



**GOME ELECTRICAL APPLIANCES HOLDING  
LIMITED**

**國美電器控股有限公司\***

(於百慕達註冊成立之有限公司)

( 股份代號： 493 )

**截至二零零七年十二月三十一日止年度  
全年業績公布**

**2007年財務摘要**

- 收入達人民幣424.79億元， 增長為71.77%
- 綜合毛利率（毛利率加其他收入率）上升1.04%至15.64%
- 稅前利潤達人民幣15.28億元， 利潤率約為3.60%
- 權益所有者應佔純利增加37.62%至人民幣11.27億元
- 每股基本盈利為人民幣35分
- 扣除可換股債券之衍生工具公允價值評估及匯兌損益、投資性物業公允價值評估等非經營性損益後，本公司股權持有人之利潤約為人民幣18.83億元（較2006年增加155.80%），對應的本期每股基本盈利約為人民幣59分（2006年約為人民幣34分）。
- 董事會已建議派末期股息每股港幣10.6仙， 2007年的股息總額為每股港幣18.7仙

國美電器控股有限公司（「本公司」）董事會公布本公司及其附屬公司（「本集團」）於截至二零零七年十二月三十一日止年度之已審核業績，現呈列如下：

## 綜合利潤表

截至二零零七年十二月三十一日止年度

	附註	2007 人民幣千元	2006 人民幣千元
收入	3(a)	42,478,523	24,729,192
銷售成本		<u>(38,383,276)</u>	<u>(22,369,445)</u>
毛利		4,095,247	2,359,747
其它收入及利得	3(b)	2,546,876	1,251,780
營銷費用		(3,547,907)	(2,123,158)
管理費用		(686,740)	(418,329)
其它支出		<u>(604,768)</u>	<u>(156,087)</u>
經營活動之利潤		1,802,708	913,953
財務支出	5	(193,369)	(65,404)
財務收入	5	424,241	126,154
可換股債券之衍生工具（損失）／利得		<u>(505,483)</u>	<u>93,519</u>
稅前利潤	6	1,528,097	1,068,222
稅項	7	<u>(360,262)</u>	<u>(125,598)</u>
本年利潤		<u>1,167,835</u>	<u>942,624</u>
分配予：			
母公司權益所有者		1,127,307	819,167
少數股東權益		<u>40,528</u>	<u>123,457</u>
		<u>1,167,835</u>	<u>942,624</u>
股息	9		
中期股息		254,193	99,186
擬派發末期股息		<u>328,629</u>	<u>110,118</u>
		<u>582,822</u>	<u>209,304</u>
分配予母公司普通股權益 所有者的每股盈餘	8		
-基本		<u>人民幣35分</u>	<u>人民幣38分</u>
-攤薄		<u>人民幣35分</u>	<u>人民幣34分</u>

## 綜合資產負債表

二零零七年十二月三十一日

		2007	2006
	附註	人民幣千元	人民幣千元
<b>資產</b>			
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		3,144,458	2,206,673
投資物業		331,680	6,229
商譽		3,343,012	3,217,613
其它無形資產		143,867	152,324
收購物業之預付賬款	12	138,300	-
預付租金		342,744	61,157
遞延稅項資產		<u>55,873</u>	<u>35,095</u>
		<b>7,499,934</b>	<b>5,679,091</b>
<b>流動資產</b>			
於香港上市的投資，以公允價值列示		1,058	908
投資存款		30,000	-
委託貸款	10	1,500,000	-
存貨		5,383,039	4,882,754
應收賬款及應收票據	11	97,719	75,189
預付賬款、按金及其它應收款		2,211,998	1,298,232
應收關聯人士款項		79,024	189,463
其它金融資產	12	150,000	150,000
抵押存款		6,614,725	7,448,755
現金及現金等價物		<u>6,269,996</u>	<u>1,451,837</u>
		<b>22,337,559</b>	<b>15,497,138</b>
<b>資產總計</b>		<b>29,837,493</b>	<b>21,176,229</b>
		=====	=====

**綜合資產負債表(續)**

二零零七年十二月三十一日

	2007	2006
	附註 人民幣千元	人民幣千元
<b>權益和負債</b>		
<b>母公司權益所有者擁有的權益</b>		
已發行股本	343,764	317,009
儲備	9,630,586	4,724,479
擬派發末期股息	<u>328,629</u>	<u>110,118</u>
	<b>10,302,979</b>	5,151,606
<b>少數股東權益</b>	<u>89,689</u>	<u>88,783</u>
<b>權益合計</b>	<b><u>10,392,668</u></b>	<u>5,240,389</u>
<b>非流動負債</b>		
遞延稅項負債	80,431	46,954
可換股債券	13 <u>3,184,303</u>	<u>933,490</u>
	<b><u>3,264,734</u></b>	<u>980,444</u>
<b>流動負債</b>		
計息銀行借款	300,000	729,330
應付賬款及應付票據	14 <u>13,556,545</u>	12,614,613
客戶按金、其它應付款及預提費用	1,939,695	1,286,431
應付關聯人士款項	-	120,564
應交稅金	<u>383,851</u>	<u>204,458</u>
	<b><u>16,180,091</u></b>	<u>14,955,396</u>
<b>負債合計</b>	<b><u>19,444,825</u></b>	<u>15,935,840</u>
<b>權益及負債合計</b>	<b>29,837,493</b>	21,176,229
	=====	=====

## 附註：

### 1. 公司資料

國美電器控股有限公司（以下簡稱「本公司」）是於百慕達註冊成立的有限責任公司，其股份於香港聯合交易所有限公司（以下簡稱「香港聯交所」）上市。其註冊地址為 Canon's Court, 22 Victoria Street, Hamilton HM12, Bermuda。

本公司及其附屬公司（以下簡稱「本集團」）的主要業務是在中華人民共和國（以下簡稱「中國」）各指定城市進行電器、電子消費品的零售。

於 2006 年 11 月 30 日起，本公司購入中國永樂電器銷售有限公司（「永樂電器」）2,315,123,465 股股份，代表其已發行股份的 98.24%。收購永樂電器餘下 41,506,320 股尚在流通股份代表其已發行股份的 1.76%，已於 2007 年 1 月 30 日完成，永樂電器股份於聯交所的上市地位自 2007 年 1 月 31 日起撤銷。

於 2007 年 12 月 14 日，本公司的中國附屬公司天津國美商業管理諮詢有限公司（「天津諮詢」）與北京戰聖投資有限公司（「北京戰聖」）及興業銀行股份有限公司北京分行（「銀行」）訂立委託貸款合同（「委託貸款合同」），據此，天津諮詢將通過銀行向北京戰聖提供人民幣 3,600,000,000 元的指定貸款（「貸款」）。貸款僅供北京戰聖用於收購北京市大中家用電器連鎖銷售有限公司（「大中電器」）的全部註冊股本。貸款期由 2007 年 12 月 14 日至 2008 年 12 月 13 日，而有關利率為年息 6.561%，此乃參照中國人民銀行公布的利率釐定。

於 2007 年 12 月 14 日，天津諮詢亦已與北京戰聖訂立委託經營協定（「委託經營協定」）。據此協定，本集團獲委任為獨家代理，以管理及經營大中電器的業務，直至天津諮詢及/或其任何指定人士根據下文披露的購股權協定收購大中電器的全部註冊股本時為止。

根據於 2007 年 12 月 14 日訂立的購股權協定（「購股權協定」），北京戰聖不可撤回地向天津諮詢授予獨家購股權（「購股權」），以由天津諮詢或其任何指定人士，按購股權協定的條款及條件收購北京戰聖持有的大中電器的全部或部份註冊股本。據此購股權協定，天津諮詢就授予購股權無需支付大中電器任何溢價。

根據於 2007 年 12 月 14 日訂立的股權質押協定，北京戰聖已就貸款（包括但不限於天津諮詢就執行委託貸款協定而產生的本金、利息、罰款、費用及開支）向天津諮詢抵押大中電器的全部註冊股本（包括股息及其他因有關股本而產生的其他權益）。

根據於 2007 年 12 月 14 日訂立的股權質押協定，北京戰聖的股東已就貸款向天津諮詢抵押北京戰聖的全部註冊股本（包括股息及其他因有關股本而產生的其他權益）。

本公司董事認為，委託經營協定可讓本集團於中國市場進行整合，尤其是北京地區內市場。委託經營協定及上述其他安排通過各種應收款（包括管理費及利息）為本集團提供額外收入來源，繼而會增加本公司的每股盈利。股權質押協定則為本集團提供有關貸款的抵押。

於 2007 年 12 月，委託貸款人民幣 1,500,000,000 元（附註 10）已由天津諮詢根據委託貸款合同通過銀行向北京戰聖提供。於 2008 年 1 月，已向北京戰聖借出人民幣 1,500,000,000 元的額外指定貸款餘額。根據委託貸款合同，其餘貸款餘額人民幣 600,000,000 元將於 2008 年 9 月 1 日向北京戰聖提供。

## 2. 新頒布及經修訂的國際財務報告準則的影響

本集團年內採用以下新制訂和經修訂的國際財務報告準則和國際財務報告解釋委員會的詮釋。

國際會計準則第1號修訂	-	資本披露
國際財務報告準則第7號	-	金融工具：披露
國際財務報告解釋公告第7號	-	採用國際會計準則第29號規定的重述方法惡性通貨膨脹經濟中的財務報告
國際財務報告解釋公告第8號	-	國際財務報告準則第2號的適用範圍
國際財務報告解釋公告第9號	-	嵌入衍生工具的重估
國際財務報告解釋公告第10號	-	中期財務報告和減值

除國際財務報告第7號及國際會計準則第1號修訂外，採納此等新頒及經修訂準則及詮釋對本集團財務報表概無任何影響。

### 國際財務報告準則第7號金融工具：披露

本準則要求披露能使財務報表使用者能夠評估集團的金融工具的重要性以及這些金融工具所產生風險的性質和程度。新披露包含於整份財務報表中。雖然對本集團財務狀況或經營業績並無影響，但已於適當處載納／修訂比較資料。

### 國際會計準則第1號修訂編製財務報表－資本披露

此修訂規定本集團須作出披露，以使財務報表使用者能評估本集團管理資本的目標、政策及程序。

## 3. 收入及其它收入及利得

- (a) 收入指所售出的貨品的發票淨值，已扣除退貨撥備及貿易折扣。年內已確認的各项重要收入類別的數額如下：

	2007 人民幣千元	2006 人民幣千元
銷售電器及消費電子產品	42,478,523	24,720,112
其它	-	9,080
	<u>42,478,523</u>	<u>24,729,192</u>
	=====	=====

- (b) 其它收入及利得包括下列各項：

	2007 附註 人民幣千元	2006 人民幣千元
來自供應商的收入	1,842,782	888,345
向母集團收取的管理費收入	241,438	202,470
空調安裝管理費	91,087	59,496
租賃收入	102,353	563
來自母集團的分租收入	35,835	39,971
政府補貼收入	(i) 65,632	28,380
其他服務費收入	51,843	13,631
投資物業公允價值之利得	47,176	1,029
其它收入	68,730	17,895
	<u>2,546,876</u>	<u>1,251,780</u>
	=====	=====

附註：

- (i) 各項政府補貼收入已經作為本集團對當地經濟貢獻的獎勵收回，政府補貼收入未附加任何尚未滿足的條件和或有事項。

#### 4. 分部資料

本集團超過 90%營業額及對經營利潤的貢獻源自電器及消費電子產品零售業務。超過 90%營業額及對經營利潤的貢獻源自中國的客戶且本集團超過 90%經營資產位於中國。因此，並無呈列分部資料的分析。

#### 5. 財務（支出）／收入

	2007 人民幣千元	2006 人民幣千元
財務支出：		
於五年內全數償還的銀行貸款利息	(28,900)	(1,419)
可換股債券之利息開支	(164,469)	(63,985)
	<u>(193,369)</u>	<u>(65,404)</u>
	=====	=====
財務收入：		
銀行利息收入	420,924	113,839
其它利息收入	3,317	12,315
	<u>424,241</u>	<u>126,154</u>
	=====	=====

#### 6. 稅前利潤

本集團的稅前利潤經過扣除／（計入）下列各項得出：

	2007 人民幣千元	2006 人民幣千元
銷售存貨成本	38,336,440	22,369,445
撇減存貨至可變現淨值	<u>46,836</u>	-
	<u>38,383,276</u>	<u>22,369,445</u>
折舊	256,988	115,186
無形資產攤銷	8,457	2,591
處置物業、廠房及設備之損失	13,104	4,925
樓宇用地租約之最低租賃款項	1,612,504	874,677
租金總收入	(138,187)	(40,534)
投資物業的公允價值利得	(47,176)	(1,029)
可換股債券衍生工具損失／（利得）		
2011年可換股債券	553,383	(93,519)
2014年可換股債券	<u>(47,900)</u>	-
	<u>505,483</u>	<u>(93,519)</u>
上市投資公允價值利得	(150)	(47)
匯兌淨損失	286,126	11,585
核數師酬金	6,800	7,800
員工費用（不包括董事薪酬）：		
工資及獎金	911,432	540,539
退休福利供款	107,668	81,087
社會福利及其它費用	60,316	73,885
	<u>1,079,416</u>	<u>695,511</u>
	=====	=====

## 7. 稅項

財務報表列示之所得稅費用如下：

	2007 人民幣千元	2006 人民幣千元
本期所得稅— 中國	347,563	142,003
遞延所得稅	12,699	(16,405)
	<hr/>	<hr/>
本年所得稅支出總額	<b>360,262</b>	125,598
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

本集團須以每家實體為基準，就本集團成員公司於其所註冊及營運的司法權區所產生或取得溢利支付所得稅。本期及遞延所得稅乃根據適用稅率確定。

根據中國相關所得稅法，除本集團享有若干優惠外，本集團的中國公司須就彼等各自的應課稅收入按33%的稅率支付中國所得稅。年內本集團40家實體（2006年：36家實體）獲得相關中國稅務機關許可享受優惠稅率或予以免稅所得稅。

本集團於年內因享有優惠稅率及豁免支付所得稅而實現大額稅項福利。本集團乃根據中國稅法及法規，經相關中國稅務機關批准及審核後享受此等稅項優惠措施。

本集團於截至2007年及2006年12月31日止年度並無來自香港的應課稅溢利，故並無就有關年度提撥香港利得稅準備。

由各地區稅前利潤法定所得稅率計算得出之所得稅與本公司及其附屬公司按有效稅率計算的實際所得稅費用調節如下：

	香港 人民幣千元		2007 中國 人民幣千元		合計 人民幣千元
		%		%	
稅前利潤 / (虧損)	<u>(754,284)</u>		<u>2,282,381</u>		<u>1,528,097</u>
以法定所得稅稅率計算之所得稅	(132,000)	17.5	753,186	33.0	621,186
優惠所得稅稅率的稅務影響	-		(441,956)		(441,956)
免稅收入的稅務影響	( 43,186)		( 5,327)		( 48,513)
不可扣減支出的稅務影響	172,695		25,672		198,367
利用以前年度稅務虧損	-		( 21,179)		( 21,179)
未確認之稅務虧損	2,491		25,246		27,737
所得稅率變動之影響	<hr/> -		<hr/> 24,620		<hr/> 24,620
以本集團有效稅率計算之稅項開支	<hr/> <hr/> -		<hr/> <hr/> 360,262		<hr/> <hr/> 360,262

	香港		2006 中國		合計	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	
稅前利潤	<u>14,061</u>		<u>1,054,161</u>		<u>1,068,222</u>	
以法定所得稅稅率計算之所得稅	2,461	17.5	347,873	33.0	350,334	
優惠所得稅稅率的稅務影響	-		( 296,822)		( 296,822)	
免稅收入的稅務影響	( 16,365)		-		( 16,365)	
不可扣減支出的稅務影響	11,196		56,608		67,804	
利用以前年度稅務虧損	-		( 8,160)		( 8,160)	
未確認之稅務虧損	<u>2,708</u>		<u>26,099</u>		<u>28,807</u>	
以本集團有效稅率計算之稅項開支	<u>-</u>		<u>125,598</u>		<u>125,598</u>	

## 8. 分配予母公司普通股權益所有者的每股盈餘

每股基本盈餘以本年度可分配於母公司普通股權益所有者的利潤除以本年已發行在外普通股加權平均數計算。

每股攤薄盈餘以本年度可分配於母公司普通股權益所有者的利潤(就加入可換股債券計提的利息和可換股債券衍生工具產生的利得或損失的調整)，除以本年已發行在外普通股加權平均數加上由所有攤薄潛在普通股於被行權或轉換時產生的股數的加權平均數。

以下為用以計算每股基本盈餘及攤薄盈餘的收入和股數數據：

		2007 人民幣千元	2006 人民幣千元
盈餘：	附註		
母公司普通股權益所有者應佔利潤用於計算			
每股基本盈餘		1,127,307	819,167
可換股債券的利息開支	(ii)	-	63,985
可換股債券衍生工具部分的公允價值利得	(ii)	-	( 93,519)
調整可換股債券影響後屬於母公司普通股 權益所有者應佔利潤		<u>1,127,307</u>	<u>789,633</u>
		股份數目	
		2007 千股	2006 千股
用於每股基本盈餘的普通股加權平均數		3,193,116	2,173,340
攤薄影響：			
可換股債券	(ii)	-	139,875
認股權證	(iii)	<u>9,675</u>	-
已就攤薄影響作出調整的普通股的加權平均 數		<u>3,202,791</u>	<u>2,313,215</u>

附註：

- (i) 2007年12月31日後，本公司按總現金代價2,236,672,000港元（相當於人民幣2,062,998,000元）購回總共129,800,000股本公司普通股。所購回股份於2008年2月註銷。2007年的每股盈利金額並無就結算日後進行的有關購回及註銷股份而作出調整。
- (ii) 於截至2007年12月31日止年度，可換股債券具反攤薄效應，故在計算截至2007年12月31日止年度的每股攤薄盈餘時未予考慮。
- (iii) 2006年3月1日，本公司以3,000,000美元的認購價向一位認購人發行認股權證。認購人有權於2006年3月1日起5年的行使期內，以每股港幣7.70元的行使價認購本公司新股，最高總價為25百萬美元。

在截至2006年及2007年12月31日止年度，並無認股權證獲行使。

截至2006年12月31日止年度，本公司股份平均市價低於認股權證行使價，因此認股權證對截至2006年12月31日止年度的每股基本盈餘具反攤薄效應，故在計算每股攤薄盈餘時未予考慮。

## 9. 股息

	2007 人民幣千元	2006 人民幣千元
本年宣告並支付 普通股股息：		
2006年年終每股股息： 港幣3.6仙 (相當於人民幣3.6分) (2005年：港幣4.3仙 (相當於人民幣4.5分))	110,118	73,450
2007年中期每股股息： 港幣8.1仙 (相當於人民幣7.8分) (2006年：港幣4.2仙 (相當於人民幣4.3分))	254,193	99,186
	<u>364,311</u>	<u>172,636</u>
	=====	=====
擬派發未批准 普通股股息：		
2007年年終每股股息： 港幣10.6仙 (相當於人民幣9.9分) (2006：港幣3.6仙 (相當於人民幣3.6分))	328,629	110,118
	=====	=====

本年度擬派末期股息(於2007年12月31日未確認為一項負債)須經過本公司股東於即將舉行的年度股東大會上批准，此乃未有計及結算日後任何股份購回的影響，(見財務報表附註8披露)。

## 10. 委託貸款

於2007年12月31日的委託貸款餘額人民幣1,500,000,000元乃天津諮詢根據委託貸款合同通過銀行向北京戰聖提供的貸款總額(見財務報表附註1披露)。貸款期由2007年12月14日至2008年12月13日，而有關利率為年息6.561%。

委託貸款餘額乃以下述項目作抵押：i) 大中电器全部註冊股本(包括任何股息及其他因有關股本而產生的其他權益)；及ii)以本公司一間中國附屬公司天津諮詢為受益人關於北京戰聖全部註冊股本(包括任何股息及其他因有關股本而產生的其他權益)的質押。

## 11. 應收賬款及應收票據

本集團除特定大宗交易為信用交易外，其餘交易為現金交易。信用交易對購買方的信用期限通常為一個月。本集團對未收回款項實施嚴格控制，過期應收款項餘額由高管人員定期復核。管理層認為不存在重大的集中信用風險。

截至資產負債表日，基於應收帳款發票開具日期的應收賬款及應收票據賬齡分析如下：

本集團	2007 人民幣千元	2006 人民幣千元
未收回餘額賬齡：		
3 個月內	94,015	21,885
3 至 6 個月	2,106	47,664
6 個月至一年	-	3,727
一年以上	<u>1,598</u>	<u>1,913</u>
	<u>97,719</u>	<u>75,189</u>

於 2006 年 12 月 31 日應收賬款及應收票據餘額包括應收北京大中款項人民幣約 38,390,000 元。該餘額於 2007 年內清償。

並未視為須作減值之應收賬款之賬齡分析如下：

本集團	2007 人民幣千元	2006 人民幣千元
非到期亦非須減值	77,065	11,522
過期少於 3 個月	16,950	55,051
過期超過 3 個月	<u>3,704</u>	<u>8,616</u>
	<u>97,719</u>	<u>75,189</u>

逾期但未減值的應收款主要與本集團有長期業務關係的公司客戶的應收款有關。由於個別債務人的信用狀況並無重大變動，且餘額應可全數收回，故董事認為現階段毋需作減值撥備。本集團就該等餘額並無持有任何抵押品，亦無其他信用增強方法。

上述餘額無擔保，無息且於要求即行償付。

## 12. 收購物業之預付賬款及其他金融資產

### 收購物業之預付賬款

於 2007 年 12 月 31 日的餘額乃為收購位於中國的若干商用物業的訂金。管理層預期該等收購交易將於 2008 年完成。

## 12. 收購物業之預付賬款及其他金融資產 (續)

### 其他金融資產

餘額乃就永樂（中國）（永樂電器持有90%股份的附屬公司）、北京市大中電器有限公司（「北京大中」）及張大中先生三方所訂立收購交易交予張大中先生作為收購按金（「按金」）的為數人民幣150,000,000元。結餘已於2007年12月31日後全數結清。

## 13. 可換股債券

	附註	2007 人民幣千元	2006 人民幣千元
負債部份：			
2011年可換股債券	(i)	-	726,703
2014年可換股債券	(ii)	<u>3,375,803</u>	<u>-</u>
		<u>3,375,803</u>	<u>726,703</u>
衍生工具部份：			
2011年可換股債券	(i)	-	206,787
2014年可換股債券	(ii)	<u>(191,500)</u>	<u>-</u>
		<u>(191,500)</u>	<u>206,787</u>
		<u>3,184,303</u>	<u>933,490</u>

- (i) 125,000,000 美元於 2011 年到期的非上市及無抵押可換股債券（「2011 年可換股債券」）

於 2006 年 1 月 28 日，本公司與 Warburg Pincus Private Equity IX, L.P. 的全資附屬公司（「認購人」）就發行 125 百萬美元非上市及無抵押可換股債券以及可認購總金額最大為 25 百萬美元本公司新股份的認股權證達成認購協定（「認購協議」）。

根據認購協議，2011 年可換股債券可：

- 由各名債券持有人選擇於 2006 年 9 月 1 日起至 2011 年 2 月 7 日（包括該日）期間按換股價每股 0.8251 美元轉換為普通股；
- 債券持有人可于債券發行日起計滿三周年選擇要求本公司按本金的 105.49% 贖回；及
- 於發行日起計三周年當日或其後在本公司的選擇下，要求債券持有人強制兌換預訂金額的可換股債券。

### 13. 可換股債券(續)

(i) 125,000,000 美元於 2011 年到期的非上市及無抵押可換股債券（「2011 年可換股債券」）（續）

2011 年可換股債券以發行在外債券本金為基礎按照 1.5% 的年利率計息，本公司按照半年付息。2011 年可換股債券將於到期時以相等於(1)尚餘本金額；(2)應計利息；及(3)按本金額 9.48% 計算的溢價三者總和的價值贖回。

2011 年可換股債券的面值為美元，而美元並非債券發行實體的功能貨幣。故行使兌換權不會導致以定額現金交換固定數目的本公司股份的方式償付。因此，兌換權的嵌入式衍生工具乃作為金融負債計算列賬。2006 年 3 月 1 日發行 2011 年可換股債券產生的收益 125 百萬美元（約相當於人民幣 999,950,000 元）已分割為負債和衍生工具两部分。可換股債券發行後，衍生工具部分的公允價值由期權定價式釐確定；此金額被確認為該負債的衍生工具直至債券被轉換或被贖回。發行的剩餘收益被分配給負債部分並逐期攤銷，直至債券被轉換或被贖回。債券衍生工具以發行日的公允價值計量，其於資產負債表日的公允價值變動形成的利得和損失在綜合利潤表中確認。

衍生工具部份之公允價值乃根據威格斯資產評估顧問有限公司（「威格斯」）以適用期權定價模式釐定。該部分的發行日期與計算日期間的變動於綜合利潤表確認。

年內，本金額達 125 百萬美元的 2011 年可換股債券已按換股價 0.8251 美元全數兌換為 151,496,787 股本公司新普通股。

### 13. 可換股債券(續)

- (i) 125,000,000 美元於 2011 年到期的非上市及無抵押可換股債券（「2011 年可換股債券」）（續）

截至2007年12月31日止年度，2011年可換股債券的負債及衍生工具部份的變動如下：

	可換股債券的	可換股債券的	總數
	負債部份	衍生工具部份	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
放發行日	687,777	305,979	993,756
利息費用	63,985	-	63,985
已付利息	( 7,661)	-	( 7,661)
公允價值調整	-	( 93,519)	( 93,519)
匯率差異	<u>( 17,398)</u>	<u>( 5,673)</u>	<u>( 23,071)</u>
於 2007 年 1 月 1 日	<u>726,703</u>	<u>206,787</u>	<u>933,490</u>
利息費用	44,636	-	44,636
已付利息	( 11,889)	-	( 11,889)
公允價值調整	-	553,383	553,383
兌換為普通股	(742,208)	(745,820)	(1,488,028)
匯率差異	<u>( 17,242)</u>	<u>( 14,350)</u>	<u>( 31,592)</u>
於 2007 年 12 月 31 日	=====	=====	=====

- (ii) 以人民幣計值及以美元償付的 2014 年到期零息可換股債券（「2014 年可換股債券」）

於 2007 年 5 月 11 日，本公司與高盛（亞洲）有限責任公司就發行本金總額人民幣 4,600 百萬元以人民幣計值及以美元償付的 2014 年到期零息可換股債券訂立債券認購協議（「債券認購協議」）。可換股債券乃以交易日期當日之當前匯率以美元結付。

### 13. 可換股債券(續)

#### (ii) 以人民幣計值及以美元償付的 2014 年到期零息可換股債券（「2014 年可換股債券」）（續）

根據債券認購協議，2014 年可換股債券可：

- (a) 由各名債券持有人選擇於 2008 年 5 月 18 日起至 2014 年 5 月 11 日期間隨時按換股價每股港幣 19.95 元（以人民幣 0.9823 元兌港幣 1.00 元的固定匯率計算）轉換為繳足股款的普通股；
- (b) 在各名債券持有人選擇下於 2010 年 5 月 18 日（發行日期起計三周年當日）按人民幣本金額的美元等值乘以 102.27% 贖回，及於 2012 年 5 月 18 日（發行日期起計五周年當日）按人民幣本金額的美元等值乘以 103.81% 贖回；及
- (c) 在由本公司選擇下於 2010 年 5 月 18 日至 2014 年 5 月 18 日期間隨時按提早贖回金額 130% 的上限價格贖回，惟本公司股份於連續 20 個交易日的價格須高於提早贖回價的 130%。

2014 年可換股債券將於到期時以相等於(1)尚餘本金額；(2)應計利息；及(3)按本金額 5.38% 計算的溢價三者總和的價值贖回。除過往已贖回、兌換或購回及註銷者外（如 2014 年可換股債券的條款及條件所規定），本公司將於 2014 年 5 月 18 日按人民幣本金額的美元等值乘以 105.38% 贖回。

2014 年可換股債券的面值以人民幣計量，屬債券發行實體的相同功能貨幣。行使兌換權會導致以定額現金交換固定數目的本公司股份的方式償付。因此，兌換權乃作為權益工具計算列賬，並在所得款項總額扣減負債部分及衍生工具部分後釐定。上文附註(c)所述的嵌入式衍生工具與本公司的贖回選擇權有關，且與主體合同並非緊密關連，其價值應分開獨立計量並作為金融負債納入衍生工具部分。本公司根據威格斯採用並無兌換權的類似債券的對等市場利率進行的估值，釐訂負債部分的公允價值。衍生工具部分的公允價值乃根據威格斯運用期權定價模式進行的估值釐定。主體合同的實際利率定為 5.85 厘。餘額指定為兌換權相關權益部分，並計入 2007 年 12 月 31 日的資本儲備。

### 13. 可換股債券(續)

- (ii) 以人民幣計值及以美元償付的 2014 年到期零息可換股債券（「2014 年可換股債券」）

負債部分會以攤銷成本列賬為長期負債，直至於轉換或贖回後為止。可換股債券的衍生工具部分其後以公允價值計量，有關變動在利潤表中確認。權益部分的價值不會於其後年度重新計量。

與發行可換股債券相關的交易成本按所得款項分配比例攤分至負債及權益部分。與權益部分相關的交易費用隨即於權益直接抵扣。與負債部分相關的交易費用計入負債部分的賬面值，並採用實際利息法於可換股債券年期內攤銷。

2014年可換股債券的負債部份、衍生工具部分及權益部份自發行日起至2007年12月31日的變動如下：

	可換股債券的負債部份	可換股債券的衍生工具部份	可換股債券的權益部份	總數
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
已發行可換股債券的本金額	3,305,362	(143,600)	1,438,238	4,600,000
交易成本	(49,392)	-	(22,468)	(71,860)
利息開支	119,833	-	-	119,833
公允價值調整	-	(47,900)	-	(47,900)
於 2007 年 12 月 31 日	<u>3,375,803</u>	<u>(191,500)</u>	<u>1,415,770</u>	<u>4,600,073</u>

### 14. 應付賬款及應付票據

本集團

	2007 人民幣千元	2006 人民幣千元
應付賬款和應付票據	<u>13,556,545</u>	<u>12,614,613</u>

未償還結餘的賬齡：		
3 個月內	<b>9,299,648</b>	7,059,361
3 至 6 個月	<b>3,841,131</b>	5,244,494
超過 6 個月	<b><u>415,766</u></b>	<u>310,758</u>
	<b><u>13,556,545</u></b>	<b><u>12,614,613</u></b>

本集團之應付票據由以下事項提供擔保：

- (i) 本集團定期存款作為抵押；
- (ii) 本集團的銀行信用承諾。該銀行信用承諾以本集團定期存款作為擔保；
- (iii) 本集團的建築物作為抵押；
- (iv) 本集團的投資物業作為抵押；及
- (v) 於2007年12月31日由母集團和北京新恒基提供擔保。

上述餘額無息且通常在一至六個月內償付。

## 集團回顧

2007 年是集團加大對外對內資源整合力度，持續提升公司核心競爭力並保持高速增長的一年。截至 2007 年底，本集團實現銷售收入約 42,479 百萬元人民幣，同比增長 71.77%，本公司權益所有者應占淨利潤約 1,127 百萬元人民幣，同比增長 37.62%，扣除可換股債券之衍生工具公允價值評估及匯兌損益、投資性物業公允價值評估等非經營性損益後的淨利潤為人民幣 1,883 百萬元，同比增長 155.8%。同時，年初制定的各項業務計畫，都得到了圓滿的實施，保持和增強了本集團的競爭優勢，並繼續領跑中國家電零售行業。

本集團管理層認為：目前中國的家電零售行業的競爭已經進入深層次競爭階段，圍繞著核心競爭力的提升，集團 2007 年在規模上堅持自主開店與對外收購並舉的思路，繼續在戰略發展上壓制競爭對手；在效率上確立了以提升單店經營品質為主要增長方式，以差異化經營為重要經營策略的發展思路。通過打造優質旗艦店，開展“百店工程”努力提高弱勢以及二級市場門店的競爭力，加大包銷定制產品的主推力度，在單店銷售增長以及綜合毛利提升方面取得了較好的效果。在服務上提出“向服務要競爭力”的思路，在完善和優化原有延長保修服務、會員制、家電醫院等模式的基礎上，推出了 9 日“滿意保障”、19 日“價格保障”、39 日“退貨保障”、99 日“換貨保障”四大誠久保障服務措施，真正免除了消費者的後顧之憂，為消費者帶來了更好的購物享受和家電消費新體驗。

## 配售股份及發行可換股債券

於二零零七年五月二十一日，本公司以先舊後新方式按配售價每股股份 13.30 港元配售 110,000,000 股現有股份。

於二零零七年五月十一日，本公司發行本金總額為人民幣 4,600,000,000 元及以美元償付之二零一四年到期零息可換股債券，以 19.95 港元之初步轉換價為基準。

本集團通過向市場配售股份及發行可換股債券，募集淨額人民幣 5,960 百萬元的資金。此次募集資金的用途主要為加強流動資金和優化營運。

## 行業整合

截至 2007 年 6 月底，本集團與永樂電器基於統一採購、統一財務、統一資訊系統、統一人力資源的整合已經完成，新的管理團隊已經對各項業務進行推進，門店的佈局得到優化，成本得到控制。從市場佔有率看，國美電器與永樂電器合併後，在全國大多數城市市場份額居於領先地位；同時，由於合併後規模效益的原因，採購成本有所下降；另外，在倉儲配送，行政管理等方面，都得以節約費用。本集團認為，經過全方位整合，本集團的競爭優勢和合併效應已經在逐步顯現。

於 2007 年 12 月 14 日，本集團發佈公告，本集團附屬公司天津國美商業管理諮詢有限公司（「天津諮詢」）透過興業銀行股份有限公司北京分行（「貸款銀行」）向北京戰聖投資有限公司（「買方公司」）分期提供為數 3,600 百萬元人民幣用以收購北京市大中家用電器連鎖銷售有限公司（「大中電器」）的全部股份。同時，根據相關協定，買方公司將委託天津諮詢為代理，管理和經營大中電器的全部業務，並且授予天津諮詢一份不可撤銷的獨家購股權，用以向買方公司購買大中電器全部或任何部分註冊資本。于交易前，大中電器為中國大陸地區排名第四的領先家用電器零售商，並長期在北京地區保持市場領先地位。管理層相信，上述交易對於公司具有重要意義。交易後，集團在北京地區確立了門店數量、銷售規模和市場佔有率的絕對優勢地位，並進一步增強了天津地區的領先優勢。

於 2007 年 12 月 31 日，集團成功收購了陝西蜂星電訊零售連鎖有限責任公司（「陝西蜂星」），於收購前，該公司為陝西省最大的專業通訊連鎖零售公司。此項交易進一步鞏固了集團在陝西省通訊市場的地位，並能夠在通訊業務的模式創新方面給公司帶來有益的借鑒。

管理層相信，鑒於集團在公司與品牌整合方面已經具有相當的經驗，未來的整合工作將會順利進行，合併所產生的效應將在 2008 年逐步體現。

## 業務回顧

### 經營環境回顧

2007年，中國經濟繼續保持高速增長，報告期內中國經濟增長速度達到了11.9%；社會消費品零售總額達到8.92萬億元人民幣，增長速度為16.8%，其中家用電器和音像器材類增長23.4%（以上均為中國國家統計局資料）。

雖然2008年中國經濟面臨一定的壓力，但是鑒於中國經濟的增長動力中內需消費的推動作用愈來愈強、人口紅利的進一步釋放以及奧運會在中國舉辦帶來的積極影響，本集團的管理層相信，市場前景仍然樂觀，當今中國的經濟主題仍將繼續對電器及消費電子產品零售業的增長有積極正面的影響。

### 行業與競爭情況

截止報告期，本集團及母集團已進入了除西藏、臺灣、寧夏外中國所有的區域，並在幾乎所有的一線城市和部分二線城市開展業務。本集團目前擁有中國家電零售業中最大規模的門店網路，在中國經濟的支柱和發展龍頭北京、上海、廣東三地佔據市場絕對優勢，並在大多數市場鞏固和增強了市場領先地位。

管理層相信：目前中國的家電零售行業整合已經基本完成，為了進一步鞏固和增強公司的領先地位，管理層制定了新的發展規劃：計畫至2011年，本集團連同母集團的全國市場佔有率擴大到20%以上，並在關鍵指標上全面領先對手，具體為“七個第一，一個領先”，即：規模行業第一、盈利能力第一、區域市場份額第一、單店經營品質及坪效第一、顧客滿意度第一、管理工具的先進性行業第一、物流體系的配套能力第一；店鋪形態及數量領先于對手。

管理層相信，藉著中國市場的快速發展，以及行業整合的進一步加深，本集團憑藉領先的經營管理和優秀的團隊，集團的業務發展計畫會取得成功。

### 零售網路發展

報告期內，本集團繼續發展連鎖網路，進一步完善全國市場的佈局。截至2007年底，本集團網路佈局如下：

	集團總數	國美	永樂	蜂星
旗艦店	61	42	19	0
標準店（含超市店）	624	473	151	0
專業店	41	11	7	23
合計	726	526	177	23
其中				
一級城市	472	319	137	16
二級城市	254	207	40	7
淨增門店數	139	131	-15	23
關閉門店數	43	21	22	0

進入城市數	182	149	53	6
其中				
一級城市	27	21	10	1
二級城市	155	128	43	5
新進入城市數	22	29	-7	2

(注：陝西蜂星的 23 家通訊專業店於 2007 年 12 月 31 日併入本集團)  
此外，在 2007 年底，另外有 287 家並非在本集團架構內經營的母集團門店（不包括香港及澳門地區的門店）

截至報告日，本集團平均單店面積約為 3600 平方米。截止報告期，本集團門店營業總面積為 264 萬平方米，比 2006 年底增長 18.92%。報告期內，本集團亦持有 21 處門店自有物業，該等物業均處於城市的核心商圈。

本集團門店列表（截至 2007 年 12 月 31 日）

區域	旗艦店	標準店（超市店）	專業店	合計
北京	7	49	1	57
上海	10	43	6	59
天津	6	25	2	33
成都	2	55	0	57
重慶	3	21	0	24
西安	1	19	23	43
瀋陽	3	17	0	20
青島	2	17	0	19
濟南	2	15	0	17
深圳	3	53	1	57
廣州	2	82	4	88
武漢	1	20	0	21
昆明	3	12	1	16
福州	2	38	2	42
廈門	1	25	0	26
杭州	2	11	1	14
河南	1	27	0	28
寧波	1	7	0	8
南京	1	21	0	22
無錫	2	5	0	7
常州	1	9	0	10
蘇州	1	14	0	15

合肥	0	12	0	12
徐州	1	9	0	10
唐山	0	9	0	9
蘭州	2	7	0	9
溫州	1	2	0	3
合計	61	624	41	726

管理層認為本集團在門店網路的區域覆蓋上已遠遠超過競爭對手，且在一線城市進一步進行網路的優化，在二線城市繼續完善網路佈局。

## 二級市場的拓展

報告期內，集團在組織層面、資源投放、人員、管理運營方面加強了對於二級市場的管理。在二線城市的拓展和經營品質提升方面取得了明顯進步。

截止報告期，本集團進入二線城市 155 個，占本集團進入城市總數的 85.16%；在上述市場設立了 247（不包括陝西蜂星的門店）間門店，占門店總數（不包括陝西蜂星的門店）的 35.14%；實現銷售收入 99.04 億元，占銷售總額的 23.32%，較去年的 20.37% 提升 2.95 個百分點。

管理層相信：隨著二級城市的網路完善，市場發展逐漸成熟，銷售額將會有較大的提升，占比會逐漸提升；而且隨著二線市場網路的完善，其物流成本、管理成本將會分攤下降。藉著收入提高及成本降低，二線市場的發展是值得期待的。

## 門店租約

截至 2007 年底，本集團已開設門店 726 家，其中有 21 家屬於自有物業，其餘 705 家屬於租賃門店，此 705 家門店的平均剩餘租期是 6.2 年。在上述門店租約中，於 2008 年、2009 年、2010 年到期的門店數分別為 38、60、57 家，分別占 5.39%、8.51%、8.09%。

報告期內，本集團的租金占銷售額的比例為 3.70%，與 2006 年同期 3.52% 相比略微上升。相對於前幾年的增幅，租賃費用率的上漲得到了有效的抑制。雖然 2007 年度，全國各主要城市的地產價格仍然漲勢迅猛，並且蔓延到眾多的二三級城市。但是集團通過提升單店經營品質，調整租金水準，調整經營面積等策略降低了租賃費用率。同時，本集團在期內通過引入異業合作夥伴轉租部分店鋪面積，以降低租金上漲對公司利潤的壓力，提高門店利用效率。

管理層認為，雖然從長期來看，房地產價格仍然保持上升趨勢，但是會逐漸回歸平穩，鑒於，公司租約中租金變化幅度及租期仍然得到了較好的控制；並且隨著新開門店的逐漸成熟，和管理層著力於門店經營品質的改善，管理層相信門店租金占銷售收入的比率將會保持穩定。

## **採購及供應商關係**

2007年，本集團前五大供應商（按品牌計）採購額占總額的約31.74%；與之相比，2006年本集團前五大供應商（按品牌計）採購額占總額的約30.25%。

通過與供應商在多方面、多層次合作，本集團在供應商關係的處理方面積累了更加豐富的經驗。本集團管理層認為，我們會與重要的供應商建立長期穩定和更加良好的戰略合作關係，使本集團在未來的競爭中佔據更加有利的地位。

## **物流配送體系**

截止報告期，本集團共有131個配送中心，其中一級市場36個，二級市場95個；上述配送中心總面積為53.53萬平方米，其中一級市場37.67萬平方米，二級市場15.86萬平方米。

一級市場配送中心的面積有所增長，主要是集團在2007年加大了一級市場大型配送中心的開發和建設力度。此類配送中心面積擴大後，能夠增加運輸車輛的出入便捷性，減少貨物送達顧客所需時間，提高對消費者的服務水準，同時滿足一級市場大單採購的倉儲需求。二級市場單位配送中心面積有所降低，主要原因是針對二級市場地域廣闊、門店分散的特點，不再要求每個城市必須設立配送中心，而是根據各區域的不同情況，大力推廣店中庫和區域配送中心的建設，從而減少庫存節點，減少庫存資金占壓。

## **會員制的繼續推進**

2007年，公司進一步加大了會員的推廣力度與互動力度，會員人數有了大幅增長，截止報告期本集團發展會員總數達到約1140萬人。比去年提升70.15%。同時，集團的會員品質也在不斷提升，銀卡級以上會員占比從2006年度的19.56%提升到了34.47%。目前，會員銷售占比達到63.85%，會員二次購物率達到34.9%，較上年度提高了11.9個百分點，會員的忠誠度在不斷提升。

管理層相信會員製作為一個以市場為導向、以提升顧客忠誠度為主旨的重要舉措，將使本集團吸引更多的價值型顧客進行長期消費。未來，本集團將以會員制為平臺，整合內部資源，向顧客提供更多更好的增值服務。

## **售後服務工作**

2007年，本集團家電醫院業務得到了進一步的推廣。截止報告期，本集團已建立“家電醫院”32間。同時，本集團另簽約一些經評估可行的維修點，以方便顧客。截止報告期，本集團已設立、簽約了近2000間維修服務網點。

為了更好的為顧客提供優質的安裝維修業務，集團已於2007年下半年在北京開始試點自建安裝維修隊伍的工作，此項工作將於2008年在一級中心城市儘快予以推廣。

本集團認為，加大集團對於售後服務的投入，能夠為顧客提供更優質的服務，同時獲取一部分增值服務收益。集團未來將繼續加大此方面的建設和推廣力度。

### **延保服務**

本集團於 2007 年率先在國內推行通訊產品延期保修服務，此項業務同國外專業的延保機構進行合作，利潤較高，並且得到了市場的廣泛認可。目前已覆蓋到對全品類的產品提供延保服務，完全覆蓋了一級市場和部分發達的二級市場。

報告期內，全品類延保參保率為 2.22%，實現延保銷售收入 3093 萬元人民幣。管理層認為，雖然集團在延保方面的增長速度很快，但是同國外同業相比還有很大的提升空間。

### **呼叫中心**

報告期內，本集團按計劃於 2007 年 5 月在總部興建了全國集中的呼叫中心。該中心秉承“顧客至上，用心服務”的理念，致力於打造成為本集團提升服務水準和客戶享受增值服務的平臺。

呼叫中心擁有 500 個席位，為覆蓋全國的家電零售業最大的呼叫中心，該中心的成立實現了需求資訊在消費者、國美和供應商之間更快速、更高效的傳遞，這是目前中國大陸地區家電零售行業最完善、最先進的資訊互動服務系統。

呼叫中心可以為顧客提供一站式的全程服務，與本集團現有的 CRM 系統、ERP 系統、物流系統及售後體系對接後，上述資料資訊將保存在呼叫中心資料庫中，即時為顧客解決銷售網路、品類資訊、會員積分、物流現場回訪、售後維修等一系列問題，提高顧客滿意度。

### **資訊化建設**

在企業資訊化建設方面，本集團在報告期內完成了永樂電器的系統切換和整合工作，為永樂的經營提升奠定了堅實的基礎。同時進行了呼叫中心系統、青浦物流系統的開發和建設，並成功的完成了財務管理軟體的升級。上述資訊系統的實施，對於提高公司運行效率，提升客戶服務水準有著重要的意義。

管理層認為資訊技術的建設，是關係本集團提高營運效率，節約成本，提高客戶服務水準的重要因素；本集團將在結合實際需求與未來發展的基礎上，進一步加大對資訊化建設的投入。

### **單店經營品質的提升**

報告期內，集團可比門店同店銷售較去年同期提升 3.11%，其中一級市場提升 3.01%，二級市場提升 3.63%。

管理層認為，單店經營品質的提升是公司核心競爭力的體現，公司將在未來年度繼續強化店面運營管理，加強差異化產品的展示，提供更好的終端服務，並繼續加強

對旗艦店的打造以及對二級市場門店的政策傾斜和管理力度，保持單店經營品質的穩步提升。

### **積極推動差異化經營**

差異化經營是集團 2007 年以及未來發展的重點策略。2007 年集團通過主推、包銷、定制、ODM 等多種方式實施差異化經營，提升綜合盈利能力。在此期間，實現了同戴爾、櫻花、能率等品牌的排他性合作，以及海爾小家電、夏新電視和長虹、海信、康佳部分電視型號的 ODM 合作。

管理層相信，提供差異化的產品與服務是提升公司競爭力的核心要素之一，未來集團將進一步加大差異化產品的豐富度和推廣力度，並藉此形成公司新的利潤增長點。

### **大客戶開發和電子商務的發展**

截至報告期，本集團因大客戶購買產生的團購銷售約 10 億元人民幣，電子商務銷售額約為 1.05 億元人民幣。

本集團管理層認為，通過不同的通路覆蓋更多的消費群體，並且根據不同群體的購買行為提供不同的銷售方式，能夠在不增加店鋪投入的基礎上達成銷售額和利潤的增長，從而提升企業的運行效率。未來集團將繼續加大大客戶開發的力度和電子商務的發展速度，並積極尋找更多的途徑以及潛在的客戶。

### **企業文化建設**

報告期內，本集團在總結歷年積澱的優秀理念基礎上，融合社會先進的企業文化要素，正式發佈了本集團企業文化綱要，確立了“2015 年成為備受尊重的世界家電零售行業第一”的企業願景，以及“成就品質生活”的企業使命；《企業文化大綱》、《管理者行為規範》、《員工行為規範》和《門店員工服務規範》在集團公司內部的全面培訓推廣，標誌著集團企業文化體系正式建立，其推廣傳播將為集團實施“以客戶為中心”奠定堅實的文化基礎。

### **3C 合作方面取得突破**

報告期內，本集團積極與國內外著名品牌供應商展開合作，提高 3C 產品賣場的專業性。2007 年 2 月，本集團成為微軟 VISTA 系統中國家電連鎖第一銷售合作夥伴，與微軟建立了緊密的戰略合作夥伴關係。2007 年 9 月，本集團與戴爾實現排他性合作，成為戴爾在中國大陸地區的唯一零售合作夥伴。

2007 年 11 月，集團組建專業通訊經營團隊，將通訊業務獨立運營。通訊業務將以集團現有門店為發展基體，通過自主開設通訊專業店和並購專業通訊連鎖零售企業並舉的方式迅速擴大網路規模，加速通訊零售行業整合，快速提升本集團在通訊零售市場的佔有率，借鑒專業通訊連鎖的先進模式，形成新的銷售和利潤增長點。截至 2007 年底，本集團已擁有 41 家通訊專業店。

## 財務回顧

### 收入

報告期內，本集團的收入增至約人民幣42,479百萬元，2006年同期則約為人民幣24,729百萬元，同比增長約71.77%；

本集團本年銷售面積加權平均數約為2,470,000平方米，而2006年同期則約為1,361,000平方米，同比增長約為81.48%；

按年率化計算的每平方米銷售額，報告期約為人民幣17,200元，而2006同期的每平方米銷售額則約為人民幣18,170元。報告期每平方米銷售額較去年同期下降約5.34%；

報告期內本集團有232間門店合資格用作可比較門店，銷售額約占報告期內總收入的46.77%；這些門店銷售額相比2006年同期，上升了約3.11%，表明本集團提升單店經營品質的策略已經初見成效。

本集團各地區銷售占比如下：

地區	銷售占比
上海	16.01%
北京	11.61%
廣州	9.44%
深圳	9.19%
成都	6.29%
天津	6.01%
福州	5.97%
其他	35.48%
合計	100.00%

本集團各品類銷售額占比如下：

項目	2007年1-12月		2006年1-12月	
	銷售收入	銷售占比	銷售收入	銷售占比
AV	12,818,237	30.18%	7,043,009	28.48%
空調	5,667,109	13.34%	3,664,439	14.82%
冰洗	7,763,476	18.28%	4,517,925	18.27%
通訊	5,607,683	13.20%	3,706,751	14.99%
白小	4,970,851	11.70%	2,659,798	10.76%

IT	2,190,479	5.15%	1,106,780	4.48%
數碼	3,460,687	8.15%	2,030,490	8.21%
合計	42,478,522	100.00%	24,729,192	100.00%

本集團估計2007年全年的銷售收入中，國內品牌貢獻了約62%，其餘來自國際品牌。本集團管理層相信，此種平衡比例反映出消費者對品牌的偏好，說明本集團能夠與外資品牌和中資品牌通力合作並通過本集團的管道有效銷售相關產品。相對於2006年度，國際品牌的銷售占比略有上升，主要是高端客戶比例提升，並購買高端商品的銷售上升所致。

### 銷售成本及毛利

報告期內，本集團的銷售成本約為人民幣38,383百萬元，而於2006年同期則約為人民幣22,369百萬元；報告期內，本集團的銷售毛利約為4,095百萬元人民幣，而於去年同期則約為2,360百萬元人民幣；銷售毛利率由去年同期的9.54%上升至今年的9.64%。

本集團管理層認為產品的毛利率增加反映本集團的規模優勢得到了進一步加強，差異化經營和定價策略得到了較好的體現。

以下是各品類的毛利率在2006年度、2007年度期間對比圖：

項目	2007年	2006年
AV	10.39%	10.18%
空調	8.61%	8.53%
冰洗	10.41%	10.04%
通訊	7.05%	7.09%
白小	13.21%	13.45%
IT	6.04%	5.79%
數碼	8.17%	8.92%
合計	9.64%	9.54%

### 其他收入

于2007年，本集團的其它收入較2006年的約人民幣1,252百萬元增加至約人民幣2,547百萬元。上升主要由於本集團規模擴大後，來自供應商的收入增加，由2006年的約人民幣888百萬元（或約占銷售收入3.59%）增加約107.55%至2007年的約人民幣1,843百萬元（或占銷售收入約4.34%）。

本集團的其他收入主要來自供應商，於報告期間占其他收入總額的72%。實施合

同政策優化後，本集團向供應商收取的收入占銷售額的比率為4.34%，較上年同期的3.59%有顯著提升。

此外，其他收入亦包括：母集團就本集團為其於中國指定城市提供管理及採購服務支付的管理及採購服務費，該項收入占報告期內銷售額的比率較上年同期有較大下降。

下表列示其他收入的概要：

	2007年	占銷售比例	2006年
來自供應商	4.34%		3.59%
來自母集團管理費	0.57%		0.82%
租金收入	0.24%		0.00%
安裝空調管理費	0.21%		0.24%
其他	0.64%		0.41%
總額	6.00%		5.06%

### 綜合毛利率

報告期內，本集團的綜合毛利率達到了15.64%，相比上年同期的14.6%，提升了1.04%。

綜合毛利率 = (毛利 + 其他收入) / 銷售額

本集團綜合毛利率的上升，反映了合併永樂電器後，規模效益的體現以及本集團在營運效率方面的提高。

### 經營費用

本集團的經營費用主要包括行銷費用、管理費用及其它經營費用。下表列示了2007年以及2006年經營費用占銷售額的比例分析。

本年度，本集團經營費用較2006年同期的2,698百萬元增長79.40%至人民幣4,839百萬元。

	2007年度	2006年度
	占銷售額比	
行銷費用	8.35%	8.59%
管理費用	1.62%	1.69%
其他經營費用	1.42%	0.63%
經營費用總計	11.39%	10.91%

## 行銷費用

本集團的行銷費用主要為門店租金開支、銷售人員薪金及傭金、廣告及促銷費開支、水電費等，下表列示各項主要行銷費用占銷售收入比例：

	2007年度	2006年度
	占銷售額比	
租金	3.70%	3.52%
薪酬	1.69%	1.57%
廣告費	0.63%	0.82%
送貨費	0.37%	0.42%
促銷費	0.16%	0.27%
水電費	0.78%	0.83%
其他	1.02%	1.16%
行銷費用總計	8.35%	8.59%

行銷費用占收入的比例由2006年同期的8.59%下降至本年度的8.35%。除租金成本及薪酬成本略有上升外，其他各項費用率均呈下降趨勢，顯示公司規模化運作以及內部管控取得了良好的效果。

## 管理費用

隨著永樂整合工作的順利完成，規模優勢、合併效應得到體現，管理費用占銷售收入的比例從2006年的約1.69%略有下降減至2007年的約1.62%。

## 其他費用

本集團的其他費用主要為營業稅、銀行手續費、匯兌損失及雜項費用，於2007年約為人民幣605百萬元，而於2006年則約為人民幣156百萬元，分別占銷售收入的約1.42%及0.63%。報告期內，該項費用增加，主要是由於公司以人民幣為功能貨幣，而外幣存款在期內相對人民幣貶值造成匯兌損失所導致。

## 財務收益淨額

於2007年及2006年，本集團的財務收益淨額分別約為人民幣231百萬元及人民幣61百萬元。財務收益大幅增加的主要原因是銀行存款利率提高以及銀行存款結餘金額增加。

## 稅前利潤

報告期內，本集團的稅前利潤約為人民幣1,528百萬元，占銷售收入的約3.60%；而2006年同期則約為人民幣1,068百萬元，占銷售收入的約4.32%。

## 所得稅

本年度集團交納的所得稅由2006年同期的約人民幣126百萬元，增加約185.71%至人民幣360百萬元。管理層認為本集團報告期內的稅率，符合管理層的預期。

## 年度利潤及每股盈利

由於以上所述，本集團於2007年及2006年同期的年度利潤分別約人民幣1,168百萬元及約人民幣943百萬元。因此，於報告期內及2006年同期的年度邊際淨利潤率分別約2.75%及約3.81%。經扣除少數股東權益後，於2007及2006年分配與權益所有者之年度利潤分別約人民幣1,127百萬元及約人民幣819百萬元，相當於除少數股東權益後邊際淨利潤分別約2.65%及約3.31%。由此，本集團於2007年的每股基本盈利約為人民幣35分，而2006年同期則約為人民幣38分。

扣除可換股債券之衍生工具公允價值評估及匯兌損益、投資性物業公允價值評估等非經營性損益後，本公司股權持有人之利潤約為人民幣1,883百萬元（2006年約為人民幣736百萬元），對應的本期每股基本盈利約為人民幣59分（2006年約為人民幣34分）。

## 現金及現金等價物

截至報告期，本集團持有的現金及現金等價物約為6,270百萬元人民幣，相對2006年末約為1,452百萬元人民幣。

## 存貨

截至報告期，本集團存貨金額約為5,383百萬元人民幣，存貨周轉天數由2006年的約53天到本報告期的約49天。

管理層認為，存貨周轉天數的下降主要得益於二線市場的逐步成熟、單店經營品質的提升以及元旦假日銷售提前。

## 預付賬款及其它應收款

截至報告期，本集團預付賬款及其它應收款金額約為2,212百萬元人民幣，2006年底則約為1,298百萬元人民幣。

## 應付賬款及應付票據

截至報告期，本集團應付賬款及應付票據金額約為13,557百萬元人民幣，比2006年底的約12,615百萬元人民幣增長了7.47%。應付帳款及應付票據的周轉天數在報告期約為124天，比2006年的約135天略短。

## 資本開支

本集團於報告期內及2006年所耗用的資本開支分別約為1,598百萬元人民幣及約人民幣434百萬元人民幣。

## 現金流量

於報告期內及2006年，經營活動現金流入/(流出)淨額分別約人民幣2,561百萬元及約人民幣(117)百萬元，而投資活動現金淨流出分別約人民幣3,142百萬元及約人民幣1,004百萬元。

本集團於報告期內的融資活動現金流量淨流入約為人民幣5,490百萬元，而2006年期融資活動現金淨流入約為人民幣1,497百萬元。

## 展望及前景

### 2008年經營思路

為實現2008年經營目標，集團制定了以“1.1.3.4”為核心的經營戰略，即一個中心：以客戶為中心；一個策略：實現差異化經營策略；三項能力提升，即單店經營品質提升、二級市場業績提升、3C品類銷售占比提升；四大基礎建設，即品牌建設、網路建設、人才建設和資訊化建設。

#### 一個中心：以客戶為中心

顧客滿意度和忠誠度的提升是集團長遠發展的源泉。2008年，集團要繼續落實“客戶第一，服務終端”的戰略方針，向服務要競爭力。集團將在國美、永樂、大中三大品牌體系下全面貫徹“客戶導向”政策，從售前、售中和售後環節著手開展客戶服務體系建設。售前方面要為顧客提供差異化、具有競爭力、高性價比的產品，同時進行門店改造，為顧客提供良好的購物環境；售中方面要簡化銷售流程，通過制定快速退換貨流程、先行賠付、新VI四類門店賣場佈局標準等措施提升售中服務水準，並以“誠久保障”服務作為服務效果保障，解決銷售中實際問題。售後方面則要達到配送安裝快速專業、增值服務多樣化以及客戶資訊採集、分析、回饋的準確性和及時性。工作重點為完善呼叫中心的建設，落實重點城市物流基地的建設；開展自建安裝維修隊伍的工作，並在一級核心城市儘快推廣。

#### 一個策略：實現差異化經營

2008年集團將重點推進差異化經營，打造競爭優勢。堅持“人無我有、人有我優、敢為人先”經營思想，全面推進差異化經營策略。在品牌差異化方面，加大以De11、櫻花、能率等排他性品牌的推廣工作，逐步擴大品牌包銷的範圍；在產品差異化方面，最大限度實現全線新品首銷，並將包銷、定制產品集中在主力暢銷型號；加大主推力度，將主推作為品類提升的突破點。

#### 三項能力提升

集團經營能力提升的重點將放在單店經營品質提升、二級市場業績提升、3C品類銷售占比提升三方面。

單店經營品質提升：集團將以打造各城市各區域旗艦店、打造核心城市重點商圈集群、進行異業聯盟與會員價值挖掘、重點支持弱勢及二級市場門店的運營為主要策略開展單店銷售能力的提升工作；

二級市場業績提升：總部將成立專門的二級市場管理機構對二級市場實施精細管理；在開發上實施連片開發，成局成勢，實現二級分部規模優勢；選擇核心商業區開設門店；借助家電下鄉政策拓展分銷管道，帶動二級市場銷售；

3C 品類銷售提升：積極與運營商合作，抓住國內 3G 手機發展機遇；加強單型號的差異化管理，通過主推改變品類銷售結構；大力推動配件銷售，研發與推廣增值業務。在主要城市旗艦店設立 3C 品類銷售廣場，豐富產品線；增加 3C 自有營業員，提升門店終端控制能力。

#### 四大基礎建設

品牌建設：以消費者為導向制定品牌提升策略，確立國美、永樂、大中三大品牌定位及品牌推廣策略，全面推廣公司新 VI 的實施（含辦公、門店、物流、外立面等），以誠久保障為核心內容，打造集團專業服務品牌；

網路建設：以旗艦店、核心店為主進行網路開發，搶佔市場制高點，發展與百貨超市業態的異業聯盟，尋求機會收購地方連鎖管道，全面推動招減租工作。

人才建設：通過幹部聘期制度的實施，追求高管隊伍的相對穩定性和長期競爭力；通過全面培訓與輪崗，提高各級管理者的專業化水準和職業化素質。深入開展蓄水工程，圍繞崗位任職資格建立人才選拔和培養體系；通過有效激勵體系和績效管理，提升公司經營業績，提高員工綜合滿意度。

企業文化建設：通過企業文化的系統化宣導，將企業文化貫徹到公司所有員工的行為規範和工作意識上，落實到具體工作實踐中。強調企業文化的高管示範作用，通過各級管理者的宣講和訓導，推動企業文化在公司內部的全面實踐。

資訊化建設：不斷優化現有資訊系統，深化資訊系統整合工作，努力提高資訊系統的支援水準和運行品質。同時，管理層認為，隨著未來公司規模的日益擴大，公司管理的深度和廣度對資訊系統提出了更高的要求，因此，在 2008 年度，集團將著力改進現有的資訊系統，做好國際先進的資訊系統的選型和流程再造工作，穩步推進資訊系統的全面升級。

#### 2008 年擴展計畫

2008 年度，本集團計畫新開門店約 120 家，其中旗艦店約 30 家。另外，集團將大力拓展通訊業務，計畫通過自主開店和收購專業通訊連鎖零售商並舉的方式，形成集團在通訊專業連鎖零售行業的明顯領先優勢，為迎接 3G 時代提供充分準備。

管理層認為，首先，本集團 2008 年度仍將以提升單店經營品質為首要目標，可能在推進單店經營品質上升的同時，適當調整開店數量；其次，對於無競爭優勢的門店進行關閉；第三、重點發展旗艦店、大店，搶佔市場制高點；第四、在 2007 年與萬達廣場、上海百聯、廣州天河城百貨等合作的基礎上，繼續積極開展同商業地產開發商、百貨、超市等業態的戰略聯盟合作，多管道獲得店鋪資源，同時降低經營風

險；第五、加大減租轉租工作，引進異業合作，共用客戶資源，提高賣場面積使用效率，減緩租金上升對利潤的壓力。

### **股息分派和股息政策**

本公司董事會已決定宣派末期股息每股港幣 10.6 仙（折合為人民幣 9.9 分）。連同本年度已派付的每股港幣 8.1 仙（折合為人民幣 7.8 分）本年度的股息總額為每股港幣 18.7 仙（折合為人民幣 17.7 分）。現時董事預計派息率將維持本集團有關財政年度的可分派溢利約 30%。然而，某一財政年度的確實派息率將由董事考慮各因素包括可以取得的投資和收購機會等，而全權酌情厘定。

### **或然負債與資本承擔**

報告期內，本集團並無重大或然負債，另有約人民幣 438 百萬元的資本承擔。（此段需與安永審計報告內披露一致。）

### **外幣及庫務政策**

本集團所有收入及大部分開支均以人民幣結算。然而，由于人民币兑换美元的汇率持续上升，故集团持有的美元短期存款于期内录得汇兑损失。本集团并无对冲该风险，但可能考虑于未来进行。本集团的库务政策是只于潜在财务影响对本集团重大时方才管理其外汇风险（如有）。

本集團管理層估計，本集團現時少於 10%採購進口產品，而該等產品為向中國分銷商間接採購，交易乃以人民幣結算。

### **人力資源**

報告期內，本集團員工有所增長，目前共有約 48000 名員工。本集團極為重視人力資源管理和開發。報告期內，通過加強新員工融入培訓，舉辦“金鷹訓練營”；對於職能部門中層管理者和門店店長進行《如何當好管理者》系列培訓；實施“總經理接待日”，確立員工訪談制度、輔導員制度等搭建全方位培訓與人才成長體系，提高員工職業素質和綜合滿意度。

### **企業管治**

本公司於截至 2007 年 12 月 31 日止年度內均一直遵守上市規則附錄 14 所載之企管常規守則內所述之所有守則條文。

### **審核委員會**

本公司的審核委員會由獨立非執行董事史習平先生、陳玉生先生、Mark C. Greaves 先生及劉鵬輝博士組成。審核委員會主要負責監察本公司財務報表的完整性、審閱報表及報告所載有關財務申報的重大意見、檢討本公司財務監控、內部監控及風險管理制度。審核委員會已審閱本集團截至 2007 年 12 月 31 日止年度的經審核財務報表。

## **購買、出售及贖回股份**

本公司或其任何附屬公司概無於本年度購買、出售或贖回本公司股份。

## **暫停辦理股份過戶登記**

本公司將於二零零八年五月十六日至二零零八年五月二十二日（首尾兩天包括在內）暫停辦理股份過戶登記手續。於這期間內，將不會辦理股份過戶手續。要符合獲派末期股息的資格，所有過戶表格連同有關股票須於二零零八年五月十五日下午四時前送達香港皇后大道東1號太古廣場三期25樓，本公司之股份過戶登記處雅柏勤證券有限公司辦理過戶手續。

## **致謝**

本人代表董事會感謝股東、業務夥伴對本集團一如既往的支持，同時也感謝所有在此期間辛勤工作的公司全體同全！

承董事會命  
**國美電器控有  
限公司**  
執行董事  
**杜鵬**

香港，2008年4月17日

於本公告刊發日期，執行董事為黃光裕先生、杜鵬女士、陳曉先生及伍健華先生，非執行董事為孫強先生，而獨立非執行董事則為史習平先生、陳玉生先生、Mark C. Greaves先生、劉鵬輝博士、余統浩先生及Thomas Joseph Manning先生。

\* 僅供識別