



北京物美商業集團股份有限公司

WUMART STORES, INC.

(在中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：8277)

## 截至二零零八年十二月三十一日止年度業績公告

香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)創業板(「創業板」)的特色

創業板的定位，乃為相比起其它在本交易所上市的公司帶有較高投資風險的公司提供一個上市的市場。有意投資的人士應瞭解投資於該等公司的潛在風險，並應經過審慎周詳的考慮後方作出投資決定。創業板的較高風險及其它特色表示創業板較適合專業及其它老練投資者。

由於創業板上市公司新興的性質所然，在創業板買賣的證券可能會較於主板買賣之證券承受較大的市場波動風險，同時無法保證在創業板買賣的證券會有高流通量的市場。

香港交易及結算所有限公司及聯交所對本公佈之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公佈全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

本公佈(北京物美商業集團股份有限公司各董事(「董事」)願共同及個別對此負全部責任)乃遵照聯交所創業板證券上市規則(「創業板上市規則」)的規定而提供關於北京物美商業集團股份有限公司的資料。各董事在作出一切合理查詢後，確認就彼等所知及所信：(1)本公佈所載資料在各重大方面均屬準確及完整，且無誤導成分；(2)本公佈並無遺漏任何事實，致使本公佈任何內容產生誤導；及(3)本公佈內表達的意見乃經審慎周詳考慮後方作出，並以公平合理的基準及假設為依據。

## 業績回顧

北京物美商業集團股份有限公司(「本公司」)之董事會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」或「物美集團」)截至二零零八年十二月三十一日止年度(「報告期」)經審核綜合業績報告。

- 收益總額<sup>(註1)</sup>約人民幣9,749,790千元，較二零零七年增長24.0%；
- 綜合毛利<sup>(註2)</sup>約人民幣1,762,457千元，較二零零七年增長37.2%；
- 淨利潤<sup>(註3)</sup>約人民幣490,343千元，較二零零七年增長63.4%，剔除處置聯營公司淨收益，較二零零七年剔除公允價值變動的賬面淨收益後的同期淨利潤，實際增長約26.8%；
- 淨利潤率<sup>(註4)</sup>約為5.0%；剔除處置聯營公司淨收益後，淨利潤率約為3.7%；
- 零售網絡434間；
- 可比較店鋪銷售(同一店鋪於不同期間確認的營業額)較二零零七年增長8.1%；及
- 末期股息每股人民幣0.15元(含稅)<sup>(註5)</sup>。

註1： 收益總額包括營業額及其他收益。

註2： 綜合毛利為收益總額與銷售成本之差。

註3： 截至二零零八年十二月三十一日止十二個月，本集團淨利潤約為人民幣490,343千元，剔除杭州天天物美商業有限公司(「杭州商業」)與銀川新華百貨商店股份有限公司(「新華百貨」)進行股權置換而產生的處置聯營公司淨收益(「處置聯營公司淨收益」)約人民幣129,004千元之影響因素，本集團淨利潤約為人民幣361,339千元，較二零零七年剔除因衍生金融負債之公允價值變動而產生的約人民幣15,031千元之賬面淨收益(「公允價值變動的賬面淨收益」)後的同期淨利潤，實際增長約26.8%。

註4： 淨利潤率為淨利潤與收益總額之比。

註5： 本公司股票每股面值為人民幣0.25元。

報告期內，本集團順利完成了SAP系統在北京、天津地區之物美品牌店鋪及配送中心的上線工作，為本集團搭建了一個集成的零售、財務、物流管理系統和信息系統，從而極大提升了本集團的運營效率，降低了營運成本，同時加速了本集團與併購企業的整合，逐步發揮併購的協同效應。

本集團不斷通過自行開發及收購兼併積極拓展零售網絡。二零零八年四月，本集團完成了收購物美控股集團有限公司(「物美控股」)所持有的杭州商業的全部股權，該收購為本集團擴展在華東地區的業務搭建了一個堅實的發展平台。

利用杭州商業這一平台，二零零八年八月，本集團收購了紹興縣商超投資有限公司85%股權，從而間接擁有浙江供銷超市有限公司(「浙江供銷超市」)54.09%的權益。浙江供銷超市擁有162間店鋪以及一間配送中心，其中大型超市19間，便利超市直營店74間，加

盟店69間。該項收購不但有助於本集團盈利能力的增長，而且使本集團在浙江省的規模、市場份額及知名度均得以較大提升，並極大地加速了本集團在華東地區的發展。

## 展望

儘管全球金融危機也波及到中國，中國經濟依然保持增長，二零零八年國內生產總值比上年增長9.0%，全年社會消費品零售總額比上年增長21.6%，同比增長4.8個百分點。國民經濟總體仍呈現持續增長、價格回穩、結構優化的發展態勢。

面對全球金融危機所帶來的巨大挑戰、競爭與機會以及中國經濟持續發展的步伐，二零零九年本集團將以「系統優化，提高業務績效」為中心，以提高企業的核心競爭力和綜合競爭優勢為首要工作，努力構建企業核心競爭力的五大優勢，即：高效靈活的體制機制（體制優勢），強大的採購能力（採購優勢），精細化專業化的經營管理技術（技術優勢），低於業內平均水平的經營管理成本（成本優勢），一流的經營管理團隊（團隊優勢）。

本集團將繼續求真務實，苦練內功，認認真真解決企業經營管理中面臨的本質性問題，標本兼治，奠定企業持久穩定發展的堅實根基，實現我們的夢想——創辦老百姓喜歡的、日常生活離不開的「百年老店」！

## 綜合損益表

截至二零零八年十二月三十一日止年度

	附註	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
營業額	3	8,759,263	7,118,755
銷售成本		<u>(7,987,333)</u>	<u>(6,580,967)</u>
毛利		771,930	537,788
其他收益	3	990,527	747,050
投資及其他收入	5	253,061	121,901
分銷及銷售費用		(1,003,014)	(754,420)
行政費用		(272,873)	(219,065)
應佔聯營公司盈利		27,731	43,332
應佔合營企業盈利(虧損)		25	(2,426)
融資成本	6	<u>(20,406)</u>	<u>(16,589)</u>
除稅前盈利		746,981	457,571
所得稅開支	7	<u>(190,013)</u>	<u>(131,992)</u>
年度盈利	8	<u>556,968</u>	<u>325,579</u>
包括：			
本公司權益持有人		490,343	300,078
少數股東權益		<u>66,625</u>	<u>25,501</u>
		<u>556,968</u>	<u>325,579</u>
股息			
— 建議	9	<u>183,052</u>	<u>158,645</u>
— 已付	9	<u>158,645</u>	<u>85,424</u>
每股盈利			
— 基本(每股人民幣元)	10	<u>0.40</u>	<u>0.25</u>

# 綜合資產負債表

於二零零八年十二月三十一日

	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
非流動資產		
物業、廠房及設備	2,093,622	1,722,560
預付租金	73,652	16,766
商譽	843,708	404,711
無形資產	100,430	28,215
於聯營公司權益	140,852	358,807
於合營企業權益	47,599	47,574
遞延稅項資產	19,165	12,823
	<u>3,319,028</u>	<u>2,591,456</u>
流動資產		
存貨	733,210	480,271
應收貸款	90,000	—
應收貿易賬款及其他應收款項	560,479	412,234
應收有關連人士款項	276,058	370,657
預付租金	38,910	27,971
銀行結存及現金	1,348,349	815,179
	<u>3,047,006</u>	<u>2,106,312</u>
流動負債		
應付貿易賬款及其他應付款項	2,929,710	2,086,319
應付有關連人士款項	27,108	48,051
稅項負債	110,134	46,097
銀行貸款	622,910	275,460
融資租約承擔	5,110	5,110
	<u>3,694,972</u>	<u>2,461,037</u>
流動負債淨值	<u>(647,966)</u>	<u>(354,725)</u>
總資產減流動負債	<u>2,671,062</u>	<u>2,236,731</u>
資本及儲備		
股本	305,087	305,087
股本溢價及儲備	2,137,127	1,805,118
本公司權益持有人應佔權益	2,442,214	2,110,205
少數股東權益	194,616	120,354
總權益	<u>2,636,830</u>	<u>2,230,559</u>
非流動負債		
遞延稅項負債	12,704	1,056
融資租約承擔	462	5,116
其他應付款項	21,066	—
	<u>34,232</u>	<u>6,172</u>
	<u>2,671,062</u>	<u>2,236,731</u>

# 綜合財務報表附註

截至二零零八年十二月三十一日止年度

## 1. 概況

本公司在中國註冊為股份有限公司。其H股在創業板上市。本公司之註冊辦事處及主要營業地點的地址於年報之公司資料內披露。

綜合財務報表以人民幣呈列，人民幣也是本公司的本位幣。

本公司及其附屬公司主要從事經營大型超市和便利超市。

## 2. 採用新增及經修訂香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)

於本年度，本集團應用了香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈下列現已或一直生效的新增修訂及詮釋(「新香港財務報告準則」)：

香港會計準則第39號及新香港財務報告準則第7號(修改)	重新分類金融資產
香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第11號	香港財務報告準則第2號：集團及庫存股份交易
香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第12號	服務經營權安排
香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第14號	香港會計準則第19號 — 界定福利資產限制、最低資金需要及其相互關係

採納該等新香港財務報告準則對本年度或過往會計期間的業績及財政狀況的編製及呈列方式並未產生重大影響，因此無須對過往期間作出調整。

此外，本集團已提早採納已頒佈並於二零零八年七月一日或之後開始的年度期間生效的香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第13號「客戶忠誠度計劃」。

應用香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第13號，改變了本集團客戶忠誠度計劃的收入確認政策。為客戶提供利益而執行的客戶忠誠度計劃屬香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第13號的範疇之內。根據客戶忠誠度計劃，客戶有權獲取積分獎賞，下一次購物時可憑此獲得折扣優惠。過往，本集團客戶忠誠度計劃入賬原則是將銷售的全部代價確認為收益，未獲兌換積分的估計成本則以獨立負債予以確認。然而，香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第13號規定有關交易將以「多元素收益交易」的方式入賬，而因初步銷售交易所收取的代價則在貨品銷售額與客戶賺取的積分的成本之間分攤。

本公司董事已評估應用前述詮釋的影響，並確認此舉不會對本集團本期及過往會計期間的業績及財務狀況造成重大影響，故此無需就過往期間作出調整。

本集團並無提早採納下列已頒佈但未生效的新訂及經修訂準則、修訂或詮釋。



香港財務報告準則(修改)	香港財務報告準則的改進 <sup>1</sup>
香港會計準則第1號(經修訂)	財務報表的呈列 <sup>2</sup>
香港會計準則第23號(經修訂)	借貸成本 <sup>2</sup>
香港會計準則第27號(經修訂)	綜合及獨立財務報表 <sup>3</sup>
香港會計準則第32號及第1號(修改)	可沽售金融工具及清盤時產生的責任 <sup>2</sup>
香港會計準則第39號(修改)	合資格對沖項目 <sup>3</sup>
香港財務報告準則第1號及香港會計準則第27號(修改)	投資附屬公司、合營企業或聯營公司的 成本 <sup>2</sup>
香港財務報告準則第2號(修改)	歸屬條件及註銷 <sup>2</sup>
香港財務報告準則第3號(經修訂)	業務合併 <sup>3</sup>
香港財務報告準則第7號(修改)	改善金融工具披露 <sup>2</sup>
香港財務報告準則第8號	經營分類 <sup>2</sup>
香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第9號及香港會計準則第39號(修改)	嵌入衍生工具 <sup>4</sup>
香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第15號	興建房地產之協議 <sup>2</sup>
香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第16號	海外業務投資淨額對沖 <sup>5</sup>
香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第17號	向擁有人分派非現金資產 <sup>3</sup>
香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第18號	轉自客戶的資產 <sup>6</sup>

- 1 自二零零九年一月一日或之後起始的年度期間生效，惟香港財務報告準則第5號的修改，則自二零零九年七月一日或之後起始的年度期間生效
- 2 自二零零九年一月一日或之後起始的年度期間生效
- 3 自二零零九年七月一日或之後起始的年度期間生效
- 4 截至二零零九年六月三十日或之後日期止的年度期間生效
- 5 自二零零八年十月一日或之後起始的年度期間生效
- 6 應用於自二零零九年七月一日或之後獲客戶轉讓資產

應用香港財務報告準則第3號(經修訂)可能對收購日期為二零零九年七月一日或之後起始首個年度報告期間或之後進行的業務合併之會計處理構成影響。香港會計準則第27號(經修訂)將影響母公司對附屬公司擁有權權益之變動的會計處理。本公司董事預期，應用其他新訂及經修訂準則、修訂或詮釋不會對本集團的業績及財務狀況構成重大影響。

### 3. 營業額及其他收益

年內營業額及其他收益確認如下：

	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
營業額		
銷售商品	<u>8,759,263</u>	<u>7,118,755</u>
其他收益		
出租店鋪經營場地的租金收入	280,616	199,246
來自供應商之收入，包括店鋪陳列收入及宣傳收入	<u>709,911</u>	<u>547,804</u>
	<u>990,527</u>	<u>747,050</u>
收益總額	<u><u>9,749,790</u></u>	<u><u>7,865,805</u></u>

### 4. 分類資料

本集團主要在中國經營大型超市及便利超市，而且所有可識別資產均位於中國境內，因此並無呈列分類分析。

### 5. 投資及其他收入

	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
政府補貼	7,043	4,014
利息收入	10,492	10,380
配送服務收入	13,782	20,799
處置聯營公司收益	182,233	—
持作買賣投資公允價值變動	8,589	39,540
衍生金融負債公允價值變動	—	20,041
其他	<u>30,922</u>	<u>27,127</u>
	<u><u>253,061</u></u>	<u><u>121,901</u></u>

### 6. 融資成本

	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
下列各項所產生的利息：		
— 須於五年內悉數償還的銀行貸款	19,672	15,902
— 融資租約	<u>734</u>	<u>687</u>
	<u><u>20,406</u></u>	<u><u>16,589</u></u>



## 7. 所得稅開支

	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
稅務支出(抵免)包括：		
中國所得稅	192,413	134,338
遞延稅項		
本年度	(2,400)	(6,112)
稅率變動的影響	<u>—</u>	<u>3,766</u>
	<u>(2,400)</u>	<u>(2,346)</u>
	<u>190,013</u>	<u>131,992</u>

中國所得稅按本年度估計應課稅盈利以25% (二零零七年：33%) 計算。

於二零零七年三月十六日，中華人民共和國根據中華人民共和國主席令第63號頒布中華人民共和國企業所得稅法(「新稅法」)。於二零零七年十二月六日，中華人民共和國國務院頒布新稅法的實施條例。自二零零八年一月一日起，按照新稅法與實施條例，適用於本集團的企業所得稅稅率由33%減少至25%。

年度稅務支出與綜合損益表所示的除稅前盈利對賬如下：

	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
除稅前盈利	<u>746,981</u>	<u>457,571</u>
按稅率25%計算的中國所得稅(二零零七年：33%)	186,745	150,998
稅率變動的稅務影響	—	3,766
應佔聯營公司及合營企業盈利的稅務影響	(6,939)	(13,499)
收入的稅務影響(於釐定應課稅盈利時不予課稅)	—	(6,614)
支出的稅務影響(於釐定應課稅盈利時不可扣減)	2,907	1,252
未確認稅務虧損的稅務影響	2,047	4,025
釐定應課稅盈利時可扣減的額外支出的稅務影響	(238)	(6,859)
處置聯營公司的稅務影響	7,671	—
動用過往未確認的稅務虧損的稅務影響	<u>(2,180)</u>	<u>(1,077)</u>
年度所得稅	<u>190,013</u>	<u>131,992</u>

## 8. 年內盈利

	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
年內盈利經扣除下列項目後得出：		
物業、廠房及設備折舊	169,469	117,898
預付租金攤銷	30,035	25,880
無形資產攤銷	<u>3,154</u>	<u>873</u>
折舊及攤銷總額	<u>202,658</u>	<u>144,651</u>
租用物業的經營租約租金	295,516	238,285
核數師酬金	5,500	3,950
員工成本：		
董事酬金	1,896	1,660
其他員工成本		
— 薪金及其他福利	341,262	227,882
— 退休福利計劃供款	<u>30,366</u>	<u>22,188</u>
	373,524	251,730
應佔聯營公司及合營企業稅項(包括在應佔聯營公司及合營企業盈利中)	10,681	22,394
出售物業、廠房及設備虧損	<u>11,287</u>	<u>3,718</u>

## 9. 股息

	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
內資股及H股：		
建議末期股息每股人民幣0.15元 (二零零七年：每股人民幣0.13元)	<u>183,052</u>	<u>158,645</u>
已付股息每股人民幣0.13元(二零零七年：每股人民幣0.07元)	<u>158,645</u>	<u>85,424</u>

董事建議末期股息為每股人民幣0.15元，須經股東於股東大會上批准。

## 10. 每股盈利

每股基本盈利根據以下數據計算：

	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
本公司權益持有人應佔年度盈利	<u>490,343</u>	<u>300,078</u>
	二零零八年 千股	二零零七年 千股
股份數目：		
加權平均股數用於計算每股基本盈利	<u>1,220,348</u>	<u>1,220,348</u>

由於本公司於兩個年度內並無任何潛在已發行普通股，故並無呈列每股攤薄盈利。

## 管理層討論及分析

### 財務回顧

財務摘要	二零零八年度 人民幣千元	二零零七年度 人民幣千元	同比升幅 (%)
收益總額	<b>9,749,790</b>	7,865,805	24.0
綜合毛利	<b>1,762,457</b>	1,284,838	37.2
淨利潤	<b>490,343</b>	300,078	63.4
每股基本盈利 <sup>(註1)</sup>	<b>0.40</b>	0.25	63.4
剔除非經常性項目 <sup>(註2)</sup> 後淨利潤	<b>361,339</b>	285,047	26.8
剔除非經常性項目後每股 基本盈利 <sup>(註3)</sup> (人民幣元)	<b>0.30</b>	0.23	26.8

註1：每股基本盈利是根據淨利潤與已發行股數1,220,348,000股計算得出。

註2：二零零八年剔處置聯營公司淨收益，二零零七年剔處公允價值變動的賬面淨收益。

註3：每股基本盈利是根據剔除非經常性項目後的淨利潤與已發行股數1,220,348,000股計算得出。

### 按業務種類劃分的收益總額

	二零零八年度 人民幣千元	佔收益總額 百分比 (%)	二零零七年度 人民幣千元	佔收益總額 百分比 (%)
營業額	<b>8,759,263</b>	<b>89.8</b>	7,118,755	90.5
來自供應商之收入	<b>709,911</b>	<b>7.3</b>	547,804	7.0
出租店鋪經營場地 所得租金收入	<b>280,616</b>	<b>2.9</b>	199,246	2.5
收益總額	<b>9,749,790</b>	<b>100.00</b>	7,865,805	100.00

### 收益總額

報告期內，本集團經審核之收益總額約人民幣9,749,790千元(二零零七年：人民幣7,865,805千元)，較去年同期增長24.0%。收益總額的增長來自新開店鋪以及杭州商業自二零零八年五月一日、浙江供銷超市自二零零八年十月一日起的營業貢獻，以及可比較店鋪銷售的同比增長、來自供應商之收入和租金收入的增加。儘管報告期內食品價格呈明顯下降趨勢，本集團可比較店鋪銷售仍保持了8.1%的增長。可比較店鋪銷售增長是由於本集團持續改進店鋪形象及購物環境，優化賣場佈局，並根據顧客消費需求，不斷加強商品品類管理及優化定價政策，不斷提高服務質量，從而增加來客數及客單價所致。來自供應商收入之增長繼續體現本集團區域優勢和集中採購帶來的談判實力。租金

收入的增長，主要是由於租賃面積增加、店鋪形象及購物環境的改善帶來的優質租賃商戶產生的店鋪租金收入提升以及租約續租時部分店鋪出租面積的租金提高。

### 銷售成本及綜合毛利率

截至二零零八年十二月三十一日止年度及二零零七年同期，本集團經審核之銷售成本分別約為人民幣7,987,333千元以及人民幣6,580,967千元，綜合毛利率分別為18.1%和16.3%。撇除以成本價向托管店鋪以及關聯企業售賣貨品之銷售後，本集團綜合毛利率分別為19.4%和18.0%。毛利率提升主要得益於三方面因素：(1)因集中採購形成的規模效應而降低了商品單位成本；(2)更趨合理的定價政策和不斷優化的促銷選品；及(3)隨著WINBOX@SAP系統及Retailix POS系統成功上線及應用，以更加精準的技術手段加強毛利管控。毛利率不斷提高，反映出本集團經營水準的進一步提升。

### 分銷及銷售費用

報告期內，本集團經審核之分銷及銷售費用約為人民幣1,003,014千元，佔收益總額約10.3%，而二零零七年則約為9.6%。分銷及銷售費用中主要包括人員相關開支約為人民幣251,176千元，佔收益總額約2.6%，及租金開支約為人民幣295,516千元，佔收益總額約3.0%。本集團分銷及銷售費用的增加主要是由於人力成本增加、租賃費用支出增加、關閉店鋪的一次性費用攤銷、新增WINBOX@SAP系統的攤銷成本及杭州商業自二零零八年五月一日、浙江供銷超市自二零零八年十月一日起的分銷及銷售費用支出。

### 行政開支

報告期內，本集團經審核之行政費用約為人民幣272,873千元，佔收益總額約2.8%，與二零零七年基本持平。行政費用主要包括人員相關開支約人民幣122,348千元。

### 融資費用

報告期內，本集團經審核之融資成本約為人民幣20,406千元，而二零零七年約為人民幣16,589千元。融資成本增加的主要原因是二零零八年融資額增加。

### 淨利潤

報告期內，本集團經審核之淨利潤約為人民幣490,343千元，剔除處置聯營公司淨收益約人民幣129,004千元，本集團的淨利潤約為人民幣361,339千元，較二零零七年剔除公允價值變動的賬面淨收益約人民幣15,031千元後的同期淨利潤，實際增長約26.8%。

報告期內，本集團的淨利潤率為5.0%，撇除以成本價向托管店鋪以及關聯企業售賣貨品之銷售後，淨利潤率上升至約5.4%。在此基礎上剔除處置聯營公司淨收益後，淨利潤率為4.0%，與二零零七年撇除以成本價向托管店鋪以及關聯企業售賣貨品之銷售及剔除公允價值變動的賬面淨收益後的淨利潤率持平。

## 流動資金及財務資源

報告期內，本集團的流動資金繼續保持穩健狀況，資金來源主要是營業現金收入。於二零零八年十二月三十一日，本集團經審核之權益總額約為人民幣2,636,830千元，資本負債比率為23.6% (二零零七年十二月三十一日：12.30%)。資本負債比率乃根據本集團的借貸總額及權益總額計算。

於二零零八年十二月三十一日，本集團經審核之非流動資產約為人民幣3,319,028千元。非流動資產主要包括物業、廠房及設備約人民幣2,093,622千元，於聯營公司權益約人民幣140,852千元，於合營企業權益約人民幣47,599千元，商譽約人民幣843,708千元。

於二零零八年十二月三十一日，本集團經審核之流動負債淨額約人民幣647,966千元。經審核之流動資產約為人民幣3,047,006千元，主要包括現金及銀行結餘約人民幣1,348,349千元，存貨約人民幣733,210千元，應收貿易賬款及其它應收款項約人民幣560,479千元，以及應收關連方款項約人民幣276,058千元。流動負債約為人民幣3,694,972千元，主要包括應付貿易賬款及其它應付款項約人民幣2,929,710千元，應付關連方款項約人民幣27,108千元，應付稅項約人民幣110,134千元。

報告期內，本集團平均應付賬款周轉期為75天 (二零零七年：89天)；存貨周轉期為27天 (二零零七年：23天)

## 資本構架

於二零零八年十二月三十一日，本集團的借貸、現金及現金等價物主要以人民幣持有；於二零零八年十二月三十一日，本集團經審核之銀行貸款約人民幣622,910千元，有關貸款須於一年內償還，其均為固定利率，固定年利率介乎5.31%至7.84%。

## 業務回顧

### 零售網絡拓展

本公司一直堅持區域化發展戰略，以自主開發及收購兼併方式拓展零售網絡。截至二零零八年十二月三十一日止，本集團及其聯營公司、合營企業直接擁有及通過訂立若干特許經營協議或委托經營和管理協議經營與管理的零售網絡共434間，其中大型超市104間，便利超市330間。總銷售面積達451,524平方米 (除聯營公司及加盟店外)。



本集團及其聯營公司、合營企業直接擁有及通過特許經營協議經營管理的店鋪包括：

	截至二零零八年 十二月三十一日止	
	店鋪數	分佈區域
<b>大型超市</b>		
直營店	96	北京、浙江、天津
<b>便利超市</b>		
直營店	194	北京、浙江
加盟店	<u>96</u>	北京、浙江
合計 <sup>(註)</sup>	<u><u>386</u></u>	

註：該合計未包含北京超市發連鎖股份有限公司(「超市發」)店鋪。

本集團根據多份委托經營和管理協議經營管理的店鋪(「托管店鋪」)：

	截至二零零八年 十二月三十一日止	
	店鋪數	分佈區域
大型超市	8	河北、天津
便利超市	<u>40</u>	天津
合計	<u><u>48</u></u>	

### 品類優化

報告期內，本集團通過市場研究和銷售現狀分析，在品類優化、商品配置、定價策略、空間規劃等方面確定相應商業推廣政策，進一步完善商品結構和賣場呈現，從而提高了品類整體的營業額和利潤率，並使本集團品牌形象和經營效益得以提升。

報告期內，本集團實施了重點品類優化的推廣計劃，共進行了超過200個小分類的品類優化推廣，將重點品類的商品結構和商品清單進行了重新梳理，陳列原則重新進行了確定並推向所有店鋪。

報告期內，本集團制訂了二零零八年度商品規劃指導書，內容包括五大店鋪組品類策略、常規商品配置計劃、季節商品配置計劃以及毛利率計劃。截至二零零八年底，商品配置已調整控制在計劃配置數的範圍之內。

商品結構的調整與商品佈局息息相關，本集團對調改店鋪、新開店鋪的商品佈局嚴格按照五大店鋪組的品類策略執行，同時通過經驗積累與市場調研，在確定商品佈局過程中，不斷修訂店鋪組的品類策略及商品配置，使之更加合理。本集團對商品結構進行調整時，對於商品的新增汰換，在商品配置滿額時，嚴格按照增一汰一的原則，對於不能

滿足商品配置數要求的，要求採購部門限期引進，逐步使商品結構更加合理。在引進商品時，除了在日常供應商談判、市場調研時引進，還定期將市場上的暢銷商品盡快補充到店鋪，同時每個月通過數據評估，將垃圾商品及時清理。這樣持續的一進一出掌控，使店鋪在有限的陳列資源內將最新、最好的商品展示出來，從而提升了營業額。

### 供應商優化

報告期內，本集團運用SAP系統，繼續清理並整合系統內的供應商信息，檢查供應商的交易記錄，將系統中龐大的供應商數據庫進行逐條梳理，使供應商管理更加規範化、精細化。

本集團繼續優化供應商結構，淘汰不能滿足需求的供應商，引進優質代理商和新的生產商，減少中間環節，積極改善與供應商的合作方式，與生產商合作，推進戰略採購、聯合採購、基地採購。通過對供應商的汰換、整合、優化，進一步降低本集團採購成本，商品質量得到保證，商品種類更加豐富時尚，更好的滿足顧客需求，有利於銷售額提升。另一方面，有助於減少中間環節，在將實惠回饋給消費者的同時增加本集團毛利。

### 營銷優化

報告期內，本集團先後與山西省農業廳合作了「山西特色商品節」、與平谷區政府合作了「大桃節」、與密雲縣政府合作了「有機板栗節」、與台灣金門酒業合作了「金門酒產品推廣會」以及與百事食品合作的「多利多滋系列產品推廣會」等一系列大型宣傳活動，同時還開展了一系列公益性的產品推廣活動，如「5·12」大地震過後與四川省合作的「愛心檸檬」推廣活動，「三聚氰胺」事件後與咯咯噠公司合作的「安全蛋」推廣活動等。這些活動不僅提升了銷售，更提升了企業形象和品牌美譽度。奧運會期間本集團與報社合作推出「紙火炬」、「奧運祝福抽大獎」等與奧運緊密相連的營銷活動，提升了本集團的品牌影響力。

在SAP系統及Retailix POS系統的支持下，多種促銷方式得以實施，為營銷工作提供了更多便利。報告期內，本集團開發並應用第二件五折、買一送一、加一元多一件、A+B組合價、整單折扣、滿額換購等十餘種新的促銷方式，得到了消費者的高度認可，營業額得到大幅提升。

報告期內，本集團大力開發新的廣告資源，包括收銀小票廣告、收銀台立牌廣告、賣場通道酷屏廣告、地貼廣告、坡梯廣告等，使本集團的廣告收入大幅增加。

報告期內，本集團實施店鋪分區營銷，特別針對大型超市，根據區域特點重新劃分促銷店鋪組，並對競爭激烈的區域給予商品、活動等更多方面的支持，使其競爭力得到提升。

### 店鋪優化

報告期內，本集團為大力度提升生鮮經營水平，組織了多次生鮮封閉培訓，對店鋪生鮮課長、生鮮經理和店總、區總進行了生鮮基礎崗位輪訓，讓幹部對賣場基礎員工作業有了第一手的瞭解、掌握。對生鮮普通員工進行了技工晉陞考核，為優化店鋪生鮮崗位工作流程、提高工作效率打下了堅實的基礎，並穩定了生鮮技術團隊，使本集團的基層技

術隊伍進一步穩定壯大，更好的保證了生鮮作業水準和良好聚客能力。同時，本集團對商品進銷存、商品保鮮度等基礎作業能力進行培訓、檢核、改善，對店鋪生鮮部編製重新進行了核定，在精簡整編的同時力求保證運營標準的改善與提升。

本集團推動生鮮品質管控，重點提升生鮮商品的品質，採用店鋪負責賣場陳列品質，配送負責到貨驗收品質，採購要求供應商負責供貨品規達標的倒壓原則，營運、配送、採購全力配合，三方共同確認了統一的商品品質。遵守統一的標準品規，優化了蔬果品質，改善了店鋪商品呈現。同時對店鋪員工進行收貨培訓，要求店鋪把好收貨關，為顧客首先挑選出高品質的商品。

伴隨SAP系統成功上線，本集團對相關的營運流程標準進行了梳理、修訂及新增，為店鋪的規範管理和規範執行提供了依據，為標準化運營提供了支持。本集團成立了價格管控小組，負責檢討價格政策、監控進、售價的執行及對商品的進、售價監督、分析，並提出改進意見。該小組的成立使本集團的價格將更具競爭力，對店鋪營運管理的指導更加嚴格和細緻化。報告期內本集團全力對店鋪庫存異常進行監控，同時推動狀態正常商品和新品的訂貨及缺貨管控，加強對高庫存、負庫存、零庫存、滯銷、汰換和刪除商品的處理監控，對店鋪發生的不當行為進行及時調整和糾正，提升了整體經營能力。

本集團自二零零八年九月開始每月在各大型超市舉行顧客懇談會，通過滙總分析店鋪存在的待改善之處，督核店鋪進行改善。顧客懇談會作為顧客與店鋪的近距離互動平台，體現了本集團「顧客至上」的服務理念。通過總部的監督及店鋪的配合，逐步有序地消除了店鋪對顧客的服務盲點，提升本集團的服務水平。

### **WINBOX@SAP**

報告期內，WINBOX@SAP團隊，按照「上線成功，業績不掉」的要求，抓住「推廣＋優化」以提升業績績效的主題，成功完成了SAP系統在本集團內部的六次系統切換，將本集團旗下北京、天津地區物美品牌店鋪、配送中心的IT系統全部切換到SAP系統，特別是六月份進行的兩次系統切換，是在沒有外部力量支持的情況下，全部由本集團員工主導的上線工作，為今後的系統整合和兼併打下了堅實的基礎。Retailix POS在大型超市上線，使多種組合促銷方式得以實施，例如滿額換購等新促銷模式的實施，豐富了本集團的促銷手段，並取得了良好的促銷成效，提升了銷售業績。

WINBOX@SAP項目組獨立完成了系統切換過程中的數據遷移工作，證明本集團在基礎硬件架構方面可以做到可控與適用；項目組主體完成POS DM升級工作，在增強本集團操控系統工作方面邁出了堅實的一步；辦公自動化(Office Automation「OA」)服務分拆項目的成功，獨立解決了OA效率與速度的瓶頸；將SAP EHR軟件推廣到北京地區店鋪和區域總部；在SAP系統上線之後，以WINBOX@SAP的系統優化為主線，針對業務發展的需求，進行系統優化和新功能開發，累計完成了168個系統優化項目。



大型超市、便利超市、配送中心第一次集成在一套ERP系統中，實現了WINBOX@SAP系統集成的初步設想。這從根本上改變了本集團因多業態而多套系統並存的局面，從源頭上解決了「信息孤島」的問題，這是本集團信息系統方面的一個里程碑。

WINBOX@SAP項目的成功，得到了各界的充分肯定。二零零八年六月，WINBOX@SAP項目組組長、本公司副總裁于劍波博士被中國連鎖經營協會評為年度最佳CIO之一；二零零八年八月，本集團入圍《MIS Asia》「亞洲IT最佳業務應用獎」；二零零八年年底，WINBOX@SAP被SAP公司選為全球五大Reference之一，作為成功事跡在全球發佈。

### 流程優化

報告期內，順應WINBOX@SAP系統方案的設計，圍繞「中央採購／品類優化＋需求預測驅動的供應鏈＋簡約的門店銷售模式」三位一體的簡約高效的業務管理流程體系的目標，本集團繼續推進流程再造工作。

報告期內，本集團WINBOX@SAP項目流程組繼續對《2008物美集團流程作業手冊》進行修訂、增減和優化。相繼增補了會計科目使用規範、會計科目管理流程、總賬結賬流程、團購客戶清賬流程、關聯方交易監控規範、銀行對賬流程、員工主數據維護流程、商品主數據歸檔流程、大型超市會員卡申請流程、店鋪自動補貨流程、DC自動補貨流程等109個流程；升級優化了大型超市團購操作細則、集團財務專用章使用授權流程、經營預算編製流程、經營預算調整作業流程、賬務處理規範、績效考評制度、工程、設備款支出審核流程、總部考勤休假管理辦法等共計51個流程。通過流程體系的優化，使系統推廣過程中店鋪的業務操作得以平穩過渡，同時簡化並規範了店鋪作業；通過財務流程體系的優化，業務和系統的結合更加緊密，提升了財務安全，總部支持的效率也得以提升，降低了管理成本；配合HR系統的上線，對現有的HR-ABC流程體系進行升級，使系統功能落到實處，提升人力管理績效。

### 供應鏈優化

報告期內，本集團供應鏈處在重大轉型、變革和優化期。

伴隨SAP ERP系統的上線，本集團成立了新配送中心暨WINDC項目組，積極籌建可支持公司5～10年發展的中央配送中心，目前新配送中心正在建設過程中。另外，IM(庫存管理)、WM(倉庫管理)及WINDC項目組協同努力，共同改革現有配送中心的商業模式和作業模式，提升供應鏈效益和作業效率，並為供應鏈從成本中心向利潤中心轉變奠定了堅實基礎。WINDC的商業模式為「分銷＋物流」，把高層戰略合作，採購端的營銷策劃，配送中心的快速分銷和店鋪端的多樣化促銷一體化運作，縮短供應鏈的時間和空間，提升銷售額和毛利。

本集團成立了庫存管理部門(IM)統一管理公司的訂退單、庫存盤點、供應商交貨等，在SAP系統的支持下，本集團實現了統一訂、退單管理，通過訂、退單的控制減少了店鋪的不合理庫存。同時實施了集中單據修正權限，即對所有的錯誤單據需經業務部門提報財務審核後，由供應鏈部門統一執行修正，確保了業務操作的規範性和準確性。

報告期內，本集團進行了強化供應商合作管理，一方面通過開發VRM(供應商關係管理)平台，將訂單的紙張傳送改為網上發佈，有效節省了紙質訂單傳送的人力、耗材和因為傳真而耗用的通訊費用。另一方面，供應鏈也通過率先跟跨國公司開展EDI(電子訂單業務)，進一步提升了本集團及供應商的作業效率，良好的示範效果已經吸引了越來越多的供應商加入到電子訂單的推廣中。同時，本集團大力加強實施有效的供應商管理、溝通、培訓和協同，使供應商的平均交貨滿足率提升，平均交貨天數縮短。在SAP系統支持下，配送中心實施給店鋪多次供貨，使配送中心對店鋪訂單的滿足率得到提升，到貨周期縮短。

報告期內，本集團啟動直流模式試點，並在配送中心成功運行，從而為未來直流模式在全集團的推廣打下良好基礎。

二零零八年底，本集團配送中心又順利啟用了SAP的TMS(運輸管理模塊)，進一步對運輸成本實現精細化管理；同時通過節省庫存、優化庫位，節省出一些空閒庫位資源。這些空閒貨位將為進一步引入主力供應商、主力商品提供資源保障。

通過對商業模式和作業模式的不斷調整、轉變及創新，本公司內部物流技術不斷提升，從而提升了本集團運營效率，並有效的控制了成本。

### 商品質量與食品安全

本集團一直非常重視商品品質，不斷健全質量管理體系，確保本集團所經營的商品質量合格，不斷提升品牌形象。

報告期內，本集團不斷完善質量管理標準體系建設，進一步明確本集團質量管理小組和店鋪商品質量管理責任人的崗位職責，持續推進對店鋪質量管理員的專業培訓，有43人取得了CCFA-CIEH國際認可的資格證書。本集團發展學院深入店鋪一線針對生鮮員工進行食品安全等操作流程培訓達70多場次，大大提高了基層員工的食品安全意識和實際操作能力，形成了獨特的物美集團商品質量管理培訓風格。

報告期內，本集團質量管理小組補充修訂了本集團商品質量管理標準，編輯、印發了《質量安全管理手冊(法規篇)》便於業務部門更好的查詢相關國家標準，指導商品質量管理工作。

報告期內，本集團不斷加強對供應商的質量管理，對供應商的資質進行嚴格審核，從二零零八年三月開始資質抽檢工作，到二零零八年年底，供應商資質抽檢合格率達到了100%。

本集團對抽檢不合格商品快速反應，積極與各政府職能部門溝通，建立了外部溝通「綠色通道」，確保各級政府的指令、信息能夠在第一時間得到並通過總部統一快速下達各店鋪，對於出現的任何商品質量問題都能做到「令行禁止、快速反應」。在「三聚氰胺」事件發生後，本集團的快速反應得到了政府部門的高度認可，在中共中央宣傳部、中央文明辦、國家工業和信息化部、國務院國有資產監督管理委員會、國家工商行政管理總局、國家質量監督檢驗檢疫總局、中華全國工商業聯合會七部委組織的「以誠實守信為

榮，以見利忘義為恥」為主題的「百家企業踐行道德承諾」活動中，本集團是百家企業中唯一一家超市企業代表，再次樹立了物美集團的品牌形象。

本集團多次參與中國連鎖經營協會、商務部、中國標準化研究院、全國人民代表大會等政府部門組織的相關國家標準、法規的起草和修訂工作，本集團質量管理小組負責人承擔了「中國連鎖經營協會食品安全委員會副主任委員」、「中華人民共和國專業標準化技術委員會委員」、「中商聯服務質量管理師評審委員會委員」等社會工作，為提高行業的質量管理水平作出了大量的努力，充分體現了本集團高度的社會責任感。

本集團積極參與有關政府監管機構組織的無假冒商品抽檢及奧運標識保護等活動，並積極配合政府部門做好與商品經營相關的信息統計工作，以免費發送「食品安全小帖士」手冊等形式主動向消費者宣傳食品安全、商品質量相關知識；多次邀請顧客代表共議食品安全、研討商品質量管理，到會顧客代表在發言中一致對本集團的商品質量管理給予了高度讚揚。本集團長期以來對商品品質及食品安全的高度重視，使本集團在中國商業聯合會舉辦的「二零零八年全國顧客滿意度測評」活動中榮獲「全國顧客最滿意品牌」稱號。

## 人力發展

「以人為本」是物美集團的企業精神之一，也是物美文化的核心理念。本集團為員工提供了一個公平、公正、公開的成長環境和能夠充分施展心智和才華的平台，同時不斷提高人力資源的工作效率，提升人力資源體系建設。

為了打造一支專業化、職業化隊伍及滿足發展對人才的需求，本集團繼續實施了系列人才培養計劃，報告期內，共組織各類培訓215期，培訓人員7,637人次。本集團繼續實施「百人計劃」，完成店長繼任人選35人次的篩選、測試等工作，合格者將獲得儲備店長資格；51人次參加課長培訓、考核；對全體採購人員按照勝任資格設計了課程體系，每月由內外部專業講師進行授課和輔導。通過內部培養與選拔，在實現幹部「物美造」的同時，為員工提供了良好的發展平台，增強了團隊凝聚力。

在做好重點培訓項目的同時本集團不斷完善培訓體系建設。通過培訓資格甄選、到店實習、輔導師制度、行為訓練、理論培訓、現場實做、職位代理、追蹤回訪等環節的逐一落實，形成了從總部到店鋪的全面培訓體系，將入職培訓、適任培訓、儲備晉陞培訓、績效改進培訓納入體系管控，使得培訓更加專業化。

為提升人力資源工作效率，WINBOX-EHR系統全面上線並投入應用，本集團的人力資源工作主要體現在五個方面：員工主數據標準化，使得人力資源檔案管理的效率得到極大提升；人事作業實現統一化，為組織結構管理、員工異動、轉正、離職等人事作業提供了標準化網絡平台，基本實現無紙化辦公；人力資源的時間管理系統化，優化了店鋪的輪班規則和班次，使營運組織和人力運用更加合理，管理更加精確；薪資核算的簡約化，實現了組織管理、人事管理、考勤管理、財務管理有機集成，簡化了薪資核算手續，並實現了標準化管理；人力分析的報表化，極大提高了工作效率及精準度。

為提升人力資源自身的體系建設，本集團加強了人力資源的共享服務中心建設。目前統一了本集團所屬各分支機構的招聘渠道及實習生基地建設，對招聘渠道合作夥伴嚴格按照KPI進行考核，並根據考核結果實施動態更新，同時店鋪的招聘權限也上收到總部，



確保在滿足招聘需求的同時，提升招聘質量；將本集團北京地區所屬分支機構的社會保險服務、退休後續辦理、檔案管理等員工服務性工作統一上收到總部人力共享服務中心，從而精簡了相關人員的人數，提升了服務的專業化水平。

報告期內，本集團通過科學有效的管控人事費用，採取優化組織結構和編製、加強工時和排班管理、有效管控招聘、優化制度流程等措施，結合市場薪資調查及本企業各層次員工收入水平分析，為基層員工普遍調高了工資，提升了企業的勞動生產率。

## 前景與戰略

二零零九年，本集團將繼續執行穩健快速的區域發展戰略，加速在已有區域的零售網絡擴張，提高市場佔有率，同時加快符合區域發展策略的整體購併，抓住機遇，迎接挑戰。

為應對零售業日益激烈的競爭局面，在二零零九年本集團將著力加強生鮮食品在經營中的作用，借助系統技術支持提高促銷活動的有效性，藉此提升店鋪的聚客能力，為消費者提供物美價廉的商品，促進銷售增長。本集團二零零九年的另一重點工作是擴大和提高物流配送能力，打造高效供應鏈，通過持續提升物流技術，不斷降低成本，提升運營效率。

為完成整體發展目標，本集團將遵從一切從實際出發，一切以成果為導向的企業文化，直面各種壓力與挑戰，以顧客需求為導向，充分發揮地域優勢、採購優勢和WINBOX系統優勢，大力開展企業形象建設與品牌營銷，持續不斷地推進業態、品類、採購、IT系統、供應鏈五大體系的優化工作，從而打造物美集團持久的核心競爭力。

## 股息分配

董事會建議每股派發人民幣0.15元(含稅)末期股息，並將於二零零八年度股東週年大會(「股東週年大會」)以普通決議案通過後，派付於股東週年大會召開日名列本公司股東名冊的股東。

依照《中華人民共和國企業所得稅法》以及《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》的規定，自二零零八年一月一日起，凡中國境內企業向非居民企業股東(即法人股東)派發二零零八年一月一日起的會計期間之股息時，需代扣代繳企業所得稅，並以支付人為扣繳義務人。本公司將在股東週年大會批准派發股息議案後，向截至股東週年大會召開日名列於本公司H股股東名冊上的所有以非自然人名義登記的非居民企業股東(包括香港中央結算(代理人)有限公司、其它企業代理人或受托人、或其它組織及團體)，在扣除10%的所得稅後派發末期股息，對於H股股東名冊上的所有自然人股東，則無需扣除10%的所得稅。

本公司將另行刊發公告通知股東關於股東週年大會召開日期及暫停辦理股東名冊登記時間。

派發於本公司內資股股東的股息將以人民幣支付，派發於本公司H股股東的股息將以港元支付。

## 企業管治常規守則

本公司一直遵守創業板上市規則所載企業管治常規守則所有守則條文，並已在適當地方採納建議最佳常規。

## 資產質押

於二零零八年十二月三十一日，本集團有銀行貸款人民幣282,910千元以賬面值約為人民幣394,215千元的土地和樓宇作抵押。

## 匯率風險

本集團收支帳大多以人民幣計價，報告期內，本集團並無因匯率波動而遇到任何重大困難或自身的營運或流動資金因此受到影響。

## 或有負債

於二零零八年十二月三十一日，本集團就第三方獲授的銀行信貸，向銀行發出財務擔保，涉及總額為人民幣45,000千元(二零零七年：無)。同時，該第三方就前述財務擔保亦以其資產向本集團提供了擔保。本公司董事認為，有關事件現時及將來均不會對本集團的業績及財政狀況構成重大不利影響。

## 審核委員會

本公司審核委員會由獨立非執行董事韓英先生(主席)、李祿安先生及呂江先生組成。

審核委員會的主要職責為檢討本集團的財務表現，有關內審的性質與範圍，以及內部控制的效果等。

報告期內，審核委員會共召開六次會議，會議審閱了本集團所採納之會計原則及方法，審核了二零零七年度業績及二零零八年季度和中期賬目，討論了根據香港公認會計原則編製的本公司財務報表等事宜，並向董事會建議委任外聘核數師。

審核委員會已審閱本集團截至二零零八年十二月三十一日止年度的經審核財務報告及業績。

## 證券交易的買賣準則及行為守則

本公司已就董事的證券交易，採納了一套不低於創業板上市規則所規定的標準的行為守則。本公司根據該守則已向所有董事作出了特定查詢，並確認董事已經遵守了關於董事證券交易的買賣準則及行為守則。

## 購買、出售或贖回本公司上市證券

報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

## 競爭關係

物美控股主要在天津、銀川、上海及江蘇有連鎖零售業務。

本集團主要在北京、浙江、河北及天津拓展連鎖超市業務。為避免與物美控股的同業競爭，二零零三年十月二十九日，本公司已與物美控股訂立《不競爭協議》、《商標許可使用協議》，並於二零零七年十月二十四日與物美控股及天津關連公司<sup>(附註)</sup>訂立《委托經營和管理協議》。物美控股嚴格按照《不競爭協議》及《委托經營和管理協議》運作，最大程度上避免了與本集團的同業競爭。

除上述所披露的競爭業務，物美控股沒有任何直接或間接與本集團進行競爭的業務或獲取任何利益。

附註：天津關連公司包括：天津河東物美商貿有限公司、天津河北區物美便利超市有限公司、天津合作物美商貿有限公司、天津市南開區時代物美商貿有限公司、天津虹橋物美便利超市有限公司和天津物美華旭商貿發展有限公司

## 訴訟

超市發一名股東(「該名超市發股東」)對(其中包括)本公司提出民事訴訟(「訴訟」)，北京市高級人民法院(「北京高級法院」)於二零零四年五月十七日受理訴訟。訴訟涉及本公司與北京超市發連鎖股份有限公司職工持股會所訂立的股份收購協議(「股份收購協議」)及本公司與北京超市發國有資產經營公司所訂立的托管協議(「托管協議」)。該名超市發股東向北京高級法院提出申請，其中主要包括：(1)確認股份收購協議無效；(2)確認托管協議無效；(3)停止股份收購協議和托管協議的履行；(4)恢復股份收購協議和托管協議訂立前超市發所有權和經營權狀態；及(5)由被告方承擔全部訴訟費用。

二零零七年十二月二十日，北京高級法院作出判決，駁回該名超市發股東的全部訴訟請求，確認股份收購協議和托管協議合法有效。

二零零七年十二月底，該名超市發股東向中國最高人民法院(「最高法院」)提起上訴(「上訴」)，要求最高法院撤銷前述判決，並依法改判。截至二零零八年十二月三十一日，上訴尚未判決。

超市發為本公司的聯營公司，本集團綜合財務業績僅以權益法合併其業績，且店鋪數未包括超市發名下的店鋪。故董事認為該項訴訟的結果對本集團並不構成重大影響，因此，在本公司以後的相關業績報告或公告中內將不再做進一步披露。

## 期後事項

於二零零八年七月二十四日，物美控股與新華百貨簽訂股份轉讓協議(詳見本公司於二零零八年七月二十四日發表的公佈)，物美控股將向新華百貨轉讓其所持有的本公司497,932,928股內資股，佔本公司已發行股本總數約40.80%。新華百貨將向物美控股發行不超過200,000,000股新股作為支付代價。於二零零九年一月十六日，新華百貨刊登公告，由於市場變化所導致的不確定因素等影響，新華百貨董事會未能在首次董事會決議公告後6個月內發佈股東大會通知，據此，根據中國證券監督管理委員會《關於規範上市公司重大資產重組若干問題的規定》，新華百貨將擇機重新召開董事會會議審議上述發行股份購買資產事項。

承董事會命  
北京物美商業集團股份有限公司  
董事長  
吳堅忠博士

中國、北京  
二零零九年三月二十四日

於本公佈日期，董事會成員為：執行董事吳堅忠博士、蒙進暹博士及徐瑩女士；非執行董事王堅平先生；獨立非執行董事韓英先生、李祿安先生及呂江先生。

本公佈將於創業板網站[www.hkgem.com](http://www.hkgem.com)「最新公司公告」內登載，自刊登日起計保留最少七日，並將刊載於本公司網站[www.wumart.com](http://www.wumart.com)。