



物美
WU MART

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)
股份代號：8277



天天价廉 永远物美

第一季度報告

2011

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，並明確表示概不就因本報告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

本報告乃遵照創業板上市規則之規定而提供有關北京物美商業集團股份有限公司之資料。北京物美商業集團股份有限公司各董事願就本報告所載資料共同及個別承擔全部責任，並在作出一切合理查詢後確認，就彼等所深知及確信，本報告所載資料在各重大方面均屬準確完整，並無誤導或欺詐成分，且本報告並無遺漏任何其他事項，致使本報告任何內容有所誤導。

摘要

截至二零一一年三月三十一日止三個月未經審核業績與二零一零年同期比較：

	變動	截至三月三十一日止三個月	
		二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
收益總額	20.2%	4,394,296	3,654,402
綜合毛利	22.4%	835,159	682,326
本公司權益所有人應佔盈利	21.7%	190,101	156,204
每股盈利基本(每股人民幣元， 股票面值人民幣0.25元)	18.9%	0.1484	0.1248

- 截至二零一一年三月三十一日止，本集團之店鋪總數513間。
- 於二零一一年三月三十一日，本集團之淨資產總額約為人民幣3,047,312千元。
- 截至二零一一年三月三十一日止三個月，可比較店鋪銷售增長13.3%。
- 截至二零一一年三月三十一日止三個月，本集團之存貨周轉期為30天，應付賬款周轉期為66天。

季度業績

綜合全面收益表

	附註	截至三月三十一日止三個月	
		二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
銷售貨品營業額	2	3,950,383	3,312,074
銷售成本		(3,559,137)	(2,972,077)
毛利		391,246	339,997
其他收益		443,913	342,328
投資及其他收入		60,477	49,319
分銷及銷售成本		(516,570)	(415,033)
行政費用		(100,549)	(77,875)
應佔聯營公司盈利		(1,344)	(930)
應佔合營企業盈利		1,662	1,776
融資成本		(3,538)	(7,508)
稅前盈利		275,297	232,074
所得稅開支	3	73,503	(62,665)
期內盈利	4	201,794	169,409
包括：			
本公司權益所有人		190,101	156,204
非控制性權益		11,693	13,205
		201,794	169,409
每股盈利基本(每股人民幣元)	6	0.1484	0.1248

財務資料附註：

1、 呈報基準

本集團未經審核綜合財務報表乃按照聯交所創業板證券上市規則之披露規則編製而成。

綜合財務報表已按照歷史成本法編製，惟若干以公允價值計量的金融工具則除外，並在以下所載之會計政策中解釋。

編製報告期內未經審核的綜合財務報表所採用之會計政策及編製基準與本集團截至二零一零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、修改及詮釋：

香港財務報告準則(修改)	二零一零年香港財務報告準則的改進 ¹
香港財務報告準則第7號(修改)	披露轉讓金融資產 ³
香港財務報告準則第9號	金融工具 ⁴
香港會計準則第12號(修改)	遞延稅項：收回相關資產 ⁵
香港會計準則第24號(二零零九年經修訂)	關連方披露 ⁶
香港會計準則第32號(修改)	供股發行的歸類 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 ⁴
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 ²

¹ 自二零一零年七月一日或二零一一年一月一日(如適用)或之後開始的年度期間生效。

² 自二零一零年七月一日或之後開始的年度期間生效。

³ 自二零一一年一月一日或之後開始的年度期間生效。

⁴ 自二零一三年一月一日或之後開始的年度期間生效。

⁵ 自二零一二年一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 自二零一零年二月一日或之後開始的年度期間生效。

本公司董事預期，應用其他新增及經修訂準則、修改及詮釋，對本集團的業績及財務狀況不會產生任何重大影響。

2、營業額及其他收益

本集團報告期內之營業額及其他收益確認如下：

	截至三月三十一日止三個月	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
營業額		
銷售貨品	3,950,383	3,312,074
其他收益		
出租店鋪經營場地的租金收入	110,612	95,329
來自供貨商之收入，包括店鋪陳列收入 及宣傳收入	364,697	273,250
營業稅及其他政府收費	(31,396)	(26,251)
收益總額	4,394,296	3,654,402

3、所得稅開支

	截至三月三十一日止三個月	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
稅務支出包括：		
中國所得稅	73,503	62,665
	73,503	62,665

報告期內稅務支出與綜合全面收益表所示的稅前盈利對賬如下：

	截至三月三十一日止三個月	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
稅前盈利	275,297	232,074
按稅率25%計算的中國所得稅	68,824	58,019
應佔聯營公司及合營企業盈利的稅務影響	(80)	(212)
未確認稅務虧損的稅務影響	4,759	4,858
期間所得稅	73,503	62,665

4、 期內盈利

報告期內盈利經扣除(計入)下列項目後得出：

	截至三月三十一日止三個月	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
折舊及攤銷	84,962	63,769
利息收入	(2,709)	(2,127)
租用土地及物業的經營租約租金	136,194	110,112
薪金和人員福利	200,743	152,821

5、 股息

董事會建議不派發截至二零一一年三月三十一日止三個月之股息(二零一零年三月三十一日止三個月：無)。

董事會建議的二零一零年度末期股息每股人民幣0.20元(含稅)，尚待獲得股東大會審批。

6、每股盈利

每股基本盈利根據以下數據計算：

	截至三月三十一日止三個月	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
本公司權益所有人應佔期間盈利 (人民幣：千元)	190,101	156,204
加權平均股數用於計算每股基本盈利(股)	1,281,274,116	1,251,274,116

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。

7、儲備

本集團截至二零一一年三月三十一日止三個月之儲備變動如下：

	截至三月三十一日止三個月					二零一零年 合計 人民幣千元 (未經審核)
	股份溢價 人民幣千元 (未經審核)	其他儲備 人民幣千元 (未經審核)	二零一一年 法定公積金 人民幣千元 (未經審核)	保留盈利 人民幣千元 (未經審核)	合計 人民幣千元 (未經審核)	
於一月一日	1,705,973	(733,253)	297,174	1,266,998	2,536,892	1,949,344
截至三月三十一日止 三個月之期內盈利	—	—	—	190,101	190,101	156,204
於三月三十一日	1,705,973	(733,253)	297,174	1,457,099	2,726,993	2,105,548

業務回顧

財務回顧

收益總額

報告期內，本集團之收益總額約為人民幣4,394,296千元，較去年同期增長約20.2%。剔除以成本價向托管店鋪以及關聯企業的商品銷售，收益總額較去年同期增長約20.7%。收益總額增長主要是源於可比較店鋪的銷售增長和新開店鋪的收益貢獻。報告期內，本集團可比較店鋪的銷售增長達到13.3%，增幅較去年同期增加了2.7個百分點。可比較店鋪的銷售增長除部分商品價格上漲因素外，本集團通過品類優化，開展多元化的促銷活動，提供多種增值服務的方式不斷提高顧客的滿意度，從而增加了來客數和客單價。

綜合毛利額及綜合毛利率

報告期內，本集團之綜合毛利額約為人民幣835,159千元，較去年同期增長約22.4%。本集團之綜合毛利率約為19.0%，較去年同期增長0.3個百分點，剔除以成本價向托管店鋪以及關聯企業的商品銷售，綜合利率約為19.6%，較去年同期增長0.3個百分點。綜合毛利的提升主要是因為：(1)更加合理的價格策略和營銷方式保證了綜合毛利率的穩步增長。(2)採購規模擴大，對供應商的議價能力提高，使得綜合毛利率提升。(3)報告期內本集團通過擴大農超對接的商品範圍，將乾貨類商品納入農超對接範圍，進一步降低了採購成本。

分銷及銷售費用和行政費用

分銷及銷售費用和行政費用分別包括店鋪和總部的人員費用、租賃費用、折舊及攤銷和能源費用。報告期內，分銷及銷售費用和行政費用分別約為人民幣516,570

千元及人民幣100,549千元，佔收益總額的比例分別約為11.8%及2.3%（二零一零年同期：金額分別為人民幣415,033千元及人民幣77,875千元，佔收益總額的比例分別約為11.4%及2.1%）。該比例提升主要是由於人員費用增加所致。報告期內，根據市場人力資源成本的情況，本集團提高了基層技術員工的工資水平，從而保證店鋪運營所需的人力。

淨利潤及淨利潤率

報告期內，本集團通過進一步加強預算分析和管理工作，落實各項增收節支方案，最終實現淨利潤約為人民幣190,101千元，較去年同期增長約21.7%。本集團之淨利潤率約為4.3%，與去年同期持平。剔除以成本價向托管店鋪以及關聯企業的商品銷售，淨利潤率將上升至4.5%，較去年同期增長0.1個百分點。

業務回顧

零售網絡

在堅定恪守區域發展戰略原則下，本集團繼續積極滲透北京、天津及浙江市場。截至二零一一年三月三十一日止，本集團及其聯營公司（北京超市發連鎖有限公司（「超市發」）除外）、合營企業直接經營及通過訂立《特許經營協議》和《委託經營和管理協議》經營與管理的零售網絡共513間（二零一零年三月三十一日：472間），其中大型超市123間，便利超市390間（含生活超市、高端超市及便利店）；總銷售面積達629,633平方米（未包含聯營公司店鋪、加盟店）。

報告期內，本集團新開大型超市直營店6間，關閉1間；新開便利超市直營店13間，關閉2間；新增加盟店5間。

截至二零一一年三月三十一日止，本集團及聯營公司、合營企業經營與管理的店鋪(超市發店鋪除外)情況如下：

	大型超市 店鋪數	便利超市 店鋪數	合計	分佈區域
直營店	121	266	387	北京、天津、河北、浙江
加盟店	—	86	86	浙江
托管店	2	38	40	天津
合計	123	390	513	

持續探討高端超市，打造差異化競爭優勢

本集團繼續探索高端超市業態運行模式，以期完善該業態。報告期內，本集團重點對高端超市消費者結構、消費需求及特點進行調研，逐步清晰高端超市消費者定位，並據此調整了高端超市商品結構，推出有機、綠色的健康食品、帶有異域風情的進口商品和地方特色商品、季節性商品等，同時結合ACNielsen每周新品報告等分析報告引進商品，以達到「人無我有，人有我精」，使高端超市的商品逐步滿足高端超市消費者的需求，並受到認可。同時本集團以積極的定價策略和創新促銷方式，營造出時尚、溫馨、親和的賣場環境，給顧客帶來舒適、有品位的購物享受，穩定並吸引了越來越多高層次消費群體，也增加了大眾消費者惠顧本集團高端超市的頻次。

積極進行品類優化，提升客單價

本集團一直致力於品類優化工作。報告期內，本集團高管團隊利用春節假期召開研討會，探討如何通過創新採購模式發揮規模效應、信息技術和物流技術的優勢，

提高本集團商品力。在研討會上，本集團結合自身綜合毛利結構、品類結構等方面的現狀，明確提出本集團的商品品類要結合經營水平與能力進行調整，使經營成果有好的呈現，從而全面提升本集團的品類管理與商品力。針對研討會所確定的原則，本集團對各類店鋪的商品結構、商品配置、商品陳列進行了修訂與調整，如增加生鮮客品數，擴大家電產品國際品牌、國內一線品牌的陳列資源等，並相應改變定價策略，提高敏感商品價格的競爭力、增加促銷頻率與力度，實現了來客數、客品數及客單價的全面提升。

推行減課併組與推式補貨，提高店鋪運營效率

面對日益增加的人力資源成本，為進一步提升店鋪效率，最終提高供應鏈效率，本集團於報告期內推進減課併組工作，對於銷售額不高的店將課與組合併，要求一線員工一專多能，二線人員會收銀，從而使店鋪運營成本得以有效控制。

本集團大賣場開始推進店鋪自動補貨的全面工作，報告期內部分店鋪已上線的自動補貨系統運行狀況良好。自動補貨系統上線有效地降低了店鋪缺品狀況，降低了店鋪員工的後台勞動量，提升了店鋪商品補貨的及時度同時在推進自動補貨過程中，對於運營中的品類管理、陳列資源運用的進一步規範與優化亦起到推動作用。

發揮規模優勢，整合供應商資源，提升品質保證

報告期內，本集團完成了二零一一年採購合同談判與簽訂工作。對供應商資源進行整合，引進具有競爭力的供應商，淘汰表現不佳的供應商，加大生產商佔比。實現了部分大品牌供應商在浙江地區、天津地區與北京地區的聯合談判，取得了更有競爭力的合同條款，體現規模優勢及協同效應。

配合近期國家質量安全的最新政策，本集團對各供應商的商品包裝標識、產地、包裝宣傳進行了全面排查，對不符合國家規定的商品進行了下架並再次審核供應商資質，確保商品質量及供應商質量。

豐富促銷活動，改進會員制度，促進銷售、毛利平衡增長

春節的營銷是全年營銷方案中重要的一環，報告期內，本集團針對2011年春節營銷以「穩中求變」的策略進行策劃，保留了「送春聯」、「送檯曆」、「好運一把抓」和「年俗券立減」等促銷活動，增加了「品類折扣」等活動，受到消費者喜愛與認可，使得春節期間本集團的銷售和來客均有較好提升。

為了進一步穩固並增加會員，鼓勵高客單價、高正價商品購買率，保持銷售、毛利、來客的長期有效提升，本集團依托強大的IT支持將原有的所有商品採用同樣的會員積分政策，變更為可以根據商品毛利情況進行區別積分的積分政策，使購買高毛利商品獲得更多的積分。在更改會員積分制度之時，本集團開展了指定時間段內會員積分回饋活動，以嘗試獎勵持續購買。本次營銷活動使會員及時瞭解了積分政策變化，增加了會員的積分認知度及對積分回饋的認可，調動了會員使用積分的熱情，從而促進了來客數、客單價的提升，並在春節銷售高峰期帶動了高毛利商品的銷售，提高了銷售和毛利。

WINBOX在杭州上線成功，進一步統一IT系統平台

報告期內，本集團完成了於杭州地區物美品牌店鋪ERP實施項目——包括品類、採購、營運、營銷、店鋪、供應鏈及財務等系統功能上線成功，流程得到全面升級。

同時完成了對供應商等合作夥伴的系統應用及流程培訓。此項目進一步推動了本集團IT系統的平台統一、標準統一和流程統一，降低了IT系統運維成本，提升了本集團的管理競爭力。

報告期內，物美「多業態大型連鎖商業協同供應鏈系統集成創新與應用」項目（「本項目」）通過由中華人民共和國商務部信息化司組織的科技成果鑒定，其電子商務系統的送貨預約和協同供貨、多元協同促銷、銷售預測與自動補貨、多模式聯合分揀與物流作業調度等關鍵技術達到了國際先進水平，進一步推動了本集團經營技術的提升。本集團通過構建多業態大型連鎖商業供應鏈整體績效模型，提出的以供應鏈整體績效最大化為目標的多業態大型連鎖商業供應鏈協同策略，開發的多業態大型連鎖商業供應鏈協同的集成信息平台，從而將零售企業ERP系統等多個供應鏈業務功能系統進行了無縫對接和集成創新，有效地支持本集團供應鏈的協同運行，並提升供應鏈的運行績效。

依托IT系統提供增值服務，提升主營業務收入

依托IT技術優勢及龐大的店鋪網絡資源，本集團與中國移動業務合作，積極開拓新型銷售渠道，提升服務類商品銷售佔比及主營業務收入，於報告本集團通過店鋪收銀台進行手機充值業務、移動用戶積分兌換業務、交通銀行客戶積分消費業務以及電子優惠券業務等，為顧客提供極大的便利，實現移動手機在本集團店鋪POS機直接充值、移動電子密碼回饋銷售超億元，對本集團中小型店鋪銷售業績的提升起到了更為明顯的促進作用。

績效考評、培訓納新，為本集團快速發展提供人才保障

報告期內，本集團制定了二零一一年經營考核方案，全系統實現了按崗位KPI(關鍵考核指標)進行考核，完成了本集團二零一零年度績效考評，並兌現了考評結果。對考評成績排名前15%的員工給予提薪升職，後5%予以調職、降薪或解聘。績效考評對獎勵先進、調動員工的工作積極性發揮了重要作用，通過考評發現、提拔了部分基層幹部到重點、急需的崗位，充實了本集團的幹部隊伍。

為了建設一支專業化、職業化隊伍及滿足本集團快速發展對人才的需求，本集團招聘中心在報告期內招聘應屆大學生104名，這些應屆大學生將通過3-6個月的系統實習與培訓，經考試合格後，將赴物美各店鋪的幹部崗位或總部各專業管理崗位任職。物美發展學院繼續實施系列人才培養計劃，報告期內，組織了21期培訓，共505人次。主要包括：百人計劃培訓、管理培訓、營運培訓、E-learning系統培訓、ERP系統培訓、新入職員工培訓等，通過一系列的培訓，提高幹部、員工的專業技能和營運知識，為總部、店鋪提供人才儲備。

展望

二零一一年一季度，國內生產總值96,311億元，同比增長9.7%，社會消費品零售總額42,922億元，同比增長16.3%，居民消費價格同比上漲5%，國民經濟平穩增長，以及隨著城鄉居民收入的穩步增加，為零售的發展提供有利的環境。本集團將把握機遇，加快零售網絡發展，提高市場佔有率，同時進一步發揮規模優勢，整合資源，

提升商品力，在WINBOX系統、物流系統的支持下，不斷提升營運標準，提高經營水平，降低運營成本，提高物流運營效率，增加行銷工作的有效性，加強標準化建設，不斷提升業績。本集團將不斷通過培訓提升幹部、員工技能，同時優化流程提升勞效，以有效控制因人力成本持續剛性增長帶來的總體人力資源成本增長。本集團將努力保持本年度開局的良好勢頭，為完成二零一一年全年業績奠定堅實基礎，並為股東創造更好的回報。

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，審核委員會召開了一次會議，審閱了本集團所採納之會計原則及方法，對本集團二零一零年年報進行審閱，並已討論內部監控及財務報表等事宜，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

於二零一一年三月三十一日，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條規定儲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：

	內資股 數目 (股)	佔已發行 內資股本 總額的概約 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	12.52	受控公司的權益
蒙進暹博士 ^(附註2)	48,251,528	6.48	3.77	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，蒙進暹博士將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，於二零一一年三月三十一日，本公司各董事、監事及最高行政人員或彼等的聯繫人士，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。

截至二零一一年三月三十一日止，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

於二零一一年三月三十一日，根據本公司按照證券及期貨條例第336條規定儲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	38.86
北京京西硅谷科技有限公司 (「京西硅谷」) ^(附註1)	497,932,928	66.86	38.86
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	38.86
物美控股 ^(附註2)	497,932,928	66.86	38.86
銀川新華百貨商店股份有限公司 (「新華百貨」) ^(附註3)	497,932,928	66.86	38.86
網商世界電子商務	160,457,744	21.55	12.52

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、截止目前，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公告），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。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六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審議上述發行股份購買資產事項。

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 (%)
JPMorgan Chase & Co. (附註1)	111,191,273	20.72	8.68
Arisaig Asia Consumer Fund Limited (附註2)	65,978,000	12.30	5.15
Arisaig Partners (Mauritius) Limited (附註3)	65,978,000	12.30	5.15
Cooper Lindsay William Ernest (附註4)	65,978,000	12.30	5.15
T. Rowe Price Associates, Inc. 及其 其關連公司 (附註5)	59,586,408	11.10	4.65
Artio Global Management LLC (附註6)	48,695,300	9.08	3.8
Invesco Hong Kong Limited (以多個賬目的經理／顧問身份) (附註7)	37,040,000	6.90	2.89

附註：

- 其中804,000股H股由JPMorgan Chase & Co.以實益擁有人身份持有，53,328,000股H股以投資經理身份持有，57,059,273股H股以托管公司／核準借出代理人身份持有。
- 此等65,978,000股H股由Arisaig Asia Consumer Fund Limited以實益擁有人身份持有。
- 此等65,978,000股H股由Arisaig Partners (Mauritius) Limited以投資經理身份持有。
- 此等65,978,000股H股由Cooper Lindsay William Ernest透過其所控制的法團的權益持有。
- 此等59,586,408股H股由T. Rowe Price Associates, Inc.及其關聯公司以投資經理身份持有。
- 此等48,695,300股H股由Artio Global Management LLC以投資經理身份持有。
- 此等37,040,000股H股由Invesco Hong Kong Limited以投資經理身份持有。

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。

企業常規管治守則

報告期內，本公司已應用創業板上市規則附錄十五所載企業管治常規守則所有守則條文的原則，並已於截止二零一一年三月三十一日止三個月在適當地方採納建議最佳常規。

競爭關係

物美控股主要在天津、上海、江蘇及銀川連鎖零售業務。

本集團主要在北京、浙江及天津開展連鎖超市業務。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》，二零一零年十一月二十九日，本公司與物美控股簽訂了《二零一一至二零一三年度委託經營及管理協議》，本集團繼續為物美控股及其附屬公司提供商品供應、配送及管理服務。物美控股嚴格按照《不競爭協議》及《委託經營和管理協議》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，據董事會所知，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。

期後事項

根據本公司股東大會對董事會的授權，董事會於二零一一年三月二十二日宣佈實施股份合併及資本化發行。股份合併與資本化發行於二零一一年四月十二日生效（詳見本公司於二零一一年三月二十二日刊發的實施股份合併與資本化發行之公告）。於生效日，本公司每四股面值為人民幣0.25元之現有股份合併成一股面值為人民幣1.00元之合併股份，同時本公司資本公積中的人民幣960,955,587元轉增為註冊資本，共計發行960,955,587股每股面值人民幣1.00元的資本化股份，於二零一一年四月十一日（登記日）登記於本公司股東名冊上的所有股東，每持有一股合併股份即可獲得三股同類別資本化股份。自股份合併及資本化發行生效後，本公司股票面值由人民幣0.25元／股變更為人民幣1元／股，註冊資本由人民幣320,318,529元增至人民幣1,281,274,116元，已發行總股份數不變仍為1,281,274,116股，其中H股仍為536,568,000股，仍佔本公司已發行總股本的41.88%；內資股仍為744,706,116股，仍佔本公司已發行總股本的58.12%。

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
二零一一年五月五日