本	-	-	-	492.55
					利润总额	-	-	-	-36.47
					净利润	-	-	-	-27.35

81	新阳店	2010.05.29	厦门	卖场	营业收入	-	-	-	1,274.02
					营业成本	-	-	-	891.22
					利润总额	-	-	-	138.11
					净利润	-	-	-	107.72

注：上述各门店的利润总额和净利润只考虑门店的管理费用、销售费用等，不考虑各门店需摊销的集团或各大区管理总部的费用

2、成渝经济区门店经营情况——重庆

单位：万元

序号	门店	开设时间	区域	类型	项目	2007年	2008年	2009年	2010年1-6月
1	观音桥店	2004.10.18	重庆	卖场	营业收入	10,632.17	14,258.86	14,975.19	8,037.68
					营业成本	8,935.21	11,713.59	12,338.17	6,454.95
					利润总额	337.62	1,066.77	1,143.21	645.06
					净利润	285.76	849.48	971.73	548.30
2	加州店	2005.04.18	重庆	卖场	营业收入	7,506.38	9,622.09	10,160.34	4,624.71
					营业成本	6,294.85	7,896.85	8,202.70	3,814.26
					利润总额	221.72	940.32	1,030.59	492.04
					净利润	185.10	799.27	876.00	418.24

3	东和春天店	2005.10.03	重庆	大卖场	营业收入	11,391.97	15,396.10	16,767.82	8,713.27
					营业成本	9,506.54	12,452.86	13,213.57	6,908.77
					利润总额	318.08	791.19	1,127.44	756.53
					净利润	262.51	672.51	958.32	643.05
4	两路店	2006.07.15	重庆	卖场	营业收入	9,215.08	10,950.83	11,744.80	4,926.04
					营业成本	7,861.55	9,158.69	9,845.75	3,954.95
					利润总额	479.95	438.27	501.38	252.40
					净利润	435.00	372.53	426.18	214.54
5	大坪店	2007.01.21	重庆	大卖场	营业收入	9,521.38	13,162.80	13,876.90	7,009.86
					营业成本	7,938.39	10,876.13	11,574.50	5,842.89
					利润总额	298.51	434.79	566.28	275.61
					净利润	252.06	369.57	481.34	234.27
6	五里店	2007.01.31	重庆	卖场	营业收入	8,080.56	11,716.21	12,460.43	6,335.39
					营业成本	6,808.85	9,688.81	10,303.82	5,215.68
					利润总额	316.07	677.34	977.26	493.00
					净利润	276.65	575.74	830.67	419.05
7	黄泥磅店	2007.07.01	重庆	卖场	营业收入	4,108.57	8,496.76	8,978.56	4,022.56

					营业成本	3,568.19	7,072.75	7,504.90	3,224.77
					利润总额	141.95	302.02	521.92	221.71
					净利润	121.91	256.72	443.63	188.45
8	协信店	2007.09.01	重庆	大卖场	营业收入	3,874.57	11,856.94	13,679.98	7,760.01
					营业成本	3,307.21	9,858.72	11,284.56	6,293.22
					利润总额	28.95	238.70	708.13	374.92
					净利润	10.05	202.90	601.91	318.68
9	四公里店	2007.09.19	重庆	卖场	营业收入	3,664.28	13,973.77	15,745.86	8,402.88
					营业成本	3,151.75	11,703.91	13,136.16	7,005.90
					利润总额	224.52	843.76	1,034.55	651.06
					净利润	206.64	717.20	879.36	553.40
10	双龙店	2008.01.03	重庆	卖场	营业收入	-	10,638.20	11,301.38	4,693.26
					营业成本	-	8,975.86	9,447.63	3,820.18
					利润总额	-	234.51	336.65	182.24
					净利润	-	199.33	286.15	154.91
11	香港城店	2008.01.03	重庆	大卖场	营业收入	-	13,225.08	14,773.39	8,570.54
					营业成本	-	11,273.81	12,360.54	7,083.64

					利润总额	-	355.15	592.68	527.17
					净利润	-	301.88	503.78	448.09
12	大众店	2008.04.11	重庆	卖场	营业收入	-	6,314.47	8,959.09	4,881.10
					营业成本	-	5,354.06	7,534.96	4,129.02
					利润总额	-	-111.04	272.02	188.00
					净利润	-	-94.39	231.22	159.80
13	南坪东路店	2008.08.10	重庆	卖场	营业收入	-	4,625.98	8,890.17	4,212.28
					营业成本	-	3,983.59	7,549.71	3,458.46
					利润总额	-	-40.58	296.60	108.62
					净利润	-	-34.49	252.11	92.33
14	西城天街店	2008.09.02	重庆	卖场	营业收入	-	4,609.68	11,717.67	6,146.77
					营业成本	-	3,911.42	9,912.12	5,036.79
					利润总额	-	-152.34	224.10	139.99
					净利润	-	-129.49	190.48	118.99
15	綦江河西店	2008.10.15	重庆	卖场	营业收入	-	2,399.64	5,048.78	2,158.29
					营业成本	-	2,005.86	4,320.15	1,847.43
					利润总额	-	-35.53	21.31	-90.08

					净利润	-	-30.20	18.12	-76.56
16	时代商都店	2008.11.18	重庆	社区超市	营业收入	-	1,736.02	10,161.02	5,705.33
					营业成本	-	1,420.18	8,611.09	4,749.33
					利润总额	-	33.14	373.12	284.89
					净利润	-	28.17	317.16	242.16
17	空港店	2008.12.12	重庆	卖场	营业收入	-	746.58	5,995.30	3,137.76
					营业成本	-	551.33	5,113.96	2,610.88
					利润总额	-	56.09	96.30	87.62
					净利润	-	47.68	81.85	74.48
18	石桥铺店	2008.12.23	重庆	卖场	营业收入	-	739.30	12,172.12	7,135.96
					营业成本	-	554.23	10,240.82	5,891.46
					利润总额	-	-14.54	366.04	431.66
					净利润	-	-12.36	311.13	366.91
19	民盛店	2009.01.10	重庆	卖场	营业收入	-	-	6,037.76	3,677.22
					营业成本	-	-	5,048.28	3,085.11
					利润总额	-	-	59.52	13.10
					净利润	-	-	50.59	11.14

20	河东店	2009.01.16	重庆	大卖场	营业收入	-	-	7,665.82	5,324.06
					营业成本	-	-	6,327.27	4,435.94
					利润总额	-	-	367.48	154.55
					净利润	-	-	312.36	131.37
21	白象店	2009.03.05	重庆	卖场	营业收入	-	-	4,606.73	2,579.64
					营业成本	-	-	4,027.71	2,205.51
					利润总额	-	-	32.83	-97.82
					净利润	-	-	27.90	-83.14
22	万盛名都店	2009.03.23	重庆	社区超市	营业收入	-	-	2,283.04	1,610.90
					营业成本	-	-	1,885.16	1,355.61
					利润总额	-	-	-72.93	-31.33
					净利润	-	-	-61.99	-26.63
23	较场口店	2009.04.10	重庆	卖场	营业收入	-	-	6,156.77	4,827.77
					营业成本	-	-	5,250.45	4,070.91
					利润总额	-	-	70.33	15.53
					净利润	-	-	59.78	13.20
24	天星桥店	2009.05.01	重庆	社区超市	营业收入	-	-	5,627.23	3,776.48

					营业成本	-	-	4,791.35	3,235.06
					利润总额	-	-	318.42	154.02
					净利润	-	-	270.65	130.91
25	储奇门店	2009.05.06	重庆	卖场	营业收入	-	-	2,602.17	475.70
					营业成本	-	-	2,124.86	399.51
					利润总额	-	-	54.92	-230.34
					净利润	-	-	46.68	-195.79
26	大石坝店	2009.06.01	重庆	卖场	营业收入	-	-	5,239.73	4,625.94
					营业成本	-	-	4,419.42	3,884.21
					利润总额	-	-	297.69	130.90
					净利润	-	-	253.03	111.26
27	龙头寺店	2009.06.10	重庆	卖场	营业收入	-	-	4,030.83	3,863.87
					营业成本	-	-	3,274.38	3,159.30
					利润总额	-	-	99.49	113.14
					净利润	-	-	84.56	96.17
28	汉渝路店	2009.06.16	重庆	卖场	营业收入	-	-	2,892.84	2,071.48
					营业成本	-	-	2,363.90	1,733.45

					利润总额	-	-	-14.85	-125.80
					净利润	-	-	-12.63	-106.93
29	天生丽街店	2009.07.18	重庆	卖场	营业收入	-	-	5,014.87	4,933.20
					营业成本	-	-	4,065.42	4,030.75
					利润总额	-	-	497.72	281.35
					净利润	-	-	423.06	239.15
30	王牌路店	2009.07.29	重庆	卖场	营业收入	-	-	4,120.55	4,229.70
					营业成本	-	-	3,428.29	3,624.32
					利润总额	-	-	48.90	-71.13
					净利润	-	-	41.57	-60.46
31	新天地店	2009.08.15	重庆	卖场	营业收入	-	-	3,826.55	4,507.78
					营业成本	-	-	3,161.14	3,829.89
					利润总额	-	-	184.62	-27.03
					净利润	-	-	156.93	-22.98
32	建新东路店	2009.08.15	重庆	卖场	营业收入	-	-	789.98	2,694.34
					营业成本	-	-	604.51	2,238.97
					利润总额	-	-	58.82	19.16

					净利润	-	-	49.99	16.29
33	童家桥店	2009.08.28	重庆	卖场	营业收入	-	-	2,615.89	3,250.80
					营业成本	-	-	2,104.45	2,704.74
					利润总额	-	-	153.83	93.66
					净利润	-	-	130.75	79.61
34	嘉茂购物中心店	2009.09.18	重庆	卖场	营业收入	-	-	3,879.10	6,816.50
					营业成本	-	-	3,149.90	5,699.13
					利润总额	-	-	221.34	299.28
					净利润	-	-	188.14	254.39
35	龙溪镇店	2009.09.30	重庆	社区超市	营业收入	-	-	2,073.98	3,990.11
					营业成本	-	-	1,693.69	3,398.43
					利润总额	-	-	116.20	121.62
					净利润	-	-	98.77	103.38
36	宝圣西路店	2009.10.28	重庆	卖场	营业收入	-	-	1,787.97	4,397.97
					营业成本	-	-	1,433.28	3,685.99
					利润总额	-	-	170.27	255.48
					净利润	-	-	144.73	217.15

37	西池广场店	2009.11.05	重庆	社区超市	营业收入	-	-	608.87	1,648.34
					营业成本	-	-	454.08	1,395.83
					利润总额	-	-	25.33	6.35
					净利润	-	-	21.53	5.40
38	西欧花园店	2009.11.10	重庆	卖场	营业收入	-	-	1,381.42	3,783.11
					营业成本	-	-	1,077.32	3,183.21
					利润总额	-	-	117.37	107.03
					净利润	-	-	99.77	90.97
39	南湖花园店	2009.11.28	重庆	卖场	营业收入	-	-	853.05	2,420.46
					营业成本	-	-	661.95	2,028.64
					利润总额	-	-	25.92	-27.79
					净利润	-	-	22.03	-23.62
40	广龙明珠店	2009.12.13	重庆	卖场	营业收入	-	-	1,050.69	6,147.78
					营业成本	-	-	819.35	5,233.28
					利润总额	-	-	92.37	215.07
					净利润	-	-	78.51	182.81
41	弹新街店	2009.12.29	重庆	卖场	营业收入	-	-	387.80	3,721.69

					营业成本	-	-	253.91	3,123.35
					利润总额	-	-	80.89	124.61
					净利润	-	-	68.76	105.92
42	中博大道店	2010.01.05	重庆	卖场	营业收入	-	-	-	3,855.02
					营业成本	-	-	-	3,269.52
					利润总额	-	-	-	152.54
					净利润	-	-	-	129.66
43	金源时代购物中心店	2010.01.09	重庆	大卖场	营业收入	-	-	-	2,832.33
					营业成本	-	-	-	2,246.82
					利润总额	-	-	-	-137.61
					净利润	-	-	-	-116.97
44	国贸广场店	2010.02.07	重庆	卖场	营业收入	-	-	-	3,441.97
					营业成本	-	-	-	2,785.89
					利润总额	-	-	-	100.81
					净利润	-	-	-	85.68
45	人民广场店	2010.04.10	重庆	卖场	营业收入	-	-	-	2,651.50
					营业成本	-	-	-	2,146.34

					利润总额	-	-	-	116.90
					净利润	-	-	-	99.36
46	金世纪广场店	2010.04.22	重庆	卖场	营业收入	-	-	-	2,413.33
					营业成本	-	-	-	1,972.14
					利润总额	-	-	-	146.95
					净利润	-	-	-	124.91
47	双碑店	2010.06.23	重庆	社区超市	营业收入	-	-	-	452.05
					营业成本	-	-	-	392.07
					利润总额	-	-	-	-21.05
					净利润	-	-	-	-17.89

注：上述各门店的利润总额和净利润只考虑门店的管理费用、销售费用等，不考虑各门店需摊销的集团或各大区管理总部的费用

3、京津冀都市经济圈门店经营情况——北京

单位：万元

序号	门店	开设时间	区域	类型	项目	2007年	2008年	2009年	2010年1-6月
1	六里桥店	2009.01.10	北京	卖场	营业收入	-	-	9,882.50	6,101.56
					营业成本	-	-	8,521.63	5,180.40
					利润总额	-	-	-727.88	-55.71

					净利润	-	-	-545.91	-41.78
2	鲁谷店	2009.06.26	北京	大卖场	营业收入	-	-	9,988.18	10,549.53
					营业成本	-	-	8,367.43	8,771.51
					利润总额	-	-	148.53	381.45
					净利润	-	-	111.40	286.09
3	小红门店	2010.02.05	北京	大卖场	营业收入	-	-	-	6,973.33
					营业成本	-	-	-	5,793.40
					利润总额	-	-	-	251.86
					净利润	-	-	-	188.89
4	增光路店	2010.03.26	北京	社区超市	营业收入	-	-	-	2,242.86
					营业成本	-	-	-	1,878.09
					利润总额	-	-	-	40.05
					净利润	-	-	-	30.04
5	草桥店	2010.05.21	北京	卖场	营业收入	-	-	-	1,051.40
					营业成本	-	-	-	784.08
					利润总额	-	-	-	76.45
					净利润	-	-	-	57.33

注：上述各门店的利润总额和净利润只考虑门店的管理费用、销售费用等，不考虑各门店需摊销的集团或各大区管理总部的费用

其中六里桥店承担了北京大区的部分管理费用

4、泛长三角经济区门店经营情况——安徽

序号	门店	开设时间	区域	类型	项目	2007年	2008年	2009年	2010年1-6月
1	宝文店	2010.04.03	合肥	大卖场	营业收入	-	-	-	2,401.32
					营业成本	-	-	-	1,977.59
					利润总额	-	-	-	-227.81
					净利润	-	-	-	-170.86
2	世纪金源滨湖店	2010.04.25	合肥	大卖场	营业收入	-	-	-	2,330.84
					营业成本	-	-	-	1,877.59
					利润总额	-	-	-	-111.16
					净利润	-	-	-	-83.37

截至 2010 年 6 月底，公司在全国共拥有 135 家连锁超市门店，其中大卖场 20 家、卖场 64 家和社区超市 51 家，福建地区拥有 44 家社区超市且大都于 2006 年以前开业，这与当时公司积极响应福建地区政府推行的“农改超”工作密切相关。而随着近年来公司经营能力的稳步提高，公司逐步增加卖场和大卖场业态的拓展，并以此作为开拓新市场的重要方式，如北京市场和安徽市场均重点采用了卖场和大卖场的经营业态。

报告期内，公司按不同业态的营业收入构成情况如下表：

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
卖场	300,219.46	54.0%	445,635.84	53.2%	281,168.72	50.2%	161,997.83	44.5%
大卖场	135,102.42	24.3%	179,931.83	21.5%	122,210.14	21.8%	79,482.76	21.9%
社区超市	120,871.57	21.7%	211,894.14	25.3%	157,208.67	28.0%	122,158.27	33.6%
合计	556,193.45	100.0%	837,461.81	100.0%	560,587.53	100.0%	363,638.86	100.0%

注：上表数据仅包括门店的收入，未包括报告期内各大区管理总部、公司总部以及其他非超市业务的控股子公司的收入。

由上表可见，卖场和大卖场的收入占比稳步提高，由 2007 年 66.4% 上升至 2010 年 6 月底的 78.3%。与此同时，社区超市的收入占比呈现稳步下降的趋势，由 2007 年的 33.6% 下降至 2010 年 6 月底的 21.7%，主要原因在于社区超市门店数增长幅度远低于卖场和大卖场的门店数增长，社区超市门店数量由 2006 年的 30 家增加到 2010 年 6 月底的 51 家，净增加 21 家，增长了 70%，但卖场和大卖场的门店数量由 2006 年 17 家增加到 2010 年 6 月底的 84 家，净增加 67 家，增长了 394%。这与公司经营能力的稳步提高，公司逐步增加卖场和大卖场业态的拓展，并以此作为开拓新市场的重要方式密不可分。

5、报告期内公司部分社区超市利润出现波动的原因

报告期内，社区超市净利润呈现增长趋势，2008 年度和 2009 年度净利润同比增长率分别达到 15.9% 和 40.8%。2009 年度净利润增长率高于 2008 年度的主要原因是在 2008 年下半年，受全球经济危机影响，我国批发和零售业的企业景

气指数和消费者信心指数出现快速下降,连锁超市行业也受到影响,而面积较小、产品种类较少、经营规模较小、规模效益不明显的社区超市则在本轮经济调整中影响相对较大。

报告期内,社区超市门店的经营业绩波动情况可以分为两类:

(1) 经营业绩在报告期内出现下滑

受全球经济危机影响,部分社区超市在报告期内出现业绩下滑,其中17家门店的2008年净利润相比2007年出现下滑,如岳阳店、中平店、茶会店、东水店、澳门店、祥和店等,3家门店的2009年净利润相比2008年出现下滑,如岳阳店、白马店等,其主要原因包括:①为降低经济危机对超市经营的影响,通过促销的方式来提升卖场人气,在营业收入增长的情况下增加了销售费用和管理费用;②为了增强公司的竞争力,于2008年提高了员工的工资福利待遇,增加费用支出;③为了优化购物环境,对部分开业时间较长的门店进行了装修整改,在影响销售额的同时加大了门店的费用支出;④门店附近的道路改造或旧城动迁影响了门店的客流量和销售;⑤厦门地区适用的所得税率由2007年的0提高到2008年的18%,部分门店受到影响。上述因素对部分规模较小的社区超市的经营业绩影响较大,而随着我国宏观经济的稳步复苏,以及制约门店的不利因素消除,前述2008年净利润出现下滑的17家门店中有16家在2009年度又实现正增长。

(2) 经营业绩在报告期内出现大幅上涨

部分社区超市在报告期内的经营业绩出现大幅上涨,如康乐店、西林店、梅山店、白马店、省府店、火车站店等,其主要原因包括:①新开门店在当年的业绩未能充分释放且其经营时间不足1个完整年度,而在开业第2、3年随着周边配套设备的完善,经营业绩快速提升并且经营一个完整年度;②原先的基数相对较小,营业收入和净利润的绝对额的少量增加将造成其较大涨幅;③公司加强了门店的经营管理,在缩减成本的同时提升盈利能力。

（五）主要经营模式及业务流程图

1、“农改超”模式

（1）“农改超”的定义

“农改超”是指通过政府政策的鼓励支持，将不适应城市建设和居民消费要求的传统农贸市场，按照超市的经营业态、经营理念进行生鲜超市化改造。

（2）“农改超”的实施背景

农贸市场历年来是我国居民采购生鲜产品市场的主要渠道，但是，随着人们生活消费水平的提高，传统农贸市场“散、杂、乱、差、脏”的购物环境已经无法满足人们日益增长的生鲜农产品消费需求。一方面，人们对于蔬菜、水果、食品、水产品等生鲜产品的需求有了较大幅度的提升。另一方面，消费者对购物环境的舒适性、购物时间的便利性、经营品种的多样性、产品质量的安全性、服务与价格的竞争性等各方面提出更高的要求。在这一背景下，国内出现了传统农贸市场向生鲜超市转型的尝试，以满足人们对生鲜产品的消费需求。同时，各级政府也出台了相关政策，鼓励扶持农贸市场改革向生鲜超市运营转型。

（3）本公司“农改超”的三种模式

公司“农改超”模式可大致分为“在原有农贸市场附近新建替代性生鲜超市”、“农贸市场原址原建”、“新建生鲜超市”等三种模式。

①在原有农贸市场附近新建替代性生鲜超市

这种模式是指在农贸市场附近开设生鲜超市，并以舒适的购物环境优势、优秀的服务质量、透明的市场价格、优质的产品品质获得广大消费者的青睐。原先在农贸市场购物的消费者均转向生鲜超市选购产品，原始的农贸市场逐步被规范的生鲜超市所淘汰，从而促成“农改超”模式的快速转型。

2000年，福建省政府、福州市政府做出“杜绝餐桌污染，改善社区生活，建设放心市场”的决定，并决定对福州地区的原有农贸市场进行“农改超”改革试点。公司积极相应政府号召，并开办了福州第一家“农改超”超市——福州屏西生鲜超市，屏西生鲜超市新建于原有屏西社区的农贸市场附近。与原先屏西农贸市场各

摊户独立经营、环境嘈杂、管理混乱不同，本公司新开办的屏西生鲜超市通过统一采购、统一收银、统一管理的方式，为消费者提供了宽敞、舒适、干净的购物环境，既没有改变消费者自主选货的购物方式，同时延长了购物时间，提高了货品新鲜度，增加了生鲜品类，方便了客户的生活选购。

截至 2010 年 6 月 30 日，公司在福建地区有 15 家超市、重庆地区有 4 家超市、北京地区有 2 家超市、安徽地区有 2 家超市是通过这种模式新建而成。

②在农贸市场原址原建生鲜超市

随着“农改超”试点的顺利推进，在政府“三农”政策及相关配套政策的支持下，公司开始尝试在原先农贸市场的基础上改造新建生鲜超市。

在相关政策的配套下，“在农贸市场原址原建生鲜超市”的试点模式取得了较大进展。截至 2010 年 6 月 30 日公司在福建地区的铜盘店、西洪店、茶会店等 28 家门店，在重庆地区的 2 家门店，以及在北京地区的 3 家门店均是通过原址原建的模式新建而成。

③新建超市

这种模式是指对相关区域无农贸市场或场地狭小无法改造的，以新建生鲜超市直接替代农贸市场。2004 年，福州市人民政府常务会议纪要【2004】42 号决定原则上（福州）市里不再建设国有与民营合资的生鲜大卖场，因此，福州地区的生鲜农贸市场的数量增长速度放缓，公司开始尝试在原农贸市场外的其他网点新建生鲜超市。超市的定位仍主要以向居民消费者提供生鲜农产品为主，生鲜及加工类商品的销售收入占比超过 50%。

在这种模式下，公司的发展不局限于原先农贸市场的地域限制，而是通过零售网点的规模化扩张为各地消费者提供新鲜的生鲜农产品，满足人们日益增长的消费需求，配合国家“菜篮子”工程的推进。

（4）公司的“农改超”模式结合了传统农贸市场与现代超市的特点

公司“农改超”模式结合了传统农贸市场与现代超市的特点，既有农贸市场的价格优势以及新鲜、品类齐全的生鲜产品，又带来了现代超市舒适的购物环境和

一站式购物体验，扫除了传统农贸市场“劣、脏、乱、差”的弊端，改变了消费者对生鲜产品的购物习惯，符合人民生活的更高需求。

①公司的生鲜超市保留了传统农贸市场“定位于生鲜产品、价格较为优惠、采购方便”的特点

a、以生鲜产品为主要定位

与农贸市场相同，公司主要定位于向居民消费者提供包括水果、蔬菜、肉类、禽类、蛋类、奶类、水产、粮食等生鲜产品，生鲜及加工商品的销售收入占比超过 50%，满足了居民对生鲜产品的选购需求。

b、具有与农贸市场相近甚至更显著的价格优势

与一般超市不同，公司由于采用直接采购模式，通过缩减中间流通环节，最大限度地降低了采购成本，从而可以相对低廉的价格为消费者提供新鲜的生鲜产品，保持了传统农贸市场产品价格低廉的特点，部分生鲜产品的价格甚至较传统农贸市场更有优势。

c、门店选址与营业时间较农贸市场更为便利

一方面，由于公司发展初期主要采用“农改超”的经营模式，门店选址主要选择与传统农贸市场位置相似、贴近居民生活社区的场址，从而减少了消费者的购物交通成本，为人们的消费提供了便利。另一方面，公司的营业时间从清晨到晚上 22 点，门店营业时间较普通超市和农贸市场更长，满足了人们的全天候购物需求。

②公司的生鲜超市具备现代超市“直接采购、精细化运营、标准化管理”的特点

a、精细化管理

公司通过精细化管理运营模式，可以提供具备类似现代超市的高标准服务。如公司采用 IBM 流程设计和金蝶 K3 系统对整个采购、配送、销售环节进行标准化运营，从而全方位提升运营效率。另外，公司严格把关产品质量，及时清理变质、超过保质期及其他不符合食品安全要求的食品，消除商品的质量隐患，避免

了传统农贸市场中产品质量无法得到保障、经营管理秩序混乱等弊端。

b、直接采购的运营模式

公司采用向种养殖户和批发市场直接采购的模式，一方面可以减少中间环节，将流通费用控制在较低水平，从而平抑农产品价格。另一方面，公司的直接采购配送模式和专业化的运营管理可以使得超市内的生鲜产品品类更多、新鲜度更高、质量更有保障，满足消费者的一揽子购物需求。

c、标准化运营

公司还着手实施门店的标准化运营，不断总结门店在采购、陈列、促销、管理等各个环节中的成功之处，形成了自身的标准化运营模式，并予以成功复制扩张。如公司目前已经形成了 842 万字的采购手册，配以数千张实物图片，内容涉及数千种商品品性描述、产区分布、采购谈判、分拣技术、仓储环节、上架要点、保鲜维护等方面的描述。

2、采购和配送流程

(1) 采购模式

目前公司对商品的采购实行全国统一采购与区域统一采购相结合的方式。

全国统一采购指公司设立专门的采购机构和专职采购人员，统一负责公司的商品采购工作，一般采购量较大。截至 2009 年底，公司全国统一采购的比例达到约 20%。

而采购量较小，或需因地制宜采购的商品、或临时性的采购，则通常采用区域统一采购的方式，即公司将采购权分配到各区域，由各区域在核定的商品资金定额范围内，直接向供应商、生产基地或农户采购商品。

按采购是否有中间环节分，公司的采购模式还可分为直接采购和间接采购两类。直接采购指公司直接向制造商或基地农户进行采购，是公司最主要的采购方式，也是公司区别于国内同行业超市企业的核心竞争力的主要体现。截至目前，公司直接采购的比例达到 70%以上。

间接采购指公司通过中间商采购商品，譬如批发商、代理商以及经纪人等。

由于我国流通体制的区域分割，某些商品存在着地方中间商把持渠道的现象，对于这些商品必须通过当地的中间商来采购。

①生鲜商品的全国性统采和区域直采

在生鲜类商品方面，本公司通过多年的生鲜经营经验及生鲜采购规模的不断壮大，形成了全国性生鲜统采和区域直采体系，其中，全国性统采指将整个公司的需求汇总后统一向种养殖户或生鲜基地直接采购，区域直采指按照区域市场的需求统一向种养殖户或生鲜基地直接采购。

公司的全国性统采和区域直采体系，加上内部商品保鲜研发机构，最大限度的减少了“产地——门店——顾客”的生鲜产业链的中间环节，降低了物流、仓储和损耗成本，保持了生鲜产品的色香味和让利于消费者的价格优势。

公司的生鲜事业部是负责生鲜采购的主体，下设管理部、采购部、食品加工部和研发中心等四大部门。其中，管理部主要负责门店现场的销售管理；采购部主要负责与农户、生产基地或供应商的采购事宜；食品加工部主要负责对初级农产品或半成品的加工，作为自有品牌在各连锁超市门店进行销售；研发中心主要是通过分析比较全国各不同农产品产区的生鲜商品的特点及各销售渠道的商品质量和价格情况，确定具体的采购渠道和品种，然后将分析结果传达给采购部和管理部，由采购部根据研发中心的结果进行相关采购工作，此外研发中心还负责生鲜商品销售模式的开发，如一品多样化销售，即一种生鲜单品的不同销售策略。

生鲜事业部的研发中心是按照生鲜品类进行管理，研发中心的员工均是经验丰富的生鲜买手，掌握全国各地区的生鲜产品的价格、生长周期、产品质量等，充分了解哪个季节在全国哪个产区生产的哪类生鲜商品的质量和价格更符合本公司的采购要求。

“借助流通环节，整合上游资源”是公司提倡的发展战略，是“推动农业产业化、规模化”和“改变农民生产模式”的核心体现。随着公司经营规模的扩大及经营模式的成熟，公司目前在干货、水果、蔬菜、肉制品和水产等五大品类的 200 多个生鲜单品已经实现了“田间定制”、“订单农业”的采购模式，即生鲜基地根据公司的需求种植、生产、包装生鲜商品，不仅改变了农民的生产模式，而且提高

了商品的质量、降低管理成本。

②服装商品“全国统采”“包销定制”的采购模式

在服装类商品方面，2009 年之前公司采取视同买断的代销模式，而目前公司主要采取自营模式销售商品，并采取了全国统一采购和区域统一采购的模式。

公司服装类商品主要包括男正装、女正装、男休闲装、女休闲装、鞋帽皮具和童装内衣等六大类，其中男女正装、男女休闲装等四个品类采用全国统一采购，鞋帽皮具和童装内衣等两个品类采用区域统一采购。公司根据服装的流行趋势和每家门店的经营指标，分月、分季度地进行采购，并通过反季节采购和根据季节变化及时调整采购量等措施来有效防范服装库存风险。

此外，公司在服装类产品的采购还大量运用了“定制包销”的模式，即针对部分服装类商品，公司根据自身需求及对消费者的了解向上游制造商提出有关面料、辅料、款式等方面的要求，由上游制造商负责设计和生产并专供本公司进行销售。目前，男正装、女正装、男休闲装、女休闲装大都采用了该种模式，并且公司计划未来将该种模式在其他服装品类中进行推广。另外，公司通过提升服装商品质量、购物环境、服务、商品展示等来完善公司服装品牌的建设，整合全国优质的供应商，达到“超市的价格、百货或专卖店的品质”的目标。

③食品用品区域采购为主、全国采购为辅的策略

公司的食品用品主要采取区域采购的方式，以最大化降低物流成本，提升货品的上架和补货速度。

由于公司目前的经营区域已从原先的福建地区扩张至重庆、北京等区域，供应商订货的数量和规模逐步提升，公司在全国各地的采购渠道也呈现出一定的重合趋势。为此，公司正逐步通过整合原有的供应商资源，对于采购量较大的品牌商开始采取全国联合采购模式，以争取更为优惠的采购价格。

(3) 采购渠道

①生鲜产品的采购渠道

公司拥有经验丰富的生鲜研发中心以及超过 700 人的生鲜采购团队。生鲜采

购团队根据研发中心的分析结果，在收获期之前赶往各产区设定采购点，直接向生鲜基地的农户进行采购，做到无中间环节的直接采购。如在东北三省采购大米、绿豆、黄豆、花生；在山东和陕西采购苹果、梨；在江苏和湖北采购毛蟹；在浙江采购西瓜、海产品和脐橙；在河南和东北采购活牛；在江西采购鸭蛋；在云南采购反季节蔬菜和芒果；在海南采购芒果、香蕉和菠萝等。

按照采购渠道划分，公司的全国性生鲜农产品统采和区域直采体系由四部分组成：

第一部分是“基地采购”，即通过向农产品合作基地或自建基地进行订单采购，以保证了永辉超市生鲜农产品供应的稳定性和安全性。如公司目前已有两家自建基地（福建永泰、福建闽清），同时还在六凤洲、南通、竹岐、莆田、屏南、北园等地区建立了合作基地。

第二部分是“当地采购”，即公司主动寻找当地种植农户进行合作，不仅降低了采购成本，而且减少了农产品流通环节。

第三部分是“远程采购”，即公司打破了跨地区之间信息、路程的封闭，在全国各地建立采购中心，拥有了固定或季节性 30 多个远程采购点。这些采购点与农户保持长期跟踪联系，对季节性、地方特色的农产品直接到农田果山进行大批量采购。

第四部分是“批发市场采购”，即公司通过各地的农产品批发市场采购生鲜产品，以提高采购效率，降低采购成本。

②服装商品的采购渠道

公司服装类商品主要包括男正装、女正装、男休闲装、女休闲装、鞋帽皮具和童装内衣等六大类，其中男女正装、男女休闲装等四个品类采用全国采购，鞋帽皮具和童装内衣等两个品类采用区域采购。

对于男女正装、男女休闲装等四个品类而言，公司采用的是在全国范围内定制包销的“买手”制度。公司的服装商品采购糅合了公司对服装规格和款式的设计要求。即公司首先根据其对服饰市场的未来行情与流行趋势的判断，设计出较为畅销的服饰规格与版型，并在全国范围内的服饰代工生产商进行招标，优先选择

具有产能和技术优势的上游供应商，按照公司的设计思路和设计要求进行样本试生产。样品完成后，公司将对样品进行再次审核，提出相应的改进方案，并返回给上游供应商再次进行修正调整。如此反复多次，直至服装生产商生产的服饰样本满足本公司的款式需求与设计理念。随后，公司将根据市场容量预测，向供应商先预订一批产成品，以测试市场需求和消费者的潮流偏好。一旦新推出产品的市场反应较好，公司将立刻向供应商发出第二批、第三批补货订单。

为了更好地加快服装产品的存货周转率，公司坚持“多款少量”的订货策略，确保第一批订货可以按时销售，后再根据供应商的补货速度和市场需求，有节奏地后续跟进补货。目前，公司的服装订货渠道在遍布全国 100 多家服装生产基地。

对于鞋帽皮具、童装内衣等两个品类，公司目前主要是以区域采购为主，即重点根据各个区域人们的消费习惯，针对性地采购有一定品牌知名度的畅销产品，并利用公司强大的销售渠道进行推广。同时，公司也正在这两个品类领域实施从传统经销到定制包销模式的转型。目前，公司销售的鞋帽皮具、童装内衣产品中，已有约 50% 的产品融合了本公司自身的设计要求与潮流理念。公司的采购渠道主要集中于福建、重庆当地的鞋帽皮具和童装内衣品牌商及制造商。

③食品日用品的采购渠道

食品日用品的采购渠道可划分为食品、日用品两个子部门。公司的绝大多数食品日用品采取区域采购的方式进行采购。另外，也有少部分全国性品牌产品也开始通过公司的采购总部实施全国统一采购，以有效整合各地供应商渠道，最大化降低公司的采购成本。

公司目前 80% 以上的食品日用品采购渠道产品主要集中于福建、重庆、北京等区域的省级品牌代理商进行批发采购，另有少部分产品通过向上游厂商直接采购。

(4) 现金采购及现金销售情况

报告期内，公司现金采购和现金销售的占比情况如下：

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
现金采购占生鲜采购总	36.76%	58.33%	70.15%	84.10%

额比例				
现金采购占采购总额比例	18.26%	25.89%	36.65%	46.72%
现金销售占销售总额比例	55.24%	78.96%	86.92%	90.19%

公司现金采购大多数是在生鲜采购过程中产生的,这主要与本公司已有的生鲜直接采购及生鲜产品特性相关,并随着公司经营规模的扩大以及种养殖户规模的提升,本公司现金采购占采购总额的比例在报告期内呈现逐年下降趋势。公司现金销售主要指门店顾客进行现金结算的情况,由于超市行业特性,现金销售占比较大,但随着人们信用卡结算的增加,公司现金销售比例也将逐步下降。

由于生鲜商品的特殊性以及直接采购为主的生鲜采购模式,公司在采购时较多地采取直接向种养殖户购买生鲜产品,而个体种养殖户无法向本公司开具发票。根据《中华人民共和国发票管理办法》(财政部令[1993]第6号)第四章第二十条规定,“销售商品、提供服务以及从事其他经营活动的单位和个人,对外发生经营业务收取款项,收款方应向付款方开具发票;特殊情况下由付款方向收款方开具发票。”考虑到生鲜采购的特点,公司会向主管税务机关申领发票,然后在采购时由公司向个体种养殖户开具收购普通发票,该操作模式符合《中华人民共和国发票管理办法》的相关规定。

公司主管税务机关对于收购业普通发票的申领实行总量控制。公司根据日常采购量按月向主管税务机关申领上述发票。申领的空白发票,由公司财务部门专人负责保管。开票人员领用发票时,应持前次领用之发票存根联向发票保管人员换领新发票。保管人员在《发票领用登记簿》上登记发票的入库、领用及结存情况,保证公司发票使用的安全完整。

公司生鲜采购人员在现场采购时,要求农户提供本人身份证和联系方式,并且提供由村委会或农村合作社出具的自产自销证明,之后由公司采购人员根据实际收到的货物金额制作收购清单,并由农户在收购清单上签字。公司财务部凭借农户签字的收购清单、农户身份证及自产自销证明开具发票。收购发票一式四联,存根联由财务部发票保管人员整理保管,定期送主管税务机关核销;发票联提供给个体种养殖户,作为结算证明;记账联送公司账务部门登记账目;抵扣联由公司财务部门收集、装订成册,用于向主管税务机关申报抵税。

相比生鲜商品，食品用品、服装等商品的供应商规模较大，绝大部分通过银行转帐或其他非现金方式结算，由供应商向本公司开具发票。

发行人会计师认为，公司采购农副产品采用现金结算符合《中华人民共和国现金管理暂行条例》的相关规定；公司向农户采购农副产品采取收购方开具收购业普通发票的操作模式，符合《中华人民共和国发票管理办法》的相关规定。

（5）配送模式

目前公司的商品配送采用配送、直通和直送三种方式：配送是指供应商将商品送到公司自有的配送中心，再由配送中心统一配送到门店；直通是指供应商将商品送到公司自有的配送中心，商品不再入物流配送中心的仓库，直接配送到门店；直送是指供应商将商品直接送到门店。

公司配送的优势在于：①送货将较为及时；②对于销售量较大的商品，供应商会将商品送至公司配送中心，而不会送至门店；③门店距离供应商较远，供应商无法送货时，配送可发挥作用；④当配送的门店数量增加，配送商品数量较大时，即可发挥规模优势，降低配送成本。

公司直通模式主要针对部分采购量小但又是各门店必备的商品，供应商出于成本等因素考虑不愿直接送到门店，这些商品只在配送中心作短暂的停留后将直接送到门店。

供应商直送的优势在于：由于销售渠道的区域限制，某些商品只能通过当地供应商进货，这些供应商一般有自己的车辆为当地的客户送货。供应商送货至公司当地的门店较通过配送中心送货更为便利，成本更低。另外，部分商品由于不易保存，也会通过直送的方式直接送到门店，如速冻产品、糖果和巧克力等。

公司目前较多采用配送的方式，这与公司以经营生鲜产品为主且大比例采用全国性统采和区域直采体系密切相关。一般而言，公司通过直接向生鲜基地的农民采购的直采体系，将采购回来的生鲜产品在送到各连锁门店之前将统一送到配送中心进行分类、加工、整理等处理，然后再根据各门店的需求将生鲜产品配送到各门店。通过这种方式，公司能够有效控制和降低生鲜产品的库存量和损耗率，有利于保证生鲜产品的质量和分类管理。

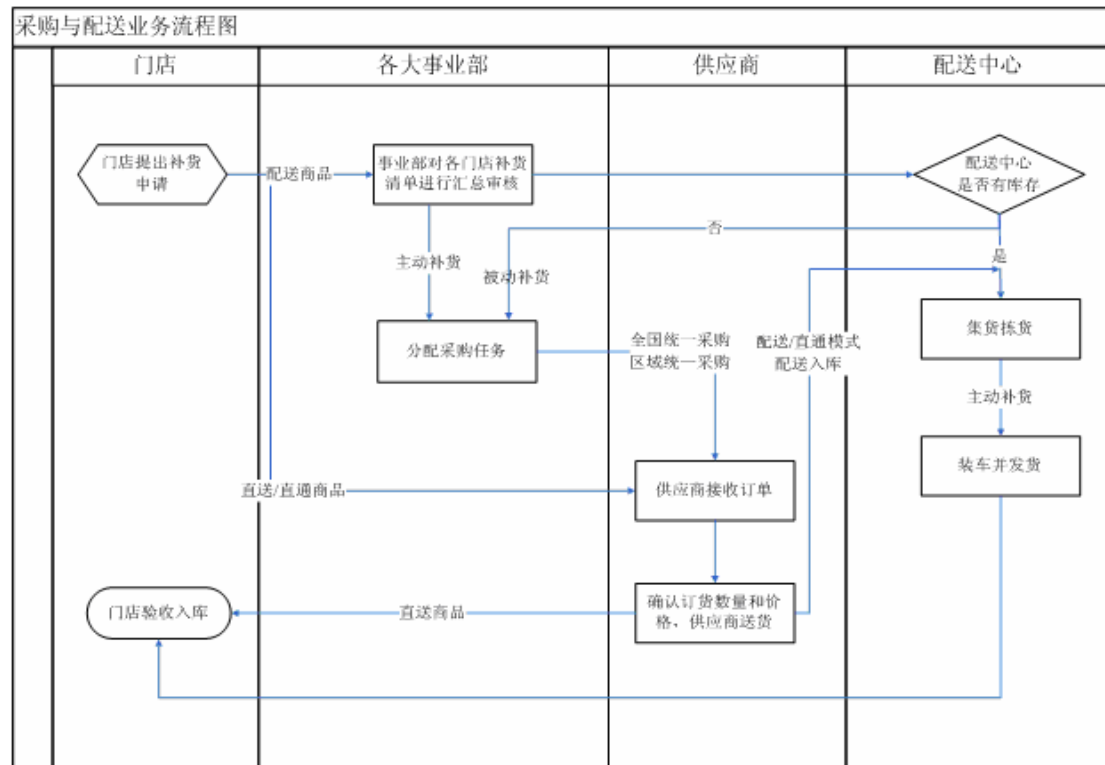
目前，公司在福州闽侯和福州鳌峰分别拥有一个配送中心和配送中转站，其中，福州闽侯的配送中心占地约 110 亩，主营配送商品涵盖酒水饮料、休闲食品、服装百货、家居日化、家用电器、南北干货等 30 多类，品种达 15,000 多种，辐射范围逾 300 公里，负责向福建各地区进行仓储配送；福州鳌峰配送中转站的面积约 5,000 平方米，主要负责福州地区的生鲜物流配送。2009 年度公司在福建地区的主营业务收入约 52.8 亿元，因此闽侯配送中心的现有运力可以支撑福建地区现有业务的发展。但是，未来随着公司网点布局的扩张及销售规模的不断扩大，现有的自有配送中心规模、硬件设施、区域布局将无法满足公司的高速发展需要。为此，公司已计划在福建福州南屿工业区建设覆盖福建全省的食品用品物流配送中心，地上建筑面积约 25,000 平方米，与公司未来在福建地区的快速发展相适应。

在重庆地区，公司在重庆北碚区三溪口和江北区金源时代购物广场各拥有一个配送中转站，面积分别约 8,000 平方米和 20,000 平方米，其中前者主要负责生鲜农产品配送、后者主要用于食品用品和服装的配送。与此同时，2009 年公司在重庆地区的主营业务收入约 23.5 亿元，公司目前的物流配送体系与经营规模相比存在提升的空间。因此，作为本次募集资金投资项目之一，公司计划在蔬菜基地四川彭州建设农产品加工配送中心，规划用地 108 亩，项目建成后预计年配送容量达到 292,000 吨以上，年配送金额达 15 亿元，支撑起公司在成渝经济区的部分生鲜仓储配送和全国生鲜分拣、储存、展示、配送任务，目前公司已经获得该项目的并进入土建阶段，计划 2011 年底全部完成。此外，公司已设立重庆永辉物流有限公司，计划在重庆建设物流配送中心，占地约 350 亩，包括生鲜、食品用品和服装，可以支撑 150 亿元的销售规模，支撑起公司在重庆地区的仓储配送，为公司未来在成渝经济区的快速发展奠定良好的物流基础。随着，四川彭州配送中心及重庆物流配送中心的建成并投入运营，公司在成渝经济区的物流体系能够适应公司未来几年的发展战略规划，满足快速扩张需求。

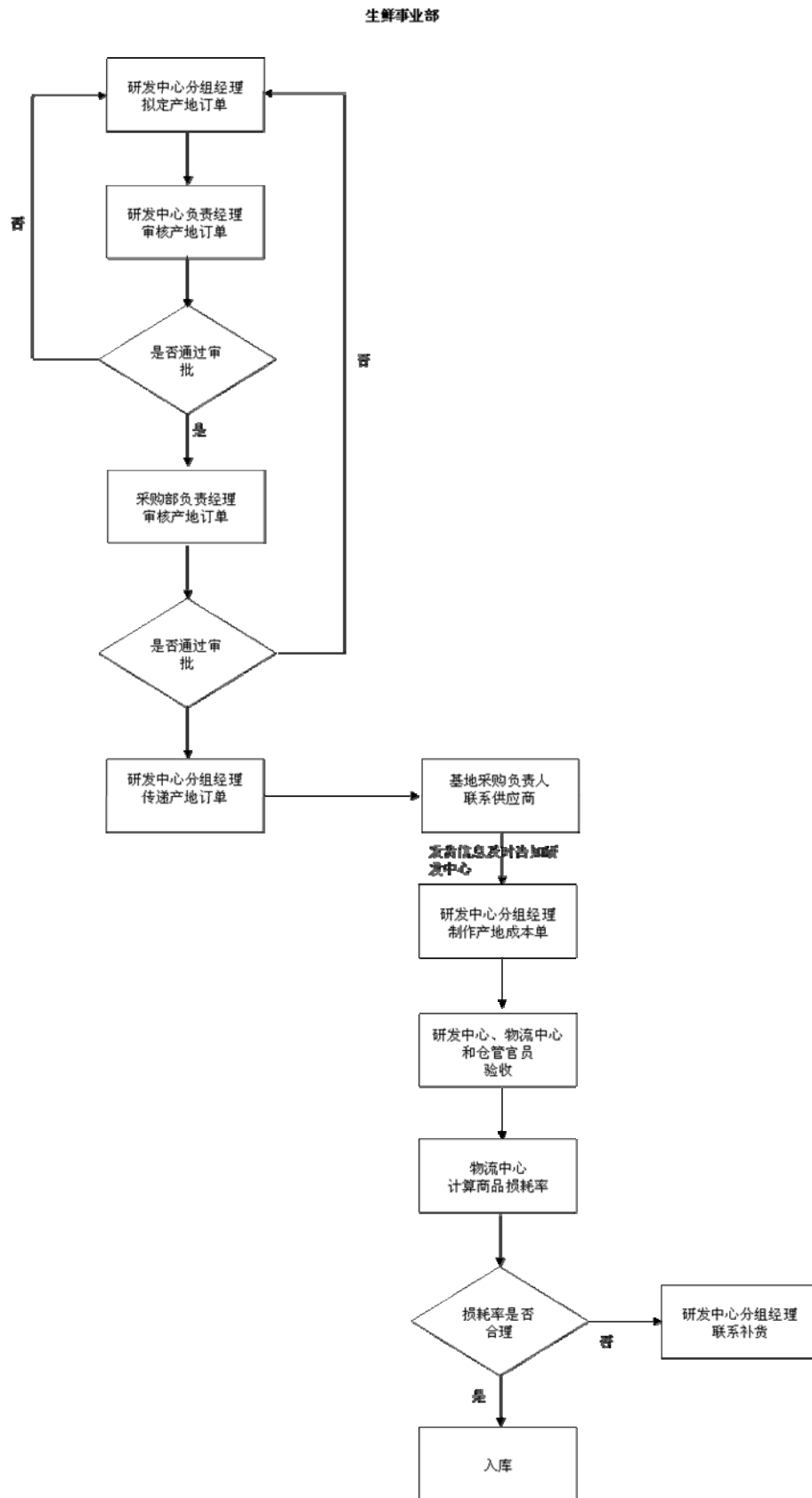
此外，一般而言超市企业在当地发展到一定规模时物流系统的协同效益才会明显体现，而北京作为 2009 年新进市场、销售规模较小，公司目前尚没有物流配送中心，面积较大的鲁谷店目前承担部分配送中转站的职能。与公司发展战略相配套的，公司还将计划在安徽、北京等地区建立物流配送中心，以支撑公司经营

营网点的稳健、快速增长。随着物流配送体系的逐渐完善，公司前台门店的运营效率将得到进一步的提升。

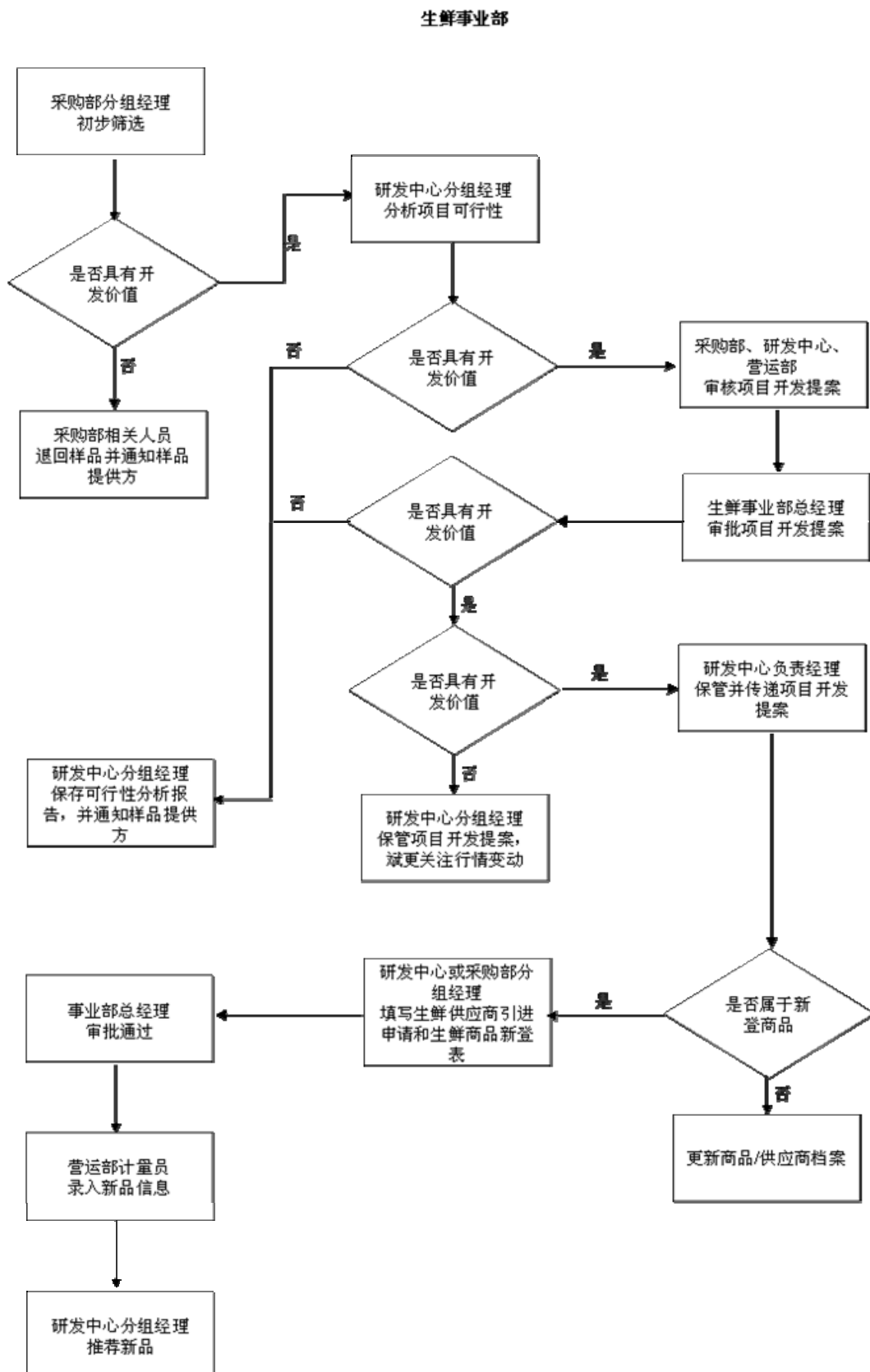
(6) 采购与配送业务流程图



(7) 生鲜商品的基地采购流程图



(8) 生鲜新商品的准入流程



2、盈利模式

本公司的盈利模式主要包括自营、物业出租和促销服务费。

(1) 自营

又称约期买断，是公司最主要的盈利模式，购销差价是该模式的利润来源。自营是公司直接向供应商采购商品，购销商品经公司验收入库后纳入库存管理，之后由公司根据自身的销售计划进行商品的销售，赚取购销差价实现盈利。在自营模式下，公司买断商品，承担商品所有权上的风险和报酬，但通常公司可有一定的退货换货率，以及因市场变化而发生的调价补偿。公司目前采用自营模式的商品主要为生鲜、食品用品、服装等商品。

在生鲜商品方面，对于以联营或物业出租为主要盈利模式的超市，仅根据销售额给予一定的毛利率回扣以收取佣金收入或出租场地给经营商户以收取租金收入，超市企业对经营商户的商品陈列、价格、质量等均没有实质的控制权，不利于统一管理。此外，在联营或物业出租模式下超市企业不参与实际采购及店内运营，缺乏真正的生鲜操作技巧和经验。而本公司始终坚持以自营为主的盈利模式，即自行采购及销售生鲜产品，公司一方面通过完善的管理体系和员工培训降低生鲜产品损耗率，另一方面又通过统一管理控制生鲜产品的质量、新鲜度和价格，不断累积生鲜操作技巧和经验，并最终形成以生鲜经营为特色的核心竞争力。在控制生鲜商品的损耗率方面，公司主要对生鲜商品从采购到销售进行全程管理，即在采购环节公司通过对每一类生鲜单品制定如规格、颜色、疤痕、新鲜度等标准来严格把控质量；在运输环节公司根据不同商品的特点来安排不同物流设备，降低运输损耗；在门店销售环节公司不仅根据商品特点制定销售周期，而且依靠商品陈列、现场管理等降低顾客挑选商品时的损耗。公司丰富的生鲜经营经验不仅为公司的自营模式奠定了基础，而且还降低了经营过程中的损耗，提高公司整体的盈利水平。2009年度公司商品的总损耗率仅为0.27%。

在服装商品方面，由于受季节和时尚潮流影响较大，服装商品的库存积压情况较为普遍。2009年以前，本公司更多地采用视同买断的代销方式经营服装商品，有效地控制了存货风险。而随着本公司服装经营经验的累积和丰富，本公司在服装方面于2009年起开始坚持自营模式，即自行采购及销售服装商品。公司

采购的服装均为市场上流通快的产品，凭借丰富的采购和销售经验，公司较好地控制服装的商品类别和库存数量，从而在为公司获得较高毛利率的同时尽可能降低自营模式产生的库存风险。本公司控制服装库存的有效措施主要包括：①周转快，即公司提前消化当季服装、提前上架下季服装、加快销售速度，实现了“365天无缝链接”管理；②门店之间高效的调拨机制，公司将根据各门店的销售情况将库存调拨到销量好的门店；③根据季节变化情况进行采购；④促销管理，对部分即将过季的服装公司将采用主题促销活动的方式加大销售力度；⑤根据与供应商签订的合同，部分服装类产品，如鞋帽皮具、童装内衣等，可以在降价的情况下由供应商进行差价补偿。

此外，为配合国家的“家电下乡”政策，2009年起公司开始在部分大卖场以代销的方式销售电视机、洗衣机、冰箱等大家电，2009年全年的销售规模为1,804.47万元，仅占营业收入的0.21%，比例较小。

（2）物业出租

为配合超市门店零售业务，例如银行、通信、快餐店、娱乐项目等功能及服务性项目是满足顾客其他消费需求的服务补充，物业出租是公司与供应商在该类项目上的主要合作方式。物业出租，即公司与此类功能或服务性的供应商或服务提供商签订租赁合同，在公司门店指定的经营区域内开展经营性活动。本公司不参与经营，不承担经营风险，而由供应商或其他方独资独营，商品所有权归供应商所有。公司的利润来源为承租方每月依合同向公司交纳的租金，主要表现为公司的其他业务收入。

（3）促销服务费

公司向供应商提供促销服务、商品管理等服务而向供应商收取的各类费用，如商品管理服务费、促销费、促销员管理费、陈列费等，主要表现为公司的其他业务收入。随着上世纪末本世纪初中国制造业的飞速发展，大部分快速消费品供大于求，商业渠道价值日益重要，渠道逐渐在供求关系中处于强势地位，相应地，超市行业中相当一部分企业的盈利模式也从最初的购销差价模式转入通道费模式，即依赖供应商的管理和促销服务费等收入。

2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月本公司的物业出租和促销服务费等其他业务收入占比仅为 2.85%、2.60%、2.95%和 3.34%，而 2009 年同行业可比上市公司其他业务收入占比的平均水平分别约 7.65%，本公司的其他业务收入占比相对较小，充分体现了公司与供应商融合共赢的经营理念，并注重通过供应链的管理来提升公司整体运营效率。

3、销售模式

公司的销售模式主要分为门店零售、大宗批发和特许加盟等三类，其中门店零售主要针对广大的消费者个体，大宗批发主要针对大宗客户或团体客户，特许经营主要针对“轩辉便民店”（包括“轩辉社区店”或“轩辉农家店”）的特许加盟会员。

（1）门店零售

门店零售的流程包括价格调整、前台销售、退换货、客户投诉管理、开具发票、赠品发放和收入确认，其中价格调整又分为区域总部统一售价调整、门店调价、生鲜调价和区域总部促销调价。

（2）大宗批发

公司业务拓展部主要负责大宗批发客户的开拓，其通过各类渠道寻找目标客户，主动与客户联系并上门拜访客户，在了解客户的采购需求及采购习惯的同时向客户介绍本公司的理念及经营模式；而在客户与本公司签订销售合同后，业务拓展部将指定业务拓展部维护组业务员进行客户维护，业务员至少每周拜访一次（如有需要还可不定期拜访）客户以及时了解客户需求。在定价方面，采购部以商品零售价为基础，结合本部门经营目标和销售合同中有关商品价格条款的规定对商品售价进行维护和更新，并根据销售合同的约定定期编制《商品报价单》教交予客户。

（3）特许加盟

特许加盟业务主要指公司以“轩辉便民店”（“轩辉社区店”或“轩辉农家店”）品牌开展以便利店为主的加盟业务。截至 2010 年 6 月底，“轩辉便民店”品牌加盟门店共 85 家，全部分布在福州地区，加盟店总经营面积约 7,407 平方米，平

均单店面积约 88.2 平方米。

2007 年至 2010 年 1-6 月，公司依据加盟管理合同向特许加盟店配送商品的金额分别为 126.88 万元、105.85 万元、54.35 万元和 54.20 万元，占当期公司营业收入的比重分别约 0.03%、0.02%、0.01%和 0.01%。因此，特许加盟业务对公司经营业绩的影响较小。

未来，公司将仍然坚持以大卖场、卖场和社区超市为核心业态的直营连锁，在优化和发展现有社区超市业态的基础上大力拓展卖场和大卖场，并以此作为开拓新市场的重要业态，而特许加盟店或便利店业务只是公司经营业态的有益补充。

①加盟店的管理模式

加盟连锁门店是由公司批准以“轩辉便民店”（“轩辉社区店”或“轩辉农家店”）在当地从事独立经营，合法经营，根据加盟合同由本公司指定的配送商供货的一个门店。加盟店与公司依据加盟管理合同而产生的契约关系，公司指导加盟店的经营，各加盟店独立核算、自负盈亏、人事自主、自行独立承担债权债务和相关的权利义务及法律责任。加盟店与公司不存在股权关系，亦不存在共同投资、代理、雇佣、承包关系。

②特许加盟合同的主要条款

a、加盟店根据加盟管理合同需向公司缴纳特许经营费和保证金，其中特许经营费包括加盟费、筹建费和特许权使用费。公司有权根据加盟管理合同的约定，根据实际情况，扣除全部或部分保证金，并在保证金不足时要求补足。

b、加盟管理合同的期限一般为三年，到期可根据双方意愿决定是否续约。除非发生扣除保证金事项，合同到期时公司向加盟店返还保证金本金。

c、在加盟店开业前，公司将根据加盟合同将对指定的加盟店工作人员进行一系列培训，培训人员必须通过本公司的考核后持证（接受培训并考核合格而发放的工作证）上岗。每年应对加盟店管理职责的人员提供不少于 2 次的统一培训，培训所产生的一切费用由加盟店承担。

d、为确保特许经营体系的统一性和商品质量、服务质量的一致性，本公司有权按照合同约定对加盟店的经营活动进行监督。

e、公司有权对加盟店在经营过程中出现的损害本公司形象、伤害顾客利益、违反合同约定的违规行为或违约行为提出整改要求，加盟店必须立即停止违规或违约行为，并采取积极行动及时消除影响。如果加盟店在收到本公司正式的整改通知后7日内拒不整改的将视同加盟店违约，本公司有权按违约条款追究加盟店责任。

f、根据加盟合同，加盟店内销售的所有商品均由本公司指定的配送商供应并由其直接配送到门店；指定配送商由指定供应商、区域配送商、公司及其他特定供应商组成。公司对指定配送商配送至加盟店的所有商品（未经书面授权的除外）质量进行监督，如因质量问题造成加盟店损失的，本公司将协助加盟店向该指定配送商追偿。配送到加盟店的商品结算价格以本公司洽谈、审核并盖章后的指定配送商价格单为准，加盟店不得以退货、拒收、清场等理由压低价格或要求该指定配送商另外给予返利、赠品等。

4、生产加工业务流程

（1）生产模式

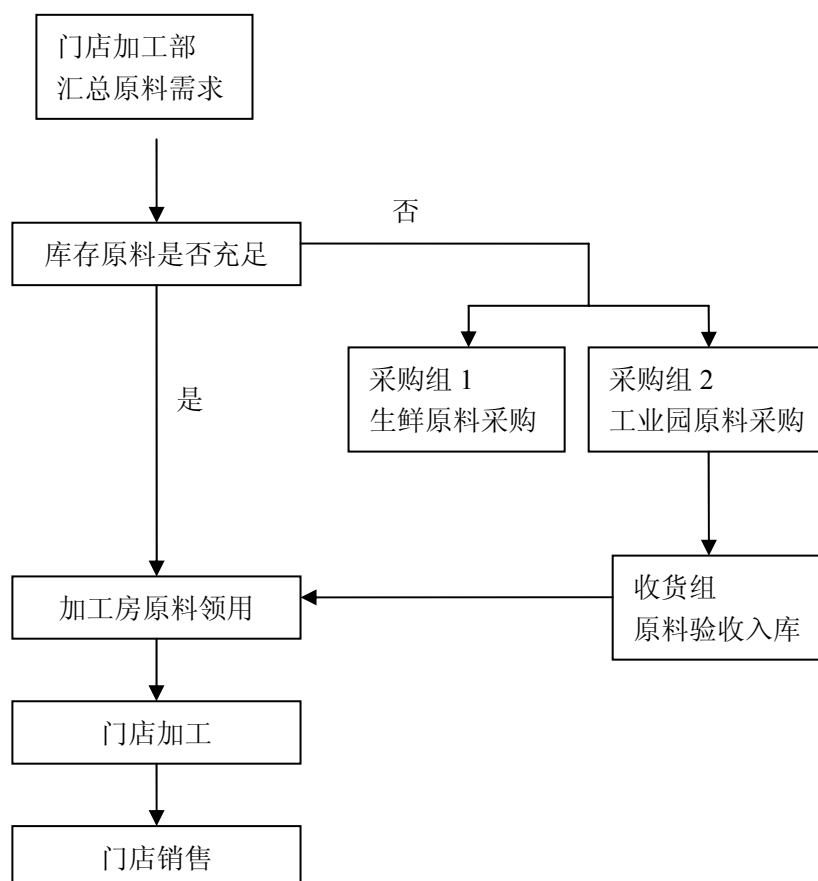
公司的生产模式主要生产自有品牌产品，分为工厂加工、门店加工和委托加工三大类，加工的产品主要为烘培、熟食和谷物糕点等三类，所有生产加工的产成品或半成品均只在公司的连锁门店销售。其中，工厂加工是指生产加工环节集中于工业园区或厂房进行，包括产成品的制作如豆腐、面条、年糕、面包等以及通过熟食原料的清洗、分解等制作成半成品；门店加工是指加工环节集中在各门店进行，主要是在工厂加工的半成品基础上进行再加工，包括熟食、面包等；委托加工是指公司将部分自有品牌的加工委托给具备良好信誉的第三方生产，主要指大豆油、海蜇皮等。

工厂加工的产成品将直接通过门店进行销售，半成品则需经过门店加工环节后再行销售。工厂加工的优势主要在于：①能够通过集中采购、生产和管理等来尽可能降低成本和提高效益；②能够借助现代化先进的生产设备制造符合消费者

需求的健康、美味、新鲜的产品；③节省门店空间。目前，公司拥有位于福州金山工业区的现代食品工业园，主要设有豆制品、面包糕点、面制品、米制品、冷冻食品、肉制品、年糕等 10 多个生产车间。现代食品工业园引进先进的科技设备，使传统特色食品由从前手工作坊转变成为机械化生产，促进了传统食品向产业化、规模化方向发展。

门店加工的优势主要在于：①营造良好的卖场气氛、吸引客流量；②加工环节透明化，让消费者放心省心。委托加工的优势主要在于：①节省人力管理等经营成本；②专注核心业务，提高资源利用率。

(2) 门店加工业务流程图



5、库存管理与控制

（1）缺货管理

公司根据以销定存、供应商送货日及送货频率，跟踪、分析商品的库存情况，发现商品库存不足时立即进行补货。公司已经建立自动补货系统，对实行自动补货系统的供应商，当商品库存量低于商品的安全库存量时，系统将自动提示进行补货，对部分没有实行自动补货系统的供应商，设立专门补货员对缺货进行控制，并建立供应商库存日跟踪报表。

营运、采购和供应商定期对公司商品销售情况进行分析，发现商品库存不足时立即通知公司采购员和补货员进行补货，供应商及时送货。对销量较好的配送商品，由专人负责供应商的日补货及跟踪已下订单商品的到货情况，并及时跟进供应商的送货，确保商品能及时货；门店补货员负责对日常门店补货及库存跟踪，确保商品能够及时到门店。

针对各供应商送货商品的不同设置订单有效期，供应商在订单有效期内未能及时送货的，订单将自动失效，以防止供应商重复送货的现象。公司制定了送货不及时的赔偿制度，对在订单有效期内不能及时送货的供应商采取必要的措施，以确保供应商能够认真履行其相应的责任，保证送货的及时性及保障库存和销售的稳定。

（2）库存管理

库存管理包括：货架货源的充足及时供应、货架商品质量保证、商品的有序排放。

货架商品库存及时补充包括：员工每天根据销售情况进行较高频率的定期货架整理，发现货源不足时要及时安排上货和补货，并查询店内的库存总额，发现低于安全库存则立即进入系统进行补货，有效提高库存商品的周转效率。

货架商品质量保证包括：严格按先进先出原则要求进行商品陈列，尽可能地减少临期商品的产生，并确保无过期商品陈列在货架上；实行全员商品质量检查制度，严格要求员工在理货时要认真对商品的外观、感观、包装等进行相关的检查，以确保优质的商品陈列在货架上。

商品的有序排放包括：门店仓库的商品按品类的属性有序排放，保证商品出

库的效率，门店仓库收货部人员专人管理，其它人员未经授权不得进入后仓接触库存商品；每天定期对货架商品进行整理和质量检查，确保货架商品的整洁有序、合格，并以方便顾客的选购为目标。

门店生鲜存货存放分卖场和仓库，而仓库又分为冻库、保鲜库及干货仓库（冻品等存放在冻库、猪肉等存放在保鲜库、干货存放在干货仓库，其他放台面），生鲜商品经收货员验收后交由门店生鲜部各课长清点验收后入库，生鲜各仓库存货日常由各柜组课长分别管理。门店加工存货存放分卖场及仓库（保鲜库），商品经收货员验收后交由加工部经理清点验收后入库。

（3）滞销和淘汰商品的管理

滞销和淘汰商品的管理主要包括认定、试销及处理、促销退货。

滞销和淘汰商品认定：根据市场上商品的销售情况以及各门店在当地的竞争状况，由采购部门和营运部门定期对各门店商品、各品类商品进行定编，编外商品将列为滞销和淘汰商品。

试销包括两种方式：一是各采购品类负责人每月定期对所管辖供应商商品进行销售分析和分类，针对商品的生命周期和市场上商品的更新换代速度，定期对销售较差的商品进行降价试销；二是采购员和门店员工每月跟踪库存周转慢的商品，并反馈给供应商进价降价试销，对试销效果较好的单品继续保留，对销售不好、库存周转慢的商品立即进行清场和清退，减少库存积压。

促销退货：对重大节庆、重大促销活动销售期间的商品促销，与供应商签订促销期结束后立即退货的合作协议，减少因促销活动原因造成库存积压商品。

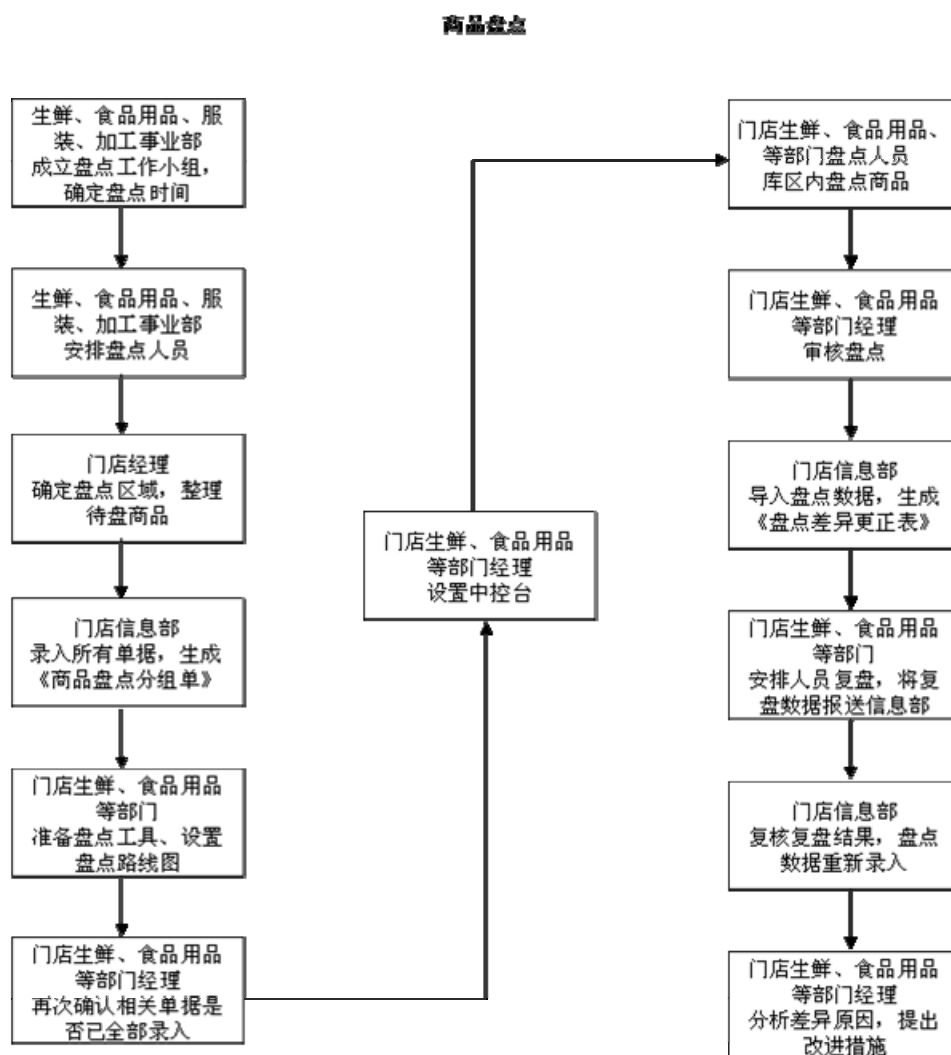
（4）过期、残次商品报损的管理

公司制定完善的商品报损制度和管理办法，商品报损由报损部门和收货组协同进行，定期对门店所产生的残次商品、过期变质商品等进行分类，能退换货的及时进行退换货，不能退换货的及时进行报损。门店防损部门负责对商品报损进行监督，防止随意进行报损，以规范库存管理。

（5）仓库及卖场监控

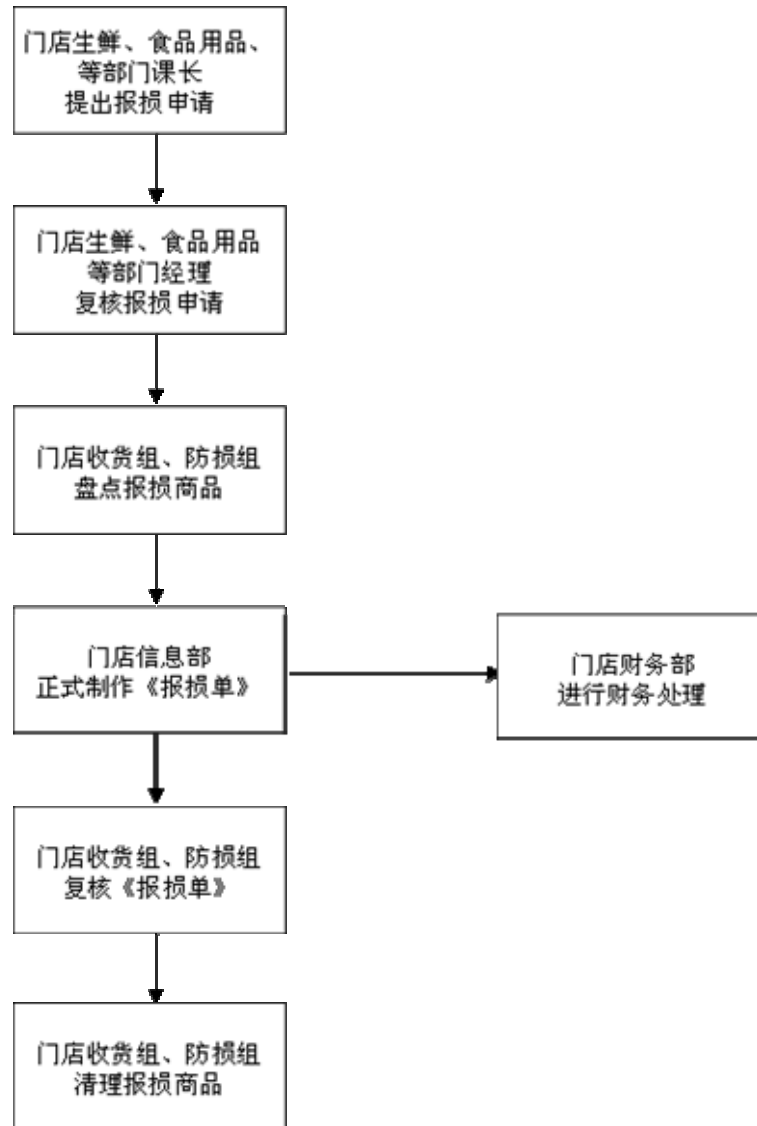
门店对卖场及仓库实行 24 小时的全程监控，视频系统安装在防损部经理及店长办公室同时监控；受保存容量限制，监控录象带保存 7 天。仓库和卖场设消防中心，装有符合消防要求的各种消防系统及设备等。

(6) 商品盘点流程图



(7) 商品报损流程图

商品报损



(六) 报告期内主要客户、供应商情况**1、主要客户情况****(1) 2010年1-6月前五大客户情况**

序号	客户名称	销售额(万元)	占营业收入比重
1	福州市公安局食堂	1,241.58	0.22%
2	福建省长乐市供电有限公司	683.39	0.12%
3	福建省女子监狱罪犯食堂	517.48	0.09%
4	福清监狱	343.94	0.06%
5	交通银行股份有限公司福州分公司	256.44	0.05%
合计		3,042.81	0.54%

(2) 2009年前五大客户情况

序号	客户名称	销售额(万元)	占营业收入比重
1	福州市公安局	1,477.05	0.17%
2	福建省仓山监狱	1,225.79	0.14%
3	福建省福清监狱	782.44	0.09%
4	福建省女子监狱罪犯食堂	688.30	0.08%
5	福建省闽江监狱	575.31	0.07%
合计		4,748.89	0.56%

(3) 2008年前五大客户情况

序号	客户名称	销售额(万元)	占营业收入比重
1	福建省仓山监狱	977.19	0.27%
2	福建省女子监狱	737.86	0.20%
3	厦门航空有限公司福州分公司	416.55	0.11%
4	电力(福州台江、仓山电力)	409.54	0.11%
5	亿力电力物业管理有限公司	351.87	0.10%
合计		2,893.00	0.79%

(4) 2007年前五大客户情况

序号	客户名称	销售额（万元）	占营业收入比重
1	福建省仓山监狱	522.07	0.14%
2	中国人民解放军 73127 部队	451.66	0.12%
3	武警二支队	428.01	0.12%
4	福建省女子监狱	416.00	0.11%
5	福建省未成年犯管教所	310.62	0.08%
合计		2,128.37	0.58%

2、主要供应商情况

(1) 2010 年 1-6 月前五大供应商情况

序号	客户名称	采购额（万元）	占营业成本比重
1	重庆今普食品有限公司	6,672.71	1.46%
2	重庆市裕恩贸易有限责任公司	4,336.77	0.95%
3	中国烟草总公司重庆江北卷烟营销	3,622.12	0.79%
4	重庆市天友乳业股份有限公司销售分公司	3,545.71	0.78%
5	福建五丰大商场有限公司	3,505.41	0.77%
合计		21,682.72	4.75%

(2) 2009 年前五大供应商情况

序号	客户名称	采购额（万元）	占营业成本比重
1	福建五丰大商场有限公司	8,995.19	1.29%
2	福州金穗粮油贸易有限公司	5,794.25	0.83%
3	福州捷诚贸易有限公司	5,026.60	0.72%
4	内蒙古伊利实业集团股份有限公司福州分公司	5,023.89	0.72%
5	福州龙昌百货有限公司	4,732.45	0.68%
合计		29,572.38	4.25%

(3) 2008 年前五大供应商情况

序号	客户名称	采购额（万元）	占营业成本比重
1	福建五丰大商场有限公司	6,758.93	2.22%
2	福州金穗粮油贸易有限公司	6,606.50	2.17%
3	福州龙昌百货有限公司	5,202.99	1.71%
4	福州蒙鑫贸易有限公司	4,458.31	1.47%
5	内蒙古伊利实业集团股份有限公司 福州分公司	4,288.32	1.41%
合计		27,315.04	8.98%

(4) 2007年前五大供应商情况

序号	客户名称	采购额（万元）	占营业成本比重
1	福建五丰大商场有限公司	4,825.85	1.59%
2	福州蒙鑫贸易有限公司	3,267.42	1.07%
3	福州金穗粮油贸易有限公司	3,027.45	1.00%
4	福州龙昌百货有限公司	2,701.69	0.89%
5	福州捷诚贸易有限公司	2,151.38	0.71%
合计		15,973.80	5.25%

3、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，及其他主要关联方在公司主要供应商或客户中所占的权益情况

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有发行人5%以上股份的股东未在上述供应商中占有权益。

(七) 环保情况

福州市环境保护局、重庆市环境保护局、北京市石景山区环境保护局、安徽合肥市环境保护局、南平市环境保护局、宁化县环境保护局、永安市环境保护局、厦门市环境保护局、漳州市环境保护局、泉州市环境保护局、莆田市环境保护局、霞浦县环境保护局已出具《证明》，证明公司及控股子公司报告期内未发现或不存在违反环保方面法律法规的情形，也未受到相关的环保行政处罚。

五、固定资产及无形资产

（一）固定资产

本公司为连锁超市企业，固定资产主要为房屋建筑物、机器设备、运输工具、电子设备和工具器具，其中机器设备占较大比重。根据天健正信审（2010）GF 字第 020135 号，截至 2010 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：元

项目	原值	累计折旧	净值	成新率（%）
房屋及建筑物	95,945,133.03	4,235,304.48	91,709,828.55	95.59%
机器设备	356,327,682.77	65,348,990.13	290,978,692.64	81.66%
运输工具	27,508,143.13	8,417,748.70	19,090,394.43	69.40%
电子设备	146,604,122.34	49,271,518.85	97,332,603.49	66.39%
工具器具	229,719,790.55	57,037,158.96	172,682,631.59	75.17%
合计	856,104,871.82	184,310,721.12	671,794,150.70	78.47%

（二）公司主要经营性房产情况

1、公司自有房产情况

序号	权利人	产权证号	面积（平方米）	地址	用途
1	发行人	榕房权证 R 字第 1000431 号	17,424.28	福建省福州市台江区鳌峰街道鳌峰路 190 号	商业及配套
2	发行人	融房权证 R 字第 1000314 号	9,695	福建省福清市音西街道桥溪路 1 号	服务业
3	重庆永辉超市有限公司	201 房地证 2009 字第 66146 号	74.25	渝北区龙溪街道武陵路 71 号上海大厦	非住宅
		201 房地证 2009 字第 66145 号	74.25	渝北区龙溪街道武陵路 71 号上海大厦	非住宅
		201 房地证 2009 字第 67819 号	5,027.14	渝北区龙溪街道武陵路 71 号上海大厦	非住宅
		201 房地证 2010 字第 01592 号	1,030.37	重渝北区龙溪街道武陵路 71 号上海大厦	非住宅
4	泉州永辉超市有限公司	狮建房权证凤里字第 010249 号—010270 号	2,440.55	石狮市振兴路 73-91 号	商住

注：根据福建省泉州市中级人民法院 2009 年 10 月 15 日出具的《协助裁定书》（（2006）泉执行字第 195-2 号），泉州永辉超市有限公司以 790 万元竞得位于石狮市振兴路新加坡商厦二层 22 家商业铺面，总面积为 2,440.55 平方米。

2、公司及下属子公司房屋租赁情况

（1）已开业门店(含少量门店办公场所)涉及的主要租赁房产

截至 2010 年 6 月底，发行人已开业门店(含少量门店办公场所)的总经营面积约 865,720 平方米，其中租赁房产涉及 132 家门店（具有部分租赁面积的振兴店不计入在内），租赁房产面积共计 839,649.15 平方米。相关具体情况如下：

房产编号	门店名称	承租人	地区	租赁地址	面积 (平方米)	出租方名称	租赁期限	产证是否提供	是否备案登记
1	黎明店	股份公司	福州	西二环中路与斗池路大风商业网边：建材市场金属构建城、装饰广场 A 座一层	5,895.27	福建省黎明置业股份有限公司	2001.06.03-2014.06.01	否	是
2	黎明店	股份公司	福州	西二环中路上海西加油站西面	7,424.74	福建省黎明置业股份有限公司	2001.06.03-2014.06.01	否	是
3	黎明店	股份公司	福州	西二环中路上海西加油站边 2-17 号一至二层房屋	1,151.83	福建省黎明置业股份有限公司	2004.10.01-2014.06.01	否	是
4	杨桥店	股份公司	福州	福州市鼓楼区杨桥中路杨南街 36 号	8,822.59	福州集业贸易有限公司	2003.12.10-2013.12.10	否	否
5	西门店	股份公司	福州	鼓楼区西洪路 33 号湖滨邮电小区 8 号楼一、二层	4,569.26	福建八闽通信股份有限公司	2008.10.09-2018.10.08	是	是
6	西门店	股份公司	福州	西洪路银湖花园 2-11# 店面	25.67	李光荣	2007.11.01-2010.10.30	是	是
7	西门店	股份公司	福州	西洪路银湖花园 2#楼 9 号	24.55	林红莺	2007.08.16-2012.08.15	是	是
8	西门店	股份公司	福州	西洪路银湖花园 4-4 店面	29.76	杨维坚	2009.11.01-2011.10.31	是	是

9	西门店	股份公司	福州	西洪路银湖花园 4-2、 4-3 店面	58.22	郑雅芳	2009.11.01- 2011.10.31	是	是
10	西门店	股份公司	福州	西洪路银湖花园 2 号楼 19、29 店面	44	曹以铭	2008.12.01- 2013.12.31	是	是
11	国棉店	股份公司	福州	鼓楼区北环中路 2 号屏 山苑项目一至三层商场	2,808.87	杨鸿祥、黄挺 彬	2001.12.22- 2011.12.22	是	是
12	国棉店	股份公司	福州	鼓楼区北环中路 2 号屏 山苑项目一和三层商场	5,000	福州华京房 地产开发有 限公司	2001.12.22- 2011.12.22	是	是
13	津泰店	股份公司	福州	鼓楼区东泰路东泰综合 楼 206 房屋	80	郭靖	2008.09.01- 2011.09.01	是	是
14	津泰店	股份公司	福州	鼓楼区东泰路 146 号 106 房屋	85	林晖	2008.09.01- 2013.08.30	是	是
15	津泰店	股份公司	福州	鼓楼区津泰路 92 号	1,100	鼓楼区机关 劳动服务公 司	2002.05.01- 2015.10.17	否	是
16	屏山店	股份公司	福州	鼓楼屏山农贸市场	2,785.48	福州市市场 服务中心	2003.10.01- 2013.09.30	否	是
17	屏西店	股份公司	福州	鼓楼区屏西路 94 号	947.6	福州市水务 投资发展有 限公司	2004.08.10- 2013.08.10	是	是
18	铜盘店	股份公司	福州	鼓楼区铜盘路 278 号	230	福建省军区 后勤部供应 处	2010.02.01- 2013.01.31	是	是
19	铜盘店	股份公司	福州	铜盘路 278 号原军榕市 场店面	45	林其登、林其 富	2007.03.04- 2015.03.03	否	是
20	铜盘店	股份公司	福州	铜盘路 278 号铜盘新村 22 座一层店面	25	福州市禾盈 粮油食品连 锁有限公司	2009.02.01- 2011.01.30	否	是
21	铜盘店	股份公司	福州	福建省福州市鼓楼区铜 盘路 278 号(南闽字第 1723J 号坐落)	24	中国人民解 放军福建省 军区福州第 二离职干部 休养所	2009.12.31- 2012.12.31	是	是

22	铜盘店	股份公司	福州	铜盘路 278 号新楼一层、二层	405.87	尤张雄	2009.10.20-2010.10.19	是	是
23	铜盘店	股份公司	福州	福州市鼓楼区铜盘路 278 号综合一层店面	1,100	福建榕新房地产开发有限公司	2007.03.04-2015.03.03	否	是
24	井楼门店	股份公司	福州	鼓楼区七星井大市场底层 14 号店面	19.32	福建同春药业股份有限公司	2004.03.01-2014.03.01	是	是
25	井楼门店	股份公司	福州	鼓楼区井楼门农贸市场内 15 号店面	19.52	福州民天集团有限公司调味品分公司	2004.03.01-2014.03.01	是	是
26	井楼门店	股份公司	福州	鼓楼区井楼门农贸市场内 11、13 号店面	30.95	胡美云、陈宝珠	2005.04.01-2014.02.28	是	是
27	井楼门店	股份公司	福州	鼓楼区井楼门农贸市场内 7 号店面	14.4	福州绿晶果蔬公司	2004.03.01-2014.03.01	否	是
28	井楼门店	股份公司	福州	福州市井大路井楼门农贸市场	1,384	鼓楼市场服务站	2005.04.01-2015.03.31	是	是
29	融侨店	股份公司	福州	鼓楼区西江滨大道 66 号融侨新天地休闲购物广场 A05、08 号店面摊位	3,702.76	融汇(福建)集团有限公司	2005.11.01-2015.10.31	是	是
30	西洪店	股份公司	福州	福州市西洪路打铁桥	388	福州市洪山供销社	1999.04.01-2013.03.31	是	是
31	西洪店	股份公司	福州	鼓楼区西洪路原大王里农贸市场	1,080	福州市鼓楼区洪山镇西郊村委员会	2002.04.01-2012.03.29	是	是
32	西洪店	股份公司	福州	西洪新村	20	林三友	2008.01.01-2010.12.31	是	否
33	西洪店	股份公司	福州	西洪路西洪新村 1C 座 19#	21.72	魏婉云	2009.10.20-2011.10.20	是	是
34	西洪店	股份公司	福州	西郊村西洪新村 1 座 14 号店面	20.13	张淑英、孙张武	2009.03.18-2014.03.17	是	是
35	湖前店	股份公司	福州	鼓楼区江昔路原义井市场	1,000	福州莱雅百货有限公司	2010.01.01-2014.04.30	否	是

36	湖前店	股份公司	福州	湖前小区 23 座商场 2# 店面	40.42	张枝明	2008.02.01-2012.01.31	是	是
37	华林店	股份公司	福州	华林路 245 号罗马假日花园 1、2 号楼 1-3 层建筑物	12,000	福建省福州华侨塑料厂	2002-2012	是	是
38	象园店	股份公司	福州	晋安区国货东路 377、379 号	2,651.9	福建省饲料工业公司	2001.11.01-2016.12.31	是	是
39	金辉店	股份公司	福州	华林路 492 号金辉大厦商场部门一至三层部分物业	5,520	林凤英	2004.11.01-2014.10.30	是	是
40	三木店	股份公司	福州	晋安区鼓山镇三木花园 D 区 1、2#楼综合一层商业用房	289.99	陈恭平、陈秀英	2005.04.15-2015.04.14	是	是
41	三木店	股份公司	福州	福州市三木花园 D 区 7-8# 底层西侧商场 1 层 1 号	71	汤更生	2005.07.30-2014.12.31	是	是
42	三木店	股份公司	福州	晋安区鼓山镇国货东路三木花园 D 区 7、8# 楼综合一层 06# 农贸市场、综合一层 05# 店面	1,314.5	陈恭平、林雪梅、李锦华、陈秀英	2005.01.01-2014.12.31	是	是
43	三木店	股份公司	福州	晋安区鼓山镇国货东路三环路交口三木花园 D 区 7、8# 楼 4 号店面	39.37	林依平	2005.01.01-2014.12.31	是	是
44	三木店	股份公司	福州	福州市三木花园 D 区 7、8 号楼底层西侧商场	46.22	周晶金	2005.04.30-2014.12.31	是	是
45	三木店	股份公司	福州	晋安区鼓山镇国货东路三环路交口三木花园 D 区 7、8# 楼连体农贸市场	38	陈恭平	2005.01.01-2014.12.31	是	是
46	三木店	股份公司	福州	福州市三木花园 D 区 7、8# 底层西侧商场 3 号店面	251.5	王卫国	2005.05.05-2014.12.31	是	是
47	茶会店	股份公司	福州	茶会小区 13、14、15、16# 楼底层农贸市场	1,953	福建康泰住宅建设股份有限公司	2004.09.01-2014.08.30	是	是

48	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 16-01	19.06	郑艳彬	2008.06.07- 2014.06.06	是	是
49	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 16-03 店面	18.01	李爱萍	2004.09.15- 2014.09.14	是	是
50	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 16-02 店面	18.01	林水倮	2004.09.15- 2014.09.14	是	是
51	茶会店	股份公司	福州	茶会小区 15 座 01 号铺 位	11	林惠钦	2004.09.15- 2014.09.14	是	是
52	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 16-08 店面	18.01	吴碧娟	2004.09.15- 2014.09.14	是	是
53	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 16-07 店面	18.01	林晶、林学云	2004.09.15- 2014.09.14	是	是
54	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 16-10 店面	18.1	林观通	2004.09.01- 2014.08.31	是	是
55	茶会店	股份公司	福州	茶会小区晋安区农贸市 场 15 座	12	林良驱	2004.09.15- 2014.09.14	是	是
56	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 15、16# 第二间后面店 面及其附属设备	21.6	林美容	2004.09.15- 2014.09.14	是	是
57	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 16-09 店面	18.01	王胜强	2004.09.15- 2014.09.14	是	是
58	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 16-06 店面	18.01	邱明、房宏志	2004.10.01- 2014.09.30	是	是
59	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 16-04 店面	18.01	林为龙	2004.09.15- 2014.09.14	是	是
60	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 16-11 店面	18.01	黄文松	2004.09.15- 2014.09.14	是	是
61	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 16-12 店面	18.88	吴绳通	2005.04.01- 2014.09.14	是	是
62	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 16-13、14、15 店面	41.92	吴绳通	2004.09.15- 2014.09.14	是	是
63	茶会店	股份公司	福州	晋安区茶会农贸市场 16-05 店面	18.01	左向真	2004.09.15- 2014.09.14	是	是
64	五四北店	股份公司	福州	晋安区利嘉路南侧	15,000	福州市榕福 集团公司	2007.01.20- 2027.01.19	否	是

65	岳峰店	股份公司	福州	晋安区东门外三八路31号三角池百货商场大楼建筑物	1,400	福州市岳峰供销社	2009.05.01-2014.04.30	否	是
66	前屿店	股份公司	福州	晋安区福马路210号鼓山供销社百货大楼一层及办公配套建筑物	1,746	福州鼓山供销社	2008.03.01-2014.02.28	是	是
67	鼓山苑店	股份公司	福州	晋安区鼓山镇前屿东路77号鼓山苑小区鼓春园1#、2#、3#楼连体一、二层商场	7,046.89	福建康泰住宅建设股份有限公司	2007.11.01-2018.02.28	是	是
68	西园店	股份公司	福州	福州市晋安区新店镇西园村二期19号楼一、二层商场	1,892.93	福州市住宅发展有限公司	2007.10-2012.10	否	是
69	汇达店	股份公司	福州	福州市仓山区六一南路118号汇达花园1、2#楼连体三层商场南楼临西部分02单元房屋	9,923.01	汇达地产(福州)有限公司	2003.09.25-2013.09.24	是	是
70	上渡店	股份公司	福州	仓山上渡南台新苑梅花园1-4号楼连接体1-2层商场店面	5,026.37	福州市国有房产管理中心	2006.08.01-2016.07.31	否	是
71	上渡店	股份公司	福州	上渡南台小学教学楼一层东起1-11号店面	220	福州祥宇物业管理有限公司	2005.09.15至出租方收回	否	是
72	浦新店	股份公司	福州	桔园三期(浦新小区)20号楼一层大商场、01-12号店面及二层商场	1,875.42	福州市住宅发展有限公司	2007.10-2012.10	否	是
73	中平店	股份公司	福州	台江中平路7号店面	120	福州市禾盛粮油食品连锁有限公司	2008.10.25-2013.10.24	否	是
74	中平店	股份公司	福州	台江区中平路156号中平花园	2,180.18	许世盛	2003.06.18-2013.06.17	是	是
75	中平店	股份公司	福州	台江区中平路中平花园158号店面123号-126号	145.85	王金财等	2009.07.01-2013.06.30	是	是

76	中平店	股份公司	福州	中平街道中平路 158 号 130-133 号店面	147.46	施捷、刘昌富 等	2009.07.01- 2013.06.30	是	是
77	中平店	股份公司	福州	中平街道中平路 156 号 127 号	28.48	黄心正	2009.07.01- 2013.06.30	是	是
78	中平店	股份公司	福州	中平街道中平路 158 号 128 号	28.48	沈荣	2009.07.01- 2013.06.30	是	是
79	中平店	股份公司	福州	中平街道中平路 156 号 159 号	43.1	王少秋	2009.07.01- 2013.06.30	否	是
80	中平店	股份公司	福州	中平路苍霞街道中平花 园 119-3 店面、102-1 店面	47.45	甘剑峰、谢云 英	2006.07.01- 2013.06.30	否	是
81	群众店	股份公司	福州	台江区茶亭街道群众与 广达路商住楼	28.52	张淑仪	2004.05.01- 2014.05.01	是	是
82	群众店	股份公司	福州	台江区茶亭街道群众路 90 号 2、3、4 号连体一 层 1 至 16、22、23 号	2,093.34	福建永辉商 业股份有限 公司	2010.01.01- 2012.12.31	是	是
83	碧水芳洲 店	股份公司	福州	台江区江滨西大道 180 号	1,450	福建明海工 贸股份有限 公司	2004.03.01- 2014.03.01	是	是
84	君临闽江 店	股份公司	福州	台江区瀛洲街道江滨中 大道 116 号	2,492	福州华辰商 业经营管理 有限公司	2006.06.01- 2016.05.31	是	是
85	白马店	股份公司	福州	台江区浦东村 258 号	1,174	福州市台江 区义洲街道 红旗经济合 作社	2005.04.01- 2013.03.31	是	是
86	交通店	股份公司	福州	交通路 35 号	600	福建省汽车 运输总公司	2008.09.01- 2013.08.31	是	是
87	马尾店	股份公司	福州	马尾君竹路 67 号	9,008.58	福州开发区 国有资产营 运有限公司	2008.01.01- 2019.07.31	否	是
88	甘蔗店	股份公司	福州	闽侯县甘蔗镇甘州路 88 号	3,493	林善平	2003.08.01- 2013.07.31	否	是

89	甘蔗店	股份公司	福州	闽侯县甘蔗镇街道甘江路甘北一巷 23 号	1,706	程清	2007.07.01-2013.07.31	是	是
90	坂东店	股份公司	福州	闽清县坂东镇六都商贸城一层商场	2,448	福州大豪房地产开发有限公司	2008.12.01-2020.11.30	是	是
91	琅岐店	股份公司	福州	琅岐镇上管理区八一七街 337 号	2,038	福州市琅岐经济区琅岐镇人民政府	2006.01.01-2021.12.30	否	是
92	大学城店	股份公司	福州	闽侯县上街金屿村 316 国道北侧一层	6,650	福建轩辉房地产开发有限公司	2006.06.18-2016.06.17	否	是
93	澳门店	超大永辉	福州	鼓楼区澳门路 14 号	548	福州市第一家俱厂	2008.04.10-2013.04.09	是	是
94	澳门店	超大永辉	福州	鼓楼区东泰街道澳门路 39 号澳门小区 14 号	132	鼓楼区房地产开发经营公司	2008.01.01-2011.01.01	否	是
95	东水店	超大永辉	福州	东水路农贸市场	1,945	福州市鼓楼区温泉街道办事处	2002.06.25-2012.06.24	否	是
96	省府店	超大永辉	福州	鼓楼区肖威路达明一村	1,435	福州市鼓楼区市场服务站	2002.07.01-2010.12.31	否	是
97	省府店	超大永辉	福州	福州市鼓楼区肖威路市场二楼	1,693.78	福州绿榕园林工程有限公司	2007.10.15-2010.10.15	是	是
98	滨江丽景店	永辉滨江丽景	福州	仓山区闽江大道 90 号区内 1-2 层	5,100	福州中联房地产开发有限公司	2005.08.01-2015.07.29	是	是
99	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼 6 号	27.69	邹长征、张声亮	2008.06.01-2017.08.30	是	是
100	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼 7 号、73 号	86.09	邹长华	2008.06.01-2017.08.30	是	是
101	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼 8 号、80 号、81 号	156.73	陈依兰	2008.06.01-2017.08.30	是	是

102	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼9-13号	243.44	郑培坤	2008.06.01-2017.08.30	是	是
103	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼14-19号	292.41	郑展	2008.06.01-2017.08.30	是	是
104	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼20号、37号、39号	137.96	李振珠	2008.06.01-2017.08.30	是	是
105	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼41号、42号	57.42	江雪娇、陈秋艳	2008.06.01-2017.08.30	是	是
106	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼43-45号	136.44	江雪娇、陈武	2008.06.01-2017.08.30	是	是
107	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼46号	37.54	江守如	2008.06.01-2017.08.30	是	是
108	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼47号、74号、75号	121.31	江雪娇	2008.06.01-2017.08.30	是	是
109	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼49号、50号	106.4	郑云生	2008.06.01-2017.08.30	是	是
110	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼66号、67号	118.71	郑云生	2008.06.01-2017.08.30	是	是
111	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼51号、63号、64号、65号	209.88	郑云章	2008.06.01-2017.08.30	是	是
112	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼71号	46.53	陈日鑫	2008.06.01-2017.08.30	是	是
113	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼69号、70号	88.24	陈清秀	2008.06.01-2017.08.30	是	是
114	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼76号	73.98	江雪娇、陈秋艳	2008.06.01-2017.08.30	是	是
115	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼77号、78号、79号	139.46	江雪娇、陈伟	2008.06.01-2017.08.30	是	是
116	福飞店	股份公司	福州	新慧商场三楼82号、83号、89号、90号	182.5	李明忠	2008.06.01-2017.08.30	是	是
117	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼1-5号	203.75	施绫	2008.06.01-2017.08.30	是	是
118	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场三楼72号	48.95	施绫	2008.06.01-2017.08.30	是	是

119	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场二楼 20 号	140.3	江雪娇	2008.06.01-2017.08.30	是	是
120	福飞店	股份公司	福州	福州新慧商场二楼 21 号、48 号、68 号	232.86	林秀英	2008.06.01-2017.08.30	是	是
121	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场	819.11	李振珠、林爱华	2007.08.30-2017.08.30	是	是
122	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场二楼 13 号、14 号、三楼店面	656.2	福州新慧旧货城建设开发公司	2007.08.30-2017.08.30	否	是
123	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场 64 号	49.52	王咏	2007.08.30-2017.08.30	是	是
124	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场 57 号	36.93	王咏	2007.08.30-2017.08.30	是	是
125	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场 63 号	49.52	陈建敏	2007.08.30-2017.08.30	是	是
126	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场 58 号	44.76	陈日晓	2007.08.30-2017.08.30	是	是
127	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场 75 号	43.6	陈日恒	2007.08.30-2017.08.30	是	是
128	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场 73 号	59.15	王昕	2007.08.30-2017.08.30	是	是
129	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场 76 号	35.97	施秀英	2007.08.30-2017.08.30	是	是
130	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场 74 号	44.31	陈鹤飞	2007.08.30-2017.08.30	是	是
131	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场 60-62 号	155.9	施秀英	2007.08.30-2017.08.30	是	是
132	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场 59 号	49.24	陈君	2007.08.30-2017.08.30	是	是
133	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场 15 号	46.05	江云	2007.08.30-2017.08.30	否	是
134	福飞店	股份公司	福州	福飞北路 136 号新慧旧货城商场三楼及一楼收货、停车场	2,000	福州市新店供销社	2007.08.30-2017.08.30	否	是

135	鹤林店	股份公司	福州	鹤林新城商业配套用房一至三层	8,279.16	福州市住宅发展有限公司	2009.09.01-2014.08.31	否	是
136	居住主题公园店	股份公司	福州	晋安区新店镇山北路233号居住主题公园176-177连体一层部分商场	3,142.95	福州兆祥房地产开发有限公司	2009.07.01-2024.06.30	是	是
137	吴航店	股份公司	福州	长乐市吴航街道会堂北路锦江三区超市	5,002.46	张优航	2009.03.20-2024.03.19	否	是
138	郑和店	股份公司	福州	长乐市吴航街道郑和中路5号十洋商贸大厦一层	11,149.77	长乐市吴航街道十洋村民委员会	2009.09.01-2018.03.31	是	是
139	江南水都店	股份公司	福州	仓山区燎原路161号心巢花园一区3号楼1-3层	11,077	融侨集团股份有限公司	2009.04.08-2021.04.07	否	是
140	白沙店	股份公司	闽侯	闽侯县白沙镇白沙新城商贸中心一层、二层	4,693	福州闽隆房地产开发有限公司	2009.04.30-2024.07.29	是	是
141	成龙步行街店	股份公司	福清	福清成龙步行街地下一层	18,080.11	福建省成龙集团有限公司	2008.09.25-2021.01.16	是	是
142	中环店	股份公司	福清	福清市融城中环路一号中环广场地下一层	5,750	福清路维斯经济信息有限公司	2008.05.01-2023.04.30	是	是
143	兰天商贸店	股份公司	福清	福清市龙田镇兰天商贸城	6,147.43	福清兰天房地产开发有限公司	2008.10.25-2024.01.24	是	是
144	岳阳店	厦门永辉商业	厦门	厦门市思明区仙岳路241号、243号益田海景大厦一层、二层及夹层	4,421.03	福建万巨物业管理有限公司	2006.07.25-2021.07.24	是	是
145	祥和店	厦门永辉商业	厦门	斗西路156-158号祥和广场一楼南侧商场	1,057.59	厦门市协力行置业顾问有限公司	2007.01.01-2016.12.31	是	是

146	祥和店	厦门永辉商业	厦门	斗西路 156—158 号祥和广场一楼中段商场	847	福建丰榕投资有限公司	2007.01.01-2016.12.31	是	是
147	祥和店	厦门永辉商业	厦门	斗西路 156—158 号祥和广场一楼北侧商场	900	中曜有限公司	2007.01.01-2016.12.31	是	是
148	康乐店	厦门永辉商业	厦门	湖里区南山路 289 号康乐新村 A3 组团农贸市场第一层	1,500	厦门民兴超市管理有限公司	2007.03.01-2017.03.31	否	是
149	康乐店	厦门永辉商业	厦门	湖里区南山路 289 号二楼南侧	885	厦门康乐物业发展有限公司	2009.06.15-2015.06.14	否	是
150	海天店	厦门永辉商业	厦门	湖里区海天路 7-9 号	2,719.89	厦门银都房地产开发有限公司	2008.05.15-2023.05.15	是	是
151	海天店	厦门永辉商业	厦门	湖里区海天路 7-9 号一层、二层	4,421.44	厦门实用办公用品设备有限公司	2008.05.15-2023.05.15	是	是
152	西林店	厦门永辉商业	厦门	思明区莲前西路 336 号云亭花园二楼店面	2,000	邵小萍	2007.06.01-2015.08.30	是	是
153	思东店	厦门永辉商业	厦门	思明区大同路 280-308 号、霞溪路 173-187 号思东大厦一层	2,437.28	厦门市公房管理中心	2009.03.01-2019.02.28	否	是
154	海沧禹洲店	厦门永辉商业	厦门	海沧区兴港路西侧禹洲华侨城 A 地块 9#-12# 楼	8,236	厦门禹洲集团地产投资有限公司	2009.08.01-2026.01.31	否	是
155	泉秀店	泉州永辉	泉州	泉秀路“盛世融城”商场一、二、三、四层	20,408.63	陈志阳	2009.05.01-2024.04.30	否	是
156	建设南路店	泉州永辉	泉州	惠安县螺城镇建设路企塘岭金龙华城-1F\1F\2F	7,550	惠安大东实业有限公司	2008.08.01-2023.07.31	否	是
157	东街店	泉州永辉	泉州	东街 1#区 1#2-3 层	3,586.49	泉州市饮食服务公司	2009.04.01-2016.03.31	否	是
158	火车站店	南平永辉	南平	横排路 27 号嘉源大厦第一至第二楼商场店面	2,580	许祯华、林凯	2005.09.21-2015.09.20	是	是

159	梅山店	南平永辉	南平	梅峰路98号富民广场A幢8-13号店面	509.46	池尔同	2005.12.25-2015.12.31	是	是
160	体育公园店	南平永辉	南平	八一路249号	61.37	刘萍	2006.09.01-2019.12.31	是	是
161	体育公园店	南平永辉	南平	八一路251号	62.11	李素云	2006.09.01-2019.12.31	是	是
162	体育公园店	南平永辉	南平	八一路253号	62.11	蔡长华	2006.09.01-2019.12.31	是	是
163	体育公园店	南平永辉	南平	八一路255号	54.57	郑国辉	2006.09.01-2019.12.31	是	是
164	体育公园店	南平永辉	南平	文体路10号	49.07	郑秀兵、何雄	2005.05.01-2019.12.31	是	是
165	体育公园店	南平永辉	南平	体育公园商场	7,038.01	程明华、陈云珠、黄永平、何道强	2006.09.01-2019.12.31	是	是
166	管葡店	南平永辉	南平	管兴大厦11号店	15.04	建瓯市房地产管理处	2006.08.01-2012.08.31	是	是
167	管葡店	南平永辉	南平	管兴大厦二层	342.77	建瓯市房地产管理处	2005.09.01-2012.08.31	是	是
168	管葡店	南平永辉	南平	管葡街管葡市场二楼	998	张雅锤	2005.08.01-2015.07.31	是	是
169	管葡店	南平永辉	南平	管葡街管葡市场建瓯市中山路423号	850	建瓯市建溪食品有限公司	2007-2012.12.31	是	是
170	管葡店	南平永辉	南平	临江门6楼干鲜果摊位	500	建瓯市城市综合开发公司	2008.09.01-2013.08.31	是	是
171	建贸店	南平永辉	南平	盛海商贸中心10号楼	2,700	张裕顺、许志勇等	2009.01.01-2018.12.31	是	是
172	东溪店	南平永辉	南平	东溪路4号、62号	2,380	福建省南平市商业(集团)公司	2008.06.01-2018.05.31	是	是
173	荔城北店	股份公司	莆田	城厢区梅园西路与荔城大道交叉口华东城市广场商场B区首一层及首	8,300	福建省莆田市华东房地产开发有限公司	2007.10.20-2022.10.19	否	是

				二层		公司			
174	振兴店	股份公司	石狮	振兴路新加坡商厦负一层、一层、二层	5,700.02	福建省晋江市百信超市有限公司	2008.05.30-2015.12.20	否	是
175	五洲店	永安永辉	三明	“五洲第一城”负一层	3,303.73	三明环球房地产发展有限公司	2008.03.01-2023.02.28	是	是
176	五四店	永安永辉	三明	五四路豪门御景小区3号楼	8,892.24	福建永辉商业股份有限公司	2008.01.01-2015.01.02	是	是
177	龙门店	宁化永辉	三明	宁化县中环路与龙门路交叉口西北侧中环世纪广场一层、二层	12,518	福建闽宏房地产开发有限公司	2009.05.16-2024.11.15	否	是
178	角美店	漳州永辉	漳州	龙海市角美镇共和街45号角美电影院综合楼一层及夹层	2,268	漳州市华都文体科技有限公司	2010.02.15-2022.02.14	否	是
179	六里桥店	北京永辉	北京	丰台区太平桥15号楼尚西泊图一层、二层商场	7,938.62	北京尚西泊图购物中心有限公司	2008.09.30-2023.09.29	是	是
180	鲁谷店	北京永辉	北京	石景山鲁谷大街东侧	18,322	北京市石景山区北方农工商总公司、北京金山山房地产业有限责任公司	2009.02.10-2024.09.09	否	是
181	观音桥店	重庆永辉	重庆	江北区建新北路二支路1号	6,921	重庆世纪金源时代大饭店有限公司	2004.07.15-2019.07.14	是	是
182	加州店	重庆永辉	重庆	渝北区龙溪街加州花园	6,290.95	重庆中渝物业发展有限公司	2004.12.01-2014.11.30	是	是
183	东和春天店	重庆永辉	重庆	渝北区松石北路东和春天	13,313	重庆东和实业(集团)有限公司	2004.11.18-2020.03.30	是	是

184	两路店	重庆永辉	重庆	渝北两路胜利路 91 号 负二楼至二楼	5,950	重庆中奥实业有限公司	2006.06.10- 2016.06.09	是	是
185	五里店	重庆永辉	重庆	江北区建新东路 295 号 平街 1-3 层	6,059	重庆远银物 业发展有限 公司	2007.02.01- 2022.01.31	否	否
186	大坪店	重庆永辉	重庆	渝中区大坪正街 88 号 穗东莲花国际	10,794.22	重庆穗东房 地产开发有 限责任公司	2007.02.01- 2022.01.31	是	否
187	黄泥磅店	重庆永辉	重庆	渝北区黄泥磅黄龙路 10 号客乐得中瑞商场	5,770	张燕	2007.06.01- 2022.05.31	是	是
188	协信店	重庆永辉	重庆	长寿区向阳路 2 号	10,120.64	重庆长信房 地产开发有 限公司	2007.10.01- 2022.09.30	是	是
189	四公里店	重庆永辉	重庆	南岸区青龙路廻龙商务 大厦裙楼	6,000	重庆市中能 物业管理有 限公司	2007.10.01- 2022.09.30	否	是
190	四公里店	重庆永辉	重庆	南岸区青龙路廻龙商务 大厦一层	463	重庆市中能 物业管理有 限公司	2007.10.01- 2022.09.30	否	是
191	双龙店	重庆永辉	重庆	渝北区双龙大道 218 号	6,434	重庆奥蓝酒 店有限公司	2008.01.01- 2022.12.31	是	是
192	香港城店	重庆永辉	重庆	大渡口区九中路佳禾钰 茂香港城	10,538	重庆钰茂地 产有限责任 公司	2006.10.01- 2021.09.30	是	是
193	石桥铺店	重庆永辉	重庆	九龙坡区石桥铺石杨路 17 号附 22 号	4,920	重庆兴吉物 业管理有限 公司	2008.04.01- 2023.03.31	是	否
194	石桥铺店	重庆永辉	重庆	九龙坡区石杨路 17 号 12、65 号	3,700	冯静、张纯 香、陈海峰、 夏泽贵、黄泽 禄、尹晓芬	2008.04.01- 2023.03.31	是	是
195	石桥铺店	重庆永辉	重庆	九龙坡区石杨路 17 号 附 61、62 号、九龙坡 石杨路 17 号附 59、60 号	689	陈晓波	2007.12.01- 2023.03.31	是	是

196	綦江河西店	重庆永辉	重庆	綦江县古南镇交通路25号	5,000	綦江县明兴房地产有限公司	2008.04.01-2023.03.31	是	是
197	河东店	重庆永辉	重庆	綦江县古南镇巨龙商业城	12,000	重庆市綦江巨龙房地产开发有限公司	2009.01.01-2023.12.31	是	是
198	大众店	重庆永辉	重庆	梁平县梁山镇大众街中心广场负一层、16栋负一层及一层部分	6,210	重庆名豪集团梁平实业有限公司	2008.05.05-2023.05.04	是	是
199	空港店	重庆永辉	重庆	渝北区空港凌空达到红树林小区28号楼	5,285	重庆龙港房地产开发有限公司	2008.01.01-2022.12.31	是	是
200	南坪东路店	重庆永辉	重庆	南岸区南坪街道南坪东路37号	6,527	重庆兴邦资产经营管理有限公司	2007-2022	是	是
201	西城天街店	重庆永辉	重庆	九龙坡区杨家坪珠江路48号	8337.08	重庆龙湖西街置业有限公司	2008-2020	是	是
202	时代商都店	重庆永辉	重庆	璧山县璧城街道中生时代商都地下商场	4,880	重庆雅瑞阁物业有限责任公司	2008-2023	是	是
203	民盛店	重庆永辉	重庆	万盛区钟表楼片区旧房改造后的民盛大厦平街一层、二层、负一层	7,041	重庆广进房地产开发有限公司	2008-2023	是	是
204	白象店	重庆永辉	重庆	渝中区二府衙39号	6,000	重庆市中驰置业有限公司	2008.05.01-2022.04.30	否	否
205	万盛名都店	重庆永辉	重庆	万盛区万盛大厦9号部分一层、二层	3,103	重庆广进房地产开发有限公司(集团)有限公司	2009.11.01-2024.10.31	是	是
206	较场口店	重庆永辉	重庆	渝中区民权路58号合景聚融广场负一层、负二层、负三层	8,883.72	重庆合景国际投资有限公司	2008.11.22-2020.11.21	是	是

207	储奇门店	重庆永辉	重庆	渝中区解放西路 143 号	5,885	重庆市龙涎科技开发有限公司	2008.12.31-2023.12.30	是	是
208	天星桥店	重庆永辉	重庆	沙坪坝区天星桥正街 49 号	1,350	重庆市腾飞物业有限公司	2007.12.20-2022.12.19	是	是
209	天星桥店	重庆永辉	重庆	沙坪坝区天星桥正街 49 号	3,129	重庆市沙坪坝区教育服务中心	2008.12.19-2018.12.18	否	是
210	大石坝店	重庆永辉	重庆	江北区大石坝街道大石坝正街 1-40 号大石坝市民广场吊一层、吊二层部分场所	5054.52	刘美春、潘龙辉、黄立强	2008.11.30-2023.11.29	否	是
211	龙头寺店	重庆永辉	重庆	北部新区高新园保利香槟花园 C 组负一层	7,469	保利(重庆)投资实业有限公司	2008.09.30-2023.08.29	否	否
212	龙头寺店	重庆永辉	重庆	重庆市北部新区新溉路保利香槟花园 C 组团 5 号楼第负一层 C5-1、C5-2	261	先玉红	2008.09.30-2023.08.29	是	是
213	汉渝路店	重庆永辉	重庆	沙坪坝区汉渝路优派青年公寓一层及负一、负二层	5,289	重庆市聚维房地产开发有限公司	2008.11.20-2023.11.19	是	是
214	天生丽街店	重庆永辉	重庆	北碚区西南大学对面天生丽街项目负一层	6,399	重庆泰吉置业有限公司	2008.12.31-2023.12.30	是	是
215	新天地店	重庆永辉	重庆	开县开州大道中段新天地广场负一层	7,564	开县亲朋物业管理有限公司	2009.03.01-2024.03.01	是	是
216	王牌路店	重庆永辉	重庆	万州区王牌路 41 号平街一层	7,904	重庆市万州区明旭物业管理有限公司	2008.08.21-2023.08.21	是	否

217	西池广场店	重庆永辉	重庆	梁平县二横街西池广场一层	2,300	钟德文	2009.01.01-2023.12.31	是	是
218	童家桥店	重庆永辉	重庆	沙坪坝区童家桥大水井1号九鼎红街	5,080	重庆市椒江商贸有限公司	交付日(不迟于2009.4.25)起15年	是	是
219	宝圣西路店	重庆永辉	重庆	渝北区回兴街道宝圣西路	6,330	重庆金恒物业发展有限公司	2010.01.28-2025.01.27	是	是
220	嘉茂购物中心店	重庆永辉	重庆	沙坪坝嘉茂购物中心	8,173	重庆嘉茂沙坪坝商业咨询管理有限公司	2009.09.15-2023.12.31	是	是
221	广龙明珠店	重庆永辉	重庆	铜梁县巴川办事处水井巷30号广龙明珠项目	8,288	重庆市广龙房地产开发有限公司	交付日(不迟于2009.08.01)起15年	是	是
222	南湖花园店	重庆永辉	重庆	南岸区花园村街道湖滨路1-4号	5,000	重庆市顺凯地产发展有限公司	交付日(不迟于2009.03.18)起15年	否	是
223	弹新街店	重庆永辉	重庆	南岸区弹新街59号“富力.现代广场”	6,470.23	重庆富力城房地产开发有限公司	交付日(不迟于2008.10.01)起15年	否	是
224	建新东路店	重庆永辉	重庆	江北区建新东路36号“平安.摩卡城市”	6,906	重庆平安房地产开发有限公司(集团)有限公司	交付日(不迟于2008.12.31)起15年	是	是
225	西欧花园店	重庆永辉	重庆	垫江县西欧花园商业步行街香榭广场地下商场	6,800	重庆市垫江房地产有限责任公司	交付日(不迟于2009.01.01)起15年	否	是

226	福新店	股份公司	福州	福州市晋安区福新东路 8号	11,418	福建八方华 冈物流有限 公司	2009.04.29- 2029.04.28	否	否
227	天九湾店	股份公司	莆田	莆田市荔城区镇海办事 处天九湾市场负一层半 地下结构、一层及二层 商场	3,258	莆田市城厢 区旺盛物业 有限公司	2010.01.10- 2022.01.09	否	是
228	佳禾馨苑 店	股份公司	南平	松溪县工农中路 326 号 佳禾馨苑二区商贸 1F、 2F 层商场	7,300	李少平	2009.03.31- 2024.03.30	否	否
229	小红门店	北京永辉	北京	北京市大兴区旧宫镇小 红门路 39 号	25,248.44	合创绿地 (北京)商贸 有限公司	2010.01.01- 2029.12.31	是	否
230	中博大道 店	重庆永辉	重庆	重庆市忠县中博大道商 厦负三、二层	5,224	重庆市中博 房地产开发 有限公司	2009.10.01- 2024.09.30	是	是
231	金源时代 中心	重庆永辉	重庆	重庆市江北区北滨路 368 号金源时代购物中 心 A 区一层、二层、三 层	15,500	重庆市金源 时代购物广 场有限公司	2009.12.30- 2029.12.29	是	是
232	国贸广场 店	重庆永辉	重庆	重庆市万州区五桥安顺 路 72 号国贸广场负一 层	7,698	重庆市万州 区镇桥商贸 有限公司	2009.01.01- 2023.12.31	否	否
233	增光路店	北京永辉	北京	海淀区增光路 45 号, 中 国劳动关系学院东侧学 生公寓配套服务用房负 一层整层及一层	4,729.00	中国劳动关 系学院	2009.10.15- 2024.10.14	是	是
234	水头店	泉州永辉	南安	福建省南安市水头镇奎 峰工业区东侧时代新城 3#楼一、二层商场	8,760.00	福建省南安 市水头房地 产开发公司	2009.11.30- 2029.11.29	否	否
235	宝文店	安徽永辉	安徽	合肥市新站区站西路 1 号宝文国际装饰广场 2 期一层	11,942.78	宝文置业(安 徽)有限公司	自交付日(不 迟于 2010.01.31) 起 15 年零 5 个月	是	是

236	人民广场店	重庆永辉	重庆	巴南区鱼洞鱼轻轨路30号	8,725.00	何燕春	自交付日(不迟于2009.10.01)起15年零6个月	否	否
237	金世纪广场店	重庆永辉	重庆	合川区希尔安大道2号金世纪大厦一层楼、负一层楼	5,700.00	重庆市合川金世纪物业开发有限公司	交付日(不晚于2010.12.31)起15年6个月	是	否
238	世纪金源滨湖店	股份公司	安徽	合肥市滨湖新区徽州大道与紫云路交口金源购物中心C栋一层部分和负一层部分	18,900.00	合肥市世纪金源购物中心有限公司	2009.10.01起20年6个月	否	否
239	新华店	永辉集团	福安	福安市新华北路"韩城盛世豪庭"商场负1F-1F	7,000.00	福安市鸿达房地产开发有限公司	2009.08.01-2024.07.31	否	是
240	浮桥店	泉州永辉	泉州	泉州市鲤城区浮桥街道王宫社区恒勤主楼大厦1-3层及附属楼	4,733.47	林舟	2010.04.10-2017.10.09	是	是
241	兴南店	股份公司	泉州	福建省德化县兴南街南门农贸商城一层(部分)、二层(部分)商场	5,013.00	德化县世纪城公寓物业管理有限责任公司	2009.12.01-2021.12.31	是	是
242	新阳店	厦门永辉商业	厦门	福建省厦门海沧区新阳商业中心	7,344.00	厦门海沧公用事业发展有限公司	2010.02.28-2016.02.27	否	否
243	草桥店	北京永辉	北京	北京市丰台区北甲地路10号院商业楼负一层、一层、二层商场	7,080.00	嘉视动感科技(北京)有限公司	2010.01.15-2022.01.14	是	否
244	双碑店	重庆永辉	重庆	沙坪坝区双碑鼎盛大厦负二层	4,667.00	吴祖光	计租日(不晚于2010.04.01)起15年	否	否

①已提供房产证且已办理租赁备案登记的租赁房产

该等租赁房产涉及房产面积共计 442,004.29 平方米，其中：

a、面积共计 332,543.91 平方米（约占门店经营总面积的 38.41%）的租赁房产的出租人为产权人本人；

b、面积共计 109,460.38 平方米（约占门店经营总面积的 12.64%）的租赁房产的出租人并非房产的产权人本人。其中面积 104,707.39 平方米的租赁房产的产权人已同意转租或委托出租人出租相应房产；面积 4,752.99 平方米租赁房产的出租人尚未取得产权人同意转租或授权出租人出租相应房产的证明文件。根据上述 4,752.99 平方米租赁房产的相应租赁合同，若出租人的出租权利存在瑕疵，承租人有权要求出租人赔偿由此造成的损失。

发行人律师认为，上述租赁房产中，出租人为产权人本人或者出租人已取得产权人同意的，该等房产的出租人有权依法出租该等房产，租赁关系合法有效；股份公司及其控股子公司作为承租方，有权依据相关租赁合同的约定使用租赁房产，其在相应租赁合同项下的合法权利受到法律保护。

上述租赁房产中，出租人尚未提供房产产权人同意转租或授权出租证明文件的（涉及 4,752.99 平方米的租赁房产），虽然不能确认该等租赁房产的出租人是否具备合法权利出租该处房产，但是因上述房产面积较小、相应租赁关系已由房地产管理部门予以登记认可，并且，租赁合同已就出租人权利瑕疵的违约责任作出约定，承租人有权根据租赁合同要求出租人赔偿损失。同时，公司实际控制人已承诺若因租赁房产的产权瑕疵或出租人权利瑕疵造成承租方损失的，公司的实际控制人应当相应补偿承租方的损失。有鉴于此，发行人律师认为，前述情况对本次发行不构成重大不利影响。

②已提供房产证但未办理租赁备案登记的租赁房产

该等租赁房产涉及房产面积共计 61,666.66 平方米，其中：

a、面积合计约 43,966.66 平方米的租赁房产（约占门店经营总面积的 5.08%）的出租人为房产的产权人本人；

b、面积合计约 17,700 平方米的租赁房产（约占门店经营总面积的 2.04%）的出租人并非房产的产权人本人，该等租赁房产的出租人均提供了产权人同意

或授权出租人出租的证明文件。

发行人律师认为，上述租赁房产出租人为租赁房产的产权人本人，或者出租人已取得租赁房产产权人同意或授权，该等租赁房产的出租人有权依法出租该等房产、租赁关系合法有效；虽然上述房产租赁未经相关房地产管理部门备案登记，但根据《中华人民共和国合同法》及最高人民法院《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》等有关规定，租赁合同不因未履行租赁备案登记手续而无效，因此该等租赁合同未经租赁备案登记并不会对承租人依法使用该等房产造成实质性法律障碍；公司及其控股子公司作为承租方，有权依据相关租赁合同的约定使用租赁房产，其在相应租赁合同项下的合法权利受到法律的保护。

③未提供房产证但办理租赁备案登记的租赁房产

该等租赁房产涉及房产面积共计约 232,815.61 平方米，其中：

a、面积共计 75,307.07 平方米的租赁房产（约占门店经营总面积的 8.70%）的出租人提供了相关政府部门、房地产交易中心或房屋管理局出具的证明，证明出租人有权出租该房产；

b、面积共计 59,214.92 平方米（约占门店经营总面积的 6.84%）租赁房产的出租人提供了《商品房预售合同》或《商品房买卖合同》以及其他足以证明出租人有权取得该项租赁房产产权的合同、协议或法律文件；

c、面积共计 98,293.62 平方米的租赁房产（约占门店经营总面积的 11.35%）的出租人未提供合法有效的产权证明文件。其中 98,161.62 平方米的租赁房产涉及的租赁合同已约定（或由出租人另行出具书面声明确认）：若租赁房产的产权或出租人权利存在瑕疵，则承租人有权要求赔偿由此造成的损失，或者，确认租赁房产的产权归出租人所有并承诺若发生产权纠纷由出租人承担责任；其中 132 平方米租赁房产涉及的租赁合同既未约定赔偿责任条款，又未由出租人出具书面文件确认由出租人承担出租权利瑕疵的法律责任。

发行人律师认为，前述第(a)项与第(b)项涉及的租赁房产，虽然出租人未能提供《房屋所有权证》或《房地产权证》，但根据提供的相关政府部门、房地产

交易中心或房屋管理局出具的证明以及相关合同、协议或法律文件，出租人有权出租相应房产，相应租赁关系已由房地产管理部门予以登记认可，租赁关系合法有效；公司及其控股子公司作为承租方，有权依据相关租赁合同的约定使用租赁房产，其作为承租方在相关租赁合同项下的合法权利受到法律保护。

对于前款第(c)项涉及的租赁房产（涉及 98,293.62 平方米的租赁房产），虽然不能确认上述租赁房产的出租人是否具备合法权利出租该处房产。但是，由于相应租赁关系已由房地产管理部门予以登记认可，并且，其中 98,161.62 平方米的租赁房产已由出租人单独出具声明确认了出租人对租赁房产的产权并承诺产权瑕疵的赔偿责任(或者在租赁合同中约定了产权瑕疵或出租人权利瑕疵的赔偿责任)，承租人有权利根据租赁合同要求出租人赔偿损失。同时，公司实际控制人已承诺若因租赁房产的产权瑕疵或出租人权利瑕疵造成承租方损失的，公司的实际控制人应当相应补偿承租方的损失。有鉴于此，发行人律师认为，前述情况对本次发行不构成重大不利影响。

对于前款第(c)项涉及的租赁房产中提及的 132 平方米的租赁房产，租赁合同既未约定赔偿责任条款，又未由出租人出具书面确认承诺承担出租权利瑕疵的法律责任，因此存在承租人无法向出租人追索的法律风险。但此类租赁房产面积较小，且相应租赁关系已由房地产管理部门予以登记认可。同时，公司实际控制人已承诺若因租赁房产的产权瑕疵或出租人权利瑕疵造成承租方损失的，公司的实际控制人应当相应补偿承租方的损失。有鉴于此，发行人律师认为，前述情况对本次发行不构成重大不利影响。

④未提供房产证且未办理租赁备案登记的租赁房产

该等租赁房产涉及房产面积共计 103,162.59 平方米（约占门店经营总面积的 11.92%）。其中 91,744.59 平方米房产的相应租赁合同已在合同中约定，若租赁房产的产权或出租人权利存在瑕疵，则承租人有权利要求赔偿由此造成的损失；面积 11,418 平方米的租赁房产涉及的租赁合同既未约定赔偿责任条款，又未由出租人出具书面确认，承诺由出租人承担出租权利瑕疵的法律责任。

对于上述 91,744.59 平方米的租赁房产，该等租赁房产面积占发行人使用物业总面积的比重较小，且出租人已在租赁合同中约定产权瑕疵或出租人权利瑕疵

的赔偿责任，承租人有权根据租赁合同要求出租人赔偿损失；同时公司实际控制人已承诺若因租赁房产的产权瑕疵或出租人权利瑕疵造成承租方损失的，公司的实际控制人应当相应补偿承租方的损失。有鉴于此，前述情况对本次发行不构成重大不利影响。

对于上述 11,418 平方米的租赁房产，租赁合同既未约定赔偿责任条款，又未由出租人出具书面确认，承诺承担出租权利瑕疵的法律责任，存在承租人无法向出租人追索的法律风险。但此类租赁房产面积较小，且公司实际控制人已承诺若因租赁房产的产权瑕疵或出租人权利瑕疵造成承租方损失的，公司的实际控制人应当相应补偿承租方的损失。因此，前述法律风险本次发行不构成重大不利影响。

⑤抵押情况

截至 2010 年 6 月底，在公司及其控股子公司前述租赁房产中，面积 64,068.17 平方米（约占门店经营总面积的 7.40%）的房产租赁关系成立前已被设置抵押，其中：

a、面积计 56,802.3 平方米的房产，相应出租人保证承租人在租赁合同中享有的权利不因出租人的抵押行为而受影响和改变，否则由此造成的一切损失由出租人承担。因此，若因抵押权人行使抵押权造成承租人损失的，承租人有权向出租人主张损害赔偿。

b、面积计 227.86 平方米的房产，相应出租人保证租赁房产无产权争议；租赁期限内，出租人不能以任何借口提前终止合同，否则出租人应赔偿承租人损失。因此，若因抵押权人行使抵押权导致出租人终止租赁合同的，承租人有权依据合同向出租人主张赔偿责任。

c、面积计 7,038.01 平方米的房产，相关租赁合同未设置如上述款项所述的承租人保护条款，若因抵押权人行使抵押权导致出租人终止租赁合同，承租人存在与出租人产生争议的风险。

发行人律师认为，上述 64,068.17 平方米租赁房产在租赁前已被设定抵押，根据法律规定，相应租赁关系不得对抗已登记的抵押权，即在抵押权人行使抵押

权时,公司及其控股子公司作为承租人无法强制要求继续履行原租赁合同。但是,其中 57,030.16 平方米租赁房产承租人可以援引租赁合同向出租人要求赔偿由此造成的损失,并且,公司实际控制人已承诺若因租赁房产存在被设置抵押或其他权利限制的情况而造成承租方损失的,公司的实际控制人应当相应补偿承租方的损失。就剩余 7,038.01 平方米租赁房产,若抵押权人行使抵押权导致出租人终止租赁合同,承租人存在与出租人产生争议的风险,但鉴于该等房产租赁面积较小,且公司实际控制人已承诺若因租赁房产存在被设置抵押或其他权利限制的情况而造成承租方损失的,公司的实际控制人应当相应补偿承租方的损失。有鉴于此,发行人律师认为,上述 64,068.17 平方米租赁房产在租赁前已被设定抵押情况对本次发行不构成重大不利影响。

综上所述,目前公司存在瑕疵的租赁房产主要分为两大类:

a、未提供房产证等有效的产权证明但办理租赁备案登记

该类情况涉及的租赁面积合计约 98,293.62 平方米,占门店经营总面积的 11.35%。该等租赁合同已全部在相关房地产管理部门依法办理了租赁备案登记,相应租赁合同以及承租人在租赁合同项下的权利已经过房地产管理部门确认。

b、未提供房产证且未办理租赁备案登记

未提供房产证且未办理租赁备案登记的租赁房产的面积合计约 103,162.59 平方米,占门店经营总面积的比例约 11.92%。该部分租赁合同相关门店 2010 年 1-6 月的营业收入占同期公司营业收入的比例约 5.72%,净利润占比约 9.07%。

上述两类租赁合同中,租赁面积合计约 189,906.21 平方米(约占门店经营总面积 21.94%)的租赁合同已约定或由出租人另行单独出具书面声明,明确若租赁房产的产权或出租人权利存在瑕疵,则承租人有权要求赔偿由此造成的损失,或者确认租赁房产的产权归出租人所有,并承诺若发生产权纠纷由出租人承担责任。此外,公司实际控制人已承诺:就公司(含其控股子公司,下同)上市前承租的房产,如由于出租人无合法权利出租该等房产的情况、或由于该等房产存在被设置抵押及其他权利限制的情况、或由于该等房产租赁未办理租赁备案登记的情况、或由于该等房产存在法律、法规以及规范性文件规定之不可用于出租的其他

情形,从而导致股份公司不能按照相应租赁合同之约定继续租赁该等房产或导致股份公司遭受任何处罚、承担任何赔偿,则承诺人应共同向股份公司补偿股份公司所实际遭受的相应经济损失。

(2) 其他办公场地和物流配送中心的租赁情况

除租赁前述房产用于门店经营外,发行人还向其关联方租赁部分房产用于办公场所及物流配送中心。详见“第七节”之“关联交易”之“关联租赁”。

(三) 主要无形资产

1、公司拥有的土地使用权

截至2010年6月底,本公司及控股子公司以出让方式共取得34宗土地使用权,总面积207,944.25平方米,详细情况见下表。

序号	权利人	产权证号	面积 (平方米)	使用截止时间	取得方式	是否抵押
1	发行人	榕国用(2010)第00444400784号	7,422	2044年6月10日	出让	否
2	发行人	融音西国用(2009)第B0158号	4,972.8	2066年12月26日	出让	否
3	福建海峡食品发展有限公司	侯国用(2009)第190407号	71,067	2059年7月9日	出让	否
4	重庆轩辉置业发展有限公司	103D房地证2009字第00861号	30,051.8	2049年10月8日	出让	否
5	重庆轩辉置业发展有限公司	103D房地证2009字第00860号	6,667.3	2049年10月8日	出让	否
6	福州闽侯永辉超市有限公司	侯国用(2009)第190443号	6,693	2049年4月13日	出让	否
7	福州闽侯永辉超市有限公司	侯国用(2009)第190444号	7,959	2059年9月13日	出让	否
8	重庆永辉超市有限公司	201房地证2009字第66146号	6.62	2044年11月8日	出让	否
9	重庆永辉超市有限公司	201房地证2009字第66145号	6.62	2044年11月8日	出让	否
10	重庆永辉超市有限公司	201房地证2010字第01592号	91.93	2044年11月8日	出让	否
11	重庆永辉超市有限公司	201房地证2009字第67819号	448.42	2044年11月8日	出让	否
12	泉州永辉超市有限公司	狮地凤国用2010第00200号-第	286.86	2054年6月28日	出让	否

		00221号				
13	成都永辉商业发展有限公司	彭国用 2010 第 8779 号	72,270.9	2060 年 3 月 18 日	出让	否

注：公司与漳浦县国土资源局于 2010 年 5 月 6 日签订 35062320100506G001《国有建设用地使用权出让合同》。公司以出让方式取得位于漳州市漳浦县龙湖路中段面积为 20,051.76 平方米的国有土地使用权，目前尚未取得土地证。

2、商标

截至 2010 年 6 月底，公司拥有 55 个已注册的商标和 43 个正在申请注册中的商标如下表：

(1) 已注册的商标

序号	商标名称	核定使用商品类别	有效期限	注册证号	注册人
1		3	2004-6-28 至 2014-6-27	3255489	发行人
2		16	2004-2-28 至 2014-2-27	3255266	发行人
3		18	2004-7-7 至 2014-7-6	3369302	发行人
4		21	2004-2-28 至 2014-2-27	3255490	发行人
5		25	2004-6-28 至 2014.6.27	3255267	发行人
6		29	2003-7-28 至 2013-7-27	3254484	发行人
7		29	2004-6-7 至 2014-6-6	3369301	发行人
8		30	2004-3-7 至 2014-3-6	3255491	发行人
9		31	2003-7-28 至 2013-7-27	3254483	发行人
10		31	2004-3-14 至 2014-3-13	3369300	发行人
11		32	2004-6-28 至 2014.6.27	3369299	发行人
12		35	2008-8-14 至 2018-8-13	4436742	发行人
13		35	2008-4-14 至 2018-4-13	3010865	发行人
14		38	2008-8-14 至 2018-8-13	4436741	发行人

15		39	2005-5-7 至 2015-5-6	3585741	发行人
16		40	2004-5-21 至 2014-5-20	3255318	发行人
17		42	2008-8-14 至 2018-8-13	4436740	发行人
18		44	2004-10-21 至 2014-10-20	3369298	发行人
19		2	2005-4-7 至 2015-4-6	3585722	发行人
20		3	2005-10-21 至 2015-10-20	3585793	发行人
21		5	2008-5-28 至 2018-5-27	4436745	发行人
22		6	2008-11-21 至 2018-11-20	5029297	发行人
23		8	2007-8-28 至 2017-8-27	4436744	发行人
24		9	2005-1-7 至 2015-1-6	3585794	发行人
25		26	2009-6-28 至 2019-6-27	5028286	发行人
26		37	2009-6-28 至 2019-6-27	5028288	发行人
27		38	2009-6-28 至 2019-6-27	5028289	发行人
28		39	2009-4-14 至 2019-4-13	5028290	发行人
29		41	2009-5-28 至 2019-5-27	5028291	发行人
30		42	2009-5-28 至 2019-5-27	5028293	发行人
31		11	2008-11-21 至 2018-11-20	5029298	发行人
32		20	2009-4-14 至 2019-4-13	5029300	发行人
33		22	2009-6-7 至 2019-6-6	5029301	发行人
34		14	2005-1-7 至 2015-1-6	3585795	发行人
35		16	2005-6-28 至 2015-6-27	3585803	发行人

36		18	2005-10-28 至 2015-10-27	3585804	发行人
37		21	2005-4-14 至 2015-4-13	3585805	发行人
38		24	2005-8-28 至 2015-8-27	3585752	发行人
39		25	2006-1-21 至 2016-1-20	3585751	发行人
40	轩辉	25	2005-10-7 至 2015-10-6	3585750	发行人
41		27	2005-1-21 至 2015-1-20	3585749	发行人
42		28	2005-11-14 至 2015-11-13	3585748	发行人
43		29	2005-1-7 至 2015-1-6	3585747	发行人
44		30	2005-1-7 至 2015-1-6	3585746	发行人
45		31	2005-1-7 至 2015-1-6	3585745	发行人
46		32	2005-1-7 至 2015-1-6	3585744	发行人
47		33	2005-1-14 至 2015-1-13	3585743	发行人
48		34	2004-9-7 至 2014-9-6	3585762	发行人
49		35	2008-8-14 至 2018-8-13	4436743	发行人
50		40	2005-2-28 至 2015-2-27	3585806	发行人
51		43	2005-7-14 至 2015-7-13	3585807	发行人
52		44	2005-7-14 至 2015-7-13	3585808	发行人
53		19	2009-8-14 至 2019-8-13	5029299	发行人
54	 永辉	41	2009-8-14 至 2019-8-13	5028292	发行人
55		36	2009-10-14 至 2019-10-13	5028287	发行人

(2) 申请注册中的商标

序号	商标名称	核定使用商品类别	申请日期	申请证号	申请人
1.	永辉	29	2008-3-10	6586144	发行人
2.	永辉	3	2008-9-19	6960631	发行人
3.		16	2008-9-19	6960646	发行人
4.		18	2008-9-19	6960645	发行人
5.		21	2008-9-19	6960644	发行人
6.		25	2008-9-19	6960643	发行人
7.		29	2008-9-19	6960642	发行人
8.	永辉	29	2008-9-19	6960629	发行人
9.		30	2008-9-19	6960641	发行人
10.	永辉	30	2008-9-19	6960628	发行人
11.		31	2008-9-19	6960640	发行人
12.	永辉	31	2008-9-19	6960627	发行人
13.		32	2008-9-19	6960639	发行人
14.	永辉	32	2008-9-19	6069626	发行人
15.		3	2008-9-19	6960647	发行人
16.		35	2008-9-19	6960638	发行人
17.	永辉	35	2008-9-19	6960625	发行人
18.		38	2008-9-19	6960637	发行人
19.		39	2008-9-19	6960636	发行人
20.		40	2008-9-19	6960635	发行人
21.	永辉	40	2008-9-19	6960624	发行人
22.	永辉	41	2008-9-19	6960651	发行人
23.		41	2008-9-19	6960634	发行人

24.		42	2008-9-19	6960633	发行人
25.	永辉	21	2008-9-19	6960630	发行人
26.	永辉	44	2008-9-19	6960650	发行人
27.		44	2008-9-19	6960632	发行人
28.		30	2008-9-19	6960649	发行人
29.		41	2009-4-29	7363016	发行人
30.		39	2009-4-29	7362983	发行人
31.		43	2009-4-29	7363030	发行人
32.		35	2009-4-29	7362879	发行人
33.		36	2009-4-29	7362909	发行人
34.	Bravo [®]	35	2009-12-31	7962660	发行人
35.	阳光谷物	29	2010-3-2	8045891	发行人
36.	阳光谷物	30	2010-3-2	8045903	发行人
37.	阳光谷物	35	2010-3-2	8045915	发行人
38.	阳光谷物	43	2010-3-2	8045878	发行人
39.	民生超市 百姓永辉	35	2005-8-24	4855309	发行人
40.	麦の光	29	2010-5-13	8283333	发行人
41.	麦の光	30	2010-5-13	8283393	发行人
42.	麦の光	35	2010-5-13	8283403	发行人
43.	麦の光	43	2010-5-13	8283304	发行人

公司整体变更为股份有限公司时，上述商标全部进入了股份公司，由股份公司对上述商标进行控制和使用，上述商标的更名手续已经办理完毕。

3、公司拥有的域名

序号	证书名称	域名	注册人	注册时间	到期时间
1.	通用网址注册证书	轩辉	福建永辉集团有限公司	2005-7-19	2015-7-19
2.	通用网址注册证书	永辉集团	福建永辉集团有限公司	2006-5-19	2011-5-19
3.	通用网址注册证书	yh	福建永辉集团有限公司	2006-5-19	2011-5-19
4.	国际域名注册证书	yhwlp.com	福建永辉集团有限公司	2006-7-7	2011-7-7
5.	中国国家顶级域名注册证书	yhny.com.cn	福建永辉集团有限公司	2006-7-7	2011-7-7
6.	中国国家顶级域名注册证书	yhgy.com.cn	福建永辉集团有限公司	2006-7-7	2011-7-7
7.	中国国家顶级域名注册证书	yhwlp.cn	福建永辉集团有限公司	2006-7-7	2011-7-7
8.	中国国家顶级域名注册证书	yh168.com.cn	福建永辉集团有限公司	2006-7-7	2011-7-7
9.	中国国家顶级域名注册证书	yhwlp.com.cn	福建永辉集团有限公司	2006-7-7	2011-7-7
10.	中国国家顶级域名注册证书	yh168.net.cn	福建永辉集团有限公司	2006-7-7	2011-7-7
11.	互联网域名注册证书	轩辉.中国	福建永辉集团有限公司	2006-4-27	2011-4-27
12.	互联网域名注册证书	轩辉.公司	福建永辉集团有限公司	2006-4-27	2011-4-27
13.	互联网域名注册证书	轩辉.cn	福建永辉集团有限公司	2006-4-27	2011-4-27
14.	互联网域名注册证书	永辉.公司	福建永辉集团有限公司	2006-4-27	2011-4-27
15.	互联网域名注册证书	永辉.net	福建永辉集团有限公司	2006-5-15	2011-5-15
16.	互联网域名注册证书	永辉.com	福建永辉集团有限公司	2006-5-15	2011-5-15
17.	互联网域名注册证书	轩辉超市.com	福建永辉集团	2006-5-15	2011-5-15

	册证书		团有限公司		
18.	互联网域名注册证书	永辉集团.com	福建永辉集团有限公司	2006-5-15	2011-5-15
19.	互联网域名注册证书	轩辉.com	福建永辉集团有限公司	2006-5-15	2011-5-15
20.	互联网域名注册证书	xuanhui.net	福建永辉集团有限公司	2006-5-15	2011-5-15
21.	CN 域名注册证书	yonghui.com.cn	股份公司	2002-12-07	2016-12-06
22.	互联网域名注册证书	yonghui.com.cn	股份公司	2002-12-7	2010-12-7
23.	互联网域名注册证书	yonghui.cn	股份公司	2003-5-12	2018-5-12
24.	CN 域名注册证书	yonghui.cn	股份公司	2003-5-12	2019-5-12
25.	互联网域名注册证书	永辉超市.com	股份公司	2006-5-15	2011-5-15
26.	国际域名注册证书	永辉集团.com	股份公司	2006-5-15	2012-5-15
27.	国际域名注册证书	永辉超市.com	股份公司	2006-5-15	2012-5-15
28.	中文通用域名注册证书	永辉.公司	股份公司	2006-4-27	2012-4-27
29.	国际域名注册证书	永辉.net	股份公司	2006-5-15	2012-5-15
30.	国际域名注册证书	轩辉超市.com	股份公司	2006-5-15	2012-5-15
31.	中文通用域名注册证书	轩辉.中国 轩辉.cn	股份公司	2006-4-27	2012-4-27
32.	中文通用域名注册证书	轩辉.公司	股份公司	2006-4-27	2012-4-27
33.	国际域名注册证书	轩辉.com	股份公司	2006-5-15	2012-5-15
34.	国际域名注册	52yonghui.com	股份公司	2009-2-16	2012-2-16

	证书				
35.	国际域名注册证书	iyonghui.com	股份公司	2010-1-12	2013-1-11
36.	国际域名注册证书	永辉超市.net	股份公司	2010-3-4	2013-3-3
37.	中文通用域名注册证书	永辉超市.公司	股份公司	2010-3-4	2013-3-3
38.	中文通用域名注册证书	永辉超市.网络	股份公司	2010-3-4	2013-3-3
39.	CC 域名注册证书	永辉超市.cc	股份公司	2010-3-4	2013-3-3

前述第 1 项至第 20 项通用网址到期后发行人将不再使用该等通用网址。

4、许可证情况

公司的经营范围和经营方式符合《公司法》、《公司登记管理条例》及其他法律、法规和规范性文件的规定，公司已取得了相应的资质证书及业务许可，主要包括：《卫生许可证》、《食品卫生许可证》、《烟草专卖零售许可证》、《出版物经营许可证》、《音像制品经营许可证》、《酒类流通备案登记表》、《食品流通许可证》等。

六、特许经营权

截至 2010 年 6 月底，公司已签订 85 份《特许经营合同》，在福建地区设立 85 家轩辉便民店。根据商务部商业特许经营信息管理系统备案号为 1350100111000015 号《特许人备案公告表》，公司已于 2010 年 2 月 22 日完成特许经营备案，特许品牌为“轩辉”，加盟店分布区域为福建。

七、主要技术

（一）生鲜采购技术

生鲜采购技术是公司区别于同行业其他超市企业的主要特征。一方面，公司拥有超过 700 人的强大的、经验丰富的生鲜采购团队，在公司“买手”文化的熏陶下能够及时获得全国各地生鲜产品市场的产品信息如价格、产期、质量等，能

够在第一时间在全国范围内获得价格低、品质好、受消费者欢迎的生鲜产品；另一方面，公司还通过一整套完善的生鲜采购操作体系能够将生鲜产品在采购、物流、销售等环节的损耗率降到最低，从而提高盈利能力。通过多年的实战经验，公司已经建立了一整套全国性生鲜统采体系，并在公司内部形成完整的生鲜采购、物流、销售等培训体系，这将保证公司在生鲜采购技术方面的竞争优势的可持续性，为公司稳健、快速发展提供保障。

（二）零售技术

广义的零售技术是指零售企业所采用的系统、方法、程序和技巧，决定着零售企业的经营优势与战略方向，包括信息技术、物流技术、现金管理技术等。这里指的主要是狭义的零售技术，即零售企业销售商品的技巧或能力。公司一直积极通过提升自身的零售技术来提高公司的盈利水平和竞争能力，主要体现在：（1）通过自营方式经营生鲜、服装等产品；（2）物业出租、促销服务费收入等其他业务收入占比较低。此外，公司还不断地总结旗下各连锁门店的成功之处，并由外国专家挂帅，组建专职队伍，通过制订门店营运标准和标杆店分析，将公司先进的商品品类管理、舒适的购物环境设置和体贴的服务等门店营运方式文字化、标准化，并通过专题、专项、专人培训，稳健、快速裂变并复制到全国各区域及门店，实现精品化经营和标准化扩张。

（三）信息技术

连锁超市企业的经营发展离不开信息系统的支持。随着公司规模的发展壮大，公司近年来逐渐加强了信息系统的建设，不但从硬件设施方面进行投资改善，而且积极采取自主开发与外部委托相结合的方式，在采购、会员管理、物流、销售、财务辅助核算、办公自动化、员工管理等方面逐步实现了全面的信息化。公司信息系统支持了职能管理（公司总部、区域总部、人力资源、财务管理等）、营运管理（从采购、物流、配送、门店营运到客户服务），公司的管理制度和营运流程在信息系统中得到实现，提高了公司的运营效率。

公司已经与金蝶等知名软件公司合作，建设了适应战略发展、安全稳定、覆盖全国门店的财务信息管理系统（金蝶 EAS），实现了对公司经营中的关键控制点的数据监控。公司未来将根据业务发展需要加大对信息系统的投入和建设，而

在公司首次公开发行股票中也将信息系统的建设作为募集资金投资项目之一。

（四）物流技术

物流技术是对物流对象实现距离、时间转移过程中应用的技术，包括硬技术和软技术，其中硬技术包括运输工具、运输设施等，软技术包括运输管理、运行机制、运输系统规划、物流信息化等。现代物流技术已经发展成为以电子信息技术为基础，注重服务、人员、技术、信息与管理的综合集成，是现代生产方式、现代经营管理方式、现代信息技术相结合在物流领域的体现。

公司一直以来十分注重通过供应链管理来实现效益的最大化。公司以物流配送中心为平台，通过应用现代物流技术，使公司在商品采购、运输、仓储、加工、配送、销售等方面能够合理规划、协调安排，并充分利用和整合现有物流资源，为公司连锁门店提供安全可靠、高效率的配送服务，逐步提高统一采购、直接采购、统一配送的比例，保证了公司购、销、运、存等经营活动过程的高效率。既满足各门店的经营需求、防止商品空缺情况、保证商品的新鲜度和质量，又降低经营过程中的商品损耗率和运输成本、提高价格竞争力。

八、境外经营活动情况

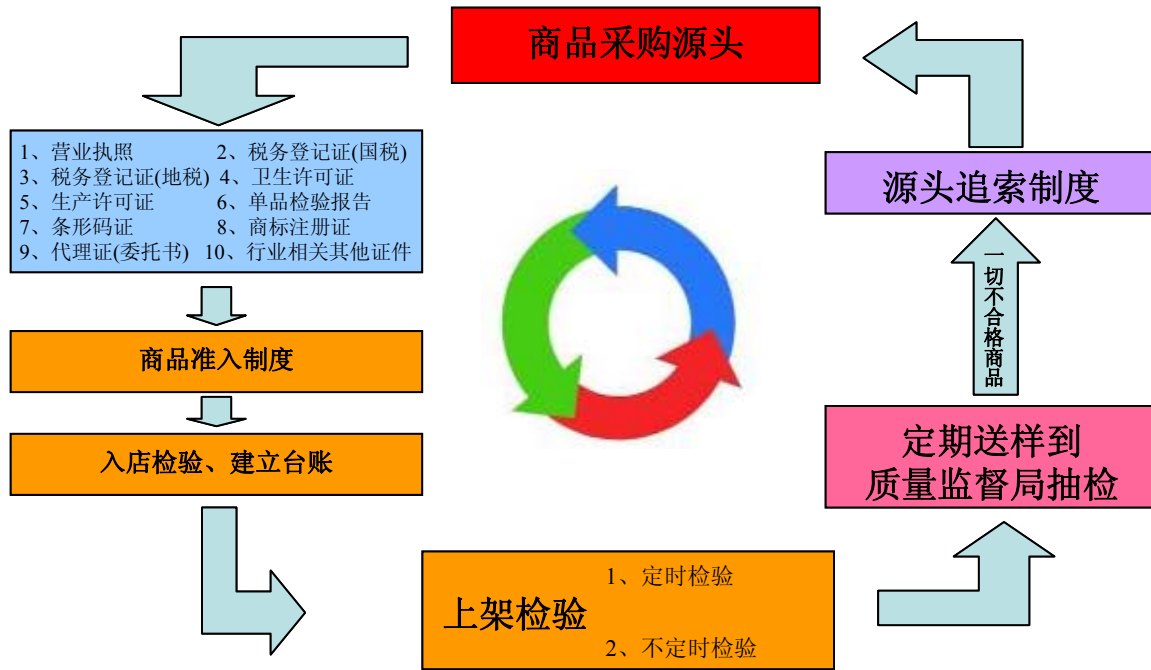
报告期内，公司不存在其他境外经营活动的情形。

九、商品及质量控制情况

公司一贯坚持的经营理念是“家门口的永辉、新鲜的永辉、放心的永辉”，被誉为“民生超市，百姓永辉”，产品和服务的质量是公司赖以生存和发展的首要条件。长期以来，公司认真研究消费者对产品和服务的需求，以提高客户满意度、保护消费者合法权益、维护公司良好形象。

（一）商品质量安全控制体系

公司从商品源头、采购源头开始就严格把握商品的质量检验和监督，包括选择信誉良好的供应商、制定严格的商品准入制度、落实商品验收环节，对商品的包装、品牌等进行把关，采取统采、直采和配送方式等。公司商品质量安全控制体系如下：



（二）商品质量控制制度

结合实际经营情况，公司制定了《质量检验管理制度》、《成品感官、净含量检验管理制度》、《GB/T22000 食品安全管理体系 ISO9001 质量管理体系运行考核办法》、《商品质量监管控制流程》、《生鲜部商品收货流程指导书》、《服装部收货流程指导书》、《加工部卫生操作规范》等制度和标准，从采购到销售的整个业务流程中加强了对商品质量的控制和管理。

例如，针对食品质量安全控制，公司主要制度如下：

1、食品索证索票制度

（1）索证：进货时按规定向生产厂家或上级供货商索取“一照二证一报告”。即索取有效期内的营业执照、食品生产许可证、食品流通许可证等证件和质量检验合格报告。对生产厂家或上级批发企业的上述证照及时更新，以保证在有效期内。经营进口食品的，索取进口食品的合法证明。

（2）索票：进货时索取载有食品的名称、规格、数量、生产批号（生产日期）、保质期、供货者名称及联系方式、进货日期等内容的进货票据。经营预包装食品应索取按照工商管理部门统一样式，运用电子台帐软件开具的供货凭证。

(3) 食品索证索票后，在指定场所显要位置予以公示，供消费者进行查询及有关部门进行检查。

2、不合格食品退市制度

(1) 发现经营的食品不符合食品安全标准，立即停止经营，下架单独存放，通知相关生产经营者和消费者，并记录停止经营和通知情况，将有关情况报告辖区工商行政管理机关。

(2) 在接到有关监管部门关于不合格食品退市通知后，及时按上述规定立即处理，并协助食品生产者执行食品召回制度。

(3) 对贮存、销售的食品定期进行检查，查验食品的生产日期和保质期，及时清理变质、超过保质期及其他不符合食品安全要求的食品，主动将其退出市场，并做好相关记录。

此外，为了细化对各类商品质量控制的管理，公司还针对不同商品分别制定了相关制度和标准，如《冰鲜鱼的通用质量标准》、《干货标准》、《肉类鲜度管理》、《蔬菜湿度与温度标准》、《蔬菜质量标准》、《水果质量标准》等。

(三) 公司食品质量及安全控制的主要环节和措施

1、“引领现代农业、守护百姓健康”是公司的企业使命

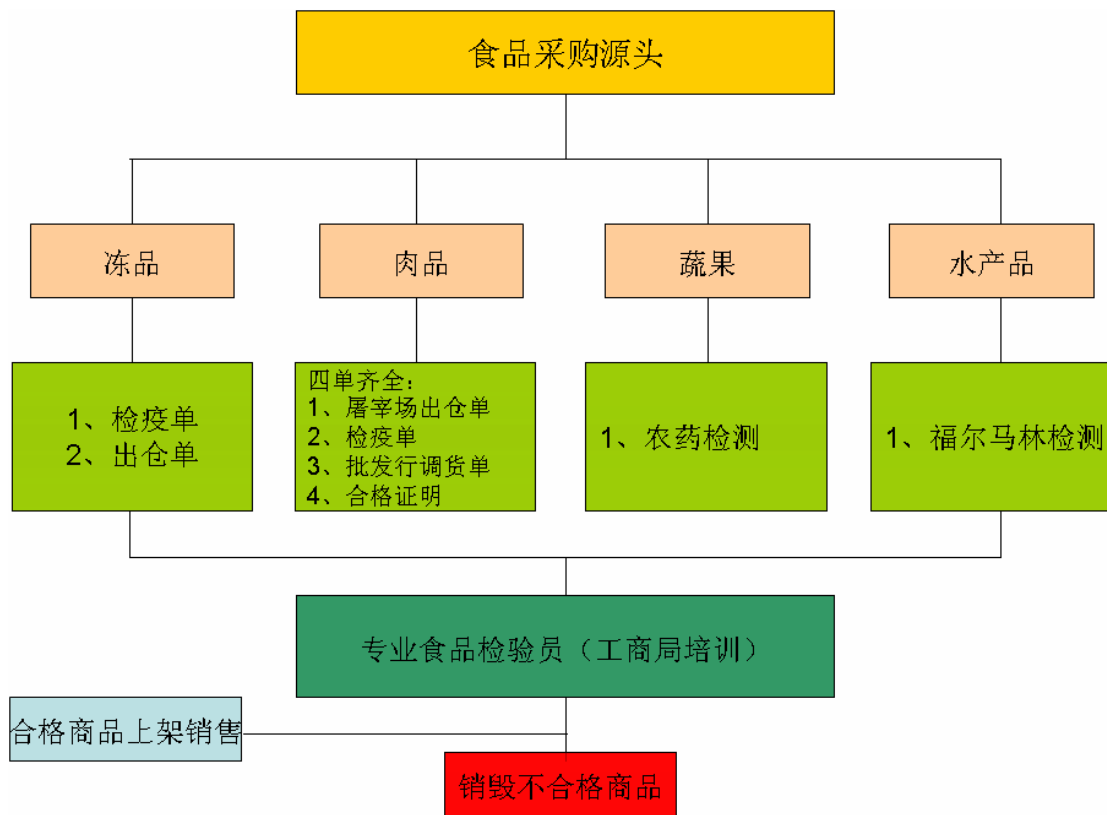
公司的经营理念是“家门口的永辉、新鲜的永辉、放心的永辉”。作为流通和农业产业化双龙头企业，公司积极响应政府治理“餐桌污染”的要求，率先提出“心系民生、情系百姓”的“农改超”模式，该经营模式本质上部分替代了“劣、脏、乱、差”的传统农贸市场。公司通过建立完善的全国性生鲜统采和区域直采体系，结合农贸市场和现代超市的优点，形成了具备价格优势、购物环境优势、服务质量优势、食品安全优势等特点的先进的商业模式，以安全、新鲜、价优、丰富的商品解决老百姓的“菜篮子”问题。

2、从商品采购源头控制质量安全风险

公司采购部严格审核新商品的准入环节，在筛选时需要供应商提供营业执照、税务登记证、商标注册证、食品卫生许可证、质量检验合格报告等证件，对

于进口商品需要提供报关单、商品检验单等；对于无公害绿色、有机食品等则需要提供相关认证证书。

具体的商品质量安全控制措施包括：①采购人员按生鲜事业部的研发中心的质量标准进行采购；②带着检测仪到农户或基地采购；③基地定点采购将引导农户或基地按照公司的商品质量安全标准进行种植和包装；④对于肉禽类商品，公司定点定时地在政府指定的屠宰厂或检疫站进行安全检测和进货；⑤供零合同一般设置商品质量保证条款，约定商品质量原因造成公司损失的由供应商承担。具体如下图：



此外，公司在生鲜商品方面还建立商品溯源机制，建立了从商品种植、包装、配送、发货到销售过程的可追溯二维条码，从商品源头控制食品安全。如，2010年10月起公司旗下部分门店开始投入食品安全信息查询系统，消费者可通过网络或设在超市内的查询机根据包装食品的条形码来查询商品的检测报告、生产日期、生产企业的营业执照以及生产许可证等相关信息，让消费者在购买商品时充分知悉商品的质量状况。

3、物流配送、验收、储存环节严把质量关

在物流配送环节，公司针对不同商品严格实施高标准的物流配送车辆，如运用冷链车辆运输冰冻商品、消毒或检疫车辆运输活禽等；公司的配送中心对产地商品进行农残的快速检测，冰鲜福尔马林残留检测；公司每家门店均配备检测仪，严格作好验收工作；在储存方面，公司设有防尘、防鼠咬、防虫蛀、防蝇、防腐和防水的设施，严格按照商品的储存条件进行存储。

4、食品加工的质量安全规范

公司制定严格的《卫生操作规范》，从生产的各环节控制质量安全，包括在生产前、生产过程中及生产结束后对设备、工具及生产环境进行清洁消毒；加工原材料采购的质量把控等。

5、门店运营的质量安全控制

商品在门店销售过程中，通过不定期的对卖场商品进行质量排查，严格控制在销售过程中出现的各种质量问题，及时清理变质、超过保质期及其他不符合食品安全要求的食品，消除商品的质量隐患。对人员、设备、加工环境的卫生和售卖期间等各个环节对商品质量进行实时的质量监控，以减少商品损耗，提升在售商品的质量。对于发现不符合食品安全标准的，公司立即停止经营，下架单独存放，通知相关生产经营者和消费者。

6、加强质量安全检测的资金投入

2007-2009 年度，公司在质量安全检测方面的费用合计约 85.07 万元,设备费用合计约 22.73 万元。未来，公司将进一步加强商品质量安全管理，通过在采购、运输、加工、销售、储存等方方面面的工作降低质量安全风险。

（四）服务质量控制

在服务质量控制方面，公司制定了《客服中心人员工作流程》、《客服中心退换货处理流程》、《投诉处理流程》、《顾客电话投诉处理流程》、《赠品管理流程》、《寄包柜流程》等相关制度和评价标准，规范员工服务质量、提高员工服务水平、妥善处理消费者投诉。

此外，公司还根据自身经营需要，制定了完备的《内部控制手册》，严格控

制公司日常经营管理的各个环节的工作效果和质量,进一步提升了公司的商品和服务的质量。

公司自成立以来,始终围绕落实“新鲜的永辉、放心的永辉”的各项目标,不断提升服务水平,保证商品质量,在区域内建立了良好的声誉。报告期内,公司及控股子公司未发生服务及商品质量方面的重大纠纷或诉讼。

第七节 同业竞争及关联交易

一、同业竞争

(一) 公司的同业竞争状况

截至 2010 年 6 月底，公司控股股东及实际控制人张轩松、张轩宁兄弟控制的法人机构情况如下：

关联方名称	股权关系	主要经营业务
福建省永辉商业有限公司	张轩松持有 35%股权，张轩宁持有 25%股权	房屋租赁及物业管理，以及对商业、贸易业的投资及其相关咨询服务
福建轩辉房地产开发有限公司	张轩松持有 60%股权，张轩宁持有 20%股权	房地产开发、自用房产租赁、建筑材料、装潢材料批发等
XUANHUI(AUSTRALIA)PTY LTD.	张轩宁持有 50%股权	进出口贸易
YONGHUI(AUSTRALIA) INVESTMENTS PTY LTD.	张轩松持有 50%股权	进出口贸易

福建轩辉房地产开发有限公司与重庆轩辉置业发展有限公司（本公司子公司重庆永辉超市有限公司的全资子公司）营业执照记载的主要经营范围文字上存在部分重合的情况。

公司关联方福建轩辉房地产开发有限公司营业执照记载的经营范围为：房地产开发、自用房产租赁；建筑材料、装饰材料批发、代购代销。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）。

重庆轩辉置业发展有限公司营业执照记载的经营范围为：许可经营项目：（无）。一般经营项目：房地产开发(凭资质证书执业)；物业管理，建筑装潢、建筑装饰工程施工(凭资质证书执业)；室内装潢设计、咨询；销售：钢材、金属材料、花卉、**(国家法律、行政法规禁止的不得经营；国家法律、行政法规规定取得许可后方可从事经营的，未取得许可前不得经营)。

轩辉置业系为开发重庆“永辉城市生活广场”公司自有物业而于 2009 年 06 月 18 日成立。2009 年 6 月 30 日，轩辉置业与重庆市国土资源和房屋管理局签订了《国有建设用地使用权出让合同》（合同编号：渝地 2009 合字江北第 41 号），

轩辉置业受让位于江北区大石坝组团 E 分区 E3-1/02（地下）、E3-3/02 号一处土地（宗地编号为 JB-02-001）混合用地的国有建设用地使用权，建设完成后计划主要作为重庆永辉门店经营及办公之用。

轩辉地产成立于 2005 年 11 月 11 日，业务定位于房地产开发、销售等经营活动。所开发项目均在福建省。截至 2010 年 6 月 30 日，轩辉地产的存货约 17,103.28 万元，资产总计约 25,980.74 万元，其他应付款总计约 11,325.86 万元，负债合计约 21,728.57 亿元。

除上述情形外，公司实际控制人及实际控制人控制的其他企业不存在从事与公司业务相同、相似业务的情况。由于轩辉置业因在重庆开发“永辉城市生活广场”自有物业而成立，开发项目计划主要用于重庆永辉门店经营及办公，因此，轩辉置业和轩辉地产在经营目的、区域属地等方面存在明确区别，上述经营范围存在文字上存在部分重合的情况不构成本公司与轩辉地产的同业竞争。

基于以上所述，公司与实际控制人控制的其他企业之间不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免未来可能的同业竞争，实际控制人张轩松、张轩宁兄弟及其控制的公司于 2010 年 3 月出具《承诺函》。

张轩松、张轩宁兄弟承诺内容如下：

1、在本承诺函签署之日，本人及本人拥有权益的附属公司及参股公司均未直接或间接经营任何与股份公司经营的业务构成竞争或可能竞争的业务，也未参与投资于任何与股份公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业；

2、自本承诺函签署之日起，本人及本人拥有权益的附属公司及参股公司将不直接或间接经营任何与股份公司经营的业务构成竞争或可能竞争的业务，也不参与投资于任何与股份公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业；

3、自本承诺函签署之日起，如股份公司进一步拓展其业务范围，本人及本人拥有权益的附属公司及参股公司将不与股份公司拓展后的业务相竞争；若与股份公司拓展后业务产生竞争，本人及本人拥有权益的附属公司及参股公司将以停

止经营相竞争的业务的方式、或者将相竞争的业务纳入到股份公司经营的方式或者将相竞争的业务转让给无关联关系第三方的方式避免同业竞争；

4、如本承诺函被证明是不真实或未被遵守，本人将向股份公司赔偿一切直接和间接损失。

张轩松、张轩宁兄弟所控制的其他公司承诺内容如下：

1、在本承诺函签署之日，本公司均未直接或间接经营任何与股份公司经营的业务构成竞争或可能竞争的业务，也未参与投资于任何与股份公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业；

2、自本承诺函签署之日起，本公司将不直接或间接经营任何与股份公司经营的业务构成竞争或可能竞争的业务，也不参与投资于任何与股份公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业；

3、自本承诺函签署之日起，如股份公司进一步拓展其业务范围，本公司将不与股份公司拓展后的业务相竞争；若与股份公司拓展后的业务产生竞争，本公司将以停止经营相竞争的业务的方式、或者将相竞争的业务纳入到股份公司经营的方式或者将相竞争的业务转让给无关联关系第三方的方式避免同业竞争；

4、如本承诺函被证明是不真实或未被遵守，本公司将向股份公司赔偿一切直接和间接损失。

二、关联交易

（一）发行人的关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》的规定，报告期内本公司的关联方情况如下：

1、存在控制关系的关联方

（1）控股股东及实际控制人

张轩松和张轩宁为本公司的控股股东，亦为公司实际控制人。张轩松、张轩宁兄弟二人持股比例如下：

关联方名称	对本公司的持股比例	对本公司的表决权比例
张轩松	24.28%	24.28%
张轩宁	17.34%	17.34%
合计	41.63%	41.63%

张轩松和张轩宁的情况介绍请见本招股意向书第二节中“二、发行人控股股东、实际控制人简介”。

(2) 公司控股子公司

公司的控股子公司为公司关联方，公司控股子公司的详细情况请见本招股意向书第五节中“六、发行人控股子公司、参股公司的简要情况”。

2、不存在控制关系的关联方

(1) 持有本公司 5%以上股份的其他股东

除张轩松和张轩宁外，持有本公司 5%以上股份的其他股东包括民生超市和汇银投资。民生超市持有本公司本次发行前股份总额的 24.00%，汇银投资持有本公司本次发行前股份总额的 6.62%。

关联方名称	股权关系
民生超市	24.00%
汇银投资	6.62%

民生超市与汇银投资基本情况请见本招股意向书第五节中“七、发行人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

(2) 受实际控制人控制的其他企业

张轩松和张轩宁控制的除本公司以外的其他企业如下表所示，该企业也构成本公司的关联方。

关联方名称	股权关系
XUANHUI (AUSTRALIA) PTY LTD.	张轩宁持有 50%股权
福建省永辉商业有限公司	张轩松持有 35%股权，张轩宁持有 25%股权
福建轩辉房地产开发有限公司	张轩松持有 60%股权，张轩宁持有 20%股权
YONGHUI (AUSTRALIA) INVESTMENTS PTY LTD.	张轩松持有 50%股权

(3) 其他关联法人

除上述关联方外，本公司其他关联法人包括由本公司董事、监事、高级管理人员直接或者间接控制的，或者由本公司董事、监事、高级管理人员担任董事、高级管理人员的除本公司及其控股子公司以外的法人。

序号	关联方名称	与本公司关系
1	XING WANG (AUST) INVESTMENTS PTY LTD.	监事会主席郑景旺控制的法人
2	SHENG TIAN (AUSTRALIA) PTY LTD.	监事谢香镇控制的法人
3	The HSBC Private Equity Fund 3 Limited	董事沈敬武担任董事总经理的法人
4	波司登国际控股有限公司	董事沈敬武担任非执行董事的法人
5	HSBC Private Equity (Asia) Limited	董事沈敬武担任董事的法人
6	Bosideng International Holdings Limited	董事沈敬武担任董事的法人
7	Bosideng International Fashion Limited	董事沈敬武担任董事的法人
8	上海波司登国际服饰有限公司	董事沈敬武担任董事的法人
9	上海波司登休闲服饰有限公司	董事沈敬武担任董事的法人
10	上海冰洁服饰有限公司	董事沈敬武担任董事的法人
11	江苏波司登羽绒服饰有限公司	董事沈敬武担任董事的法人
12	山东康博服饰有限公司	董事沈敬武担任董事的法人
13	上海和丰中林林业股份有限公司	董事沈敬武担任董事的法人

序号	关联方名称	与本公司关系
14	中化天津有限公司	独立董事毛嘉农担任常务副总经理的法人
15	中化兴源石油储运（舟山）公司	独立董事毛嘉农担任副董事长的法人
16	中化兴中石油转运（舟山）有限公司	独立董事毛嘉农担任副董事长的法人
17	海南天然橡胶产业集团股份有限公司	独立董事毛嘉农担任董事的法人
18	阳光城集团股份有限公司	独立董事庄友松担任独立董事的法人
19	福建中福实业股份有限公司	独立董事庄友松担任董事的法人
20	北汽福田汽车股份有限公司	独立董事马萍担任独立董事的法人
21	辽宁曙光汽车集团股份有限公司	独立董事马萍担任独立董事的法人
22	京福马国际集团公司	独立董事马萍担任副总裁的法人

（4）本公司其他关联自然人

本公司其他关联自然人包括本公司董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员，参见本招股意向书“第八节董事、监事及高级管理人员”的相关内容。

（二）关联交易

1、经常性关联交易

（1）关联采购

①2007 年

2007 年公司向关联方 XUAN HUI（AUSTRALIA）PTY LTD. 采购进口黄奶油 184,550.40 美元，折合人民币 1,395,371.99 元。

②2008 年

2008 年公司向关联方 XUAN HUI（AUSTRALIA）PTY LTD. 采购进口黄奶油 569,214.48 美元和葡萄酒 79,260 澳元，折合人民币 4,509,223.87 元；向关联方 SHENGTIAN(AUSTRALIA)PTY LTD. 采购进口葡萄酒 46,008 澳元和油漆

126,815.20 澳元，折合人民币 1,126,772.97 元；向关联方 XINGWANG(AUST)INVESTMENTS PTY LTD.采购进口油漆 123,048 澳元，折合人民币 635,838.96 元。2008 年向关联方采购进口总金额为人民币 6,271,835.80 元。

③2009 年

2009 年公司向关联方 XUAN HUI (AUSTRALIA) PTY LTD. 采购进口黄奶油 68,408 澳元及 77,055 美元，折合人民币 942,310.52 元；向关联方 XINGWANG(AUST)INVESTMENTS PTY LTD.采购进口油漆 488,032 澳元和黄奶油 39,234 澳元，折合人民币 2,842,066.52 元。2009 年公司向关联方采购进口总金额为人民币 3,784,377.04 元。

④2010 年 1-6 月

2010 年 1-6 月公司向关联方 XUAN HUI (AUSTRALIA) PTY LTD. 采购进口黄奶油 39,234.00 澳元及 29,642.8 美元，折合人民币 456,542.35 元；向关联方 XINGWANG(AUST)INVESTMENTS PTY LTD.采购进口油漆 429,132.00 澳元和黄奶油 219,966.00 澳元，折合人民币 4,045,040.64 元；2010 年 1-6 月公司向关联方采购总金额为人民币 4,501,582.99 元。

公司按照市场定价的原则向关联方进行采购，属于正常和必要的交易行为，进行此类关联交易，能够降低采购成本。上述公司向关联方采购的定价模式为按照当地采购价格加适当采购运输费用。

(2) 关联租赁

①五四店

2007 年 12 月 10 日，本公司全资子公司永安永辉超市有限公司与福建省永辉商业股份有限公司签订租赁合同，根据该合同的约定，永安永辉超市有限公司向福建省永辉商业股份有限公司租赁永安市五四路豪门御景三区的负一层至三层，面积 8,892.24 平方米。租赁期限从 2008 年 1 月 1 日至 2011 年 1 月 1 日，双方约定自 2008 年 1 月 1 日起开始计算租金，每平方米租金为 15.14 元，每月租金 134,590 元整。

②群众店

2006年12月21日，本公司与福建省永辉商业股份有限公司签订租赁合同，根据该合同的约定，公司向福建省永辉商业股份有限公司租赁位于台江区茶亭街道群众路90号第2、3、4号连接体一层1至16、22、23号房屋，租赁面积共2,093.34平方米，租赁期限从2007年1月1日至2008年12月31日。租赁期限内前三个月租金为157,000元，第四个月起每月租金为70,000元。2008年12月31日，本公司与福建省永辉商业股份有限公司签订新的租赁合同，租赁上述物业，租赁期限从2009年1月1日至2009年12月31日，每月租金为70,000元。2009年11月18日，本公司与福建省永辉商业股份有限公司再次签订新的租赁合同，上述物业的租赁期限延长三年，从2010年1月1日至2012年12月31日，每月租金为70,000元。

③现代食品工业园

2006年12月19日，本公司全资子公司福建永辉工业发展有限公司与福建省永辉商业股份有限公司签订租赁合同，租赁位于福州市金山工业区福湾工业园台屿路99号的厂房，租赁物面积约为一万四千平方米，双方约定1年的免租金期，从2007年1月1日至2007年12月31日。2007年12月10日，福建永辉工业发展有限公司再次与福建省永辉商业股份有限公司签订租赁合同，租赁位于福州市金山工业区福湾工业园台屿路99号的厂房，租赁物面积约为一万四千平方米，租赁期限为三年，从2008年1月1日至2010年12月31日。每年租金为1,000,800元，按月支付83,400元。

④大宗业务部

2008年10月1日，本公司台江分公司（大宗业务部）与福建省永辉商业股份有限公司签订租赁合同，租赁位于福湾工业园台屿路99号厂房的五号楼第一层西南面，租赁面积为2,000平方米，租赁期限从2008年10月1日至2013年10月1日，月租赁费用26,000元，2008年度租赁费用为78,000元，2009年度租赁费用为312,000元，2010年1-6月租赁费用为人民币156,000.00元。

⑤大学城店

2006年3月17日，本公司福建闽侯分公司与福建轩辉房地产开发有限公司签订租赁协议，租赁位于福州市闽侯县上街镇金屿村316国道北侧（原余盛批发市场）一层，面积6,650平方米，租赁期限10年，从2006年6月18日至2016年6月17日。其中自2006年6月19日至2007年12月31日为免租期，自2008年1月1日起开始计算租金。每平方米租金为15元，每月租金99,750元，每三年递增5%。

⑥闽侯物流中心

2006年3月17日，福建闽侯永辉商业有限公司与福建轩辉房地产开发有限公司签订租赁协议，租赁位于福州市闽侯县上街镇金屿村316国道北侧仓库及附属办公楼，面积共13,235平方米，租赁期限从2007年1月1日至2016年6月30日。双方约定自2007年1月1日至2007年12月31日为免租期，2008年1月1日起每月租金为80,375元。

为了更好地抓住机遇快速发展连锁超市业务，公司较多地采用租赁物业的方式以集中资金拓展业务，而收购关联方所持物业所需资金量相对较大，这将给快速成长过程中的发行人增加现金压力，不利于公司的快速扩张。此外，在保持公司经营负债相对稳定的情况下，收购关联方所持物业将增加公司的短期借款，从而提高资产负债率、增加利息费用支出。因此，公司综合考虑公司发展阶段、现金流状况及发展计划，未收购关联方所持有的物业，而是通过向关联方租赁的方式来获得门店经营或其他用途，为公司的快速扩张节省资金，这符合公司“轻资产”模式快速扩张的特点。

（3）向董监高等人员支付的薪酬

公司除向在本公司担任董事、监事、高级管理人员和核心技术人员等人士支付薪酬以外，未向其他关联方人士支付薪酬，也未有其他经常性关联交易。因此不存在影响公司最近三年财务状况与经营成果的经常性关联交易。

2009年度、2008年度、2007年度公司支付给上述人员的薪酬总额分别为309.66万元、130.26万元、64.68万元，具体情况请参见本招股意向书“第八节 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员”之“四、发行人董事、监事、高级

管理人员及核心技术人员薪酬情况”的相关内容。

2、偶发性关联交易

(1) 关联方担保

2006年11月28日，福建省永辉商业股份有限公司与华夏银行福州分行签订了《最高额抵押合同》，合同约定：华夏银行福州银行在2006年11月28日-2007年11月28日与福建永辉集团有限公司签订多个业务合同，福建省永辉商业股份有限公司愿意在最高债权额度（5,000万元）内为这些业务合同项下的全部债权提供抵押担保，担保物为永安市五四路豪门御景三区超市商业大厦及土地证号为“永国用2006第40098号”的土地使用权。

2007年3月1日，张轩松与福州市商业银行签订《个人不可撤销担保函》，函件约定：张轩松自愿为福建永辉集团有限公司与福州市商业银行在2007年3月1日至2011年12月31日期间签订的所有合同项下的债务提供担保，保证方式为不可撤销的连带责任保证。

2007年6月21日，福建省永辉商业股份有限公司与福州市商业银行签订了《抵押合同》，合同约定：为确保福建永辉集团有限公司与福州市商业银行股份有限公司签订的借款合同项下的债权实现，福建省永辉商业股份有限公司愿意为福建永辉集团有限公司的3000万元债务提供抵押担保，担保物为产权证号“榕房权证R字第0727673号”至“榕房权证R字第0727678号”厂房及编号“榕国用2007第31538200050号”福湾工业区仓山园土地使用权。

2007年6月21日，福建省永辉商业股份有限公司与福州市商业银行签订了《抵押合同》，合同约定：鉴于福建永辉集团有限公司与福州市商业银行股份有限公司于2007年6月21日签订了编号为“0100300020070027”的《统一授信合同》。为确保福建永辉集团有限公司与福州市商业银行股份有限公司签订的借款合同项下债权的实现，福建省永辉商业股份有限公司愿为福建永辉集团有限公司的1300万元债务提供抵押担保，担保物为产权证号为“榕房权证R字第0519411号”商住楼（台江区茶亭街道群众路90号祖庙商住楼2#、3#、4#连接体29超市、04店面、23店面、22店面）。

2008年1月29日，福建轩辉房地产开发有限公司与交通银行股份有限公司福州分行签订《最高额抵押合同》，合同约定：鉴于福建闽侯永辉商业有限公司（债务人）和交通银行股份有限公司福州分行（债权人）签订了编号为“榕交银2008年最借字601号”的《最高额借款合同》，为保证该合同项下连续发生的债权的实现，轩辉房地产愿意以位于福州市闽侯县上街镇金屿村永辉物流配送中心36,745.00平方米土地使用权（地块号：G16-50003；土地证号：侯国用2005第175078号）提供担保，抵押担保的最高债权额为人民币8500万元。同时，2008年2月3日，张轩松也与交通银行股份有限公司福州分行签订了《最高额保证合同》，张轩松个人也为编号为“榕交银2008年最借字601号”的《最高额借款合同》提供连带保证担保，保证人担保的最高债权额为人民币10,200万元。

2008年1月29日，福建轩辉房地产开发有限公司与交通银行股份有限公司福州分行签订《最高额抵押合同》，合同约定：鉴于福建永辉集团有限公司（债务人）和交通银行股份有限公司福州分行（债权人）签订了编号为“榕交银2008年银承额度字601号（3510302008L400000200）”的《开立银行承兑汇票额度合同》，为保证该合同项下连续发生的债权的实现，轩辉房地产愿意以位于福州市闽侯县上街镇金屿村永辉物流配送中心36,745平方米土地使用权（地块号：G16-50003；土地证号：侯国用2005第175077号）提供担保，抵押担保的最高债权额为人民币8,500万元及利息、复利、罚息、违约金、损害赔偿金和实现债权及抵押权的费用。同时，2008年3月24日，张轩松也与交通银行股份有限公司福州分行签订了《最高额保证合同》，张轩松个人也为编号为“榕交银2008年银承额度字601号（3510302008L400000200）”的《开立银行承兑汇票额度合同》提供连带保证担保，保证人担保的最高债权额为人民币17,000万元。

2008年9月10日，福建轩辉房地产开发有限公司与福州市商业银行签订了《抵押合同》，合同约定：福建永辉集团有限公司与福州市商业银行股份于2008年9月10日签订了编号为“0100100020080009”的《统一授信合同》，为保证该合同项下债权的实现，福建轩辉房地产开发有限公司愿为福建永辉集团有限公司提供最高为3,000万人民币的抵押担保，担保物为位于仓山区金山生活区六期北面土地使用权（土地产权证号：榕国用（2006）第29936500285号）。

2008年12月18日，福建省永辉商业股份有限公司与福州市商业银行股份有限公司签订《抵押合同》，合同约定，为确保福建永辉集团有限公司与福州商业于2008年12月18日签订的编号为“0100100020080011”的《统一授信合同》项下债权的实现，福建省永辉商业股份有限公司愿意提供抵押担保，担保的本金金额为5,000万元。

2008年12月24日，福建省永辉商业股份有限公司与华夏银行股份有限公司福州分行签订《最高额抵押合同》，合同约定，福建永辉集团有限公司与华夏银行股份有限公司福州分行于2008年12月23日签订了编号为“F22B（融资）20080004”的《最高额融资合同》，为保证该合同项下债权的实现，福建省永辉商业股份有限公司愿为福建永辉集团有限公司提供最高债权额为5,000万人民币的抵押担保。同日张轩松个人也与华夏银行股份有限公司福州分行签订最高额保证合同，担保的最高债权额为人民币7,000万元。

2009年1月4日，福建闽侯永辉商业有限公司与中国光大银行股份有限公司福州分行签订《最高额保证合同》，合同约定：为确保2009年1月4日福建永辉集团有限公司与光大银行福州分行签订的编号为“6DSY208073”的《综合授信协议》，福建闽侯永辉商业有限公司愿意提供最高额连带责任保证担保，所担保的主债权最高本金余额为人民币一亿元。同时，张轩松也为该《综合授信协议》提供最高额连带责任保证担保，以担保受托人按时足额清偿在该协议下产生的全部债务。

2009年3月16日，张轩松与中国银行股份有限公司福建省分行签订《最高额保证合同》，上述合同约定：为担保中国银行股份有限公司福建省分行与福建永辉集团有限公司之间签署的编号为“2009年YWB字056号”的《授信额度协议》中的债权履行，张轩松愿意提供保证担保，担保的最高债权本金余额为5亿元整。同时，张轩松与中国银行股份有限公司福建省分行签订《最高额质押合同》，其持有的永辉集团24.28%的股权对编号为“2009年YWB字056号”的《授信额度协议》中的债权履行提供质押担保，担保的最高债权本金余额为5亿元整，期限为2009年3月16日至2010年3月9日。根据福建省工商行政管理局于2009年12月25日出具的(闽)股质登记注字[2009]第8002号《股权出质注销登记通

知书》，上述质押登记已于 2009 年 12 月 25 日注销。2009 年 12 月 8 日，张轩宁也与中国银行股份有限公司福建省分行签订《最高额保证合同》，对该《授信额度协议》进行担保，担保的最高额本金余额为人民币 5 亿元。

2009 年 3 月 31 日，张轩松与中国民生银行股份有限公司福州分行签订《个人最高额保证合同》，合同约定：鉴于福建永辉集团有限公司与民生银行福州分行签订编号为“公授信字第 99152009299425”号的《综合授信合同》，为确保该授信合同下债权的实现，张轩松提供个人最高额保证，担保的最高债权额为人民币 4,000 万元。同日，商业股份与中国民生银行股份有限公司福州分行签订公高保字第 99152009299424 号《最高额保证合同》。依据该合同，商业股份为永辉集团在其与中国民生银行股份有限公司福州分行签订的公授信字第 99152009299425 号《综合授信合同》项下自 2009 年 3 月 31 日至 2010 年 3 月 31 日期间形成的最高额为 4,000 万元的债务提供连带责任保证。同日，轩辉房地产与中国民生银行股份有限公司福州分行签订编号为公高保字第 99152009299423 号《最高额保证合同》。依据该合同，轩辉房地产为永辉集团在其与中国民生银行股份有限公司福州分行签订的公授信字第 99152009299425 号《综合授信合同》项下自 2009 年 3 月 31 日至 2010 年 3 月 31 日期间形成的最高额为 4,000 万元的债务提供连带责任保证。

2009 年 4 月 21 日，张轩松与交通银行股份有限公司福建省分行签订《最高额保证合同》，合同约定，鉴于福建永辉集团有限公司和债权人交通银行福建省分行签订了编号为“3510302009L400001400”的《开立银行承兑汇票额度合同》，为保障主合同项下连续发生的债权的实现，张轩松愿意提供最高额保证，保证人担保的最高额债权额为人民币 1.7 亿元。

2009 年 5 月 31 日，福建轩辉房地产开发有限公司与交通银行股份有限公司福建省分行签订《最高额抵押合同》，合同约定，鉴于福建永辉集团有限公司和交通银行股份有限公司福建省分行签订了编号为“榕交银五一 2009 年最借字 002 号”的《最高额借款合同》，为保障该借款合同项下连续发生的债权实现，轩辉地产愿意以闽侯县上街镇金屿村 36,745 平方米（侯国用 2005 第 175078 号）的土地使用权担保抵押，抵押担保的最高债权额为人民币 1.02 亿元。2009 年 5 月

31日，张轩松也就该笔借款合同与交通银行股份有限公司福建省分行签订了《最高额保证合同》，保证人担保的最高债权额为人民币1.02亿元。

2009年8月4日，福建轩辉房地产开发有限公司与交通银行股份有限公司福建省分行签订《最高额抵押合同》，合同约定，鉴于福建永辉集团有限公司和交通银行股份有限公司福建省分行签订了编号为“3510302009L100001100”的《最高额借款合同》，为保障该借款合同项下连续发生的债权实现，轩辉地产愿意以闽侯县上街镇金屿村36,745平方米（侯国用2005第175077号）的土地使用权担保抵押，抵押担保的最高债权额为人民币1.02亿元。2009年11月3日，张轩松也就该笔借款合同与交通银行股份有限公司福建省分行签订了《最高额保证合同》，保证人担保的最高债权额为人民币1.02亿元。

2009年8月31日，张轩松与重庆三峡银行直属支行签订《最高额保证合同》，合同约定：鉴于重庆永辉超市有限公司（债务人）和重庆三峡银行直属支行（债权人）于2009年8月31日签订了编号为“渝三银SX字01012009200155号”的《银行综合授信协议》，为保证该合同项下债权的履行，张轩松愿意为重庆永辉超市有限公司在该项授信协议下的债务提供最高额保证担保，保证人担保的最高限额为人民币2亿元。

2009年12月10日，张轩松、黄巧榕与平安银行股份有限公司福州分行签订《个人保证合同》，合同约定：张轩松、黄巧榕愿意为债务人永辉超市股份有限公司在平银（福州）授信字（2009）第A1001300310900004号综合授信额度合同项下约定的授信额度内，提供最高额连带责任保证，担保的债权最高本金余额为人民币一亿元整。

2009年12月21日，张轩松与兴业银行股份有限公司福州洋下支行签订《个人担保函》，约定该担保函担保的主合同是永辉超市股份有限公司与兴业银行洋下支行签订的编号“授117092009035”号的《兴业银行基本额度授信合同》及项下所有分合同，授信额度折合人民币1.2亿元。

2010年4月21日，张轩松向中国工商银行股份有限公司福州鼓楼支行出具《承诺函》。依据该承诺函，张轩松为公司与中国工商银行股份有限公司福州鼓楼支行签订的14020232-2010（承兑协议）00015号《银行承兑协议》项下开立

的于 2010 年 4 月 22 日出票并于 2010 年 10 月 21 日到期的金额为 48,000,000 元的承兑汇票提供连带责任保证。

2010 年 4 月 28 日，张轩松与中国银行股份有限公司福建省分行签订 FJ001622010153《最高额保证合同》。依据该合同，张轩松为公司与中国银行股份有限公司福建省分行签订的 FJ001622010152《授信额度协议》（包括依据该协议已经和将要签订的单项协议，及其修订或补充）项下自 2010 年 4 月 28 日至 2011 年 4 月 20 日期间形成的最高额为 6 亿元的债务提供连带责任保证。

2010 年 4 月 28 日，张轩宁与中国银行股份有限公司福建省分行签订 FJ001622010154《最高额保证合同》。依据该合同，张轩宁为公司与中国银行股份有限公司福建省分行签订的 FJ001622010152《授信额度协议》（包括依据该协议已经和将要签订的单项协议，及其修订或补充）项下自 2010 年 4 月 28 日至 2011 年 4 月 20 日期间形成的最高额为 6 亿元的债务提供连带责任保证。

2010 年 5 月 10 日，张轩松与汉口银行股份有限公司重庆分行签订 D3020010000O-1《最高额保证合同》。依据该合同，张轩松为重庆永辉在其与汉口银行股份有限公司重庆分行签订的 B3020010000S《最高额融资协议》及已经或将要签订的多个具体融资合同项下自 2010 年 5 月 10 日至 2011 年 5 月 10 日期间所形成的最高额为 2 亿元的债务提供连带责任保证。

2010 年 6 月 3 日，张轩松与中国光大银行股份有限公司福州分行签订 GDSWE10009B2《最高额保证合同》。依据该合同，张轩松为闽侯永辉商业在其与中国光大银行股份有限公司福州分行签订的 GDSWE10009《综合授信协议》项下自 2010 年 6 月 4 日至 2011 年 6 月 3 日期间所形成的最高额为 1.5 亿元的债务提供连带责任保证。

（2）股权转让

①受让福建永辉文化传媒有限公司股权

福建永辉文化传媒有限公司（原名福州第五传媒文化传播有限公司，以下简称“文化传媒”）成立于 2004 年 3 月 17 日，注册资本 300 万元，当时的股权结构为：张轩松出资 210 万元，占全部股权的 70%；周曙光出资 30 万元，占全部

股权的 10%；黄红斌出资 30 万元，占全部股权的 10%；江小君出资 30 万元，占全部股权的 10%。本公司于 2007 年 4 月 12 日以人民币 300 万元受让文化传媒有限公司的 100%股权，公司已于 2007 年 4 月支付股权转让款，工商变更登记手续于 2007 年 4 月 25 日完成。2010 年 4 月本公司对文化传媒增资人民币 200 万元，增资后注册资本为人民币 500 万元，工商变更登记手续已于 2010 年 4 月 16 日完成。

②受让闽侯永辉超市股权

福州闽侯永辉超市有限公司成立于 2008 年 12 月 1 日，注册资本 800 万元，股东为福建轩辉房地产开发有限公司。2009 年 3 月 17 日，公司与福建轩辉房地产开发有限公司签订《福州闽侯永辉超市有限公司股权转让协议》，约定公司以现金 800 万元受让永辉闽侯超市有限公司 100%的股权。该股权受让事项已于 2009 年 4 月 13 日完成工商变更登记。

(3) 票据往来

2007 年，公司收到关联方福建省永辉商业股份有限公司商业承兑汇票人民币 100,000,000.00 元并向银行贴现转回福建省永辉商业股份有限公司。

该等银行承兑汇票不存在真实交易背景，根据公司的说明，永辉集团系因拓展业务需要增加流动资金，故而通过将无真实交易背景的银行承兑汇票贴现获得融资。截至 2007 年 12 月 31 日，永辉集团已将该等资金全部转回商业股份，商业股份亦已向承兑银行偿还前述汇票所涉及的全部款项。

根据天健正信出具的天健正信审(2010)GF 字第 020135 号《审计报告》，自 2008 年 1 月 1 日起，发行人未新发生任何开具或接受无真实贸易背景银行承兑汇票的行为。

发行人律师认为，上述永辉集团与关联方之间不规范使用票据行为违反了《中华人民共和国票据法》第十条之规定（票据的签发、取得和转让，应当遵循诚实信用的原则，具有真实的交易关系和债权债务关系，且票据的取得，必须给付对价，即应当给付票据双方当事人认可的相对应的代价），考虑到永辉集团系在公司发展急需资金而当时作为民营企业融资困难的情况下采用不规范使用票

据的方式获得资金，而该票据所融通的资金均用于永辉集团的正常经营，并未用于其他非法用途，永辉集团在使用所融通资金进行周转后及时将该等资金转回商业股份，并且商业股份均已及时向承兑银行偿还该等银行承兑汇票所涉及的全部款项、未产生逾期票据及欠息情况，银行不存在票据到期后因款项未能偿还而产生的风险，因此，永辉集团及关联方商业股份不规范使用票据的行为并未给相关银行造成任何实际损失，发行人并不因不规范使用票据的行为而须对相关银行承担赔偿责任，该等行为不属于《中华人民共和国票据法》第一百零二条所定义的票据欺诈行为，发行人亦未因该等行为遭受民事索赔、行政处罚；该等不规范使用票据的行为也不属于《中华人民共和国刑法》第一百九十四条所述之金融票据诈骗行为，发行人亦未因该等行为而承担刑事责任。

另外，发行人控股股东及实际控制人张轩松及张轩宁先生已于 2010 年 3 月 1 日共同出具承诺函，承诺若因前述不规范使用票据行为致使发行人承担任何责任或受到任何处罚，从而使发行人遭受任何损失，张轩松及张轩宁先生将共同无条件以现金全额赔偿该等损失，并承担连带责任。

综上所述，发行人律师认为，前述永辉集团 2007 年不规范使用票据的行为不构成本次发行上市的法律障碍。

3、关联方应收应付款项余额

(1) 其他应收款

单位：万元

关联方名称	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
福建省永辉商业有限公司	-	-	-	-	-	-	1,459.53	11.85%

(2) 其他应付款

单位：万元

关联方名称	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
谢香镇	-	-	-	-	-	-	900.00	26.57%
张轩松	-	-	-	-	6.69	0.13%	311.69	9.20%
郑景旺	-	-	-	-	-	-	185.00	5.46%
郑文宝	-	-	-	-	0.80	0.02%	150.00	4.43%
福建省永辉商业有限公司	7.56	0.07%	-	-	13.46	0.26%	-	-
福建轩辉房地产开发有限公司	-	-	-	-	476.46	9.26%	30.00	0.89%

注：应付福建省永辉商业股份有限公司系子公司永安永辉超市有限公司应付关联方租赁费

(3) 应付账款

单位：万元

关联方名称	2010-6-30		2009-12-31		2008-12-31		2007-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
XUANHUI (AUSTRALIA) PTY LTD.	20.13	0.03%	-	-	-	-	-	-
XINGWANG(AUSTRALIA) INVESTMENT PTY LTD.	39.87	0.07%	-	-	-	-	-	-

(4) 预付款项

单位：万元

关联方名称	2010-6-30		2009-12-31		2008-12-31		2007-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
福建轩辉房地产开发有限公司	-	-	59.85	12.09%	-	-	-	-

根据天健正信出具的天健正信审(2010)GF 字第 020135 号《审计报告》，截至 2009 年 12 月 31 日，本公司存在对关联方轩辉房地产预付款 598,500 元。上述预付款系公司向轩辉房地产租赁大学城店物业预付的 6 个月租金。

（三）关联交易决策权力和程序的规定

公司已在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理办法》、《独立董事制度》及其他有关规定中明确规定了关联交易决策权力与程序的相关规定，主要包括：

1、《公司章程》对于关联交易的规定

《公司章程》第八十条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。”

《公司章程》第八十一条规定：“关联股东在股东大会审议有关关联交易事项时，应当主动向股东大会说明情况，明确表示不参与投票表决。关联股东没有主动说明关联关系的，其他股东可以要求其说明情况并回避表决。关联股东没有说明情况或回避表决的，就关联交易事项的表决其所持有的股份数不计入有效表决权股份总数。”

股东大会对有关关联交易事项作出决议时，视普通决议和特别决议不同，分别由出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数或者三分之二以上通过。有关关联交易事项的表决投票，应当由两名非关联股东代表参加计票、监票。

股东大会结束后，其他股东发现有关联股东参与有关关联交易事项投票的，或者股东对是否应适用回避有异议的，有权就相关决议根据本章程第三十三条规定向人民法院起诉。

2、《股东大会议事规则》对于关联交易的规定

《股东大会议事规则》第四十九条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。”

关联股东应回避而没有回避的，非关联股东可以要求其回避。

股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。股东大会采取记名方式投票表决。

公司持有自己的股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。”

3、《董事会议事规则》中对于关联交易的规定

《董事会议事规则》第十五条规定：“在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托。”

4、《关联交易管理办法》中对于关联交易的规定

《关联交易管理办法》第十条规定：“本公司董事会审议关联交易时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过，出席董事会会议的非关联董事人数不足三人的，公司应当将交易提交股东大会审议。”

《关联交易管理办法》第十一条规定：“本公司股东大会就关联交易进行表决时，关联股东不得参加表决。关联股东有特殊情况无法回避时，在本公司征得有权部门同意后，可以参加表决。本公司应当在股东大会决议中对此作出详细说明，对非关联方的股东投票情况进行专门统计，在股东大会会议记录中详细记载，并在决议公告中披露。”

《关联交易管理办法》第十二条规定：“公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易（公司提供担保除外），应当提交董事会审议并及时披露。公司不得直接或间接向董事、监事和高级管理人员提供借款。”

《关联交易管理办法》第十三条规定：“公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5% 以上的关联交易，应当提交董事会审议并及时披露。”

《关联交易管理办法》第十四条规定：“公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易，除应当及时披露外，还应参照《上市规则》的相关规定聘请具有从事证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或者审计，并将该交易提交股东大会审议。”

《关联交易管理办法》第十五条规定：“公司为关联人提供担保的，不论大小，都应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。公司为持股 5%以下的股东提供担保的，参照前款规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。”

5、《独立董事制度》中对于关联交易的规定

《独立董事制度》第十七条规定：“独立董事除具有《公司法》及其他有关法律、法规赋予董事的职权外，公司还赋予独立董事以下特别职权：（1）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；（3）向董事会提请召开临时股东大会；（4）提议召开董事会；（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构；（6）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的 1/2 以上同意。如上述提议未被采纳或上述职权不能正常行使，公司应将有关情况予以披露。”

（四）报告期关联交易的执行情况

在报告期内但在公司整体变更为股份公司前发生的关联交易，得到了公司董事会或股东大会的事后确认；在公司成立之后发生的关联交易，均已按照《公司法》、《公司章程》和《关联交易管理办法》等的规定履行了相应的决策审批程序。

（五）公司独立董事对关联交易的意见

公司独立董事认为：“股份公司设立以来与关联方发生的关联交易均签订了必要的法律文件，并根据股份公司章程及相关内部授权制度的规定履行了相关审核程序。该等关联交易均系为股份公司正常经营业务所需，属正常商业行为，并按照公平原则定价，不存在损害股份公司和非关联股东利益的情况。”

（六）减少和规范关联交易的措施

除关联采购和关联租赁外，本公司与股东及其关联方之间在报告期内没有经常性关联交易，在日常活动中仍将尽量避免或减少关联交易，对于因业务需要与

关联方发生的关联交易，公司将严格按照有关法律法规和《公司章程》的有关规定进行规范运作，保障全体股东的利益。

公司已制定了《关联交易管理办法》等规章制度，对关联交易的决策权力和程序作出了详细的规定，有利于公司规范和减少关联交易。

公司的实际控制人已就规范和减少关联交易出具如下承诺：

(1) 在永辉超市上市以后，本人严格按照《中华人民共和国公司法》等法律、法规、行政规章、规范性文件与证券交易所的相关规定，以及永辉超市的公司章程，行使股东和董事权利，履行股东和董事的义务，在股东大会和董事会对本人以及本人控制的关联企业与永辉超市之间的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

(2) 在永辉超市上市后，本人将尽量减少本人及本人控制的关联企业与永辉超市之间的关联交易，并在未来条件成熟时尽快采取适当措施消除与永辉超市之间发生关联交易。如果届时发生确有必要且无法避免的关联交易，本人保证本人及本人控制的关联企业承诺将遵循市场化原则和公允价格公平交易，严格履行法律和永辉超市公司章程设定的关联交易的决策程序，并依法及时信息披露义务，绝不通过关联交易损害永辉超市及其非关联股东合法权益。

(3) 如果本人违反本函所作承诺及保证，将依法承担违约责任，并对由此造成永辉超市及其其他非关联股东的损失承担连带赔偿责任。

公司关联方轩辉房地产已就规范和减少关联交易出具如下承诺：作为永辉超市的关联企业，福建轩辉房地产开发有限公司特在此就与永辉超市之间关联交易做出如下承诺和保证：对于目前出租给永辉超市使用的物业，在永辉超市提出购买要求时，将给予永辉超市同等条件下的优先购买权。

公司关联方商业有限已就规范和减少关联交易出具如下承诺：作为永辉超市的关联企业，福建省永辉商业有限公司特在此就与永辉超市关联交易做出如下承诺和保证：对于目前出租给永辉超市使用的物业，在永辉超市提出购买要求时，将给予永辉超市同等条件下的优先购买权。

本公司董事会成员中的独立董事将在避免同业竞争、规范和减少关联交易方

面发挥重要作用，进一步地保障了董事会的独立性和公司治理机制的完善，积极保护公司和中小投资者的利益。

第八节 董事、监事及高级管理人员

一、董事、监事及高级管理人员简介

(一) 董事

本公司董事会由 9 名成员组成，其中包括 3 名独立董事。依据公司章程，本公司董事由股东大会选举产生，任期三年，并可连选连任。董事任期自就任之日起算，至本届董事会任期届满为止。董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。

董事会成员组成情况如下表：

姓名	任职	任职期限
张轩松	董事长	2009.8.6—2012.8.5
张轩宁	董事	2009.8.6—2012.8.5
沈敬武	副董事长	2009.8.6—2012.8.5
郑文宝	董事	2009.8.6—2012.8.5
叶兴针	董事	2009.8.6—2012.8.5
陈光优	董事	2009.8.6—2012.8.5
庄友松	独立董事	2009.8.6—2012.8.5
毛嘉农	独立董事	2009.8.6—2012.8.5
马萍	独立董事	2009.8.6—2012.8.5

1、张轩松，男，1971 年出生，中国国籍

2009 年 8 月至今担任永辉超市股份有限公司董事长兼法人代表。历任福州市鼓楼区古乐便利超市经理，福州鼓楼区榕达自选超市经理，福州市火车站地区永辉超市经理，福州永辉超市有限公司执行董事、总经理兼法人代表，福建永辉集团有限公司执行董事、总经理兼法人代表、董事长兼法人代表。现任福建省人大代表、中国经营连锁协会理事、福建省企业与企业家联合会副会长、福建省青年联合会副会长、福州市慈善总会副会长。

2、张轩宁，男，1970年出生，中国国籍

2009年8月至今担任永辉超市股份有限公司董事兼总经理。历任福州第一啤酒厂特约经销商，福州榕泉啤酒有限公司副总经理，福州永辉啤酒城副总经理，福州市鼓楼区古乐便利超市副经理，福州鼓楼区榕达自选超市副经理，福州市永辉屏西超市副经理，福州永辉超市有限公司监事，福建永辉集团有限公司副总经理、董事、总经理。

3、沈敬武，男，1969年出生，中国（香港）国籍

毕业于美国宾夕法尼亚大学沃顿商学院，以一级荣誉获得经济学学士学位；于1997年6月取得美国斯坦福大学工商管理硕士学位，专修策略及创业投资。2005年加入汇丰直接投资（亚洲）有限公司（以下简称“汇丰直投”），在汇丰直投现任的职务为董事总经理及大中华地区主管，亦为汇丰直投于香港证监会之持牌负责人员。曾任美国及香港的贝恩管理顾问公司（Bain & Company）顾问，为跨国企业提供策略顾问服务；后任上海实业控股有限公司科技投资部主管，管理旗下之创业投资基金；续任祥峰中国投资副总裁，专门从事管理大中华的私募股权投资。现任香港联交所上市的波司登国际控股有限公司的非执行董事。历任福建永辉集团有限公司副董事长，现任永辉超市股份有限公司副董事长。

4、郑文宝，男，1969年出生，中国国籍

2009年8月至今担任永辉超市股份有限公司董事、副总经理兼生鲜事业部总经理。历任闽侯青圃农机厂业务员，闽侯付竹莲峰机砖厂厂长，福州茶亭啤酒批发部经理，福州永辉超市有限公司生鲜营运总监，福建永辉集团有限公司生鲜事业部总经理，福建永辉集团有限公司董事兼生鲜事业部总经理。现任福州市鼓楼区第十五届人大代表。

5、叶兴针，男，1969年出生，中国国籍

2009年8月至今担任永辉超市股份有限公司董事、副总经理兼服装事业部总经理。历任福州商业城时装经理，福州先施百货鞋帽服装经理，圣堡龙品牌福建总代理，福州永辉超市有限公司服装鞋帽营运总监，福建永辉集团有限公司服装事业部总经理、董事。

6、陈光优，男，1975 年出生，中国国籍

毕业于福建师范大学。2009 年 8 月至今担任永辉超市股份有限公司董事兼安徽地区区域总经理。历任福州名师路服饰有限公司东北地区市场开发部经理，福建融侨房地产有限公司商业地产招商部经理，福建华辰房地产有限公司华辰百货筹备处主任，福建永辉集团有限公司上渡店永辉超市学习店助、店助，仓山片区区域店助、店长，闽南地区区域总经理。

7、庄友松，1943 年出生，中国国籍

现担任厦门大学经济系副教授、高级会计师，并具有注册会计师资格。历任省委党校理论研究室主任、副教育长、副校长，香港新华社人事室副主任、主任，行财部部长，福建省体改委党组书记、主任，福建省财政厅党组书记、厅长，华闽（集团）公司党组书记、董事长兼总经理，第六届中共福建省委委员，中共十五大代表，第九、十届福建省人大代表，人大常委。

8、毛嘉农，男，1963 年出生，中国国籍

第二军医大学药学专业学士；大连理工大学管理学专业硕士；中欧国际工商学院 EMBA 在读；具有《执业药师资格》、《董事会秘书资格》、《独立董事资格》等资质证书；2006、2007 年度《新财富》“金牌董秘”、《中国上市公司十佳董秘》。曾任职于第二军医大学药学院药物制剂教研室、北京市医药保健品进出口公司、中化国际化工品公司出口三部、中国中化集团公司投资部；历任中化国际贸易股份有限公司业务六部总经理、医药发展部总经理、投资部副总经理（主持工作），北京怡生园国际会议中心副总经理，北京王府井饭店管理有限公司常务副总经理，中化国际（控股）股份有限公司董事会秘书、副总经理兼董事会秘书，中化国际（控股）股份有限公司董事、常务副总经理。现任中化天津有限公司常务副总经理。兼任中化兴源石油储运（舟山）公司副董事长、中化兴中石油转运（舟山）有限公司副董事长、海南天然橡胶产业集团股份有限公司董事。

9、马萍，女，1964 年出生，中国国籍

首都经贸大学财政金融系学士学位；首都经贸大学贸易经济管理硕士；北京师范大学社会学院哲学专业在读博士。曾任职于北京市财政局工业企业财务管理

处，历任北京市证券监督管理局上市公司处牵头副处长，北京证券有限责任公司投资银行部副总经理，北京锡华未来教育实业股份有限公司总裁，北京青年创业投资有限公司总经理，锡华实业投资集团副总裁，北京康得投资（集团）有限公司副总裁，京福马国际集团公司副总裁，北汽福田（600166）、曙光股份（600303）独立董事。

（二）监事

本公司监事会由 5 名监事组成，其中包括 2 名职工监事。依据公司章程，监事每届任期届满可连选连任。

公司监事会成员组成情况如下：

姓名	任职	任职期限
郑景旺	监事会主席	2009.8.6—2012.8.5
林登秀	监事	2009.8.6—2012.8.5
陈日辉	监事	2009.8.6—2012.8.5
谢香镇	职工监事	2009.8.6—2012.8.5
吴光旺	职工监事	2009.8.24—2012.8.5

1、郑景旺，男，1966 年出生，中国国籍

现担任永辉超市股份有限公司监事会主席兼生鲜事业部副总经理。历任陕西省阳曲加油站站长，上海市青浦区新型建筑墙木材料厂厂长，福州永辉超市有限公司监事兼西门店、杨桥店店长，福建永辉集团有限公司监事、行政总监、监事会主席兼加工事业部总经理。

2、林登秀，男，1960 年出生，中国国籍

毕业于中山大学法律专业。2009 年 8 月至今担任永辉超市股份有限公司监事兼工程部经理。历任福州永辉超市有限公司屏西店、汇达店店长，福建永辉集团有限公司仓山片区总经理；现任福州市仓山区第十五届人大代表。

3、陈日辉，男，1973 年出生，中国（香港）国籍

加洲大学洛杉矶分校电机工程学士；美国斯坦福大学管理科学及工程硕士学

位。现任永辉超市股份有限公司监事，在汇丰直投现任的职务为董事，亦为汇丰直投于香港证监会之持牌代表。曾任职于美国及香港的所罗门美邦（Salomon Smith Barney）投资银行部。历任美国宝信资产管理有限公司（Prudential Asset Management Asia Ltd.）联席董事。

4、谢香镇，男，1972年出生，中国国籍

2009年8月至今担任永辉超市股份有限公司监事兼食品用品事业部总经理。曾于台江大桥副食品商场、台江建海小商品批发市场、台江广宇商贸城经商。历任福州永辉超市有限公司超市营运总监，福建永辉集团有限公司食品用品事业部总经理。现任福州市政协第十一届委员、福州市工商联第十二届常委。

5、吴光旺，男，1976年出生，中国国籍

大学本科毕业，EMBA在读。2009年8月至今担任永辉超市股份有限公司监事兼信息总监。历任福建永辉集团有限公司信息部经理、总监。2008年被评为中国零售业优秀CIO（“Chief Information Officer”或“首席信息官”）。

（三）高级管理人员

本公司的高级管理人员包括总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书。

公司高级管理人员情况如下：

姓名	任职	任职期限
张轩宁	总经理	2009.8.6--2012.8.5
林振铭	副总经理兼财务总监	2009.8.24--2012.8.5
郑文宝	副总经理	2009.8.24--2012.8.5
叶兴针	副总经理	2009.8.24--2012.8.5
陈建文	副总经理	2009.8.24--2012.8.5
陈金成	副总经理	2009.8.24--2012.8.5
张经仪	董事会秘书	2009.8.24--2012.8.5

1、张轩宁 简历见本节“一、公司董事”。

2、郑文宝 简历见本节“一、公司董事”。

3、叶兴针 简历见本节“一、公司董事”。

4、陈建文，男，1960年出生，加拿大国籍

东南大学计算机科学与工程专业硕士，高级工程师。现任永辉超市股份有限公司副总经理兼福建大区总经理。曾任职于福建省电子计算机公司、福建实达电脑集团。历任福建省电子计算机公司副总经理、福建实达设备公司总经理、福建实达电脑（上海上市）副总裁、香港实达科技（香港上市）董事兼行政总裁。曾任福建永辉集团有限公司总经理助理、零售事业部总经理。曾获福州市劳动模范荣誉称号。

5、林振铭，男，1963年出生，中国国籍

厦门大学硕士在读研究生，具有会计师、高级经济师、注册税务师职业资格，取得《董事会秘书证书》、《财务总监证书》等。曾在清华大学财务总监班研修。现任永辉超市股份有限公司副总经理兼财务总监，福建汇银投资股份有限公司副董事长。历任福建华南女子学院国际经济与贸易专业指导委员会专家组成员，福建福州税务财务咨询公司企业财务税务顾问；福建福州福瑞税务师事务所发起人、董事，福建永辉集团有限公司副总经理兼财务总监。

6、陈金成，男，1953年出生，中国国籍

2009年8月至今担任永辉超市股份有限公司副总经理。历任福州味中味党支部干事、加工部主任，福州百货公司西湖商场钟表部主任、党支部副书记，旗汛口百货钟表部东方表维修中心负责人，福建永辉集团有限公司副总经理。

7、张经仪，男，1959年出生，中国国籍

大专学历，高级经济师，华东政法学院国际经济法专业在职研究生班结业。2009年8月至今担任永辉超市股份有限公司董事会秘书。历任上海三爱富新材料股份有限公司教育科副科长、党委办公室主任、董事会秘书，上海涂料公司董事，常熟三爱富氟化工有限公司董事会秘书，常熟三爱富中昊新材料有限公司董事会秘书，上海富诺林精细化学品有限公司董事，内蒙古三爱富氟化工有限公司董事长、法定代表人。

（四）董事、监事的提名和选聘情况

1、董事的提名和选聘情况

2009年8月6日，本公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举张轩松、张轩宁、沈敬武、郑文宝、叶兴针、陈光优、毛嘉农、庄友松和马萍担任公司第一届董事会董事，其中毛嘉农、庄友松和马萍为独立董事。

2、监事的提名和选聘情况

2009年8月4日，本公司召开职工代表大会，选举谢香镇和陈航为公司第一届监事会职工代表监事。

2009年8月6日，本公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举郑景旺、陈日辉和林登秀担任公司第一届监事会股东代表监事。2009年8月24日，本公司召开2009年第二次职工代表大会，同意陈航先生因工作职能将发生变动而辞去职工代表监事职务，并选举吴光旺担任公司第一届监事会职工代表监事。

二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）直接持股情况

截至招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接持有本公司的股份的情况如下：

姓名	在本公司任职/亲属关系	直接持股数量（股）	比例
张轩松	董事长	159,754,750	24.28%
张轩宁	董事、总经理/张轩松哥哥	114,110,540	17.34%
郑文宝	董事、副总经理/张轩松、张轩宁表哥	22,822,110	3.47%
叶兴针	董事、副总经理	22,822,110	3.47%
郑景旺	监事会主席/张轩松、张轩宁小舅	22,822,110	3.47%
谢香镇	监事/张轩松、张轩宁妹夫	22,822,110	3.47%

林登秀	监事/张轩松、张轩宁姨夫	22,822,110	3.47%
黄纪雨	张轩松内弟	22,822,110	3.47%

上述董监高及其近亲属人员持有的公司股份不存在质押或冻结及其他权利限制的情况。

(二) 间接持股情况

本公司的董事、监事、高级管理人员及其近亲属通过持有福建汇银投资股份有限公司而间接持有本公司股份。截至 2010 年 6 月底，上述人员间接持有本公司股份的情况如下：

姓名	在本公司任职/ 与本公司董事、 监事、高级管理 人员关系	持有汇银投资股份有限公司股份		间接持有本公司 股份比例 (%)
		出资额 (元)	持股比例 (%)	
林振铭	副总经理、财务 总监	683,000	1.91%	0.13%
陈金成	副总经理	683,000	1.91%	0.13%
吴光旺	监事	546,400	1.53%	0.10%
陈光优	董事	136,600	0.38%	0.03%
张进义	张轩宁内弟	683,000	1.91%	0.13%
黄添平	谢香镇妹夫	683,000	1.91%	0.13%
林发长	郑景旺内弟	614,700	1.72%	0.11%
方文忠	郑文宝姐夫	341,500	0.96%	0.06%
林振栋	林振铭弟弟	136,600	0.38%	0.03%

上述人员持有的本公司股份无任何质押、冻结及其他权利限制情形。

(三) 报告期内的持股变动情况

公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属所持本公司股份报告期内增减变动情况如下：

姓名	持股方式	持股比例 (%)		
		2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
张轩松	直接持股	24.28%	24.28%	28%
张轩宁	直接持股	17.34%	17.34%	20%
郑文宝	直接持股	3.47%	3.47%	4%
叶兴针	直接持股	3.47%	3.47%	4%
郑景旺	直接持股	3.47%	3.47%	4%
谢香镇	直接持股	3.47%	3.47%	4%
林登秀	直接持股	3.47%	3.47%	4%
黄纪雨	直接持股	3.47%	3.47%	4%
林振铭	间接持股	0.13%	0.13%	0
陈金成	间接持股	0.13%	0.13%	0
吴光旺	间接持股	0.10%	0.10%	0
陈光优	间接持股	0.03%	0.03%	0
张进义	间接持股	0.13%	0.13%	0
黄添平	间接持股	0.13%	0.13%	0
林发长	间接持股	0.11%	0.11%	0
方文忠	间接持股	0.06%	0.06%	0
林振栋	间接持股	0.03%	0.03%	0

三、董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况

截至2010年6月底，公司董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况如下：

姓名	现任职务	其他对外投资公司	注册资本	持股比例
张轩松	董事长	福建省永辉商业有限公司	3,500万元	35%
		福建轩辉房地产开发有限公司	5,000万元	60%
		YONGHUI (AUSTRALIA) INVESTMENTS PTY LTD.	10 澳元	50%
张轩宁	总经理、董事	福建省永辉商业有限公司	3,500万元	25%

		福建轩辉房地产开发有限公司	1,000 万元	20%
		XUANHUI (AUSTRALIA) PTY LTD.	1 澳元	50%
郑文宝	董事、副总经理	福建省永辉商业有限公司	3,500 万元	10%
叶兴针	董事、副总经理	福建省永辉商业有限公司	3,500 万元	10%
郑景旺	监事会主席	福建省永辉商业有限公司	3,500 万元	10%
		XING WANG (AUST) INVESTMENTS PTY LTD.	1 澳元	50%
谢香镇	监事	福建省永辉商业有限公司	3,500 万元	10%
		SHENG TIAN (AUSTRALIA) PTY LTD.	10 澳元	50%

除此以外，本公司董事、监事及高管人员不存在其他对本公司及控股子公司有重大影响的对外投资。

四、董事、监事、高级管理人员的薪酬情况

(一) 董事、监事、高级管理人员 2009 年在本公司及关联企业领取收入情况

姓名	职务	2009 年度收入 (单位: 元)
张轩松	董事长	300,270.00
张轩宁	董事、总经理	301,171.00
沈敬武	副董事长	--
郑文宝	董事、副总经理	301,261.00
叶兴针	董事、副总经理	301,029.00
陈光优	董事	112,460.00
庄友松	独立董事	50,000.00
毛嘉农	独立董事	50,000.00
马萍	独立董事	50,000.00
郑景旺	监事会主席	275,887.00

姓名	职务	2009 年度收入（单位：元）
林登秀	监事	112,460.00
陈日辉	监事	--
谢香镇	职工监事	300,924.00
吴光旺	职工监事	112,730.00
林振铭	副总经理、财务总监	300,000.00
陈建文	副总经理	262,460.00
陈金成	副总经理	115,642.00
张经仪	董事会秘书	150,270.00

（二）本公司董事（除独立董事）、监事、高级管理人员享有的其他待遇

本公司董事（除独立董事）、监事、高级管理人员未在本公司享有其他待遇。

（三）本公司独立董事的津贴及其他福利政策

独立董事实行津贴制，独立董事的津贴为每年 5 万元。

五、本公司董事、监事、高级管理人员兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员除在下列企业中担任职务外，均未在其他企业兼职，兼职情况符合《公司法》等相关规定，具体兼职情况如下：

姓名	在本公司担任的职务	兼职单位	兼职职务	与本公司是否存在关联关系
张轩松	董事长	福建省永辉商业有限公司	执行董事兼法人代表	关联公司
		福建省轩辉房地产开发有限公司	董事长兼法人代表	关联公司
		YONGHUI (AUSTRALIA) INVESTMENTS PTY LTD.	董事	关联公司
张轩宁	董事兼总经理	福建省永辉商业有限公司	监事	关联公司
		福建省轩辉房地产开发有限公司	董事	关联公司
		XUANHUI (AUSTRALIA) PTY LTD.	董事	关联公司
沈敬武	副董事长	HSBC Private Equity (Asia) Limited	董事	间接持股

		波司登国际控股有限公司	非执行董事	无
		Bosideng International Holdings Limited	董事	无
		Bosideng International Fashion Limited	董事	无
		上海波司登国际服饰有限公司	董事	无
		上海波司登休闲服饰有限公司	董事	无
		上海冰洁服饰有限公司	董事	无
		江苏波司登羽绒服饰有限公司	董事	无
		山东康博服饰有限公司	董事	无
		上海和丰中林林业股份有限公司	董事	无
庄友松	独立董事	阳光城集团股份有限公司	独立董事	无
		福建中福实业股份有限公司	董事	无
毛嘉农	独立董事	中化天津有限公司	常务副总经理	无
		中化兴源石油储运（舟山）公司	副董事长	无
		中化兴中石油转运（舟山）有限公司	副董事长	无
		海南天然橡胶产业集团股份有限公司	董事	无
马 萍	独立董事	北汽福田汽车股份有限公司	独立董事	无
		辽宁曙光汽车集团股份有限公司	独立董事	无
		京福马国际集团公司	副总裁	无
郑景旺	监事长	XING WANG (AUST) INVESTMENTS PTY LTD.	董事	关联公司
林登秀	监事	福建省永辉商业有限公司	监事	关联公司
陈日辉	监事	HSBC Private Equity (Asia) Limited	董事	间接持股
		上海和丰中林林业股份有限公司	监事	无
谢香镇	监事	SHENG TIAN (AUSTRALIA) PTY LTD.	董事	关联公司
吴光旺	监事	福建汇银投资股份有限公司	监事	股东
林振铭	副总经理、财务总监	福建汇银投资股份有限公司	副董事长	股东
陈金成	副总经理	福建省永辉商业有限公司	监事	关联公司
		福建汇银投资股份有限公司	监事	股东

六、本公司董事、监事、高级管理人员之间存在的关系情况

公司董事、监事、高级管理人员中，张轩松与张轩宁为兄弟关系，郑文宝为张轩松、张轩宁舅舅的儿子，谢香镇为张轩松、张轩宁的妹夫，郑景旺为张轩松、张轩宁的小舅，林登秀为张轩松、张轩宁的姨夫。

除上述亲戚关系外，公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员与公司签署的协议

公司董事、非职工监事均由股东大会选举产生；公司高级管理人员均与公司签定了《劳动合同》和《聘用合同》。除上述协议外，公司董事、监事、高级管理人员与公司未签订其他协议。

八、本公司董事、监事、高级管理人员的任职资格

发行人的董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规和规章规定的任职资格，且不存在下列情形：

- 1、被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期的；
- 2、最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚，或者最近 12 个月内受到证券交易所公开谴责；
- 3、因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见。

九、本公司董事、监事、高级管理人员的股份锁定安排

公司董事长张轩松，董事及总经理张轩宁承诺：在公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接和间接持有的公司首次公开发行股票前已发行股份，也不由公司回购该部分股份。在上述锁定期满后，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份的 25%；在离职后 6 个月内，不转让其所

持有的公司股份。

作为公司董事、监事或高级管理人员，郑文宝、叶兴针、郑景旺、林登秀、谢香镇承诺如下：在公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接和间接持有的公司首次公开发行前已发行股份，也不由公司回购其持有的股份。在上述锁定期满后，其在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的 25%；离职后 6 个月内，不转让其所持有的公司股份。

公司其他董事、监事或高级管理人员分别承诺：其在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的 25%；离职后 6 个月内，不转让其所持有的公司股份。

十、本公司董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况

（一）董事变动情况

2007 年 6 月 18 日，根据本公司前身福建永辉集团有限公司原股东与民生超市有限公司签订的合资经营合同及章程的规定，原股东共同决定委派张轩松、张轩宁、郑文宝、叶兴针 4 名人员，民生超市有限公司委派沈敬武，出任合资后的福建永辉集团有限公司的董事，并由张轩松担任董事长，沈敬武担任副董事长。

2009 年 8 月 6 日，本公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举张轩松、张轩宁、沈敬武、郑文宝、叶兴针、陈光优、毛嘉农、庄友松和马萍担任公司第一届董事会董事，其中毛嘉农、庄友松和马萍为独立董事。2009 年 8 月 6 日公司召开第一届董事会第一次会议，选举张轩松担任公司第一届董事会董事长、沈敬武担任副董事长。

（二）监事变动情况

2007 年 9 月 1 日，公司召开第一届监事会，委派郑景旺、林登秀、陈航、陈日辉及张建珍出任合资后的福建永辉集团有限公司的监事，同时选举郑景旺出任监事会主席。

2009 年 8 月 4 日，本公司召开职工代表大会，选举谢香镇和陈航为公司第

一届监事会职工代表监事。2009年8月6日，本公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举郑景旺、陈日辉和林登秀担任公司第一届监事会股东代表监事。2009年8月6日，本公司召开第一届监事会第一次会议，选举郑景旺为公司第一届监事会主席。

2009年8月24日，本公司召开2009年第二次职工代表大会，同意陈航先生因工作职能将发生变动而辞去职工代表监事职务，并选举吴光旺担任公司第一届监事会职工代表监事。

（三）高级管理人员人员变动情况

2007年9月20日，本公司前身福建永辉集团有限公司召开第一届董事会，聘任张轩宁担任公司总经理，林振铭、陈金成为公司副总经理。

2009年8月6日，本公司召开第一届董事会第一次会议，聘任张轩宁担任公司总经理。

2009年8月24日，本公司召开第一届董事会第三次会议，聘任郑文宝、叶兴针、陈建文、林振铭和陈金成担任公司副总经理，聘任林振铭担任公司财务总监，聘任张经仪担任公司董事会秘书。

第九节 公司治理

本公司成立以来，依据相关法律、法规的要求，并结合业务经营具体情况，逐步建立、完善了由公司股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间的相互协调和制衡机制，为公司高效、稳健经营提供了组织保证。本公司根据《公司法》、《上市公司章程指引》、《上市公司股东大会规范意见》等法律、法规的规定，制定了《公司章程》，并制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》及《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作细则》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》等治理文件。此外，本公司还聘任了三名专业人士担任公司独立董事，参与公司的决策和监督，增强董事会决策的科学性、客观性，提高公司的治理水平。

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

公司及时根据现行法律法规要求，按照法定程序审议修改《公司章程》。相应制定了健全的《股东大会议事规则》，且股东大会规范运行。

1、股东权利和义务

《公司章程》第三十一条规定，公司股东享有下列权利：

- （一）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；
- （二）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；
- （三）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；
- （四）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；

(五) 查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；

(六) 公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；

(七) 对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；

(八) 法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。”

《公司章程》第三十六条规定，公司股东承担下列义务：

(一) 遵守法律、行政法规和本章程；

(二) 依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；

(三) 除法律、法规规定的情形外，不得退股；

(四) 不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。

(五) 不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任。

(六) 法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

2、股东大会的职权

《公司章程》第三十九条规定股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

(一) 决定公司的经营方针（包括变更公司的主营业务性质）和投资计划；

(二) 选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；

(三) 审议批准董事会报告；

- (四) 审议批准监事会报告；
- (五) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (六) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (七) 对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- (八) 对发行公司债券作出决议；
- (九) 对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- (十) 修改本章程；
- (十一) 对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- (十二) 审议批准第四十条规定的担保事项；
- (十三) 审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；
- (十四) 审议批准变更募集资金用途事项；
- (十五) 审议股权激励计划；
- (十六) 审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

《公司章程》第四十条规定公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

- (一) 本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50% 以后提供的任何担保；
- (二) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；
- (三) 为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；
- (四) 单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10% 的担保；
- (五) 连续十二个月内担保金额超过本公司最近一期经审计净资产的 50% 且绝对金额超过 5,000 万元人民币；

(六) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

3、股东大会的议事规则

(1) 会议的召开

《股东大会议事规则》第五条规定：“股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，应当于上一会计年度结束后的6个月内举行。”

《股东大会议事规则》第六条规定：“有下列情形之一的，公司应当在事实发生之日起两个月内召开临时股东大会：

(一) 董事人数不足《公司法》规定的法定最低人数，或者章程所定人数的三分之二时；

(二) 公司未弥补的亏损达实收股本总额1/3时；

(三) 单独或者合计持有公司10%以上股份的股东请求时；

(四) 董事会认为必要时；

(五) 监事会提议召开时；

(六) 法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他情形。

《股东大会议事规则》第七条规定：“董事会应当在上述第五条、第六条规定的期限内按时召集股东大会。”

《股东大会议事规则》第十九条规定：“召集人应当在年度股东大会召开20日前以公告方式通知各股东，临时股东大会应当于会议召开15日前以公告方式通知各股东。召集人也可以以邮件或其他方式通知。公司按有关部门的规定办理与会股东登记手续。公司在计算起始期限时，不应当包括会议召开当日。”

《股东大会议事规则》第二十三条规定：“发出股东大会通知后，无正当理由，股东大会不得延期或取消，股东大会通知中列明的提案不得取消。一旦出现延期或取消的情形，召集人应当在原定召开日前至少2个工作日公告并说明原因。延期召开股东大会的，还应当在公告通知中说明延期后的召开日期。”

（2）提案的提交

《股东大会议事规则》第十六条指出：“提案的内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和公司章程的有关规定。”

《股东大会议事规则》第十七条规定：“单独或者合计持有公司3%以上股份的股东，可以在股东大会召开10日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后2日内发出股东大会补充通知，通知临时提案的内容。除前款规定外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。股东大会通知中未列明或不符合本规则第十六条规定的提案，股东大会不得进行表决并作出决议。”

《股东大会议事规则》第十八条规定：“董事会秘书为提案接受人，代董事会接受提案。”

《股东大会议事规则》第十九条规定：“召集人应当在年度股东大会召开20日前以公告方式通知各股东，临时股东大会应当于会议召开15日前以公告方式通知各股东。召集人也可以以邮件或其他方式通知。公司按有关部门的规定办理与会股东登记手续。公司在计算起始期限时，不应当包括会议召开当日。”

（3）股东大会的表决和决议

《股东大会议事规则》第四十九条指出：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。”

4、股东大会的运行情况

本公司根据《公司法》、《证券法》等法律法规及《公司章程》制定了《股东大会议事规则》，对公司股东大会的召集、提案和通知、召开方式、召开条件、表决方式等作出了明确的规定。

公司自2009年8月6日创立大会以来，股东大会严格根据《公司法》、《公司章程》等的规定规范运作，对公司董事、监事和独立董事的选举，公司财务预

算、利润分配、重大关联交易、《公司章程》及三会议事规则等其他公司治理制度的订立和修改、首次公开发行股票的决定和募集资金投向等重大事宜作出了有效决议。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会的构成

依据《公司章程》第一百零九条规定，董事会由九名董事组成，设董事长一人，副董事长一人，独立董事三人。

2、董事会的职权

根据《公司章程》点一百一十条规定，董事会行使下列职权：

- （一）召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- （二）执行股东大会的决议；
- （三）决定公司的经营计划和投资方案；
- （四）制订公司的财务预算方案、决算方案；
- （五）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （六）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
- （七）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- （八）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；
- （九）决定公司内部管理机构的设置；
- （十）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
- （十一）制订公司的基本管理制度；

- (十二) 制订本章程的修改方案；
- (十三) 管理公司信息披露事项；
- (十四) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- (十五) 听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
- (十六) 法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

3、董事会议事规则

(1) 会议的召开

《董事会议事规则》第七条规定：“有下列情形之一的，董事会应当召开临时会议：

- (一) 代表十分之一以上表决权的股东提议时；
- (二) 三分之一以上董事联名提议时；
- (三) 监事会提议时；
- (四) 董事长认为必要时；
- (五) 二分之一以上独立董事提议时；
- (六) 总经理提议时；
- (七) 证券监管部门要求召开时；
- (八) 《公司章程》规定的其他情形。”

(2) 提案与表决

《董事会议事规则》第六条规定：“在发出召开董事会定期会议的通知前，董事会办公室应当充分征求各董事的意见，初步形成会议提案后交董事长拟定。董事长在拟定提案前，应当视需要征求总经理和其他高级管理人员的意见。”

《董事会议事规则》第十九条规定：“每项提案经过充分讨论后，主持人应当适时提请与会董事进行表决。会议表决实行一人一票，采取举手表决或记名投

票方式。董事的表决意向分为同意、反对和弃权。与会董事应当从上述意向中选择其一，未做选择或者同时选择两个以上意向的，会议主持人应当要求有关董事重新选择，拒不选择的，视为弃权；中途离开会场不回而未做选择的，视为弃权。”

4、董事会运行情况

本公司董事会运行规范，董事会成员严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利。

（三）董事会专门委员会

公司董事会设立如下专门委员会：

1、战略发展委员会

2009年8月8日，公司召开第一届董事会第二次会议，审议通过了由张轩松、沈敬武、张轩宁、郑文宝和毛嘉农董事担任董事会战略发展委员会委员，其中，张轩松担任该委员会主任。

《董事会战略发展委员会工作细则》第八条规定战略发展委员会的主要职责为：

（一）对公司长期发展规划进行研究并向董事会提出建议；

（二）审核公司年度经营计划及投资预算，提请董事会审议；

（三）研究《公司章程》规定的须经董事会批准的单项重要战略举措（资本运作项目、资产经营项目、投资并购重组项目、公司合并、分离、撤资、清算及其他影响公司发展的重大事项等），审批立项，组织论证实施方案，并提请董事会审议决策；

（四）根据公司中长期发展战略规划，审议《公司章程》第一百一十条第一到六款在年度计划以外的且符合公司战略发展规划方向的非重大投资项目的立项，在董事会闭会期间受托进行决策准备；

（五）对以上事项的实施进行检查或后评估；

（六）董事会授权的其他事宜。

2、提名委员会

2009年8月8日，公司召开第一届董事会第二次会议，审议通过了由毛嘉农、张轩宁、和马萍董事担任提名委员会委员，其中，毛嘉农担任该委员会主任。

《董事会提名委员会工作细则》第七条规定提名委员会的主要职责为：

（一）根据公司经营情况、资产规模和股权结构对董事会的组成人数向董事会提出建议；

（二）研究董事、其他高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；

（三）广泛搜寻合格的董事和其他高级管理人员的人选；

（四）对董事候选人和其他高级管理人员人选进行审查并提出建议；

（五）董事会授权的其他事宜。

3、薪酬委员会

2009年8月8日，公司召开第一届董事会第二次会议，审议通过了由马萍、张轩松、沈敬武、毛嘉农和庄友松董事担任薪酬委员会委员，其中，马萍担任该委员会主任。

《董事会薪酬委员会工作细则》第九条规定薪酬委员会的主要职责为：

（一）根据董事及高级管理人员的岗位职责范围、重要性、本企业盈利情况，参照其他相关企业、相关岗位的薪酬水平，制定薪酬计划或方案；

（二）薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序、主要评价体系、奖励和惩罚的主要方案和制度等；

（三）审查公司董事(非独立董事)及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；

（四）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；

（五）董事会授权的其他事宜。

4、审计委员会

2009年8月8日，公司召开第一届董事会第二次会议，审议通过了由庄友松、张轩宁和马萍董事担任审计委员会委员，其中，庄友松担任该委员会主任。

《董事会审计委员会工作细则》第八条规定审计委员会的主要职责为：

- (一) 评价外部审计机构的工作质量，提议聘请或更换外部审计机构；
- (二) 监督公司的内部审计制度及其实施；
- (三) 负责内部审计与外部审计之间的沟通；
- (四) 审核公司的财务信息及其披露,对重大关联交易进行审核；
- (五) 审查公司及各子公司、分公司内控制度的科学性、合理性、有效性以及执行情况，并对违规责任人的责任追究提出建议；
- (六) 对内部审计人员尽责情况提出考核意见；
- (七) 董事会授权的其他事宜。

(四) 监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会的构成

依据《公司章程》第一百四十四条规定，监事会由五名董事组成，设监事会主席一人。监事会包括股东代表3人和公司职工代表2人，其中职工代表的比例不低于1/3。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。

2、监事会的职权

《公司章程》第一百四十五条规定：

“监事会行使下列职权：

- (一) 应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；
- (二) 检查公司财务；

(三) 对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

(四) 当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

(五) 提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；

(六) 向股东大会提出提案；

(七) 依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

(八) 发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；

(九) 公司章程规定或者股东大会授予的其他职权。”

3、监事会议事规则

《公司章程》第一百四十六条规定：“监事会每六个月至少召开一次会议。监事可以提议召开临时监事会会议。召开监事会定期会议和临时会议，监事会办公室应当分别提前十日和五日将盖有监事会印章的书面会议通知，通过直接送达、传真、电子邮件或者其他方式，提交全体监事。情况紧急，需要尽快召开监事会临时会议的，可以随时通过口头或者电话等方式发出会议通知，但召集人应当在会议上作出说明。监事会决议应当经半数以上监事通过。”

《监事会议事规则》第十二条规定：“监事会会议的表决实行一人一票，以记名和书面等方式进行。

监事的表决意向分为同意、反对和弃权。与会监事应当从上述意向中选择其一，未做选择或者同时选择两个以上意向的，会议主持人应当要求该监事重新选择，拒不选择的，视为弃权；中途离开会场不回而未做选择的，视为弃权。

监事会形成决议应当全体监事过半数同意。”

4、监事会运行情况

公司监事会按照《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》的有关规定，自公司设立以来召开监事会 2 次。监事列席了股东大会和董事会，认真开展监督工作。

（五）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事人数

本公司独立董事 3 人。公司独立董事人数占董事会人数三分之一。

2、独立董事的相关制度安排

公司根据《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市公司治理准则》的相关要求，制定了《独立董事制度》，对独立董事工作制度作出了明确规定。

（1）独立董事的任职资格

《独立董事工作制度》第八条规定：“担任独立董事应当符合下列条件：

- （一）根据法律、行政法规及其他有关规定，具备担任上市公司董事的资格；
- （二）具有法律、法规、监管政策和本制度所要求的独立性；
- （三）具备上市公司运作的基本知识，熟悉相关法律、行政法规、规章及规则；
- （四）具有五年以上法律、经济或者其他履行独立董事职责所必需的工作经验；
- （五）最多同时在不超过五家上市公司（含本公司）担任独立董事、且确保有足够的时间和精力有效地履行独立董事的职责；
- （六）公司章程规定的其他条件。”

《独立董事制度》第九条规定：“为保证独立董事的独立性，下列人员不得担任独立董事：

(一) 在公司或者其附属企业任职的人员及其直系亲属、主要社会关系(直系亲属是指配偶、父母、子女等;主要社会关系是指兄弟姐妹、岳父母、儿媳女婿、兄弟姐妹的配偶、配偶的兄弟姐妹等);

(二) 直接或间接持有公司已发行股份 1%以上或者是公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属;

(三) 在直接或间接持有公司已发行股份 5%以上的股东单位或者在公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲属;

(四) 最近一年内曾经具有前三项所列举情形的人员;

(五) 为公司或者其附属企业提供财务、法律、咨询等服务的人员;

(六) 《公司法》第 147 条规定不得担任公司董事的人员以及被中国证券监督管理委员会确定为市场禁入的人员;

(七) 法律、法规、监管规定以及《公司章程》规定的其他人员。”

(2) 独立董事的提名

《独立董事制度》第十条规定:“公司董事会、监事会、单独或合并持有公司已发行股份 1%以上的股东可以提出独立董事候选人,并经股东大会选举决定。”

(3) 独立董事的任期

《独立董事制度》第十三条规定:“独立董事每届任期与公司其他董事任期相同、任期届满,连选可以连任,但是连任时间不得超过六年。”

(4) 独立董事的特别职权

《独立董事制度》第十七条规定:“独立董事除具有《公司法》及其他有关法律、法规赋予董事的职权外,还具有以下特别权利:

(一) 重大关联交易(指公司拟与关联法人发生的交易总额在 100 万元以上的关联交易,以及公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易)应由独立董事认可后,提交董事会讨论;独立董事作出判断前,可以聘请中介机

构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

- (二) 向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；
- (三) 向董事会提请召开临时股东大会；
- (四) 提议召开董事会；
- (五) 独立聘请外部审计机构和咨询机构；
- (六) 可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意，如上述提议未被采纳或上述职权不能正常行使，公司应将有关情况予以披露。”

《独立董事制度》第十九条规定：“独立董事应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

- (一) 提名、任免董事；
- (二) 聘任或解聘高级管理人员；
- (三) 公司董事、高级管理人员的薪酬；
- (四) 公司重大关联交易；
- (五) 独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；
- (六) 相关法律法规、证券监管部门（含证券交易所）制定的规范性文件以及《公司章程》规定的其他事项。”

3、独立董事实际发挥作用的情况

公司独立董事自公司实施独立董事制度以来充分发挥了其在公司运作中的作用，对公司重大事项和关联交易事项的决策，对公司法人治理结构的完善起到了积极的作用，独立董事所具备的丰富的专业知识和勤勉尽责的职业道德在董事会制定公司发展战略、发展计划和经营决策，以及确定募集资金投资项目等方面发挥了良好的作用，有力的保障了公司经营决策的科学性和公正性。

（六）董事会秘书制度的建立及执行

《公司章程》规定董事会设董事会秘书。董事会秘书是公司高级管理人员，董事会秘书的聘任或解聘，经董事长提名后，由董事会决定。

根据《董事会秘书工作细则》第十四条规定，董事会秘书的主要职责有：

（一）负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制订公司信息披露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；

（二）负责公司投资者关系管理、股东资料管理工作，协调公司与证券交易所、证券监管机构、股东及实际控制人、保荐人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；

（三）组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责股东大会和董事会会议文件、会议记录的签字和保管；

（四）董事会秘书应按公开披露的信息及公司实际情况，客观回答股东和投资者的咨询；关注媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复证券交易所所有问询；如有对本公司的不实报道，及时向领导汇报并予以澄清；

（五）在公司上市以后，负责公司信息披露的保密工作，在未公开的重大信息出现泄露时，及时采取补救措施并向证券交易所和监管机构报告，必要时履行公告义务；

（六）帮助公司董事、监事、高级管理人员了解《公司法》、《证券法》、《公司章程》和《股票上市规则》等相关法律法规；督促董事、监事和高级管理人员切实履行其所作出的承诺；在公司上市以后，如知悉公司作出或可能作出违反有关规定的决议，应予以提醒并立即如实地向交易所报告；

（七）为公司独立董事、董事会各专门委员会的工作提供服务与支持；

（八）董事会秘书应当遵守《公司法》、《证券法》、中国证监会和证券交易所要求履行的其他职责；

（九）在公司上市以后，董事会秘书应在每年的5月1日至5月15日间，

向证券交易所提交董事会秘书年度履职报告书，申报自前一年 5 月 1 日或自任职至当年 4 月 30 日的工作情况；

（十）在公司上市以后，董事会秘书离任前，应向证券交易所提交董事会秘书离任履职报告书，申报自前一年 5 月 1 日或自任职至离任时的工作情况。公司董事会和监事会在完成对拟离任董事会秘书的离任审查后，应将离任审查情况向证券交易所报告；

（十一）关注媒体报道并主动求证报道的真实性，在公司上市后督促公司董事会及时回复证券交易所问询。

二、发行人报告期内违法违规行为情况

本公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，自成立至今，发行人及其董事、监事和高级管理人员严格按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营活动。公司及其他控股子公司报告期内不存在重大违法违规行为。

三、发行人报告期内资金占用及对外担保情况

截至 2007 年底，本公司应收关联方福建省永辉商业股份有限公司款项 14,595,345.52 元，该款项系公司为能按期租赁福建省永辉商业股份有限公司在建的工业厂房，为其垫付的部分工程款项，垫付的款项在 2008 年内都已还清。整体变更为股份公司之后，本公司按照严格的资金管理制度，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情形，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

四、内部控制制度有效性的自我评估和鉴证意见

（一）本公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：公司现有的内部控制已覆盖了公司运营的各层面和各环节，形成了规范的管理体系，能够预防并及时发现、纠正公司运营过程中可能出现的重要错误和舞弊，保护公司资产的安全

与完整，保证会计记录和会计信息的真实性、准确性和及时性，在完整性、合理性及有效性方面不存在重大缺陷。

（二）注册会计师对发行人内部控制制度的评价报告

天健正信会计师事务所出具的天健正信审（2010）专字第 020513 号《内部控制鉴证报告》认为：永辉超市按照《企业内部控制基本规范》于截至 2010 年 6 月 30 日止在所有重大方面保持了与财务报表编制相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

天健正信会计师事务所有限公司对公司 2007 至 2010 年 1-6 月财务报表进行了审计,并出具了标准无保留意见的审计报告(天健正信审(2010)GF 字第 020135 号)。

以下引用的财务会计信息,非经特别说明,均引自经天健正信会计师事务所有限公司审计的公司财务会计报表。投资者若欲详细了解公司最近三年及一期的财务会计信息,请阅读本招股意向书备查文件(三)“财务报表及审计报告”。

一、会计报表

(一) 合并资产负债表 (资产部分)

单位: 元

资 产	2010.6.30	2009.12.31	2008.12.31	2007.12.31
流动资产:				
货币资金	498,955,166.63	534,610,219.71	476,283,571.07	183,655,107.74
交易性金融资产	-	-	-	1,212,685.00
应收票据	-	-	-	-
应收账款	39,337,407.02	59,709,729.90	28,600,216.53	21,847,744.74
预付款项	379,255,904.24	379,544,817.70	216,654,707.67	63,602,499.24
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	190,647,079.60	234,932,542.21	195,423,626.96	123,172,099.57
存货	720,543,255.14	752,111,977.94	377,894,389.31	226,146,659.83
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	9,838,632.11	17,045,709.53	4,273,997.30	1,935,489.62
流动资产合计	1,838,577,444.74	1,977,954,996.99	1,299,130,508.84	621,572,285.74
非流动资产:				
可供出售金融资产	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	671,794,150.70	537,501,097.00	287,659,796.21	183,065,673.82
在建工程	171,614,492.24	52,543,539.23	2,305,491.00	2,115,560.60
工程物资	-	-	-	-
固定资产清理	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	172,105,795.02	160,518,192.64	10,205,158.24	10,754,091.52
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	561,193,032.02	432,384,492.21	222,050,663.87	120,123,279.55
递延所得税资产	8,859,072.40	7,376,152.84	3,342,061.02	2,220,809.08
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	1,585,566,542.38	1,190,323,473.92	525,563,170.34	318,279,414.57
资产总计	3,424,143,987.12	3,168,278,470.91	1,824,693,679.18	939,851,700.31

合并资产负债表（负债和股东权益部分）

单位：元

负债和股东权益	2010.6.30	2009.12.31	2008.12.31	2007.12.31
流动负债：				
短期借款	1,263,000,000.00	992,000,000.00	465,643,120.73	118,000,000.00
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	595,325,068.92	635,171,163.69	314,715,727.46	212,282,431.93
预收款项	151,388,344.06	131,292,692.02	59,126,952.19	27,651,435.85
应付职工薪酬	52,454,951.16	38,079,775.50	35,768,130.47	21,545,399.17
应交税费	49,222,809.97	64,331,353.79	58,520,934.92	49,292,168.65
应付利息	1,534,393.33	1,017,978.91	-	-
应付股利	4,355,783.00	-	17,600,000.00	40,000,000.00
其他应付款	102,773,512.16	76,966,050.74	51,465,004.20	33,874,211.93
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	2,220,054,862.60	1,938,859,014.65	1,002,839,869.97	502,645,647.53
非流动负债：				
长期借款	-	85,000,000.00	-	-
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
专项应付款	74,096,168.00	74,096,168.00	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	181,897.50
其他非流动负债	1,450,000.00	-	-	-
非流动负债合计	75,546,168.00	159,096,168.00	-	181,897.50
负债合计	2,295,601,030.60	2,097,955,182.65	1,002,839,869.97	502,827,545.03
股东权益：				
股本	657,900,000.00	657,900,000.00	65,790,000.00	62,500,000.00
资本公积	23,297,228.59	26,211,745.25	522,550,559.14	277,668,421.52
减：库存股	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	20,647,949.68	20,647,949.68	22,477,150.32	8,636,706.54
未分配利润	422,788,445.41	350,281,412.31	197,930,500.85	78,035,005.37
外币报表折算差额	-	-	-	-
归属于母公司股东权益合	1,124,633,623.68	1,055,041,107.24	808,748,210.31	426,840,133.43
少数股东权益	3,909,332.84	15,282,181.02	13,105,598.90	10,184,021.85
股东权益合计	1,128,542,956.52	1,070,323,288.26	821,853,809.21	437,024,155.28
负债、股东权益总计	3,424,143,987.12	3,168,278,470.91	1,824,693,679.18	939,851,700.31

(二) 母公司资产负债表 (资产部分)

单位: 元

资 产	2010.6.30	2009.12.31	2008.12.31	2007.12.31
流动资产:				
货币资金	147,722,103.74	299,809,119.28	359,078,766.24	92,714,185.85
交易性金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	13,678,036.42	25,724,984.29	22,501,453.61	15,639,214.81
预付款项	87,047,027.36	120,265,585.09	64,497,976.68	14,165,194.14
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	853,651,019.28	751,419,269.45	349,272,909.87	239,693,045.41
存货	154,418,982.60	182,639,418.18	135,940,509.75	95,681,637.64
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	3,776,520.56	2,656,725.12	1,013,429.75	713,707.07
流动资产合计	1,260,293,689.96	1,382,515,101.41	932,305,045.90	458,606,984.92
非流动资产:				
可供出售金融资产	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	469,027,595.07	413,027,595.07	302,056,090.88	257,056,090.88
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	219,702,315.03	207,826,003.41	136,273,061.57	88,697,004.60
在建工程	8,912,015.39	1,029,773.41	2,305,491.00	2,115,560.60
工程物资	-	-	-	-
固定资产清理	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	11,980,049.62	9,774,035.92	10,205,158.24	10,754,091.52
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	179,357,181.36	167,621,596.10	101,196,587.84	59,272,760.74
递延所得税资产	1,548,987.26	2,375,128.84	2,025,144.29	1,531,994.07
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	890,528,143.73	801,654,132.75	554,061,533.82	419,427,502.41
资产总计	2,150,821,833.69	2,184,169,234.16	1,486,366,579.72	878,034,487.33

母公司资产负债表（负债和股东权益部分）

单位：元

负债和股东权益	2010.6.30	2009.12.31	2008.12.31	2007.12.31
流动负债：				
短期借款	605,000,000.00	465,000,000.00	150,000,000.00	118,000,000.00
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	208,000,000.00	417,000,000.00	230,643,120.73	-
应付账款	220,041,032.65	86,313,601.30	191,064,608.53	132,811,188.57
预收款项	65,813,303.89	83,579,793.37	44,614,468.99	16,085,000.47
应付职工薪酬	19,020,621.23	16,280,872.83	17,381,319.07	11,913,212.60
应交税费	22,151,001.30	29,010,016.78	52,817,447.02	34,894,868.96
应付利息	882,935.00	846,749.59	-	-
应付股利	4,355,783.00	-	17,600,000.00	40,000,000.00
其他应付款	118,261,350.38	110,546,958.28	98,105,374.32	138,794,729.79
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	1,263,526,027.45	1,208,577,992.15	802,226,338.66	492,499,000.39
非流动负债：				
长期借款	-	85,000,000.00	-	-
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
专项应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	-	85,000,000.00	-	-
负债合计	1,263,526,027.45	1,293,577,992.15	802,226,338.66	492,499,000.39
股东权益：				
股本	657,900,000.00	657,900,000.00	65,790,000.00	62,500,000.00
资本公积	26,211,745.25	26,211,745.25	514,578,737.84	277,668,421.52
减：库存股	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	20,647,949.68	20,647,949.68	22,477,150.32	8,636,706.54
未分配利润	182,536,111.31	185,831,547.08	81,294,352.90	36,730,358.88
外币报表折算差额	-	-	-	-
归属于母公司股东权益	887,295,806.24	890,591,242.01	684,140,241.06	385,535,486.94
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	887,295,806.24	890,591,242.01	684,140,241.06	385,535,486.94
负债、股东权益总计	2,150,821,833.69	2,184,169,234.16	1,486,366,579.72	878,034,487.33

(三) 合并利润及分配表

单位：元

项 目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
一、营业收入	5,611,136,081.94	8,474,815,787.28	5,678,162,169.46	3,673,170,460.00
减：营业成本	4,566,665,237.51	6,957,994,410.61	4,662,637,409.87	3,041,291,352.01
营业税金及附加	22,167,502.58	29,855,544.31	22,149,461.61	15,057,544.73
销售费用	689,002,036.92	946,608,554.65	577,188,223.30	336,094,645.31
管理费用	127,012,243.97	171,907,923.09	108,294,726.35	74,353,540.46
财务费用	30,069,341.03	36,778,127.23	21,996,249.93	13,428,153.18
资产减值损失	-1,935,778.75	3,514,481.89	1,350,682.39	1,561,927.98
加：公允价值变动收益	-	-	-	727,590.00
投资收益	-	-	-248,909.07	1,007,755.51
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	178,155,498.68	328,156,745.50	284,296,506.94	193,118,641.84
加：营业外收入	7,939,033.36	13,571,696.95	5,658,023.49	7,390,251.16
减：营业外支出	6,244,477.74	10,143,012.16	6,894,298.00	7,610,395.67
其中：非流动资产处置损失	49,700.60	1,580,074.50	3,927,534.68	197,351.92
三、利润总额	179,850,054.30	331,585,430.29	283,060,232.43	192,898,497.33
减：所得税费用	41,840,386.04	74,715,951.24	66,430,894.82	61,464,350.69
四、净利润	138,009,668.26	256,869,479.05	216,629,337.61	131,434,146.64
其中：被合并方在合并前的实现的净利润	-	-317.11	-28,178.70	-22,268.95
归属于母公司所有者的净利润	138,297,033.10	254,292,896.93	213,707,760.56	129,816,084.74
少数股东损益	-287,364.84	2,576,582.12	2,921,577.05	1,618,061.90
五、每股收益				
基本每股收益	0.21	0.39	0.32	0.20
稀释每股收益	0.21	0.39	0.32	0.20
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	138,009,668.26	256,869,479.05	216,629,337.61	131,434,146.64
归属于母公司所有者的综合收益总额	138,297,033.10	254,292,896.93	213,707,760.56	129,816,084.74
归属于少数股东的综合收益总额	-287,364.84	2,576,582.12	2,921,577.05	1,618,061.90

(四) 母公司利润表

单位：元

项 目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
一、营业收入	2,278,488,831.70	3,964,490,185.07	3,201,132,085.33	2,411,060,057.80
减：营业成本	1,877,459,094.57	3,308,897,412.73	2,655,773,501.14	2,009,236,957.31
营业税金及附加	9,258,165.25	10,625,135.27	11,019,640.87	9,214,279.16
销售费用	256,833,868.61	392,368,101.19	282,740,149.68	204,580,941.86
管理费用	35,406,024.99	64,432,756.92	54,400,550.31	39,949,956.32
财务费用	17,562,280.07	21,935,785.32	10,256,936.25	13,166,305.63
资产减值损失	-3,204,566.34	1,399,938.19	1,972,600.92	619,792.93
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	-	84,600,000.00	-619.24	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	85,173,964.55	249,431,055.45	184,968,086.92	134,291,824.59
加：营业外收入	1,480,986.85	3,558,444.88	2,746,412.54	4,853,467.82
减：营业外支出	3,167,652.58	5,284,919.66	2,684,863.55	6,709,489.98
其中：非流动资产处置损益	41,618.26	1,291,740.79	673,879.15	36,338.27
三、利润总额	83,487,298.82	247,704,580.67	185,029,635.91	132,435,802.43
减：所得税费用	20,992,734.59	41,225,083.91	46,625,198.11	46,514,447.50
四、净利润	62,494,564.23	206,479,496.76	138,404,437.80	85,921,354.93
其中：被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-	-
归属于母公司所有者的净利润	62,494,564.23	206,479,496.76	138,404,437.80	85,921,354.93
少数股东损益	-	-	-	-
五、每股收益				
基本每股收益	0.09	0.31	0.21	0.13
稀释每股收益	0.09	0.31	0.21	0.13
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	62,494,564.23	206,479,496.76	138,404,437.80	85,921,354.93
归属于母公司所有者的综合收益总额	62,494,564.23	206,479,496.76	138,404,437.80	85,921,354.93
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-

(五) 合并现金流量表

单位：元

项 目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
一、经营活动产生现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	6,678,703,574.72	10,142,774,319.40	6,831,763,239.41	4,432,493,030.28
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	10,890,861.63	17,628,159.11	7,800,147.93	9,156,359.09
经营活动现金流入小计	6,689,594,436.35	10,160,402,478.51	6,839,563,387.34	4,441,649,389.37
购买商品、接受劳务支付的现金	5,525,724,433.41	8,740,350,828.99	5,835,752,083.23	3,861,494,425.34
支付给职工以及为职工支付的现金	303,532,629.43	410,836,279.48	262,234,718.84	124,956,174.44
支付的各项税费	192,083,737.47	251,974,110.11	174,270,553.35	95,743,956.52
支付的其他与经营活动有关的现金	335,532,608.24	551,826,282.77	386,667,214.85	305,419,725.46
经营活动现金流出小计	6,356,873,408.55	9,954,987,501.35	6,658,924,570.27	4,387,614,281.76
经营活动产生的现金流量净额	332,721,027.80	205,414,977.16	180,638,817.07	54,035,107.61
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	-	-	-	1,525,705.00
取得投资收益所收到的现金	-	-	963,775.93	522,660.51
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	193,095.38	909,045.45	312,560.47	1,100,918.10
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	74,096,168.00	-	-
投资活动现金流入小计	193,095.38	75,005,213.45	1,276,336.40	3,149,283.61
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	453,507,483.07	759,006,103.98	379,160,365.33	178,925,137.46
投资所支付的现金	-	-	-	1,525,705.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	14,000,000.00	8,000,000.00	-	5,000,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	467,507,483.07	767,006,103.98	379,160,365.33	185,450,842.46
投资活动产生的现金流量净额	-467,314,387.69	-692,000,890.53	-377,884,028.93	-182,301,558.85
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资所收到的现金	-	-	248,200,316.32	289,709,997.64
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款所收到的现金	1,078,000,000.00	1,647,000,000.00	683,643,120.73	168,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	178,200,000.00	18,126,515.57	72,893,567.00	120,500,000.00
筹资活动现金流入小计	1,256,200,000.00	1,665,126,515.57	1,004,737,004.05	578,209,997.64
偿还债务支付的现金	892,000,000.00	1,035,643,120.73	336,000,000.00	183,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	87,215,593.14	62,528,383.98	110,822,002.69	12,534,755.44
其中：子公司支付给少数股东的股	-	400,000.00	-	-

项 目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
利、利润				
支付其他与筹资活动有关的现金	-	4,772,567.00	273,526,515.57	162,096,531.15
筹资活动现金流出小计	979,215,593.14	1,102,944,071.71	720,348,518.26	357,631,286.59
筹资活动产生的现金流量净额	276,984,406.86	562,182,443.86	284,388,485.79	220,578,711.05
四、汇率变动对现金的影响额	153,899.95	856,633.72	358,673.83	-1,730,663.48
五、现金及现金等价物净增加额	142,544,946.92	76,453,164.21	87,501,947.76	90,581,596.33
加：年初现金及现金等价物余额	347,610,219.71	271,157,055.50	183,655,107.74	93,073,511.41
六、年末现金及现金等价物余额	490,155,166.63	347,610,219.71	271,157,055.50	183,655,107.74

(六) 母公司现金流量表

单位：元

项 目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
一、经营活动产生现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	2,613,843,444.07	4,600,283,086.56	3,701,444,662.88	2,819,638,109.03
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	181,065,192.06	25,566,687.19	4,317,637.22	6,222,404.20
经营活动现金流入小计	2,794,908,636.13	4,625,849,773.75	3,705,762,300.10	2,825,860,513.23
购买商品、接受劳务支付的现金	2,197,974,427.63	3,877,405,394.91	3,066,700,058.74	2,405,834,315.35
支付给职工以及为职工支付的现金	111,683,689.23	179,497,997.36	132,338,575.18	83,733,242.25
支付的各项税费	86,864,013.25	128,287,129.98	100,223,327.62	66,978,626.15
支付的其他与经营活动有关的现金	229,647,834.20	626,257,530.35	296,635,514.73	217,127,635.55
经营活动现金流出小计	2,626,169,964.31	4,811,448,052.60	3,595,897,476.27	2,773,673,819.30
经营活动产生的现金流量净额	168,738,671.82	-185,598,278.85	109,864,823.83	52,186,693.93
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	-	-	297,744.83	-
取得投资收益所收到的现金	-	84,600,000.00	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	192,595.38	835,442.73	142,443.72	899,240.20
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	192,595.38	85,435,442.73	440,188.55	899,240.20
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	64,421,199.55	179,238,285.84	150,998,632.20	92,281,117.12
投资所支付的现金	56,000,000.00	111,000,000.00	85,000,000.00	137,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	120,421,199.55	290,238,285.84	235,998,632.20	229,281,117.12
投资活动产生的现金流量净额	-120,228,604.17	-204,802,843.11	-235,558,443.65	-228,381,876.92

项 目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
三、筹资活动产生的现金流量:				
吸收投资所收到的现金	-	-	240,200,316.32	289,709,997.64
其中: 子公司吸收少数股 东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款所收到的现金	470,000,000.00	770,000,000.00	288,000,000.00	168,000,000.00
收到其他与筹资活动有关 的现金	-	-	68,121,000.00	120,500,000.00
筹资活动现金流入小计	470,000,000.00	770,000,000.00	596,321,316.32	578,209,997.64
偿还债务支付的现金	415,000,000.00	370,000,000.00	256,000,000.00	183,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的 现金	77,550,983.14	51,598,643.15	100,748,305.51	12,534,755.44
其中: 子公司支付给少数 股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关 的现金	-	-	53,000,000.00	172,851,024.90
筹资活动现金流出小计	492,550,983.14	421,598,643.15	409,748,305.51	368,385,780.34
筹资活动产生的现金流量净额	-22,550,983.14	348,401,356.85	186,573,010.81	209,824,217.30
四、汇率变动对现金的影响额	153,899.95	856,633.72	358,673.83	-1,730,663.48
五、现金及现金等价物净增加额	26,112,984.46	-41,143,131.39	61,238,064.82	31,898,370.83
加: 年初现金及现金等价物余额	112,809,119.28	153,952,250.67	92,714,185.85	60,815,815.02
六、年末现金及现金等价物余额	138,922,103.74	112,809,119.28	153,952,250.67	92,714,185.85

二、 审计意见

本公司已聘请天健正信会计师事务所有限公司对本公司财务报表进行审计, 包括 2010 年 6 月 30 日, 2009 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日和 2007 年 12 月 31 日公司及合并的资产负债表, 2010 年 1-6 月, 2009 年度、2008 年度和 2007 年度公司及合并的利润表、股东权益变动表、现金流量表以及财务报表附注。天健正信会计师事务所有限公司出具了标准无保留意见的审计报告(天健正信审(2010)GF 字第 020135 号)。

天健正信会计师事务所有限公司认为: 永辉超市股份有限公司财务报表已经按照企业会计准则的规定编制, 在所有重大方面公允反映了永辉超市 2010 年 6 月 30 日、2009 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2007 年 12 月 31 日的财务状况以及 2010 年 1-6 月、2009 年度、2008 年度、2007 年度的经营成果和现金流量。

三、财务报表的编制基础与合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

本公司自 2007 年 1 月 1 日起执行财政部 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则》（“财会[2006]3 号”）及其后续规定。本财务报表按照《企业会计准则第 38 号——首次执行企业会计准则》、中国证监会《公开发行证券的公司信息披露规范问答第 7 号——新旧会计准则过渡期间比较财务会计信息的编制和披露》（证监会计字[2007]10 号）等的规定，对要求追溯调整的项目进行追溯调整。

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则——基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南及准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。编制符合企业会计准则要求的财务报表需要使用估计和假设，这些估计和假设会影响到财务报告日的资产、负债和或有负债的披露，以及报告期间的收入和费用。

（二）合并报表范围及变化情况

本公司将拥有实际控制权的子公司和特殊目的主体纳入合并财务报表范围。

本公司合并财务报表按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》及相关规定的要求编制，合并时合并范围内的所有重大内部交易和往来业已抵销。子公司的股东权益中不属于母公司所拥有的部分作为少数股东权益在合并财务报表中股东权益项下单独列示。

子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，在编制合并财务报表时，按照本公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

对于非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整；对于同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，视同合并后形成的报告主体自最终控制方开始实施控制时一直是一体化存续下来的，对合并资产负债表的期初数进行调整，同时对比较报表的相关项目进行调整。

截至 2010 年 6 月 30 日，公司合并财务报表范围如下：

单位：万元

序号	子公司名称	注册地	注册资本	业务性质	持股比例
1	重庆永辉超市有限公司	重庆市	10,000	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	100%
2	北京永辉超市有限公司	北京市	1,000	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	100%
3	厦门永辉商业有限公司	厦门市	1,000	代理商品和技术的进出口、加工、批发、零售日用百货等	100%
4	泉州永辉超市有限公司	泉州市	1,000	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	100%
5	莆田永辉超市有限公司	莆田市	1,000	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	100%
6	南平永辉超市有限公司	南平市	1,000	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	100%
7	永安永辉超市有限公司	永安市	2,000	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	100%
8	福州超大永辉商业发展有限公司	福州市	1,000	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	60%
9	福州永辉滨江丽景超市有限公司	福州市	800	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	100%
10	福建闽侯永辉商业有限公司	福州市	5,000	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	100%
11	福建永辉工业发展有限公司	福州市	5,000	加工经营糕点、面制品、水产干制品等	100%
12	福建永辉现代农业发展有限公司	福州市	1,000	蔬菜、水果生产销售、水产品的种、养殖、干制品销售	100%
13	福建海峡食品发展有限公司	福州市	5,300	食品研究、开发	100%
14	福建永辉文化传媒有限公司	福州市	500	设计、制作、代理、发布国内广告	100%
15	安徽永辉超市有限公司	合肥市	1,000	零售日用百货、服装、家用电器、文化用品	100%
16	宁德永辉百货有限公司	霞浦县	1,000	日用百货、家用电器、针纺织品、服装鞋帽、箱包、皮具销售	100%
17	成都永辉商业发展有限公司	成都市	1,000	蔬菜、水果、水产品销售	100%
18	漳州永辉超市有限公司	漳州市	1,000	日用百货、家用电器、针纺织品、服装鞋帽、箱包、皮具销售	100%
19	厦门永辉民生超市有限公司	厦门市	1,000	日用百货、家用电器、针纺织品、服装鞋帽、箱包、	100%

				皮具销售	
20	宁化永辉超市有限公司	宁化县	1,000	日用百货、家用电器、针纺织品、服装鞋帽、箱包、皮具销售	100%
21	福州闽侯永辉超市有限公司	福州市	800	日用百货、家用电器、针纺织品零售	100%
22	贵州永辉超市有限公司	贵阳市	1,000	商品零售	100%
23	重庆永辉物流有限公司	重庆市	10,000	物流配送	100%

报告期内，合并报表范围变动情况如下：

期间	序号	子公司名称	类型	原因
2007年度	1	重庆永辉超市有限公司	增加持股比例	2007年11月受让少数股东股权
	2	南平永辉超市有限公司	增加持股比例	2007年11月受让少数股东股权
	3	福州第五传媒文化传播有限公司	同一控制下企业合并转入	2007年4月受让福建第五传媒文化传播有限公司的100%股权
2008年度	1	福州永辉贸易有限公司	注销转出	2008年7月工商注销
	2	福州永辉百货有限公司	注销转出	2008年7月工商注销
	3	福州永辉物流配送有限公司	注销转出	2008年7月工商注销
	4	福建省永辉仓储超市有限公司	注销转出	2008年7月工商注销
	5	福州闽侯永辉超市有限公司	同一控制下企业合并转入	2009年3月同一控制下合并
	6	北京永辉超市有限公司	新设投资转入	2008年10月新设转入
	7	泉州永辉超市有限公司	新设投资转入	2008年8月新设转入
	8	莆田永辉超市有限公司	新设投资转入	2008年5月新设转入
	9	福建海峡食品发展有限公司	新设投资转入	2008年6月新设转入
2009年度	1	宁化永辉超市有限公司	新设投资转入	2009年5月新设转入
	2	漳州永辉超市有限公司	新设投资转入	2009年9月新设转入
	3	厦门永辉民生超市有限公司	新设投资转入	2009年8月新设转入
	4	宁德永辉百货有限公司	新设投资转入	2009年11月新设转入
	5	成都永辉商业发展有限公司	新设投资转入	2009年9月新设转入
	6	安徽永辉超市有限公司	新设投资转入	2009年10月新设转入

2010年 1-6月	1	贵州永辉超市有限公司	新设投资转入	2010年4月
	2	重庆永辉物流有限公司	新设投资转入	2010年5月

注：以上子公司详细情况参见本招股意向书“第五节本公司基本情况八、本公司控股子公司及参股子公司”

2008年度与2007年度合并范围的差异为：福州永辉贸易有限公司、福州永辉百货有限公司、福州永辉物流配送有限公司和福建省永辉仓储超市有限公司因工商注销而不再纳入合并范围；北京永辉超市有限公司、泉州永辉超市有限公司、莆田永辉超市有限公司和福建海峡食品发展有限公司分别于设立之日起纳入合并范围；福州闽侯永辉超市有限公司于2009年3月发生同一控制下的企业合并，追溯调整合并报表到2008年度。

2009年度与2008年度合并范围的差异为：宁化永辉超市有限公司、漳州永辉超市有限公司、厦门永辉民生超市有限公司、宁德永辉百货有限公司、成都永辉商业发展有限公司和安徽永辉超市有限公司分别于设立之日起纳入合并范围。

2010年1-6月与2009年度合并范围的差异为：贵州永辉超市有限公司、重庆永辉物流有限公司分别于设立日起纳入合并范围。

四、主要会计政策和会计估计

（一）收入

1. 销售商品

本公司销售的商品在同时满足下列条件时，按从购货方已收或应收的合同或协议价款的金额确认销售商品收入：（1）已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；（2）既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；（3）收入的金额能够可靠地计量；（4）相关的经济利益很可能流入企业；（5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

实务中商品销售收入于收到款项或确定相关经济利益能够流入企业，商品所有权转移时确认销售收入。

2. 提供劳务

在同一会计年度内开始并完成的劳务，在完成劳务时确认收入；如果劳务的开始和完成分属不同的会计年度，在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。

向供货商收取的促销服务费、管理费、展示费等相关收入，在确定款项可以收到的情况下按照合同约定的收款时间及金额确认收入。

3. 让渡资产使用权

本公司在与让渡资产使用权相关的经济利益能够流入和收入的金额能够可靠的计量时确认让渡资产使用权收入。

物业出租、柜台租赁收入在确定款项可以收到的情况下按照合同约定收款时间及金额确认收入。

（二）金融工具

1、金融工具的分类、确认依据和计量方法

本公司的金融资产包括：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、应收款项。金融资产的分类取决于本公司及其子公司对金融资产的持有意图和持有能力。

本公司的金融负债为其他金融负债。

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

包括交易性金融资产和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，按照取得时的公允价值作为初始确认金额，相关的交易费用在发生时计入当期损益。支付的价款中包含已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息，单独确认为应收项目。本公司在持有该等金融资产期间取得的利息或现金股利，确认为投资收益。资产负债表日，本公司将该等金融资产的公允价值变动计入当期损益。处置该等金融资产时，该等金融资产公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）其他金融负债

本公司的其他金融负债是指除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的金融负债。主要包括企业发行的债券、因购买商品产生的应付账款、长期应付款等。其他金融负债按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

2、金融工具的公允价值确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融资产的当前公允价值、现金流量折现法等。采用估值技术时，尽可能最大程度使用市场参数，减少使用与本公司及其子公司特定相关的参数。

(三) 存货

1、存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。主要包括原材料、在途物资、库存商品、低值易耗品、包装物、委托加工物资等。

2、发出存货的计价方法

存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时，原材料、食品用品和服装类库存商品采用加权平均法确定发出存货成本，生鲜和加工类库存商品采用先进先出法确定发出存货成本。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。年末，在对存货进行全面盘点的基础上，对于存货因被淘汰、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因导致成本高于可变现净值的部分，提取存货跌价准备。存货跌价准备按单个（或类别）存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。其中：对于产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净

值；对于需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

4、存货的盘存制度

本公司的存货盘存制度为永续盘存制。本公司定期对存货进行清查，盘盈利得和盘亏损失计入当期损益。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品、包装物采用一次转销法摊销。

（四）长期股权投资

本公司的长期股权投资均为对子公司的投资。

1、初始投资成本的确定

本公司对子公司的投资按照初始投资成本计价，控股合并形成的长期股权投资的初始计量参见同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法。追加或收回投资调整长期股权投资的成本。

2、后续计量及损益确认方法

本公司对子公司的投资的后续计量采用成本法核算，编制合并财务报表时按照权益法进行调整。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益。

3、减值测试方法及减值准备计提方法

资产负债表日，若因市价持续下跌或被投资单位经营状况恶化等原因使长期股权投资存在减值迹象时，根据单项长期股权投资的公允价值减去处置费用后的净额与长期股权投资预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定长期股权投资的可收回金额。长期股权投资的可收回金额低于账面价值时，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计

提相应的资产减值准备。长期股权投资减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（五）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指同时满足与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业和该固定资产的成本能够可靠地计量条件的，为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

2、各类固定资产的折旧方法

除已提足折旧仍继续使用的固定资产之外，本公司对所有固定资产计提折旧。折旧方法采用年限平均法。

本公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

本公司的固定资产类别、预计使用寿命、预计净残值率和年折旧率如下：

类别	预计使用寿命（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	35	5	2.72
机器设备	5-10	5	9.5—19
运输工具	5-10	5	9.5—19
电子设备	5	5	19
工具器具	5	5	19

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

资产负债表日，固定资产按照账面价值与可收回金额孰低计价。若单项固定资产的可收回金额低于账面价值，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。固定资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

4、其他说明

本公司固定资产按成本进行初始计量。其中，外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（六）在建工程

本公司自行建造的在建工程按实际成本计价，实际成本由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。本公司的在建工程包括房屋建筑物工程、门店装修工程以及门店机器设备安装工程等。

已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的固定资产，按照估计价值确定其成本，并计提折旧；待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

资产负债表日，本公司对在建工程按照账面价值与可收回金额孰低计量，按单项工程可收回金额低于账面价值的差额，计提在建工程减值准备，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。在建工程减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（七）无形资产与开发支出

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产，包括土地使用权和软件。

无形资产按照成本进行初始计量。购入的无形资产，按实际支付的价款和相关支出作为实际成本。投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确

定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。

本公司无形资产均为使用寿命确定的无形资产，在使用寿命内采用直线法摊销，并在年度终了，对无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类别	使用寿命	摊销方法
土地使用权	土地使用权有效期	直线摊销法
软件	5年	直线摊销法

资产负债表日，本公司对无形资产按照其账面价值与可收回金额孰低计量，按单项资产可收回金额低于账面价值的差额计提无形资产减值准备，相应的资产减值损失计入当期损益。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（八）应收款项

本公司应收款项（包括应收账款和其他应收款等）按合同或协议价款作为初始入账金额。凡因债务人破产，依照法律清偿程序清偿后仍无法收回；或因债务人死亡，既无遗产可供清偿，又无义务承担人，确实无法收回；或因债务人逾期未能履行偿债义务，经法定程序审核批准，该等应收账款列为坏账损失。

1、单项金额重大的应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

本公司将期末余额大于 100 万元（含 100 万元）的应收账款和期末余额大于 300 万元（含 300 万元）的其他应收款，归类为单项金额重大的应收款项。

在资产负债表日，本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，经测试发生了减值的，按其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确定减值损失，计提坏账准备；对单项测试未减值的应收款项，汇同对单项金额非重大的应收款项，按类似的信用风险特征划分为若干组合，再按这些应收款项组合在资产负债表日余额的一定比例计算确定减值损失，计提坏账准备。

2、对于单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

本公司将账龄超过 3 年且期末余额小于 100 万元的应收账款和期末余额小于 300 万元的其他应收款，归类为单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合

的风险较大的应收款项，坏账准备计提比例如下表。

3、各类信用风险组合的划分及坏账准备的确认标准和计提方法

应收账款以账龄为风险特征划分信用风险组合，确定计提比例如下：

账 龄	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
计提比例	10%	20%	50%	100%

其他应收款按款项性质分类后，以账龄为风险特征划分信用风险组合，确定计提比例如下：

类别	风险特征			
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
合并范围内应收款项	0	0	0	0
房租履约保证金、工程建设保证金、采购及门店备用金	0	0	0	0
其他	10%	20%	50%	100%

（九）借款费用

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

同时满足下列条件时，借款费用开始资本化：（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；（2）借款费用已经发生；（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

在资本化期间内，每一会计期间的资本化金额，为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，根

据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。利息资本化金额，不超过当期相关借款实际发生的利息金额。

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，暂停借款费用的资本化。在中断期间发生的借款费用确认为费用，计入当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始。如果中断是所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态必要的程序，借款费用继续资本化。

购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，停止借款费用资本化。

（十）长期待摊费用

长期待摊费用是指公司已经发生但应由本年和以后各期分担的，分摊期限在1年以上的各项费用，主要包括门店装修及改良支出、房屋租金等。

本公司门店装修及改良支出主要分为两类：第一类是新开门店开业前的经营场所和办公场所装修及改良支出；第二类是已开业门店的二次（或二次以上）装修及改良支出。新开门店装修及改造支出在预计最长受益期（10年）和剩余租赁期孰短的期限内按直线法进行摊销。已开业门店二次（或二次以上）装修及改良支出在预计最长受益期（5年）和剩余租赁期孰短的期限内按直线法进行摊销。本公司每年度终了，将对长期待摊费用剩余受益期进行复核，如果长期待摊费用项目已不能使以后会计期间受益的，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部计入当期损益。

本公司房屋租金支出按其受益期平均摊销。

（十一）返利核算政策

公司收取的供应商返利是在双方对账的基础上根据购销合同、协议等计算确定，并从应支付供应商的货款中抵扣。期末公司根据与供应商签订的购销合同或协议计算确定应收返利，以扣减增值税进项转出后的余额冲减营业成本。

（十二）政府补助

政府补助，是指本公司从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额（人民币1元）计量。

与资产相关的政府补助，本公司确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿本公司已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

已确认的政府补助需要返还的，存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十三）递延所得税资产/递延所得税负债

本公司的所得税采用资产负债表债务法核算。资产、负债的账面价值与其计税基础存在差异的，按照规定确认所产生的递延所得税资产和递延所得税负债。

在资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量；对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

递延所得税资产的确认以本公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限。在无法明确估计可抵扣暂时性差异预期转回期间可能取得的应纳税所得额时，不确认与可抵扣暂时性差异相关的递延所得税资产。对子公司投资相关的应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债，予以确认，但同时满足能够控制应纳税暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可

预见的未来很可能不会转回的，不予确认；对子公司投资相关的可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产，该可抵扣暂时性差异同时满足在可预见的未来很可能转回即在可预见的将来有处置该项投资的明确计划，且预计在处置该项投资时，除了有足够的应纳税所得以外，还有足够的投资收益用以抵扣可抵扣暂时性差异时，予以确认。

资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核。除企业合并、直接在所有者权益中确认的交易或者事项产生的所得税外，本公司将当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益。

（十四）经营租赁

如果租赁条款在实质上将与租赁资产所有权有关的全部风险和报酬转移给承租人，该租赁为融资租赁，其他租赁则为经营租赁。

1. 本公司作为经营租赁出租人

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法确认当期损益。发生的初始直接费用，计入当期损益。

2. 本公司作为经营租赁承租人

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法或其他合理方法计入相关资产成本或当期损益；发生的初始直接费用，计入当期损益。

（十五）报告期内会计政策、会计估计的变更情况

1、会计政策变更

本公司 2007 年 1 月 1 日起执行财政部颁布新的企业会计准则，根据中国证券监督管理委员会证监发[2006]136 号《关于做好与新会计准则相关财务会计信息披露工作的通知》和证监会计字[2007]10 号《公开发行证券的公司信息披露规范问答第 7 号—新旧会计准则过渡期间比较财务会计信息的编制和披露》的有关规定，本公司在编制 2007 年的申报财务报表时，以财政部 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则》为基础，分析《企业会计准则第 38 号—首次执行企业会计准则》第五条至第十九条对可比期间利润表和可比期初资产负债表的影响，按

照追溯调整的原则，将调整后的可比期间利润表和资产负债表作为可比期间的申报财务报表，其中主要会计政策变化及影响数如下：

公司对所得税的会计处理由应付税款法改按资产负债表债务法核算，对该会计政策变更采用追溯调整法进行会计处理。该项会计政策变更的影响为：该会计政策变更的追溯调整，调增 2007 年初留存收益 1,975,797.55 元，同时调增 2007 年初递延所得税资产 1,975,797.55 元。

2、会计估计变更

报告期本公司未发生主要会计估计变更事项。

3、前期会计差错更正

本公司已对报告期会计差错进行了更正，并在差错更正的基础上重新编制了申报合并财务报表，更正的内容及影响金额详见“天健正信审（2010）专字第 020515 号”《原始合并财务报表与申报合并财务报表差异比较表专项鉴证报告》。

五、分部信息

（一）营业收入及营业成本按业务类别划分列示如下：

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本
主营业务	542,394.57	456,588.40	822,447.88	695,599.88	553,027.97	466,125.94	356,845.44	304,105.46
其他业务	18,719.04	78.13	25,033.70	199.57	14,788.24	137.80	10,471.61	23.67
合计	561,113.61	456,666.52	847,481.58	695,799.44	567,816.22	466,263.74	367,317.05	304,129.14

（二）营业收入及成本按地区划分列示如下

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本
福建地区	321,714.22	258,487.52	544,365.34	444,086.64	413,346.93	338,361.33	299,322.09	246,850.68
重庆地区	207,507.70	171,984.09	283,048.46	234,864.52	154,469.29	127,902.41	67,994.96	57,278.46
北京地区	27,158.68	22,339.75	20,067.78	16,848.28				
安徽地区	4,733.01	3,855.17						
合计	561,113.61	456,666.52	847,481.58	695,799.44	567,816.22	466,263.74	367,317.05	304,129.14

六、最近一年收购兼并情况

2009年3月17日本公司以人民币800万受让福建轩辉房地产开发有限公司持有的福州闽侯永辉超市有限公司100%股权，工商变更登记时间为2009年4月3日。福州闽侯永辉超市有限公司2008年末的资产总额为12,744,388.30元、2008年度的营业收入为0、净利润为-28,178.70元，均低于本公司2008年度相应项目的20%。

福州永辉滨江丽景超市有限公司成立于2005年12月，注册资本为人民币800万元，本公司出资480万元，占注册资本的60%；施文义出资320万元，占注册资本的40%。2010年1月20日本公司收购少数股东施文义40%的股权，截至2010年6月30日，本公司持有其100%股权。福州永辉滨江丽景超市有限公司2009年末的资产总额为3,165万元，营业收入14,052.91万元，净利润为627万元。

七、经会计师核验的非经常性损益明细报表

本公司报告期内扣除非经常性损益后的净利润情况表：

单位：元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
归属母公司的净利润	138,297,033.10	254,292,896.93	213,707,760.56	129,816,084.74
扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者权益的净利润	137,117,613.60	251,782,243.77	215,543,031.95	123,282,137.81

经会计师核验的非经常性项目明细构成内容及金额列示如下：

单位：元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	141,791.42	-1,534,529.76	-3,875,112.72	-87,891.62
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	2,774,139.45	7,738,053.87	2,936,016.00	5,006,500.00
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费		76,957.80		
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益		-317.11	-28,178.70	-22,268.95

除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益			-248,909.07	1,735,345.51
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响				7,175,863.47
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1,221,375.25	-2,774,839.32	-297,177.79	-5,138,752.89
非经常性损益合计（影响利润总额）	1,694,555.62	3,505,325.48	-1,513,362.28	8,668,795.52
减：所得税影响额	515,136.12	991,827.19	404,942.67	2,037,811.56
非经常性损益净额（影响净利润）	1,179,419.50	2,513,498.29	-1,918,304.95	6,630,983.96

八、主要资产情况

（一）固定资产

截至 2010 年 6 月 30 日，公司的固定资产情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值	折旧年限	年折旧率
房屋及建筑物	9,594.51	423.53	9,170.98	35	2.72%
机器设备	35,632.77	6,534.90	29,097.87	5-10	9.5%-19%
运输工具	2,750.81	841.77	1,909.04	5-10	9.5%-19%
电子设备	14,660.41	4,927.15	9,733.26	5	19%
工具器具	22,971.98	5,703.72	17,268.26	5	19%
合计	85,610.49	18,431.07	67,179.42		

截至 2010 年 6 月 30 日，经检查未发现固定资产减值的迹象，故无需计提减值准备。

（二）对外投资

截至 2010 年 6 月 30 日，除了财务报表合并范围内的控股子公司外，本公司没有其他对外投资。

（三）无形资产

截至 2010 年 6 月 30 日，公司无形资产主要包括土地使用权和财务及物流管理等软件，具体情况如下：

单位：万元

项 目	取得方式	初始金额	摊销年限	累计摊销额	期末摊余价值
土地使用权	购入	17,132.50	土地使用年限	442.74	16,689.76
财务及物流管理等软件	购入	714.85	5	194.04	520.82
合 计		17,847.36		636.78	17,210.58

截至 2010 年 6 月 30 日，本公司无形资产主要包括土地使用权和财务及物流管理等软件，原值为 17,847.36 万元，累计摊销额为 636.78 万元，账面净值为 17,210.58 万元。本公司的土地使用权包括福州鳌峰土地使用权（榕国用（2010）第 00444400784 号）、海峡食品中心土地使用权（侯国用（2009）第 190407 号）、闽侯生活中心土地使用权（侯国用（2009）第 190443 号和侯国用（2009）第 190444 号）、永辉城市生活广场（渝 103 房地证 2009 年第 00860 号和渝 103 房地证 2009 年第 00861 号），和成都彭州加工配送中心土地使用权（彭国用（2010）第 8779 号）。

（四）预付款项

公司的预付款主要为预付的供应商货款、机器设备和装修费用、租金、土地款及购房款。2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日，公司预付款项余额分别达到 6,360.25 万元、21,665.47 万元、37,954.48 万元和 37,925.59 万元，占总资产的比例分别为 6.77%、11.87%、11.98%和 11.08%。

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	35,838.42	94.50%	37,816.08	99.64%	21,558.39	99.51%	5,857.52	92.10%
1-2 年	2,087.17	5.50%	138.40	0.36%	107.08	0.49%	502.73	7.90%
合计	37,925.59	100.00%	37,954.48	100.00%	21,665.47	100.00%	6,360.25	100.00%

截至 2010 年 6 月 30 日，公司前 5 大预付款项对方的名称、预付金额及占预付款项的比例如下：

单位：万元

序号	单位名称	预付款项金额	占比
1	重庆西部现代物流产业园区开发建设有限责任公司	3,400.00	8.96%

2	福建漳浦县土地收购储备中心	1,748.00	4.61%
3	广州市善宏服饰贸易有限公司	1,199.82	3.16%
4	重庆穗东房地产开发有限公司	1,140.59	3.01%
5	福建超创贸易有限公司	1,066.07	2.81%
合计		8,554.48	22.55%

九、最近一期末主要债项

截至 2010 年 6 月 30 日，公司负债合计为 229,560.10 万元，主要包括短期借款、应付账款、预收款项、其他应付款、长期借款、专项应付款等。

（一）短期借款

2010 年 6 月 30 日公司短期借款余额为 126,300.00 万元，占当期流动负债的比重为 56.89%，所占比例较大。截至 2010 年 6 月 30 日，公司的短期借款主要包括担保借款和银行承兑汇票及信用证借款，分别为 105,500 万元和 20,800 万元。

（二）应付账款

2010 年 6 月 30 日公司应付账款为 59,532.51 万元，占当期流动负债的比重为 26.82%。截至 2010 年 6 月 30 日，本公司应付账款中无应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项及关联方款项；账龄超过 1 年的金额为 331.94 万元，仅占应付账款总额的 0.56%，主要系供应商未及时开具发票尚未结清的货款。

（三）预收款项

2010 年 6 月 30 日公司预收款项为 15,138.83 万元，占当期流动负债的比重为 6.82%。其中，账龄在 1 年以内的预收款项为 15,138.70 万元，占比为 100%。截至 2010 年 6 月 30 日本公司预收款项余额中无持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项及关联方款项。本公司的预收款项主要包括预收大宗购物款和供应商费用、租金等。

截至 2010 年 6 月 30 日，公司前 5 大预收款项客户的名称、预收金额及占预收款项的比例如下：

单位：万元

序号	单位名称	预收款项金额	占比
1	中国农业银行股份有限公司长乐市支行	179.49	1.19%
2	福建农林大学	38.65	0.26%
3	中国移动通信集团福建有限公司长乐分公司	24.06	0.16%
4	海霸王(汕头)食品有限公司	23.75	0.16%
5	中国人民武装警察重庆总队司令部	16.64	0.11%
合计		282.60	1.87%

(四) 应付职工薪酬

截至 2010 年 6 月 30 日，公司应付职工薪酬账面余额为 5,245.50 万元，其中“工资、奖金、津贴和补贴”4,625.80 万元，“工会经费和职工教育经费” 575.39 万元。

(五) 应交税费

截至 2010 年 6 月 30 日，公司应交税费账面余额为 4,922.28 万元，其中企业所得税 2,928.06 万元。

报告期内应交税费的明细如下：

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
增值税	1,951.94	39.66%	1,273.14	19.79%	2,296.39	39.24%	566.31	11.49%
待抵扣进项	-399.75	-8.12%	-605.04	-9.41%	-2,890.55	-49.39%	-1,236.53	-25.09%
营业税	165.62	3.36%	259.27	4.03%	131.55	2.25%	105.50	2.14%
企业所得税	2,928.06	59.49%	5,200.97	80.85%	4,545.99	77.68%	5,151.50	104.51%
城市建设维护税	138.99	2.82%	108.30	1.68%	159.68	2.73%	65.14	1.32%
个人所得税	44.99	0.91%	32.55	0.51%	1,212.27	20.72%	3.50	0.07%
印花税	4.18	0.09%	1.71	0.03%	13.28	0.23%	22.98	0.47%
教育费附加	81.50	1.66%	60.37	0.94%	90.94	1.55%	38.16	0.77%
江海堤防维护费	3.01	0.06%	98.97	1.54%	272.65	4.66%	212.37	4.31%
文化事业建设费	3.74	0.08%	2.92	0.05%	0.94	0.02%	0.29	0.01%
房产税	-	-	-	-	18.94	0.32%	-	-
合计	4,922.28	100.00%	6,433.14	100.00%	5,852.09	100.00%	4,929.22	100.00%

（六）其他应付款

2010年6月30日公司其他应付款为10,277.35万元，占当期流动负债的比重为4.63%。其中，其他应付款余额中无应付持有本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东款项；账龄超过1年的金额为771.40万元，占年末金额的7.51%。

（七）专项应付款

2010年6月30日公司专项应付款为7,409.62万元，为根据重庆市江北区人民政府第35次常务会议纪要和区政府第（2009-33）号专题会议纪要，公司收到用于绿地和公益设施建设的专项应付款。

（八）其他流动负债

截至2010年6月30日，公司其他流动负债余额为0。

（九）长期借款

截至2010年6月30日，公司长期借款余额为0。

（十）逾期未偿还的债项

截至2010年6月30日，公司没有逾期未偿还的债项。

十、所有者权益变动情况

公司报告期内所有者权益变动情况如下表：

单位：元

项 目	2010.6.30	2009.12.31	2008.12.31	2007.12.31
股本	657,900,000.00	657,900,000.00	65,790,000.00	62,500,000.00
资本公积	23,297,228.59	26,211,745.25	522,550,559.14	277,668,421.52
盈余公积	20,647,949.68	20,647,949.68	22,477,150.32	8,636,706.54
未分配利润	422,788,445.41	350,281,412.31	197,930,500.85	78,035,005.37
外币报表折算差额				
归属于母公司所有者权益	1,124,633,623.68	1,055,041,107.24	808,748,210.31	426,840,133.43
少数股东权益	3,909,332.84	15,282,181.02	13,105,598.90	10,184,021.85
股东权益合计	1,128,542,956.52	1,070,323,288.26	821,853,809.21	437,024,155.28

（一）股本

2008年11月，本公司增加注册资本人民币329.00万元，由2007年底的6,250.00万元增加到6,579.00万元，新增股本全部由股东民生超市有限公司投入，本次增资业经天健光华（北京）会计师事务所有限公司审验，并出具天健光华验（2008）HZ字第020010号验资报告。

2009年8月，经福建省对外经济贸易合作厅“闽外经贸资[2009]133号”《福建省对外经济贸易合作厅关于福建永辉集团有限公司改制为永辉超市股份有限公司的请示》和中华人民共和国商务部“商资批[2009]170号”《商务部关于同意福建永辉集团有限公司变更为外商投资股份有限公司的批复》批准，公司整体变更为股份有限公司，注册资本由人民币65,790,000.00元变更为人民币657,900,000.00元，由本公司发起人以其拥有的福建永辉集团有限公司截至2008年12月31日的净资产折股投入，本次出资业经天健光华（北京）会计师事务所有限公司审验，并出具天健光华验（2009）GF字第020010号验资报告。

（二）资本公积

单位：元

项 目	2010.6.30	2009.12.31	2008.12.31	2007.12.31
股本溢价	23,297,228.59	26,211,745.25	514,120,313.96	277,209,997.64
其他资本公积			8,430,245.18	458,423.88
合 计	23,297,228.59	26,211,745.25	522,550,559.14	277,668,421.52

公司2010年6月30日资本公积较2009年年底减少2,914,516.66元。系公司2010年1月20日本公司收购子公司福州永辉滨江丽景超市有限公司少数股东40%股权支付的对价与收购日净资产账面价值之差额冲减资本公积。

公司2009年底资本公积较2008年减少49,633.88万元，主要系2009年8月本公司整体变更为股份有限公司，股本溢价和其他资本公积转增股本所致。

公司2008年底资本公积较2007年底增加24,488.21万元，主要系2008年11月，民生超市有限公司出资3,514.32万美元（折合人民币24,020.03万元）认缴本公司新增注册资本人民币329万元，实缴金额超出认缴的注册资本金部分合计23,691.03万元作为股本溢价计入本公司资本公积。2008年其他资本公积较2007年底增加797.18万元，系2009年3月本公司通过同一控制下企业合并方式

取得福州闽侯永辉超市有限公司 100% 股权，在编制 2008 年度合并财务报表时，视同合并后的框架在 2008 年末即存在，将被合并方的资产、负债并入后增加的净资产计入 2008 年底的其他资本公积。

（三）盈余公积

单位：元

项 目	2010.6.30	2009.12.31	2008.12.31	2007.12.31
盈余公积	20,647,949.68	20,647,949.68	22,477,150.32	8,636,706.54
合 计	20,647,949.68	20,647,949.68	22,477,150.32	8,636,706.54

公司 2010 年 6 月 30 日盈余公积较 2009 年年底未发生变动。

公司 2009 年底盈余公积较 2008 年底减少 182.92 万元，主要系 2009 年 8 月本公司整体变更为股份有限公司，盈余公积转增股本，使得当期盈余公积减少 2,247.72 万元，而同期公司按照母公司实现净利润的 10% 提取法定盈余公积，使得当期盈余公积增加 2,064.79 万元，综合起来体现为减少 182.92 万元。

公司 2008 年底盈余公积较 2007 年底增加 1,384.04 万元，主要系根据公司章程，按净利润（母公司）的 10% 计提法定盈余公积所致。

（四）未分配利润

单位：元

项 目	2010.6.30	2009.12.31	2008.12.31	2007.12.31
期初未分配利润	350,281,412.31	197,930,500.85	78,035,005.37	-2,211,212.83
净利润	138,009,668.26	256,869,479.05	216,629,337.61	131,434,146.64
减：少数股东损益	-287,364.84	2,576,582.12	2,921,577.05	1,618,061.90
被合并方在合并前实现净利润	-	-317.11	-28,178.70	-22,268.95
提取法定盈余公积	-	20,647,949.68	13,840,443.78	8,592,135.49
应付普通股股利	65,790,000.00	-	80,000,000.00	41,000,000.00
转作股本的普通股股利	-	81,294,352.90	-	-
年末未分配利润	422,788,445.41	350,281,412.31	197,930,500.85	78,035,005.37

公司报告期末未分配利润增减变动原因：

1、2007 年至 2010 年 1-6 月，公司实现的净利润分别为 13,143.41 万元、21,662.93 万元、25,686.95 万元和 13,800.97 万元，扣除少数股东损益，归属于母公司的净利润分别为 12,981.61 万元、21,370.78 万元、25,429.29 万元和 13,829.70

万元；

2、根据公司章程，公司每年提取净利润（母公司）的 10%作为法定盈余公积，2007 年至 2009 年，母公司报表的净利润分别为 8,592.14 元、13,840.44 万元和 20,647.95 万元，因此 2007 年至 2009 年提取的法定盈余公积分别为 859.21 万元、1,384.04 万元和 2,064.79 万元；

3、报告期内，公司分别对 2007 年度、2008 年度和 2009 年度实施了利润分配，分别为 4,000 万元、8,000 万元和 6,579 万元。此外，2009 年 8 月本公司整体变更为股份有限公司，以净资产折股，包括转作股本的普通股股利 8,129.44 万元。

（五）少数股东损益

单位：元

项 目	2010.6.30	2009.12.31	2008.12.31	2007.12.31
少数股东损益	-287,364.84	2,576,582.12	2,921,577.05	1,618,061.90
合 计	-287,364.84	2,576,582.12	2,921,577.05	1,618,061.90

十一、报告期内现金流情况

单位：元

项 目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
期初现金及现金等价物余额	347,610,219.71	271,157,055.50	183,655,107.74	93,073,511.41
经营活动产生现金流量净额	332,721,027.80	205,414,977.16	180,638,817.07	54,035,107.61
投资活动产生现金流量净额	-467,314,387.69	-692,000,890.53	-377,884,028.93	-182,301,558.85
筹资活动产生现金流量净额	276,984,406.86	562,182,443.86	284,388,485.79	220,578,711.05
现金及现金等价物净增加额	142,544,946.92	76,453,164.21	87,501,947.76	90,581,596.33
期末现金及现金等价物余额	490,155,166.63	347,610,219.71	271,157,055.50	183,655,107.74

报告期内公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十二、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项、承诺事项和其他重要事项

（一）或有事项

1、对旗下子公司的担保

截至 2010 年 6 月 30 日，本公司为子公司向银行借款或开具承兑汇票提供保证担保，具体如下：

被担保单位名称	担保事项	贷款银行	金额(万元)	期 限
福建闽侯永辉商业有限公司	银行借款	福建海峡银行	5,000.00	该短期借款最后一期将于 2011 年 4 月 20 日到期
福建闽侯永辉商业有限公司	银行借款	光大银行福州分行	5,000.00	该短期借款将于 2011 年 6 月 8 日到期
福建闽侯永辉商业有限公司	商业承兑汇票	光大银行福州分行	5,000.00	该商业承兑汇票将于 2010 年 12 月 9 日到期
重庆永辉超市有限公司	银行借款	重庆三峡银行	15,000.00	该短期借款最后一期将于 2011 年 1 月 8 日到期
重庆永辉超市有限公司	银行借款	汉口银行重庆分行	20,000.00	该短期借款最后一期将于 2011 年 5 月 18 日到期
合 计			50,000.00	

2、门店租赁物业涉及诉讼情况

已在本招股意向书“第十五节 其他重要事项”之“四、诉讼、仲裁和处罚情况”之“(一) 诉讼、仲裁”。

除上述以外，截至 2010 年 6 月 30 日公司不存在需要披露的或有事项。

(二) 期后事项

本公司无其他应披露未披露的重大资产负债表日后事项。

(三) 承诺事项

本公司及子公司经营性租赁主要为房屋租赁，租赁期限从 1 年至 20 年不等，大部分为 10 年至 15 年，在现有合同条件下，2010 年 7-12 月、2011 年、2012 年、2013 年预计将支付的租金分别为 14,312.84 万元、35,600.66 万元、40,639.59 万元、42,567.09 万元，预计以后年度应支付租金将不低于 2013 年度应支付的租金金额。

除存在上述承诺事项外，本公司无其他应披露未披露的重大承诺事项。

（四）其他重要事项

截至 2010 年 6 月 30 日，本公司无应披露未披露的其他重要事项。

十三、发行人主要财务指标

（一）发行人主要财务指标

财务指标	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
流动比率（倍）	0.83	1.02	1.30	1.24
速动比率（倍）	0.50	0.63	0.92	0.79
资产负债率（母公司）	58.75%	59.23%	53.97%	56.09%
资产负债率（合并）	67.04%	66.22%	54.96%	53.50%
应收账款周转率（次）	113.30	191.93	225.11	162.47
存货周转率（次）	6.20	12.31	15.44	16.93
息税折旧摊销前利润（万元）	30,402.20	47,889.68	36,612.37	25,029.99
利息保障倍数（倍）	7.84	10.88	14.89	17.72
每股经营活动产生的现金流量（元/股）（注）	0.51	0.31	0.27	0.08
每股净现金流量（元/股）（注）	0.22	0.12	0.13	0.14
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例	0.46%	0.20%	0.22%	0.48%

计算公式：

流动比率 = 流动资产 ÷ 流动负债

速动比率 = (流动资产 - 存货) ÷ 流动负债

资产负债率 = (负债总额 ÷ 资产总额) × 100%

应收账款周转率 = 营业收入 ÷ 应收账款平均余额

存货周转率 = 营业成本 ÷ 存货平均余额

息税折旧摊销前利润 = 利润总额 + 利息支出 + 固定资产折旧 + 长期待摊费用
摊销额 + 无形资产摊销

利息保障倍数 = 息税前利润 / 利息支出

每股经营活动产生的现金流量净额 = 经营活动的现金流量净额 ÷ 期末普通
股份总数

每股净现金流量 = 现金及现金等价物净增加额 ÷ 期末普通股份总数

无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例 = (无形资产 - 土地使用权)
÷ 期末净资产

注：2007年、2008年、2009年及2010年1-6月均以股份公司总股本657,900,000股计算

（二）净资产收益率与每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）规定计算的本公司年度的净资产收益率和每股收益如下：

时 间	报告期利润	加权平均 净资产收 益率	每股收益	
			基本每股收益	稀释每股收益
2010年1-6月	归属于公司普通股股东净利润	12.87%	0.21	0.21
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	12.76%	0.21	0.21
2009年度	归属于公司普通股股东净利润	27.29%	0.39	0.39
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	27.00%	0.38	0.38
2008年度	归属于公司普通股股东净利润	40.04%	0.32	0.32
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	40.32%	0.33	0.33
2007年度	归属于公司普通股股东净利润	69.71%	0.20	0.20
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	66.99%	0.19	0.19

注：2007年、2008年、2009年及2010年1-6月均以股份公司总股本657,900,000股计算

十四、备考利润表

根据财政部2006年2月15日颁布的《企业会计准则》，本公司报告期内均执行新会计准则，备考合并利润表与申报合并利润表对比无差异。

十五、资产评估情况

（一）整体变更为股份公司时的评估

1、简介

公司前身福建永辉集团有限公司整体变更为股份有限公司时，北京中证资产评估有限公司接受委托，以2008年12月31日为基准日对公司的全部资产和负

债进行了评估,并于2009年4月28日出具了《资产评估报告》(中证评报字[2009]第37号)。根据该评估报告,截至2008年12月31日,公司经评估的净资产值为人民币88,988.14万元。

本次评估仅为公司整体变更设立股份有限公司提供价值参考以及报送资产评估主管机关审查,公司并未根据评估结果进行账务调整。

2、评估方法和评估结果

本次评估分别采用收益法和资产基础法,并经综合分析确定以资产基础法的评估结果作为最终结论。评估结果为:总资产账面值148,636.66万元,调整后账面值为148,636.66万元,评估值为169,071.87万元,增值额为20,435.21万元,增值率为13.75%;负债的账面值为80,222.63万元,调整后账面值80,222.63万元,评估值为80,083.73万元,增值率为-0.17%;净资产的账面值为68,414.02万元,调整后账面值为68,414.02万元,评估值为88,988.14万元,增值率为30.07%。评估增值主要来源于长期投资和建筑物。其中,建筑物账面值为2,068.64万元,调整后账面值为2,068.64万元,由于房地产价格上升,评估值为8,716.90万元,增值额为6,648.26万元,增值率为321.38%;长期投资账面值为30,205.61万元,调整后账面值为30,205.61万元,增加额为13,690.83万元,增值率为45.33%。

(二) 2008年股权转让时的评估

1、简介

2008年9月23日,福建永辉集团有限公司董事会通过决议,同意公司的10位自然人股东(合计持有公司80%股权)与汇银投资签订股权转让协议,约定将上述自然人股东所持有的共计6.9693%公司股权以35,499,631.45元对价转让给汇银投资。2008年9月25日,福建省对外贸易经济合作厅下发《福建省对外贸易经济合作厅关于同意福建永辉集团有限公司股权转让的批复》(闽外经贸资[2008]394号文件),批准公司上述股权转让事宜。福州联合资产评估有限责任公司受福建永辉集团有限公司委托,对公司的全部资产和负债在评估基准日2007年12月31日的市场价值做公允评估并出具了《资产评估报告书》([2008年]榕联评字第159号)。根据评估报告,截至2008年12月31日,公司经评估的净资

产值为人民币 51,742.88 万元。

本次评估的目的是公允反映福建永辉集团有限公司的净资产在基准日的市场价值，以此作为股权转让提供价值参考依据。

2、评估方法和评估结果

(1) 评估方法

对货币资金、债权、债务，用盘点、清查账务等方法进行核实，以经过核实的经调整后账面值作为其评估价值；

固定资产采用成本法计算，公式为：评估净值 = 重置价格 × 成新率；

无形资产—土地使用权采用基准地价系数修正法进行评估；

长期投资采用权益法进行评估；

长期待摊费用采用评估基准日后留存的剩余价值进行评估。

以加和法计算资产占有方的整体资产价值，即将各单项资产评估价值相加后得到整体资产价值。

(2) 评估结果

单位：万元

项目	账面价值	调整后账面值	评估价值	增减值	增减率(%)
流动资产	33,291.90	53,796.37	54,158.01	361.64	0.67
长期投资	25,880.00	25,880.00	29,443.11	3,563.11	13.77
固定资产	9,081.26	9,081.26	9,123.77	42.51	0.47
其中：在建工程					
建筑物	2,177.81	2,177.81	2,172.98	-4.83	-0.22
设备	6,903.45	6,903.45	6,950.79	47.34	0.69
无形及递延资产	1,075.41	1,075.41	3,625.38	2,549.97	237.12
其中：土地使用权	864.90	864.90	3,414.86	2,549.96	294.83
其他资产	6,364.93	6,127.53	4,993.60	-1,133.93	-18.51
资产总计	75,693.50	95,960.57	101,343.87	5,383.30	5.61
流动负债	30,071.60	49,666.14	49,600.99	-65.15	-0.13
长期负债	-	-	-	-	-
负债总计	30,071.60	49,666.14	49,600.99	-65.15	-0.13

净资产	45,621.90	46,294.43	51,742.88	5,448.45	11.77
-----	-----------	-----------	-----------	----------	-------

从评估结果来看，净资产评估增值 5,448.45 万元，增值率为 11.77%，其中增值幅度较大的主要是土地使用权。委托评估的土地使用权账面价值为 864.90 万元，调整后账面价值为 864.90 万元，评估价值为 3,414.86 万元，评估增值额 2,549.96 万元，评估增值率为 294.83%。评估增值的主要原因是目前该处地价较原购置土地时价格已大幅上涨。

十六、验资报告

历次验资情况请参见第五节“发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况及投入资产的计量属性”。

第十一节 管理层讨论与分析

本公司董事会提请投资者注意：以下讨论与分析应结合公司经审计的财务报表及报表附注和本招股意向书揭示的财务及其他信息一并阅读（财务数据尾数差异为四舍五入引起）。

一、财务状况分析

（一）资产的主要构成及减值准备提取情况

1、资产的构成及其变化

（1）报告期内公司主要资产结构分析

报告期内公司主要资产结构表

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产合计	183,857.74	53.69%	197,795.50	62.43%	129,913.05	71.20%	62,157.23	66.14%
其中：货币资金	49,895.52	14.57%	53,461.02	16.87%	47,628.36	26.10%	18,365.51	19.54%
应收账款	3,933.74	1.15%	5,970.97	1.88%	2,860.02	1.57%	2,184.77	2.32%
预付款项	37,925.59	11.08%	37,954.48	11.98%	21,665.47	11.87%	6,360.25	6.77%
其他应收款	19,064.71	5.57%	23,493.25	7.42%	19,542.36	10.71%	12,317.21	13.11%
存货	72,054.33	21.04%	75,211.20	23.74%	37,789.44	20.71%	22,614.67	24.06%
其他流动资产	983.86	0.29%	1,704.57	0.54%	427.40	0.23%	193.55	0.21%
非流动资产合计	158,556.65	46.31%	119,032.35	37.57%	52,556.32	28.80%	31,827.94	33.86%
其中：长期股权投资	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
固定资产	67,179.42	19.62%	53,750.11	16.97%	28,765.98	15.76%	18,306.57	19.48%
在建工程	17,161.45	5.01%	5,254.35	1.66%	230.55	0.13%	211.56	0.23%
无形资产	17,210.58	5.03%	16,051.82	5.07%	1,020.52	0.56%	1,075.41	1.14%
长期待摊费用	56,119.30	16.39%	43,238.45	13.65%	22,205.07	12.17%	12,012.33	12.78%
递延所得税资产	885.91	0.26%	737.62	0.23%	334.21	0.18%	222.08	0.24%
其他非流动资产	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
资产总计	342,414.40	100.00%	316,827.85	100.00%	182,469.37	100.00%	93,985.17	100.00%

2007年12月31日、2008年12月31日、2009年12月31日及2010年6月30日，公司的资产总计分别为93,985.17万元、182,469.37万元、316,827.85万元及342,414.40万元，2008年和2009年的资产总计分别较上年增长94.15%和73.63%，其中2008年资产总计出现大幅增长的主要原因是公司股东民生超市有

限公司出资 24,020.03 万元对本公司增资 329 万元、公司经营规模的扩大以及良好的经营状况和盈利能力；2009 年资产总计出现增长的原因是公司经营规模的扩大、盈利能力的持续以及合理运用债务融资方式等。

报告期内，公司资产结构未发生重大变化。2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日及 2010 年 6 月 30 日，公司流动资产占总资产的比例分别为 66.14%、71.20%、62.43%和 53.69%，非流动资产占总资产的比例分别为 33.86%、28.80%、37.57%和 46.31%，流动资产在资产结构中所占比例较高，符合公司经营连锁超市行业并主要通过租赁方式来拓展连锁经营业务、发展连锁网络的实际情况。

公司与同行业可比上市公司 2009 年 12 月 31 日资产结构比较表：

证券代码	公司名称	2009 年 12 月 31 日
		流动资产占总资产比重
600361.SH	华联综超	65.49%
000759.SZ	武汉中百	48.35%
002251.SZ	步步高	54.60%
002264.SZ	新华都	58.94%
002336.SZ	人人乐	75.51%
8277.HK	物美商业	44.86%
0980.HK	联华超市	66.50%
1832.HK	时代零售	N/A
0814.HK	北京京客隆	61.44%
行业平均		59.46%
本公司		62.43%

数据来源：万得资讯

注：2010 年 5 月时代零售已退市

2、流动资产

公司报告期内的流动资产构成如下表所示：

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	49,895.52	27.14%	53,461.02	27.03%	47,628.36	36.66%	18,365.51	29.55%
应收账款	3,933.74	2.14%	5,970.97	3.02%	2,860.02	2.20%	2,184.77	3.51%
预付款项	37,925.59	20.63%	37,954.48	19.19%	21,665.47	16.68%	6,360.25	10.23%
其他应收款	19,064.71	10.37%	23,493.25	11.88%	19,542.36	15.04%	12,317.21	19.82%

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
存货	72,054.33	39.19%	75,211.20	38.02%	37,789.44	29.09%	22,614.67	36.38%
其他流动资产	983.86	0.54%	1,704.57	0.86%	427.40	0.33%	193.55	0.31%
流动资产合计	183,857.74	100.00%	197,795.50	100.00%	129,913.05	100.00%	62,157.23	100.00%

公司的流动资产主要包括货币资金、预付款项、其他应收款和存货等，其中2007年12月31日、2008年12月31日、2009年12月31日及2010年6月30日，四者合计占流动资产的比例分别达到95.98%、97.47%、96.12%和97.33%。

公司的流动资产2008年和2009年分别较上年增长109.01%和52.25%，主要原因是从2007年以来，公司经营规模稳健、快速扩张，公司门店增加，经营面积扩大，销售收入持续稳定增长，货币资金、存货、其他应收款等各项流动资产也相应增加。2008年流动资产较2007年增加67,755.82万元，主要系由于货币资金、预付款项及存货的增加。2009年流动资产较2008年增加67,882.45万元，主要系由于预付款项和存货的增加所致。

(1) 货币资金

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
现金	4,075.30	8.17%	6,593.12	12.33%	4,201.93	8.82%	4,605.74	25.08%
银行存款	44,246.46	88.68%	27,580.09	51.59%	38,424.46	80.68%	13,474.01	73.37%
其他货币资金	1,573.76	3.15%	19,287.80	36.08%	5,001.96	10.50%	285.76	1.56%
货币资金合计	49,895.52	100.00%	53,461.02	100.00%	47,628.36	100.00%	18,365.51	100.00%

2007年12月31日、2008年12月31日、2009年12月31日及2010年6月30日，本公司合并财务报表的货币资金分别为18,365.51万元、47,628.36万元、53,461.02万元和49,895.52万元。2008年底的货币资金比2007年底增加29,262.85万元，主要原因系2008年吸收股东增资及经营性现金流入使银行存款增加；此外2008年底的其他货币资金比2007年底增加4,716.20万元，同比增长1,650.41%，主要原因系本公司向交通银行福州五一支行开具银行承兑汇票之保证金4,500万元以及超市POS机刷卡收入尚未转入本公司银行账户的在途资金增加。

2009年底的货币资金比2008年底增加5,832.66万元，主要原因系公司经营

规模的扩大及良好的盈利状况。2009 年底公司其他货币资金较 2008 年增加 14,285.84 万元。2010 年 6 月 30 日，公司的货币资金比 2009 年底减少 3,565.50 万元。

2009 年其他货币资金余额为 19,287.80 万元，其中 18,700 万元系银行承兑汇票保证金（银行承兑汇票总额为 41,700 万元）。2009 年末其他货币资金较 2008 年末增加的主要原因为银行承兑汇票保证金增加，该保证金系发行人向全资子公司福建闽侯永辉商业有限公司为支付门店配送货款而向银行申请开具银行承兑汇票之保证金。

2010 年 6 月 30 日其他货币资金余额为 1,573.76 万元，其中 880 万元系银行承兑汇票保证金，2010 年 6 月 30 日其他货币资金余额较 2009 年底减少 17,714.04 万元，主要原因系银行承兑汇票保证金减少。

2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日及 2010 年 6 月 30 日，公司货币资金占流动资产的比例分别为 29.55%、36.66%、27.03%和 27.14%，所占比重较大，这与连锁超市的经营特点相符合，即连锁超市企业大量采用现金结算以及由于结算周期而存在的来源于客户和供应商的信用期。

与同行业可比上市公司相比，公司较多地采用现金结算方式进行采购，来自客户和供应商的信用资金占比相对较低。2009 年公司来源于客户和供应商的信用资金占比约 10.33%，同行业 2009 年的平均占比约 32.53%。这也进一步强化了本公司与供应商之间良好的合作关系。

公司与同行业可比上市公司 2009 年 12 月 31 日来源于客户和供应商的货币资金情况比较表：

证券代码	公司名称	来源于客户和供应商的货币资金 占总资产的比重
600361.SH	华联综超	30.33%
000759.SZ	武汉中百	42.20%
002251.SZ	步步高	32.41%
002264.SZ	新华都	47.97%
002336.SZ	人人乐	56.86%
8277.HK	物美商业	33.63%
0980.HK	联华超市	18.99%
1832.HK	时代零售	N/A

证券代码	公司名称	来源于客户和供应商的货币资金 占总资产的比重
0814.HK	北京京客隆	-2.13%
	行业平均	32.53%
	本公司	10.33%

数据来源：万得资讯

注：来源于客户和供应商的信用资金的计算公式为：（应付票据+应付账款+预收款项）
-（应收票据+应收账款+预付款项）

（2）应收账款

公司 2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日的应收账款净额分别为 2,184.77 万元、2,860.02 万元、5,970.97 万元和 3,933.74 万元，占流动资产的比重分别为 3.51%、2.20%、3.02%和 2.14%，占比较小且保持相对稳定，这与公司基本采用现金方式进行销售的经营模式吻合。公司的应收账款主要应收供应商费用和大宗业务客户的团购货款。

单位：万元

项目	2010.6.30			
	金额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	4,302.61	98.25%	430.26	3,872.35
1-2 年（含）	76.74	1.75%	15.35	61.39
2-3 年（含）	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-
合计	4,379.35	100.00%	445.61	3,933.74
项目	2009.12.31			
	金额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	6,209.57	92.85%	620.96	5,588.61
1-2 年（含）	477.67	7.14%	95.53	382.14
2-3 年（含）	0.45	0.01%	0.23	0.23
3 年以上	-	-	-	-
合计	6,687.69	100%	716.72	5,970.97
项目	2008.12.31			
	金额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	3,170.18	99.69%	317.02	2,853.16
1-2 年（含）	8.58	0.27%	1.72	6.86
2-3 年（含）	-	-	-	-
3 年以上	1.27	0.04%	1.27	-
合计	3,180.02	100.00%	320.00	2,860.02
项目	2007.12.31			

	金额	比例	坏账准备	净额
1年以内	2,426.82	99.95%	242.68	2,184.14
1-2年(含)	-	-	-	-
2-3年(含)	1.27	0.05%	0.63	0.63
3年以上	-	-	-	-
合计	2,428.09	100.00%	243.31	2,184.77

2008年底公司应收账款净额较2007年底增加675.25万元,主要原因系随着公司经营规模不断扩大,应收大宗客户的团购款项亦相应增加。2009年底应收账款净额较2008年底增加3,110.95万元,主要原因系公司经营规模扩大,应收大宗客户的团购款及供应商费用相应增加。2010年6月30日应收账款净额较2009年底减少2,037.23万元,主要系公司加强了与供应商结算费用。

从账龄构成来看,2007年底和2008年底公司99%以上应收账款的账龄在1年以内,2009年底92%以上应收账款的账龄在1年以内,2010年6月30日98%以上的应收账款账龄在1年以内,产生坏账的情况较少,应收账款结构健康合理、坏账风险较小。

截至2010年6月30日,公司应收账款按类别分类如下:

单位:万元

类别	2010年6月30日				净额
	金额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
单项金额重大的应收账款	367.82	8.40%	36.78	10.00%	331.03
单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收账款					
其他不重大应收账款	4,011.53	91.60%	408.83	10.19%	3,602.71
合计	4,379.35	100.00%	445.61	10.18%	3,933.74

截至2010年6月30日,公司单项金额重大的应收账款占比较小,仅为8.40%,这与公司经营连锁超市业务有关,客户大都为零散的消费者且消费金额相对较小。

截至 2010 年 6 月 30 日，公司应收账款按性质分类列示如下：

单位：万元

序号	单位名称	应收账款金额	占比
1	应收供应商管理费等费用	2,474.01	56.49%
2	团购款	1,836.57	41.94%
3	其他	68.77	1.57%
合计		4,379.35	100.00%

截至 2010 年 6 月 30 日，公司应收账款前 5 名的明细情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	应收账款金额	占比	与本公司关系	账龄
1	福州市公安局	242.35	5.53%	客户	1 年以内
2	福建省女子监狱	125.47	2.87%	客户	1 年以内
3	中国移动通信集团福建有限公司建瓯分公司	74.49	1.70%	客户	1 年以内
4	福州连港物业管理有限公司	59.20	1.35%	客户	1 年以内
5	中国人民武装警察部队福建省总队直属支队	49.38	1.13%	客户	1 年以内
合计		550.89	12.58%		

(3) 预付款项

公司的预付款主要为预付的供应商货款、租金、设备款、装修工程款、土地款及购房款等。2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日，公司预付款项余额分别达到 6,360.25 万元、21,665.47 万元、37,954.48 万元和 37,925.59 万元，占流动资产的比例分别为 10.23%、16.68%、19.19%和 20.63%。

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	35,838.42	94.50%	37,816.08	99.64%	21,558.39	99.51%	5,857.52	92.10%
1-2 年	2,087.17	5.50%	138.40	0.36%	107.08	0.49%	502.73	7.90%
合计	37,925.59	100.00%	37,954.48	100.00%	21,665.47	100.00%	6,360.25	100.00%

公司 2008 年底预付款项余额较 2007 年底增加 15,305.22 万元，同比增长 240.64%，主要原因系：（1）公司购买房产等预付款增加，其中预付福清兰天房地产开发有限公司 3,500 万元购房款；（2）门店规模扩大带来的预付装修工程款

及设备款、货款、租金等费用的增加。

公司 2009 年底预付款项余额较 2008 年底增加 16,289.01 万元，同比增长 75.18%，主要原因系随着公司经营规模的扩大，2009 年门店数量增长 58.44%，经营面积增长 77.35%，预付供应商的货款和预付装修工程款、设备款和租金等也相应增加所致。公司 2010 年 6 月底预付款项余额较 2009 年底略有降低，减少了 28.89 万元。

商品采购过程中公司主要采用现金方式，但对于部分商品也采用预付货款方式进行采购，如香烟、生鲜类大宗干货、服装等部分商品，对这些商品采取预付购货款的方式可降低公司采购成本或获得较大销售折让。另外，由于服装季节性较强，公司往往提前一个季度进行采购，并部分采用预付货款的方式进行。

由于公司支付预付款项的单位主要是有实力的经营状况良好的供应商或者房屋出租单位，并且账龄大都在一年以内，因此回收风险较小。

报告期内公司预付款项前五名情况详见“第十节 财务会计信息”之“公司主要资产情况”。

(4) 其他应收款

公司其他应收款主要为房屋租赁履约保证金、门店备用金、生鲜采购备用金、工程备用金和工程设备备用金等，其中房屋租赁履约保证金、门店备用金、生鲜采购备用金和工程设备备用金等四类其他应收款有确凿证据表明不存在减值风险，将不计提坏账准备。2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日公司其他应收款净额分别为 12,317.21 万元、19,542.36 万元、23,493.25 万元和 19,064.71 万元，占流动资产的比例分别为 19.82%、15.04%、11.88%和 10.37%，所占比重逐年下降。其他应收款按账龄分布的具体情况如下：

单位：万元

项目	2010.6.30			
	金额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	11,033.03	56.35%	107.09	10,925.94
1-2 年（含）	6,512.34	33.26%	368.08	6,144.26
2-3 年（含）	1,424.96	7.28%	12.50	1,412.46

3年以上	608.30	3.11%	26.26	582.04
合计	19,578.63	100.00%	513.92	19,064.71
项目	2009.12.31			
	金额	比例	坏账准备	净额
1年以内	19,591.63	80.84%	331.05	19,260.57
1-2年(含)	3,722.59	15.36%	381.82	3,340.77
2-3年(含)	364.75	1.51%	12.60	352.15
3年以上	555.81	2.29%	16.06	539.76
合计	24,234.78	100%	741.53	23,493.25
项目	2008.12.31			
	金额	比例	坏账准备	净额
1年以内	17,337.90	85.29%	410.53	16,927.37
1-2年(含)	2,190.03	10.77%	222.04	1,967.99
2-3年(含)	218.10	1.07%	42.10	176.00
3年以上	583.13	2.87%	112.13	471.01
合计	20,329.16	100.00%	786.80	19,542.36
项目	2007.12.31			
	金额	比例	坏账准备	净额
1年以内	11,700.01	89.68%	465.24	11,234.76
1-2年(含)	607.35	4.66%	104.20	503.15
2-3年(含)	361.36	2.77%	45.14	316.22
3年以上	376.91	2.89%	113.83	263.08
合计	13,045.62	100.00%	728.41	12,317.21

公司 2008 年底其他应收款净额较 2007 年底增加 7,225.15 万元，同比增长 58.66%，主要原因系公司经营规模扩大，房屋租赁履约保证金及门店备用金等相应增加，同期营业收入的增长率为 54.58%。

公司 2009 年底其他应收款净额较 2008 年底增加 3,950.89 万元，同比增长 20.22%，主要原因系公司房屋租赁履约保证金及购买商场履约保证金的增加所致，其中房屋租赁履约保证金主要系由于公司门店数量的快速扩张及新开门店租金水平的上涨；购买商场履约保证金是 2009 年 12 月 29 日支付拟购买福建省大田县凤山中路满田春市场部分商场竞标履约保证金，本公司已于 2010 年 1 月全部收回履约保证金。公司 2010 年 6 月 30 日其他应收款净额较 2009 年底减少了 4,428.54 万元。

从账龄构成看，2007 年底、2008 年底和 2009 年底公司大部分其他应收款的账龄在 1 年以内，分别占其他应收款总额的比重为 89.68%、85.29%和 80.84%，不能回收的风险较小。2010 年 6 月 30 日，虽然公司其他应收款账龄在 1 年以内

的比重约 56.35%，但从款项性质看，84.87%的其他应收款为房屋租赁履约保证金、门店备用金、生鲜采购备用金和工程建设保证金，不能回收的风险较小。

截至 2010 年 6 月 30 日，公司其他应收款按款项性质分类的情况如下：

单位：万元

2010.6.30		
项目	金额	占总额比例
房屋租赁履约保证金	11,202.04	57.22%
门店备用金	2,945.50	15.04%
生鲜采购备用金	1,918.60	9.80%
工程建设保证金	550.00	2.81%
工程备用金	159.50	0.81%
其他	2,802.99	14.32%
合计	19,578.63	100.00%

注：房屋租赁履约保证金主要针对租赁所需缴纳的押金

截至 2010 年 6 月 30 日，公司单项金额重大的其他应收款仅占账面金额的 17.71%，具体如下：

单位：万元

类别	2010 年 6 月 30 日				
	金额		坏账准备		净额
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
单项金额重大的其他应收款	3,467.59	17.71%	351.79	10.15%	3,115.80
单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的其他应收款	608.30	3.11%	26.26	4.32%	582.04
其他不重大其他应收款	15,502.74	79.18%	135.87	0.88%	15,366.87
合计	19,578.63	100.00%	513.92	2.62%	19,064.71

截至 2010 年 6 月 30 日，公司其他应收款前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	性质	金额	账龄	占其他应收款总额的比例(%)
1	福建省霞浦县蔬菜公司	租赁履约保证金	800.00	1-2 年	4.09%
2	福州盖山门店装修款	装修款	703.59	2-3 年	3.59%

序号	单位名称	性质	金额	账龄	占其他应收款总额的比例(%)
3	闽侯县财政局会计核算中心	工程建设保证金	550.00	1-2年	2.81%
4	杨燕强	生鲜采购备用金	463.63	1年以内	2.37%
5	合创绿地(北京)商贸有限公司	租赁履约保证金	340.00	1年以内	1.74%
	合计		2,857.22		14.60%

截至2010年6月30日,公司其他应收款中无持有本公司5%(含5%)以上表决权股份的股东欠款。

(5) 存货

公司2007年12月31日、2008年12月31日、2009年12月31日和2010年6月30日的存货净额分别为22,614.67万元、37,789.44万元、75,211.20万元和72,054.33万元,占流动资产的比重分别为36.38%、29.09%、38.02%和39.19%。公司的存货主要为库存商品,2007年12月31日、2008年12月31日、2009年12月31日和2010年6月30日,库存商品占存货的比例分别为94.54%、96.05%、97.64%和98.09%,具体如下表:

单位:万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	563.38	0.78%	1,027.45	1.37%	787.11	2.08%	172.86	0.76%
物资采购	0	0.00%	0	0.00%	386.71	1.02%	765.69	3.39%
库存商品	70,677.29	98.09%	73,435.91	97.64%	36,297.69	96.05%	21,379.16	94.54%
低值易耗品	787.61	1.09%	559.18	0.74%	309.76	0.82%	182.59	0.81%
委托加工物资	26.04	0.04%	188.66	0.25%	8.17	0.02%	114.37	0.51%
合计	72,054.33	100.00%	75,211.20	100.00%	37,789.44	100.00%	22,614.67	100.00%

公司2008年存货较2007年底增加15,174.77万元,同比增长67.10%,主要原因系随着公司经营规模扩大,门店数量由2007年底的58家增加到2008年底的77家,库存商品也相应增加。

公司2009年存货较2008年度增加37,421.76万元,同比增长99.03%,主要原因系:①公司经营规模的扩大,门店数量由2008年底的77家增加到2009年底的122家,增长58.44%;经营面积同比增长77.35%;②自2009年起,本公司福州地区服装运营方式由代销变更为买断式采购,服装类存货大幅增加。公司

2010年6月30日存货较2009年底略有降低，减少了3,156.87万元。

库存商品按商品品类的明细情况如下：

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
生鲜及加工	9,442.39	13.31%	11,329.67	15.43%	6,352.48	17.50%	3,515.94	16.45%
食品用品	44,280.32	62.40%	39,352.08	53.59%	25,811.79	71.11%	14,978.50	70.06%
服装	17,239.33	24.29%	22,754.16	30.99%	4,133.42	11.39%	2,884.74	13.49%
合计	70,962.05	100.00%	73,435.91	100.00%	36,297.69	100.00%	21,379.17	100.00%

注：上表数据未扣除存货跌价准备金额

从库存商品的结构来看，2007年和2008年各类商品的存货占库存商品的比例保持相对稳定，而2009年该等比例出现较大幅度波动的主要原因系运营方式改变带来的服装类存货大幅增加。

公司针对不同库存商品类别实行分类管理，采取合理有效的措施来降低存货产生滞销或跌价的风险，力争在有效期内完成销售，具体如下：

1、生鲜及加工类商品

鉴于丰富的生鲜商品经营经验，公司根据销售量及销售周期来确定公司的采购量或生产量、定价策略、促销方式等，减少库存积压，保证在有效期内完成销售。例如，在订货时，公司考虑商品的销售周期，并根据考虑天气以及节假日等综合因素确定生鲜商品订货量或生产量，销售周期较短的商品，按预估销售量可增加10%的订货量或生产量，销售周期较长的商品按预估销售量减少10%确定订货量或生产量，以保证生鲜及加工商品在保质期内完成销售。公司每天均对生鲜及加工商品定期跟踪，并对临近有效期的商品进行降价促销，超过有效期及变质的商品则当日进行报损处理。此外，公司在采购和生产环节强化对商品质量的判断和筛选，提高商品质量，有效延长商品的有效期。

2、食品用品类

对于食品类商品，公司针对供应商运送到物流配送中心的食品，在验收入库前进行质量检验以及关注商品保质期等；商品保质期超过商品整个保质期间三分之一以上的不予收货。门店日常食品销售执行先入库先销售的原则；食品保质期

达到二分之一时门店管理人员开始跟踪，食品保质期达到三分之二门店管理人员将其下架处理，其中对于与供应商有退货协议的，公司将根据与供应商签订的《合作协议》，提前与供应商联系，向供应商进行退货或换货；对于与供应商无退货协议的，门店将该类食品进行变价处理，食品保质期达到或超过有效期时由各门店进行报损处理，保证库存商品的质量及降低跌价风险。

对于用品类商品，公司每个季度对提供同一类别用品的不同供应商进行综合评价，对销售不畅的供应商实行末位淘汰，努力确保商品的周转率及符合消费者需求；有退货协议的，公司将根据与供应商签订的《合作协议》，提前与供应商联系，供应商负责退货或更换商品；无退货协议的，公司对于临近有效期商品进行变价处理，确保在有效期内完成销售，否则各门店将对至有效期外的商品进行报损。

3、服装类商品

对于服装类商品，2009年7月1日之前公司大部分采用代销模式，由供应商派驻工作人员现场管理，服装存货尚未销售之前风险主要由供应商承担，公司根据实际销售数量确认入库数量及金额并结转营业成本；2009年7月1日之后，出于对卖场统一管理、降低采购成本及提高毛利率等考虑，公司开始采取买断经营方式。而在经营模式变更时点，公司将供应商存放于门店的服装根据实际销售情况、季节周期、产品质量等因素进行了筛选，将原有滞销及过时服装退还给供应商自行处理，剩余的由双方重新盘点库存并确认验收入库。

报告期内，公司在管理费用中列支的商品损耗情况如下：

单位：万元	2010年 1-6月	占主营业务 收入比重	2009年	占主营业务 收入比重	2008年	占主营业务 收入比重	2007年	占主营业务 收入比重
生鲜及加工	45.00	0.01%	85.37	0.02%	60.48	0.02%	29.61	0.02%
食品用品	914.84	0.17%	1,628.33	0.46%	1,325.96	0.57%	792.79	0.50%
服装	434.88	0.08%	472.76	0.75%	0	0.00%	0	0.00%
合计	1,395.78	0.26%	2,186.46	0.27%	1,386.43	0.25%	822.40	0.23%

本公司存货跌价准备按照成本与可变现净值孰低计量。年末，在对存货进行全面盘点的基础上，对于存货因被淘汰、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因导致成本高于可变现净值的部分，提取存货跌价准备。存货跌价准备按单个（或类别）存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。其中：对于产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，

以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；对于需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

报告期前三年，本公司不计提存货跌价准备的主要原因如下：

①存货周转较快

2007 年度、2008 年度和 2009 年度，公司整体的存货周转率分别为 16.93 次、15.44 次和 12.31 次，整体周转速度较快，可变现净值低于成本的情况较少。分商品来看，生鲜及加工类商品的存货周转率在 50 次以上，食品用品类商品也均在 8 次以上。

存货周转率（次）	2009 年度	2008 年度	2007 年度
生鲜及加工	51.70	70.19	125.42
食品用品	8.60	8.96	9.44
服装	3.32	8.01	4.80
公司总体	12.31	15.44	16.93

②有效的库存管理

a.各采购品类负责人每月定期对所管辖供应商商品进行销售分析和分类，针对商品的生命周期和市场上商品的更新换代速度，定期对销售不佳的商品进行降价试销。

b.采购员和门店员工每月跟踪库存周转慢的商品，并反馈给供应商进价降价试销，对试销效果较好的单品继续保留，对销售不好、库存周转慢的商品立即进行清场和清退。

c.对重大节庆、重大促销活动销售期间的商品促销，与供应商签订促销期结束后立即退货的合作协议，减少因促销活动原因造成库存积压商品。

③有效的采购管理

公司从采购环节就制定了完善的筛选制度，主要采购当季流行且销量较好的

产品，并且强化在采购过程中对商品质量的判断和筛选，从而减少由于商品质量问题而使得可变现净值低于成本的风险。

④保价条款

在与供应商签订的格式合同文本赋予了公司差价补偿的保护条款，例如，双方约定的结算价格应保持稳定，未经本公司事先同意不得变动价格；降价可随时通知本公司，但应对本公司现有库存进行差价补偿。

2010年6月30日，本公司根据期末库存商品的采购成本和可变现净值，将采购成本高于其可变现净值后的差额计提了跌价准备，合计约284.76万元。

截至2010年6月30日，公司库存商品总额及跌价准备计提情况列示如下：

单位：万元

项目	金额	减值准备	净额
生鲜及加工	9,442.39	-	9,442.39
食品用品	44,280.32	28.18	44,252.14
服装	17,239.33	256.58	16,982.75
合计	70,962.05	284.76	70,677.29

保荐人认为，发行人以经营生鲜为主、存货周转率较快，存货的库龄较短、库龄结构合理，发行人采取了高效的采购和库存管理制度降低库存积压或滞销风险，对其中绝大部分破损、滞销品和临近保质期商品根据合同条款向供应商办理退换货，盘亏商品和少部分无法取得供应商退换货的商品及时进行报损处理，报告期前三年发行人存货不存在滞销或跌价的情况，未计提存货跌价准备符合公司谨慎的会计原则。此外，发行人根据2010年6月30日的存货构成及可变现净值情况，对库存商品计提了284.76万元存货跌价准备，符合公司谨慎的会计原则。

发行人会计师认为，在公司现有经营模式及存货管理下，存货各类别得到有效的管理，存货的周转率较快，存货各类别库龄时间较短，同时公司在每个季度末均进行一次全面的盘点，出现报损的商品按照公司报损流程进行了处理，公司报告期前三年存货商品不存在滞销或跌价的情况，公司报告期前三年内未提取存货跌价准备以及2010年6月30日的存货跌价准备计提符合谨慎原则。

(6) 其他流动资产

公司其他流动资产主要由待摊房屋租金、保险费、物业费等构成，2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日的余额分别为 193.55 万元、427.40 万元、1,704.57 万元和 983.86 万元，占流动资产的比重分别仅为 0.31%、0.33%、0.86%和 0.54%，其中占比较大的是房屋租金。2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日公司房屋租金占其他流动资产的比例分别为 88.72%、95.20%、97.04%和 90.39%。具体明细如下：

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋租金	889.27	90.39%	1,654.09	97.04%	406.88	95.20%	171.72	88.72%
保险费	8.37	0.85%	4.04	0.24%	1.96	0.46%	2.80	1.44%
物业费	12.50	1.27%	0.78	0.05%	1.18	0.28%	0.29	0.15%
其他	73.73	7.49%	45.66	2.68%	17.39	4.07%	18.74	9.68%
合计	983.86	100.00%	1,704.57	100.00%	427.40	100.00%	193.55	100.00%

注：其他流动资产中的房屋租金主要指预付的一年以内的租金

公司 2008 年底、2009 年底其他流动资产分别较上年增加 233.85 万元、1,277.17 万元，同比增长 120.82%和 298.82%，主要原因系随着公司经营的门店增加，预付房屋租金相应增加。

2010 年 6 月 30 日，其他流动资产较 2009 年底减少了 720.71 万元，主要原因上年度预付的租金根据 2010 年 1-6 月收益期转入当期费用，使得待摊的房屋租金下降。

3、非流动资产

公司报告期内的非流动资产构成如下表所示：

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期股权投资	-	-	-	-	-	-	-	-
固定资产	67,179.42	42.37%	53,750.11	45.16%	28,765.98	54.73%	18,306.57	57.52%
在建工程	17,161.45	10.82%	5,254.35	4.41%	230.55	0.44%	211.56	0.66%
工程物资	-	-	-	-	-	-	-	-
无形资产	17,210.58	10.85%	16,051.82	13.49%	1,020.52	1.94%	1,075.41	3.38%

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期待摊费用	56,119.30	35.39%	43,238.45	36.32%	22,205.07	42.25%	12,012.33	37.74%
递延所得税资产	885.91	0.56%	737.62	0.62%	334.21	0.64%	222.08	0.70%
合计	158,556.65	100.00%	119,032.35	100.00%	52,556.32	100.00%	31,827.94	100.00%

公司的非流动资产主要包括固定资产、无形资产、长期待摊费用和递延所得税资产等，其中 2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日四者合计占非流动资产的比例分别达到 99.34%、99.56%、95.59% 和 89.18%，非流动资产占总资产的比重分别为 33.86%、28.80%、37.57% 和 46.31%，符合公司主要以租赁方式经营连锁超市业务的现状。

公司 2008 年非流动资产较 2007 年增加 20,728.38 万元，同比增长 65.13%，主要系由于公司经营规模稳健、快速扩张，2008 年门店和经营面积分别较上年增长 32.76% 和 40.49%，固定资产和长期待摊费用也相对应的增长。

公司 2009 年非流动资产较 2008 年增加 66,476.03 万元，同比增长 126.49%，主要系由于固定资产、长期待摊费用、无形资产和在建工程等增加所致，在经营规模扩大的同时公司也开始加大对物流系统的建设。

公司 2010 年 6 月 30 日非流动资产较 2009 年底增加 39,524.30 万元，主要系由于固定资产、长期待摊费用和在建工程等增加所致。

(1) 固定资产

公司的固定资产主要包括房屋建筑物、机器设备、运输工具、电子设备和工具器具。2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日公司固定资产净额分别为 18,306.57 万元、28,765.98 万元、53,750.11 万元和 67,179.42 万元，占非流动资产的比重分别为 57.52%、54.73%、45.16% 和 42.37%，保持相对稳定。

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	净额	比例	净额	比例	净额	比例	净额	比例
房屋建筑物	9,170.98	13.65%	8,344.90	15.53%	2,089.06	7.26%	2,186.80	11.95%
机器设备	29,097.87	43.31%	23,050.24	42.88%	12,721.79	44.23%	7,627.81	41.67%
运输工具	1,909.04	2.84%	1,515.36	2.82%	1,261.55	4.39%	847.10	4.63%
电子设备	9,733.26	14.49%	8,382.79	15.60%	6,738.79	23.43%	3,913.98	21.38%

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	净额	比例	净额	比例	净额	比例	净额	比例
工具器具	17,268.26	25.70%	12,456.81	23.18%	5,954.79	20.70%	3,730.88	20.38%
合计	67,179.42	100.00%	53,750.11	100.00%	28,765.98	100.00%	18,306.57	100.00%

公司 2008 年固定资产净额较 2007 年增加 10,459.41 万元，同比增长 57.13%，主要系由于机器设备、电子设备及工具器具的增加所致，为了适应公司经营规模的扩大，物流、信息系统等设施的购置也相应增加；公司房屋建筑物较上年出现了小幅下降，主要系由于房屋建筑物的折旧及公司在 2008 年没有购置房屋建筑所致。

公司 2009 年固定资产净额较 2008 年增加 24,984.13 万元，同比增长 86.85%，主要系由于房屋建筑物、机器设备、工具器具增加所致，其中公司在 2009 年度新增房屋建筑物 6,452.27 万元；门店机器设备在建工程的安装竣工转入 4,753.42 万元。

公司 2010 年 6 月 30 日，固定资产净额较 2009 年底增加 13,429.31 万元，主要系由于机器设备、工具器具增加所致。

截至 2010 年 6 月 30 日，固定资产中不存在抵押情况。

截至 2010 年 6 月 30 日，公司的固定资产主要包括房屋建筑物、机器设备、运输工具、电子设备和工具器具，均为公司生产经营紧密相关的资产，不存在闲置或暂时不用的固定资产。其中：房屋及建筑物的成新率为 95.59%，机器设备、运输工具、电子设备和工具器具的成新率分别为 81.66%、69.40%、66.39%和 75.17%，成新率均较高。此外，公司还定期对各种设备进行维护保养，延长其使用寿命。公司报告期内固定资产未出现减值情形，无须计提减值准备。

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋及建筑物	9,594.51	423.53	9,170.98	95.59%
机器设备	35,632.77	6,534.90	29,097.87	81.66%
运输工具	2,750.81	841.77	1,909.04	69.40%
电子设备	14,660.41	4,927.15	9,733.26	66.39%
工具器具	22,971.98	5,703.72	17,268.26	75.17%
合计	85,610.49	18,431.07	67,179.42	78.47%

(2) 在建工程

公司 2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日的在建工程分别为 211.56 万元、230.55 万元、5,254.35 万元和 17,161.45 万元，占非流动资产的比重分别为 0.66%、0.44%、4.41%和 10.82%。

2009 年公司在建工程较 2008 年底增加 5,023.80 万元，主要系根据经营需要和完善物流体系以支持连锁门店扩张，公司在 2009 年度陆续开始对部分项目进行施工建设，包括海峡食品中心、成都彭州加工配送中心、永辉城市生活广场、福州地区门店装修、闽侯生活中心项目、重庆地区门店装修和南平地区门店装修等。

2010 年 6 月底在建工程比 2009 年底增加 11,907.10 万元，主要系公司海峡食品中心、成都彭州加工配送中心、闽侯生活中心项目以及门店装修本年工程投入增加所致。

截至 2010 年 6 月 30 日，公司在建工程未出现减值情况，无需计提减值准备。

(3) 无形资产

公司的无形资产包括土地使用权和软件。2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日公司无形资产分别为 1,075.41 万元、1,020.52 万元、16,051.82 万元和 17,210.58 万元，占非流动资产的比重分别为 3.38%、1.94%、13.49%和 10.85%。

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	净额	比例	净额	比例	净额	比例	净额	比例
土地使用权	16,689.76	96.97%	15,837.73	98.67%	841.15	82.42%	864.90	80.42%
软件	520.82	3.03%	214.09	1.33%	179.37	17.58%	210.51	19.58%
合计	17,210.58	100.00%	16,051.82	100.00%	1,020.52	100.00%	1,075.41	100.00%

公司 2009 年无形资产较 2008 年底增加 15,031.30 万元，同比增长 1,472.91%，主要原因系 2009 年度公司出于实际经营需要及完善物流体系，购买了海峡食品中心、闽侯生活中心和永辉城市生活广场等四处土地使用权，并且对财务及物流管理等软件进行了升级改造。公司 2010 年 6 月 30 日无形资产较 2009 年底增加 1,158.76 万元，主要系公司取得了成都彭州加工配送中心的土地使用权。

截至 2010 年 6 月 30 日，土地使用权主要包括福州鳌峰土地使用权（榕国用

(2010)第 00444400784 号)、海峡食品中心土地使用权(侯国用(2009)第 190407 号)、闽侯生活中心土地使用权(侯国用(2009)第 190443 号和侯国用(2009)第 190444 号)、永辉城市生活广场(渝 103 房地证 2009 年第 00860 号和渝 103 房地证 2009 年第 00861 号)和成都彭州加工配送中心土地使用权(彭国用(2010)第 8779 号)

截至 2010 年 6 月 30 日,公司拥有的无形资产不存在减值的情况,故未计提减值准备。

(4) 长期待摊费用

公司的长期待摊费用主要包括装修费、房屋租金等费用,其中装修费主要指门店装修及改良支出,第一类是新开门店开业前的经营场所和办公场所装修及改良支出;第二类是已开业门店的二次(或二次以上)装修及改良支出。新开门店装修及改造支出在预计最长受益期(10 年)和剩余租赁期孰短的期限内按直线法进行摊销。已开业门店二次(或二次以上)装修及改良支出在预计最长受益期(5 年)和剩余租赁期孰短的期限内按直线法进行摊销。

2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日公司长期待摊费用分别为 12,012.33 万元、22,205.07 万元、43,238.45 万元和 56,119.30 万元,占非流动资产的比重分别为 37.74%、42.25%、36.32%和 35.39%,占比相对较大。公司长期待摊费用的主要构成如下:

单位:万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	净额	比例	净额	比例	净额	比例	净额	比例
门店装修费	51,683.21	92.10%	39,183.90	90.62%	19,176.15	86.36%	9,158.64	76.24%
房屋租金	2,672.62	4.76%	2,750.30	6.36%	2,768.62	12.47%	2,580.26	21.48%
租赁使用权	1,701.07	3.03%	1,280.21	2.96%	178.17	0.80%	244.79	2.04%
其他	62.41	0.11%	24.04	0.06%	82.12	0.37%	28.64	0.24%
合计	56,119.30	100.00%	43,238.45	100.00%	22,205.07	100.00%	12,012.33	100.00%

注:长期待摊费用中的房屋租金主要指预付的一年以上的租金

门店装修费是长期待摊费用的主要构成部分,分别占 2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日长期待摊费用的 76.24%、86.36%、90.62%和 92.10%,呈现上升趋势,这与公司近年来门店数量

的高速发展、注重门店设计装潢、完善消费者购物环境和体验有关。

公司 2008 年底、2009 年底和 2010 年 6 月 30 日，长期待摊费用分别较上年增加 10,192.74 万元、21,033.38 万元和 12,880.85 万元，主要原因系公司新开业门店装修支出以及部分门店的二次装修支出。

此外，2009 年底公司的租赁使用权较 2008 年增加 1,102.03 万元，系本公司及子公司福州超大永辉商业有限公司及厦门永辉商业有限公司收购门店支付的溢价。2010 年 6 月 30 日，公司的租赁使用权较 2009 年底增加 420.86 万元，系收购门店支付的溢价。

(5) 递延所得税资产

公司的递延所得税资产由可抵扣亏损和资产减值准备构成。2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日公司递延所得税资产分别为 222.08 万元、334.21 万元、737.62 万元和 885.91 万元，占非流动资产的比重分别为 0.70%、0.64%、0.62%和 0.56%，比例很小。

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	净额	比例	净额	比例	净额	比例	净额	比例
可抵扣亏损	591.80	66.80%	419.93	56.93%	98.03	29.33%	0	0.00%
资产减值准备	272.36	30.74%	317.69	43.07%	236.17	70.67%	52.97	23.85%
开办费							169.11	76.15%
与资产相关的政府补助	21.75	2.46%						
合计	885.91	100.00%	737.62	100.00%	334.21	100.00%	222.08	100.00%

公司 2008 年和 2009 年递延所得税资产分别较上年增加 112.13 万元和 403.41 万元，主要系由可抵扣亏损和资产减值准备增加所致，其中可抵扣亏损的增加主要是子公司北京永辉超市有限公司和泉州永辉超市有限公司处于门店筹备期，经营亏损预计未来有足够应纳税所得额可以转回相应确认递延所得税资产，以及福建海峡食品发展有限公司 2008 年度处于筹备期，经营亏损预计未来有足够的应纳税所得额可以转回确认递延所得税资产；资产减值准备的增加主要是本公司规模扩大，应收账款和其他应收款增加相应资产减值准备增加，故确认递延所得税资产相应增加。

(6) 资产减值准备

公司的资产减值准备由坏账准备和存货跌价准备构成。2007年12月31日、2008年12月31日、2009年12月31日和2010年6月30日公司资产减值准备分别为971.73万元、1,106.80万元、1,458.24万元和1,244.28万元。

单位：万元

项 目	2010.6.30	2009.12.31	2008.12.31	2007.12.31
坏账准备	959.53	1,458.24	1,106.80	971.73
存货跌价准备	284.76			
合 计	1,244.28	1,458.24	1,106.80	971.73

公司应收款项（包括应收账款和其他应收款等）按合同或协议价款作为初始入账金额，并按下列标准确认坏账损失：凡因债务人破产，依照法律清偿程序清偿后仍无法收回；或因债务人死亡，既无遗产可供清偿，又无义务承担人，确实无法收回；或因债务人逾期未能履行偿债义务，经法定程序审核批准，该等应收账款列为坏账损失，并冲销提取的坏账准备。在资产负债表日，公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，经测试发生了减值的，按其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确定减值损失，计提坏账准备；除对列入合并范围内母子公司之间应收款项及有确凿证据表明不存在减值的应收款项不计提坏账准备之外，对单项测试未减值的应收款项，汇同对单项金额非重大的应收款项，按账龄划分为若干组合，再按这些应收款项组合在资产负债表日余额的一定比例计算确定减值损失，计提坏账准备。

公司按应收款项账龄分析法计提坏账准备，具体如下：账龄1年以内的（含1年，下同），按其余额的10%计提；1-2年的，按20%计提；2-3年的，按50%计提；3年以上的按100%计提。公司坏账计提政策与同行业A股上市公司的比较情况如下：

公司名称	1年以内（含1年）	1-2年	2-3年	3-4年	4年以上
华联综超	5%	10%	15%	20%	20%
武汉中百	5%	8%	10%	50%	80%/100%
步步高	5%	10%	30%	50%	100%
新华都	2%/5%	10%	20%	30%	60%/100%
人人乐	5%	10%	30%	50%	80%/100%
本公司	10%	20%	50%	100%	100%

数据来源：各上市公司年报

注：武汉中百和人人乐对于4-5年的应收账款计提比例为80%，5年以上的计提比例为

100%；新华都对于 0-5 年以内应收账款的计提比例为 2%，0.5-1 年的计提比例为 5%，4-5 年的计提比例为 60%，5 年以上的计提比例为 100%。

管理层认为：公司经营过程发生坏账情况极少，且从同行业 A 股上市公司的坏账计提政策比较来看，公司目前所制定的计提比例符合谨慎性原则。

公司应收账款和其他应收款的坏账准备计提水平如下：

单位：万元

项目	2010.6.30			2009.12.31			2008.12.31			2007.12.31		
	金额	坏账准备	计提比例	金额	坏账准备	计提比例	金额	坏账准备	计提比例	金额	坏账准备	计提比例
应收账款	4,379.35	445.61	10.18%	6,687.69	716.72	10.72%	3,180.02	320.00	10.06%	2,428.09	243.31	10.02%
其他应收款	19,578.63	513.92	2.62%	24,234.78	741.53	3.06%	20,329.16	786.80	3.87%	13,045.62	728.41	5.58%
合计	23,957.98	959.53	4.01%	30,914.78	1,458.24	4.72%	23,509.18	1,106.80	4.71%	15,473.71	971.73	6.28%

公司 2007 年至 2010 年 6 月 30 日其他应收款的坏账准备计提比例分别为 5.58%、3.87%、3.06%和 2.62%，低于账龄在 1 年以内的其他应收款计提 10%坏账准备的计提原则，主要原因系其他应收款中房屋租赁履约保证金、生鲜采购备用金、门店备用金和工程建设保证金等四类应收款项有确凿证据表明不存在减值风险，不对其计提坏账准备。

公司管理层认为，公司流动资产占比较大，资产变现能力强，整体资产质量优良。公司按照稳健性原则，根据《企业会计准则》的要求、自身的业务特点和资产实际情况，制定各项资产减值准备计提的政策，并对各类资产在资产负债表日进行审慎核查，严格按制定的会计政策计提各项减值准备。计提的各项资产减值准备是公允和稳健的、与公司资产质量的实际状况相符，公司未来不会因资产突发减值而导致经营或财务风险。

（二）负债的主要构成

1、负债结构分析

2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日，公司的负债总计分别为 50,282.75 万元、100,283.99 万元、209,795.52 万元和 229,560.10 万元。公司 2008 年底、2009 年底的负债总额分别较上年增长 99.44%、109.20%，主要原因是公司正处于快速扩张的发展阶段，短期借款、应

付供应商货款等大幅增加所致。

报告期内，公司负债结构未发生重大变化。2007年12月31日、2008年12月31日、2009年12月31日和2010年6月30日，公司流动负债占总负债的比例分别为99.96%、100.00%、92.42%和96.71%，非流动负债占总负债的比例分别为0.04%、0、7.58%和3.29%，流动负债在负债结构中所占比例较高，符合公司经营连锁超市行业的特点，与公司主要通过银行短期借款来获取发展所需资金等经营思路密切相关。

公司报告期内主要负债构成如下：

报告期内公司主要负债结构表

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债合计	222,005.49	96.71%	193,885.90	92.42%	100,283.99	100.00%	50,264.56	99.96%
其中：短期借款	126,300.00	55.02%	99,200.00	47.28%	46,564.31	46.43%	11,800.00	23.47%
应付账款	59,532.51	25.93%	63,517.12	30.28%	31,471.57	31.38%	21,228.24	42.22%
预收款项	15,138.83	6.59%	13,129.27	6.26%	5,912.70	5.90%	2,765.14	5.50%
应付职工薪酬	5,245.50	2.29%	3,807.98	1.82%	3,576.81	3.57%	2,154.54	4.28%
应交税费	4,922.28	2.14%	6,433.14	3.07%	5,852.09	5.84%	4,929.22	9.80%
应付利息	153.44	0.07%	101.80	0.05%	-	-	-	-
应付股利	435.58	0.19%	-	-	1,760.00	1.76%	4,000.00	7.96%
其他应付款	10,277.35	4.48%	7,696.61	3.67%	5,146.50	5.13%	3,387.42	6.74%
其他流动负债	-	-	-	-	-	-	-	-
非流动负债合计	7,554.62	3.29%	15,909.62	7.58%	-	-	18.19	0.04%
其中：递延所得税负债	-	-	-	-	-	-	18.19	0.04%
长期借款	-	-	8,500.00	4.05%	-	-	-	-
专项应付款	7,409.62	3.23%	7,409.62	3.53%	-	-	-	-
其他非流动负债	145.00	0.06%	-	-	-	-	-	-
负债总计	229,560.10	100.00%	209,795.52	100.00%	100,283.99	100.00%	50,282.75	100.00%

2、流动负债

公司报告期内的流动负债构成如下表所示：

单位：万元

项目	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	126,300.00	56.89%	99,200.00	51.16%	46,564.31	46.43%	11,800.00	23.48%
应付账款	59,532.51	26.82%	63,517.12	32.76%	31,471.57	31.38%	21,228.24	42.23%
预收款项	15,138.83	6.82%	13,129.27	6.77%	5,912.70	5.90%	2,765.14	5.50%
应付职工薪酬	5,245.50	2.36%	3,807.98	1.96%	3,576.81	3.57%	2,154.54	4.29%
应交税费	4,922.28	2.22%	6,433.14	3.32%	5,852.09	5.84%	4,929.22	9.81%
应付利息	153.44	0.07%	101.80	0.05%	-	-	-	-
应付股利	435.58	0.20%	-	-	1,760.00	1.76%	4,000.00	7.96%
其他应付款	10,277.35	4.63%	7,696.61	3.97%	5,146.50	5.13%	3,387.42	6.74%
其他流动负债	-	-	-	-	-	-	-	-
流动负债合计	222,005.49	100.00%	193,885.90	100.00%	100,283.99	100.00%	50,264.56	100.00%

公司的流动负债主要包括短期借款、应付账款、预收款项和应交税费等，2007年12月31日、2008年12月31日、2009年12月31日和2010年6月30日，四者合计占流动负债的比例分别达到81.02%、89.55%、94.01%和92.74%。

公司流动负债2008年底、2009年底分别较上年增长99.51%、93.34%，主要原因是从2007年以来随着公司经营规模稳健、快速扩张，短期借款、应付账款、预收款项等也相应增加，尤其是由于公司尚未获得资本平台，业务扩张所需资金除了自身累积之外主要通过短期借款获得。

公司2008年流动负债较2007年增加50,019.42万元，其中短期借款增加34,764.31万元、应付账款增加10,243.33万元；2009年流动负债较2008年增加93,601.91万元，主要系短期借款增加52,635.69万元、应付账款增加32,045.54万元。2010年6月30日流动负债较2009年底增加28,119.59万元，主要系短期借款增加27,100.00万元。

(1) 短期借款

2007年12月31日、2008年12月31日、2009年12月31日和2010年6月30日公司短期借款余额分别为11,800.00万元、46,564.31万元、99,200.00万元和126,300.00万元，分别占当期流动负债的比重为23.48%、46.43%、51.16%和56.89%，所占比重较大。公司短期借款主要包括保证借款、银行承兑汇票及信用证借款。

公司 2008 年底短期借款较 2007 年底增加 34,764.31 万元,同比增长 294.61%,主要系因为公司经营规模扩大和业务扩张需要,流动资金需求量增加,相应增加银行借款所致;其中,公司以位于福州市台江区鳌峰街道鳌峰路 190 号 7,422.00 平方米土地使用权及 17,424.28 平方米房屋建筑物提供抵押担保,向招商银行福州东街口支行取得短期借款 7,000.00 万元,期限为 2008 年 12 月 10 日至 2009 年 6 月 15 日;2008 年公司分别向福州市商业银行、华夏银行福州分行营业部、交通银行福州市五一支行担保借款 3,000.00 万元、5,000.00 万元和 8,500.00 万元;2008 年公司新增银行承兑汇票 23,064.31 万元,主要系本公司开具给全资子公司福建闽侯永辉商业有限公司的应付票据,截至目前福建闽侯永辉商业有限公司已将该票据全部贴现。

公司 2009 年底短期借款较 2008 年增加 52,635.69 万元,同比增长 113.04%,其中银行承兑汇票及信用证借款 41,700.00 万元,系本公司开具给全资子公司福建闽侯永辉商业有限公司银行承兑汇票及信用证,福建闽侯永辉商业有限公司已将该票据全部贴现或议付。

公司 2010 年 6 月 30 日短期借款较 2009 年底增加 27,100.00 万元,系公司经营规模扩大,流动资金需求量增加,相应增加银行借款所致。

(2) 应付账款

2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日,公司应付账款分别为 21,228.24 万元、31,471.57 万元、63,517.12 万元和 59,532.51 万元,分别占当期流动负债的比重为 42.23%、31.38%、32.76%和 26.82%。公司 2008 年底、2009 年底应付账款较上年增加 10,243.33 万元、32,045.54 万元,分别增长 48.25%、101.82%,主要系随着经营门店数量增加,公司商品采购扩大,相应应付供应商货款增加所致。

单位：万元

账龄	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	59,200.57	99.44%	63,174.15	99.46%	30,987.83	98.46%	20,904.64	98.48%
1-2年	330.84	0.56%	341.87	0.54%	448.89	1.43%	320.63	1.51%
2-3年	-	-	1.10	0.00%	31.88	0.10%	2.98	0.01%
3年以上	1.10	0.00%	-	-	2.98	0.01%	-	0.00%
合计	59,532.51	100.00%	63,517.12	100%	31,471.57	100.00%	21,228.24	100.00%

从账龄结构来看，公司应付账款的账龄绝大多数在1年以内，2007年底、2008年底、2009年底和2010年6月30日，1年以内应付账款占总应付账款的比重分别为98.48%、98.46%、99.46%和99.44%。账龄超过1年的应付账款主要系供应商未及时开具发票尚未结清的货款。

报告期内应付账款中无应付持有本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东或关联方款项。

与同行业可比上市公司平均水平相比，公司2009年应付账款周转天数较短，仅为33.32天，这与公司“与供应商融合共赢”的经营理念密切相关。此外，较低的公司对供应商应付账款周转天数使得公司在采购成本的议价方面存在优势。

证券代码	公司名称	2009年12月31日
		应付账款周转天数（天）
600361.SH	华联综超	71.44
000759.SZ	武汉中百	45.99
002251.SZ	步步高	57.90
002264.SZ	新华都	44.38
002336.SZ	人人乐	73.07
8277.HK	物美商业	75.68
0980.HK	联华超市	60.30
1832.HK	时代零售	N/A
0814.HK	北京京客隆	57.20
行业平均		60.75
本公司		33.32

数据来源：万得资讯，公司审计报告

（3）预收款项

2007年12月31日、2008年12月31日、2009年12月31日和2010年6

月 30 日公司预收款项分别为 2,765.14 万元、5,912.70 万元、13,129.27 万元和 15,138.83 万元，分别占当期流动负债的比重为 5.50%、5.90%、6.77%和 6.82%，其中，账龄在 1 年以内的预收款项占比较大，2007 年至 2010 年 6 月 30 日分别为 100.00%、99.97%、99.31%和 100.00%。

公司的预收款项主要是预收大宗购物款和供应商费用、承租方租金等。2007 年至 2010 年 6 月 30 日公司预收款项占营业收入的比重分别为 0.75%、1.04%、1.55%和 2.70%，占比较小。

单位：万元

账龄	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	15,138.70	100.00%	13,038.18	99.31%	5,910.92	99.97%	2,765.09	100.00%
1-2 年	0.14	0.00%	91.09	0.69%	1.77	0.03%	0.0503	0.00%
合计	15,138.83	100.00%	13,129.27	100.00%	5,912.70	100.00%	2,765.14	100.00%

报告期内公司预收款项按业务性质分明细如下：

单位：万元

账龄	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
预收大宗购物款	14,165.36	93.57%	12,016.38	91.52%	5,176.43	87.55%	2,765.14	100.00%
预收供应商费用、承租方租金等	973.48	6.43%	1,112.89	8.48%	736.27	12.45%	-	-
合计	15,138.83	100.00%	13,129.27	100.00%	5,912.70	100.00%	2,765.14	100.00%

公司 2008 年底、2009 年底和 2010 年 6 月 30 日，预收款项分别较上年增加 3,147.55 万元、7,216.57 万元和 2,009.56 万元，增长 113.83%、122.05%和 15.31%，主要系公司经营规模扩大及营销力度的加强，增加营销方式，预收大宗客户货款增加所致。

(4) 应付职工薪酬

2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日公司应付职工薪酬分别为 2,154.54 万元、3,576.81 万元、3,807.98 万元和 5,245.50 万元，分别占当期流动负债的比重为 4.29%、3.57%、1.96%和 2.36%。

公司 2008 年底应付职工薪酬较 2007 年增加 1,422.27 万元，同比增长 66.01%，主要系公司经营规模扩大，员工数量增加，相应年末计提的应付职工薪酬增加。

公司 2009 年底应付职工薪酬较 2008 年增加 231.16 万元，同比增长 6.46%，主要系公司均在报告期内支付相关的职工薪酬，年末应付未付的金额较少。

(5) 应交税费

2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日公司应交税费分别为 4,929.22 万元、5,852.09 万元、6,433.14 万元和 4,922.28 万元，分别占当期流动负债的比重为 9.81%、5.84%、3.32%和 2.22%。

公司 2008 年底应交税费较 2007 年增加 922.88 万元，增长 18.72%，主要系公司应交个人所得税（由公司代扣代缴）的增加。此外，2008 年底公司应交企业所得税较 2007 年出现了下降，减少了 11.75%，主要系由于全国人民代表大会于 2007 年 3 月 16 日通过了《中华人民共和国企业所得税法》（“新所得税法”），新所得税法自 2008 年 1 月 1 日起施行，适用企业所得税率自 2008 年 1 月 1 日从 33%调整为 25%。

公司 2009 年底应交税费较 2008 年增加 581.04 万元，增长 9.93%，其中应交企业所得税增加 654.98 万元。公司 2010 年 6 月 30 日应交税费较 2009 年底减少 1,510.86 万元。

单位：万元

账龄	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
增值税	1,951.94	39.66%	1,273.14	19.79%	2,296.39	39.24%	566.31	11.49%
待抵扣进项	-399.75	-8.12%	-605.04	-9.41%	-2,890.55	-49.39%	-1,236.53	-25.09%
营业税	165.62	3.36%	259.27	4.03%	131.55	2.25%	105.50	2.14%
企业所得税	2,928.06	59.49%	5,200.97	80.85%	4,545.99	77.68%	5,151.50	104.51%
城市建设维护税	138.99	2.82%	108.30	1.68%	159.68	2.73%	65.14	1.32%
个人所得税	44.99	0.91%	32.55	0.51%	1,212.27	20.72%	3.50	0.07%
印花税	4.18	0.09%	1.71	0.03%	13.28	0.23%	22.98	0.47%
教育费附加	81.50	1.66%	60.37	0.94%	90.94	1.55%	38.16	0.77%
江海堤防维护费	3.01	0.06%	98.97	1.54%	272.65	4.66%	212.37	4.31%
文化事业建设费	3.74	0.08%	2.92	0.05%	0.94	0.02%	0.29	0.01%
房产税	-	-	-	-	18.94	0.32%	-	-
合计	4,922.28	100.00%	6,433.14	100.00%	5,852.09	100.00%	4,929.22	100.00%

(6) 其他应付款

2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6

月 30 日公司其他应付款分别为 3,387.42 万元、5,146.50 万元、7,696.61 万元和 10,277.35 万元，分别占当期流动负债的比重为 6.74%、5.13%、3.97%和 4.63%。

单位：万元

账龄	2010.6.30		2009.12.31		2008.12.31		2007.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	9,505.96	92.49%	7,149.75	92.89%	4,698.21	91.29%	2,699.64	79.70%
1-2 年	455.06	4.43%	304.48	3.96%	282.06	5.48%	550.07	16.23%
2-3 年	196.34	1.91%	122.37	1.59%	166.23	3.23%	137.71	4.07%
3 年以上	120.00	1.17%	120.00	1.56%	-	-	-	-
合计	10,277.35	100.00%	7,696.61	100.00%	5,146.50	100.00%	3,387.42	100.00%

2008 年其他应付款较 2007 年增加 1,759.08 万元，同比增长 51.93%，主要系公司收购门店尚未支付的收购款项增加所致，其中应付福清兴富佳购物广场有限公司、福清市创辉购物广场有限公司和福清市好多利（量贩）超市有限公司的资产受让款分别为 1,430.00 万元、210.00 万元和 125.00 万元。

2009 年其他应付款较 2008 年增加 2,550.10 万元，2010 年 1-6 月其他应付款较 2009 年增加 2,580.74 万元，主要系本公司工程款、设备款等尚未支付的款项增加所致。

截至 2010 年 6 月 30 日，其他应付款余额中无应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项。

3、非流动负债

（1）长期借款

2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 6 月 30 日，公司长期借款的余额分别为 0、0、8,500 万元和 0，其中 2009 年度的长期借款为保证借款，主要系根据公司与交通银行股份有限公司福建省分行（贷款人）签订的《最高额借款合同》（编号：3510302009L100000300），贷款人于 2009 年 6 月 2 日向公司发放了 8,500 万元的贷款，贷款期限自 2009 年 6 月 2 日起至 2011 年 5 月 22 日，年利率为 5.4%。上述授信额度协议由福建轩辉房地产开发有限公司提供最高额抵押担保。截至 2010 年 6 月 30 日，公司长期借款已提前偿还完毕。

（2）专项应付款

2007年12月31日、2008年12月31日、2009年12月31日和2010年6月30日，公司的专项应付款余额分别为0、0、7,409.62万元和7,409.62万元，其中2009年，根据重庆市江北区人民政府第35次常务会议纪要和区政府第(2009-33)号专题会议纪要，公司收到用于绿地和公益设施建设的专项应付款7,409.62万元。

(三) 偿债能力分析

1、偿债能力指标

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
流动比率	0.83	1.02	1.30	1.24
速动比率	0.50	0.63	0.92	0.79
资产负债率(母公司)	58.75%	59.23%	53.97%	56.09%
资产负债率(合并)	67.04%	66.22%	54.96%	53.50%
利息保障倍数	7.84	10.88	14.89	17.72
息税折旧摊销前利润(万元)	30,402.20	47,889.68	36,612.37	25,029.99

公司报告期前三年的流动比率大于1.00，2009年末流动比率和速动比率与2009年同行业可比上市公司平均水平相当。若剔除2008年刚登陆资本市场的步步高和新华都，则2009年同行业可比上市公司流动比率的平均水平约0.92，均低于本公司2009年末的数值，公司资产的变现能力强，偿债风险较小。由于本公司加大了对物流体系的投入建设，2010年6月30日公司的流动比率下降到0.83，但同期的资产负债率(合并)约67.04%，仍保持在合理水平。

公司2007年、2008年的资产负债率(合并)分别为53.50%和54.96%，相对较低，其中主要原因是民生超市有限公司分别于2007年8月以2.9亿元人民币等值美元认购本公司新增注册资本人民币1,250万元和2008年11月以24,020.03万元人民币的等值美元认购本公司新增注册资本人民币329万元。2009年和2010年6月30日公司资产负债率(合并)分别达到66.22%和67.04%，与2007年、2008年相比出现较大上涨，这与公司主要以银行借款等融资方式拓展门店网络及完善信息物流体系密切相关。若公司此次发行股票获得批准并成功募集资金，在募集资金到位后公司的资产负债率将会出现下降，公司偿债能力将进一步得到加强。

公司与同行业可比上市公司2009年12月31日的偿债能力指标比较分析表

如下：

证券代码	公司名称	资产负债率 (合并)	流动比率	速动比率
600361.SH	华联综超	67.76%	1.23	0.97
000759.SZ	武汉中百	62.60%	0.79	0.4
002251.SZ	步步高(注)	48.68%	1.12	0.73
002264.SZ	新华都(注)	62.14%	0.95	0.57
002336.SZ	人人乐	70.39%	1.07	0.7
8277.HK	物美商业	62.87%	0.72	0.51
0980.HK	联华超市	81.01%	0.82	0.63
1832.HK	时代零售	N/A	N/A	N/A
0814.HK	北京京客隆	67.77%	0.91	0.67
行业平均		65.40%	0.95	0.65
剔除步步高和新华都		68.73%	0.92	0.65
本公司		66.22%	1.02	0.63

数据来源：万得资讯

注：新华都和步步高均在 2008 年成功登陆 A 股资本市场，获得募集资金而使资产负债率出现下降

2、现金流量分析

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
经营活动净现金流量	33,272.10	20,541.50	18,063.88	5,403.51
投资活动净现金流量	-46,731.44	-69,200.09	-37,788.40	-18,230.16
筹资活动净现金流量	27,698.44	56,218.24	28,438.85	22,057.87
现金及现金等价物净增加额	14,254.49	7,645.32	8,750.19	9,058.16
净利润	13,800.97	25,686.95	21,662.93	13,143.41
归属于母公司所有者的净利润	13,829.70	25,429.29	21,370.78	12,981.61
经营活动净现金流量/净利润	2.41	0.80	0.83	0.41
经营活动净现金流量/归属于母公司所有者的净利润	2.41	0.81	0.85	0.42

2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 5,403.51 万元、18,063.88 万元、20,541.50 万元和 33,272.10 万元，均为正值，且与同期净利润之比分别为 0.41、0.83、0.80 和 2.41，与归属于母公司股东的净利润之比分别为 0.42、0.85、0.81 和 2.41。经营活动产生的现金流量净额小于当期净利润或归属于母公司所有者的净利润的主要原因系公司

正处于稳健、快速扩张期，2007 年度、2008 年度和 2009 年度分别新增门店数量 11 家、19 家和 45 家，除此之外，公司也开始加强信息物流体系的建设，以更好地支持门店网络的拓展及经济效益的体现。公司经营规模扩大所需的资金有部分来自公司自有资金投入。

2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-18,230.16 万元、-37,788.40 万元、-69,200.09 万元和-46,731.44 万元，主要系由购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金净额构成。2008 年和 2009 年公司投资活动产生的现金净流出分别较 2007 年大幅增加，主要系由于公司经营规模扩张所需的投资活动现金流出增加。

2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 22,057.87 万元、28,438.85 万元、56,218.24 万元和 27,698.44 万元，主要系由吸收民生超市有限公司的投资和银行借款构成。

3、偿债能力分析

(1) 公司的经营模式和所处行业决定了公司具备较强的偿债能力

连锁超市行业主要以现金结算为主，应收账款占总资产的比重非常小，现金流充裕。公司的经营模式以自营为主，且产品主要的销售对象是广大消费者而非团购客户，多以现金结算或银行卡结算，基本没有账期；在采购方面，公司在全国统一采购和区域统一采购过程中除了现金付款外，公司还对部分商品采取赊购方式，在货物入库到货款支付之间存在一定的商业信用期限。此外，随着公司经营规模的扩大、商业信誉度的提高以及零供合作关系的融洽，供应商也会根据实际情况给本公司提供短期商业信用。报告期内，公司整体运营情况良好，经营业绩连续快速提升，这将为公司偿债能力提供了充分的保障。

(2) 资产负债结构良好，具有很强的变现能力

公司流动资产的占比较大，具有较强的变现能力。截至 2010 年 6 月 30 日，公司货币资金为 49,895.52 万元、存货为 72,054.33 万元，分别占总资产的比例为 14.57%和 21.04%。

公司货币资金金额较大，与连锁超市的现金收款特点有关。随着公司营业收

入持续增长，账面货币资金将逐渐增加，这为公司的正常运作提供保证。此外，公司以经营生鲜为特色，快速的周转能力是其提高盈利能力的重要方式，再加上公司采取的降价促销、供应商退换货等手段能够快速的消化库存商品，增强变现能力。

（3）良好的银行资信状况进一步保证了公司的偿债能力

凭借广阔的未来发展前景、良好的经营状况、较高的盈利能力及品牌影响力，公司获得了来自全国性和区域性银行的高度信任。截至 2010 年 6 月底，公司获得银行授信的总额度超过 20 亿元，尚未使用的贷款额度约 10 亿元。良好的银行资信将在一定程度上保证了公司短期的偿债能力。

4、规避短期偿债风险的措施

（1）保持合理的资产负债结构

在业务快速扩张同时，公司将严格控制资产负债结构保持在合理、安全的水平，重视对资产负债率、流动比率、速动比率和现金比率等关键指标的定期监控。此外，公司也将通过定期分析账面货币资金、应收账款、其他应收款等会计科目的构成，保持货币资金的可变现能力和控制好应收账款和其他应收款的账龄结构。

（2）保持良好的商业信用

在作好超市业务的同时，公司将继续重视商业信誉和信用，按时、按规定地偿还或支付银行借款、供应商货款及其他费用。此外，公司也将通过自身努力进一步加强与银行及供应商之间的合作关系，争取更高的授信额度和相对灵活的付款帐期。

（3）保持良好的经营效益

偿债能力的好坏也取决于公司获利能力的高低及是否具备持续盈利能力。公司将在现有竞争优势的基础上进一步强化自身的规模和市场地位，提高与供应商的议价能力；公司将继续加强内部管理，有效控制成本费用，并不断通过业务结构的调整和创新来提升公司整体毛利率水平。此外，差异化经营模式和稳定优秀

的核心团队等将为公司保持持续的盈利能力奠定基础。

(4) 强化现金流量管理

加强现金流量管理是企业生存的基本要求。根据不同阶段的经营特征，采取有效的现金流量管理措施，保证企业的生存和正常的运营。本公司通过强化现金流量的管理，使公司保持良好的现金流动性，提高现金的使用效率，从而在业务扩张中高效运用资金的同时保证公司的短期偿债能力。

(三) 资产周转能力分析

报告期内公司应收账款周转率和存货周转率情况表

项 目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
应收账款周转率(次)	113.30	191.93	225.11	162.47
存货周转率(次)	6.20	12.31	15.44	16.93

注：2010 年 1-6 月年化的应收账款周转率和存货周转率分别为 226.60 和 12.40

2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月，公司应收账款周转率分别为 162.47 次、225.11 次、191.93 次和 113.30 次，存货周转率分别为 16.93 次、15.44 次、12.31 次和 6.20 次。

报告期内，公司的存货周转率出现一定程度的下降，其原因主要是：（1）随着公司经营规模的扩大，年末销售旺季的备货金额也相应增加，由于当年新开门店的经营数据往往不是一个完整年度，年底存货数量的增长快于营业成本；（2）2009 年起公司服装类商品由代销转变为买断式采购，使得 2009 年底的存货出现较大增长。

报告期内公司存货周转率明显高于同期行业平均水平，除了与公司主要经营周转较快的生鲜商品相关外，也说明公司的运营效率较高，资产周转能力较强。应收账款周转率较小，主要原因是公司应收账款较大，主要为应收供应商的管理和促销服务费等。

公司与同行业上市公司 2009 年度的应收账款周转率和存货周转率的情况如下：

证券代码	公司名称	应收账款周转率（次）	存货周转率（次）
600361.SH	华联综超	1,379.97	9.92
000759.SZ	武汉中百	176.33	7.65
002251.SZ	步步高	370.19	8.17
002264.SZ	新华都	511.75	9.13
002336.SZ	人人乐	8,814.71	8.29
8277.HK	物美商业	18.33	12.19
0980.HK	联华超市	310.18	8.83
1832.HK	时代零售	N/A	N/A
0814.HK	北京京客隆	6.17	7.70
行业平均		1,448.45	8.99
本公司		191.93	12.31

数据来源：万得资讯、公司 2009 年报

（四）公司最近一期末持有交易性金融资产、可供出售的金融资产等财务性投资情况的说明

截至 2010 年 6 月 30 日，公司未持有交易性金融资产、可供出售金融资产等财务性投资情形。

二、盈利能力分析

公司目前的盈利模式包括自营、物业出租和促销服务费，与此相对应的利润来源包括购销差价、物业出租收入和促销服务费用收入，其中购销差价是公司最主要的利润构成且公司的主营业务收入的利润全部来自购销差价，2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月购销差价收入分别占总收入的 97.15%、97.40%、96.83%和 96.18%，服装买断式代销收入与自营商品收入构成公司的购销差价收入。

（一）报告期内公司营业收入构成及变化情况

1、报告期内公司营业收入构成及比例

公司主营业务收入主要来自公司自营的商品销售收入。2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月，公司营业收入合计分别为 367,317.05 万元、567,816.22 万元、847,481.58 万元和 561,113.61 万元，其中主营业务收入占当期营业收入的比重分别为 97.15%、97.40%、97.05%和 96.66%，且绝大多数均采用

自营模式，2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月自营商品收入占当期营业收入的比重分别为 94.90%、92.36%、96.83%和 96.18%。

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	542,394.57	96.66%	822,447.88	97.05%	553,027.97	97.40%	356,845.44	97.15%
其中：自营商品收入	539,667.87	96.18%	820,643.41	96.83%	524,440.12	92.36%	348,593.44	94.90%
代销商品收入	2,726.70	0.49%	1,804.47	0.21%	28,587.85	5.03%	8,252.00	2.25%
其他业务收入	18,719.04	3.34%	25,033.70	2.95%	14,788.24	2.60%	10,471.61	2.85%
营业收入合计	561,113.61	100.00%	847,481.58	100.00%	567,816.22	100.00%	367,317.05	100.00%

注：2007 和 2008 年度公司代销商品收入为服装商品的视同买断代销模式，2009 年度、2010 年 1-6 月公司的代销商品收入为电视机、电冰箱等大家电的销售收入

2、报告期内营业收入的变化情况

2008 年度和 2009 年度公司营业收入分别较上年度增加 200,499.17 万元和 279,665.36 万元，同比增长 54.58%和 49.25%，主要原因系：①公司 2007 年新开门店在经过一段时间的培育期后营业收入出现稳步上涨；②2008 年和 2009 年公司经营网络进一步扩大，新开门店分别达到 19 家和 45 家，新增经营面积 116,883 平方米和 314,337 平方米，2008 年和 2009 年底的经营面积分别同比增长 40.49%和 77.35%；③公司 2007 年以前已开业的门店的内生性增长。

3、公司主营业务收入分析

(1) 公司报告期内主营业务收入按商品品类划分的构成如下：

公司经营的商品主要分为三大类，其中生鲜及加工类主要指农产品、蔬菜、水果、家禽、家畜、河鲜、海鲜、豆制品、日本豆腐、白粿、面制品、生鲜半成品、速冻面米食品、干货包装类产品、熟食产品、传统糕点、面包、包点、年糕、鱼糜类制品等；食品用品类主要指食品饮料及其他副食品（成品）、烟酒、日用百货、家用电器及电子产品、通讯器材、文化体育用品及器材、音像制品、出版物及电子出版物、珠宝、金银饰品、汽车摩托车零配件、五金交电、仪器仪表、五金家具及室内装修材料、花卉、玩具等；服装类主要指男女装、童装、鞋类、皮具等。其中生鲜及加工类比重最大，2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月分别占同期主营业务收入的比例分别为 61.84%、57.84%、57.69%和

52.91%。

报告期内，服装类商品所占比例出现较大提升，这与公司近年来加强服装类商品的采购和销售力度有关；其他两类商品均出现略微下降，但总体而言各商品品类的收入占比变化较小。

单位：万元

项目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
生鲜及加工	286,993.30	52.91%	474,499.59	57.69%	319,851.27	57.84%	220,672.91	61.84%
食品用品	211,651.94	39.02%	284,593.01	34.60%	191,869.58	34.69%	125,878.04	35.28%
服装	43,749.33	8.07%	63,355.28	7.70%	41,307.13	7.47%	10,294.48	2.88%
合计	542,394.57	100.00%	822,447.88	100.00%	553,027.97	100.00%	356,845.44	100.00%

(2) 公司报告期内主营业务收入按区域分布划分的构成如下：

2007年和2008年公司经营区域未发生变化，主要分布在福建市场和重庆市场，这与公司当时采用区域领先的稳健扩张的策略密切相关，也符合连锁超市的发展规律；而随着公司经营规模的扩大及核心竞争力的提升，公司于2009年开始进入北京市场。截至2010年6月30日，公司的主营业务收入来自福建、重庆和北京，其中福建和重庆占比较大，合计约占94.32%。

报告期内，公司各经营区域的营业收入占公司营业收入比重发生了较大的变化，其中福建地区的营业收入占比由2007年的81.49%下降到2010年1-6月的57.33%，重庆地区的营业收入占比由2007年的18.51%提高到2010年1-6月的36.98%，主要原因系：①自公司2004年进入重庆地区后，经过一段时间的培育和摸索，公司“心系民生、情系百姓”的生鲜经营特点和优势逐渐被当地接受，独特的跨区域发展能力得到体现，再加上重庆作为我国西南地区的重点发展城市，城市经济环境、生活水平和人口数量均处于前列，市场前景较好；②公司2007年度、2008年度和2009年度在重庆市场的新开门店数量也分别达到5家、9家和23家，经营面积的复合增长率达到98.87%，扩张速度快于福建地区，相应的营业收入增长也较快。

营业收入按地区分项表

单位：万元

地区	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
福建地区	321,714.22	57.33%	544,365.34	64.23%	413,346.93	72.80%	299,322.09	81.49%
重庆地区	207,507.70	36.98%	283,048.46	33.40%	154,469.29	27.20%	67,994.96	18.51%
北京地区	27,158.68	4.84%	20,067.78	2.37%	-	-	-	-
安徽地区	4,733.01	0.84%	-	-	-	-	-	-
合计	561,113.61	100.00%	847,481.58	100.00%	567,816.22	100.00%	367,317.05	100.00%

除了福建地区、重庆地区和北京地区外，公司于2010年还新进入了安徽地区，截至2010年6月30日，已开业的门店数量达到2家，力争在2010年的新开门店数量达到10家。

(3) 公司报告期内主营业务收入按销售模式划分的构成如下：

公司的门店零售收入占主营业务收入的比重较高，报告期内均超过99%，而大宗批发和特许加盟的收入占比较小。2007年—2010年1-6月门店零售收入的占比分别达到99.89%、99.24%、99.11%和99.44%，具体如下表：

单位：万元	2010年1-6月	占主营业务收入比重	2009年	占主营业务收入比重	2008年	占主营业务收入比重	2007年	占主营业务收入比重
门店零售	539,335.14	99.44%	815,136.76	99.11%	548,812.66	99.24%	356,468.77	99.89%
大宗批发	3,005.23	0.55%	7,256.77	0.88%	4,109.46	0.74%	249.79	0.07%
特许加盟	54.20	0.01%	54.35	0.01%	105.85	0.02%	126.88	0.04%
合计	542,394.57	100.00%	822,447.88	100.00%	553,027.97	100.00%	356,845.44	100.00%

(4) 报告期前三年公司门店的内生性增长情况

单位：万元

	项目	2007年	2008年	2009年	2008年增长率	2009年增长率
2006年底已开业门店	营业收入	316,196	386,508	417,333	22.24%	7.98%
	营业成本	261,402	320,144	348,240	22.47%	8.78%
	利润总额	17,262	22,170	24,598	28.43%	10.95%
	净利润	12,018	17,055	18,830	41.92%	10.41%
2007年新开	营业收入	51,443	103,120	113,994	100.46%	10.54%

门店	营业成本	42,866	85,745	95,204	100.03%	11.03%
	利润总额	2,063	3,896	6,043	88.81%	55.12%
	净利润	1,628	3,147	4,954	93.33%	57.43%
2007 年底已 开业门店	营业收入	367,639	489,628	531,326	33.18%	8.52%
	营业成本	304,268	405,890	443,444	33.40%	9.25%
	利润总额	19,325	26,066	30,641	34.88%	17.55%
	净利润	13,645	20,202	23,783	48.05%	17.73%
2008 年新开 门店	营业收入	-	70,919	145,129	-	104.64%
	营业成本	-	58,844	122,387	-	107.99%
	利润总额	-	673	2,919	-	333.59%
	净利润	-	278	2,458	-	783.46%
2008 年底已 开业门店	营业收入	-	560,547	676,455	-	20.68%
	营业成本	-	464,733	565,832	-	21.75%
	利润总额	-	26,739	33,561	-	25.51%
	净利润	-	20,480	26,242	-	28.13%

营业时间超过 1 个完整会计年度以上的门店经营业绩增长率可以作为内生性增长的重要指标。

①营业时间超过 1 个完整会计年度但低于 2 个完整会计年度的门店情况

对于 2006 年底已开业的门店,其 2008 年的营业收入较 2007 年增长 22.24%,净利润同比增长 41.92%;对于 2007 年底已开业的门店,2009 年的营业收入较 2008 年增长 8.52%,净利润同比增长 17.73%。净利润的增长率均高于营业收入的增长率。

②新开门店在第 2 个年度的业绩增长情况

对于 2007 年新开门店,其 2009 年的营业收入较 2008 年增长 10.54%,净利润增长 57.43%。公司的新开门店在开业第 2 个年度的业绩将出现较大幅度的增长,符合规模效益原则。

③营业时间超过 2 个完整会计年度的门店情况

对于 2006 年底已开业的门店，截至 2008 年底的营业时间均超过 2 个完整会计年度，其 2009 年的营业收入较 2008 年增长 7.98%，净利润同比增长 10.41%，保持一定的内生性增长。

(5) 报告期前三年公司营业收入和净利润的构成情况

占比	2007 年		2008 年		2009 年	
	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入
新开门店	12%	14%	1%	13%	7%	19%
营业时间超过 1 个完整会计年度	88%	86%	15%	18%	9%	17%
营业时间超过 2 个完整会计年度	-	-	83%	69%	18%	14%
营业时间超过 3 个完整会计年度	-	-	-	-	67%	50%

注：将 2006 年以前已营业的门店视为 2006 年度新开门店

上表中可以看出，公司报告期内的净利润和营业收入大都由营业时间超过 1 个完整会计年度的门店贡献，2007 年度-2009 年度营业时间超过 1 个完整会计年度的门店的营业收入占公司总营业收入的比重分别为 86%、87%和 81%，净利润占比分别为 88%、99%和 93%。

2009 年度公司新开门店 45 家，这些门店的营业收入和净利润有望在 2010 年和 2011 年出现较大幅度的增长，从而提高对公司的利润贡献。

(6) 公司超市购销商品收入/营业收入与同行业可比上市公司的比较

与同行业可比上市公司相比，本公司的超市购销商品收入占比较高（包括自营和代销商品），2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月分别达到 97.15%、97.40%、96.83%和 96.18%。此外，公司的主营业务是包括大卖场、卖场和社区超市等超市业态，而同行业可比上市公司中既有超市业态又有其他零售业态，如百货、家电等。因此，若单独的就超市业务来看，2009 年度公司的超市购销销售收入约 820,643 万元，仅次于联华超市、物美商业和武汉中百。具体的超市购销收入/营业收入比例如下：

单位：万元

证券代码	公司名称	2009年		2008年		2007年	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
600361.SH	华联综超	742,629	80.22%	600,765	77.34%	478,181	74.63%
000759.SZ	武汉中百	950,367	94.13%	810,731	93.74%	647,613	93.06%
002251.SZ	步步高	380,200	66.41%	350,415	83.93%	292,012	86.69%
002264.SZ	新华都	295,068	94.90%	216,674	95.06%	155,888	94.91%
002336.SZ	人人乐	581,347	66.31%	527,297	68.61%	431,349	69.76%
8277.HK	物美商业	1,051,141	89.22%	875,926	89.84%	711,876	90.50%
0980.HK	联华超市	2,401,772	90.05%	2,070,244	90.66%	1,808,686	88.90%
1832.HK	时代零售	N/A	N/A	390,605	89.92%	282,606	89.66%
0814.HK	北京京客隆	669,104	94.04%	667,044	94.75%	563,665	95.80%
	行业平均	883,953	84.41%	723,300	87.09%	596,875	87.10%
	本公司数据	820,643	96.83%	553,028	97.40%	356,845	97.15%

数据来源：上市公司审计报告

注：新华都数据中包括百货业务；步步高、武汉中百、华联综超只包括超市业务

公司 2007 年度和 2008 年度服装商品采取买断式的代销模式，因此 2007 年度和 2008 年公司购销商品收入即为主营业务收入，而 2009 年度的购销商品收入则不包括大家电的销售收入

4、公司其他业务收入分析

(1) 其他业务收入构成及影响因素

公司其他业务收入主要包括展示费、管理费、促销费、服务费、租赁费、广告费等，其中展示费、租赁费和管理费、促销费、服务费所占比重较大，2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月三者合计占其他业务收入的比例分别为 89.53%、86.85%、90.75%和 90.29%。

单位：万元

地区	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
展示费	4,515.76	24.12%	6,306.50	25.19%	4,500.38	30.43%	4,532.48	43.28%
管理费、促销费、服务费	9,371.98	50.07%	12,932.00	51.66%	6,097.26	41.23%	2,970.78	28.37%
租赁费	3,013.78	16.10%	3,480.47	13.90%	2,245.56	15.18%	1,871.88	17.88%
广告费	371.19	1.98%	520.39	2.08%	164.72	1.11%	74.36	0.71%
纸皮、下脚料、POP、赠品贴等	1,446.32	7.73%	1,794.35	7.17%	1,780.32	12.04%	1,022.11	9.76%
合计	18,719.04	100.00%	25,033.70	100.00%	14,788.24	100.00%	10,471.61	100.00%

公司 2008 年度和 2009 年度其他业务收入分别较上年度增加 4,316.63 万元和 10,245.46 万元，报告期内公司其他业务收入增长较快的原因系：（1）其他业务收入随着主营业务收入的增加而增长。报告期内发行人主营业务收入 2009 年和 2008 年分别同比增长 48.72%、54.98%；与此同时，其他业务收入 2009 年和 2008 年分别同比增长 69.28%、41.22%；（2）随着公司门店数量增加，其商品采购量、为供应商提供的相关服务也会相应增加；公司规模扩大使得对供应商的议价能力逐步提升，展示费、管理费、促销服务费等其他业务收入将保持一个稳定、持续增长的态度。

根据公司与供应商签订的零供合同，影响展示费和管理费、促销费、服务费等费用的关键因素是公司的经营规模，包括商品采购结算金额或增长率、配送服务、促销等。

5、供应商返利分析

2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月公司收取供应商返利的含税金额分别为 2,832.06 万元、5,193.96 万元、10,005.78 万元和 7,567.13 万元，扣减进项税额转出后的余额直接冲减主营业务成本，2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月冲减主营业务成本的金额分别为 2,421.14 万元、4,448.32 万元、8,608.81 万元和 6,549.74 万元，详见下表：

项目（万元）	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
返利总额	7,567.13	10,005.78	5,193.96	2,832.06
进项转出金额	1,017.39	1,396.97	745.64	410.92
冲减主营业务成本金额	6,549.74	8,608.81	4,448.32	2,421.14

（二）报告期内公司利润的主要来源及可能影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素

1、公司报告期内净利润主要来源

由于公司的主营业务绝大部分采用自营的经营模式，且在 2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月分别占营业收入的比例为 94.90%、92.36%、96.83%和 96.18%，因此报告期内公司净利润的主要来源是购销商品的差价。此外，展示费、促销费、管理费、服务费、租赁费等其他业务也随着公司经营规模的扩大给公司带来了一定的收入和利润。

2、可能影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素

(1) 宏观经济环境

连锁超市行业与国民经济整体发展水平、区域经济发展水平、基础设施、人口结构、居民人均可支配收入、以及居民的消费习惯有着很大的关联性。宏观经济的健康发展、不断增加的居民人均可支配收入、城市化进程加快、人口红利等将有利于连锁超市行业的发展和公司盈利的稳定性；反之，若宏观经济出现较大的不确定性，企业和居民信心受到影响时，则不利于连锁超市行业的发展、同时也会给公司的盈利能力带来消极影响。

(2) 优秀的管理团队和管理制度

随着国际零售巨头的加快进入我国市场，连锁超市行业的竞争更趋激烈，再加上连锁超市行业的劳动力密集特征，拥有一支优秀的管理团队和完善的内部管理制度的企业将有利于提高盈利能力，保持竞争优势。本公司的管理团队是一支充满朝气、富有创意、勤奋好学的优秀团队，不断吸取并融合国内外先进成熟的管理经验，是公司稳定持续发展的重要保障。

(3) 经营规模及区域优势

连锁超市企业的经营规模及区域优势在一定程度上决定与供应商的议价能力，是企业向供应商争取优惠采购价格、支付方式、配送方式及费用、促销费等的关键因素。此外，经营规模的不断扩大能够既能发挥规模效益、降低运营成本，又能吸引更多优秀的合作伙伴。

(4) 品牌优势

品牌是企业商品质量的保证、是客户知名度和忠诚度的体现，尤其是与消费者日常生活息息相关的超市企业更是如此。经过多年的精耕细作，公司已经逐渐形成“家门口的永辉、新鲜的永辉、放心的永辉”，这将使公司在激烈的市场竞争中保持竞争优势。

(三) 经营成果变化分析

报告期内公司利润表主要科目情况如下：

单位：万元

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
一、营业收入	561,113.61	847,481.58	567,816.22	367,317.05
减：营业成本	456,666.52	695,799.44	466,263.74	304,129.14
营业税金及附加	2,216.75	2,985.55	2,214.95	1,505.75
销售费用	68,900.20	94,660.86	57,718.82	33,609.46
管理费用	12,701.22	17,190.79	10,829.47	7,435.35
财务费用	3,006.93	3,677.81	2,199.62	1,342.82
资产减值损失	-193.58	351.45	135.07	156.19
加：公允价值变动收益	-	-	-	72.76
投资收益	-	-	-24.89	100.78
二、营业利润	17,815.55	32,815.67	28,429.65	19,311.86
加：营业外收入	793.90	1,357.17	565.80	739.03
减：营业外支出	624.45	1,014.30	689.43	761.04
三、利润总额	17,985.01	33,158.54	28,306.02	19,289.85
减：所得税费用	4,184.04	7,471.60	6,643.09	6,146.44
四、净利润	13,800.97	25,686.95	21,662.93	13,143.41
归属于母公司所有者的净利润	13,829.70	25,429.29	21,370.78	12,981.61
少数股东损益	-28.74	257.66	292.16	161.81

1、营业收入变动分析

公司的营业收入分析详见本节“二、盈利能力分析（一）报告期内公司营业收入构成及变化情况”

2、营业成本变动分析

公司 2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月的营业成本分别为 304,129.14 万元、466,263.74 万元、695,799.44 万元和 456,666.52 万元。2008 年度和 2009 年度营业成本分别较上年度增加 162,134.61 万元和 229,535.70 万元，同比增长 53.31%和 49.23%，主要原因系经营规模扩大所致，营业成本的增长与营业收入基本保持一致，同期营业收入的增长率分别为 54.58%和 49.25%。

公司在日常经营过程中将根据购销合同收取供应商返利，并从应支付供应商的货款中抵扣，会计处理方法上将扣减增值税进项转出后的应收供应商返利余额冲减营业成本。

3、报告期内公司利润波动的原因分析

公司 2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月营业利润分别为 19,311.86 万元、28,429.65 万元、32,815.67 万元和 17,815.55 万元，2008 年度和 2009 年度分别较上年度增长 47.21%和 15.43%；公司 2007 年度、2008 年度和 2009 年度利润总额分别为 19,289.85 万元、28,306.02 万元和 33,158.54 万元，2008 年度和 2009 年度分别较上年增长 46.74%和 17.14%；公司 2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月归属于母公司所有者的净利润分别为 12,981.61 万元、21,370.78 万元、25,429.29 万元和 13,829.70 万元，2008 年度和 2009 年度分别较上年增长 64.62%和 18.99%。

2009 年度公司营业利润、利润总额和归属于母公司所有者权益的净利润的增长率均大幅低于 2008 年度，主要原因系：（1）公司正处于稳健、快速扩张期，2009 年新开门店 45 家，同比增长 136.84%，一次性摊销费用较多；（2）受全球经济危机影响，2009 年我国连锁超市行业开始受到冲击，为促进销售增长，公司加大促销广告力度，提高销售费用；（3）2009 年，我国 CPI 同比出现下滑，约-0.70%，其中食品类 CPI 于 2009 年 10 月份才开始转正，全年累积仅约 0.70%；衣着类 CPI 一直处于负数，全年累积仅约-2.00%，使得公司主营业务毛利的增速小于同期营业收入的增长。

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
营业利润	17,815.55	32,815.67	28,429.65	19,311.86
利润总额	17,985.01	33,158.54	28,306.02	19,289.85
归属于母公司所有者的净利润	13,829.70	25,429.29	21,370.78	12,981.61

4、营业毛利变动分析

报告期内，公司营业毛利（营业收入-营业成本）按业务性质分的情况如下：

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入毛利	85,806.17	82.15%	126,848.00	83.63%	86,902.03	85.57%	52,739.97	83.47%
其他业务收入毛利	18,640.91	17.85%	24,834.13	16.37%	14,650.45	14.43%	10,447.94	16.53%
营业毛利合计	104,447.08	100.00%	151,682.14	100.00%	101,552.48	100.00%	63,187.91	100.00%

2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月公司营业毛利合计分别为

63,187.91 万元、101,552.48 万元、151,682.14 万元和 104,447.08 万元，其中主营业务收入毛利占营业毛利的比例分别为 83.47%、85.57%、83.63%和 82.15%。与同行业可比上市公司相比，公司主营业务贡献的毛利远高于行业平均水平，这反映了公司较高的零售技术和竞争优势，在超市领域处于行业领先地位。2008 年度和 2009 年度公司营业毛利分别较上年增长 60.72%和 49.36%，与同期营业收入的增长基本同步。

公司主营业务毛利占营业毛利的比率与同行业可比上市公司的对比如下：

公司名称	2009 年	2008 年	2007 年
华联综超	49.67%	51.15%	53.12%
武汉中百	66.96%	67.51%	68.60%
步步高	75.22%	69.56%	70.32%
新华都	72.94%	74.02%	73.13%
人人乐	47.62%	52.05%	54.42%
物美商业	42.28%	43.80%	41.86%
联华超市	57.90%	59.81%	59.19%
时代零售	N/A	66.57%	65.42%
北京京客隆	68.74%	73.01%	74.82%
行业平均	60.17%	61.94%	62.32%
本公司	83.63%	85.57%	83.47%

数据来源：万得资讯

报告期内，公司主营营业毛利（营业收入-营业成本）按商品品类构成情况如下：

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
生鲜及加工类	33,517.78	39.06%	59,663.50	47.04%	40,949.25	47.12%	27,309.04	51.78%
食品用品类	39,119.78	45.59%	48,434.19	38.18%	32,736.70	37.67%	22,052.65	41.81%
服装类	13,168.61	15.35%	18,750.31	14.78%	13,216.08	15.21%	3,378.28	6.41%
合计	85,806.17	100.00%	126,848.00	100.00%	86,902.03	100.00%	52,739.97	100.00%

从上表可知，公司主营营业毛利主要来源于生鲜及加工类和食品用品类商品，2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月两者合计占同期主营业务营业毛利的比重分别为 93.60%、84.80%、85.22%和 84.65%。2008 年度生鲜类和食品用品类营业毛利占比下降的主要原因系公司毛利率较高的服装类商品的收入占比逐渐提高所致，2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月服装类

营业毛利占主营业务营业毛利的比重分别为 6.41%、15.21%、14.78%和 15.35%。

5、营业税金及附加分析

公司 2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月的营业税金及附加分别为 1,505.75 万元、2,214.95 万元、2,985.55 万元和 2,216.75 万元。2008 年度和 2009 年度营业税金及附加分别较上年增长 47.10%和 34.79%，主要原因系经营规模扩大，相应各项税费增加所致。

公司的营业税金及附加包括营业税、城市维护建设税、教育费附加和江海提防维护费。

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
营业税	868.38	39.17%	1,186.11	39.73%	646.99	29.21%	483.58	32.12%
城市维护建设税	750.04	33.83%	991.68	33.22%	673.88	30.42%	415.72	27.61%
教育费附加	417.13	18.82%	535.86	17.95%	377.89	17.06%	242.39	16.10%
江海提防维护费	181.21	8.17%	271.90	9.11%	516.20	23.31%	364.07	24.18%
合计	2,216.75	100.00%	2,985.55	100.00%	2,214.95	100.00%	1,505.75	100.00%

6、销售费用变动分析

2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月公司销售费用分别约 33,609.46 万元、57,718.82 万元、94,660.86 万元和 68,900.20 万元，占营业收入的比重分别为 9.15%、10.17%、11.17%和 12.28%。

销售费用中主要包括工资福利社保等薪金、房租物业费、水电费及燃料费，2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月三者合计占总销售费用的比重约 68.28%、71.46%、69.99%和 67.87%。

2008 年度和 2009 年度公司销售费用分别较上年增长 71.73%和 64.00%，主要原因系公司目前处于稳健、快速扩张期，2008 年和 2009 年的经营面积分别较上年增长 40.49%和 77.35%，工资福利社保等薪金、房租物业费、水电费及燃料费、折旧及摊销、运费、修理费等相应增加所致。

单位：万元

项目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
工资福利社保等薪金	26,611.43	38.62%	35,314.17	37.31%	23,132.48	40.08%	10,428.81	31.03%
房租物业费	12,200.56	17.71%	16,716.45	17.66%	9,448.62	16.37%	6,183.27	18.40%
水电费及燃料费	7,952.91	11.54%	14,218.03	15.02%	8,663.04	15.01%	6,334.88	18.85%
物耗费	4,638.34	6.73%	7,217.21	7.62%	5,138.36	8.90%	3,988.66	11.87%
折旧及摊销	7,951.47	11.54%	8,536.29	9.02%	4,445.08	7.70%	3,031.75	9.02%
运费	2,906.61	4.22%	3,567.83	3.77%	1,848.76	3.20%	854.44	2.54%
修理费	1,315.97	1.91%	2,040.76	2.16%	1,023.36	1.77%	466.52	1.39%
保洁费	1,727.18	2.51%	2,010.41	2.12%	975.8	1.69%	535.39	1.59%
业务宣传费	1,164.33	1.69%	1,583.17	1.67%	273.17	0.47%	120.59	0.36%
其他	2,431.40	3.53%	3,456.54	3.65%	2,770.17	4.80%	1,665.14	4.95%
合计	68,900.20	100.00%	94,660.86	100.00%	57,718.82	100.00%	33,609.46	100.00%
占营业收入比重	12.28%		11.17%		10.17%		9.15%	

7、管理费用变动分析

2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月公司管理费用分别为7,435.35万元、10,829.47万元、17,190.79万元和12,701.22万元，占营业收入的比重分别为2.02%、1.91%、2.03%和2.26%。报告期内管理费用占营业收入比重基本保持稳定，与营业收入的增长基本同步。

管理费用中主要包括工资福利社保等薪金、商品损耗、办公费用和折旧及摊销，2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月四者合计占总销售费用的比重约89.61%、79.40%、80.08%和77.96%。

单位：万元

项目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
工资福利社保等薪金	5,179.35	40.78%	6,000.62	34.91%	4,513.27	41.68%	3,887.75	52.29%
商品损耗费	1,396.22	10.99%	2,186.46	12.72%	1,386.43	12.80%	822.4	11.06%
汽车、差旅、招待、通讯等办公费用	1,490.26	11.73%	2,743.85	15.96%	875.46	8.08%	398.06	5.35%
折旧及摊销	1,835.95	14.45%	2,835.26	16.49%	1,824.03	16.84%	1,554.91	20.91%
低值易耗品	674.64	5.31%	756.61	4.40%	400.93	3.70%	169.55	2.28%
咨询、审计等中介费用	516.15	4.06%	637.44	3.71%	317.49	2.93%	112.4	1.51%
房租物业费	212.96	1.68%	339.21	1.97%	220.88	2.04%	76.53	1.03%
印花税等税费	549.62	4.33%	424.27	2.47%	201.59	1.86%	125.64	1.69%
其他	846.09	6.66%	1,267.08	7.37%	1,089.38	10.06%	288.1	3.87%

项目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	12,701.22	100.00%	17,190.79	100.00%	10,829.47	100.00%	7,435.35	100.00%
占营业收入的比重	2.26%		2.03%		1.91%		2.02%	

报告期内，公司的商品损耗率（商品损耗费/主营营业收入）相对较低，这与公司良好的内部管理及超市经营能力相关。2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月公司商品损耗率分别约0.23%、0.25%、0.27%和0.26%。

2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月公司租赁物业费总额（包括销售费用和管理费用）分别为6,259.80万元、9,669.50万元、17,055.66万元和12,413.52万元，占同期营业收入的比例分别为1.70%、1.70%、2.01%和2.21%。

8、财务费用变动分析

财务费用主要包括利息支出、汇兑损益、金融手续费等，其中利息支出占比最大。公司2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月财务费用分别为1,342.82万元、2,199.62万元、3,677.81万元和3,006.93万元，财务费用率（财务费用/营业收入）分别约0.37%、0.39%、0.43%和0.54%。

公司2008年度财务费用较2007年增加856.81万元，主要系由于利息支出增加，是银行借款金额增加、借款利率上涨及票据贴现利息增加所致；2009年度财务费用较2008年增加1,478.19万元，主要系公司利息支出增加所致。

公司2008年度汇兑损失为10.55万元，较2007年度181.97万元出现大幅度下降，这主要系由于2007年美元兑人民币汇率下降较多而2008年汇率下降较小。

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
利息支出	2,629.78	3,359.60	2,037.24	1,153.48
减：利息收入	247.86	470.86	219.45	187.56
汇兑损失	6.58	25.06	10.55	181.97
减：汇兑收益	21.97	110.73	46.42	8.91
金融手续费等	640.40	874.74	417.71	203.83
合计	3,006.93	3,677.81	2,199.62	1,342.82
财务费用率	0.54%	0.43%	0.39%	0.37%

9、三项费用率分析

2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月公司的三项费用率（销售

费用、管理费用、财务费用的合计与营业收入的比率)分别为 11.54%、12.46%、13.63%和 15.08%，与同行业可比上市公司的对比如下：

公司名称	2009 年	2008 年	2007 年
华联综超	17.76%	17.28%	15.82%
武汉中百	14.90%	15.00%	14.68%
步步高	15.18%	15.98%	14.76%
新华都	15.71%	15.21%	15.06%
人人乐	17.20%	14.72%	14.63%
物美商业	15.73%	14.80%	12.59%
联华超市	21.34%	21.29%	21.07%
时代零售	N/A	18.63%	18.53%
北京京客隆	15.79%	14.44%	11.66%
行业平均	16.70%	16.37%	15.42%
本公司	13.63%	12.46%	11.54%

从上表可见，报告期前三年公司三项费用率均低于同期同行业可比上市公司，这与公司建立完善的内部管理制度和优秀的管理团队密不可分。公司严格执行费用支出控制，通过多种有效手段来降低商品损耗率、坏账准备，从而降低销售和管理费用；通过最优化人员结构和薪酬制度来提高管理效率；通过合理安排融资方式来降低财务费用。三项费用率的有效控制使得公司在市场竞争中占据了优势。

随着公司业务规模的扩大，期间费用的绝对金额一般会出现同向增长，与此同时，公司也将采取有效措施来控制期间费用，以保证公司利润水平保持持续稳定增长。具体措施如下：

(1) 每年制定成本费用预算。公司每年会根据发展战略和年度生产经营目标，综合考虑市场环境变化等因素，按照上下结合、分级编制、逐级汇总的程序，编制年度全面预算，其中包括经营预算、资本预算、成本费用预算等，并且根据业务类别、经营区域、工作环节、不同部门等对成本费用预算进行进一步细分，便于预算考核。公司将根据事先设计的考核指标体系对各部门的成本预算执行情况进行考核，并根据考核结果进行适当奖惩。

(2) 全方位、较为完善的成本费用控制制度。从业务流程来看，公司已经形成了从采购进货成本、储存费用、物流运输费用、营销费用、管理费用、售后服务费用等全过程的成本费用控制制度，从每个部门、每个环节去控制费用：①

加强对采购过程的控制。商品及物资采购应实行归口管理，集中批量采购。按照“招标采购、货比三家”的原则，合理制定采购方案，尽可能就近采购、低价采购，以减少采购的成本及运输费用。尽可能实行定点采购，以保证商品物资的质量和交货期。建立采购来源渠道档案，对商品及物资采购来源渠道实行动态管理，定期评审，不符合要求的及时调整；②加强对存储过程的控制。根据公司门店经营状况及季节性市场变化因素，制定合理的存储数量，以减少资金浪费。加强存储管理，应重点防火、防盗、防变质；③加强对生产过程的控制。一是改进工艺，研制并使用新材料或代用料，争取低投入、高产出；二是提高原材料的利用率；三是提高产品质量，减少废品损失，开展全面质量管理；四是根据销售情况定量生产，降低不必要的浪费；④加强对销售流通过程的控制。销售流通过程的成本费用控制主要包括产品包装、运输装卸、广告促销、销售机构开支和售后服务等费用。应避免不顾成本地采取各种促销手段，要在效益与支出之间进行权衡。

(3) 相配套的成本费用控制考核及激励机制。由于成本费用控制涉及到公司的全体职工和部门，公司通过考核制度及激励制度的建立来发动全体职工参加成本费用控制，激发主动性和积极性。此外，公司还对各类费用实施目标管理，以目标成本费用为依据对公司的各项成本费用支出进行严格管理。

(4) 严格控制计划外的费用支出。对于计划外的费用支出，相关部门或员工需要填写《计划外费用报备单》，然后分别由部门经理、总经理对费用支出的合理性进行审核，以有效控制计划外的费用支出。

10、营业利润率水平分析

2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月公司的营业利润率分别为5.25%、5.04%、3.91%和3.14%，与同行业可比上市公司的对比如下：

公司名称	2009年	2008年	2007年
华联综超	0.84%	1.54%	3.97%
武汉中百	2.60%	2.61%	2.08%
步步高	3.84%	3.84%	4.76%
新华都	2.59%	4.03%	4.02%
人人乐	2.85%	3.75%	3.76%
物美商业	6.16%	8.53%	3.74%

公司名称	2009 年	2008 年	2007 年
联华超市	2.70%	1.74%	2.31%
时代零售	N/A	4.56%	3.99%
北京京客隆	3.79%	4.19%	4.73%
行业平均	3.17%	3.87%	3.71%
本公司	3.91%	5.04%	5.25%

注：营业利润率 = (营业收入 - 营业成本 - 营业税金及附加 - 三项费用) / 营业收入

物美商业 2008 年营业利润同比增长速度较快的主要原因是其他业务毛利占比提升

从上表可见，公司报告期内前三年的营业利润率明显高于同期行业平均水平，说明公司的盈利能力远远好于行业平均水平，主要原因系：一是公司以经营生鲜为特色的经营模式获得了市场的认可，能够充分带动卖场的人气，从而提高商品的周转率和卖场的平效；二是公司完善的内部管理体制和优秀的管理团队大大降低了生鲜产品的损耗率，有效控制了公司的销售费用、管理费用和财务费用。

2009 年公司的营业利润率下降较多，主要原因系费用率的上升，其中：（1）公司 2009 年新开门店 45 家，相比 2008 年的新开门店增长 136.84%，该部分门店需要通过一段培育期之后才能逐渐体现经营业绩，但与此同时根据会计准则对新开门店的费用摊销较多；（2）受全球经济危机影响，2009 年国内连锁超市市场受到冲击，公司加大促销力度，相应销售费用增加；（3）公司正处于稳健、快速扩张期，2009 年经营面积同比增长 77.35%，相对应的营业费用如房租物业费、水电费及燃气费等随之增加，使得营业费用的增长率快于营业收入增长率。

2010 上半年公司的营业利润率较 2009 年度下降，主要原因系由于门店扩张带来的费用摊销和房屋租金费用上升以及人力成本上涨。

11、销售净利率水平分析

2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月公司的销售净利率（净利润/营业收入）分别为 3.58%、3.82%、3.03%和 2.46%，与同行业可比上市公司的对比如下：

公司名称	2009年	2008年	2007年
华联综超	0.66%	1.36%	2.73%
武汉中百	2.12%	1.98%	1.82%
步步高	2.90%	3.14%	2.98%
新华都	2.11%	2.85%	4.43%
人人乐	2.62%	3.30%	4.26%
物美商业	5.47%	6.36%	4.57%
联华超市	2.66%	2.23%	2.10%
时代零售	N/A	3.43%	2.50%
北京京客隆	2.71%	3.05%	3.00%
行业平均	2.76%	3.08%	3.16%
本公司	3.03%	3.82%	3.58%

注：万得资讯、各上市公司年报

公司报告期前三年的销售净利率大都高于同行业可比上市公司的水平，表明在成本的有效控制等条件下，公司的盈利能力好于行业平均水平。其中，物美商业的销售净利率最高，主要原因系其其他业务毛利的占比较大所致；武汉中百、华联综超和联华超市由于费用率较高，销售净利率相对较低。

2009年及2010年上半年公司销售净利率出现下降，主要原因是费用的上升，具体可参见“营业利润率水平分析”。

公司扣除非经常性损益后销售净利率与同行业可比上市公司的对比如下：

公司名称	2009年	2008年	2007年
华联综超	0.63%	1.19%	2.71%
武汉中百	1.89%	1.66%	1.76%
步步高	2.70%	3.00%	2.82%
新华都	2.08%	2.88%	2.76%
人人乐	2.34%	3.14%	2.97%
行业平均	1.93%	2.37%	2.60%
本公司	3.00%	3.85%	3.40%

公司扣除非经常性损益后销售净利率与同行业可比上市公司之间的差距比销售净利率更大，主要原因系公司的净利润主要来自经营收益，非经常性损益对净利润的贡献较小。

假设主营业务费用率与公司整体的费用率相同，则采用主营业务盈利率来衡量超市企业主营业务的盈利能力，即主营业务毛利率减去三项费用率。2007年

度、2008年度、2009年度和2010年1-6月公司的主营业务盈利率,分别为3.24%、3.25%、1.79%和0.74%,表明公司的主营业务具备较强的盈利能力。

12、投资收益变化分析

公司2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月投资收益分别为100.78万元、-24.89万元、0和0。2008年度公司投资收益较2007年下降,主要原因系2008年我国资本市场出现了较大幅度的下跌,而公司在2008年出售了余下的交易性金融资产所致。

13、营业外收入和营业外支出

(1) 公司报告期内营业外收入情况

公司营业外收入主要包括政府补助、收银长款、赔款收入、固定资产处置利得等。2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月公司营业外收入分别为739.03万元、565.80万元、1,357.17万元和793.90万元,其中政府补助和赔款收入合计占当期营业外收入的比例分别为88.88%、84.78%、85.47%和75.48%。

单位:万元

项目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
政府补助	277.41	34.94%	773.81	57.02%	293.60	51.89%	500.65	67.74%
收银长款	68.30	8.60%	93.96	6.92%	60.50	10.69%	57.84	7.83%
赔款收入	321.82	40.54%	386.13	28.45%	186.11	32.89%	156.21	21.14%
固定资产处置利得	19.15	2.41%	4.55	0.34%	5.24	0.93%	10.95	1.48%
无法支付的应付款项	78.53	9.89%	60.66	4.47%	-	-	-	-
其他	28.69	3.61%	38.06	2.80%	20.35	3.60%	13.38	1.81%
营业外收入合计	793.90	100.00%	1,357.17	100.00%	565.80	100.00%	739.03	100.00%

注:收银长款指门店经营时由于四舍五入或其他原因造成实际收款金额超过账面金额

2007年收到的单项金额20万元以上的政府补助合计为4,600,000.00元,占2007年政府补助总额的91.88%,明细列示如下:

政府补助项目	金额(元)	发文单位	文号
农产品现代流通体系资金补贴	1,750,000.00	福州市经济贸易委员会	《关于福建省农产品现代流通体系建设项目验收情况的报告》(闽经贸商业[2007]199号)
投资项目奖励金	1,500,000.00	永安市人民政府办公室	永政办函2006(523)号文

政府补助项目	金额（元）	发文单位	文号
技改贷款项目贴息拨款	1,100,000.00	福州市财政局、福州市经济委员会	关于下达 2006 年工业企业技改项目贷款贴息资金的通知》（榕财工[2007]195 号）
蔬菜基地建设资金补助	250,000.00	福州市财政局、福州市贸易发展局	《关于下拨 2006 年第四期蔬菜基地建设等资金的通知》
合计	4,600,000.00		

除上述政府补助外，公司 2007 年度还收到市场工程扶持资金、样本检测补贴、省著名商标奖励金等各类政府补助，合计 406,500.00 元

2008 年收到的单项金额 20 万元以上的政府补助合计为 2,360,912.00 元，占 2008 年政府补助总额的 80.41%，明细列示如下：

政府补助项目	金额（元）	发文单位	文号
城门店拆迁补贴款	1,532,812.00	福州市财政局	榕财城[2008]791 号《关于对城门店超市折扣设备资产评估合规性审核的批复》
节能降耗补贴款	600,000.00	福建省经济贸易委员会、福建省财政厅	闽经贸计财[2008]781 号《福建省经济贸易委员会 福建省财政厅关于下达 2008 年节能项目资金的通知》
价格调节基金补贴	228,100.00	厦门市农改超办公室	厦门市推广生鲜超市，改造农贸市场补贴
合计	2,360,912.00		

除上述政府补助外，公司 2008 年度还收到省级重点龙头企业财政扶持资金、市场工程补贴款、“万村千乡市场工程”补助资金等各类政府补助，合计 575,104.00 元。

2009 年收到单项金额 20 万元以上的政府补助合计为 7,146,300.00 元，占 2009 年政府补助总额的 92.35%，明细列示如下：

政府补助项目	金额（元）	发文单位	文号
税收奖励金	3,981,500.00	福州市闽侯县财政局	
运费补贴资金	984,800.00	福建省财政厅	闽财字（2009）1347 号《关于拨付 2009 年东北粳稻(大米)入关运费补贴资金的函》
运费补贴资金	630,000.00	重庆市财政局	渝财企（2009）837 号文
扶持资金	600,000.00	福州市鼓楼区人民政府	《鼓楼区加快发展服务业的实施办法》
专项经费补贴	500,000.00	福建省财政厅	闽财字（2009）1254 号《关于

政府补助项目	金额（元）	发文单位	文号
			追加 2009 年农业产业化发展基金的函》
财政补贴款	250,000.00	福州市财政局	《关于要求调整“双百市场工程”建设项目资金的报告》
百强企业奖励金	200,000.00	福州市贸易发展局、福州市财政局	榕贸发办（2009）64 号文《关于请求下拨百强企业奖励资金的函》
合计	7,146,300.00		

除上述政府补助外，公司 2009 年度还收到农改超补贴、“提振经济”奖励金、“万村千乡市场工程”补贴款等各类政府补助，合计 591,753.87 元。

2010 年 1-6 月收到单项金额 20 万元以上的政府补助合计为 2,086,100.00 元，占 2010 年 1-6 月政府补助总额的 75.20%，明细列示如下：

政府补助项目	金额（元）	发文单位	文号
税收奖励金	955,330.00	福州市闽侯县政府	福州市闽侯县政府办公室 74 号督查反馈单
税收奖励金	660,000.00	福州市鼓楼区财政局	福州市鼓楼区人民政府 2010 年第四次常务会议[2010]4 号纪要
税收奖励金	270,770.00	福州市闽侯县政府	福州市闽侯县政府办公室 74 号督查反馈单
2009 年度流通现代化建设项目补助资金	200,000.00	福建省经济贸易委员会、福建省财政厅	闽经贸计财（2009）899 号福建省经济贸易委员会福建省财政厅关于下达 2009 年流通现代建设项目补助资金的通知
合计	2,086,100.00		

（2）公司报告期内营业外支出情况

公司营业外支出主要包括现金短款、捐赠支出、罚款及滞纳金支出、处置非流动资产损失等。2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月公司营业外支出分别为 761.04 万元、689.43 万元、1,014.30 万元和 624.45 万元，其中捐赠支出和处置非流动资产损益合计占当期营业外支出的比例分别为 96.18%、84.38%、77.60%和 82.43%。

公司 2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月捐赠金额分别为 712.22 万元、189.00 万元、629.10 万元和 509.74 万元，这与公司一贯坚持承担社会责任有关，公司目前已经成为重庆地区“重要商品应急保供重点企业”、福州和重庆两地开设的慈善超市每年向低保人员和家庭给予关怀。

单位：万元

项目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
现金短款	1.52	0.24%	29.40	2.90%	46.94	6.81%	8.08	1.06%
捐赠	509.74	81.63%	629.10	62.02%	189.00	27.41%	712.22	93.59%
罚款及滞纳金支出	68.21	10.92%	133.01	13.11%	26.05	3.78%	9.86	1.30%
处置非流动资产损益	4.97	0.80%	158.01	15.58%	392.75	56.97%	19.74	2.59%
其他	40.01	6.41%	64.78	6.39%	34.68	5.03%	11.15	1.47%
营业外支出合计	624.45	100.00%	1,014.30	100.00%	689.43	100.00%	761.04	100.00%

注：现金短款指门店经营时由于四舍五入或其他原因造成实际收款金额低于账面金额

(3) 公司报告期内营业外收支对经营成果的影响

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
营业外收入	793.90	1,357.17	565.80	739.03
营业外支出	624.45	1,014.30	689.43	761.04
营业外收支净额	169.46	342.87	-123.63	-22.01
营业外收入/营业收入	0.14%	0.16%	0.10%	0.20%
营业外支出净额/利润总额	0.94%	1.03%	-0.44%	-0.11%

公司报告期内营业外收入、营业外支出对公司利润总额的影响较小，并呈下降趋势。公司的净利润大都来自营业收入，盈利能力不存在严重依赖政府补贴、税收优惠等的情况。

14、所得税费用

公司所得税采用资产负债表债务法核算，所得税费用包括当期所得税费用和递延所得税费用。

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
当期所得税费用	4,332.33	7,875.00	6,773.40	6,152.75
递延所得税费用	-148.29	-403.41	-130.31	-6.31
合计	4,184.04	7,471.60	6,643.09	6,146.44

公司 2008 年度当期所得税费用较 2007 年度增加 620.66 万元，同比增长 10.09%，低于同期利润总额 46.74% 的增长率，主要原因系全国人民代表大会于 2007 年 3 月 16 日通过了《中华人民共和国企业所得税法》（“新所得税法”），新所得税法自 2008 年 1 月 1 日起施行，适用企业所得税率从 33% 调整为 25%。

15、加权净资产收益率水平分析

2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月公司的扣除非经常性损益的加权净资产收益率分别为 66.99%、40.32%、27.00%和 12.76%，与同行业可比上市公司的对比如下：

公司名称	2009 年	2008 年	2007 年
华联综超	3.27%	6.02%	12.60%
武汉中百	11.62%	9.81%	12.70%
步步高	10.39%	17.35%	36.81%
新华都	13.03%	21.01%	32.08%
人人乐	23.69%	34.52%	34.68%
行业平均	12.40%	17.74%	25.77%
本公司	27.00%	40.32%	66.99%

（四）毛利率分析

1、报告期内公司分项目毛利率

报告期内，本公司毛利率指标如下：

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
生鲜及加工类	11.68%	12.57%	12.80%	12.38%
食品用品类	18.48%	17.02%	17.06%	17.52%
服装类	30.10%	29.60%	31.99%	32.82%
主营业务毛利率	15.82%	15.42%	15.71%	14.78%
综合毛利率	18.61%	17.90%	17.88%	17.20%

2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月公司主营业务毛利率分别为 14.78%、15.71%、15.42%和 15.82%，综合毛利率分别为 17.20%、17.88%、17.90%和 18.61%，随着经营规模的扩张，公司议价能力和盈利能力逐渐提升，综合毛利率也呈现稳步提高。

分商品类别来看，生鲜及加工类毛利率相对较低，2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月分别为 12.38%、12.80%、12.57%和 11.68%；服装类毛利率相对较高，2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-6 月分别为 32.82%、31.99%、29.60%和 30.10%。公司在巩固生鲜及加工类商品的优势外，进一步提升毛利率较高的服装类和食品用品类商品的销售，既提高公司的平效和营业收入，又能保证公司的盈利能力。

分地区看，报告期内福建地区的主营业务毛利率和综合毛利率最高、其次是重庆地区，北京地区和安徽地区的主营业务毛利率和综合毛利率较低，主要原因系：（1）与北京和安徽市场相比，公司在福建和重庆已经形成市场领先地位，具备规模优势，对上游供应商的谈判能力较强，采购成本较低；而福建作为公司的发源地，公司的市场地位、品牌影响力、供应商认知度等均要强于重庆市场；（2）对于北京和安徽等新进市场，公司一般会采取降价促销等方式来迅速占据市场，从而降低新进市场的主营业务毛利率。

地区	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	主营业务毛利率	综合毛利率	主营业务毛利率	综合毛利率	主营业务毛利率	综合毛利率	主营业务毛利率	综合毛利率
福建地区	16.72%	19.65%	16.01%	18.42%	16.06%	18.14%	15.10%	17.53%
重庆地区	14.80%	17.12%	14.52%	17.02%	14.79%	17.20%	13.37%	15.76%
北京地区	13.64%	17.74%	12.29%	16.04%	-	-	-	-
安徽地区	11.88%	18.55%	-	-	-	-	-	-
公司	15.82%	18.61%	15.42%	17.90%	15.71%	17.88%	14.78%	17.20%

福建地区的综合毛利率在报告期内呈现稳步上升趋势，主要原因系：（1）随着公司在福建地区门店网络的延伸、销售规模的不断扩大、直采比例的提高，采购成本有所下降；（2）2009年公司开始在福建地区逐步增加大卖场及综合超市的门店数量，从而提高了其他业务收入的比重，使得2009年度福建地区在主营业务毛利率出现下降的同时综合毛利率出现了上升。2008年度重庆地区的主营业务毛利率和综合毛利率相对2007年度有所提高，主要系由于公司在重庆地区门店数量、销售规模的增加带来的议价能力的提升；而2009年度重庆地区的主营业务毛利率和综合毛利率均出现小幅下降，主要原因系受全球经济危机影响公司对部分商品采取降价促销以及2009年度2月至11月期间我国CPI同比出现负增长。

2、毛利率波动分析

2008年度，公司主营业务毛利率和综合毛利率均出现了稳步提升，主要原因是公司经营规模的扩大，对供应商的议价能力提高，规模效益得到体现，主营业务毛利的增长速度快于营业收入。

2009年度，公司主营业务毛利率出现小幅下降的同时综合毛利率依然出现稳步提升，其中，主营业务毛利率下降的主要原因系：（1）受全球经济危机影响，

2009年我国连锁超市行业开始受到冲击，公司对部分商品采取降价促销；（2）2009年，我国CPI同比出现下滑，达到-0.70%；其中食品类CPI于2009年10月份才开始转正，全年累积仅约0.70%；衣着类CPI一直处于负数，全年累积仅约-2.00%；综合毛利率上升的主要原因系公司其他业务收入毛利增长速度较快，2009年增长率为69.28%，高于同期营业收入49.25%的增长率。

2010年1-6月，随着公司经营规模的不断扩大及品牌影响力的扩张，公司的主营业务毛利率和综合毛利率均出现了不同程度的提升，

3、与同行业上市公司同期主营业务毛利率的比较分析

报告期前三年公司与同行业上市公司同期主营业务毛利率的对比情况如下：

公司名称	2009年	2008年	2007年
华联综超	10.65%	11.05%	12.06%
武汉中百	12.90%	13.10%	12.61%
步步高	15.60%	14.60%	14.56%
新华都	14.48%	14.80%	14.60%
人人乐	11.12%	11.84%	12.08%
物美商业	8.85%	8.81%	7.55%
联华超市	13.06%	13.55%	12.99%
时代零售	N/A	16.73%	16.44%
北京京客隆	13.92%	13.96%	12.79%
行业平均	12.57%	13.16%	12.85%
本公司	15.42%	15.71%	14.78%

注：2010年5月时代零售已退市

从上表可见，公司报告期前三年的主营业务毛利率明显高于行业平均水平，主要原因如下：

（1）公司的零售业态以大卖场、卖场和社区超市为主，且在福建和重庆两大市场区域处于领先地位，议价能力相对较强；

（2）公司通过不断调整商品结构，提高毛利率较高的食品用品类和服装类等商品比重，此外，公司还通过提高食品用品类商品的品质、服装类“定制包销”比重等来进一步提升商品销售毛利率；

（3）公司目前的直采比例约76%，相对较高，直接采购减少了产业链的中

间环节，从而降低采购成本；

(4) 相对批发业务，零售业务的毛利率相对较高。公司所有大卖场、卖场和社区超市均为直营门店，批发业务较小，而同行业可比上市公司中的北京京客隆、物美商业、联华超市等存在较大比例的特许加盟店、批发业务比重较大。

4、与同行业上市公司同期综合毛利率的比较分析

报告期前三年公司与同行业上市公司同期综合毛利率的对比情况如下：

公司名称	2009年	2008年	2007年
华联综超	19.91%	19.54%	20.52%
武汉中百	17.83%	18.23%	17.35%
步步高	19.32%	19.73%	19.50%
新华都	18.86%	19.01%	18.95%
人人乐	20.62%	20.50%	20.15%
物美商业	18.68%	18.08%	16.33%
联华超市	20.60%	23.86%	20.14%
时代零售	N/A	23.19%	23.12%
北京京客隆	18.39%	16.70%	16.39%
行业平均	19.28%	19.87%	19.16%
本公司	17.90%	17.88%	17.20%

从上表可见，在主营业务毛利率高于行业平均水平的同时，公司报告期前三年的综合毛利率均低于同行业可比上市公司的平均水平，主要原因系：

(1) 本公司其他业务收入占比较低，而其他业务收入的毛利率远高于主营业务收入，2009年度A股可比上市公司其他业务收入的平均毛利率水平达到97.35%。本公司2009年度的其他业务收入为25,033.70万元，占营业收入的比重仅为2.95%，无论是绝对额还是相对额均远低于同行业可比上市公司的平均水平，这使得其他业务对公司综合毛利率的影响较小、公司的综合毛利率与主营业务毛利率比较接近；而可比上市公司的其他业务收入占比较高，其他业务毛利率对综合毛利率的贡献较大，在主营业务毛利率较低的基础上通过提高其他业务比例来提升综合毛利率。公司与可比上市公司2009年度其他业务收入占比及毛利率的对比情况如下：

单位：万元

2009 年度			
公司名称	其他业务收入	其他业务收入占比	其他业务毛利率
华联综超	90,558.63	9.78%	99.66%
武汉中百	61,747.27	3.24%	98.05%
步步高	31,061.28	5.43%	89.57%
新华都	15,856.22	5.10%	100.00%
人人乐	95,995.03	10.95%	99.49%
物美商业	127,059.90	10.78%	N/A
联华超市	265,283.90	9.95%	N/A
时代零售	N/A	N/A	N/A
北京京客隆	42,370.90	5.96%	N/A
行业平均	91,241.64	7.65%	97.35%
本公司	25,033.70	2.95%	99.20%

注：香港上市公司未披露其他业务毛利率

报告期前三年公司与同行业可比上市公司同期（综合毛利率-主营业务毛利率）的对比情况如下：

公司名称	2009 年	2008 年	2007 年
华联综超	9.26%	8.49%	8.46%
武汉中百	4.93%	5.13%	4.74%
步步高	3.72%	5.13%	4.94%
新华都	4.38%	4.21%	4.35%
人人乐	9.50%	8.66%	8.07%
物美商业	9.83%	9.27%	8.78%
联华超市	7.54%	10.31%	7.15%
时代零售	N/A	6.45%	6.68%
北京京客隆	4.46%	2.74%	3.60%
行业平均	6.70%	6.71%	6.31%
本公司	2.47%	2.17%	2.42%

由上表可见，由于本公司主营业务收入占比较大，报告期内主营业务毛利占营业毛利的比重均超过 83%，主营业务毛利率与综合毛利率的差异较小，综合毛利率较好地反映了本公司主营业务的经营状况。而主营业务毛利占营业毛利的比重较低的物美商业、人人乐、华联综超和联华超市，其综合毛利率与主营业务毛利率的差异较大。

(五) 少数股东损益

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
少数股东损益	-28.74	257.66	292.16	161.81
净利润	13,800.97	25,686.95	21,662.93	13,143.41
少数股东损益占比	-0.21%	1.00%	1.35%	1.23%

(六) 非经常性损益

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
非经常性损益合计	169.46	350.53	-151.34	866.88
所得税影响	51.51	99.18	40.49	203.78
非经常性损益净额	117.94	251.35	-191.83	663.10
归属于母公司普通股股东的非经常性损益	117.94	251.07	-183.53	653.39
归属于母公司普通股股东的净利润	13,829.70	25,429.29	21,370.78	12,981.61
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东的净利润	13,711.76	25,178.22	21,554.30	12,328.21
非经常性损益占归属母公司股东净利润的比例	0.85%	0.99%	-0.86%	5.03%

(七) 报告期内公司收入和利润增长情况说明**1、报告期内营业收入同比增长较快的原因**

2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月公司营业收入分别为367,317.05万元、567,816.22万元、847,481.58万元和561,113.61万元，其中主营业务收入占比分别为97.15%、97.40%、97.05%和96.66%，所占比重始终保持在较高水平。2008年度、2009年度营业收入分别较上年增长了54.58%和49.25%。营业收入增长较快的主要原因：①最近三年我国高速发展的宏观经济、日益增长的人均可支配收入及国家刺激消费政策的不断出台，这些均为连锁超市的快速发展提供了良好的市场环境。尤其对于本公司而言，随着人们消费习惯的改变，公司“心系民生、情系百姓”的“农改超”模式获得了农户、供应商和消费者的充分肯定，流通和农业产业化双龙头的规模效应逐年显现，保供稳价的作用也日益体现，公司发展越来越获得消费者的认可和当地政府的支持，营业收入在报告期内呈现持续增长；②截至2006年底公司门店数量为47家，经营面积约202,753平方米，经过一段时间的培育期后，这些门店通过内生性的增长为报告期内营业

收入的持续增长奠定基础；③外延式的扩张是超市企业最重要的扩张方式，公司凭借“农改超”，稳健、快速复制自身经营模式，受到福建、重庆和北京消费者的欢迎，促成了公司的跨区域发展能力，2007年-2009年在全国先后新开门店11家、19家和45家，2007年底、2008年底和2009年底公司的总开业门店数量分别达到58家、77家和122家，经营面积分别达到288,676平方米、405,559平方米和719,216平方米，新开门店数量和经营面积的不断扩大及新开门店商圈的不断成熟，使得公司报告期前三年的营业收入呈现较快增长。

2、报告期内利润增长情况

公司的净利润主要来自主营业务，净利润的增长主要是由于主营业务收入的增加。2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月公司净利润分别为13,143.41万元、21,662.93万元、25,686.95万元和13,800.97万元，2008年度和2009年度净利润分别较上年增长64.82%和18.58%。

2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月公司归属于母公司所有者的净利润分别为12,981.61万元、21,370.78万元、25,429.29万元和13,829.70万元，2008年度、2009年度归属于母公司所有者的净利润分别较上年增长64.62%和18.99%。

2008年度净利润和归属于母公司所有者的净利润增长较快的主要原因是：

(1) 营业收入的快速增长。2008年度公司营业收入和主营业务收入分别较上年增长54.58%和54.98%；(2) 全国人民代表大会于2007年3月16日通过了《中华人民共和国企业所得税法》，并自2008年1月1日起施行，公司适用的企业所得税率从33%调整为25%；(3) 随着公司经营规模和门店网点的扩大、与供应商的议价能力逐渐增强，再加上公司不断创新模式，增加“包销定制”等毛利率较高的商品并提高销售占比，使得公司主营业务毛利率和综合毛利率均出现稳步提高，主营业务毛利率由2007年度的14.78%提高到2009年的15.42%，综合毛利率由2007年度的17.20%提高到17.90%。

2009年度净利润和归属于母公司所有者的净利润增长率较2008年出现一定的下降，其主要原因是：(1) 公司2009年新开门店45家，相比2008年的新开门店增长136.84%，该部分门店需要通过一段培育期之后才能逐渐体现经营业

绩，但与此同时根据会计准则对新开门店的费用摊销较多；（2）受全球经济危机影响，2009年国内连锁超市市场受到冲击，公司加大促销力度，相应销售费用增加；（3）公司正处于稳健、快速扩张期，2009年经营面积同比增长77.35%，相对应的营业费用如房租物业费、水电费及燃气费等随之增加，使得营业费用的增长率快于营业收入增长率。

三、资本性支出分析

（一）报告期内重大的资本性支出

2008年9月5日，原永辉集团有限公司与福清兰天房地产开发有限公司签署《房地产买卖合同》，购买位于音西街道桥溪路1号面积为9,695平方米的综合楼房屋所有权，使用权终止日期为2066年12月26日。收购支付对价为4,000万元。

2008年12月23日，海峡食品与闽侯县国土资源局签订《国有土地使用权出让合同》，购买位于闽侯县南屿镇南井村面积为71,067平方米工业用地的国有土地使用权，使用权类型为出让，使用权终止日期为2059年7月9日，购买支付对价为901.23万元。

2009年3月6日，轩辉房地产、闽侯永辉、闽侯县国土资源局三方签订《闽侯县国有建设用地使用权出让合同补充合同》，购买位于闽侯县甘蔗街道县城新区(三英、五福村)面积为6,693平方米商服用地的国有土地使用权，使用权类型为出让，使用权终止日期为2049年4月13日。轩辉房地产与原永辉集团有限公司于2009年3月17日签订《股权转让协议》，轩辉房地产将其持有的闽侯永辉100%股权转让给公司，转让金额为800万元。

2009年4月18日，重庆永辉与重庆健雅置业有限公司签订《商品房买卖合同》，购买位于重庆市渝北区龙溪镇武陵路上海大厦的房产，收购支付对价为1,950万元。

2009年6月30日，轩辉置业与重庆市国土资源局签订《国有土地使用权出让合同》，购买位于江北区大石坝E分区E3-1/02和江北区大石坝组团E分区E3-3/02面积分别为30,051.8平方米和6,667.3平方米混合用地的国有土地使用权，

使用权类型为出让,使用权终止日期为2049年10月8日。收购支付对价为10,806万元。

2009年8月27日,闽侯永辉与闽侯县国土资源局签订《闽侯县国有建设用地使用权出让合同》,购买位于闽侯县甘蔗街道县城新区(三英、五福村)面积为7,959平方米停车场及仓储用地的国有土地使用权,使用权类型为出让,使用权终止日期为2059年9月13日。收购支付对价为185万元。

2010年5月6日,永辉超市股份有限公司与漳浦县国土资源局签订《国有建设用地使用权出让合同》,购买位于漳浦县龙湖路中段面积为20,051.76平方米的土地使用权(宗地编号为2010G01),土地的用途为商服用地,使用权类型为出让,截至本招股意向书签署日,公司已经缴纳土地出让金7,600万元人民币。

(二) 未来可预见的资本性支出及对公司的影响

截至本招股意向书签署日,除本次发行股票募集资金相关的投资外,发行人还计划在重庆、安徽建设物流配送中心,以支撑成渝经济区和泛长三角经济区的连锁超市门店扩张。本次发行股票募集资金投资项目详见本招股意向书“第十三节 募集资金运用”。

四、重大会计政策、会计估计的变化情况

参见“第十节 财务会计信息”之“四 主要会计政策和会计估计”之“(十六) 报告期内会计政策、会计估计的变更情况”

五、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项

截至本招股意向书签署日,公司不存在对财务状况、盈利能力及持续经营产生重大影响的重大担保、未决诉讼或其他或有事项和重大期后事项。

六、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

(一) 公司的主要财务优势和困难分析

1、公司的主要财务优势

公司的资产负债结构、资产构成及负债构成均与公司的经营模式相符合，财务资本结构合理，资产变现能力强，偿债风险较小；存货周转快、资产周转能力强；成本费用控制较好、保持较高的盈利能力、现金流充裕；具有较好的成长性、具备成功的跨区域发展能力、未来发展空间巨大。

2、公司面临的主要财务困难

公司具备快速复制的经营模式和成功的跨区域发展能力，目前正处于稳健、快速发展阶段。虽然 2007 年以来已先后两次引进民生超市有限公司对本公司进行增资，但是增量资金在短期内已被公司稳健、快速的业务扩张所消化。截至 2010 年 6 月 30 日公司的资产负债率（合并）也从 2008 年底的 54.96%攀升到 67.04%，仅靠公司的留存收益已不能满足快速发展的需要，需要进一步拓宽公司的融资渠道。

（二）未来影响公司财务和盈利能力的因素

1、行业发展状况的影响

公司所处的连锁超市行业属于商业零售行业的细分行业。随着中国经济的持续增长、扩大内需政策的逐步落实、居民收入的持续提高、城镇化进程的加速、社会保障体系的完善等，中国居民消费将呈现长期稳健增长，商业零售行业也将充分分享消费增长，体现其流通渠道的价值，特别是第三次消费高峰的启动，将为商业零售业带来超越其他行业的高增长，使得商业零售业处于发展的黄金周期。而从国际经验来看，连锁超市行业所销售的商品大都属于快速消费品，是消费者每天都要消费的，相比家电及 IT 连锁及百货等其他零售细分行业，连锁超市行业市场空间更大、更容易孕育出巨型零售企业。根据零售业的生命周期理论，我国连锁超市行业正处于快速成长期，未来发展空间巨大。此外，随着消费者购物习惯的改变，现代超市取代传统农贸市场的速度将进一步加快，这将为经营生鲜为主的超市企业带来更大的发展空间。

本公司是国内首批将生鲜农产品引进现代超市的流通企业之一，被国务院七部委誉为中国“农改超”推广的典范。公司建立了一整套完善的全国性生鲜统采和区域直采体系，极大限度地减少了“产地—门店—顾客”生鲜产业链的中间环

节,在保证生鲜产品的色香味的同时给消费者提供了比农贸市场更有竞争优势的价格,从而成为了我国“农改超”的主要推动者。公司差异化的发展战略将会在未来行业发展过程中获得更大的发展空间和盈利空间,从而给广大股东、员工和社会带来优异的财务表现和社会效应。

2、股票发行上市的影响

(1) 有利于提高公司的品牌影响力。通过成为上市公司,公司的品牌影响力和公司治理将进一步提高,有利于公司获得更好的供应商渠道、良好的客户口碑和更多的社会资源,有利于公司与国内外竞争对手的市场竞争。

(2) 有利于公司业务的快速发展。发行上市后,所募资金将用于经营网络的扩张、物流配送中心、信息系统和企业培训中心的建设,这些都将强化公司在区域市场的市场地位和话语权,提高公司运营效率,提升公司的盈利能力。此外,公司通过发行上市将拥有自己的资本平台,使得未来参与行业内收购兼并的手段更加多样化。

(3) 吸引更多的人才。随着发行上市,公司将会吸引更多优秀的管理人才的加入,这将是公司稳健、快速扩张的有效保障。此外,公司可以运用股权激励等多样化的措施来留住公司的高级管理人员和核心技术人员,强化团队的稳定性和凝聚力。

(三) 财务状况和盈利能力的发展趋势

1、资产、负债状况发展趋势

随着未来公司经营规模的扩大,预计公司总资产和总负债的规模将持续增长,流动资产规模也将不断扩大,货币资金、应收账款和存货等流动资产将随着资产总额和销售规模的增长保持合理水平。公司负债仍将以流动负债为主,其中应付账款、预收款项和应付票据等来源于客户和供应商的信用期也会随着公司销售收入的增长而保持合理的比例。考虑到公司本次的股权融资,短期内公司的资产负债率将出现快速下降,但是随着募集资金项目的陆续开工建设,公司的资产负债结构将恢复至正常水平。

除此之外,公司目前多以租赁物业来获得经营所需的门店,但是这也为公司

的长期稳定经营带来了一定的风险，因此公司也会在充分考虑财务结构基础上适当的增加自有门店的数量和比重，降低租赁物业带来的风险。另一方面，公司也会加大投入对物流系统和信息系统等方面的投入，从而将在一定程度上提高固定资产在总资产中的比重。

2、所有者权益发展趋势

公司近年来所有者权益增加较快，除了股东增资外，其主要原因在于公司快速增加的经营利润。在本次股票发行上市完成后，公司的所有者权益将在短期内获得较大的提高，此外，随着募集资金项目逐渐产生效益，较强的盈利能力也将进一步增加公司的所有者权益。

3、盈利能力的发展趋势

公司本次股票发行上市的募资资金超过 80%用于扩张现有经营网路，随着募集资金投资项目的完成，公司将在现有竞争优势的基础上进一步强化自身的规模和市场地位，有利于提高与供应商的议价能力；公司将继续大力发展“人才工厂”，培养管理人才，加强内部管理，有效控制成本费用。此外，公司还不断通过业务结构的调整和创新来提升公司整体毛利率水平。公司通过多年经营总结而出的差异化经营模式和稳定优秀的核心团队将促使公司在未来竞争中保持竞争优势，而公司标准化的稳健、快速复制模式和成功的跨区域发展能力将为公司保持持续的盈利能力奠定基础。

第十二节 业务发展目标

一、发行当年及未来两年的发展计划

（一）公司总体发展战略

公司以申请公开发行股票为契机，把握零售连锁行业快速发展的历史机遇，秉持“民生超市、百姓永辉”的公司定位，首创以生鲜为特色的差异化经营模式，坚持以大卖场、卖场和社区超市为核心业态的直营连锁，采用标杆店复制的标准化扩张，提出“根植福建、走向全国”的发展战略。

公司将围绕海峡西岸经济区、成渝经济区、京津冀都市经济圈、泛长三角经济区，重点拓展福建、重庆、北京、安徽四大区域，加快区域网点布局 and 现代物流配送体系建设，提高信息化控制技术，在核心市场采取成本领先和差异化经营策略深耕细作，加强和巩固领先地位的同时围绕四大经济圈实行核心扩张，以稳健又快速的步伐走向全国，跻身中国连锁企业前列。

1、区域发展战略

本公司坚持区域核心扩张的战略，坚持以每个发展区域的核心市场为发展重点，在加强和巩固核心市场的领先优势后采用“区域渗透、点面结合”的方式进行稳健、快速扩张。因此，公司将立足福建和重庆两大核心市场，分别在海峡西岸经济区和成渝经济区进行核心扩张，通过区域纵深发展和深耕细作，巩固市场地位；在战略性进入北京和安徽市场的基础上，扩大经营规模，逐步实现相对领先的市场地位，并通过核心扩张加快在京津冀都市经济圈和泛长三角经济区的网点布局；在“东南西北”四大经济圈的市场地位得到加强和巩固之后，将适时进入中原经济圈，从而在全国形成“东南西北中”的网点布局，真正实现“走向全国”的目标。

2、业态发展战略

本公司以大卖场、卖场和社区超市作为核心业态，将便利店作为业务发展的有益补充。在了解和分析现有超市业态发展趋势和公司经营管理能力的基础上，公司坚持以直营连锁发展核心业态，以特许加盟方式发展便利店，并且根据目标

市场顾客群的核心需求，适时拓展精品超市和购物中心等其他零售业态，丰富并完善公司的多业态组合。公司还将通过创新性的商品陈列和品类管理，在充分满足顾客需求的前提下向其提供便利、舒适的购物环境，提高顾客的忠诚度，保证公司经营业绩的持续增长。

3、经营模式发展战略

本公司将坚持以生鲜为特色的差异化经营模式，通过建立完善的全国性生鲜统采和区域直采体系以及强大的生鲜管理团队，在经营规模逐渐扩大的基础上，不断整合产业链的上游资源，积极响应党中央和国务院的“三农”政策，推动我国农业产业化进程，扩大城市尤其是农村人口的就业面。公司还将坚定不移地坚持自营战略，并辅之以自有品牌开发、定制包销等经营模式来满足目标顾客的多样化需求，改进消费者购买生鲜的习惯和提高公司的盈利能力。

（二）经营理念

公司使命：引领现代农业，守护百姓健康；以更好的服务提供健康的食品 and 实惠的商品。

核心价值观：融合共享、成于至善

服务理念：家门口的永辉、新鲜的永辉、放心的永辉。

（三）公司愿景

成为中国农业产业、流通一体化的龙头企业；成为中国零售行业中最受尊敬企业及最佳雇主。

（四）未来发展目标

目前，国内零售行业正处于快速发展的历史机遇，激烈的行业竞争背后也孕育着巨大的市场空间。公司将坚持“心系民生、情系百姓”、规范化经营、精细化管理，充分利用竞争优势，不断提升公司的内部管理能力，实现在规范中稳步成长，与供应商融合共赢、与管理层融合共享、与业主共同繁荣商圈，在实现股东财富最大化的同时提高员工的个人价值和公司的社会价值。

公司将继续保持艰苦创业的拼搏精神，继续发扬永不满足的创新精神，继续

坚持互利共赢的合作精神，在植根于福建的同时，围绕海峡西岸经济区、成渝经济区、京津冀都市经济圈、泛长三角经济区，重点拓展福建、重庆、北京、安徽市场，以稳健又快速的步伐走向全国；公司将以本次股票公开发行为契机，计划于 2011 年全国门店超过 250 家，力争至 2014 年全国门店超过 350 家，年销售额达 500 亿元，跻身中国连锁企业前列，成为中国著名的零售上市企业。

在此过程中，公司将大力推进“三化”建设，即从商贸产业化到产业物流现代化，并推动农业产业化，打造一个关心民生，以改善和提升人民生活质量和层次为奋斗目标的“百姓永辉”。

二、主要业务计划

（一）经营网点拓展和升级计划

公司作为一家以经营生鲜农产品为主，日用百货、服装鞋帽为辅的商业零售企业，以其独特的经营模式，准确的市场定位，迅速发展，得到百姓的广泛认可。未来几年，公司将重点拓展福建、重庆、北京、安徽四大核心市场，并围绕海峡西岸经济区、成渝经济区、京津冀都市经济圈、泛长三角经济区等“东南西北”四大经济圈加快区域网点布局。在做好目标区域市场调研、商圈分析及经营预测的基础上，公司未来两年内将投资开发 100 余家门店，进一步扩大公司的连锁经营规模；同时，公司将根据实际情况对现有老门店有步骤、有计划地进行改造和升级，进一步提升老门店的竞争力。通过新开门店和老门店升级改造，使公司有效的巩固和扩大市场占有率，创新商品结构，提升顾客购物体验，增强公司竞争能力。

（二）管理与技术创新计划

随着公司的稳健、快速扩张，公司将在积极引进和吸收国内外先进的连锁经营技术和管理经验的基础上，通过各种形式的对外交流和合作，深入研究连锁经营管理和现代营销技术，推广先进的经营理念、营销技术和管理方法，加强对公司经营活动的计划与成本控制，提高食品安全保障。

（三）物流配送体系完善计划

物流配送体系是连锁零售企业提升经营效率的关键，物流配送网络的效率直接决定连锁零售企业在市场上的竞争能力。公司目前已投入使用位于福州市闽侯县的现代物流配送中心，而随着公司的稳健、快速扩张，已有配送中心的仓储能力、配送能力及周转效率将难以满足发展需要。为与公司连锁经营扩张速度相适应，公司未来几年内将继续加大对物流配送体系的建设投资，扩建物流配送中心，以提高作业能力及配送效率。目前，公司已计划分别在福建福州和四川彭州建设物流配送中心，其中福建福州南屿工业区将建设覆盖福建全省的物流配送中心，包括食品用品物流配送中心；四川彭州将建设农产品加工配送中心，支撑起公司在成渝经济区的部分仓储配送，这也是本次募集资金投资项目之一。未来，与公司发展战略相配套的，公司还将计划在重庆、安徽、北京等地区建立物流配送中心，以支撑公司经营网点的稳健、快速增长。随着物流配送体系的逐渐完善，公司前台门店的运营效率将得到进一步的提升。

（四）信息化系统建设

随着公司业务规模的不断扩大，利用信息化手段提升公司的管理水平和核心竞争力将成为必然。短期来看，公司将在现有信息化系统优化升级基础上，通过对现有信息化资源的集成和优化升级，实现公司上下游业务的协同能力、不断优化公司管理流程，提升管理绩效和节约管理成本，保障各门店及分支机构有序经营，为公司管理层的决策分析提供更为科学准确的信息，实现公司商品流、信息流、资金流的一体化管理，从而提升公司的核心竞争力。长期来看，公司未来将做进一步的信息化系统战略规划，以满足全国性连锁超市企业的信息化要求。

（五）人力资源发展计划

为了满足公司发展对人才的需求，公司坚持“以人为本”的原则，高度重视人才，并注重引进人才和培养人才相结合，创造吸引高素质专业人才和管理人才的工作环境，建设一支开拓进取、充满活力的管理队伍，不断提高企业的核心竞争力。公司将根据业务发展需要通过内部培养、外部招聘等方式增加高素质管理人才储备，并加强员工培训和继续教育，推动员工素质不断提升，同时不断加强业务骨干员工的选拔、培养工作，加快“人才工厂”的建设，不断壮大人才队伍，

进一步完善公司培训体系，开展有针对性、实效性、创新性及系统性的培训，以提升门店服务水平。

此外，为了保证公司中高层管理团队及核心技术人员稳定，本公司将通过公司部门和聘请咨询机构不断完善公司的薪酬体系，在合理评估资本市场风险和财务风险的前提下，通过适应资本市场和增强人力资源竞争力的股权激励、奖金计划等方式吸引优秀人才。

（六）再融资计划

本次公开发行后，本公司将按计划认真管理和合理使用募集资金。未来，公司将根据经营规划、业务发展及项目的建设情况需要，在考虑资金成本、资本结构的前提下，适时通过银行贷款、配股、增发和发行可转换债券等方式筹集资金，促进公司业务快速、健康地发展。公司将以规范的运作、良好的经营业绩和稳定、持续的发展回报广大投资者，保持资本平台的持续融资功能。

（七）兼并收购计划

近年来，我国连锁超市行业竞争日趋激烈，行业内的兼并收购也日渐频繁。成功的兼并收购不仅能够在进入新市场的同时获得一定的网点规模、减少竞争对手，而且能够节约时间，减少机会成本。

本公司经过多年的发展，现已成为福建省和重庆市的超市龙头企业之一，拥有较高的知名度、美誉度和跨区域发展能力；而且在近年的市场开拓中，本公司已积极尝试并成功实施了多起小型兼并收购，积累了一定的经验。在未来的市场开拓中，本公司将在审慎调研分析的基础上，适时地收购、兼并一些在目标区域内具有一定优势的企业，加快市场拓展步伐。

三、拟订并实施计划的假设条件及主要困难

（一）拟订计划所依据的假设条件

- 1、本次公开发行能够顺利完成，募集资金能及时到位。
- 2、公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展的状态，未发生对公司发展具有重大影响的不可抗力。

3、公司各项经营业务所遵循的国家及地方的现行法律、法规、行业管理政策及发展导向无重大变化。

4、公司所在行业及领域的市场处于正常发展的状态，未出现重大的调整和波动。

5、无其他不可抗力及不可预见因素对公司经营造成重大不利影响。

（二）实施计划面临的主要困难

1、经营专业人才的需求

人才是企业发展的关键，公司要实现规模化、专业化的发展必须有相应的人才支持。随着公司发展战略的实施，公司的经营规模将会有较大增长，公司对经营管理人才以及一线服务人员的需求量将大幅上升，因此，公司需要招聘大量的管理人员及普通员工，同时还需提供相应的上岗培训，尤其是作为流通和农业产业化的双龙头企业，初级员工的业务培训不仅是企业发展的需要，也是一种社会责任的体现。人才的引进和培养特别是经营管理等方面人才的引进和培养，将是公司发展过程中的重要工作。

2、多渠道融资的需求

融资渠道较窄是公司实现业务发展目标面临的主要困难，公司现有业务发展所需要的资金通过自有资金、股东投入、银行贷款解决。公司只有积极开拓多种融资渠道，如利用资本市场募集资金的方式，才能满足公司业务发展的资金需求，达到业务发展的预期目标。

3、全国连锁经营的挑战

根据公司的整体战略部署，公司在未来的五年内，在植根于福建的同时，着力拓展重庆、北京、安徽市场，将以稳健、快速的步伐走向全国，推动我国农业流通和产业化进程。随着市场领域的拓展，公司将面临来自各地的行业竞争，如何继续保持公司一贯的经营特色、服务质量和品牌声誉，并在拓展领域内取得更大的成功，对公司而言是一项挑战。

四、业务计划与现有业务的关系

公司现有业务是实现发展计划的重要基础和保障。公司在现有业务的发展过程中逐渐积累起来的品牌知名度、采购体系、内部经营管理体系优势，以及在国内外不同区域市场的成功经营经验，将为实现公司战略目标打下坚实的基础。

公司发展计划是在现有业务正常经营和募集资金项目顺利投资见效的基础上制定的。上述发展计划的顺利实施将进一步促进公司规模扩大、提升公司管理水平、提高公司经营效益，全面提升公司核心竞争力。

第十三节 募集资金运用

一、本次募集资金规模及拟投资项目概览

经公司 2010 年 2 月 18 日召开的第一届第八次董事会及 2010 年 3 月 10 日召开的 2009 年年度股东大会批准，公司拟向社会公开发行不超过 11,000 万股人民币普通股（A 股），预计发行价格为【*】元，募集资金总额【*】元，扣除发行费用后，本次募集资金净额为【*】元，公司将按轻重缓急投资于以下项目，项目实施主体为公司或全资子公司：

序号	项目名称	投资金额（万元）	募集资金使用金额（万元）
1	连锁超市发展项目	159,788	159,788
2	农产品加工配送中心项目	12,000	12,000
3	信息化系统升级改造项目	12,600	12,600
4	企业培训中心项目	5,000	5,000
小计	-	189,388	189,388

二、募集资金不足或过剩的安排

若因经营需要或市场竞争等因素导致上述募集资金投向中的全部或部分项目在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入的，本公司或全资子公司拟以自筹资金先期进行投入，待本次发行募集资金到位后，本公司或全资子公司可选择以募集资金置换先期已投入的自筹资金。

如果本次募集资金相对于项目所需资金存在不足，不足部分本公司将通过自有资金、银行借款等途径解决。

如果本次募集资金规模超过项目所需资金，超出部分将用于补充本公司流动资金。

三、募集资金投资项目简介

（一）连锁超市发展项目

连锁超市发展项目共包括 73 家门店，其中租赁门店 72 家（福建 23 家、重

庆 30 家、北京 9 家、安徽 9 家，贵州 1 家)，自建门店 1 家（闽侯生活中心）。

公司新增超市租赁面积 581,008 平方米，其中福建新增面积 163,668 平方米，重庆新增面积 230,933 平方米，北京新增面积 85,306 平方米，安徽新增面积 84,851 平方米，贵州新增面积 16,250 平方米。闽侯生活中心总面积 14,055 平方米。

连锁超市发展项目总投资 159,788 万元，其中固定资产投资 129,718 元，流动资金 30,070 万元。

公司超市业态划分如下：

业态	面积(平方米)	辐射半径	单品数	主营产品
大卖场	≥10000	5-20 公里	3 万种以上	生鲜、日常用品、加工食品、服装、家居、家用电器、电子产品、进口商品
卖场	5000-10000	3-5 公里	1.5-3 万种	生鲜、日常用品和服装
社区超市	1500-5000	1-3 公里	0.8-1 万种	生鲜、食品和日常必需品
精品超市	2000-3000	5 公里	1-1.5 万种	各地优质高档生鲜商品及进口食品用品

本项目新开门店为前三种业态，即大卖场、卖场和社区超市。

截至 2010 年 7 月底，72 家租赁门店中已有 51 家签定了物业租赁协议，占比约 71%，面积合计为 390,008 平方米，占比约 67%；21 家达成物业租赁意向，占比约 29%，面积合计为 191,000 平方米，占比约 33%。各地区门店及签约情况如下：

地区	门店数	面积(平方米)	签约情况				意向情况			
			门店数	占比(%)	面积(平方米)	占比(%)	门店数	占比(%)	面积(平方米)	占比(%)
福建	23	163,668	20	87%	139,868	85%	3	13%	23,800	15%
重庆	30	230,933	20	67%	140,933	61%	10	33%	90,000	39%
贵州	1	16,250	1	100%	16,250	100%	0	0%	0	0%
北京	9	85,306	3	33%	28,106	33%	6	67%	57,200	67%
安徽	9	84,851	7	78%	64,851	76%	2	22%	20,000	24%
合计	72	581,008	51	71%	390,008	67%	21	29%	191,000	33%

公司在确定上述门店的选址、各地区门店数量及各门店拟开业时间的安排、

投资规模的规划时，主要根据公司以往经验，同时参考公司在不同区域的现有规模、公司在该区域所处的竞争地位、公司的竞争对手情况。

截至 2010 年 7 月底，73 家连锁超市的具体情况如下：

区域	序号	门店	区域	面积 (平方米)	门店进度	开业/预计 开业时间	拟投资额 (万 元)
福建	1	永辉超市福安新华店	福建省福安市新华北路	7,000.00	已签约	2010年4月	1,865
	2	永辉超市莆田涵城东店	福建省莆田市涵江区	4,361.00	已签约	2010年4月	1,090
	3	永辉超市德化南门市场店	福建省德化县兴南街	5,012.68	已签约	2010年4月	1,441
	4	永辉超市南安水头店	福建省南安市水头镇	8,760.00	已签约	2010年4月	2,292
	5	永辉超市漳州龙池店	福建省漳州市龙海市角美镇龙池开发区	2,776.52	已签约	2010年4月	680
	6	永辉超市夏雨苑店	福建省福州市仓山区福湾路	11,108.00	已签约	2010年6月	2,556
	7	永辉超市顺昌融华店	福建省顺昌县中山西路	7,170.00	已签约	2010年7月	1,945
	8	永辉超市厦门海沧新阳店	福建省厦门海沧区	7,344.00	已签约	2010年8月	2,012
	9	永辉超市莆田延寿店	福建省莆田市荔城区延寿中路	8,627.00	已签约	2010年10月	2,303
	10	永辉超市德化丁溪店	福建省泉州市德化县	5,200.00	已签约	2011年1月	1,387
	11	永辉超市莆田仙游枫亭店	福建省莆田市仙游县枫亭镇	7,326.00	已签约	2010年12月	2,008
	12	永辉超市仙游步行街店	福建省莆田市仙游县 825 大街	12,141.00	已签约	2010年12月	2,755
	13	永辉超市连江琯头店	福建省福州市连江县琯头镇	6,500.00	已签约	2011年2月	1,862
	14	永辉超市霞浦太康店	福建省霞浦县太康路	8,000.00	已签约	2011年3月	2,271
	15	永辉超市霞浦松城店	福建省霞浦县松城街道	5,146.00	已签约	2011年3月	1,513
	16	永辉超市建阳金都店	福建省建阳市上水南路	4,218.00	已签约	2011年5月	1,105
	17	永辉超市闽侯生活中心	福建省闽侯甘蔗县城新区 8 号路以北	5,255.60	自建	2011年5月	8,155
	18	永辉超市莆田正荣店	福建省莆田市北大路	12,930.00	已签约	2011年9月	2,976
	19	永辉超市首山店	福建省福州仓山区首山路	6,600.00	已签约	2011年12月	1,981
	20	永辉超市邵武一号店	福建省邵武市	4,800.00	已签意向书	2011年12月	1,155
	21	永辉超市东方名城店	福建省福州市马尾区儒江大道	7,000.00	已签意向书	2012年3月	1,948
	22	永辉超市莆田华友店	福建省莆田市涵江区	2,444.00	已签约	2012年3月	606
	23	永辉超市学园南街店	福建省莆田市城厢区学园南街	12,000.00	已签意向书	2012年3月	2,866

重庆	24	永辉超市清流店	福建省清流县	7,204.00	已签约	2012年3月	2,084
	25	永辉超市鱼轻路店	重庆市巴南区	8,725.00	已签约	2010年4月	2,325
	26	永辉超市合川金世纪店	重庆市合川区希尔安大道	5,700.00	已签约	2010年4月	1,639
	27	永辉超市人和街店	重庆市渝中区人和街	5,488.00	已签约	2010年6月	1,522
	28	永辉超市财富中心店	重庆市渝北区财富中心	12,000.00	签约意向	2011年1月	2,728
	29	永辉超市武隆中央广场店	重庆市武隆县巷口镇建设东路	7,200.00	已签约	2010年8月	2,048
	30	永辉超市荣昌莲花广场店	重庆市荣昌县昌元镇	5,200.00	已签约	2010年8月	1,595
	31	永辉土桥店	重庆市巴南区花溪镇	3,000.00	已签约	2010年9月	706
	32	永辉超市涪陵店	重庆市涪陵区	10,000.00	签约意向	2011年1月	2,412
	33	永辉超市顺祥店	重庆市大渡口区	8,200.00	已签约	2010年10月	2,344
	34	永辉超市大学城店	重庆市沙坪坝区	6,019.00	已签约	2010年10月	1,780
	35	永辉超市南川南大街店	重庆市南川区	7,000.00	已签约	2010年11月	2,003
	36	永辉星湖路店	重庆市北部新区高新园	15,211.00	已签约	2010年12月	3,416
	37	总部旗舰店	重庆市江北区	11,000.00	已签约	2010年12月	2,604
	38	永辉超市李家沱店	重庆市巴南区	7,556.50	已签约	2010年12月	2,198
	39	永辉超市大渡口新宝龙店	重庆市大渡口区	6,000.00	已签约	2010年12月	1,638
	40	永辉超市望江店	重庆市江北区	3,100.00	已签约	2010年12月	835
	41	永辉超市金渝大道店	重庆市北部新区	4,985.00	已签约	2011年1月	1,243
	42	永辉超市帝景摩尔店	重庆市南岸区	12,000.00	签约意向	2011年5月	2,797
	43	永辉超市中海国际社区	重庆市南岸区	8,000.00	已签意向书	2011年5月	2,230
	44	永辉超市兴科大道店	重庆市渝北区	7,970.00	已签约	2011年9月	2,154
	45	永辉超市石油路万科项目	重庆市高新区	7,000.00	签约意向	2011年11月	2,003
	46	永辉超市荣昌宝城路店	重庆市荣昌县	5,950.00	已签约	2011年11月	1,696
	47	永辉超市巴南融汇半岛	重庆市巴南区融汇半岛	8,000.00	已签意向书	2011年12月	2,230
48	永辉超市南岸融侨半岛	重庆市南岸区融侨半岛	8,000.00	已签意向书	2012年1月	2,299	

	49	永辉超市金开大道店	重庆市北部新区金开大道	7,846.00	已签约	2012年1月	2,195
	50	永辉超市二郎恒基项目	重庆市九龙坡区	10,000.00	签约意向	2012年2月	2,412
	51	永辉超市红旗小学	重庆市永川区红旗小学	7,000.00	已签意向书	2012年2月	2,003
	52	永辉超市江津店	重庆市江津区	8,000.00	已签意向书	2012年3月	2,271
	53	永辉超市长寿盛世桃源店	重庆市长寿区	7,782.00	已签约	2012年3月	2,111
	54	永辉超市大足商贸中心店	重庆市大足县	7,000.00	已签约	2012年3月	2,003
贵州	55	永辉超市贵阳金阳店	贵州省贵阳市金阳新区	16,250.00	已签约	2010年9月	3,824
	56	永辉超市十里河店	北京市东三环南路弘燕南一路	16,297.00	已签约	2010年4月	3,764
	57	永辉超市增光路店	北京海淀区	4,729.00	已签约	2010年4月	1,225
	58	永辉超市草桥店	北京市丰台区	7,080.00	已签约	2010年5月	2,044
	59	永辉超市苹果园店	北京石景山区	5,000.00	已签意向书	2010年6月	1,567
北京	60	永辉超市回龙观店	北京回龙观	8,700.00	已签意向书	2010年7月	2,371
	61	永辉超市大兴店	北京大兴区	6,000.00	已签意向书	2010年8月	1,860
	62	永辉超市成寿寺店	北京市丰台区	13,000.00	已签意向书	2011年6月	3,278
	63	永辉超市环京物流店	北京市海淀区	12,000.00	已签意向书	2011年11月	3,171
	64	永辉超市科荟路店	北京市朝阳区	12,500.00	已签意向书	2011年12月	3,267
	65	永辉超市合肥滨湖新区金源购物中心店	安徽省合肥市世纪金源购物中心	18,900.00	已签约	2010年4月	4,006
	66	永辉超市绿地赢海国际大厦店	安徽省合肥包河区	9,561.64	已签约	2010年4月	2,611
	67	永辉超市合肥蜀山区史河路店	安徽省合肥蜀山区	7,356.00	已签约	2010年5月	2,109
	68	永辉超市绿地蓝海国际大厦店	安徽省合肥市政务区	3,533.36	已签约	2010年5月	858
安徽	69	永辉超市合肥新站西路宝文国际广场店	安徽省合肥市新站西路	11,942.78	已签约	2010年6月	2,900
	70	永辉超市物流大道店	安徽省合肥市新站区	6,557.00	已签约	2010年10月	1,875
	71	永辉超市临泉路店	安徽省合肥市新站区	5,000.00	已签意向书	2011年4月	1,522
	72	永辉超市明发购物广场店	安徽省合肥市蜀山区	15,000.00	已签意向书	2011年6月	3,306
	73	永辉超市宝业路店	安徽省合肥市包河区	7,000.00	已签约	2011年10月	1,934

截至 2010 年 7 月底，公司已就本次拟以募集资金投资之新开门店项目中 72 家租赁门店签订 51 份房屋租赁合同。具体情况如下：

区域	序号	门店	出租人	区域	租赁起止年限
福建	1	永辉超市福安新华店	福安市鸿达房地产开发有限公司	福建省福安市新华北路	2009.8.1-2024.7.31
	2	永辉超市莆田涵城东店	莆田市荔洲房地产有限公司	福建省莆田市涵江区	2009.7.1-2024.12.31
	3	永辉超市德化南门市场店	德化县世纪城公寓物业管理有限责任公司	福建省德化县兴南街	2009.12.1-2021.12.31
	4	永辉超市南安水头店	福建省南安市水头房地产开发公司	福建省南安市水头镇	2009.11.30-2029.11.29
	5	永辉超市漳州龙池店	漳州新天地房地产开发有限公司	福建省漳州市龙海市角美镇龙池开发区	2009.12.24-2022.4.23
	6	永辉超市夏雨苑店	福州市仓山区建新镇横龙村经济合作社、福州市仓山区建新镇中截村经济合作社、福州市仓山区建新镇长埕村经济合作社	福建省福州市仓山区	2010.1.1-2029.12.31
	7	永辉超市顺昌融华店	福建省顺昌融华房地产开发有限公司	福建省顺昌县中山西路	2010.11.1-2025.10.31
	8	永辉超市厦门海沧新阳店	厦门海沧公用事业发展有限公司	福建省厦门海沧区	2010.2.28-2016.2.27
	9	永辉超市莆田延寿店	福建莆田市辰华投资有限公司	福建省莆田市荔城区延寿中路	2011.6.1-2026.5.31
	10	永辉超市德化丁溪店	德化县龙浔镇丁溪村民委员会	福建省泉州市德化县	2010.1.1-2024.12.31
	11	永辉超市莆田仙游枫亭店	仙游县枫亭小城镇建设有限公司	福建省莆田市仙游县枫亭镇	2010.7.1-2025.6.30
	12	永辉超市仙游步行街店	福建海宏房地产开发有限公司	福建省莆田市仙游县 825 大街	2011.6.10-2026.6.9
	13	永辉超市连江琯头店	福建省合建房地产开发有限公司	福建省福州市连江县琯头镇	自交付使用之日起 15 年
	14	永辉超市霞浦太康店	福建寅坤房地产开发有限公司	福建省霞浦县太康路	2009.10.1-2024.9.30
	15	永辉超市霞浦	霞浦县蔬菜公司	福建省霞浦县松城街道	2009.11.1-2030.6.30

	浦松城店				
16	永辉超市建阳金都店	建阳市建文房地产开发有限公司	福建省建阳市上水南路	2010.9.1-2026.1.31	
17	永辉超市莆田正荣店	福建时代众联商业经营管理有限公司	福建省莆田市北大路	2010.10.1-2025.9.30	
18	永辉超市莆田华友店	莆田市华友房地产开发有限公司	福建省莆田市涵江区	2012.10.1-2028.3.31	
19	永辉超市福州首山店	福州滨海房地产有限公司	福州市仓山区首山路	2012.1.1-2024.1.1	
20	永辉超市清流店	福建鸿图房地产开发有限公司	福建省清流县	自交付日起 15 年 6 个月	
重 庆	21	永辉超市鱼轻路店	何燕春	重庆市巴南区	自计租日起 15 年
	22	永辉超市合川金世纪店	重庆市合川金世纪物业开发有限公司	重庆市合川区	自交房之日起 15 年零 6 个月
	23	永辉超市人和街店	重庆财信房地产开发有限公司	重庆市渝中区人和街	自计租日起 15 年
	24	永辉超市武隆中央广场店	重庆腾图房地产开发有限公司	重庆市武隆县巷口镇建设东路	自计租日起 15 年
	25	永辉超市荣昌莲花广场店	重庆市钿涌物业发展有限公司	重庆市荣昌县昌元镇	自计租日起 15 年
	26	永辉土桥店	张铮、罗颖、何水源、亢恩文、刘章会	重庆市巴南区花溪镇	自计租日起 15 年
	27	永辉超市顺祥店	重庆腾祥购物中心管理有限公司	重庆市大渡口区	自计租日起 15 年
	28	永辉超市大学城店	重庆富力城房地产开发有限公司	重庆市沙坪坝区	自免费装修期满之次日起 15 年
	29	永辉超市南川南大街店	重庆金易房地产开发(集团)有限公司	重庆市南川区	自计租日起 15 年
	30	永辉星湖路店	重庆劲力实业(集团)有限公司	重庆市北部新区	自交付之日起 15 年
	31	总部旗舰店	轩辉置业	重庆江北区	自计租日起 15 年
	32	永辉超市李家沱店	重庆都和置业有限公司	重庆市巴南区	自计租日起 15 年
	33	永辉超市大渡口新宝龙店	重庆新宝龙实业发展有限公司	重庆市大渡口区	自计租日起 15 年
	34	永辉超市望江店	四川正源房地产开发有限责任公司	重庆市江北区	自计租日起 15 年
	35	永辉超市金	重庆中汽君安实业	重庆市北部新区	自装修免租期满之次日起

		渝大道店	有限公司		20年
	36	永辉超市兴科大道店	重庆宏科房地产开发有限公司	重庆市渝北区	自计租日起 15 年
	37	永辉超市荣昌宝城路店	重庆市庆顺房地产开发有限公司	重庆市荣昌县	自计租日起 15 年
	38	永辉超市金开大道店	中冶置业重庆有限责任公司	重庆市北部新区金开大道	自计租日起 20 年
	39	永辉超市长寿盛世桃源店	华盛置业集团重庆华融置业发展有限公司	重庆市长寿区	自计租日起 15 年
	40	永辉超市大足商贸中心店	重庆富士达建设房地产开发有限公司	重庆市大足县	自计租日起 15 年
贵州	41	永辉超市贵阳金阳店	贵阳世纪金源购物中心置业有限公司	贵州省贵阳市金阳新区	自接房之日起 20 年
北京	42	永辉超市十里河店	廊坊市华森集团有限公司	北京市东三环南路弘燕南一路	2009.12.22-2024.12.21
	43	永辉超市增光路店	中国劳动关系学院	北京海淀区	2009.10.15-2024.10.14
	44	永辉超市草桥店	嘉视动感科技(北京)有限公司	北京市丰台区	2010.1.15-2022.1.14
安徽	45	永辉超市合肥滨湖新区金源购物中心店	合肥市世纪金源购物中心有限公司	安徽省合肥市世纪金源购物中心	自接房之日起 20 年
	46	永辉超市绿地赢海国际大厦店	安徽绿地商业管理有限公司	安徽省合肥包河区	自计租日起 15 年
	47	永辉超市合肥蜀山区史河路店	合肥拓佳投资发展有限公司	安徽省合肥蜀山区	自计租日起 12 年
	48	永辉超市绿地蓝海国际大厦店	安徽绿地商业管理有限公司	安徽省合肥市政务区	自计租日起至 2021.5.19
	49	永辉超市合肥新站西路宝文国际广场店	宝文置业(安徽)有限公司	安徽省合肥市新站西路	自计租日起 15 年
	50	永辉超市物流大道店	合肥帝园置业发展有限公司	安徽省合肥市新站区	自计租日起 15 年
	51	永辉超市宝业店	安徽金粮置业有限公司	安徽省合肥市包河区	自计租日起 20 年

公司新门店项目尚有 21 家门店尚未签署房屋租赁合同，其中 16 家门店已经与出租人签署租赁意向合同，剩余 5 家新开门店公司将按照新门店项目的进度安排选址和签署合约。对于尚未签订租赁合同的项目，公司认为大部分不存在实施障碍，但亦存在个别项目最终不能签约的可能性，为此，公司除了募投资金所列项目外，也在同一或者临近商圈内积极寻找可开设的网点，对于未能签约的网点，将以新的网点替代。

1、项目背景

我国经济经过十多年的持续快速发展，社会消费品零售总额不断增长，居民收入水平持续保持增长，居民消费能力不断提升。

根据国家统计局数据统计显示，2009 年全年农村居民人均纯收入 5,153 元，剔除价格因素，比上年实际增长 8.5%；城镇居民人均可支配收入 17,175 元，实际增长 9.8%。农村居民家庭食品消费支出占消费总支出的比重为 41.0%，城镇为 36.5%。部分经济发达地区进入较高的消费层次，中高收入群体正在形成和扩大。

收入的不断提高促使居民的购买能力持续提升，我国消费市场正呈现快速稳步增长局面。宏观政策方面，国家将“扩大内需”作为促进经济增长的重要手段，推进消费升级，逐步增强消费对经济增长的拉动作用。在此背景下，我国连锁零售行业迅速发展，各零售连锁企业纷纷进行区域网点布局，以在竞争中取得先机。目前门店扩张这种外延式增长方式仍然是零售连锁企业获取利润和竞争优势的重要手段。

在零售行业中，超市是竞争最激烈的细分行业，国际零售巨头凭借在日用品方面的全球采购优势及规模优势，迅速提升其在国内超市行业中的市场份额，且不断向二三级市场渗透，加剧了超市行业的竞争程度。为应对外资超市企业的竞争，部分国内超市企业凭借差异化的经营和区域市场规模优势，不断提升自身管理能力，加强核心竞争力，在激烈的行业竞争中保持竞争优势。公司坚持区域核心扩张的战略，坚持以每个发展区域的核心市场为发展重点，在加强和巩固核心市场的领先优势后采用“区域渗透、点面结合”的方式进行快速扩张。公司将立

足福建和重庆两大核心市场，并战略性进入北京和安徽市场，在“东南西北”四大经济圈的市场地位得到加强和巩固之后，将适时进入中原经济圈，从而在全国形成“东南西北中”的网点布局，真正实现“走向全国”的目标。

2、市场前景

（1）福建省行业背景分析

2009 年全省实现地区生产总值 11,949.53 亿元，比上年增长 12.0%。全省社会消费品零售总额 4,480.99 亿元，比上年增长 16.5%。全省城镇居民人均可支配收入 19,576.83 元，比上年增长 9.0%，扣除价格因素，实际增长 10.9%，同比提高 0.1 个百分点。农民人均纯收入 6,680 元，比上年增长 7.8%，扣除价格因素，实际增长 10.1%，同比提高 1.8 个百分点。福建省经济增速近几年相对较高，而两岸三通的实现也将刺激福建经济的发展，因此，未来几年福建省经济将保持高速运行，经济的高速发展将为福建消费持续增长提供有力支撑。

公司计划在福州市闽侯县甘蔗镇自建一家门店——永辉超市闽侯生活中心。该门店地处福州西郊，位于福州闽侯县甘蔗新区中心位置，距福州市中心 15 公里左右。闽侯县 2008 年工业经济全年实现国内生产总值 101.33 亿元，财政总收入 12.81 亿元，其中地方财政收入 6.16 亿元，增长 19.1%，实现农林牧渔业总产值 23.09 亿元，增长 7.7%。全县工业总产值完成 190.2 亿元，全年城镇居民人均可支配收入 10,976 元，农民人均纯收入 4,366 元，分别增长 7.7%和 9.1%，年末城乡居民储蓄存款 42.6 亿元，比年初增加 5.2 亿元，增长 13.9%。

（2）重庆市行业背景分析

2009 年，重庆市 GDP 为 6,528.72 亿元，增速达到 14.9%。社会消费品零售总额达到 2,448.01 亿元，增长 18.6%。虽然重庆市目前的经济规模与其战略地位稍不匹配，但随着我国西部经济发展政策倾斜、重庆市政府大力推动经济发展及发展农村经济等因素影响，重庆市未来将继续保持较高增长率，未来增长空间较大。

（3）北京行业背景分析

根据北京市统计局的数据，2009年北京实现地区生产总值11,865.9亿元，比上年增长10.1%。全年城镇居民人均可支配收入达到26,738元，比上年增长8.1%（名义增速）。农村居民人均纯收入11,986元，比上年增长11.5%（名义增速），居民消费能力较大。随着2008年北京奥运会的顺利召开，北京市越来越吸引国际眼球，而居民消费习惯的改变、消费升级及城市化进程将继续提升北京市的消费市场容量。

（4）安徽省行业背景分析

2009年安徽省生产总值10,052.9亿元，按可比价格计算，比上年增长12.9%，连续6年保持两位数增长。全年社会消费品零售总额3,527.8亿元，增长19%，增幅为近13年仅低于上年的次高水平。全年城镇居民人均可支配收入14,086元，增长8.4%。农民人均纯收入4,504元，增长7.2%。虽然安徽省目前的经济规模与其战略地位稍不匹配，但随着我国中部经济发展政策倾斜、安徽省政府大力推动经济发展及发展农村经济等因素影响，安徽省未来将继续保持较高增长率，未来增长空间较大。

（5）贵州省行业背景分析

贵州简称“黔”或“贵”，位于中国西南的东南部，东毗湖南省、南邻广西壮族自治区、西连云南省、北接四川省和重庆市，是一个山川秀丽、气候宜人、民族众多、资源富集、发展潜力巨大的省份。

贵州是公司发展成渝经济区市场的组成部分，是核心市场——重庆市场的有益的补充和延伸，主要原因是：1）贵州与四川和重庆相连，通过黔渝高速公路从重庆经遵义到贵阳的全线距离仅约390公里，处于物流配送和职能管理的辐射范围之内，而随着本次募集资金投资项目——四川彭州农产品加工配送中心的建成投产，贵阳及贵州市场将与重庆、四川市场一起形成公司成渝经济区的经营网络；2）从消费者消费倾向来看，贵州与重庆、四川存在较大的相似点，包括白酒文化、饮食文化等，这些将有助于公司对成渝经济区的统一管理；3）随着我国城市化进程的加快及国家对“三农”政策的大力支持，贵州将迎来较快的发展，再加上贵州超市行业的竞争激烈程度较低，存在较大市场机会；4）实际证明公

公司以经营生鲜为特色的差异化发展战略已经获得了巨大的成功，并且成功实现了跨区域发展，公司的经营模式也将在贵州获得成功。

截至 2008 年底，贵州省城镇人口比例仅为 29.11%，城市化程度较低，提升空间较大。

2009 年贵州省实现生产总值为 3,893.51 亿元，2009 年全省实现国内生产总值 3,887 亿元，同比增长 11.2%；实现社会消费品零售总额 1,247.25 亿元，增长 19.1%。

贵阳市作为贵州省的省会城市，除了与重庆距离较短、处于公司重庆大区管理和物流配送的辐射范围之内外，贵阳 2008 年 GDP 实现 811.05 亿元，占全省总额的 24.3%，社会消费品零售总额达到 343.53 亿元，占全省总额的 33.8%。由此可见，贵阳消费能力较强，市场容量占比较大。公司在贵阳的连锁门店发展既符合公司在成渝经济区核心扩张的发展战略，又符合贵阳消费能力较强、市场容量占全省比重较大的特点，在重庆市场占有率逐渐提升的同时能够给成渝经济区带来更多的市场增量，是重庆市场的延伸和有益补充。

3、竞争对手分析

在福建省，公司的门店主要分布在福州、南平、厦门和泉州，主要竞争对手包括当地企业新华都以及沃尔玛、家乐福、麦德龙、好又多等外资企业。公司在福州市的市场地位突出，竞争优势明显。未来公司将通过开设新店进一步强化在福建省的竞争地位。

在重庆市场，公司的主要竞争对手是重庆百货（含新世纪百货）、沃尔玛、家乐福、好又多等。公司在重庆市场已经位列市场领先地位，随着公司在重庆市场乃至成渝经济区的进一步发展，公司在该市场的优势将更加凸显。

在与重庆邻近的贵州市场，公司的主要竞争对手包括沃尔玛及当地的超市企业，贵州当地的超市企业大都为中小型的发展规模，且不具备较强的竞争力。

北京市场的行业竞争较为激烈，本公司的主要竞争对手包括物美商业、华润万家、北京京客隆和华联综超等内资超市企业以及沃尔玛、家乐福、卜蜂莲花等

外资超市企业。

在安徽市场，本公司的主要竞争对手包括合肥百货旗下合家福超市、江苏苏果、家乐福、沃尔玛、大润发等，其中，公司所在的合肥市场的竞争较为激烈。

公司自 2004 年进入重庆市场、2009 年进入北京市场后，以经营生鲜为特色的差异化发展战略均已取得了较好的成绩，证明公司的经营模式在异地扩张也能获得成功。这一经营模式将保障本项目在竞争激烈的北京和安徽市场顺利实施。

4、项目的组织和实施

本项目通过本公司之母公司直接投资和向下属子公司增资后由子公司进行投资两种方式完成。除 1 家门店外，公司新开的其他 72 家门店均采用租赁物业的形式。

本项目从 2010 年 3 月份开始建设，2012 年 3 月份全部建成。其中：

2010 年，公司拟投资新开设大卖场 8 家、卖场 24 家、社区超市 6 家，共计新开设门店 38 家。2011 年，公司拟投资新开设大卖场 8 家、卖场 13 家、社区超市 3 家，共计新开设门店 24 家。2012 年，公司拟投资新开设大卖场 2 家、卖场 8 家、社区超市 1 家，共计新开设门店 11 家。

公司拟使用资金 8,347 万元，用于公司之母公司新开设福州市 4 家门店。该投资已经福州市发展和改革委员会核准，核准号为榕发改服贸[2010]5 号。此外，目前该 4 家门店均已经获得福建省对外贸易经济合作厅增设店铺的批复。

此外，公司将依据连锁店的开设进度，通过控股子公司实施增资，具体如下：

拟使用资金 8,155 万元，对福州闽侯永辉超市有限公司进行增资，增资资金将用于自建永辉超市闽侯生活中心。该投资已经闽侯县发展和改革局核准，核准号为侯发改[2010]188 号。此外，根据闽侯县环境保护局于 2009 年 11 月 25 日出具的编号为侯环保(2009)建审第 110 号《闽侯县环保局建设工程规划环保审查意见表》，永辉超市闽侯生活中心项目已通过闽侯县环境保护局环境保护审查。

拟使用资金 5,649 万元，对宁德永辉百货有限公司进行增资，增资资金将用于新开设宁德及福安市 3 家门店。

拟使用资金 14,604 万元，对莆田永辉超市有限公司进行增资，增资资金将用于新开设莆田 7 家门店。

拟使用资金 5,120 万元，对泉州永辉超市有限公司进行增资，增资资金将用于新开设泉州市 3 家门店。

拟使用资金 2,012 万元，对厦门永辉民生超市有限公司进行增资，增资资金将用于新开设厦门市 1 家门店。

拟使用资金 680 万元，对漳州永辉超市有限公司进行增资，增资资金将用于新开设漳州市 1 家门店。

拟使用资金 4,205 万元，对南平永辉超市有限公司进行增资，增资资金将用于新开设顺昌县、建阳市、邵武市的 3 家门店。

拟使用资金 2,084 万元，对永安永辉超市有限公司进行增资，增资资金将用于新开设清流县 1 家门店。

拟使用资金 61,440 万元，对重庆永辉超市有限公司进行增资，增资资金将用于新开设重庆市 30 家门店。该投资已经重庆市发展和改革委员会回复，该项目不属于备案范围。

拟使用资金 22,548 万元，对北京永辉超市有限公司进行增资，增资资金将用于新开设北京市 9 家门店。

拟使用资金 21,121 万元，对安徽永辉超市有限公司进行增资，增资资金将用于新开设合肥市 9 家门店。

拟使用资金 3,824 万元，对贵州永辉超市有限公司进行增资，增资资金将用于新开设贵阳市 1 家门店。该投资已经贵阳市金阳新区管理委员会经济和发展局的情况说明，该项目不属于备案范围。

上述子公司具体情况参见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司、参股子公司的简要情况”。

另外，就控股子公司租赁房产开立门店（除闽侯永辉超市的自建门店闽侯生

活中心外), 该等控股子公司所在地相关部门就新设商业网点事宜出具了如下同意意见:

福建省经济贸易委员会于 2010 年 7 月 9 日出具了闽经贸函商业[2010]543 号《福建省经济贸易委员会关于同意永辉超市股份有限公司在厦门、漳州、泉州、三明、莆田、南平、宁德设立连锁超市商业网点的函》, 福建省经济贸易委员会同意公司在上述地区通过相应控股子公司开设 19 家门店。

重庆市商业委员会于 2010 年 7 月 19 日出具了渝商委[2010]253 号《重庆市商业委员会关于支持重庆永辉超市有限公司在重庆发展连锁超市项目的函》, 重庆市商业委员会同意重庆永辉在重庆开设 30 家连锁超市门店项目。

北京市商务委员会于 2010 年 8 月 6 日出具了《关于支持北京永辉超市有限公司在北京发展连锁超市项目的复函》, 北京市商务委员会鼓励北京永辉按照北京城市总体规划及北京市“十一五”时期商业发展规划的要求, 依法使用募集资金建设发展北京区域连锁超市(项目经营场所为租赁物业)。北京市石景山区商务委员会亦于 2010 年 8 月 6 日出具石商务[2010]40 号《关于支持北京永辉超市有限公司在京发展连锁超市项目的批复》, 同意北京永辉在北京发展 9 家连锁超市项目。

合肥市商务局于 2010 年 7 月 28 日出具了《关于支持安徽永辉超市有限公司在合肥发展连锁超市项目的函》, 合肥市商务局同意安徽永辉在合肥开设 9 家零售门店项目。

贵阳市商务局于 2010 年 7 月 27 日出具了筑商函[2010]11 号《贵阳市商务局关于支持贵州永辉超市有限公司在贵阳发展连锁超市项目的函》, 贵阳市商务局同意贵州永辉在贵阳发展连锁超市项目。

5、新开门店的选址因素

公司在进行门店选址时主要依据以下因素:

(1) 消费者因素

超市是属于服务于终端消费品的形式, 其市场基础是广大消费者, 消费者因

素包括人口结构、消费者购买习惯和购买力等，人口结构是考虑门店选址的重要因素，包括人口密度、人口增长趋势等，消费者购买习惯和购买力包括消费者生活方式、消费偏好、消费场所偏好、消费水平等，直接影响公司在该区域的品牌定位和产品定价，现阶段公司门店经营基础较好的福建、重庆、北京等都是人口较多的省市，并具有较强的购买能力。

（2）城市状况

城市状况包括城市地理、气候等特点、城市规模、历史文化、自然及旅游资源、未来发展规划、交通状况等，这些宏观条件是公司考虑向该区域拓展的基础因素，间接影响该地区的消费者偏好、市场容量等。

（3）城市经济地位、区域影响力

经济地位、区域影响力因素将决定以该城市为中心向周边城市扩展的方向，进而影响到在该区域开设不同功能门店的比例，如直辖市、省会城市具有较强区域影响力和较高经济地位，是公司的核心市场，并以此辐射周边的战略市场和重点市场。

（4）公司品牌的市场基础

该项目所建设的均为直营店，坚持区域核心扩张的战略，坚持以每个发展区域的核心市场为发展重点，在加强和巩固核心市场的领先优势后再采用“区域渗透、点面结合”的方式进行稳健、快速扩张，因此首先应该选择现阶段公司品牌的市场基础较好的地区。目前公司已经在海峡西岸经济区的福建和成渝经济区的重庆拥有较高的品牌知名度和影响力，建立了良好的消费者关系，节约品牌推广和销售管理等成本，新开门店的达产期也相对较短。因此，具备品牌影响力和基础的地区将是公司新开门店的重要考虑因素。

（5）商业形态

商业形态包括城市商业结构、商业集中化程度及趋向，是影响门店的建设成本的重要因素，如商业步行街、商场、街边店等，不同的商业结构将采取差异化的门店布局。

(6) 门店位置

门店位置包括门店及周边环境、商圈定位、交通状况、门店租售状况等。

6、新开门店的建设流程

新开门店流程详见下表：

序号	项目	月份			
		1	2	3	4
1	门店选址市场调研				
2	购置或租赁门店				
3	设备采购				
4	门店装修				
5	设备安装				
6	人员培训				
7	竣工验收并试营业				

7、项目建设内容

(1) 租赁门店建设内容

土建工程：租赁门店涉及的土建部分主要是租赁场地中新增墙体及各类零星设施施工；系统改造、设备安装所需要的房屋结构改造；安装设备过程中所需要的基础类施工等。

装饰工程：墙体涂料装饰；铝合金、门帘、海鲜池、柜台等装修；地面各类面砖铺贴；广告、店招、电线等其他零星材料装饰。

安装工程：各类展台、展柜制作；各类吊顶、吊眉装饰装修；门店内各类梁柱包饰装修；门店外立面幕墙或贴面制作安装；抽排烟系统制作安装；室外金属雨棚制作安装；各类厨具、厨台的安装；其他制造安装。

超市系统设备、设施的配置：监控系统的改造和安装；中央空调、制冷系统或其他方式的空调改造和安装；超市配电系统的改造和安装；超市照明系统的改造和安装；超市冷库及生鲜设备的改造和安装；扶梯、电梯的改造与安装。

消防系统改造、配置与安装：消防施工；消防器材、自动感应门等设备安装；喷淋、烟感、及自动报警系统；消防水池与消防供水系统；消防通道与防火卷帘、防火分区；室内消防栓系统。

(2) 自建门店——闽侯生活中心

土建工程：主要包括土建、安装及设备工程、桩基、基坑支护等。

装修工程：主要包括内装修、外装修、墙体、门窗、楼地面、屋面，以及监控系统、消防系统、空调及制冷设备、扶梯电梯等。

公用工程：包括给排水工程、电气工程、暖通及空调系统工程。

8、项目建设期

公司在选址之后的单店建设期约为三到四个月。

9、投资估算

本项目建设期投资总额为 159,788 万元，其中：固定资产 129,718 万元，占投资总额的 81.19%，铺底流动资金 30,070 万元，占投资总额的 18.81%。

固定资产中，72 家租赁门店的土建装修工程费 96,115 万元，占投资总额的 60.15%；设备购置费 26,004 万元，占投资总额的 16.27%；自建门店费用 7,600 万元，占投资总额的 4.76%。

项目投资总量表

序号	项目	投资金额（万元）	比例（%）
1	固定资产	129,718	81.19%
1.1	土建装修工程	96,115	60.15%
1.2	设备购置	26,004	16.27%
1.3	自建门店费用	7,600	4.76%
2	铺底流动资金	30,070	18.81%
	总投资金额	159,788	100.00%

73 家门店的投资估算具体如下：

单位：万元

序号	门店	面积（平方米）	固定资产投资	所需流动资金	拟投资额	正常年收入
1	永辉超市福安新华店	7,000	1,588	277	1,865	7,300
2	永辉超市莆田涵城东店	4,361	785	304	1,090	8,030
3	永辉超市德化南门市场店	5,013	1,137	304	1,441	8,030
4	永辉超市南安水头店	8,760	1,987	304	2,292	8,030
5	永辉超市漳州龙池店	2,777	500	180	680	4,745
6	永辉超市夏雨苑店	11,108	2,141	415	2,556	10,950
7	永辉超市顺昌融华店	7,170	1,626	318	1,945	8,395
8	永辉超市厦门海沧新阳店	7,344	1,666	346	2,012	9,125
9	永辉超市莆田延寿店	8,627	1,957	346	2,303	9,125
10	永辉超市德化丁溪店	5,200	1,180	208	1,387	5,475
11	永辉超市莆田仙游枫亭店	7,326	1,662	346	2,008	9,125
12	永辉超市仙游步行街店	12,141	2,340	415	2,755	10,950
13	永辉超市连江琯头店	6,500	1,474	388	1,862	10,220
14	永辉超市霞浦太康店	8,000	1,815	457	2,271	12,045
15	永辉超市霞浦松城店	5,146	1,167	346	1,513	9,125
16	永辉超市建阳金都店	4,218	759	346	1,105	9,125
17	永辉超市闽侯生活中心	5,256	7,599	556	8155	14,917
18	永辉超市莆田正荣店	12,930	2,492	484	2,976	12,775
19	永辉超市首山店	6,600	1,497	484	1,981	12,775
20	永辉超市邵武一号店	4,800	864	291	1,155	7,665
21	永辉超市东方名城店	7,000	1,588	360	1,948	9,490
22	永辉超市莆田华友店	2,444	440	166	606	4,380
23	永辉超市学园南街店	12,000	2,313	553	2,866	14,600
24	永辉超市清流店	7,204	1,724	360	2,084	9,490
25	永辉超市鱼轻路店	8,725	1,979	346	2,325	9,125
26	永辉超市合川金世纪店	5,700	1,293	346	1,639	9,125
27	永辉超市人和街店	5,488	1,245	277	1,522	7,300

序号	门店	面积(平方米)	固定资产投资	所需流动资金	拟投资额	正常年收入
28	永辉超市财富中心店	12,000	2,313	415	2,728	10,950
29	永辉超市武隆中央广场店	7,200	1,633	415	2,048	10,950
30	永辉超市荣昌莲花广场店	5,200	1,180	415	1,595	10,950
31	永辉土桥店	3,000	540	166	706	4,380
32	永辉超市涪陵店	10,000	1,927	485	2,412	12,775
33	永辉超市顺祥店	8,200	1,860	484	2,344	12,775
34	永辉超市大学城店	6,019	1,365	415	1,780	10,950
35	永辉超市南川南大街店	7,000	1,588	415	2,003	10,950
36	永辉星湖路店	15,211	2,932	484	3,416	12,775
37	总部旗舰店	11,000	2,120	484	2,604	12,775
38	永辉超市李家沱店	7,557	1,714	484	2,198	12,775
39	永辉超市大渡口新宝龙店	6,000	1,361	277	1,638	7,300
40	永辉超市望江店	3,100	558	277	835	7,300
41	永辉超市金渝大道店	4,985	897	346	1,243	9,125
42	永辉超市帝景摩尔店	12,000	2,313	484	2,797	12,775
43	永辉超市中海国际社区	8,000	1,815	415	2,230	10,950
44	永辉超市兴科大道店	7,970	1,808	346	2,154	9,125
45	永辉超市石油路万科项目	7,000	1,588	415	2,003	10,950
46	永辉超市荣昌宝城路店	5,950	1,350	346	1,696	9,125
47	永辉超市巴南融汇半岛	8,000	1,815	415	2,230	10,950
48	永辉超市南岸融侨半岛	8,000	1,815	484	2,299	12,775
49	永辉超市金开大道店	7,846	1,780	415	2,195	10,950
50	永辉超市二郎恒基项目	10,000	1,927	485	2,412	12,775
51	永辉超市红旗小学	7,000	1,588	415	2,003	10,950
52	永辉超市江津店	8,000	1,815	456	2,271	12,045
53	永辉超市长寿盛世桃源店	7,782	1,765	346	2,111	9,125
54	永辉超市大足商贸中心店	7,000	1,588	415	2,003	10,950
55	永辉超市贵阳金阳店	16,250	3,132	692	3,824	18,250

序号	门店	面积(平方米)	固定资产投资	所需流动资金	拟投资额	正常年收入
56	永辉超市十里河店	16,297	3,141	623	3,764	16,425
57	永辉超市增光路店	4,729	851	374	1,225	9,855
58	永辉超市草桥店	7,080	1,606	438	2,044	11,556
59	永辉超市苹果园店	5,000	1,134	433	1,567	11,421
60	永辉超市回龙观店	8,700	1,974	398	2,371	10,490
61	永辉超市大兴店	6,000	1,361	499	1,860	13,162
62	永辉超市成寿寺店	13,000	2,506	772	3,278	16,425
63	永辉超市环京物流店	12,000	2,313	858	3,171	18,250
64	永辉超市科荟路店	12,500	2,409	858	3,267	18,250
65	永辉超市合肥滨湖新区金源购物中心店	18,900	3,643	364	4,006	9,589
66	永辉超市绿地赢海国际大厦店	9,562	2,169	442	2,611	11,654
67	永辉超市合肥蜀山区史河路店	7,356	1,669	440	2,109	11,611
68	永辉超市绿地蓝海国际大厦店	3,533	636	222	858	5,858
69	永辉超市合肥新站西路宝文国际广场店	11,943	2,302	599	2,900	15,790
70	永辉超市物流大道店	6,557	1,487	387	1,875	10,220
71	永辉超市临泉路店	5,000	1,134	387	1,522	10,220
72	永辉超市明发购物广场店	15,000	2,891	415	3,306	10,950
73	永辉超市宝业路店	7,000	1,588	346	1,934	9,125

注：正常年指单店开业后的第二年，上表中的铺底流动资金和正常年收入均为该年数据。

10、财务分析和评价

假定项目计算期为 10 年（2010-2019 年）；营业税按 5%、增值税按 17%、城建税及教育费附加按营业税与增值税合计的 11%测算。重庆地区子公司所得税率为 15%，公司和其他地区子公司所得税均为 25%。

项目建成后各新开门店的收入按该类型门店（大卖场、卖场或社区超市）的

每平方米绩效来测算。

收入增长假设：新店开业第 1 年的收入为正常年的 70%，第 1 年平均营业 6 个月；第 2 年的收入为基准（即正常年收入的 100%），第 3 年年增长率为 16%，第 4 年年增长率为 12%，第 5 年年增长率为 5%，第 6 年年增长率为 5%，第 6 年以后收入水平与第 6 年持平。

主要经济指标如下表：

序号	项目	单位	金额	备注
1	营业收入	千元	8,930,097.90	总额
2	总成本费用	千元	8,371,171.68	总额
3	税金及附加	千元	26,276.81	总额
4	所得税	千元	106,864.38	总额
5	税后利润	千元	414,622.41	总额
6	静态平均投资利润率	%	25.40%	所得税后
7	静态平均投资利润率	%	31.95%	所得税前
8	项目财务内部收益率	%	27.82%	所得税后
9	项目财务内部收益率	%	34.40%	所得税前
10	财务净现值	千元	117,312.79	所得税后，折现率 12%
11	财务净现值	千元	170,220.63	所得税前，折现率 12%
12	静态投资回收期	年	5.22	所得税后
13	静态投资回收期	年	4.71	所得税前

结果表明：本项目财务内部收益率为 27.82%（税后），大于基准内部收益率；投资回收期 5.22 年（税后，含建设期），说明企业盈利能力能满足基准要求；财务净现值为 11,731.28 万元（折现率为 12.0%，税后）大于零，该项目财务指标可以接受。综上所述，该项目基本能保证投资的合理收益，该项目在财务上是可行的。

11、环境保护

该项目建设内容为大型连锁超市，属于商业流通环节建设，与生产型项目不

同，对环境的影响很小。

（二）农产品加工配送中心项目

1、项目概况

公司计划对成都永辉商业发展有限公司增资，并通过成都永辉在彭州市濠阳县工业开发区建设农产品加工配送中心。该项目规划用地 108 亩，集生鲜产品深加工和物流配送于一体。

该项目契合公司的发展规划以及西南地区连锁门店迅速扩张的需求。根据公司总体发展规划，未来 5 年将以重庆为核心，着力拓展成渝经济区，在该区域建立 150-200 家门店，预计西南物流体系需要支撑的年周转商品总金额保守估计将达 150 亿元。新建的农产品加工配送中心将以公司业务发展需求为目标，并坚持永辉超市“引领现代农业，守护百姓健康”的使命，发挥永辉生鲜经营的优势，承担起西南地区全部连锁店生鲜产品、农产品加工配送的职能及部分全国统采商品的跨区域配送。

该项目也是福建省支援四川彭州灾后重建第一个落地的招商引资项目，项目建成后将直接安排就业和带动农户逾 2,000 户，并将充分发挥永辉超市网点的平台优势，借助其在全国农产品采购联盟的积极作用，使该农产品加工配送中心形成以自销直供为主、代理联销为辅的全国性销售网络，打造成为省级农产品加工示范点，推动彭州灾区实现农业产业化、规模化、品牌化发展。

2010 年 3 月 18 日，成都永辉与中华人民共和国四川省彭州市国土资源局签订 510104-2010-0002 号《国有建设用地使用权出让合同》以及《〈国有建设用地使用权出让合同〉补充协议》，成都永辉将受让取得位于彭州市濠阳镇伏龙社区濠阳 2010-2 号宗地，宗地面积为 87,543.33 平方米，其中出让宗地面积为 72,270.67 平方米，出让年限为 50 年，该土地用途为工业用地(农副产品配套业)。

2010 年 5 月 11 日，成都永辉取得编号为彭国用 2010 第 8779 号《国有土地使用证》。根据该土地使用证上记载，成都永辉为彭州市濠阳镇伏龙社区 PY2010-5-1703 号地块使用人，该土地为工业用地，面积为 72,270.9 平方米，使用类型为出让，土地使用权终止日期为 2060 年 3 月 18 日，成都永辉系挂牌取得

该土地使用权。

2、项目建设目标

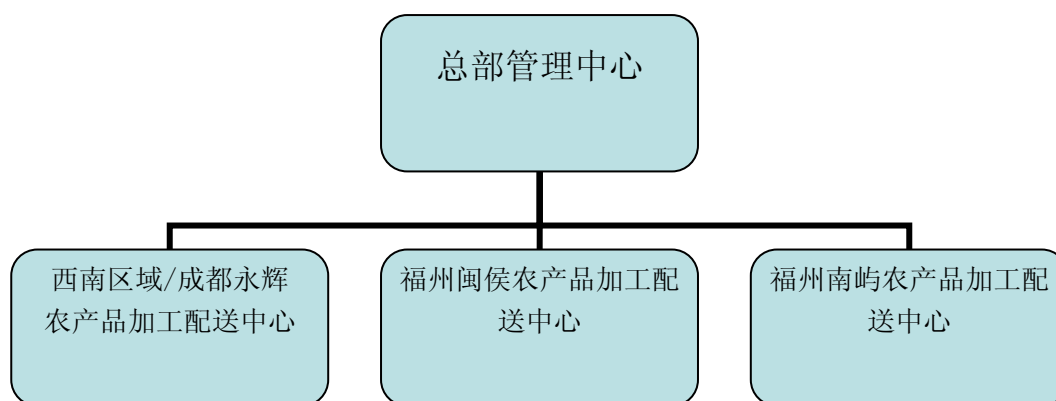
本项目实施后，将改变现有物流体系大部分为租赁的现状，建设占地 108 亩的现代化物流加工及仓储中心，以生鲜产品为特色，集农产品深加工和物流配送于一体，将引进生鲜产品清洗、机切、脱水、冷藏、保鲜等高新设备与先进技术，并配备农产品仓储、展示、检测、输送等物流设施，具有生鲜产品深加工、仓储、分拣、销售、调配等综合功能，项目建成后预计年配送容量达到 292,000 吨以上，年配送金额达 15 亿元，将直接安排就业和带动农户逾 2,000 户。

3、物流配送体系结构及流程

(1) 体系结构

目前公司的物流体系结构按照公司战略发展规划设立和运行。物流配送服务上下分为两级：总部管理中心、区域农产品加工配送中心。

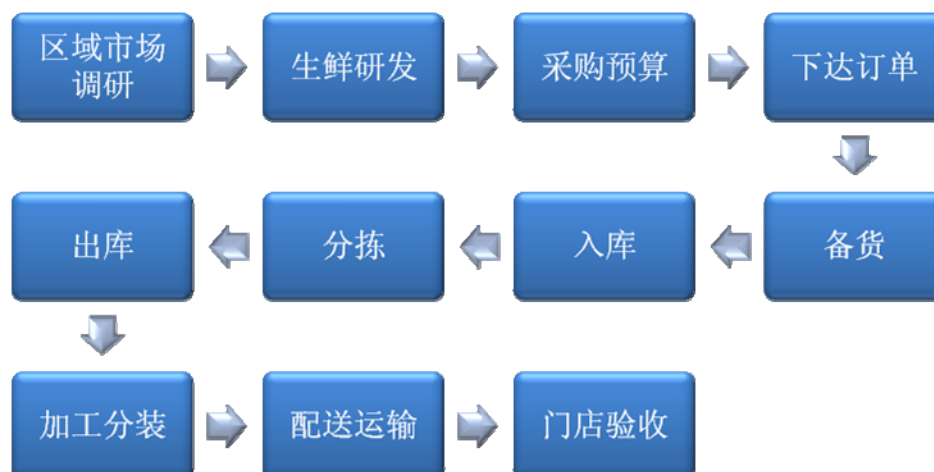
公司物流体系结构图



信息来源：永辉超市

(2) 配送流程

由于公司以生鲜产品为主的经营特色，公司的物流配送流程如下：



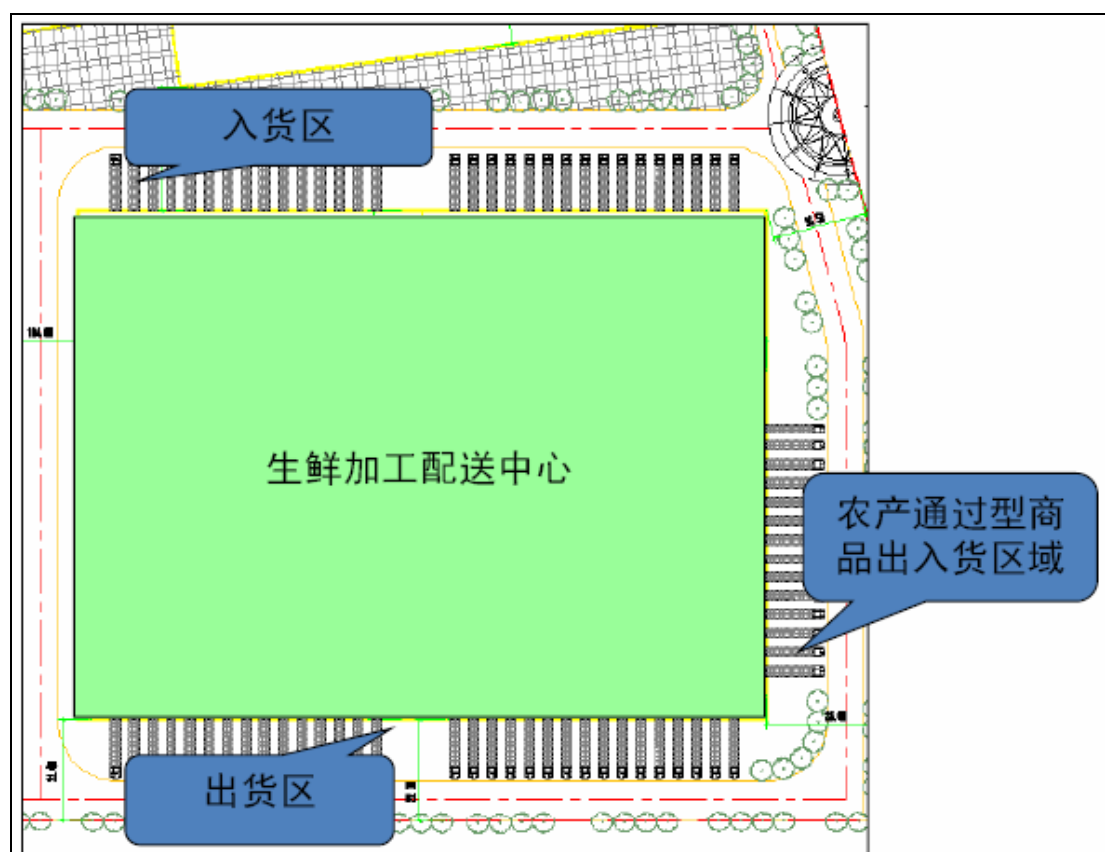
信息来源：永辉超市

4、项目建设内容和投资预算

(1) 项目建设内容

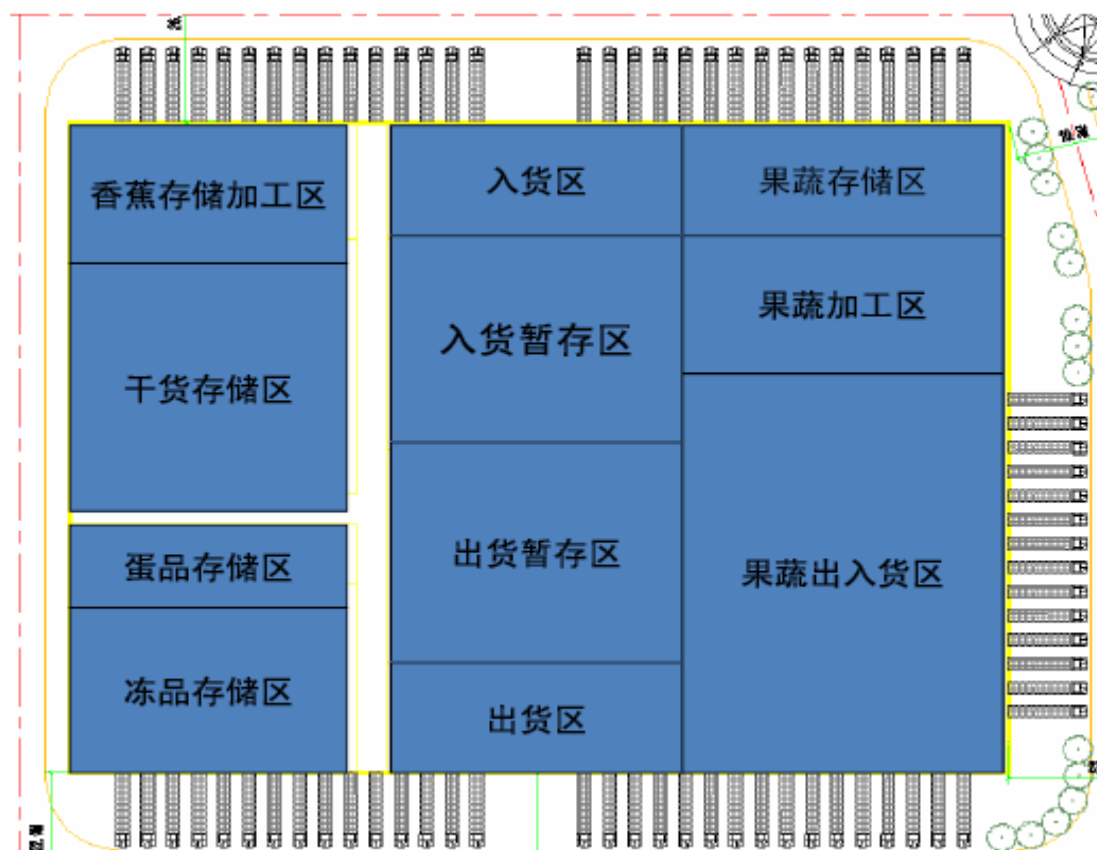
农产品加工配送中心所涉及的商品主要是生鲜产品，分干货、水果、蔬菜、冻水产品、蛋品五大类。

农产品加工配送中心平面布局设计图如下：



信息来源：永辉超市

农产品加工配送中心内部布局设计图如下：



信息来源：永辉超市

(2) 投资预算

本项目共建设一栋采配管理中心，一栋展示中心，及两栋物流仓库，主体建筑分两期工程完成，一期建设采配管理中心和展示中心，建设面积合计约 18785.9 平方米，二期建设两栋物流仓库，建设面积合计约 60,094.2 平方米，根据彭州当地工程施工市场状况和公司历史数据估算，一期所需工程施工费用为 2,536 万元，二期所需工程施工费用为 9,464 万元；项目投资估算如下：

单位：万元

序号	类别	投资金额	投资比例
1	一期工程建设	2,536	21.13%
2	二期工程建设	9,464	78.87%
合计		12,000	100.00%

其中，农产品加工配送中心的固定资产投资主要包括一、二期的工程建筑施工：

农产品加工配送中心一期工程建设费用表

项目名称	投资额（万元）	数量	单位	指标（元/平方米）
基础工程	249.85	18,785.9	平方米	133
主体建筑、结构工程	1,690.73	18,785.9	平方米	900
建筑装饰工程	187.86	18,785.9	平方米	100
给排水系统	103.32	18,785.9	平方米	55
消防水系统	56.36	18,785.9	平方米	30
消防电系统	93.93	18,785.9	平方米	50
照明电力系统	93.93	18,785.9	平方米	50
弱电系统	37.57	18,785.9	平方米	20
小区雨污水管工程	22.54	18,785.9	平方米	12
总造价	2,536.10			

数据来源：永辉超市

农产品加工配送中心二期工程建设费用表

项目名称	投资额（万元）	数量	单位	指标（元/平方米）
配送中心二期工程				
基础工程	799.25	60,094.2	平方米	133
主体建筑、钢结构工程	7,031.02	60,094.2	平方米	1,170
建筑装饰工程	480.75	60,094.2	平方米	80
给排水系统	300.47	60,094.2	平方米	50
消防水系统	180.28	60,094.2	平方米	30
消防电系统	300.47	60,094.2	平方米	50
照明电力系统	180.28	60,094.2	平方米	30
弱电系统	120.19	60,094.2	平方米	20
小区雨污水管工程	72.11	60,094.2	平方米	12
总造价	9,464.84			

数据来源：永辉超市

5、经济效益分析

本项目作为公司物流体系的一部分，在投入运行后不直接产生效益，因而不进行单独的财务测算。项目的实施将进一步优化公司业务模式，提高供应链管理效率，扩大公司的优势，提高盈利水平，从而将进一步增强公司的核心竞争力，促进公司的可持续发展，为投资者带来稳定及丰厚的回报。

6、项目实施进度安排

公司拟在四川省彭州市濠阳县工业开发区建设该项目，共建设一栋采配管理中心，一栋展示中心，及两栋物流仓库。该项目将分两期工程完成，一期建设采配管理中心和展示中心，建设面积合计约 18,785.9 平方米，二期建设两栋物流仓库，建设面积合计约 60,094.2 平方米。

本项目已于 2009 年 10 月开始进行规划方案，2009 年 12 月完成前期整体规划，目前已经进入工程勘察与设计阶段。计划于 2010 年 3 月开始进入土建施工阶段，至 2011 年 12 月结束。农产品加工配送中心的整个建设计划分 4 个阶段实施完成：

序号	内容	时 间											
		2009 年			2010 年			2011 年					
		10	11-12	12	1-2	3-10	11-12	1-8	9	10	11	12	
1	项目前期												
2	工程勘察与设计												
3	土建工程施工												
4	工程竣工												

信息来源：永辉超市

本项目已在四川成都彭州市发展和改革局核准，核准号为彭发改核[2010]1号。

7、环境保护

根据彭州市环境保护局于2009年12月8日出具的编号为彭环建函[2009]297号《彭州市环境保护局关于对成都永辉商业发展有限公司永辉(彭州)农产品加工配送中心项目环境影响报告表的批复》，彭州市环境保护局已批准彭州农产品配送中心项目环境影响报告表。

本项目不产生废气废水等污染物，对环境没有破坏，符合国家相关环保标准和要求。

8、结论

公司经过多年运营，已经建立了一整套完善的全国性生鲜直采体系。通过建立集物流、常温仓储、冷藏、包装、加工、配送为一体的多功能现代化农产品加工配送中心，可以降低商品流通的成本，提高公司在供应链环节的效率，还可以有效扩大公司的物流配送能力，支撑公司在西南区域市场和部分全国市场的战略需求。

鉴于公司经过多年运营，积累了丰富的物流体系建设和管理经验，拥有强大的采购和物流配送团队，掌握了成熟的生鲜研发、加工、仓储技术，同时项目所在地拥有丰富的商品资源，本项目切实可行。

（三）信息化系统升级改造项目

1、项目概况

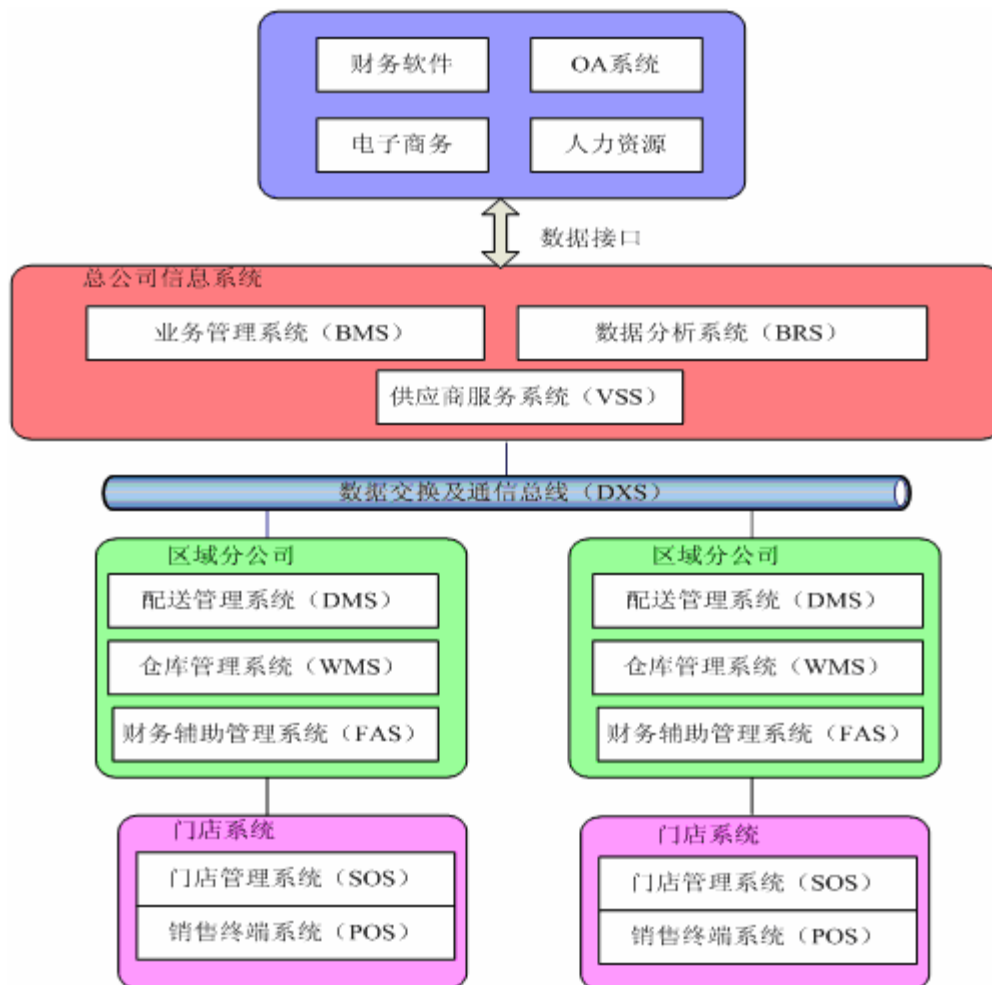
根据公司信息化管理的现状和未来的需求，本项目拟投资12,600万元对公司现有的信息化系统进行升级改造，主要完成以下建设内容：信息系统规划、核心业务系统升级、数据中心建设、顾客关系管理与服务系统、电子商务平台、基础平台建设、新技术研发，通过对现有信息化资源的集成和优化升级，实现公司上下游业务的协同能力、不断优化公司管理流程，提升管理绩效和节约管理成本，保障各门店及分支机构有序经营，为公司管理层的决策分析提供更为科学准确的信息，实现公司物流、商品流、资金流的一体化管理，提升公司的核心竞争力。

2、公司信息化系统现状

本公司的信息系统在公司不同的发展阶段，采用自主开发、合作开发、采用

产品化软件相结合的方法。目前已经建设完成的应用系统包括：门店业务管理系统、物流仓储及配送系统、供应商管理系统、财务管理系统、人事管理系统、办公自动化系统等。

公司信息系统总体架构部署图

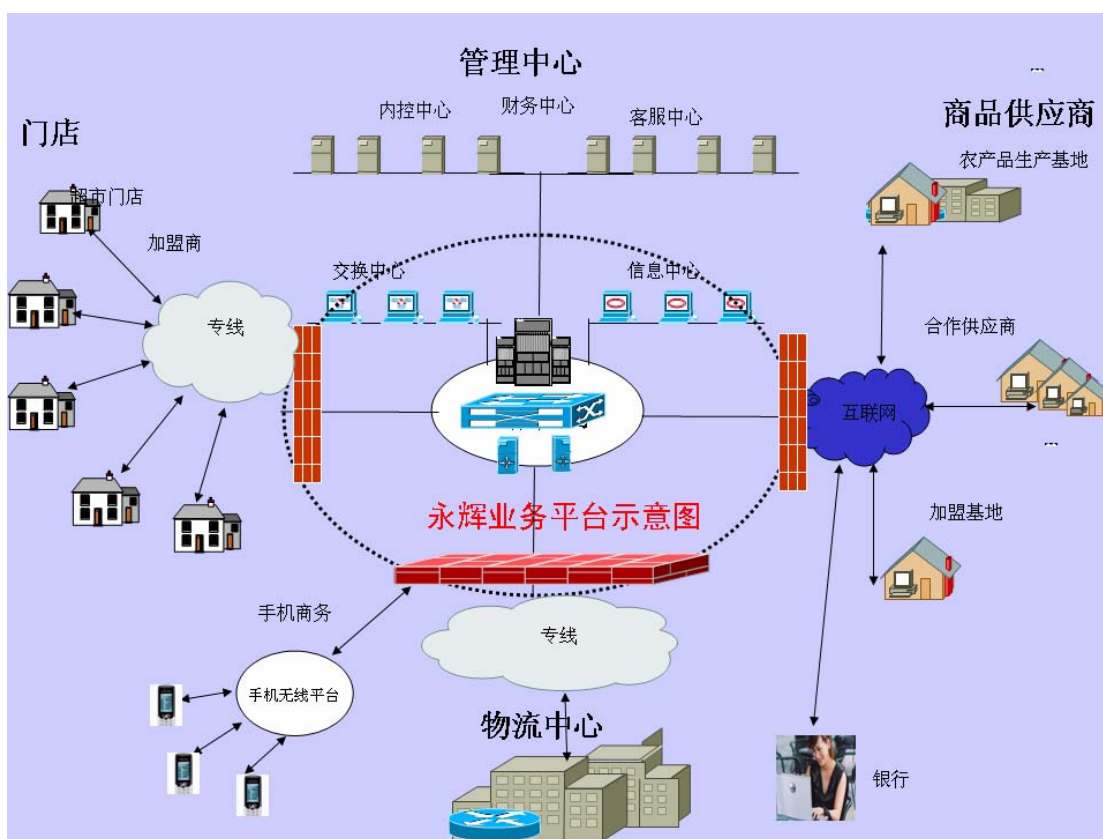


公司信息系统的核心业务系统包括门店业务管理系统、物流仓储及配送管理系统以及供应商服务等。核心业务系统由于需要体现本公司的经营和管理特点，无法用某个统一、规范的系统来应用，故公司采用合作开发模式。合作开发模式采用双方派出技术人员组成联合项目实施小组，信息公开，产品及产生的技术成果双方共享。这种合作开发模式既避免过度依赖技术外包公司以及所开发的信息系统与公司的经营特点不相符，又使得双方人员融合一体、保证项目得以顺利实施。目前公司的核心业务系统已经覆盖所有门店和物流配送中心。

核心业务系统采用三层业务组织架构，其信息系统包括总部、地区（区域）公司、门店系统三部分。其中总部系统包括 BMS 业务管理系统（Business Management System）、BRS(数据分析系统)、VSS 供应商服务系统（Vender Service System）三大功能模块，区域分公司系统包括：物流调度系统 DMS（Distribution Management System）、仓储管理系统 WMS（Warehouse Management System）、FAS 财务辅助系统（Financial Assistant System）三大功能模块。门店系统负责门店的进销存管理。

通过核心系统应用成功实现公司采购、物流配送、门店、供应商、财务、信息在统一的系统平台上协同工作。门店可以了解物流库存情况，实时下订单、了解订单执行情况；采购可以实时了解门店销售和库存情况，依据销售和库存作出总体采购计划，库存备货计划；供应商可以在平台上直接接受采购的订货要求，直接审核永辉的往来账；财务实时了解门店、采购、物流销售、库存等数据。

公司核心信息系统应用平台示意图



3、现有信息建设存在的问题

(1) 缺乏面向未来发展的统一规划

由于公司处于从小到大不断发展的过程中，需要不断扩充信息系统功能，以满足业务管理需要和市场竞争需要，使得目前的系统在总体架构、技术体系、管理功能等各方面都无法满足未来公司发展需要。

(2) 系统孤岛问题依然严重

各信息系统间数据交换还不够平滑，各系统形成相对的信息孤岛，导致数据难以整合，影响了系统间的协同工作效率和业务协同。

(3) 系统业务专业化程度不够

系统以本公司早期的业务模型为开发依据，管理模式简单，无法满足未来专业化管理和快速发展的需要。如：服装管理的专业化特点、物流仓储的专业化特点要求通过和专业软件服务商的合作才能提升系统的专业化水平，推进管理的专业化水平的提升。

4、信息系统未来建设策略

国际大型连锁超市大多用十多年时间精心打造自己独特的信息系统。本公司需要通过高层次的系统规划，形成面向未来的、符合公司发展战略的信息系统规划报告，指导未来系统建设。

信息系统未来建设策略是：

(1) 通过专业的咨询公司共同完成面向未来《信息系统总体规划报告》，作为未来信息系统建设的指导文件，明确未来系统建设的总体战略、总体架构、技术体系、实施策略等，为未来系统建设奠定基础；

(2) 依据规划报告要求及公司发展状况分步实施系统建设项目；

(3) 依据规划报告要求采取不同的策略进行系统提升，核心系统优化、财务、人力资源系统升级、服装、物流系统专业化产品、电子商务系统建设、安全体系建设、数据中心建设等。

本募集资金投资项目就是依据上述策略，在保留原系统的基础上，对原系统

进行改造升级。

5、项目建设目标

本项目目标是在项目建成后的未来 3 到 5 年内，使公司的信息化程度和管理水平达到行业先进水平，为公司参与激烈的市场竞争提供坚实的信息化后盾，又为公司未来 5-10 年快速成长，占领并巩固行业翘楚地位打下信息化基础。

本项目实施后，将以总部为中心，建设福建总部一级中心机房、重庆大区和北京大区二级中心机房，铺设通讯线路、主交换设备、通讯服务器等，对现有主要业务系统进行升级改造并建立新的业务系统和服务系统，在现有信息技术部各部门设置的基础上增加系统应用服务中心，人员配置在现有人员基础上增加 40 人。

6、项目建设内容

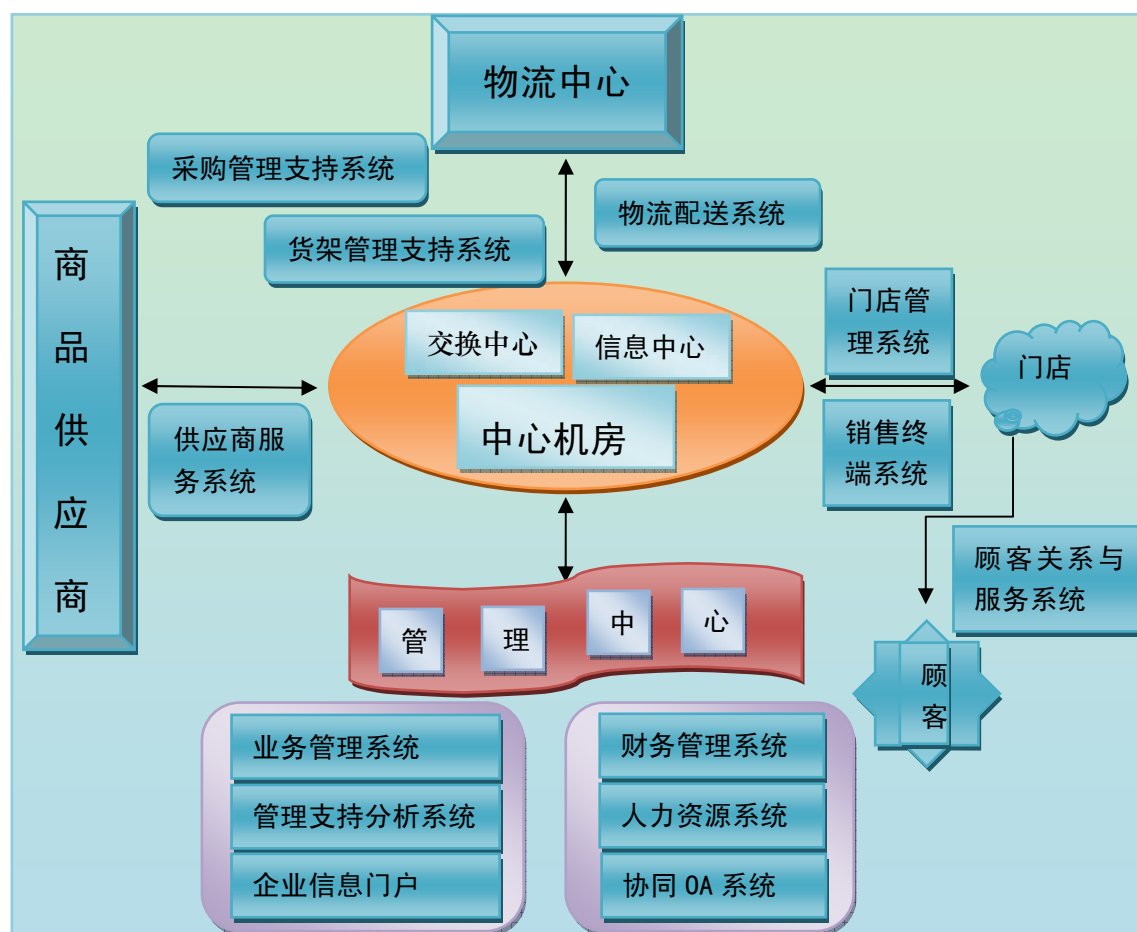
根据公司信息化建设和运营的现状，结合公司长期发展战略对信息化建设的需求，本项目拟完成以下建设内容：信息系统规划、核心业务系统升级、数据中心建设、顾客关系管理与服务系统、电子商务平台、基础平台建设、新技术研发。具体如下：

项目	内容	作用
信息系统规划投入	IT 规划	IT 系统规划匹配公司战略
	业务流程优化咨询	业务流程提升及 IT 系统匹配
核心业务系统升级	主营业务系统升级	为满足未来快速扩张、专业化管理的需要，对门店管理系统、采购管理系统、物流配送管理系统进行升级改造，采用更专业的系统：物流配送管理系统、财务系统、人力资源系统等，提升门店管理系统的功能，实现门店系统和其他业务系统更有机结合，实现数据的无缝连接和实时流程跟踪。
	财务管理系统	
	人力资源系统	
	物流配送系统	
	采购管理支持系统	
	货架管理支持系统	
	协同 OA 系统	
EIP（企业信息门户）		
数据中心建设	机房基础建设	数据中心建设涉及中心负载设备技术、通讯

	数据中心建设	技术、数据仓库技术、安全技术等方面。建立统一的数据中心，使门店、物流、财务、人力资源数据集中在一个平台下，实现统一的数据管理和挖掘服务。
	管理支持分析系统	
	数据备份	
	容灾	
顾客关系与服务	客户关系管理	通过现代化的客户服务中心系统（CALL CENTER）实现对顾客 24 小时的咨询和投诉服务，建立网络、语音呼叫中心、短信一体化的系统实现对会员顾客的周到、更具针对性的商品信息服务。
电子商务建设	B2B	通过互联网电子商务平台，把供应商、顾客统一在网络平台上，逐步拓展网络订单、网络销售服务，实现低成本、高效的交易和服务。
基础投入	网络通信	通过对销售终端的改造和提升网络平台，采用新的通讯技术，满足未来不断提升的大量数据交换及通讯服务的要求。
	上网行为管理	
	销售终端改造	
新技术研发	新技术研发及应用推广	加强对相关技术的跟踪、开发和应用，实现顾客实现随时、随地的购物服务，管理人员可以实现随时、随地监控管理，合作伙伴可以实现随时沟通、协作。

信息来源：永辉超市

本项目建成后，信息化系统功能如下：



信息来源：永辉超市

2010年3月19日，本项目已经福州市发展和改革委员会核准批复，核准号榕发改服贸[2010]4号。

7、投资预算

本项目所需资金分3年逐步投入，分年度的投资估算表如下：

单位：万元

序号	项目	3年合计	2010年	2011年	2012年
1	信息系统规划	2,000			
1.1	信息系统规划投入	2,000	800	600	600
2	业务系统升级	2,500			
2.1	主业务系统升级	1,500	500	500	500
2.2	物流配送系统	800	200	300	300

	建设				
2.3	采购管理系统建设	100	80	20	
2.4	货架管理系统建设	100	80	20	
3	数据中心建设	5,000			
3.1	中心机房建设	1,000	400	300	300
3.1	数据中心建设	2,000	500	1000	500
3.2	管理支持分析系统	2,000	100	900	1,000
4	顾客关系与服务	500			
4.1	会员管理服务系统	500		300	200
5	电子商务建设	1,000			
5.1	电子商务平台	1,000	200	500	300
6	基础建设投入	1,000			
6.1	网络通信基础建设	1,000	300	300	400
7	新技术研发	600			
7.1	新技术研发及应用推广	600	200	200	200
合计:		12,600	3,360	4,940	4,300

数据来源：永辉超市

本项目投资单价和金额按照提供商的报价和市场价格估算，详细内容请见下表：

单位：万元

项目	科目	细项	规格、型号及品牌	单价	数量	总价
信息系统规划投入	IT 规划	IT 规划		600	1	600
	业务流程优化咨询	业务流程优化咨询		1,400	1	1,400
核心业务系	主业务系统升	主业务系统升	富基融通	1,000	1	1,000

统升级改造	级	级				
	财务管理系统	财务管理系统	金蝶 EAS	400	1	400
	人力资源系统	人力资源系统	朗新 V5	50	1	50
	物流配送系统	物流配送系统	红色草原	200	3	600
	采购管理支持系统	采购管理支持系统		100	1	100
	货架管理支持系统	货架管理支持系统		50	1	50
	协同 OA 系统	协同 OA 系统		200	1	200
	EIP (企业信息门户)	EIP (企业信息门户)		100	1	100
数据中心建设	机房基础建设	总部一级机房建设	机房环境 电源系统 空调系统	400	1	400
		重庆大区二级机房建设		300	1	300
		北京大区二级机房建设		300	1	300
		灾备机房		100	1	100
	数据中心平台	服务器	IBM、HP、DELL	200	6	1,200
		数据库	Oracle 11g、 Informix 11.5	60	3	180
		存储设备	IBM N6060	300	3	900
		操作系统	红帽子	20	3	60
	数据支持分析系统	决策支持平台		300	1	300
		数据报告展现工具		300	1	300
	数据备份	备份服务器	IBM	200	1	200
		备份存储	IBM N6060	200	1	200

		磁带库	IBM TS3200 磁带库	200	1	200
		备份软件	IBM TSM	30	1	30
	容灾	容灾服务器	IBM P520	100	1	100
		容灾存储	IBM N6060	200	1	200
		容灾软件	IBM TSM	30	1	30
顾客关系与服务	客户关系管理	服务器	IBM 或 HP	100	1	100
		积分卡系统		200	1	200
		顾客消费分析平台		200	1	200
电子商务建设	B2B	服务器	IBM 或 HP	100	1	100
		供应商服务系统		900	1	900
基础平台建设	网络通信	网络通信	电信、网通	250	3	750
	上网行为管理	入侵防御系统	深信服网关	40	1	40
		防病毒	赛门铁克	50	1	50
	销售终端改造	旧门店前台销售终端改造	海信、拍档	0.8	200	160
新技术研发	新技术研发及应用推广	前台 POS 效率提升研发		300	1	300
		新技术应用推广		300	1	300
合计						12,600

数据来源：永辉超市

8、经济效益分析

本项目作为公司信息化系统的一部分，在投入运行后不直接产生效益，其效益体现在企业管理水平的提高上，因而不进行单独的财务测算。项目建成后，将加快连锁商业信息化系统的建设，为公司的发展搭建强有力的应用平台，将有助

于采购管理、物流配送、终端销售、行政办公等各业务的深层次要求，提高公司内部运营和控制的效率，优化公司管理流程，加快公司对市场变化的响应速度，保障各门店及分支机构有序经营，提高公司的客户服务水平，帮助管理层提高决策的质量和效率，对公司的长远发展将产生深远而积极的影响。

9、项目实施进度安排

本项目将遵循“不影响门店正常营业、分期进行、循序渐进”的原则，拟在2010年正式启动，分三年逐步完成，具体建设进度详见下表：

序号	项目实施内容	2010年	2011年	2012年
1	信息系统规划			
1.1	服务商招标			
1.2	业务流程调研			
1.3	业务流程优化建议			
1.4	IT系统匹配新业务流程方案			
1.5	IT基础架构规划			
1.6	业务系统规划			
1.7	IT管理规划			
1.8	新一代系统选型/建设			
1.9	新一代系统实施			
2	核心业务系统升级			
2.1	现有业务系统功能完善			
2.2	现有业务系统效能优化			
2.3	福建物流配送系统建设			
2.4	采购管理系统需求调研及招标选型			
2.5	货架系统管理需求调研及招标选型			
2.6	重庆物流配送系统建设			
2.7	采购管理系统实施			
2.8	货架管理系统实施			
2.9	北京或安徽物流配送系统建设			

3	数据中心建设			
3.1	总部中心机房建设			
3.2	总部数据中心建设			
3.3	总部管理支持分析系统选型			
3.4	总部管理支持分析系统实施			
3.5	重庆区域机房建设			
3.6	重庆数据中心建设			
3.7	重庆管理支持分析系统实施			
3.8	北京或安徽区域机房建设			
3.9	北京或安徽数据中心建设			
3.10	北京或安徽管理支持分析系统实施			
4	顾客关系与服务			
4.1	会员管理服务系统需求调研			
4.2	会员管理服务系统招标选型			
4.3	会员管理服务系统实施			
5	电子商务建设			
5.1	电子商务平台需求调研			
5.2	电子商务平台招标选型			
5.3	电子商务平台硬件采购			
5.4	电子商务平台软件实施			
5.5	点在商务平台应用服务			
6	基础平台建设			
6.1	网络通讯投入			
6.2	前台销售终端改造			
7	新技术研发及应用推广			

信息来源：永辉超市

10、环境保护

本项目建设内容为信息系统升级改造，对环境的影响很小。

11、结论

信息化是连锁超市企业在发展中不可或缺的部分。零售业在做强的过程中，信息化起到了至关重要的作用。利用信息化技术，对企业资源进行整合，业务流程进行优化，可以帮助企业加强不同业务层面的协同管理能力，提高内部管理效率和产品、服务的品质，实现综合竞争力的全面提升。

公司作为区域市场连锁超市行业的知名企业，为应对国内外相关企业异常激烈的市场竞争，一直着重关注信息化建设。随着公司业务的持续发展，所面临的市场环境日益复杂，经营风险不断提高，对现有信息化系统进行优化升级，成为公司快速发展过程中的迫切需求。

公司现有信息化系统已成功运行多年，经过多年的经验积累，公司培养了一批既通晓信息技术、又熟悉公司业务的技术骨干，他们熟悉公司的业务流程，深刻了解公司信息化建设的薄弱点，对公司扩大营销网络和研发中心后所需的技术支持已做好充分准备，为本项目的建设提供了有力的人才保障。

本项目建设有助于企业加强商品成本管控的能力、提高企业运营管理能力、提高对供应商的管理和服务能力、增强客户关系管理和服务能力、提高企业决策分析能力，为公司战略目标的实现奠定坚实的信息化基础。

（四）企业培训中心项目

1、项目概况

为满足公司未来 3 年业务扩张对人力资源的需求，完善公司的人才培养方式，形成可复制的、标准化人才产出模式并投入运行，公司拟投资建设企业培训中心项目。

根据公司人力资源发展与管理的现状和未来的需求，本项目拟总投资 5,000 万元，主要完成以下建设内容：培训中心的基础建设投资约 3,000 万元，培训费用投资约 2,000 万元，其中专项业务费和教学业务管理费项目约为 670 万，培训

课程费项目约为 480 万，核心干部培训外包项目约为 850 万。

通过建设企业培训中心项目，一方面提升员工及核心干部的能力素质，从而提升其工作效率，加速他们自身的价值成长。另一方面，推动公司内部体系的完善和升级，未来公司将依靠更多的内部培训为终端输送标准化、高素质的人才。

2、公司人力资源培训现状

目前公司对外招聘主要以常规招聘为主，成本较低，基本能够满足公司对基层员工的需求，对于所需中高层专业人员和管理人员主要靠企业内部提升，由于企业本身处于增长期，内部人员提拔的速度滞后于企业目前发展速度。

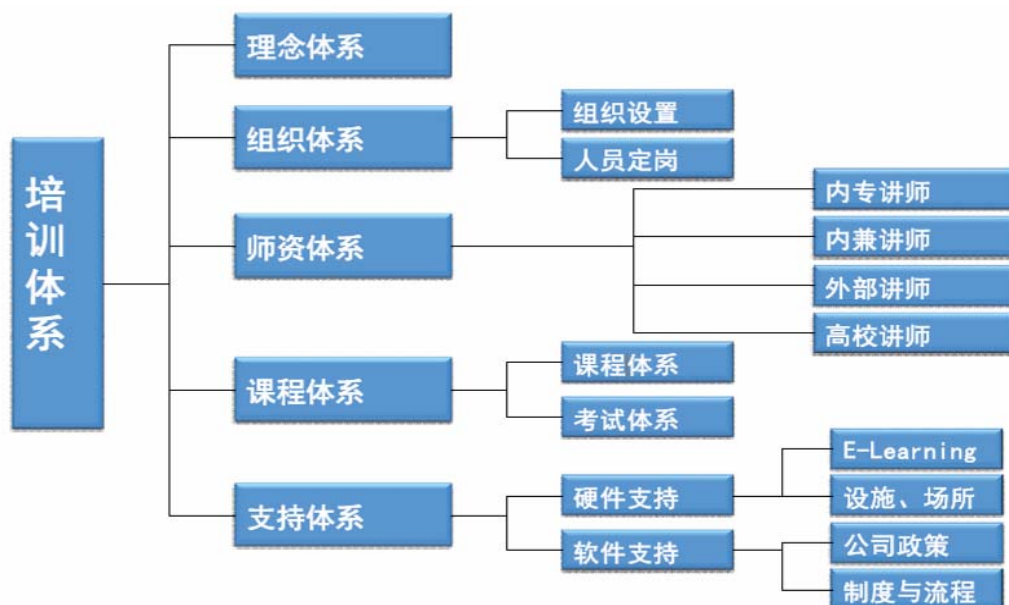
目前公司已经建立入职培训和提升培训两大部分，其中入职培训主要针对新入职员工，进行公司现状、发展历程和公司制度等相关内容的宣讲，以及行业基础知识的普及；提升培训主要分为专业技能培训和管理能力培训，主要针对在职员工进行，为企业员工提升自身专业技能和管理技能提供平台；员工网上学习系统 E-learning，可以提供课程讲义和培训报名的功能。目前培训基本覆盖员工的各个发展阶段，每年举行各类培训活动，对于满足公司对人才的需求和员工技能提升作用重大。但从目前培训现状来看，公司主要以内部讲师培训为主，外聘讲师培训较少，由于缺乏充足的远程培训设备，其他子公司对公司培训和资源共享不足，未来随着越来越多的子公司开设，现有的培训设备将无法跟上公司的规模扩张步伐。

以公司目前的发展战略，计划 2014 年全国门店发展将超过 350 家，销售额超过 500 亿。根据公司历年的发展速度，这一发展战略是有节奏的，是可实现的，且在人员配备上是有准备的。为了更好更快的实现这一目标，公司希望通过提升干部与员工能力素质的方式来提升经营效率。

3、项目建设目标

本项目目标是在项目建成后的未来 3 到 5 年内，以公司的培训中心为平台整合旗下培训计划管理部、讲师培训管理部、教材部以及实习管理部等四个事业部的专业资源，形成四大技术专业系，最后统一树立企业的核心文化，加速培养大量合格的人才，为公司做大做强提供坚实的人才后盾。

本项目实施后，将形成完善的培训体系。培训体系结构图如下：



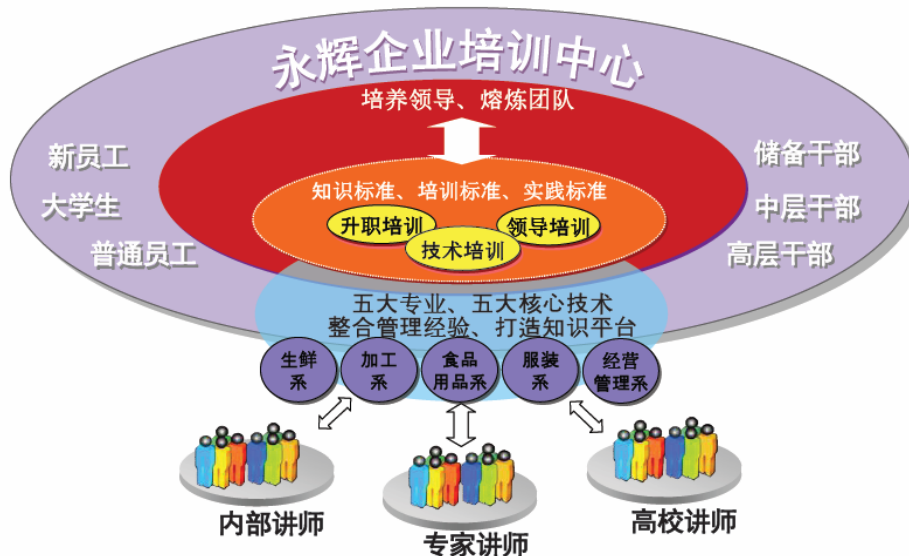
4、项目建设内容和投资预算

(1) 项目建设内容

根据公司培训中心的现状，结合公司长期发展战略对培训中心的需求，本项目拟对培训中心完成以下建设内容：培训中心的基础建设、培训课程费项目、核心干部培训外包。

培训中心建成后，功能架构图如下：

图 13-1 培训中心功能架构图



培训中心的课程方面，公司计划在未来两至三年内进行课程的循序渐进开发：

2010 年，计划开展关于店长、经理、课长的基础课程的研发，主要侧重对象为储备干部和中层干部的培养。预计推出课程 27 门。

2011 年，计划进一步完善针对中层和中高层的技术课程，主要是关于中层管理艺术课程的研发。预计推出课程 47 门。

2012 年，计划研发员工成长计划的课程，以便让员工快速成长为店长。预计推出课程 60 门。

(2) 投资预算

本项目三个阶段投资预算总额为 5,000 万元，其中培训中心建设投资 3,000 万，培训咨询费用、外包培训费用共 2,000 万的资金。其中专项业务费和教学业务管理费项目约为 670 万，培训课程费项目约为 480 万，核心干部培训外包项目约为 850 万。

2010 年 3 月 19 日，本项目已经福州市发展和改革委员会核准批复，核准号榕发改服贸[2010]6 号。

本项目共分三个阶段分别投入，预计第一年投入 507.75 万元，第二年投入 4,178.5 万元，第三年投入 313.75 万元，具体测算见下表：

投资类别		投资金额（万元）				
		T—T+12 月	T+12—T+24 月	T+24—T+36 月	合计	
培训中心建设	培训中心基础建设			3,000		3,000
	培训费用	专项业务费和教学业务管理费项目	197.75	318.5	153.75	670
		培训课程费项目	160	160	160	480
		核心干部培训外包	150	700		850
合计		507.75	4,178.5	313.75	5,000	

本项目培训中心建设包括培训中心装修费用、培训设备等，装修以及设备的投资单价和金额根据厂商报价以及市场价格估算。

培训中心工程建设费用具体如下表：

项目	单价（元）	数量（平方米/个）	总价（万元）
装修	1,640	15,000	2,460
装修工程费用小计			2,460
台式电脑	5,000	300	150
笔记本电脑	10,000	50	50
办公家具	1,000	500	50
路由器	25,000	10	25
交换机	50,000	10	50
机房（含 UPS 机房设备）	105,000	1	10.5
复印机	15,000	2	3
打印机	1,500	3	0.45
传真机	1,500	3	0.45
投影仪	30,000	10	30
视频终端设备	35,000	10	35
触摸屏电视	80,000	12	96
电话会议终端	2,000	10	2
备份磁带机	38,000	2	7.6
电子白板	15,000	20	30

设备投入小计			540
固定资产合计			3,000

培训费用投资共有三个投资项目，共预计投入 2,000 万元，其中培训咨询课程项目为 670 万元，培训课程费项目为 480 万元，核心干部培训外包项目为 850 万元，投资金额根据相关报价及市场价格估算，具体投资内容请见下表：

项目	T-T+12 月	T+12-T+24 月	T+24-T+36 月	总计
专项业务费和教学业务管理费（万元）	197.75	318.5	153.75	670
培训课程费（万元）	160	160	160	480
课时单价（万元）	0.4	0.4	0.4	
课时数量	400	400	400	
核心干部培训外包（万元）	150	700	0	850
单人费用（万元）	4	4		
培训人数	37.5	175		
培训费用总计（万元）	507.75	1,178.5	313.75	2,000

5、经济效益分析

本项目作为公司企业培训中心发展的一部分，虽然不直接产生效益，但是是公司持续健康发展的必备因素，是公司提升经营业绩的关键。培训中心的建成将有助于增强员工技能、补充中高层管理人员、增强公司员工的整体业务水平，完善企业文化的建设，提高公司内部运营和控制的效率，并可有效地整合公司各项资源，提高公司的品牌推广能力和客户服务水平，帮助管理层提高决策的质量和效率，对公司顺利实现下一步的业务发展目标有重要的作用。

6、项目实施进度安排

项目建设进度安排如下：

项目	第一阶段 (T—T+12月)	第二阶段 (T+12—T+24月)	第三阶段 (T+24—T+36月)
培训中心建设	专项业务费和教学业务管理费项目	培训中心的基础建设 固定资产设备采购	固化并推广前两阶段的成果，形成适应发展的企业
	培训课程费项目	建立培训中心，远程培训	培训中心和培训中心标准
	核心干部培训外包	体系 E-learning	化作业

第一阶段 (T—T+12 月): 建立培训中心加强专业人才的复制培养，建立培训咨询的课程和师资；

第二阶段 (T+12—T+24 月): 基础建设的投入，推广执行第一阶段成果，完善互联网的远程培训体系，通过培训中心和远程培训体系的建立满足全员快速学习提升的需求；

第三阶段 (T+24—T+36 月): 完善并固化前两阶段的成果，推广应用，并形成适应公司发展的企业培训中心和培训中心标准化作业。

该培训中心一共五层，一、二层为永辉实验性标杆店，三、四层为教学楼，五层目前为出租性旅馆，投入使用后将改为学员宿舍。

2010 年 3 月 19 日，本项目已经福州市发展和改革委员会核准批复，核准号为榕发改服贸[2010]6 号。

7、环境保护

本项目建设内容为企业培训中心，对环境的影响较小。

8、结论

截至 2010 年 6 月底，公司已有大中型连锁超市 135 家，随着公司网络向纵深扩展，未来店铺数量还将更多。公司计划在三年内进一步扩大业务规模，计划新增 73 家门店，新增业务所需人员规模接近 2 万人。公司迫切需要通过建设企业培训中心，加大招聘、培训的建设和投入，优化流程，强化各个模块的功能，加快员工的引进和培训速度，支撑公司的发展。

公司发展多年，内部已培养和储备有一大批了解公司业务、具备自我提升意

愿的员工，通过内部培训将能更好释放他们的潜能。同时，公司培养了一批中高级管理人才，他们熟悉公司的业务流程，深刻了解公司各项建设的薄弱点，对公司扩大网络和使得公司更具战略发展有着深远的意义。这些中高级管理人才是保证内部培训成功的要素，因为他们不但为项目建设提供有力的人才保障，更要承担内部培训职责。

人才是超市行业稳健发展的根本因素，伴随超市企业的全国扩张和规模扩大，行业内高素质、标准化的专业人才短缺矛盾更加突出，因此建设企业培训中心项目，通过招聘引进人才，通过培训提升人才，通过企业文化留住人才，将是公司在实现快速扩张的同时降低人力资源成本的有效途径。

四、募集资金运用对公司业务发展、财务状况和经营成果的影响

（一）对公司业务发展的影响

本次募集资金拟投资的连锁超市发展项目是在公司现有门店的基础上，进一步扩大公司在福建、重庆和北京的网点数量 and 市场份额，同时进入安徽、贵州两省，巩固公司在零售行业的市场地位。规模的扩张使公司对供应商的议价能力增强，有利于降低采购成本，提高盈利能力。本次连锁超市发展项目拟发展 73 家门店，其中 24 家在福建省，而只有 5 家（包括闽侯生活中心）在福州市，其余分布在莆田、南平、厦门、三明等地，这也说明公司开始加快福建其他城市的核心扩张，加快“由点到面”的发展；30 家在重庆市，进一步巩固重庆市的市场地位，为下一轮成渝经济区的区域渗透作准备。

四川彭州农产品加工配送中心建成后，公司在重庆的商品配送能力有所提高，可满足公司及其子公司的连锁店不断发展的短期需要，并作为公司进入四川零售市场的伏笔。信息系统的升级改造使公司信息技术等现代零售技术的应用水平显著提高，企业培训中心项目的建设可为公司输送快速扩张所需的专业化、标准化人才，使公司的核心竞争能力得到较大提升。

（二）对公司财务状况的影响

本次募集资金到位后，公司的资产负债率（母公司）将由目前的 59.23%大幅下降，资产负债结构得到改善，公司偿债风险将大大降低，利用财务杠杆融资的能力将进一步提高。由于自有资金实力和银行负债能力的增强，将全面提升公司市场竞争力，有助于推动公司快速发展。本次募集资金到位后，公司的经营规模和实力将大幅增加，增强公司持续融资能力和抗风险能力。

（三）对净资产收益率和盈利能力的影响

本次募集资金到位后，公司的净资产将大幅增加。而募集资金投资项目尚有一定的建设期，难以在短期内取得效益，因此净资产收益率在短期内会有一定下降；随着募集资金投资项目的建成，公司的营业收入和利润水平将会增加，净资产收益率也将回升至正常水平。

第十四节 股利分配政策

一、报告期股利分配政策及实际股利分配情况

(一) 本公司股利分配的一般政策

根据《公司法》和《公司章程》：本公司实行持续、稳定、同股同利的利润分配政策，股东依照其所持有的股份份额获得现金股利和其他形式的利益分配。公司税后利润的分配顺序如下：（1）公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金；公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取；（2）公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损；（3）公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金；（4）公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反上述规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的公司股份不参与分配利润。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司可以采取现金或者股票方式分配股利，可以进行中期现金分红；公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性。公司利润分配应符合法律法规及有权监管机构的相关规定。最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十；公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见。

如存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减分配给该股东的现金

红利，以偿还其占用的资金。

（二）报告期内公司实际股利分配情况

年份	决议情况	实际股利分配情况
2007年度	2008年1月30日召开董事会并做出一致决议	向股东分配利润4,000万元人民币
2008年度	上半年 2008年11月25日召开董事会并做出一致决议	向股东分配利润4,000万元人民币
	下半年 2008年12月25日召开董事会并做出一致决议	向股东分配利润4,000万元人民币
2009年度	2010年2月18日召开一届八次董事会并做出一致决议， 2009年度股东大会决议	向股东分配利润6,579万元人民币

本公司上述利润分配符合《公司法》等法律、法规及《公司章程》的规定。

二、本次发行后的股利分配政策

公司发行后的股利分配政策与发行前的股利分配政策保持一致。

三、本次发行完成前滚存利润分配政策

根据公司2010年3月10日召开的2009年度股东大会决议，本次公开发行股票前的滚存利润由股票发行后的新老股东按持股比例共同享有。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者关系相关情况

(一) 信息披露制度及为投资者服务计划

本公司按照中国证监会的有关规定，制定了《信息披露制度》。《信息披露制度》规定本公司须严格按照法律、法规和《公司章程》规定的信息披露的内容和格式要求，真实、准确、完整、及时地报送及披露信息。

(二) 负责信息披露部门、主要负责人和联系电话

本公司负责信息披露和投资者关系的部门是董事会办公室，主管负责人为张经仪，咨询电话：0591-83762868，传真：0591-83762990，Email：bod.yh@yonghui.cn。

二、重要合同

截至2010年6月底，本公司已签署、正在履行和将要履行的重大合同主要包括以下内容：

(一) 采购合同

公司及其下属子公司与各大供应商通常签订《供零合作合同》的框架协议，在《供零合作合同》中，通常就商品质量保证、商品的交付与验收、商品的退换货、费用结算、驻场人员、合同的变更、解除、终止及合同期限等进行约定，具体采购金额以实际验收货物为准。截至招股意向书签署日，闽侯永辉商业与上述供应商正在履行的商品购销合同（合同金额超过3,000万）的情况如下：

1、闽侯永辉商业与福建五丰大商场有限公司于2010年1月6日签署《供零合作合同》，福建五丰大商场有限公司授权闽侯永辉商业为其产品或代理产品的分销商，闽侯永辉商业有选择地销售福建五丰大商场有限公司提供的商品，结算价格由双方商定，并不高于福建五丰大商场有限公司提供给闽侯永辉商业竞争对手(或当地其他商家)的价格，合同有效期为2010年1月1日至2010年12月31日。

2、闽侯永辉商业与福建省交电有限公司于2009年12月31日签署《供零合作

合同》，福建省交电有限公司授权闽侯永辉商业为其产品或代理产品的分销商，闽侯永辉商业有选择地销售福建省交电有限公司提供的商品；结算价格由双方商定，并不高于福建省交电有限公司提供给闽侯永辉商业竞争对手(或当地其他商家)的价格，合同有效期为2010年1月1日至2010年12月31日。

3、闽侯永辉商业与福州龙昌百货有限公司于2010年1月1日签署《供零合作合同》，福州龙昌百货有限公司授权闽侯永辉商业为其产品或代理产品的分销商，闽侯永辉商业有选择地销售福州龙昌百货有限公司提供的商品，合作方式为代销(批结)；结算价格由双方商定，并不高于福州龙昌百货有限公司提供给闽侯永辉商业竞争对手(或当地其他商家)的价格。合同有效期为2010年1月1日至2010年12月31日。

4、闽侯永辉商业与福州日月信贸易有限公司于2010年1月1日签署《供零合作合同》，福州日月信贸易有限公司授权闽侯永辉商业为其产品或代理产品的分销商，闽侯永辉商业有选择地销售福州日月信贸易有限公司提供的商品，合作方式为代销(批结)；结算价格由双方商定，并不高于福州日月信贸易有限公司提供给闽侯永辉商业竞争对手(或当地其他商家)的价格。合同有效期为2010年1月1日至2010年12月31日。

5、闽侯永辉商业与福州蒙鑫贸易有限公司于2010年1月20日签署《供零合作合同》，福州蒙鑫贸易有限公司授权闽侯永辉商业为其产品或代理产品的分销商，闽侯永辉商业有选择地销售福州蒙鑫贸易有限公司提供的商品；结算价格由双方商定，并不高于福州蒙鑫贸易有限公司提供给闽侯永辉商业竞争对手(或当地其他商家)的价格，合同有效期为2010年1月1日至2010年12月31日。

6、闽侯永辉商业与福州博德食品贸易有限公司于2010年4月6日签署《供零合作合同》，福州博德食品贸易有限公司授权闽侯永辉商业为其产品或代理产品的分销商，闽侯永辉商业有选择地销售福州博德食品贸易有限公司提供的商品，结算价格由双方商定，并不高于福州博德食品贸易有限公司提供给闽侯永辉商业竞争对手(或当地其他商家)的价格，合同有效期为2010年1月1日至2010年12月31日。

7、闽侯永辉商业与福州朝阳贸易有限公司于2010年6月8日签署《供零合作合同》，福州朝阳贸易有限公司授权闽侯永辉商业为其产品或代理产品的分销商，

闽侯永辉商业有选择地销售福州朝阳贸易有限公司提供的商品, 结算价格由双方商定, 并不高于福州朝阳贸易有限公司提供给闽侯永辉商业竞争对手(或当地其他商家)的价格, 合同有效期为2010年6月1日至2010年12月31日。

8、闽侯永辉商业与福州健氏食品有限公司于2010年3月28日签署《供零合作合同》, 福州健氏食品有限公司授权闽侯永辉商业为其产品或代理产品的分销商, 闽侯永辉商业有选择地销售福州健氏食品有限公司提供的商品, 结算价格由双方商定, 并不高于福州健氏食品有限公司提供给闽侯永辉商业竞争对手(或当地其他商家)的价格, 合同有效期为2010年1月1日至2010年12月31日。

9、闽侯永辉商业与福州捷诚贸易有限公司于2010年5月5日签署《供零合作合同》, 福州捷诚贸易有限公司授权闽侯永辉商业为其产品或代理产品的分销商, 闽侯永辉商业有选择地销售福州捷诚贸易有限公司提供的商品, 结算价格由双方商定, 并不高于福州捷诚贸易有限公司提供给闽侯永辉商业竞争对手(或当地其他商家)的价格, 合同有效期为2010年1月1日至2010年12月31日。

10、闽侯永辉商业与福州金穗粮油贸易有限公司于2010年3月28日签署《供零合作合同》, 福州金穗粮油贸易有限公司授权闽侯永辉商业为其产品或代理产品的分销商, 闽侯永辉商业有选择地销售福州金穗粮油贸易有限公司提供的商品, 结算价格由双方商定, 并不高于福州金穗粮油贸易有限公司提供给闽侯永辉商业竞争对手(或当地其他商家)的价格, 合同有效期为2010年1月1日至2010年12月31日。

11、闽侯永辉商业与福州翔锦贸易有限公司于2010年4月6日签署《供零合作合同》, 福州翔锦贸易有限公司授权闽侯永辉商业为其产品或代理产品的分销商, 闽侯永辉商业有选择地销售福州翔锦贸易有限公司提供的商品, 结算价格由双方商定, 并不高于福州翔锦贸易有限公司提供给闽侯永辉商业竞争对手(或当地其他商家)的价格, 合同有效期为2010年1月1日至2010年12月31日。

12、闽侯永辉商业与内蒙古伊利实业集团股份有限公司于2010年5月5日签署《供零合作合同》, 内蒙古伊利实业集团股份有限公司授权闽侯永辉商业为其产品或代理产品的分销商, 闽侯永辉商业有选择地销售内蒙古伊利实业集团股份有限公司提供的商品, 结算价格由双方商定, 并不高于内蒙古伊利实业集团股份有限公司提供给闽侯永辉商业竞争对手(或当地其他商家)的价格, 合同有效期

为2010年1月1日至2010年12月31日。

（二）土地出让合同

1、2004年3月16日，福州永辉超市有限公司与福州市国土资源局签订《福州市国有土地使用权出让合同》（合同编号：榕地合[2004]37号），就受让位于福州市台江区鳌峰路北侧、鳄鱼公园西侧的一处宗地（宗地编号为2004挂-09号）的国有土地使用权的事宜达成一致。协议约定，该等土地的用途为商业用地，公司需缴纳土地出让金950万元人民币，土地使用年限为40年。

2、2008年10月16日，轩辉房地产与闽侯县国土资源局签订《闽侯县国有建设用地使用权出让合同》（合同编号：35012120081016G011），就受让位于县城新区一处土地（宗地编号为2008挂2号）的国有建设用地使用权的事宜达成一致。协议约定，该等土地只能用于市场（超市）用地（C26），需缴纳土地出让金800万元人民币，土地使用年限为40年。2009年3月6日，公司子公司福州闽侯永辉超市有限公司与轩辉房地产、闽侯县国土资源局于签订《闽侯县国有建设用地使用权出让合同补充合同》，将《闽侯县国有建设用地使用权出让合同》（合同编号：35012120081016G011）的原受让人变更为福州闽侯永辉超市有限公司。

3、2008年12月23日，公司子公司海峡食品与闽侯县国土资源局签订《国有建设用地使用权出让合同》（合同编号：35012120080418G021），就受让位于闽侯县南屿镇南井村一处土地（宗地编号为2008挂工业11号）的国有建设用地使用权的事宜达成一致。协议约定，该等土地用于食品生产的工业用地，土地使用权挂牌成交价9,012,285元人民币，土地使用年限为50年。

4、2009年6月30日，公司子公司轩辉置业与重庆市国土资源和房屋管理局签订《国有建设用地使用权出让合同》（合同编号：渝地2009合字江北第41号），就受让位于江北区大石坝组团E分区E3-1/02（地下）、E3-3/02号一处土地（宗地编号为JB-02-001）的国有建设用地使用权的事宜达成一致。协议约定，该等土地为商务金融、文化娱乐、仓储用地，出让价款为10,806万元人民币，土地使用年限工业为50年、住宅为50年、商业40年。

5、2009年8月27日，公司子公司福州闽侯永辉超市有限公司与闽侯县国土资源局签订《闽侯县国有建设用地使用权出让合同》（合同编号：35012120090827G010），就受让位于县城新区宗地编号为2009挂10号地的地下国

有建设用地使用权事宜达成一致。协议约定，该等土地用途为：按照平战结合的要求，平时作为底下停车场及仓储使用，战时作为人员掩蔽部和战备物资库。

6、2010年3月18日，公司子公司成都永辉与四川省彭州市国土资源局签订510104-2010-0002号《国有建设用地使用权出让合同》以及《〈国有建设用地使用权出让合同〉补充协议》，成都永辉将受让取得位于彭州市濛阳镇伏龙社区濛阳2010-2号宗地，宗地面积为87,543.33平方米，其中出让宗地面积为72,270.67平方米，出让年限为50年，该土地用途为工业用地(农副产品配套业)。

7、2010年5月6日，永辉超市股份有限公司与漳浦县国土资源局签订《国有建设用地使用权出让合同》(合同编号：35062320100506G001)，就受让位于漳浦县龙湖路中段的一处宗地(宗地编号为2010G01)的国有土地使用权的事宜达成一致。协议约定，该等土地的用途为商服用地，公司需缴纳土地出让金7,600万元人民币，土地使用年限为40年。

(三) 借款合同

1、2009年11月3日，公司与交通银行股份有限公司福建省分行签订《最高额借款合同项下额度使用申请书》，根据该申请书，公司向交通银行申请贷款5,000万元，贷款期限自2009年11月3日起至2010年8月3日，年利率为5.31%。2009年11月5日，公司与交通银行股份有限公司福建省分行签订《最高额借款合同项下额度使用申请书》，根据该申请书，公司向交通银行申请贷款3,500万元，贷款期限自2009年11月5日起至2010年8月31日，年利率为浮动利率。

2、2009年12月14日，公司与平安银行股份有限公司福州分行(贷款人)签订《借款合同》(编号：平银(福州)贷字2009第B1001300310900012号)，合同约定，贷款人向公司提供5,000万元人民币贷款，期限自2009年12月14日起至2010年12月13日，年利率为5.31%。

3、2009年12月22日，公司与兴业银行股份有限公司福州洋下支行(贷款人)签订《人民币短期借款合同》(编号：短117092009036号)，合同约定，贷款人向公司提供3,000万元人民币贷款，期限自2009年12月22日起至2010年12月22日，年利率为5.31%。

4、2009年8月14日，公司与中国银行股份有限公司福建省分行签订《人民币借款合同》(编号：FJ00162200981)，合同约定，贷款人向公司提供3,000万元人

人民币贷款，期限12个月，年利率为4.779%。2009年8月18日，公司与中国银行股份有限公司福建省分行签订《人民币借款合同》（编号：FJ00162200982），合同约定，贷款人向公司提供4,000万元人民币贷款，期限12个月，年利率为4.779%。2010年4月29日，公司与中国银行股份有限公司福建省分行签订《人民币借款合同》（编号：FJ001622010157号）。合同约定，永辉超市向中国银行股份有限公司福建省分行借款人民币10,000万元，借款期限为12个月。2010年5月19日，公司与中国银行股份有限公司福建省分行签订《人民币借款合同》（编号：FJ001622010198号）。合同约定，永辉超市向中国银行股份有限公司福建省分行借款人民币12,500万元，借款期限为12个月。2010年6月4日，公司与中国银行股份有限公司福建省分行签订《人民币借款合同》（编号：FJ001622010213号）。合同约定，永辉超市向中国银行股份有限公司福建省分行借款人民币13,500万元，借款期限为12个月。

5、2009年10月16日，重庆永辉与重庆三峡银行直属支行（贷款人）签订《借款合同》（编号：渝三银JK字01012009200155-1号），合同约定，贷款人向公司提供4,000万元人民币贷款，期限自2009年10月16日起至2010年10月16日，月利率为4.425%。2009年10月23日，重庆永辉与重庆三峡银行直属支行（贷款人）签订《借款合同》（编号：渝三银JK字01012009200155-2号），合同约定，贷款人向公司提供4,000万元人民币贷款，期限自2009年10月23日起至2010年10月23日，月利率为4.425%。2010年1月8日，重庆永辉与重庆三峡银行直属支行（贷款人）签订《借款合同》（编号：渝三银JK字01012009200155-4号），合同约定，贷款人向公司提供5,000万元人民币贷款，期限自2010年1月8日至2011年1月8日，月利率为4.425%。

6、2010年4月22日，公司与中国工商银行股份有限公司福州鼓楼支行签订了《商业汇票承兑协议》（编号：14020232-2010<承兑协议>00015号），协议约定，承兑人向公司签发总额为4,800万元的承兑汇票，汇票期限自2010年4月22日至2010年10月21日。

7、2010年4月1日，福建闽侯永辉商业有限公司与福建海峡银行股份有限公司签订《单位借款合同》（编号：0100100020100014号）。合同约定，福建闽侯永辉商业有限公司向福建海峡银行股份有限公司借款4,000万元，借款期限自2010

年4月1日至2011年4月1日。

8、2010年6月8日，福建闽侯永辉商业有限公司与光大银行福州分行签订《借款合同》（编号：GDSNZ10009D01号）。合同约定，福建闽侯永辉商业有限公司向光大银行福州分行借款人民币5,000万元，借款期限从2010年6月9日至2011年6月8日。2010年6月3日，福建闽侯永辉商业有限公司与光大银行福州分行签订《商业汇票贴现总协议》（编号：GDSNZ10009T号）。根据该协议，光大银行向福建闽侯永辉商业有限公司开立总额为5,000万元的承兑汇票，汇票期限自2010年6月9日至2010年12月9日。

9、2010年5月10日，重庆永辉超市有限公司与汉口银行股份有限公司重庆分行签订《人民币借款合同》（编号：B3020010001A）。合同约定，重庆永辉超市有限公司向汉口银行借款人民币10,000万元，借款期限从2010年5月10日至2011年5月10日。2010年5月17日，重庆永辉超市有限公司与汉口银行股份有限公司重庆分行签订《人民币借款合同》（编号：BC000010003K）。合同约定，重庆永辉超市有限公司向汉口银行借款人民币5,000万元，借款期限从2010年5月17日至2011年5月17日。2010年5月19日，重庆永辉超市有限公司与汉口银行股份有限公司重庆分行签订《人民币借款合同》（编号：BC0000100030）。合同约定，重庆永辉超市有限公司向汉口银行借款人民币5,000万元，借款期限从2010年5月19日至2011年5月19日。

（四）保荐协议及主承销协议

本公司于2010年3月10日与中信证券股份有限公司签订了《保荐协议》及《主承销协议》，聘请中信证券股份有限公司担任本次发行的保荐人和主承销商。

三、对外担保情况

公司为子公司重庆永辉、闽侯永辉商业提供了保证担保（详见“第十节 财务会计信息”之“十二、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项、承诺事项和其他重要事项”），除上述担保事项外，本公司不存在其他对外担保事项。

四、诉讼、仲裁和处罚情况

（一）诉讼、仲裁

1、福州市仓山区高旺路6号房产涉讼情况

2007年12月1日，福建郑棣电子有限公司分别与陈丽珍和陈丽珍个人独资的福州市怡香吉食品厂签订了两份《租赁协议》，福建郑棣电子有限公司将其所有的福州市仓山区高旺路6号的三期研发中心楼一层和二层房屋出租给陈丽珍，将其所有的福州市仓山区高旺路6号四期宿舍四层房屋出租给福州市怡香吉食品厂。永辉集团与陈丽珍分别于2007年12月21日和2007年12月29日签订了《租赁合同书》及其补充协议，陈丽珍将福州市仓山区高旺路6号三期研发中心楼一至四层房屋转租给永辉集团，并取得了福建郑棣电子有限公司的同意。2009年6月13日，福建郑棣电子有限公司将陈丽珍及福州市怡香吉食品厂起诉至福州市仓山区人民法院，请求法院解除被告福州市怡香吉食品厂与福建郑棣电子有限公司的租赁协议以及被告陈丽珍与永辉集团的转租协议，并由被告陈丽珍和福州市怡香吉食品厂支付租金、滞纳金等费用。永辉集团成为本案无独立请求权的第三人。

福建省福州市仓山区人民法院于2010年2月10日作出2009仓民初字第2090号《民事判决书》，福建省福州市仓山区人民法院判令解除福建郑棣电子有限公司与陈丽珍以福州市怡香吉食品厂的名义于2007年12月1日签订的租赁协议，解除陈丽珍与永辉集团于2007年12月21日签订的《租赁合同书》及2007年12月29日签订的《补充协议书》，并由被告陈丽珍向原告福建郑棣电子有限公司支付租金768,939.19元。陈丽珍于2010年3月1日向福州市中级人民法院提出起上诉。

福建郑棣电子有限公司曾于2010年3月10日出具《联络函》，确认福建郑棣电子有限公司在与公司双方友好协商签订租赁协议生效的前提下，同意将上述涉讼物业出租予公司作为超市经营场所，不影响公司目前在该场地投资经营超市计划，不因上述诉讼案件审理结果而受到影响。

福建省福州市中级人民法院于2010年7月13日出具（2010）榕民终字第

1349号《民事判决书》，判决维持福州市仓山区人民法院(2009)仓民初字第2090号民事判决，解除福建郑棣电子有限公司与陈丽珍以福州市怡香吉食品厂的名义于2007年12月1日签订的租赁协议，解除陈丽珍与永辉集团于2007年12月21日签订的《租赁合同书》及2007年12月29日签订的《补充协议书》，并由被告陈丽珍向原告福建郑棣电子有限公司支付租金768,939.44元。

上述诉讼中发行人系作为第三人参加诉讼，虽然法院判决解除发行人与转租人之间的租赁合同，但产权人已出具相关《联络函》表达了愿意继续开展租赁合作的意向，发行人目前已在积极开展相关商谈工作。即使相关商业谈判无法达成一致意见，相关风险也仅涉及单个门店的相关经营。此外，该事项仅为一般经济纠纷，发行人没有面临被要求承担重大处罚、重大赔偿的风险。

发行人律师认为：上述诉讼中股份公司系作为第三人参加诉讼，虽然法院判决解除股份公司与转租人陈丽珍之间的租赁合同，但本案胜诉方(产权人)福建郑棣电子有限公司已出具相关《联络函》表达了愿意继续开展租赁合作的意向，有鉴于此，股份公司目前已积极启动了相关商谈工作。即使相关商业谈判无法达成一致意见，相关风险也仅涉及单个门店的经营，此外，该事项仅为一般经济纠纷，股份公司没有面临被要求承担重大处罚、重大赔偿的风险，因此，发行人律师认为该案不会对股份公司的资产状况造成重大不利影响以致构成本次发行的法律障碍。

2、福州市福新店涉讼情况

福建八方华冈物流有限公司与公司于2009年4月29日签订《租赁合同》，约定将福州市福新东路8号地块上总建筑面积11,418平方米的建筑物及周边场地出租给公司，租赁期限为20年。

福建拓福建材股份有限公司于2010年1月17日签署《起诉状》，福建拓福建材股份有限公司作为原告，以包括福建八方物流股份有限公司、福建八方华冈物流有限公司和股份公司在内的五家企业作为共同被告，向福州市晋安区人民法院提起诉讼。根据该起诉状，原告与福建八方物流股份有限公司曾在协议中约定，原告对座落于福州市福新东路8号建筑物享有优先承租权，该建筑物系由福建八方物流股份有限公司的控股子公司福建八方华冈物流有限公司建设，而福建八方

华冈物流有限公司在未征询原告优先权的情况下将上述建筑出租给公司。鉴此，原告请求法院撤销公司承租上述建筑物的租赁合同，并要求为公司所作的装修部分予以拆除，恢复合同约定的原状。本案目前尚未开庭审理。

发行人律师认为：福建拓福建材股份有限公司与福建八方物流股份有限公司在协议中约定的优先承租权条款，仅对协议双方具有法律约束力，对签约方外的善意第三人没有法律约束力；且福建八方物流股份有限公司并无福州市福新东路8号地块建筑的出租权，而永辉集团系与福建八方华冈物流有限公司签署《租赁合同》，因此福建拓福建材股份有限公司并无权以优先承租权条款为由，要求解除永辉集团所签署的《租赁合同》，股份公司（即永辉集团）有权依法维护自身权利。由于该案尚在审理过程中，原告的诉讼请求是否成立应以法院的最终判决为准，在法院审判程序没有全部结束前，不能完全排除法院判令全部或部分支持原告诉讼请求的风险。如法院判令全部支持原告诉讼请求，则《租赁合同》将被解除、租赁房产将被收回。

鉴于此，发行人律师认为：即使法院判令全部支持原告诉讼请求，但相关风险仅涉及单个门店的相关经营。此外，该项诉讼为一般经济纠纷，股份公司没有面临被要求承担重大处罚、重大赔偿的风险，因此，发行人律师认为该案不会对股份公司的资产状况造成重大不利影响以致构成本次发行的法律障碍。

3、重庆五里店诉讼情况

重庆永辉收到胡金绍于2010年2月28日签署的《告知函》。《告知函》宣称，胡金绍、胡爱玲、潘广丰、胡冬翠四人已于2009年8月20日在重庆市第五中级人民法院举行的资产变卖中买得位于重庆市江北区建新东路295远银大厦物理层第二层101号、物理层第三层201号、物理层第四层301号、302号、305号、306号、307号的房产。《告知函》要求重庆永辉不得将租金支付给原业主或其他第三方，并就上述房产与上述四人重新协商签订新的租赁合同。重庆永辉目前正在与胡金绍等四人协商租赁事宜。

重庆永辉与重庆远银物业发展有限公司于2006年9月15日签署《租赁合同书》，租赁场所为重庆江北区建新东路295号平街1-3层，套内建筑面积6059平方米，租赁期限为15年，自2007年2月1日起至2022年1月31日止。该《租

赁合同书》约定，签订该合同时重庆远银物业发展有限公司如实陈述场地和建筑物有抵押情况及被采取强制措施情况，但重庆远银物业发展有限公司应保证不能因此造成重庆永辉无法正常使用。前述《告知函》所述房产为该《租赁合同书》项下租赁房产的一部分。

发行人律师认为：重庆永辉若能与胡金绍等四人就租赁房产协商一致，则对股份公司所涉及的单个门店不会产生不利影响；如重庆永辉未能与胡金绍等四人就租赁房产协商一致，则所涉及的部分房产可能存在被产权人收回的风险，但在此情况下重庆永辉有权按照《租赁合同书》要求原出租人承担损害赔偿。在各方未能协商一致的情况下，相关影响亦仅涉及单个门店，此外，该事项为一般经济纠纷，股份公司没有面临被要求承担重大处罚、重大赔偿的风险，因此，律师认为该事项不会对股份公司的资产状况造成重大不利影响以致构成本次发行的法律障碍。

4、重庆土桥店涉讼情况

重庆永辉收到刘富学于 2010 年 5 月 20 日签署的《关于屏都大厦一层至五层及负一层非住宅房屋使用权存在争议的情况说明》。刘富学在该情况说明中宣称其已于 2010 年 3 月 26 日向重庆市第五中级人民法院提起诉讼，希望通过司法程序解决其与张铮、罗颖、何水源、亢恩文、刘章会等五人关于位于重庆市巴南区土桥屏都大厦一至五层及负一层房屋租赁权纠纷。刘富学在其提交的《民事起诉状》中诉称，重庆万名物业发展有限公司因无力归还刘富学所借款项，与刘富学签订了《房屋租赁合同》，约定将重庆市巴南区土桥花溪镇红光大道屏都大厦负一层、一至六层商业门面共计 17,179.92 平方米租赁给刘富学，租赁期限为 20 年，以抵偿其欠款；后张铮、罗颖、何水源、亢恩文、刘章会等人取得该等房屋所有权并对房屋进行装修施工，使刘富学无法继续承租使用上述房屋。刘富学因此请求法院判令张铮、罗颖、何水源、亢恩文、刘章会停止侵害其房屋租赁使用权。目前该案正在审理过程中，尚未有判决结果。

重庆永辉与张铮、罗颖、何水源、亢恩文、刘章会于 2009 年 12 月 7 日签订《租赁合同书》，张铮、罗颖、何水源、亢恩文、刘章会将位于重庆巴南区花溪镇红光大道 50 号（屏都大厦）一层、二层房屋租赁予重庆永辉，租赁面积约 3,000 平方米，租赁期限为 15 年。该《租赁合同书》约定，出租方张铮、罗颖、

何水源、亢恩文、刘章会应负责处理其与第三方就租赁物业产生的纠纷或争议，如因租赁物业存在权属争议或纠纷，造成重庆永辉损失的，出租方应承担全部赔偿责任。另经核查，根据张铮、罗颖、何水源、亢恩文、刘章会向重庆永辉提供的《房地产权证》及其他法律文件，张铮、罗颖、何水源、亢恩文、刘章会合法拥有前述租赁房屋产权。

发行人律师认为，前述诉讼虽涉及重庆永辉所租赁房屋，但重庆永辉并非前述诉讼的当事方。重庆永辉从前述房屋的产权人处承租该房屋时，并不知悉该等房屋已存在租约，重庆永辉系善意承租人。如前述诉讼中刘富学主张的房屋租赁权得到法院支持，则重庆永辉与张铮、罗颖、何水源、亢恩文、刘章会所签订之《租赁合同书》存在无法继续履行的可能，但在此情况下相关风险仅涉及单个门店的经营，而重庆永辉作为善意承租人有权按照《租赁合同书》要求出租方赔偿因此所遭受的全部损失，同时，该事项仅为一般经济纠纷，股份公司没有面临被要求承担重大处罚、重大赔偿的风险，因此，发行人律师认为该案不会对股份公司的资产状况造成重大不利影响以致构成本次发行的法律障碍。

除上述事项外，公司无其他未了结的重大诉讼或仲裁情况。

（二）行政处罚

根据重庆市工商行政管理局于 2009 年 6 月 25 日出具的渝工商经处字 [2009]10 号《行政处罚决定书》，重庆市工商行政管理局认为，2007 年 12 月至 2009 年 1 月 23 日期间，因供货商未提供部分腌腊制品的检验报告，以及供货商篡改检验结论及伪造检验报告，而重庆永辉没有严格审查供货商的资质，未认真履行索取检验报告的义务，进而致使不合格的腌腊制品得以流入市场，重庆永辉应对此承担相应法律责任。重庆市工商行政管理局据此责令重庆永辉改正，并没收腌腊制品 8,597.7 公斤，并处罚款 740,604.39 元。

根据重庆市工商行政管理局于 2010 年 2 月 11 日出具的《关于重庆永辉超市有限公司行政处罚事项的说明》，重庆永辉已缴纳上述罚款，重庆市工商行政管理局认为重庆永辉销售不合格腌腊制品系由于供应商有意隐瞒、采取伪造文书等方式，而重庆永辉作为销售商未能查验把关而导致，重庆永辉无主观故意，且事后能主动启动召回机制，消除社会影响并积极配合调查，未造成严重后果，其不

构成重大违法行为。

截至 2010 年 3 月底，重庆永辉根据供零合同的商品质量保证条款，已经向供货商全部追回上述损失。

发行人律师认为：重庆永辉的上述行为不构成重大违法行为，不会对公司资产状况、财务状况产生重大不利影响，并不构成本次发行的法律障碍。

五、关联方筹资及后续清理情况

公司前身为福州永辉超市有限公司（以下简称“福州永辉”）成立于 2001 年，主要经营超市零售业务。自 2002 年起，福州永辉的“农改超”创新模式在福州取得初步发展，2004 年后在重庆也开设多家门店。但因属初创期，福州永辉以民营企业身份向银行借贷无门。根据“闽经贸函贸管[2002]291 号文”的精神，为解决福州永辉流动资金短缺问题，2003 年 7 月至 2006 年 7 月期间，控股股东通过亲属陆续向福州永辉部分职工及其亲属、股东亲属（以下简称“资金提供方”）筹借资金，以控股股东之股东借款方式投入福州永辉用于生产经营，并由福州永辉向资金提供方开具《福州永辉连锁超市有限公司股权凭证》的形式作为筹资凭证。通过前述方式累计向 358 名资金提供方筹借资金总计 6,522 万元，福州永辉向该等资金提供方开具的筹资凭证累计 677 份，金额 6,522 万元。

自 2007 年起，控股股东通过亲属分批向前述资金提供方偿还所借资金，同时收回相应筹资凭证。截至 2007 年底，已向 37 名资金提供方清退资金并收回筹资凭证 85 份（金额 2,212 万元）；截至 2008 年底，已向剩余 321 人清退资金并收回筹资凭证 592 份（金额 4,310 万元），该 321 名资金提供方中的 320 人于 2009 年 3 月至 5 月期间分别与控股股东亲属、永辉集团签署《确认函》，剩余 1 人由于因病在外原因，于 2010 年 1 月 20 日签署了《确认函》。上述资金提供方均在《确认函》中确认前述资金筹借情况已全部清理完毕且未产生纠纷。

中华人民共和国福建省福州市公证处对前述 321 名资金提供方与控股股东亲属、永辉超市签署《确认函》的过程逐一进行了公证，证明该等《确认函》的签署真实有效。

为确保清理工作已经完成，公司于 2010 年 1 月 23 日在《福建日报》上发布

公告，请所有持有筹资凭证的相关人士自公告刊登之日起 30 日内予以申报，以便依法确认权益。截至目前未出现申报情况。

根据经贸函商业 [2010] 173 号《福建省经济贸易委员会关于请认定福州永辉超市有限公司内部职工筹资事宜的函》，福建省经济贸易委员会认为：“福州永辉超市有限公司当时开展内部筹资进行‘农改超’的做法符合我省支持和鼓励企业开展‘农改超’合作、参股，多元投资的有关规定，不属于非法集资范围。”根据福建省处置非法集资联席会议办公室闽处非办函 [2010]1 号《关于福州永辉超市有限公司内部职工筹资事宜的复函》，福建省处置非法集资联席会议办公室同意福建省经济贸易委员会的认定意见。

根据福建省经济贸易委员会出具之闽经贸函商业[2010]478 号《福建省经济贸易委员会关于请认定福州永辉超市有限公司内部职工筹资及〈股权凭证〉事宜的函》，福建省经济贸易委员会认定，福州永辉基于当时银行贷款困难，为解决流动资金短缺问题，以内部筹资形式向职工及其亲属、股东亲属共 358 人筹借资金 6,522 万元，该等借款已全部于 2008 年底前妥善清退，在上述筹资与清退过程中，福州永辉向资金提供方出具的凭证虽名为《股权凭证》，但经相关方确认，该凭证的作用仅为收款凭证，并非资金提供方对福州永辉的出资凭证，也不具有证券属性，福州永辉在出具该凭证时，未采用广告、公开劝诱和变相公开方式，因此上述行为不属于非法公开发行证券范畴。

根据福建省企业上市工作领导小组办公室出具之闽上市函[2010]6 号《关于福州永辉超市有限公司内部职工筹资及〈股权凭证〉事宜的复函》，福建省企业上市工作领导小组办公室确认，其未发现福州永辉向股东和内部职工筹资期间有向社会公开宣传和推介募股行为，至 2008 年底福州永辉向 358 人筹资的本息均已清偿，此外，其亦未发现 358 人向福州永辉提供资金而成为福州永辉股东的证据、未发现福州永辉与 358 人资金提供人因筹资清偿行为发生的纠纷和举报，因此，福建省企业上市工作领导小组办公室对福建省经济贸易委员会的认定意见表示同意。

根据福建省人民政府出具之闽政函[2010]145 号《福建省人民政府关于福州永辉超市有限公司内部筹资有关事项的函》，福建省人民政府确认，福州永辉超

市有限公司（发行人的前身）于 2003 年 7 月至 2006 年 7 月间，因资金短缺，向内部员工、股东及其亲属等 358 人筹借资金的行为，属于正常的向内部职工筹借资金行为，不属于非法集资和非法公开发行证券行为。

公司控股股东、实际控制人承诺：若任何方以任何理由就持有《福州永辉连锁超市有限公司股权凭证》，而向永辉超市提出任何主张、索赔或要求，并且致使永辉超市产生损失的，由本人向公司承担该等损失。

筹资活动的开展过程为福州永辉的控股股东通过亲属从资金提供方处筹集资金后，以股东借款形式提供予福州永辉使用，资金提供方并未将资金作为股本金直接投入福州永辉，资金提供方未因该等筹资在工商登记部门登记为福州永辉的股东；从核查结果来看，筹资凭证与福州永辉的注册资本无关；筹资凭证名为“股权凭证”，但实质仅为收款凭证，并非股东权利的证明或资金提供方对福州永辉的出资凭证，前述筹资行为系正常民间借贷，不构成福州永辉向资金提供方的股权融资。

此外，在出具筹资凭证过程中，福州永辉未采用广告、公开劝诱和变相公开方式，筹资行为及出具筹资凭证的范围仅限于福州永辉特定的内部职工、少量职工亲属和股东亲属，且从筹资凭证内容及出具后的实际情况看，该等凭证无流通性，不具备证券属性。

发行人律师认为：前述筹资行为已清理完毕，在筹资和清退过程中未发生任何纠纷；前述筹资行为属于正常民间借贷，不构成非法集资，亦不构成非法公开发行，且发行人控股股东已出具承诺，若任何方以任何理由就持有《凭证》而向发行人提出任何主张、索赔或要求，并且致使发行人产生损失的，其将向发行人承担该等损失。有鉴于此，前述筹资行为不构成发行人本次发行的障碍。

保荐人认为：前述筹资行为属于正常民间借贷，不构成非法集资，亦不构成非法公开发行，且发行人控股股东已出具承诺，若任何方以任何理由就持有《凭证》而向发行人提出任何主张、索赔或要求，并且致使发行人产生损失的，其将向发行人承担该等损失。因此，前述筹资行为不构成发行人本次发行的障碍。

六、关联方的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股意向书签署日，本公司控股股东、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未涉及作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员涉及刑事诉讼的情况

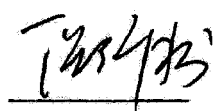
截至本招股意向书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：



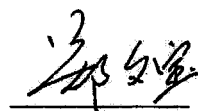
张轩松



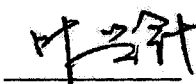
张轩宁



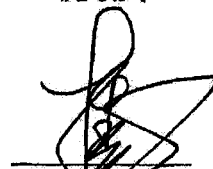
沈敬武



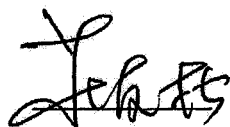
郑文宝



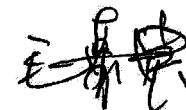
叶兴针



陈光优



庄友松



毛嘉农



马萍

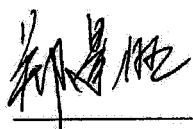


永辉超市股份有限公司

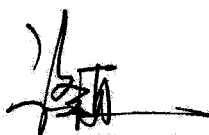
36010200356

2010年11月19日

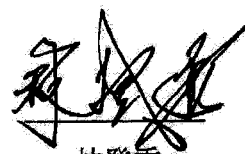
全体监事：



郑景旺



谢香镇



林登秀



陈日辉



吴光旺

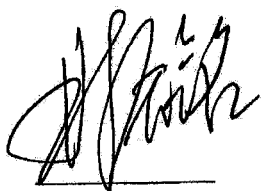


2010年11月19日

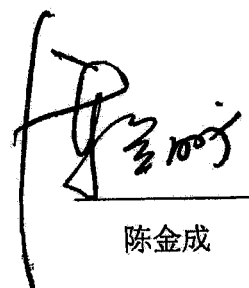
全体高管：



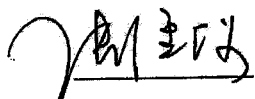
陈建文



林振铭



陈金成



张经仪




2010年11月19日

保荐人（主承销商）声明

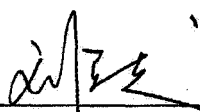
本公司已对招股意向书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

保荐代表人：


陈淑绵

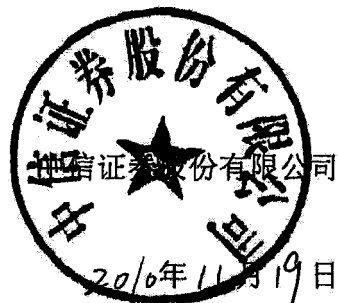

秦成栋

项目协办人：


刘召龙

法定代表人：

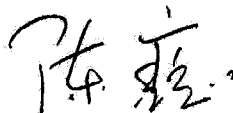

王菊明



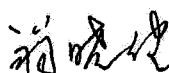
发行人律师声明

本所及经办律师已阅读永辉超市股份有限公司招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师：



陈 巍



翁晓健

律师事务所负责人：



韩 炯



2010年11月19日

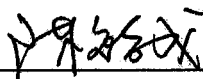
审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



林新田

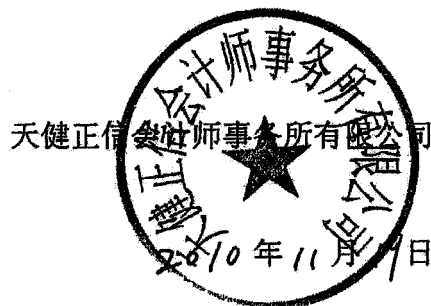


陈裕成

会计师事务所负责人：



梁青民



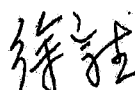
资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：



中国注册
资产评估师
李琪
11000380

李琪


中国注册
资产评估师
徐宗杰
11000379

徐宗杰

资产评估机构负责人：


冯道祥



北京中证资产评估有限公司



资产评估机构声明


本机构及签字注册资产评估师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：



 (陈礼清)

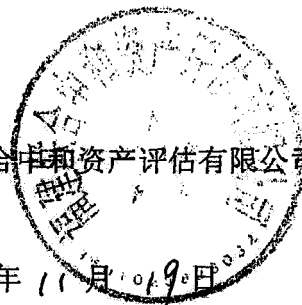

 (商光太)

资产评估机构负责人：


 (商光太)

福建联合中和资产评估有限公司

2010年11月19日



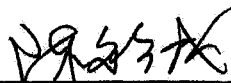
验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



林新田



陈裕成

会计师事务所负责人：



梁青民

天健正信会计师事务所有限公司



第十七节 备查文件

一、 备查文件

- (一) 发行保荐书；
- (二) 发行保荐工作报告；
- (三) 财务报表及审计报告；
- (四) 内部控制鉴证报告；
- (五) 经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- (六) 法律意见书及律师工作报告；
- (七) 公司章程（草案）；
- (八) 中国证监会核准本次发行的文件；
- (九) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、 备查文件查阅网址、地点、时间

在本次股票发行期间每周一至周五上午9:00—11:00，下午2:00—5:00，投资者可在下列地点查阅有关备查文件：

1、永辉超市股份有限公司

地点：中国福建省福州市西二环中路436号

电话：0591-83762200，0591-83762868 传真：0591-83762990

2、中信证券股份有限公司

地点：北京朝阳区新源南路6号京城大厦3层

电话：010-84588581 传真：010-84588151

3、上海证券交易所指定信息披露网址：www.sse.com.cn