



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)

截至二零零九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，並明確表示概不就因本公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。

本公告(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)本公告並無遺漏任何事實，致使本公告任何內容產生誤導；及(3)本公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。

經營業績摘要

- 收益總額約人民幣11,782,009千元，較二零零八年增長20.8%；
- 綜合毛利約人民幣2,201,218千元，較二零零八年增長24.9%；
- 淨利潤約人民幣437,764千元，較二零零八年剔除因股權置換而產生的處置聯營公司淨收益約人民幣129,004千元後的淨利潤約人民幣361,339千元，實際增長約21.2%；
- 淨利潤率約為3.7%，與二零零八年剔除因股權置換而產生的處置聯營公司淨收益約人民幣129,004千元後的淨利潤率3.7%持平；
- 每股基本盈利約人民幣0.36元，較二零零八年剔除因股權置換而產生的處置聯營公司淨收益約人民幣129,004千元後的每股基本盈利約0.30元，實際增長約20.0%；
- 零售網絡擴展至469間；
- 可比較店鋪銷售較二零零八年增長6.9%；及
- 擬派末期股息每股人民幣0.18元(含稅)。

董事長報告

本人欣然提呈北京物美商業集團股份有限公司(「本公司」或「物美」)及其附屬公司(統稱「本集團」或「物美集團」)截至二零零九年十二月三十一日止年度(「報告期」)經審核業績報告。

二零零九年，面對全球性金融危機，本著「應對挑戰、持續發展」的原則，我們堅持一切從實際出發，一切以成果為導向，秉承物美求真務實的優良傳統及企業文化，認真學習行業先進的管理經驗和理念，實施並運用先進的信息技術、物流技術和零售技術，真正做到緊扣實際，靈活運用，做實做細做到位，孜孜以求提高物美核心競爭力。一年的埋頭苦幹，本集團各項工作均取得了突出進展，繼續保持了在北京市場的絕對領先地位，並已快速發展為天津和浙江地區的主要零售商。二零零九年，本集團再次給全體股東和關注、支持物美的各界朋友交上了一份令人滿意的答卷。

收益總額與淨利潤再創新高。 二零零九年本集團收益總額約人民幣11,782,009千元，較二零零八年增長20.8%；淨利潤約人民幣437,764千元，較二零零八年剔除因股權置換而產生的處置聯營公司淨收益後的淨利潤增長21.2%；可比較店鋪銷售較二零零八年增長6.9%。零售網絡拓展至469間。優良的業績與持續對經營技術的不斷探索，物美被第三屆世界零售大會評為「年度新興市場最佳零售商」，獲中國連鎖百強「2009零售創新獎」等一系列大獎。

市場滲透度進一步加深。 我們潛心挖掘北京市場，大力開拓天津與浙江市場。二零零九年，本集團通過自行開店加快零售網絡的擴展，在北京新開9間大型超市，7間便利超市；在天津新開5間大型超市；在浙江地區新開3間大型超市，44間便利超市。在自行開發新店的同時，我們積極尋找併購機會，擴展市場佔有率。在北京，完成了對北京美廉美連鎖商業有限公司(「美廉美」)25%全部少數股東權益的收購；在浙江，併購了擁有2間大型超市、33間便利超市的湖州老大房超市有限公司(「老大房」)51%權益；在天津，將天津易初蓮花連鎖超市有限公司(「易初蓮花」)於天津的四家店鋪全部納入本集團旗下。深度滲入已進入區域，使本集團成為北京、天津及浙江最重要的零售企業，並迅速擴大了市場佔有率。

物美品牌形象得到極大提升及更加廣泛地認知。 我們一直有計劃地對店鋪進行調整與改造，以現代、時尚、清新的店鋪外在形象呈現給消費者，同時通過開展優質服務、不斷優化商品結構及陳列，以提升店鋪內在形象，使物美店鋪綜合形象不斷獲得提升。隨著物美併購浙江供銷超市及老大房，物美品牌得到了越來越廣泛消費者的認知。

業態優化和品類優化取得成果。 我們不斷優化業態，明確了生活超市業態的功能定位，將多家便利超市調整改造為生活超市，探索了物美生活超市的盈利模式。調改後店鋪的單店日銷售額和來客數均較調改前大幅提升。同時持續地開展品類優化，使商品結構和供應商質量都有了實質性改善，為我們進一步提升商品管理水平打下了堅實的基礎。

WINBOX深化使用，不斷優化，運營效率持續提高。 本集團自行組織開發的R2POS系統在本集團的推廣應用，使多條件組合促銷模式得以實施並創造多項促銷紀錄；EFT的推廣應用，既縮短了刷卡付款的時間，又節省了數百萬的刷卡通訊費；系統毛利補償

經過優化，提升了本集團獲得毛利補償的能力，有力地增加了毛利。二零零九年三月，資產管理模塊上線，使我們實現了資產管理「由手工管理轉變為系統管理、由靜態管理轉變為動態管理、由事後追蹤轉變為事前風險控制、由潛在的流失轉變為資產的保值」四個方面的轉變，從而極大提升了我們的營運管理效率。

華北物流中心開始啟用，從企業物流到物流企業的轉型初戰告捷。 從報告期初，本集團供應鏈開始了從企業物流向物流企業、從成本中心向利潤中心的轉型，轉型工作在二零零九年取得了不俗成績。本集團百子灣配送中心實現了連續五個月的盈利。二零零九年底，近七萬平方米的華北物流中心投入使用，作為華北地區單體最大的配送中心，它引入了若干家全球知名企業的設備和軟件，在「高度信息化、充分機械化和適度自動化」作業模式的引導下，華北物流中心將大大提升本集團的物流管理水平和核心競爭能力。

引進國際著名投資機構，助力企業快速發展。 報告期內，本集團以更加積極而開放的心態，分別與聯想控股有限公司（「聯想控股」）及弘毅投資產業一期基金（天津）（有限合夥）（「弘毅投資」）簽署《關於北京物美商業集團股份有限公司內資股之認購協議》，與TPG Asia V, L.P.（「TPG」）及Fit Sports Limited簽署《關於北京物美商業集團股份有限公司H股之認購協議》，並於報告期內完成了分別向弘毅投資與聯想控股發行23,619,364股和7,306,752股內資股的發行工作。聯想控股和TPG在公司治理、企業管理與運營方面的專長和在全球零售行業的經驗必將極大地助力本集團持續快速發展。

展望

嚴峻的二零零九年，物美取得亮麗的業績，二零一零年將是物美迎接挑戰與抓住機遇的重要一年！我們清醒地看到國際零售巨頭已強力進入物美的主戰場，與我們展開了激烈的貼身競爭。對物美而言，未來的競爭將是管理和技術的競爭，是企業核心競爭能力的競爭，是供應鏈之間的競爭。但經過十餘年發展與積累，我們有理由相信，在國家和政府圍繞「保增長、擴內需、調結構、惠民生」而推行的一系列經濟刺激措施及市場轉好的大環境下，物美的區域優勢、先進的物流技術、不斷完善的供應鏈體系建設，以及物美人不斷學習、進取，勇於戰勝對手、戰勝自我的能力，必將成為本集團加速發展、提升經營能力的巨大優勢。

二零一零年，我們將繼續堅持區域化發展策略，強力提升區域滲透度；加大在北京、天津、浙江地區的開發力度，進一步擴大在北京、天津和浙江的市場佔有率，實現在該地區的領先地位，保持大型超市數量和銷售額不斷提升，盈利能力不斷加強。

二零一零年，將是物美經營走向深化的技術提升年。我們將全力提升信息技術、物流技術和經營技術，將複雜的、可提取的技術與職能集中上移總部，減輕與降低店鋪的操作技術難度，大力提升現場經營管理技術水平，使各項業務流程化。進一步推進物流技術，提高物美的供應鏈效率，改變與完善各業務環節的作業流程，打造全過程供應鏈企業，向流通產業工業化邁進；同時我們將大力提高包括生鮮技術在內的影響全局的經營管理技術。我們相信經營技術的強力提升，是推動物美標準化與工業化的必由之路，是形成物美核心競爭能力的必由之路。

二零一零年，我們將繼續加大力度培養具備專業化技能、「多幹、能幹、會幹」的專業化

團隊。將人力資源由成本轉化為資本，是我們人才培養的最終目標。不斷發展壯大的物美必將吸引更多的專業化人才，並為有志於物美事業的幹部和員工提供更大的舞台。

面對激盪著挑戰與期盼的二零一零年，我堅信：

只要我們勇於創新，勇於學習，不為風險所懼，不為干擾所惑，不為挑戰所憂，物美將再上新的台階，實現經營技術的標準化和工業化，實現員工職業價值與收入的提升；我們一定能夠「踏平坎坷成大道」，實現我們的共同理想：做最好的企業，做最好的自我！

在此，我對董事會全體成員、管理團隊及全體物美員工在過去一年中的辛勤工作，致以最真誠地感謝！

綜合全面收益表

截至二零零九年十二月三十一日止年度

	附註	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
銷售貨品營業額	3	10,511,410	8,759,263
銷售成本		<u>(9,580,791)</u>	<u>(7,987,333)</u>
毛利		930,619	771,930
其他收益	3	1,270,599	990,527
投資及其他收入	5	94,306	253,061
分銷及銷售費用		(1,369,093)	(1,003,014)
行政費用		(252,078)	(272,873)
應佔聯營公司盈利		5,072	27,731
應佔合營企業盈利		610	25
融資成本	6	<u>(32,473)</u>	<u>(20,406)</u>
除稅前盈利		647,562	746,981
所得稅開支	7	<u>(156,202)</u>	<u>(190,013)</u>
年度盈利及綜合收益總額	8	<u>491,360</u>	<u>556,968</u>
以下人士應佔年度盈利及綜合收益總額：			
本公司權益所有人		437,764	490,343
少數股東權益		<u>53,596</u>	<u>66,625</u>
		<u>491,360</u>	<u>556,968</u>
每股盈利			
— 基本(每股人民幣元)	9	<u>0.36</u>	<u>0.40</u>

綜合財務狀況表

於二零零九年十二月三十一日

	附註	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		2,237,538	2,093,622
預付租金		76,543	73,652
商譽		844,964	843,708
無形資產		94,909	100,430
於聯營公司權益		139,553	140,852
於合營企業權益		98,209	47,599
遞延稅項資產		<u>43,655</u>	<u>19,165</u>
		<u>3,535,371</u>	<u>3,319,028</u>
流動資產			
存貨		838,803	733,210
應收貸款		120,000	90,000
應收貿易賬款及其他應收款項	11	586,486	560,479
應收有關連人士款項		95,522	276,058
預付租金		63,933	38,910
銀行結存及現金		<u>1,171,575</u>	<u>1,348,349</u>
		<u>2,876,319</u>	<u>3,047,006</u>
流動負債			
應付貿易賬款及其他應付款項	12	3,355,280	2,929,710
應付有關連人士款項		67,901	27,108
稅項負債		134,738	110,134
銀行貸款		456,086	622,910
融資租約承擔		<u>508</u>	<u>5,110</u>
		<u>4,014,513</u>	<u>3,694,972</u>
流動負債淨值		<u>(1,138,194)</u>	<u>(647,966)</u>
總資產減流動負債		<u>2,397,177</u>	<u>2,671,062</u>

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
資本及儲備		
股本	312,819	305,087
股本溢價及儲備	<u>1,949,344</u>	<u>2,137,127</u>
本公司股東應佔權益	2,262,163	2,442,214
少數股東權益	<u>118,617</u>	<u>194,616</u>
總權益	<u>2,380,780</u>	<u>2,636,830</u>
非流動負債		
遞延稅項負債	16,397	12,704
融資租約承擔	—	462
其他應付款項	<u>—</u>	<u>21,066</u>
	<u>16,397</u>	<u>34,232</u>
	<u>2,397,177</u>	<u>2,671,062</u>

綜合權益變動表

截至二零零九年十二月三十一日止年度

	本公司權益所有人應佔權益						少數股東 權益	合計
	股本	股本溢價	其他儲備	法定公積金		合計		
				(附註ii)	保留盈利			
人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
於二零零八年一月一日	305,087	1,132,062	—	139,488	533,568	2,110,205	120,354	2,230,559
年度盈利及綜合收益總額	—	—	—	—	490,343	490,343	66,625	556,968
本公司支付股息	—	—	—	—	(158,645)	(158,645)	—	(158,645)
向少數股東支付股息	—	—	—	—	—	—	(34,413)	(34,413)
收購附屬公司額外權益	—	—	311	—	—	311	(10,111)	(9,800)
收購附屬公司而使少數股東 權益增加	—	—	—	—	—	—	52,161	52,161
盈利分配 (附註ii)	—	—	—	55,321	(55,321)	—	—	—
於二零零八年十二月三十一日	305,087	1,132,062	311	194,809	809,945	2,442,214	194,616	2,636,830
年度盈利及綜合收益總額	—	—	—	—	437,764	437,764	53,596	491,360
已發行股份	7,732	291,069	—	—	—	298,801	—	298,801
本公司支付股息	—	—	—	—	(183,052)	(183,052)	—	(183,052)
向少數股東支付股息	—	—	—	—	—	—	(74,420)	(74,420)
收購附屬公司而使少數股東權 益增加	—	—	—	—	—	—	9,819	9,819
收購附屬公司額外權益 (附註i)	—	—	(733,564)	—	—	(733,564)	(64,994)	(798,558)
盈利分配 (附註ii)	—	—	—	44,664	(44,664)	—	—	—
於二零零九年十二月三十一日	<u>312,819</u>	<u>1,423,131</u>	<u>(733,253)</u>	<u>239,473</u>	<u>1,019,993</u>	<u>2,262,163</u>	<u>118,617</u>	<u>2,380,780</u>

附註：

- i) 二零零九年，本集團以現金代價約人民幣798,558千元，收購附屬公司北京美廉美連鎖商業有限公司25%的權益，新購淨資產賬面值與已付對價公允價值的差額，已直接在權益及本公司權益所有人應佔權益中確認。
- ii) 根據中華人民共和國(「中國」)有關法規及本集團旗下公司的公司章程，本集團旗下各公司須將10%盈利(按照中國會計法規釐定)撥入法定公積金，直至基金總額達到其註冊資本的50%為止。向股東分派股息前，必須先將該等資金撥入法定公積金。

法定公積金只可用作彌補上年度虧損或增加資本。經股東大會通過的決議案批准後，本集團旗下各公司可將其法定公積金撥入股本／註冊資本，並按現有股東的原先持股比例向其發行紅股，或增加其所持股份的每股面值，惟於發行紅股後，該公積金的結餘不得少於註冊資本的25%。

綜合財務報表附註

截至二零零九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股在香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)創業板(「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(以下統稱「本集團」)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」)頒佈與其業務相關且由二零零九年一月一日或之後開始之年度期間生效的所有新訂及經修訂準則、修訂及詮釋(「新訂及經修訂香港財務報告準則」)。

除下文所述者外，採納新訂及經修訂香港財務報告準則對本集團當前及先前會計期間的綜合財務報表並無重大影響。

僅影響呈列及披露的新訂及經修訂香港財務報告準則

香港會計準則第1號(二零零七年經修訂)「財務報表的呈列」

香港會計準則第1號(二零零七年經修訂)引入多項詞彙變動(包括修訂財務報表之標題)並導致財務報表的格式與內容變更。

香港會計準則第23號(二零零七年經修訂)「借貸成本」

在以前年度，集團將可直接歸屬於購置、建造或生產一項資產的全部借貸成本於發生時予以費用化。香港會計準則第23號(二零零七年經修訂)修改了將借貸成本於發生時直接費用化的處理。香港會計準則第23號(二零零七年經修訂)的採用，使集團改變了其會計政策，將借貸成本予以資本化並計入該項資產成本的組成部分中。該項會計政策變更未對集團的綜合財務報表產生重大影響。亦未導致對以前年度會計報告的重述。

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、修改及詮釋：

香港財務報告準則(修改)	二零零八年香港財務報告準則的改進 — 香港財務報告準則第5號的修訂 ¹
香港財務報告準則(修改)	二零零九年香港財務報告準則的改進 ²
香港會計準則第24號(經修訂)	關連方披露 ⁶
香港會計準則第27號(經修訂)	綜合及獨立財務報表 ¹
香港會計準則第32號(修改)	供股發行的歸類 ⁴
香港會計準則第39號(修改)	合資格對沖項目 ¹
香港財務報告準則第1號(修改)	首次採納的額外豁免 ³
香港財務報告準則第1號(修改)	首次採納香港財務報告準則第7號之披露對比較數字之限度豁免 ⁷
香港財務報告準則第2號(修改)	以現金結算的股份支付交易 ³
香港財務報告準則第3號(經修訂)	業務合併 ¹
香港財務報告準則第9號	金融工具(有關金融資產的歸類計量) ⁷

香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第14號(修改)	最低資金要求的預付款項 ⁶
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 ¹
香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第19號	以權益工具抵銷金融負債 ⁵

- ¹ 自二零零九年七月一日或之後開始的年度期間生效
- ² 自二零零九年七月一日或二零一零年一月一日(如適用)或之後開始的年度期間生效之修訂
- ³ 自二零一零年一月一日或之後開始的年度期間生效
- ⁴ 自二零一零年二月一日或之後開始的年度期間生效
- ⁵ 自二零一零年七月一日或之後開始的年度期間生效
- ⁶ 自二零一一年一月一日或之後開始的年度期間生效
- ⁷ 自二零一三年一月一日或之後開始的年度期間生效

應用香港財務報告準則第3號(經修訂)可能對收購日期為二零一零年一月一日或之後開始進行的業務合併之會計處理構成影響。

3. 營業額及其他收益

年內營業額及其他收益確認如下：

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
營業額		
銷售貨品	<u>10,511,410</u>	<u>8,759,263</u>
其他收益		
出租店鋪經營場地的租金收入	329,833	280,616
來自供應商之收入，包括店鋪陳列收入及宣傳收入	<u>940,766</u>	<u>709,911</u>
	<u>1,270,599</u>	<u>990,527</u>
收益總額	<u>11,782,009</u>	<u>9,749,790</u>

4. 分部資料

本集團主要在中國經營大型超市及便利超市，而且所有非流動資產均位於中國境內。本集團營業額中並無來自單一外部客戶的金額達到或超過10%。香港財務報告準則第8條規定以主要營運決策者決定分部資源分配及評估分部業績而定期審閱有關本集團各個部門之內部報告為基準，以識別經營分部。主要營運決策者已確認為本公司董事會，向本公司董事會報告以分配資源及評估表現的資料乃以所有大型超市和便利超市的整體營運為基礎，亦是內部報告的唯一經營分部。因此，並無呈列分部分析。

5. 投資及其他收入

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
政府補貼(附註)	19,116	7,043
廢品出售收入	18,118	15,462
就註銷租約向出租人收取的彌償	11,500	—
配送服務收入	10,123	13,782
就貨物付運延誤向供應商收取的彌償	9,169	5,080
利息收入	4,870	10,492
處置聯營公司收益	—	182,233
持作買賣的投資的公允價值變動	4,351	8,589
其他	17,059	10,380
	<u>94,306</u>	<u>253,061</u>

附註： 基於本集團對本地社區所作出的貢獻且滿足地方政府認為需考慮的條件，本集團本年內獲得政府補貼約人民幣19,116千元(二零零八年：約人民幣7,043千元)。

6. 融資成本

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 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	32,149	19,672
— 融資租約	324	734
	<u>32,473</u>	<u>20,406</u>

7. 所得稅開支

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
稅務支出(抵免)包括：		
中國所得稅	181,682	192,413
遞延稅項		
— 本年度	(25,480)	(2,400)
	<u>156,202</u>	<u>190,013</u>

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「企業所得稅法」)及《企業所得稅法實施細則》，自二零零八年一月一日起，公司及中國境內子公司的稅率為25%。

年度稅務支出與綜合全面收益表所示的除稅前盈利對賬如下：

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
除稅前盈利	<u>647,562</u>	<u>746,981</u>
按稅率25%計算的中國所得稅	161,891	186,745
利用過往未確認遞延稅項的可扣減暫時差異的稅務影響	(3,655)	—
動用過往未確認遞延稅項的稅務虧損的稅務影響	(2,257)	(2,180)
應佔聯營公司及合營企業盈利的稅務影響	(1,420)	(6,939)
未確認遞延稅項的稅務虧損的稅務影響	1,116	2,047
於釐定應課稅盈利時不可扣減的支出的稅務影響	765	2,907
釐定應課稅盈利的額外可扣減稅務開支的稅務影響	(238)	(238)
處置一間聯營公司的稅務影響	<u>—</u>	<u>7,671</u>
年度稅務開支	<u><u>156,202</u></u>	<u><u>190,013</u></u>

8. 年度盈利

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
年度盈利經扣除下列項目後得出：		
物業、廠房及設備折舊	181,548	169,469
預付租金攤銷	38,910	30,035
無形資產攤銷	<u>5,521</u>	<u>3,154</u>
折舊及攤銷總額	<u><u>225,979</u></u>	<u><u>202,658</u></u>
租用物業的經營租約租金	407,843	295,516
核數師酬金	4,700	5,500
員工成本：		
董事酬金	3,021	1,896
其他員工成本		
— 薪金及其他福利	461,448	341,262
— 退休福利計劃供款	41,886	30,366
	<u>506,355</u>	<u>373,524</u>
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)	3,508	10,681
出售物業、廠房及設備虧損	<u><u>4,683</u></u>	<u><u>11,287</u></u>

9. 每股盈利

每股基本盈利根據以下數據計算：

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
本公司所有人應佔年度盈利	<u>437,764</u>	<u>490,343</u>
	二零零九年 千股	二零零八年 千股
股份數目：		
加權平均股數用於計算每股基本盈利	<u>1,229,110</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。

10. 股息

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
年內已確認派付的股息：		
二零零八年末期股息每股人民幣0.15元 (二零零八年：二零零七年末期股息每股人民幣0.13元)	<u>183,052</u>	<u>158,645</u>

董事會建議，二零零九年末期股息為每股人民幣0.18元(二零零八年：人民幣0.15元)，該議案需經股東大會審批。

11. 應收貿易賬款及其他應收款項

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
應收貿易賬款	54,269	83,692
支付供應商的預付款項	80,266	48,169
可扣減的進項增值稅	238,380	227,740
按金及其他應收款項	<u>213,571</u>	<u>200,878</u>
	<u>586,486</u>	<u>560,479</u>

應收貿易賬款是對本集團加盟店、托管店及零售客戶供應商品的應收款項。向本集團加盟店及托管店供應商品的應收款項的平均信貸期為30至60天。在接納任何店鋪為本集團的新加盟店及托管店之前，本集團將評估店鋪的潛在信貸質素及確定信貸限額。本集團加盟店及托管店的信貸限額一年檢查兩次。所有應收貿易賬款於報告期間末概無逾期或減值。本集團主要以現金形式(包括現金及信用卡)與零售客戶交易。

於報告期間末，應收貿易賬款的賬齡分析如下：

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
0至30天	22,179	50,675
31至60天	<u>32,090</u>	<u>33,017</u>
	<u>54,269</u>	<u>83,692</u>

12. 應付貿易賬款及其他應付款項

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
應付貿易賬款	2,101,898	1,926,225
預收客戶款項	640,843	492,887
其他應付款項、按金及應計費用	<u>612,539</u>	<u>531,664</u>
	3,355,280	2,950,776
減：於12個月內到期支付的款項	<u>(3,355,280)</u>	<u>(2,929,710)</u>
於12個月後到期支付的款項	<u>—</u>	<u>21,066</u>

2008年其他應付款包括收購子公司所需支付的併購款約人民幣43,831千元，其中約人民幣21,066千元需於12個月後支付。

於報告期間末，應付貿易賬款的賬齡分析如下：

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
0至30天	1,457,198	1,253,452
31至60天	279,592	402,390
61至90天	239,305	146,031
90天以上	<u>125,803</u>	<u>124,352</u>
	<u>2,101,898</u>	<u>1,926,225</u>

購買商品的平均信貸期為60天(二零零八年：60天)。

管理層討論及分析

財務回顧

收益總額

報告期內，本集團收益總額約人民幣11,782,009千元，較二零零八年同期約人民幣9,749,790千元，上升約20.8%；撇除以成本價向托管店鋪以及關聯企業的商品銷售，本年度收益總額較二零零八年同期上升約24.7%。收益總額的增長來自(1)可比較店鋪的銷售增長。二零零九年在國內零售市場的增長速度放緩的情況下，本集團可比較店鋪的銷售仍實現6.9%的增長。報告期內，本集團從顧客需求出發，通過店鋪改造、品類優化、豐富新穎的營銷活動、更加合理的定價策略等，為顧客提供質優價廉的商品及服務，在提升會員忠誠度的同時吸引更多新顧客光臨本集團店鋪，從而增加來客數及客單價，帶動可比銷售增長；(2)本年度及上年度新增店鋪帶來的收益總額貢獻。

綜合毛利額及綜合毛利率

報告期，本集團綜合毛利額約人民幣2,201,218千元，較二零零八年同期約人民幣1,762,457千元上升約24.9%；綜合毛利率較二零零八年同期的18.1%增長0.6個百分點，提升至18.7%。撇除以成本價向托管店鋪以及關聯企業的商品銷售，綜合毛利率與二零零八年基本持平，均為19.4%。報告期內，本集團加強商品毛利管控，主要通過(1)挖潛採購源頭，果蔬基地採購、服裝直採等方式，減少採購中間環節，降低採購成本；(2)優化供應商結構，獲得最優的採購價格；(3)先進的IT系統，更加精細化地進行商品管理，更加合理的制定價格策略、營銷方案，保證了穩定的商品毛利率水平。

分銷及銷售費用

分銷及銷售費用主要包括店鋪人員費用、租賃費用、能源費用、折舊及攤銷費用和促銷費用等。報告期內，本集團分銷及銷售費用約人民幣1,369,093千元，與收益總額的佔比約11.6%，較去年同期佔比增長1.3個百分點。該比例提升主要是由於(1)報告期內新開店鋪，因其租賃合約中包括免租期規定，免租期主要用於前期開店準備，不需支付租金；但會計準則要求採取直線法在該期間內分攤租金，使得計入當期損益的租賃費用與當期營業額不配比，從而導致租賃費用佔比提升；(2)本集團在提升績效的前提下，不斷優化薪酬政策，在合理控制員工數量，提高勞動生產率的前提下，使基層員工薪資水平及部分優秀管理人員的績效薪酬於報告期內有所提升，因薪酬總額增加，員工福利及社會保障支出亦相應增加，從而導致人員費用的佔比提升。

行政費用

行政費用主要包括總部管理人員費用、折舊及攤銷費用、辦公費用等。報告期內，本集團行政費用約人民幣252,078千元，行政費用佔收益總額的比例約2.1%，較去年同期下降0.7個百分點，體現本集團集中管理帶來的成本節約優勢。

融資成本

報告期內，本集團融資成本約人民幣32,473千元，而二零零八年約人民幣20,406千元。

融資成本增加的主要原因是為了充分發揮財務槓桿效應，增加了銀行流動資金貸款額度。

淨利潤

報告期內，本集團之淨利潤約人民幣437,764千元，較去年同期剔除因股權置換而產生的處置聯營公司淨收益後的淨利潤約人民幣361,339千元上升21.2%。該增長主要歸因於綜合毛利額的增長。

報告期內，本集團之淨利潤佔收益總額的比例約為3.7%，與二零零八年的淨利潤率持平。撇除以成本價向托管店鋪以及關聯企業商品銷售，淨利潤佔收益總額的比例將提升0.2個百分點，上升至約3.9%。

每股基本盈利

報告期內，本集團加權平均股數為1,229,110,400股(二零零八年股份數為1,220,348,000)，本集團每股盈利約人民幣0.36元，較二零零八年同期約人民幣0.30元高出約20.0%。

流動資金及財務資源

報告期內，經營活動產生的現金流量淨額約人民幣1,105,246千元，年末現金及銀行結餘約人民幣1,171,575千元。充裕的現金流得益於本集團規模擴大及經營業務的穩步增長，並為本集團零售網絡擴張、現代化供應鏈體系建設提供了有力的支持。

於二零零九年十二月三十一日，本集團權益總額約人民幣2,380,780千元，資本負債比率為19.2%(二零零八年十二月三十一日：23.6%)，資本負債比率乃根據本集團的期末銀行貸款總額及權益總額計算。

於二零零九年十二月三十一日，本集團流動資產約人民幣2,876,319千元，主要包括現金及銀行結餘約人民幣1,171,575千元，存貨約人民幣838,803千元，應收貿易賬款及其他應收款項約人民幣586,486千元。

於二零零九年十二月三十一日，本集團非流動資產約人民幣3,535,371千元。非流動資產主要包括物業、廠房及設備約2,237,538千元，於聯營公司權益約人民幣139,553千元，於合營企業權益約人民幣98,209千元，商譽約人民幣844,964千元。

於二零零九年十二月三十一日，本集團流動負債約人民幣4,014,513千元，主要包括應付供應商貨款及其他應付款項約人民幣3,355,280千元，應付稅項約人民幣134,738千元。

報告期內，本集團平均應付賬款周轉期為77天(二零零八年：75天)；存貨周轉期為30天(二零零八年：27天)。

資本構架

於二零零九年十二月三十一日，本集團的借貸、現金及現金等價物主要以人民幣持有；於二零零九年十二月三十一日，本集團經審核之銀行貸款為人民幣456,086千元，有關貸款須於一年內償還，其均為固定利率，固定年利率介乎於4%至6.37%。

業務回顧

二零零九年，本集團堅持以提升企業核心競爭力和綜合競爭優勢為中心，以提升店鋪形象和企業形象、進行業態優化和品類優化為著力點，不斷優化WINBOX應用水平，強化物流支撐，改善經營技術，全面提升企業效率，各項經營管理工作取得了突出的進展，企業經營能力與管理能力持續提升。

堅定地恪守區域發展戰略，積極滲透北京、天津及浙江市場

二零零八年全面爆發並漫延至二零零九年的全球金融危機，使很多行業進入了冬天。全球零售行業在這場金融危機中也未能倖免，但本集團集中精力求發展，堅定不移地執行區域發展戰略，通過新開店鋪及收購兼併擴大零售網絡，以不斷鞏固在北京的區域優勢，迅速擴大本集團在天津及浙江省的市場佔有率並向區域領先目標快速邁進。

截至二零零九年十二月三十一日止，本集團及其聯營公司、合營企業直接擁有以及通過訂立若干《特許經營協議》和《委托經營和管理協議》經營與管理的零售網絡共469間，其中大型超市113間，便利超市356間，總銷售面積達535,140平方米(未包括聯營公司、加盟店及已收購的易初蓮花的4間大型超市)。報告期內，本集團新開大型超市(含大賣場、大型綜合超市)直營店17間，關閉3間；新開便利超市(含生活超市、便利店)直營店51間，關閉5間；終止了與5間托管店鋪的合作。

本集團、聯營公司及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 十二月三十一日止	
	店鋪數	分佈區域
大型超市		
直營店	110	北京、浙江、天津
便利超市		
直營店	240	北京、浙江
加盟店	78	浙江
合計	<u>428</u>	

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 十二月三十一日止	
	店鋪數	分佈區域
大型超市	3	天津
便利超市	<u>38</u>	天津
合計	<u><u>41</u></u>	

不斷清晰商業發展模式，積極探索業態優化

強力打造生鮮加強型生活超市。 報告期內，本集團全面整合與梳理了現有業態，強力推動業態優化，開創生活超市新業態。「物美生活超市」定位為：營業面積大於200平方米，小於2,500平方米的社區型店鋪，重點突出了服務社區的特性。根據店鋪面積不同以半徑1-2公里為主要商圈範圍，商圈內戶數在2,000戶以上，塑造以生鮮食品為主，滿足社區居民一日三餐所需及部分日常快速消費品的店鋪。報告期內，本集團將部分原有便利超市改造為生活超市，調改後的店鋪日均銷售額及來客數均獲得大幅提升，新開設的生活超市店鋪也都取得了優於預期的業績。

大膽嘗試對大型超市進行強化百貨的調改。 為了適應消費者品牌化消費的趨勢，提升大型綜合超市的百貨商品的品牌檔次，本集團於報告期啟動了對大型超市強化百貨的調改嘗試，重點規劃佈局賣場商品區域，將百貨區新增了主題專區：嬰幼兒專區、快樂廚房家居生活館、紡織家居生活館、個人護理中心及貼身關懷區等。各個區域主題鮮明，陳列、展示到位，商品配置合理，滿足了顧客對百貨商品的需求。改造後的賣場呈現，吸引了更多高端消費者，來客數及客單價均較大程度提升，單月銷售較二零零八年同比銷售有的上升超出二位百分比，經營業績與毛利雙雙超額達成公司預算，調改嘗試取得初步成功。

全心致力於提升經營技術，物流技術及信息技術

中國流通業已開始進入技術競爭時代，經營技術，物流技術及信息技術是決定流通企業是否能在激烈的競爭環境中勝出的關鍵。因此，本集團通過WINBOX@SAP項目的成功上線和推廣，引入了全球零售行業的最佳業務實踐，並依據WINBOX@SAP的最佳業務實踐去規範和支持本集團品類優化、採購優化、營銷優化、店鋪優化、供應鏈優化，以持續實現業務變革、系統變革、管理變革的最大效益和最大收益，從而全力打造經營技術、物流技術及信息技術的核心競爭能力。

品類優化

以顧客需求為目標，快速汰換表現不佳的商品、彌補缺失商品，不斷完善品類結構，做到人無我有、人有我優。報告期內，本集團依托於WINBOX@SAP系統，根據各業態不同門店組的商圈特點確定不同的商品品類結構，對品類實施更為精細化的管理，定期對各門店組的商品根據銷售情況進行倒排行篩查，快速汰換表現不佳的商品，完善新品

導入及品類補充機制，確保暢銷商品得到充分展示以及新品及時上架銷售。更加精細化的、動態的品類優化使賣場的商品符合目標消費者的需求，並隨著消費者需求的變化而及時調整。

建立商品品牌度及供應商等級評價制度，持續優化品類管理，提升商品層次。 報告期內，本集團重點分析生產商、品牌商品及代理商、代理品牌商品的品項佔比和銷售佔比，根據與市場發展趨勢的對比，對現有品類結構內的商品進行取捨，並適當引進新品。同時，通過每月的供應商銷售佔比分析和單品貢獻分析，對供應商進行市場級別及本集團內部級別的對比，培養主力供應商和戰略合作供應商。報告期內，本集團還與部分國際、國內著名品牌商品供應商合作了26個品類管理項目，持續改善了51個商品小分類涉及7,000餘種的商品品種、定價、陳列、促銷方式等。商品品牌、供應商等級的不斷提升及品類管理工作地不斷進步，提高了本集團商品層次，吸引了更多收入水平較高的消費者，帶動了客單價不斷提升。

不斷完善敏感商品價格市調機制，提升商品價格競爭力。 報告期內，本集團對高敏感、一般敏感、季節性商品及生鮮蔬果類的價格進行市調，及時調整商品的價格，並進行相應的進價管控談判，加強了本集團商品價格的市場競爭能力。

採購優化

推進集中採購、聯合採購，發揮區域規模優勢。 報告期內，本集團以「走向各大區域之內的集中統一採購，繼而實現主要品牌的全國一體化採購」為目標，進一步推進聯合採購、集中採購，充分發揮區域集中的發展戰略帶來的採購規模優勢。本集團在北京、天津市場已經實現部分國際品牌等主力供應商商品的聯合採購、集中採購，在此基礎上，本集團在浙江區域複製這一模式，本集團附屬公司杭州天天物美與浙江供銷超市集中採購規模，共享採購合同條款，其中浙江供銷超市對約1,700支商品重談進價等採購條款，增加收益約210萬元。同時，就一些國際知名品牌商品實行北京、天津區域與浙江區域的採購合同條款共享。在更加完善的物流體系的支持下，集中區域採購規模優勢促使本集團與更多生產商合作，降低了採購成本，拓展了毛利空間，並獲得了更多促銷支持。

推進「農超對接」、「基地直採」，提高商品質量，降低商品價格，拓展毛利空間。 報告期內，在政府相關部門的支持下，本集團在北京市場的部分大型超市及生活超市開展「農超對接」項目試點，以山東為主要採購基地，以河北、四川、福建、新疆、海南等特色蔬果產地為補充。通過「農超對接」，「基地直採」蔬果產品在採摘後24小時之內保證通過物美配送中心運送到店鋪並上架銷售，在商品質量提高的同時，採購成本大幅下降，消費者享受到了比農貿市場更實惠的價格，客流量明顯增加，本集團蔬果商品的毛利水平也得到提升。

優化供應商結構，維護和諧共贏的零供關係。 報告期內，本集團全面優化供應商結構，在嚴格控制供應商總量的基礎上，增加生產商及優質代理商佔比，淘汰經營能力弱、經營觀念陳舊的供應商。同時與國際及國內主力商品供應商展開品類管理、庫存管理等項目合作，並邀請供應商代表擔任特約觀察員，與顧客一起監督本集團經營管理，定期召開座談會，聽取供應商代表的意見與建議，並逐項說明本集團的改進措施，不斷維護和諧、共贏的零供關係。

營銷優化

依托信息系統，繼續創新行銷手段和行銷模式，精細化營銷管理，促進銷售業績大幅提升及營銷費用的降低。 報告期內，本集團在WINBOX@SAP及Retailix POS系統的支持下，大力度開發及實施「多條件組合」促銷，共開發出48種組合促銷模式，其中整單滿額換購、品類折扣、第二件五折、整箱特價等促銷方式深受消費者的喜愛。報告期內，與在WINBOX@SAP系統下分組管理店鋪的模式保持一致，本集團針對各業態不同店鋪組實施有差別的營銷活動，更有針對性，更符合目標顧客群的需求。創新的營銷模式及更加精細化的營銷管理吸引了更多消費者，提升了客單價及毛利水平，並節約了營銷費用。

物美首家店十五周年、美廉美成立十周年，周年慶活動紅透北京市場。 報告期內，恰逢本集團首家店開業十五周年、美廉美成立十周年，為此，本集團與廣大供應商合作，開展了大規模的全品類、大力度的周年慶營銷活動。本集團充分運用各種新穎的促銷手段，舉辦雙倍積分、幸運抽獎、會員有禮等活動，同時配合媒體宣傳，在北京市場引起強烈反響，周年慶營銷活動紅透北京城。周年慶活動期間，消費者再一次切身體會到了本集團極具競爭力的價格，優質的商品和持續完善的服務，物美的店鋪形象與企業形象得以極大提升。

加強會員管理，提升會員忠誠度。 報告期內，本集團加大對會員信息的管理、分析，開展專門針對會員的營銷活動，設立會員日，完善會員積分及積分回饋規則，對部分優質顧客嘗試進行准點營銷策略，將促銷信息以短信形式發送給會員，為會員提供貼心服務，將真正的實惠回饋給會員，提升會員忠誠度，並吸引更多消費者爭相成為本集團會員。

積極挖掘團購客戶，開闢新的增長點。 報告期內，本集團利用區域規模大、店鋪網點密集，商品質優價廉、服務貼心快捷等優勢，主動「走出去」，積極挖掘團購客戶，開闢了新的增長點，通過與大客戶的合作宣傳了企業，鞏固了本集團良好的企業形象。繼二零零八年物美便利超市1,000名員工服務奧運後，報告期內，本集團以強大的配送能力，質優價廉的商品及快速、到位的服務贏得了國慶慶典籌委會的青睞，在中華人民共和國成立60周年慶典活動期間承擔了為閱兵隊伍及中外記者提供配餐的任務，本集團強大的商品實力，快速反應、團隊作戰和優質服務受到各界一致認可。

店鋪優化

通過改造店鋪改善購物環境，提升店鋪形象與企業形象。 報告期內，本集團以大型超市陳列豐滿、有氣勢、講求空間的層次感，便利超市精巧、精緻、精細為目標，對部分店鋪進行了升級改造。在一些大型超市大膽嘗試了強化百貨的調改，在賣場的百貨區新增主題專區，各個區域運用關聯陳列、情景陳列突出主題，商品陳列漂亮、豐滿。改造後的店鋪，賣場通透、動線清晰、燈光柔和，以更加亮麗、熱情、富有活力和時代感的形象開門納客，營造出更加舒適溫馨的購物環境，全面提升了本集團的店鋪形象及企業形象。

改進售賣方式，創新陳列道具，為消費者提供溫馨舒適、方便有趣的購物體驗。 報告期內，本集團嘗試在店鋪改進售賣方式，加強情景陳列、關聯陳列，如在蔬果區營造田

園風情，在家居用品區搭建廚房實景，以瓷器、籐條筐、托盤、原木箱等器具做陳列道具，凸顯商品檔次，並自主設計、製作百變貨架等新型陳列道具，利用「耳朵陳列」增加通道磁石點，提高客流滲透率。更加生活化的售賣方式和陳列道具讓顧客在本集團賣場的購物體驗更加溫馨舒適、方便有趣。

狠抓店鋪營運標準化，提高服務質量，增強門店競爭力。 報告期內，本集團調整和細化了基礎巡檢項目，將安全購物、團購客戶維護、質量管理、設施設備維護等內容納入其中；推動了百貨、清潔等品類的陳列標準優化，將小分類縱向陳列、促銷位陳列標準的執行及顧客購物方便度等列為關鍵關注點，全面提升商品力及服務質量，增強門店競爭力。

供應鏈優化

落實商業模式創新、作業模式創新、組織模式創新和激勵模式創新的各項具體措施，推動物美供應鏈由成本中心向利潤中心的轉變。

報告期內，本集團緊緊圍繞「主力供應商策略、基地直採策略、寄售策略和機構配送策略」四個主要方面探索商業模式創新，拓展配送業務，配送費收入得到大幅提升。圍繞「高度信息化、充分機械化和適度自動化」三大原則進行作業模式創新，大幅度提高了配送中心的作業效率，降低了運作費率，合理管控庫存，縮短庫存周轉天數。通過實施「職級不變，崗位下移，一專多能」的組織架構扁平化方案，探索組織模式創新，在配送費收入較去年同期增加的同時，人事成本大幅度下降，並培養出了一批既懂理論又懂實際操作、既懂管理又懂經營，具備兩種以上核心物流操作技能的人才。在人效提升、技能增強的基礎上，探索骨幹員工主管化等激勵模式創新，充分調動幹部員工的工作熱情和積極性。

WINBOX@SAP

WINBOX是物美核心競爭能力和綜合競爭優勢的重要體現，是提升經營技術、提高經營效率的基礎。

報告期內，WINBOX項目形成了本集團獨特的零售核心技術構架W2M1.0版，即WINBOX + VRM (Vendor Relationship Management 供商訂單結算平台) + MRM (Manager Relationship Management 內部管理報表平台)。本集團通過VRM實現了與供應商之間的信息共享、網上對賬和網上結算，與有條件的供應商實現了EDI (Electronic Data Interchange 電子數據交換) 對接。MRM提供的數據報告功能簡約、便捷、高效，為信息系統的快速推廣奠定了基礎。

報告期內，本集團繼續優化信息系統。完成了BW系統建模的優化，業務用戶的信息處理時間明顯縮短，決策速度得到了提高，工作效率得到了提升。繼續優化了POS系統，促銷邏輯更為本土化，業務部門的應用也更為靈活。EFT (Electronic Funds Transfer 電子資金轉賬) 在北京店鋪的應用推廣，顯著提高了收銀效率，大幅度降低了通訊成本。資產管理模塊上線，利用系統對本集團資產實現動態管理、事前風險控制，提高資產使用效率，有利於資產保值，節約成本。

報告期內，WINBOX實現了以門店組為管理單元，以MC(Merchandise Category品類)為績效中心，IM(Inventory Management庫存管理)為業務與財務集成的樞紐，以強大的後台支持簡約的店鋪銷售前台(如VRM)等重大世界水平的技術與管理突破，為實現從「橄欖型」到「啞鈴型」的組織變革，走出「規模擴張與管理成本居高不下」、「規模發展與精細化管理水平低下」的兩大瓶頸，實現以邊際成本的不斷優化支持高速穩健擴張拓展出了一條新生之路。

報告期內，本集團在信息平台的技術支持下，把技術創新成功地應用在超市運作的各個環節，創造性地進行了業務流程再造和整個供應鏈的整合，大大提高了從顧客需求的快速反應、訂單管理、配送管理、庫存管理到供應商協同的效率，獲得了行業的高度認可。憑藉WINBOX的核心ERP技術與POS技術的九大創新：技術創新、應用創新、連鎖零售業信息系統集成創新、連鎖零售業務與財務管理高度集成創新、數據審計智能化創新、精細化管理集成創新、商業模式創新、作業模式創新及管理架構創新，WINBOX項目於報告期內贏得國內外三大獎項：中國企業信息化最高榮譽「重大企業信息化建設成就獎」、第三屆中美CIO峰會頒發的「2009年信息化最佳IT項目實施獎」及國家發展和改革委員會、科學技術部、工業和信息化部、中國商業聯合會等部門聯合主辦的全國商業科學技術大會頒發的「全國商業科技進步獎特等獎」。

人力發展

物美為所有優秀人才提供廣大的舞台！

不斷優化績效考評制度，並完善本集團人才選任、幹部選拔體系。 報告期內，本集團完成了對本集團核心幹部二零零九年上半年績效考評工作，進一步在企業樹立起「多幹、能幹、會幹就能不斷地得到提拔、獎勵與輪崗機會」的觀念，並在全集團達成共識。本集團持續優化績效考評體系，利用嚴格的考核指標明確對各崗位人才的要求，將階段性考核與日常考核無縫銜接，在公平、公正、公開的原則基礎上，實現優勝劣汰，在本集團內持續地樹立、優化精準的人才選任、幹部選拔體系，為本集團的快速發展甄別、選拔人才。

持續打造專業化、職業化隊伍，實現更多幹部「物美造」。 本集團通過實施系列人才培養計劃，持續打造專業化、職業化隊伍，強化內部培養與選拔。報告期內，本集團繼續實施「百人計劃」，共有58人參加培訓，8人通過了嚴格的考核獲得店長人選資格，其中4人已正式擔任店長職務；共計389人次參加了信息系統升級培訓；199人次參加了管理幹部提升培訓；869人次參加了各類專業培訓，從而實現更多幹部「物美造」。

優化培訓體系，為本集團的快速發展做好人才儲備。 報告期內本集團成立E-learning項目小組，建立本集團基於網絡的遠程培訓綜合管理平台，將課程通過遠程通訊網絡進行傳播，使培訓活動不受地點、時間限制，同時通過系統完成培訓數據的管理，從而掌控培訓進度、評估培訓效果、瞭解培訓需求、更加科學合理地制定培訓計劃。本集團將培訓與晉升相結合、培訓與考評相結合，繼續實施系列人才培養計劃，報告期內，物美發展學院共組織各類培訓44期，培訓人員1,515人次，不僅使廣大員工、幹部提升技能，專業水平及管理水平，以適應本集團的快速發展，而且為本集團的快速發展做好人才儲備。

與著名學府、大中專院校、人才機構廣泛深入的合作，拓寬招聘途徑。堅持幹部「物美造」的同時，本集團於報告期內，與國內著名學府、大中專院校、人才機構等廣泛深入合作，主動到學校招聘研究生和本科生等優秀畢業生，做為各層級崗位的重點培養對象，使他們盡快成長，使物美的幹部隊伍朝氣蓬勃，幹部員工隊伍結構不斷優化。與此同時，本集團以開闊的胸懷使加盟物美的幹部、員工快速融入物美體系，使物美呈現人才輩出、人才濟濟的局面。

應用先進技術、改進作業模式、優化組織結構，提升組織效率，控制人事費用。 在二零零八年WINBOX-HR系統全面上線投入應用的基礎上，本集團於報告期內完成了56個優化項目，並分別於五月八日和十一月十日在天津公司和華東公司總部及店鋪成功上線。上線之後，通過統一的數據平台，各公司各級人力資源工作人員能夠在第一時間掌握人員的變化情況，實現了HR業務數據信息實時共享，為準確、快速進行人事決策奠定了基礎。通過WINBOX-HR系統與考勤機的集成，有效提高了考勤管理效率及考勤數據的準確性。

報告期內，結合WINBOX@SAP系統優化工作的不斷深入，本集團通過加強工時和排班管理，改進作業模式；通過「職級不變、崗位下移、一專多能」，優化組織結構，實現扁平化等措施提升了組織效率，有效地控制了人事費用。

展望

二零一零年：物美的核心經營技術提升年物美百年老店的新徵程年

二零一零年將成為中國經濟又一輪上升週期的開始，對全體物美人來說更將是一個重要發展機遇年，這種機遇來自於國家拉動內需、支持農超對接等利好政策，來自於本集團持續的區域領先戰略，來自於物美信息技術、物流技術和經營技術已經取得的階段性成果，來自於全體物美人的奮發努力！

二零一零年，本集團將進一步強化全過程的供應鏈職能，改變與完善各業務環節的作業流程，打造全過程供應鏈企業，全面提高物美的供應鏈效率，向流通產業工業化邁進。

二零一零年，本集團將持續提升流程技術、品類技術、營銷技術、採購技術、訂貨技術、陳列技術、損耗控制技術、防損技術等專業技術，使各項業務流程化，專有技術標準化，並以此全面提升廣大幹部員工的業務素質和技術水平，全面提升賣場形象，使物美的賣場成為消費者最喜愛的賣場。

二零一零年，我們將大力加強績效考評，使更多的優秀人才在物美不斷湧現，同時吸引更多優秀人才加入物美，共同打造消費者喜愛的百年老店！

股息分派

董事會建議每股派發人民幣0.18元(含稅)末期股息，並將於二零零九年度股東周年大會(「股東周年大會」)以普通決議案通過後，派付於股東周年大會召開日名列本公司股東名冊的股東。

本公司向截至股東周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、其他企業代理人或受托人、或其他組織及團體)派發末期股息，將扣除10%的所得稅，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。派發給本公司內資股股東的股息將以人民幣支付，派發給本公司H股股東的股息將以港元支付。

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

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

於二零零九年十二月三十一日，本集團有銀行貸款為人民幣17,700千元以賬面值約人民幣27,446千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。

存貨

本集團存貨按成本及可變現淨值兩者中較低者列賬。成本採用加權平均法計算。

本集團於二零零九年十二月三十一日，經審核之存貨餘額約人民幣838,803千元(二零零八年：約人民幣733,210千元)，報告期內作為成本列支的金額約人民幣9,580,791千元(二零零八年：約人民幣7,987,333千元)。

可供分派儲備

本公司於二零零九年十二月三十一日之可供分派儲備約人民幣1,019,993千元(二零零八年：約人民幣809,945千元)。

或有負債

於二零零九年十二月三十一日，本集團沒有任何重大或有負債。

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，審核委員會共召開四次會議，會議審閱了本集團所採納之會計原則及方法，審核了二零零八年度業績及二零零九年季度和中期賬目，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二零零九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

本公司董事已就董事買賣本公司的證券交易，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。報告期內，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。

重大不利變動

截至二零零九年十二月三十一日止，董事確認，本集團的財政或經營狀況並無任何重大不利變動。

核數師

隨附的綜合財務報表是由德勤•關黃陳方會計師行審核。在過去三年內，本公司未更換核數師。

承董事會命
董事長
吳堅忠博士

中國•北京
二零一零年三月二十三日

於本公告日期，董事會由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及趙令歡先生；以及獨立非執行董事韓英先生、李祿安先生及呂江先生組成。

本公告將於創業板網站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。