



股份代號：8277

新鮮·實惠·便利

物美生活超市

第三季度

2009 報告

Wumart Stores, Inc.

北京物美商業集團股份有限公司

(在中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

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，乃為相比起其他在聯交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他特色表示創業板較適合專業及其他老練投資者。

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香港聯合交易所有限公司對本報告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本報告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。

本報告(各董事願共同及個別對此負全部責任)乃遵照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)本報告所載資料在各重大方面均屬準確及完整，且無誤導成分；(2)本報告並無遺漏任何事實，致使本報告所載任何內容產生誤導；及(3)本報告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。

財務摘要 (未經審核)

截至二零零九年九月三十日止三個月及九個月未經審核業績與二零零八年同期比較。

	變動	截至九月三十日止三個月	
		二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
收益總額 <small>(附註1)</small>	21.1%	3,020,295	2,494,377
綜合毛利 <small>(附註2)</small>	19.9%	512,122	426,951
息稅折舊攤銷前利潤	15.1%	208,732	181,330
淨利潤	20.3%	99,229	82,463
每股盈利—基本 <small>(附註3)</small>	19.1%	人民幣0.081元	人民幣0.068元

	變動	截至九月三十日止九個月	
		二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
收益總額 <small>(附註1)</small>	22.2%	8,725,735	7,137,794
綜合毛利 <small>(附註2)</small>	29.6%	1,600,845	1,235,437
息稅折舊攤銷前利潤	25.7%	700,079	557,001 <small>(附註4)</small>
淨利潤	21.2%	332,386	274,151 <small>(附註5)</small>
每股盈利—基本 <small>(附註3)</small>	20.9%	人民幣0.272元	人民幣0.225元 <small>(附註6)</small>

- 截至二零零九年九月三十日，本集團之店鋪總數421間。
- 於二零零九年九月三十日，本集團之淨資產總額約為人民幣2,151,847千元。
- 截至二零零九年九月三十日止三個月，可比較店鋪 (附註7) 銷售增長7.2%。
- 截至二零零九年九月三十日止三個月，本集團之存貨周轉期為28天，應付賬款周轉期為74天。

附註1： 收益總額包括營業額及其他收益。

附註2： 綜合毛利為收益總額與商品銷售成本之差。

附註3： 本公司股票每股面值為人民幣0.25元。於二零零九年九月二十一日，本集團新增普通股股數為30,926,116股，每股盈利是基於該期間的加權平均股數計算得出。

附註4： 截至二零零八年九月三十日止九個月，本集團之息稅折舊攤銷前利潤約為人民幣737,464千元，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處置股權收益約為人民幣180,463千元之影響後的息稅折舊攤銷前利潤約為人民幣557,001千元。

附註5： 截至二零零八年九月三十日止九個月，本集團之淨利潤約為人民幣409,499千元，剔除杭州商業與新華百貨進行股權置換而產生處置股權淨收益約人民幣135,348千元（「股權置換淨收益」）之影響後的淨利潤約為人民幣274,151千元。

附註6： 截至二零零八年九月三十日止九個月，本集團之每股盈利約為人民幣0.336元，剔除股權置換淨收益約人民幣135,348千元之影響後的每股盈利約為人民幣0.225元。

附註7： 於二零零九年三季度及二零零八年三季度均存在之店鋪。

董事長報告

本人欣然呈報北京物美商業集團股份有限公司(「本公司」)及其附屬公司(「本集團」)截至二零零九年九月三十日止三個月(「報告期」)及九個月之未經審核業績。

報告期內，本公司與聯想控股有限公司(「聯想」)、弘毅投資產業一期基金(天津)(有限合夥)(「弘毅投資」)簽署了《關於北京物美商業集團股份有限公司內資股之認購協議》，將向弘毅投資及聯想合計發行50,000,000股內資股。同時與TPG Asia V, L.P.(「TPG」)、Fit Sports Limited(「FS」)簽署了《Subscription Agreement relating to H shares of WUMART STORES, INC.》(「H股認購協議」)，本公司將向TPG及FS合計發行100,000,000股H股。報告期內，本公司完成了內資股第一次交割，分別向弘毅投資、聯想發行23,619,364股、7,306,752股內資股(「該次發行」)，該次發行完成後，本公司的註冊資本變更為人民幣312,818,529元，已發行股份數增至1,251,274,116股。此次引進的世界著名投資機構入資本公司，不但優化了本集團的股東結構，而且將有助於進一步完善公司治理，促進本集團整體管理水平提升，同時為本集團持續快速發展提供了強大資金支持。

財務回顧

報告期內，本集團之收益總額約為人民幣3,020,295千元，較去年同期增長約21.1%；撇除以成本價向托管店鋪以及關聯企業之商品銷售，較二零零八年同期增長約24.1%。收益總額增長主要是由於可比較店鋪銷售增長、新增店鋪所產生的銷售、供應商收入和租金收入的增長以及浙江供銷超市有限公司(「浙江供銷超市」)的營業貢獻。報告期內，本集團可比較店鋪銷售增長約為7.2%。可比較店鋪銷售增長是因為本集團進一步對原有店鋪進行改造，從而大大改善店鋪形像，提高服務質量，同時繼續加強商品品類優化，並採取多樣化的營銷手段，使來客數及客單價均有所提高。來自供應商之收入的增加是由於店鋪數量的增加及本集團採購規模的擴大。租金收入來自本集團向業務夥伴出租店鋪經營場地所得，租金收入有所增長，主要是由於新增店鋪及改造店鋪帶來的租金收入增長。

截至二零零九年九月三十日止九個月，本集團之收益總額約為人民幣8,725,735千元，較二零零八年同期增長約22.2%；撇除以成本價向托管店鋪以及關聯企業之商品銷售，較二零零八年同期增長約25.7%；可比較店鋪銷售較二零零八年同期上漲約4.6%。

報告期內，本集團之綜合毛利額約為人民幣512,122千元，較去年同期增長約19.9%。綜合毛利額上漲主要是因為銷售規模提升帶來的毛利額增長、租金收入及供應商之收入增長。本集團之綜合毛利率約為17.0%；撇除以成本價向托管店鋪以及關聯企業之商品銷售，本集團之綜合毛利率將上升至約17.7%。

截至二零零九年九月三十日止九個月，本集團之綜合毛利額約為人民幣1,600,845千元，較去年同期增長約29.6%。本集團之綜合毛利率約為18.3%，較去年同期17.3%增長了1個百分點；撇除以成本價向托管店鋪以及關聯企業之商品銷售，本集團之綜合毛利率將上升至約19.1%，較去年同期18.5%增長了0.6個百分點。

報告期內，本集團行政費用、分銷及銷售費用支出合計佔收益總額的比例約為13.3%，較去年同期約12.8%上升0.5個百分點，行政費用、分銷及銷售費用支出增加主要是由於租金費用及員工薪金與福利支出增加。報告期內，租金費用及員工薪金與福利支出金額分別約為人民幣93,956千元及人民幣125,083千元，佔收益總額的比例分別為3.1%和4.1%（二零零八年同期分別約為人民幣75,870千元及人民幣94,364千元，佔收益總額的比例分別為3.0%和3.8%）。租金費用支出增加是由於新增店鋪產生的租金費用支出，員工薪金與福利支出增加是由於員工人數增加、員工薪金及福利水平的提升。

截至二零零九年九月三十日止九個月，本集團行政費用、分銷及銷售費用支出分別佔收益總額的比例約為2.1%及11.1%，二零零八年同期則分別約為1.6%及11.0%，其中租金費用及員工薪金與福利支出分別約為人民幣272,110千元及人民幣359,957千元，佔本集團收益總額的比例約為3.1%及4.1%；二零零八年同期則分別約為人民幣224,777千元及人民幣264,211千元，佔收益總額的比例分別約為3.1%及3.7%。

報告期內，本集團之淨利潤約為人民幣99,229千元，較去年同期增長約20.3%。淨利潤上升主要是由於綜合毛利額的提升。

截至二零零九年九月三十日止九個月，本集團之淨利潤約為人民幣332,386千元，較去年同期剔除股權置換淨收益之影響後的淨利潤上升約21.2%。

報告期內，儘管本集團於北京、天津有多家新開店鋪仍處於開業虧損期間，但本集團淨利潤率仍保持在3.3%，撇除以成本價向托管店鋪以及關聯企業之商品銷售，淨利潤率將上升至約3.4%，較去年同期基本持平。本集團錄得每股盈利約為人民幣0.081元，是基於該期間加權平均股數1,223,709,534股計算的，較二零零八年同期每股盈利（二零零八年同期：1,220,348,000股）約為人民幣0.068元高出約19.1%。

截至二零零九年九月三十日止九個月，本集團淨利潤率約為3.8%，較二零零八年同期剔除股權置換淨收益後的淨利潤率持平。本集團錄得每股盈利約為人民幣0.272元，是基於該期間加權平均股數1,221,480,825股計算的，較二零零八年同期剔除股權置換淨收益後的每股盈利（二零零八年同期：1,220,348,000股）約為人民幣0.225元高出約20.9%。

季度業績

	附註	截至九月三十日止三個月		截至九月三十日止九個月	
		二零零九年 人民幣千元 (未經審核)	二零零八年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)	二零零八年 人民幣千元 (未經審核)
收益總額	2	3,020,295	2,494,377	8,725,735	7,137,794
銷售成本		(2,508,173)	(2,067,426)	(7,124,890)	(5,902,357)
毛利		512,122	426,951	1,600,845	1,235,437
處置聯營公司收益		—	—	—	180,463
其他收入		45,050	22,714	86,319	68,322
分銷及銷售費用		(349,491)	(288,373)	(968,627)	(781,880)
行政費用		(53,062)	(30,488)	(182,281)	(111,184)
融資成本		(7,878)	(7,305)	(24,002)	(17,127)
應佔聯營公司／ 合營企業盈利		1,639	3,119	8,918	26,709
除稅前盈利		148,380	126,618	521,172	600,740
所得稅開支	4	(39,394)	(31,973)	(132,624)	(145,438)
期內盈利		108,986	94,645	388,548	455,302
包括：					
母公司權益持有人		99,229	82,463	332,386	409,499
少數股東權益		9,757	12,182	56,162	45,803
		108,986	94,645	388,548	455,302
每股盈利 — 基本	6	人民幣0.081元	人民幣0.068元	人民幣0.272元	人民幣0.336元

附註：

1. 呈報基準

本集團未經審核財務報表乃根據香港會計師公會頒佈之香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。財務報表乃按照歷史成本法編製。

編製報告期內未經審核的財務報表時所採用之會計政策及編製基準與本集團截至二零零八年十二月三十一日止年度之財務報表所採用者一致。

本集團並無提前應用下列已頒佈但未生效的新增及經修訂準則或詮釋。

香港財務報告準則（修改）	香港財務報告準則的改進 ¹
香港會計準則第1號（經修訂）	財務報表的呈列 ²
香港會計準則第23號（經修訂）	借貸成本 ²
香港會計準則第27號（經修訂）	綜合及獨立財務報表 ³
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 ²
香港會計準則第39號（修改）	合資格對沖項目 ³
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 ²
香港財務報告準則第2號（修改）	歸屬條件及註銷 ²
香港財務報告準則第3號（經修訂）	業務合併 ³
香港財務報告準則第7號（修改）	改善金融工具披露 ²
香港財務報告準則第8號	經營分類 ²
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 ⁴
香港（國際財務報告詮釋委員會） — 詮釋第15號	與建房地產之協議 ²
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 ⁵
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 ³
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 ⁶

¹ 自二零零九年一月一日或之後起始的年度期間生效，唯香港財務報告準則第5號的修改，則於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。

2. 收益總額

本集團主要在北京、浙江及天津經營及管理大型超市及便利超市。截至二零零九年九月三十日止三個月及九個月之確認收益總額如下：

	截至九月三十日止三個月		截至九月三十日止九個月	
	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)	二零零八年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)	二零零八年 人民幣千元 (未經審核)
營業額				
— 銷售商品	2,746,802	2,289,608	7,856,675	6,492,890
其他收益				
— 出租店鋪經營場地的 租金收入	84,654	69,517	245,905	190,752
— 來自供貨商之收入， 包括店鋪陳列收入 及宣傳收入	188,839	135,252	623,155	454,152
	273,493	204,769	869,060	644,904
收益總額	3,020,295	2,494,377	8,725,735	7,137,794

3. 綜合收入／開支

截至二零零九年九月三十日止三個月及九個月綜合盈利經扣除(計入)下列項目後得出：

	截至九月三十日止三個月		截至九月三十日止九個月	
	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)	二零零八年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)	二零零八年 人民幣千元 (未經審核)
折舊及攤銷	52,474	47,407	154,905	119,597
利息收入	(1,468)	(1,041)	(3,647)	(7,570)

4. 所得稅開支

	截至九月三十日止三個月		截至九月三十日止九個月	
	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)	二零零八年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)	二零零八年 人民幣千元 (未經審核)
稅務支出包括：				
中國所得稅	39,394	34,121	131,324	111,112
遞延稅	—	(2,148)	1,300	34,326
	39,394	31,973	132,624	145,438

截止二零零九年九月三十日止三個月及九個月未經審核稅務支出與綜合損益表所示的盈利對賬如下：

	截至九月三十日止三個月		截至九月三十日止九個月	
	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)	二零零八年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)	二零零八年 人民幣千元 (未經審核)
除稅前盈利	148,380	126,618	521,172	600,740
按稅率25%計算的				
本地所得稅	37,095	31,654	130,293	150,185
所得稅分佔聯營公司及合 營企業盈利的稅務影響	(410)	(780)	(2,229)	(6,678)
支出的稅務影響(於釐定 應課稅盈利時可扣減)	—	209	—	(970)
未確認稅務虧損的 稅務影響	5,118	890	6,969	2,901
動用過往未確認的稅務虧 損的稅務影響	(2,409)	—	(2,409)	—
期間所得稅	39,394	31,973	132,624	145,438

註：自二零零八年一月一日起，中國所得稅按各期間估計應課稅盈利以25%計算。由於本集團的收入均不在香港產生或得自香港，故並無對香港利得稅作出任何稅項準備。

5. 股息

董事會建議不派發截至二零零九年九月三十日止九個月之股息(二零零八年同期：無)。

6. 每股盈利

每股盈利根據以下數據計算：

	截至九月三十日止三個月		截至九月三十日止九個月	
	二零零九年 (未經審核)	二零零八年 (未經審核)	二零零九年 (未經審核)	二零零八年 (未經審核)
本集團權益持有人應佔期 間利潤(人民幣：千元)	99,229	82,463	332,386	409,499
加權平均股數用於計算 每股基本盈利(股)	1,223,709,534	1,220,348,000	1,221,480,825	1,220,348,000

於二零零九年九月二十一日，本集團新增普通股股數為30,926,116股。每股基本盈利是基於該期間的加權平均股數計算得出。

7. 儲備

本集團於截至二零零九年九月三十日止三個月及九個月之未經審核儲備變動如下：

	截至九月三十日止三個月					二零零八年 合計 人民幣千元
	二零零九年					
	股份溢價 人民幣千元	法定公積金 人民幣千元	其他儲備 人民幣千元	累計盈利 人民幣千元	合計 人民幣千元	
於七月一日	1,132,062	194,809	311	860,050	2,187,232	1,973,509
期內盈利	—	—	—	99,229	99,229	82,463
內資股認購	278,632	—	—	—	278,632	—
收購附屬公司少數 股權而使權益減少	(726,064)	—	—	—	(726,064)	—
於九月三十日	684,630	194,809	311	959,279	1,839,029	2,055,972
於一月一日	1,132,062	194,809	311	809,945	2,137,127	1,805,118
期內盈利	—	—	—	332,386	332,386	409,499
分派股息	—	—	—	(183,052)	(183,052)	(158,645)
內資股認購	278,632	—	—	—	278,632	—
收購附屬公司少數 股權而使權益減少	(726,064)	—	—	—	(726,064)	—
於九月三十日	684,630	194,809	311	959,279	1,839,029	2,055,972

業務回顧

報告期內，本集團完成了對附屬公司北京美廉美連鎖商業有限公司（「美廉美」）少數股權之收購，收購完成後，美廉美成為本集團全資子公司，本集團於北京的市場佔有率及整體盈利能力將進一步得到提升。

零售網絡拓展

截至二零零九年九月三十日止，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》及《委托經營和管理協議》經營與管理的零售網絡共421間，其中大型超市109間，便利超市312間（其中包括新開及經調整改造的生活超市共83間），總銷售面積達494,310平方米（除聯營公司及加盟店外）。本集團於報告期內新開大型超市直營店4間，終止了與2間托管店鋪的合作；新開便利超市直營店5間，關閉了虧損的便利超市直營店3間，終止了與7間不符合標準的加盟店的合作。

本集團及其聯營公司、合營企業直接擁有或通過《特許經營協議》經營管理的店鋪包括：

截至二零零九年九月三十日止

	店鋪數	分佈區域
大型超市		
直營店	105	北京、天津、浙江
便利超市（含生活超市及便利店）		
直營店	206 ^註	北京、浙江
加盟店	68	浙江
合計	379	

註： 其中包括新開及經調整改造的生活超市共83間。

本集團根據《委托經營和管理協議》經營管理的店鋪（「托管店鋪」）：

截至二零零九年九月三十日止

店鋪數 分佈區域

大型超市	4	天津
便利超市	38	天津
合計	42	

品類優化

品類優化是本集團二零零九年的營運管理重點戰略之一，即結合本集團店鋪的商圈特點，為提供符合目標消費群特點的商品，滿足顧客的需求，從而創造更好的績效。報告期內，本集團針對商品品類和價格體系，制定了「品類和價格體系的可操作方案」、「樣品管理制度」及「新品審核制度」，每月對前月商品銷售進行分析，對排名後10%的商品予以建議刪除，提高了商品汰換速度，使得本集團的商品品類及時更新，增加了顧客的認可與滿意度。

報告期內，在完成各類型店鋪商品配置規劃和商品汰換工作的基礎上，對店鋪實際運行的結果進行回歸分析。為配合商品品類優化，營運部門進一步規範商品的新增、汰換，嚴格執行一增一汰的作業標準，同時加強了店鋪的棚割管理，對店鋪貨架組數和棚割陳列數據進行系統收集與整理及規範，提升了商品陳列的規範化和數據分析的準確性，同時為下階段推行店鋪自動補貨打下了良好的基礎。

供應商優化

本集團積極整合採購資源，重點加強各併購企業採購之間的統一管理，從而擴大採購規模，不斷獲得更高的價格折扣，使本集團商品零售價格於行業內保持優勢。報告期內，本集團通過與浙江供銷超市的商品進價信息進行對接分析，與相關供應商

進行二次談價和綜合資源談判。截至二零零九年九月三十日止，浙江供銷超市已通過與相關供應商談判下調了1,700餘支單品的進價，一些供應商又在原合同基礎上增加了返利等單獨條款。與浙江供銷超市共享採購優勢，在一線品牌商品價格對接、後台資源交流、商品聯採、合同簽訂等方面取得共識並積極行動，實現效益最大化。

報告期內，本集團持續對供應商資源進行整合，積極與新供應商進行洽談，實現部分品牌由代理轉為直採，降低進價、提升毛利空間，同時獲得更多促銷支持。

報告期內，本集團直接與蔬果產地知名供應商、專業合作社和地方農產品管理部門對接，促進供銷相互了解、直接溝通，建立立足於長遠的「農超」合作夥伴網絡。本集團分別與來自四川、福建、重慶、江西、新疆、廣東、湖南、海南等十餘個特色果品產銷大區簽訂了三十餘份果品合作意向書，涉及特色果品近百種，這些果品中，新疆天山蜜王瓜和無籽露葡萄，山西的早酥梨、贛南的臍橙、涪溪的蜜柚和嘎啦蘋果等已經進入本集團店鋪，本集團將逐步成為北京市民蔬果採購的主渠道。本集團自實施蔬果農產品的基地自採以來，山東的新鮮蔬果採摘後24小時內就能擺上超市的貨架，部分商品價格比農貿市場還要低20%，上半年本集團蔬果銷量增長約50%。

本集團為了加強與供應商的聯繫，建立了「供應商特約觀察員」制度。報告期內「供應商特約觀察員」組織成員擴大到了十家，覆蓋了對生鮮食品、包裝食品、日用品、電器等主要品類的監察。觀察員都配有本集團的胸卡證件，可以暢通無阻的進入賣場前後台，隨時和本集團幹部員工進行溝通，隨時向本集團管理層反應店鋪內部問題。觀察員制度極大的方便了「零供」雙方的交流，推動「零供」關係健康發展，在化解「零供」矛盾、建立和諧的「零供」關係方面發揮了重要作用。

營銷優化

為了有力提升銷售，吸引更多消費者，報告期內，本集團開展了各式各樣的營銷活動，收到了非常明顯的效果。由於市場競爭的加劇，傳統的促銷及售賣方式已不能滿足顧客的需求，本集團積極開闊思路，開創新式促銷以滿足顧客的求新需求，除了傳統的降價促銷外、通過折扣促銷、買贈、超值換購、均一價、第二件X折、買立減等新穎獨特的促銷活動，以及門店對促銷商品集中醒目的量陳，對宣傳標牌的精心設計，強化了物美價廉的店鋪形像，極大地刺激了顧客的購買慾望，起到了很強的聚客作用。

報告期內，北京市六家知名蜂產品企業在本集團舉辦了「首屆北京荊花蜂蜜節」，在店鋪現場設置展台開展蜂產品知識諮詢和讓利促銷活動。「北京荊花蜂蜜節」的舉辦對打造北京特色的蜂蜜品種，帶動北京郊區養蜂業的發展，幫助山區農民增收，加快蜂產品的流通起到了推進作用，同時使廣大消費者更多的瞭解北京荊花蜂蜜，為北京市民提高健康水平提供更多、更好的營養源，得到了顧客的認可。

本集團加強會員管理，定期進行顧客問卷調查，對店鋪的會員來客進行分析及梳理。為了向廣大會員提供最好的服務，美廉美特意將每周一設為「美廉美會員日」，通過換購、買就送、品類打折等促銷形式，吸引更多消費者。周一是一周中銷售最淡的一天，選擇在這一天設立會員日，一方面可以帶動銷售增加，另一方面通過設定會員優惠活動讓會員養成周一購物的習慣，提升會員忠誠度。

店鋪優化

報告期內，本集團對部分大型超市進行了調改，針對商圈特點，對賣場佈局進行精心設計，在人口較少的商圈大膽使用了生鮮加強型佈局，生鮮區域佔賣場面積三分之一，在百貨區局部使用了超市百貨化的概念，並且運用了最新的商品配置，使顧客感到商品豐富、佈局新穎。同時，本集團分批對店鋪進行升級改造，擴大商品範

圍、增加經營品種，使商品區域劃分更加合理，商品陳列極具氣勢，賣場裝飾烘托了極強的購物氣氛，購物環境更加寬敞明亮。顧客對調整後的店鋪佈局認可度很高，日均銷售額獲得提升。

面對激烈的市場競爭，本集團根據生活超市及便利店不同業態店鋪的具體情況，對品類進行細化管理，實現自營商品「少而精」，轉變經營模式，採取「自營商品」+「速食」的經營方式。將速食項目以聯營模式引入本集團便利店，很大程度上彌補了本集團便利店自營項目的不足。引進速食項目的同時，便利店也開始經營蔬果類商品，由於營業時間上的便利性，極大的方便了顧客。通過擴大便利店的經營範圍、豐富商品品類，本集團在激烈的市場競爭中最大限度地爭取了主動權。

商品質量與食品安全

商品質量的優與劣，不僅影響企業的信譽與形像，同時也關係到企業能否在競爭激烈的市場中生存與發展。因此，本集團一直把質量管理作為首要工作來做，竭盡全力為顧客提供安全、優質、新鮮的商品。報告期內本集團嚴查商品的生產日期和保質期，對於商品做到先進先出，到期或臨近到期的商品必須及時下架清退，對商品質量進行檢測，如商品出現質量問題，即時聯繫供應商積極予以解決。同時按照要求下架、退貨或召回，並對供應商進行處罰，保證商品質量，維護顧客權益及企業利益。

報告期內，根據國家相繼出台的《食品安全法實施條例》、《流通環節食品安全監督管理辦法》、《食品流通許可證管理辦法》等新法規，本集團對店鋪質量管理人員進

行培訓，並制定出相應的管理規定和檢核表單，通過培訓使員工了解質量管理相關知識及國家頒佈的相關法律法規，充分認識商品質量的重要性，從店鋪端提高了質量管理技能，從而不斷完善、加強了本集團的質量管理體系。

報告期內，在由北京質量協會等部門聯合評選出的百家獲獎優秀企業和240名先進個人中，本集團榮獲「二零零九年度北京質量管理貢獻獎——優秀企業」榮譽稱號，同時本集團7名質量管理員獲得了「質量管理先進個人」榮譽稱號。

WINBOX@SAP

報告期內，WINBOX@SAP團隊通過自己的技術力量，對於POS系統進行了優化。優化後的POS系統，收銀環節更加符合顧客購物習慣，收銀小票簡單易懂，收銀效率也有一定的提升，而促銷模式的應用更為靈活、更為本土化，對於業務有著良好的促進。無縫集成於POS系統中的EFT（electronic funds transfer電子資金轉賬）應用已經完成本集團店鋪的推廣。EFT的上線應用，顯著提高了收銀效率，對於顧客滿意度的提升有着良好的推動，大幅降低了通訊成本。

報告期內，WINBOX@SAP團隊獨立完成了WINBOX-EHR子項目在天津地區店鋪的成功上線。上線之後，通過統一的數據平台，本集團能夠在第一時間掌握人員的變動情況，實現了HR業務數據實時共享，為準確、快速進行人事決策奠定了基礎，實現了與集團薪資政策的統一，有效降低了店鋪的薪資核算工作量。通過考勤機與SAP集成，為有效加強考勤管理及提高考勤數據的準確性奠定了基礎。

報告期內，WINBOX@SAP團隊完成了VRM（Vendor Relationship Management）功能的增強：對部分供應商開放了銷售、庫存數據的查詢功能，為供應商統籌安排提供直接的信息支持，促進了零供關係的和諧發展；開發實現了果蔬小組基地採購的歷史訂單查詢、成本核算等功能需求，為基地採購的業務運轉提供了有效的技術支持。

流程優化

根據「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。報告期內的流程建設重點是集團資產管理流程，為保證集團新成立的資產管理部的順暢運行，進行了相應流程的增補及升級。另外，WINBOX流程組繼續對《2009物美集團流程作業手冊》進行增補和升級優化。增補了資產分類清單、資產管理辦法、離任審計作業流程、資金安全管理補充規定等共計13個流程；升級優化了培訓考核管理規定、招標比價範圍與審批流程、勞動合同管理辦法、便利店門店經營授權等共計11個流程。配合業態優化與品類優化，及時升級及增補相關經營授權流程；繼續進行表單梳理，在保障業務順暢進行的同時避免浪費，提升工作效率。系統優化與流程優化的同步進行，將整體提升集團運營管理的專業化與標準化水平。

物流優化

報告期內，本集團供應鏈管理部在實踐DC(配送中心)由成本中心向利潤中心轉型的過程中取得新的重大突破，在三季度的最後一個月，稅前淨收益大幅提升，證明了供應鏈管理部在探索新商業模式上找出了可行之道。

報告期內，本集團供應鏈管理部與採購部密切合作，成功引入康師傅、統一、樂天等大型供應商。新供應商的進入，使得配送規模迅速增加，伴隨配送額，主力供應商的成功引入，配送費收入得到大幅提升。

報告期內，本集團努力拓展為供應商管理商品庫存和分銷等業務，增加其他業務收入，開始DC直接對客戶的分銷業務等。報告期內，本集團配送額同比增長31.8%。由於計劃合理、執行到位，DC作業的人效、坪效、車輛裝載率、周轉效率等績效指標均取得了大幅進步，從而使得作業成本費率得到有效控制。

人力發展

「以人為本」是本集團的企業文化之一，也是本集團文化的核心理念。本集團為員工提供公平、公正、公開和能夠充分施展心智和才華的平台與環境，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，本集團共組織各類培訓41期，培訓人員1,368人次。本集團繼續實施「百人計劃」，共有27人參加培訓，其中5名店總經理人選通過答辯，進入下一培訓環節，8人合格獲得儲備經理資格。報告期內共計241人次參加了ERP系統升級培訓，119人次參加了職務晉升培訓。本集團組織了店鋪各級幹部崗位提升培訓68人次，各類營運、專業培訓438人次，其他各類新開店培訓475人次。通過將培訓與晉升相結合，培訓與考評相結合，強化內部培養與選拔，在實現更多幹部「物美造」的同時，也使外部引進幹部融入本集團體系，增強團隊凝聚力。

為持續提升人力資源工作效率，報告期內，本集團在北京、天津地區WINBOX-EHR系統全面上線並投入應用的基礎上，完成了浙江地區店鋪的主數據上線工作，使集團浙江地區的人力資源工作進一步向信息技術化邁進。

展望

二零零九年前三季度，國內生產總值同比增長7.7%，社會消費品零售總額同比增長15.1%，經濟總體上保持了企穩回升的態勢。

面對競爭日趨激烈的市場，本集團將持續完善法人治理，為打造核心競爭力奠定堅實的根基。面對國外零售商如火如荼地搶灘國內市場，本集團將一如繼往地嚴格按照全國性區域發展戰略，以更加積極且穩健的方式，拓展零售網絡。同時，堅持不懈地運用技術手段及科學的流程提高運營效率，提升管理水平，降低運營與管理成本，以打造本集團最堅實的核心競爭力。

二零零九年即將過去，本人及董事會在本年度最後一個季度，將與本集團全體幹部員工一同全力以赴，努力、勤勉地工作，實現年既定目標，並向更好的業績沖刺。董事會全體成員有信心保持本集團業績持續、穩健的增長。在此，我謹代表本人及董事會感謝各位股東、忠實的顧客及供應商對本集團的持續支持，以及全體員工的辛勤工作。

審核委員會

本公司之審核委員會由三名獨立非執行董事韓英先生、李祿安先生及呂江先生組成，韓英先生為審核委員會主席。報告期內，審核委員會共召開一次會議，審核委員會委員與本公司管理層審閱了本集團二零零九年中期財務報告等事宜，包括審閱根據香港公認會計原則編製的本公司財務報表。

董事、監事及最高行政人員於股份、相關股份及債權證中的權益及淡倉

於二零零九年九月三十日，根據本公司按照香港《證券及期貨條例》（「證券及期貨條例」）第352條規定備存之權益登記冊所記錄，或根據創業板上市規則第5.46條的規定須予知會本公司及聯交所之資料，本公司各董事、監事及最高行政人員於本公司或其任何相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份或債權證中所擁有的權益或淡倉如下：

本公司內資股的好倉

姓名	內資股數目 (股)	佔已發行內 資股本總額 概約百分比 (%)	佔總股本的 概約百分比 (%)	持有的權益 類別
吳堅忠博士 (附註1)	160,457,744	21.55	12.82	受控公司的 權益
蒙進暹博士 (附註2)	48,251,528	6.48	3.86	受控公司的 權益

附註：

1. 吳堅忠博士持有本公司發起人之一——北京網商世界電子商務有限公司（「網商世界電子商務」）的70%股本，網商世界電子商務於本公司的160,457,744股內資股中擁有直接權益。根據證券及期貨條例第XV部，吳堅忠博士被視為擁有網商世界電子商務於本公司的權益。
2. 蒙進暹博士持有本公司發起人之一——北京君合投資有限公司（「君合投資」）的40%股本，君合投資於本公司的23,269,228股內資股中擁有直接權益。君合投資亦持有北京和康友聯技術有限公司（「和康友聯」）50%股本，和康友聯則於本公司的24,982,300股內資股中擁有直接權益。根據證券及期貨條例第XV部，蒙進暹博士被視為擁有君合投資及和康友聯於本公司的權益。

除上文所披露外，據董事所知，於二零零九年九月三十日，本公司各董事、監事及最高行政人員或彼等的聯繫人，一概沒有在本公司或其任何相聯法團的股份、相關股份或債權證持有任何根據證券及期貨條例第352條須記錄在該條例所述登記冊，或根據創業板上市規則第5.46條的規定須知會本公司及聯交所的權益或淡倉。

截至二零零九年九月三十日止，本公司、其附屬公司、控股公司或同系附屬公司，概無參與能令本公司董事或監事透過收購本公司股份或債權證而獲益的任何安排。

主要股東

於二零零九年九月三十日，根據本公司按照證券及期貨條例第336條規定備存之權益登記冊所記錄，本公司董事、監事及最高行政人員以外的人士，在本公司股份及相關股份中所擁有的權益或淡倉如下：

本公司內資股的好倉

姓名／名稱	持有的 內資股數目 (股)	佔內資股 股本總額的 概約百分比 (%)	佔總股本的 概約百分比 (%)
張文中博士 (附註1)	497,932,928	66.86	39.79
北京京西硅谷科技有限公司 (「京西硅谷」) (附註1)	497,932,928	66.86	39.79
北京卡斯特科技投資有限公司 (「卡斯特科技投資」) (附註1)	497,932,928	66.86	39.79
物美控股集團有限公司 (「物美控股」) (附註2)	497,932,928	66.86	39.79
新華百貨 (附註3)	497,932,928	66.86	39.79
網商世界電子商務	160,457,744	21.55	12.82

附註：

1. 京西硅谷85%股權由張文中博士擁有，因此張文中博士有權於京西硅谷的股東大會上控制行使三分之一或以上的投票權。卡斯特科技投資80%的股權由京西硅谷擁有，因此京西硅谷有權於卡斯特科技投資的股東大會上控制行使三分之一或以上的投票權。物美控股70%的股權由卡斯特科技投資擁有，因此卡斯特科技投資有權於物美控股的股東大會上控制行使三分之一或以上的投票權。根據證券及期貨條例第XV部，張文中博士、京西硅谷及卡斯特科技投資均被視為於物美控股持有的本公司股份中擁有權益。
2. 截至目前，新華百貨29.27%的股份由物美控股擁有，根據物美控股與新華百貨簽訂的股份轉讓協議（詳見本公司於二零零八年七月二十四日發表的報告），股份轉讓協議完成後，物美控股將有權於新華百貨的股東大會上控制行使三分之一或以上的投票權。據此，物美控股將在該股份轉讓協議完成後被視為於新華百貨持有的本公司股份中擁有權益。
3. 根據物美控股與新華百貨簽訂的股份轉讓協議，新華百貨將直接持有本公司約66.86%的內資股；由於該股份轉讓協議尚未完成，新華百貨持有本公司內資股的比例尚待確定。

本公司H股的好倉

名稱	佔已發行H股		
	持有的 H股數目 (股)	股本總額的 概約百分比 (%)	佔總股本的 概約百分比 (%)
Bonderman David ^(附註1)	84,552,000	16.69	6.76
Coulter James G. ^(附註2)	84,552,000	16.69	6.76
TPG Asia Advisors V, Inc. ^(附註3)	84,552,000	16.69	6.76
TPG Asia Genpar V, L.P. ^(附註4)	84,552,000	16.69	6.76
TPG Asia V, L.P. ^(附註5)	84,552,000	16.69	6.76
Arisaig Greater China Fund Limited ^(附註6)	69,152,000	13.65	5.53
Arisaig Partners (Mauritius) Limited ^(附註7)	69,152,000	13.65	5.53
Cooper Lindsay William Ernest ^(附註8)	69,152,000	13.65	5.53
JPMorgan Chase & Co. ^(附註9)	66,772,000	13.18	5.34
趙丹陽 ^(附註10)	64,683,500	12.77	5.17
赤子之心資產管理有限公司 ^(附註11)	63,313,500	12.50	5.06
赤子之心中國成長投資基金 ^(附註12)	61,223,500	12.09	4.89
T. Rowe Price Associates, Inc. 及 其關連公司 ^(附註13)	55,770,000	11.01	4.46
The Capital Group Companies, Inc. ^(附註14)	41,185,384	8.13	3.29
Invesco Hong Kong Limited (以多個帳目 的經理／顧問身份) ^(附註15)	25,606,000	5.05	2.05

附註：

1. 此等84,552,000股H股由Bonderman David透過其所控制的法團的權益持有。
2. 此等84,552,000股H股由Coulter James G.透過其所控制的法團的權益持有。
3. 此等84,552,000股H股由TPG Asia Advisors V, Inc.透過其所控制的法團的權益持有。

4. 此等84,552,000股H股由TPG Asia Genpar V, L.P.透過其所控制的法團的權益持有。
5. 此等84,552,000股H股由TPG Asia V, L.P.以實益擁有人身份持有。根據《H股認購協議》，本公司將向TPG有條件發行84,552,000股H股，上述發行尚未完畢。
6. 此等69,152,000股H股由Arisaig Greater China Fund Limited以實益擁有人身份持有。
7. 此等69,152,000股H股由Arisaig Partners (Mauritius) Limited以投資經理身份持有。
8. 此等69,152,000股H股由Cooper Lindsay William Ernest透過其所控制的法團的權益持有。
9. 9,876,000股H股由JPMorgan Chase & Co.以投資經理身份持有，56,896,000股H股由JPMorgan Chase & Co.以托管公司／核准借出代理人身份持有。
10. 此等64,683,500股H股由趙丹陽透過其所控制的法團的權益持有。
11. 此等63,313,500股H股由赤子之心資產管理有限公司以投資經理身份持有。
12. 此等61,223,500股H股由赤子之心中國成長投資基金以實益擁有人身份持有。
13. 此等55,770,000股H股由T. Rowe Price Associates, Inc. 及其關連公司以投資經理身份持有。
14. 此等41,185,384股H股由The Capital Group Companies, Inc.以投資經理身份持有。
15. 此等25,606,000股H股由Invesco Hong Kong Limited以實益擁有人身份持有。

除上文所披露外，任何人士概無於本公司任何股份或相關股份中登記中擁有任何權益或淡倉，而根據證券及期貨條例第336條及創業板上市規則須予披露。

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^(附註)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。

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

二零零九年十一月十日