

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，概不對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。



物美
WU MART

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：01025)

截至二零一一年十二月三十一日止年度

業績公佈

經營業績摘要

- 收益總額為人民幣16,395,645千元，較二零一零年增長15.1%；
- 綜合毛利為人民幣3,151,877千元，較二零一零年增長12.5%；
- 本集團權益所有人應佔淨利潤為人民幣586,041千元，較二零一零年增長10.6%；剔除對易初蓮花和超市發一次性資產處置和減值的會計處理後，本集團之淨利潤為人民幣658,688千元，較二零一零年增長24.3%；
- 零售網絡拓展至519間；
- 可比較店鋪銷售較二零一零年增長9.8%；
- 董事會建議派發年度末期股息為每股人民幣0.20元(含稅)。

董事長報告

二零一一年中國經濟繼續保持了平穩的發展，國內生產總值471,564億元，較二零一零年可比增長9.2%。在這一年裏，本集團潛心夯實基礎，大力整合資源，積極尋求突破，經過一年的不懈努力，繼續保持了穩定良好的經營業績。我謹代表董事會，向各位股東呈報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」）截至二零一一年十二月三十一日止年度（「報告期」）之全年業績。

經營業績穩步提升。截至報告期末，本集團收益總額163.96億元，較二零一零年增長15.1%，其中可比較店鋪銷售較去年同期增長9.8%，綜合毛利額約為人民幣31.5億元，較去年同期增長12.5%。本集團權益所有人應佔淨利潤約人民幣5.86億元，剔除對易初蓮花和超市發一次性資產處置和減值的會計處理後，本集團之淨利潤為6.59億元，較二零一零年增長24.3%，資產總額達84.40億元。

強化供應鏈管理。依托物美ERP系統和華北物流配送中心，本集團通過不斷完善各業務環節的作業流程，改善信息系統對接和信息共享，注重在新品推展、庫存管理、行銷企劃上與生產商和供應商建立戰略合作，物美開始了從零售終端向供應鏈組織者、協調者轉變。

全品項配送與直流項目初獲成效。二零一一年，本集團啟動了「全品項配送與80%直流」項目，半年的實施，通過配送中心配送的商品從近6000品提升至20000品。直流極大提升了本集團的遠距離商品配送能力與供應鏈的效率，優化了物流及店鋪的作業流程並降低了店鋪作業成本，有效緩解了銷售高峰配送的巨大壓力，有力地支持了本集團日益擴大的規模，並將對本集團總體效益的提升帶來深遠的影響。

做深基地採購。本集團的「農超對接」工作在深化果蔬基地採購基礎上，加大了其它農副產品的大規模基地採購，成果顯著。以做深基地採購為原則，本集團在二零一一年積極探討與基地主要品項合作夥伴的穩定和深入的合作，通過對主要品項的採購計劃、儲存計劃、品質管理、運輸計劃等方面管理細化，從而有效地提高了採購規模，降低了採購成本，取得了良好的經濟效益和社會效益。二零一一年本集團被正式列為國家「十二五」科技支撐計劃《果蔬農超對接供應鏈系統集成與應用示範》項目課題研究的第一責任承擔單位。

圓滿完成對美廉美的完全整合，全面拉開整合天津區域的序幕。自二零零六年本集團並購美廉美至二零零九年全資擁有，整合工作從財務與信息技術著手，經過預算系統導入美廉美，經營流程引用，供應商優化，商品調整等工作，於報告期內本集團完成了物美SAP系統於美廉美全面上線以及總部組織機構與人員全方位合併，實現了一個管理團隊、一套管理系統，雙品牌運作。

繼完成對美廉美的整合之後，根據本集團的「大北京」發展規劃以及依托本集團信息系統及物流配送體系支撐，二零一一年底，本集團實施了對天津物美的全面整合，至此，在北京、天津、河北地區，本集團實現了全部零售業務的全面統一運營管理，統一商品採購與配送。對天津的整合，提升了本集團遠距離開店、遠距離管理的能力；而京津聯動，實現兩大區域共享商品、供應商等資源，將進一步降低本集團的運營成本，提升規模優勢。

成功轉至主板上市。二零一一年六月三十日，本公司成功從香港聯交所有限公司（「聯交所」）創業板轉至聯交所主板上市。在主板掛牌再次提升了本公司在國際市場的知名度，並獲得了國際著名投資機構的高度認可，為本公司全面國際化進程邁出了更堅實的一步。

展望

二零一二年，將是複雜且充滿挑戰的一年，零售企業面臨着巨大的壓力，CPI增幅減緩、人力成本持續增高、城市開店越來越密集，面對面地激烈競爭已開始向中等城市延伸，以電子商務為主的新流通模式對傳統零售行業產生了巨大的衝擊。但二零一二年更是孕育無限生機的一年，中國經濟快速穩定的發展，城市化進程穩步推進，城市居民消費能力不斷增加，為零售企業的發展創造了巨大商機與發展空間。

二零一二年，將是我們繼往開來的一年。本集團將在堅持區域發展戰略上，以物流體系為支撐，正式成立環京區建制，充滿北京，加速天津，輻射周邊，延伸河北，建立環京區的「大北京」的發展規劃，以全業態方式進行零售網絡拓展，做強做大「大北京」。

堅定不移地全力打造供應鏈企業是本集團二零一二年最關鍵的工作。本集團將以北京採購團隊為核心，借助規模優勢，在華北配送中心的基礎上尋找北京周邊的物流基地資源，規劃建立新的配送中心，全面提高本集團的供應鏈效率，以支持本集團向更大區域的發展。

打造「科技物美」。未來的競爭更是經營技術的競爭。在經營管理的各環節，面對眾多而複雜的各項運營管理技術，加快技術創新步伐，不斷提升經營水平，是我們提升核心競爭力的重要手段。打造「科技物美」是本集團二零一二年的重點工作，也將作為本集團未來長遠的目標。

整合各方資源，深化「農超對接」，實施萬噸量販，向訂單農業靠攏。根據本集團近幾年的直地採購的實踐與本集團發展的需要，二零一二年，本集團將繼續深化「農超對接」，推出更多的單品萬噸量販，真正做到應季產品、知名產品的超大批量吞吐，以掌控並支撐全年銷量。

強力提升生鮮商品競爭力。二零一二年本集團將持續大力度推動生鮮品類經營，建立從採購端到配送端的商品品質體系、商品標準化體系和質量可追溯體系、損耗管控體系和銷售促進策略等，提高生鮮經營技術，提升本集團店鋪的市場競爭力。

技術支撐發展，人才引領未來。二零一二年，將是物美打造一流的專業經營管理團隊的一年，我們將以開放的心態加快專業型、技術型人才的引進、內部人才培養與儲備，為本集團以更快速度更大規模發展提供強有力的人才保證。

二零一二年，是值得期待的一年，董事會將一如繼往，與我們最值得尊敬的員工一道，攜手並肩，為股東創造更大財富。在此，我代表董事會向全體員工、合作夥伴、所有給予物美支持與厚愛的各界朋友及消費者致以最真摯的感謝！

董事長

吳堅忠博士

二零一二年三月二十日

管理層討論與分析

二零一一年，中國經濟穩步發展，社會消費品零售總額同比增長 17.1%，扣除物價因素實際增長 11.6%。但對國內零售企業而言這一年却變化多端而艱難。租金、人力等成本不斷上漲，內資零售企業整合持續推進，網絡零售風起雲湧。面對日益嚴峻的競爭格局，本集團堅定不移地堅持區域發展戰略，積極整合資源，不斷尋求採購、商品、品類及經營技術的持續提升，繼續打造堅實地物流基礎，二零一一年本集團的經營業績繼續保持了持續、穩定的增長。

綜合全面收益表

截至二零一一年十二月三十一日止年度

	附註	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
營業額	4	14,562,642	12,571,524
銷售成本		(13,243,768)	(11,446,293)
毛利		1,318,874	1,125,231
其他收益	4	1,833,003	1,675,357
投資及其他收入	6	228,148	143,568
分銷及銷售費用		(2,104,200)	(1,839,130)
行政費用		(322,843)	(314,470)
其他開支	7	(68,236)	(9,175)
減值損失	8	(14,648)	—
應佔聯營公司盈利		5,353	7,061
應佔合營企業盈利		4,071	3,334
融資成本	9	(15,941)	(14,527)
稅前盈利		863,581	777,249
所得稅開支	10	(245,071)	(217,712)
年度盈利及全面收入總額	11	618,510	559,537
以下人士應佔年度盈利及全面收入總額：			
本公司權益所有人		586,041	529,837
非控制性權益		32,469	29,700
		618,510	559,537
每股盈利			
— 基本 (每股人民幣元)	12	0.46	0.42

綜合財務狀況表

於二零一一年十二月三十一日

	附註	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		2,756,592	2,459,556
收購物業、廠房及設備按金		–	200,000
租金按金		181,588	62,841
預付租金		88,683	65,213
商譽		844,964	844,964
無形資產		94,713	103,711
於聯營公司權益		140,786	144,268
於合營企業權益		104,021	99,950
遞延稅項資產		90,026	65,194
		<u>4,301,373</u>	<u>4,045,697</u>
流動資產			
存貨		1,186,384	1,211,467
應收貸款		317,240	–
應收貿易賬款及其他應收款項	14	1,003,060	769,952
應收有關連人士款項		132,718	203,463
預付租金		57,407	58,419
持作買賣的投資		23,592	10,105
受限制銀行結存		66,331	16,000
銀行結存及現金		1,350,975	1,133,607
		<u>4,137,707</u>	<u>3,403,013</u>
流動負債			
應付貿易賬款及其他應付款項	15	4,525,632	3,993,801
應付有關連人士款項		68,504	73,320
稅項負債		234,844	165,371
銀行貸款		250,000	201,500
		<u>5,078,980</u>	<u>4,433,992</u>
流動負債淨值		<u>(941,273)</u>	<u>(1,030,979)</u>
總資產減流動負債		<u><u>3,360,100</u></u>	<u><u>3,014,718</u></u>

	附註	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
資本及儲備			
股本		1,281,274	320,319
股份溢價及儲備		1,905,723	2,536,892
		<hr/>	<hr/>
本公司權益所有人應佔權益		3,186,997	2,857,211
非控制性權益		157,999	138,319
		<hr/>	<hr/>
總權益		3,344,996	2,995,530
		<hr/>	<hr/>
非流動負債			
遞延稅項負債		15,104	19,188
		<hr/>	<hr/>
		3,360,100	3,014,718
		<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

綜合財務報表附註

截至二零一一年十二月三十一日止年度

1. 概況

本公司為一間於中國註冊的股份有限公司，其H股於二零零三年十一月於香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）創業板（「創業板」）上市，並自二零一一年六月三十日起由創業板轉至主板上市。

本公司註冊辦事處及主要營業地點的地址於年報公司資料一節內披露。

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」）頒佈以下新增及經修訂香港財務報告準則。

香港財務報告準則（修訂本）	2010年頒佈的香港財務報告準則改進
香港會計準則第24號（2009年經修改）	關連人士披露
香港會計準則第32號（修訂本）	供股分類
香港（國際財務報告詮釋委員會）	最低資金要求之預付款項
— 詮釋第14號（修訂本）	
香港（國際財務報告詮釋委員會）	以股本工具抵銷金融負債
— 詮釋第19號	

採納新訂及經修訂香港財務報告準則並沒有對本集團本年度或過往年度之業績及財務狀況及或於該等綜合財務報告之披露有重大影響。

本集團並無提早應用下列已頒佈但尚未生效之新訂及經修訂香港財務報告準則。

香港財務報告準則第7號（修訂本）	披露—轉讓金融資產 ¹
	披露—抵銷金融資產及金融負債 ²
	香港財務報告準則第9號的強制性生效日期及過渡披露 ³
香港財務報告準則第9號	金融工具 ³
香港財務報告準則第10號	綜合財務報表 ²
香港財務報告準則第11號	共同安排 ²
香港財務報告準則第12號	於其他實體之權益之披露 ²
香港財務報告準則第13號	公平值計量 ²
香港會計準則第1號（修訂本）	其他全面收入項目的呈列 ⁵
香港會計準則第12號（修訂本）	遞延稅項：收回相關資產 ⁴
香港會計準則第19號（2011年經修改）	僱員福利 ²
香港會計準則第27號（2011年經修改）	獨立財務報表 ²
香港會計準則第28號（2011年經修改）	於聯營公司及合營公司之投資 ²
香港會計準則第32號（修訂本）	抵銷金融資產及金融負債 ⁶
香港財務報告詮釋委員會詮釋第20號	露天礦場生產階段的剝採成本 ²

- 1 由二零一一年七月一日起或以後年度期間生效
- 2 由二零一三年一月一日起或以後年度期間生效
- 3 由二零一五年一月一日起或以後年度期間生效
- 4 由二零一二年一月一日起或以後年度期間生效
- 5 由二零一二年七月一日起或以後年度期間生效
- 6 由二零一四年一月一日起或以後年度期間生效

本公司董事預期應用新訂或經修訂準則、詮釋或修訂不會對本集團之財務報表造成重大影響。

3. 主要會計政策

綜合財務報表已根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)編製。此外，綜合財務報表包括香港聯交所證券上市規則及香港公司條例規定的適用披露。

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。歷史成本一般按交換貨品之代價之公允價值計算。

4. 營業額及其他收益

年內營業額及其他收益確認如下：

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
營業額		
銷售貨品	<u>14,562,642</u>	<u>12,571,524</u>
其他收益		
出租店鋪經營場地的租金收入	440,728	365,313
來自供應商之收入，包括店鋪陳列收入及宣傳收入	<u>1,392,275</u>	<u>1,310,044</u>
	<u>1,833,003</u>	<u>1,675,357</u>
收益總額	<u><u>16,395,645</u></u>	<u><u>14,246,881</u></u>

5. 分部資料

本集團主要以連鎖方式在中國經營超市(大型超市及便利超市)業務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號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，由於本集團只有一個經營分部，故並無呈列分部分析。

6. 投資及其他收入

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
政府補貼(附註)	41,133	11,764
廢品出售收入	22,255	14,719
就註銷租約向承租人收取的彌償	2,674	19,599
配送服務收入	79,392	43,195
就貨物付運延誤向供應商收取的彌償	10,444	13,010
銀行結存及應收貸款利息收入	28,040	11,663
持作買賣的投資的公允價值變動	699	1,640
其他	43,511	27,978
	228,148	143,568

附註：基於本集團對本地社區所作出的貢獻且符合地方政府認為需要考慮的其他條件，本集團本年內獲得政府補貼合共約人民幣41,133千元(二零一零年：人民幣11,764千元)。

7. 其他開支

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
外匯虧損淨額	7,171	9,175
處置物業、廠房及設備的淨損失	61,065	—
	68,236	9,175

8. 減值損失

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
於聯營公司權益的減值損失	12,265	—
無形資產減值損失	2,383	—
	14,648	—

9. 融資成本

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
下列所產生的利息：		
— 須於五年內償還的銀行貸款	15,941	14,527

10. 所得稅開支

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
稅務支出(抵免)包括：		
中國所得稅	273,987	239,539
遞延稅項		
本年度	(28,916)	(21,827)
	245,071	217,712

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，本公司及其中國境內附屬公司的稅率為25%。

年度稅務支出與綜合全面收益表所示的稅前盈利對賬如下：

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
稅前盈利	863,581	777,249
按稅率25%計算的中國企業所得稅 (二零一零年：25%)	215,895	194,312
應佔聯營公司及合營企業盈利的稅務影響	(2,356)	(2,599)
釐定應課稅盈利時不可扣減的支出的稅務影響	3,928	673
未確認稅務虧損的稅務影響	27,734	27,233
動用過往未確認的稅務虧損	(130)	(1,805)
釐定應課稅盈利的額外可扣減 稅務開支的稅務影響	-	(102)
年度所得稅開支	245,071	217,712

11. 年度盈利

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 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	320,941	256,928
預付租金撥回	58,419	63,933
無形資產攤銷(包括在分銷及銷售費用中)	6,615	3,512
折舊及攤銷總額	<u>385,975</u>	<u>324,373</u>
租用物業的經營租約租金	665,773	543,284
核數師酬金	4,750	4,750
董事酬金	3,547	2,377
其他員工成本		
—薪金及其他福利	665,669	603,266
—退休福利計劃供款	69,131	63,911
員工成本總額	<u>738,347</u>	<u>669,554</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)	4,469	4,768
處置物業、廠房及設備虧損	61,065	2,262
確認為開支之存貨成本	<u>13,243,768</u>	<u>11,446,293</u>

12. 每股盈利

本公司權益所有人應佔每股基本盈利根據以下數據計算：

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
本公司權益所有人應佔年度盈利	<u>586,041</u>	<u>529,837</u>
	二零一一年 千股	二零一零年 千股
股份數目：		
加權平均股數	<u>1,281,274</u>	<u>1,268,607</u>

計算每股基本盈利所用的加權平均股數已經調整，以反映股份合併及資本化發行的影響。

本公司於兩個年度內無任何潛在已發行普通股，故無呈列每股攤薄盈利。

13. 股息

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
年內已確認派付的股息：		
二零一零年末期股息每股人民幣0.20元 (二零一零年：二零零九年末期股息 每股人民幣0.18元)	<u>256,255</u>	<u>225,131</u>

報告期末後，董事建議向於二零一一年股東週年大會日期名列股東名冊之股東派付截至二零一一年十二月三十一日止年度之末期股息每股人民幣0.20元，共人民幣256,255千元(二零一零年：截至二零一零年十二月三十一日止年度之末期股息每股人民幣0.20元，共人民幣256,255千元)，該議案需經股東於股東大會審批。

14. 應收貿易賬款及其他應收款項

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
應收貿易賬款	143,769	77,737
支付供應商的預付款項	230,248	212,158
可扣減的進項增值稅	399,978	327,805
租金按金	44,649	39,744
其他應收款項	184,416	112,508
	<u>1,003,060</u>	<u>769,952</u>

應收貿易賬款是對加盟店及零售客戶供應商品的應收款項。向加盟店供應商品的應收款項的平均信貸期為30至60天。在接納任何店鋪為新加盟店之前，本集團將評估店鋪的潛在信貸質素及確定信貸限額。加盟店的信貸限額每年檢查兩次。所有應收貿易賬款於報告期末概無逾期或減值。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。

於報告期末，應收貿易賬款的賬齡分析如下：

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
0至30天	65,688	33,350
31至60天	78,081	44,387
	<u>143,769</u>	<u>77,737</u>

15. 應付貿易賬款及其他應付款項

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
應付票據	155,774	16,000
應付貿易賬款	2,803,483	2,485,814
預收客戶款項	782,137	767,303
收取租賃商戶保證金	210,025	211,976
應計租金	220,797	181,364
其他應付款項	353,416	331,344
	<u>4,525,632</u>	<u>3,993,801</u>

於報告期末，應付票據及應付貿易賬款的賬齡分析如下：

	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
0至30天	1,790,932	1,608,620
31至60天	615,197	409,861
61至90天	349,033	326,245
90天以上	204,095	157,088
	<u>2,959,257</u>	<u>2,501,814</u>

購買商品的平均信貸期為60天(二零一零年：60天)。

財務回顧

收益總額

報告期內，本集團收益總額約為人民幣16,395,645千元，較二零一零年同期的人民幣14,246,881千元，增長約15.1%。收益總額的增長來自：

- (1) 可比較店鋪的銷售增長。報告期內，本集團通過改善購物環境、優化商品結構、提供多種增值服務、大力發展團購客戶等方式不斷提升來客數和客單價，在日趨激烈的零售業市場競爭中，取得了可比店鋪9.8%的增長；
- (2) 新開店鋪對收益總額的貢獻；
- (3) 租賃收入大幅提高。報告期內，本集團通過店鋪改造，不斷引進優質商戶，降低空租率，從而帶動租賃收入大幅提高。

綜合毛利額及綜合毛利率

報告期內，本集團綜合毛利額為人民幣3,151,877千元，較二零一零年同期人民幣2,800,588千元增長約12.5%；報告期內，本集團的綜合毛利率為19.2%，較二零一零年的19.7%穩中有降。綜合毛利率下降的原因為服務收入在收益總額中的比例由二零一零年的9.2%下降至8.5%，報告期內，本集團利用合併美廉美總部的契機，整合供應商資源，統一了服務收入收取的時間標準（由集中收取改為按月收取），減少收費項目，使二零一一年服務收入佔收益總額的比例下降。

分銷及銷售費用和行政費用

報告期內，本集團分銷及銷售費用、行政費用合計約人民幣2,427,043千元，較二零一零年的2,153,600千元增長12.7%。與收益總額的佔比為14.8%，較二零一零年下降0.3個百分點。該比例下降的原因為：

- (1) 報告期內，本集團通過合併美廉美總部，使得總部各職能部門的管理效率大幅提升，總部人員得以降低，從而帶動總部人事費用及相關的辦公費用下降。

(2) 報告期內，本集團通過調整店鋪的用工結構，加強小時工的佔比，使店鋪的人事費用得到一定控制；同時本集團也加大對店鋪的費用管控力度，使促銷費用、能源費用等店鋪營運費用佔收益總額的比例下降。

融資成本

報告期內，本集團融資成本約為人民幣15,941千元，較二零一零年的人民幣14,527千元增長9.70%。融資成本增加的原因為報告期內本集團的貸款規模略有增加。

淨利潤

報告期內，本集團權益所有人應佔淨利潤約為人民幣586,041千元，較二零一零年同期人民幣529,837千元上升10.6%；剔除對易初蓮花和超市發一次性資產處置和減值的會計處理後，本集團之淨利潤約為人民幣658,688千元，較二零一零年增長24.3%。

流動資金及財務資源

得益於本集團規模擴大及經營業務的穩步增長，報告期內，經營活動產生的現金流量淨額為人民幣1,233,935千元，較二零一零年的681,600千元，增長81.0%；於二零一一年十二月三十一日本集團現金及銀行結餘為人民幣1,350,975千元，較二零一零年年末的1,133,607千元增長19.2%。

於二零一一年十二月三十一日，本集團權益總額約人民幣3,344,996千元，資本負債比率為7.5%（二零一零年十二月三十一日：6.7%），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。

於二零一一年十二月三十一日，本集團流動資產約人民幣4,137,707千元，主要包括現金及銀行結餘約人民幣1,350,975千元，存貨約人民幣1,186,384千元，應收貿易賬款及其他應收款項約人民幣1,003,060千元。

於二零一一年十二月三十一日，本集團非流動資產約人民幣4,301,373千元。非流動資產主要包括物業、廠房及設備約2,756,592千元，商譽約人民幣844,964千元，於聯營公司權益約人民幣140,786千元，於合營企業權益約人民幣104,021千元。

於二零一一年十二月三十一日，本集團流動負債約人民幣5,078,980千元，主要包括應付貿易帳款及其他應付款項約人民幣4,525,632千元，短期借款人民幣250,000千元，應付稅項約人民幣234,844千元。

資本構架

本集團的借貸、現金及現金等價物主要以人民幣持有。於二零一一年十二月三十一日，本集團經審核之銀行貸款為人民幣250,000千元，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5.81%至7.54%。

可供分派儲備

本公司於二零一一年十二月三十一日之可供分派儲備約人民幣1,562,458千元(二零一零年：人民幣1,266,998千元)。

資產質押

於二零一一年十二月三十一日，本集團有銀行貸款人民幣250,000千元以賬面值約人民幣224,039千元的土地和房產作抵押。

或有負債

於二零一一年十二月三十一日，本集團沒有任何重大或有負債。

未來投資計劃

截至二零一一年十二月三十一日止，本集團並無重大投資計劃。

匯率風險

本集團收支賬主要以人民幣計價，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。

股息分派

董事會建議每股派發人民幣0.2元(含稅)末期股息，並將於二零一一年度股東周年大會(「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。

業務回顧

零售網絡拓展

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。截至二零一一年十二月三十一日止，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《委托經營和管理協議》經營與管理的零售網絡共519間(二零一零年十二月三十一日：492間)，其中大型超市127間，便利超市392間，總銷售面積達667,095.5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10間，因拆遷或租約到期等原因關閉4間；新開便利超市直營店40間，因拆遷或租約到期關閉20間；新增加盟店9間，關閉10間；新托管了大型超市3間，便利超市3間，終止了與4間托管便利超市的合作。

截至二零一一年十二月三十一日止，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 ^{附註} 店鋪數	合計	分布區域
直營店	122	275	397	北京、天津、河北、浙江
加盟店	—	80	80	浙江
托管店	5	37	42	天津、上海、江蘇
合計	127	392	519	

附註：便利超市含生活超市、高端超市及便利店。

完成物美與美廉美全面整合，啟動「京津」整合

本公司於二零零六年收購了北京美廉美連鎖商業有限公司(「美廉美」)75%權益，二零零九年下半年全資擁有，本集團於報告期進行了對美廉美全面整合中的最後兩項工作，信息系統切換及總部機構與人員的合併，成功完成了物美與美廉美的全面整合。儘管在整合過程中，店鋪經歷了的經營標準的磨合，但到二零一一年底店鋪營運系統融合工作基本順利完成。物業和美廉美全面整合的完成進一步發掘了本集團規模優勢，並為與供應商的交易條件進一步優化、店鋪優化及提高行

銷工作的有效性打下較好的基礎；合署辦公，優化了組織機構，精編了人員，降低了總部營運成本；對美廉美店鋪的配送比例的加大，提高了本集團的物流運作效率，有效降低了物流總成本。對美廉美的成功收購及整合，不僅提升了本集團的核心競爭力，更為本集團未來的併購整合工作打下了良好基礎並提供了豐富經驗。

在物美和美廉美全面整合的成功經驗指導下，二零一一年年底，本集團根據「大北京」的發展規劃，依托於本集團現有的物流配送及在供應鏈推進直流項目初步成果下，實施了對天津物美的全面整合，撤銷天津總部，全部由北京總部統一管理，由華北物流配送中心統一為天津地區店配送商品，實現兩大區域商品、供應商等資源的統一與共享。京津聯動，進一步降低了本集團運營成本，提升規模優勢，實現了本集團京津零售業務由一個總部實施全面統一運營管理。

推行全品項配送與直流，打造供應鏈企業

為打造供應鏈企業，提升供應鏈效率，本集團的物流配送推行了由在庫模式向直流模式的重大轉換。報告期內，本集團華北物流配送中心及浙江臨平配送中心分別正式啟動「全品項配送與80%直流」項目。全品項配送，即店鋪訂貨由向供應商下訂單變為直接向配送中心下訂單，實現配送中心向店鋪配送全品項商品。在全品項配送基礎上，由原來的庫存配送為主、直流配送為輔模式轉變為80%直流配送，即供應商將商品送到配送中心，不經過收貨、上架、存貨、揀貨過程，而直接送到配送中心的各店鋪的出貨位，由配送中心將商品集中送貨到店。該項目需要有店鋪訂貨行程管理、配送與店鋪的托盤互換、店鋪不清點收貨、配送直流直接分揀流程、供應商配合提前分揀及配送過程全程控制等工作作為支持。截至二零一一年底，本集團北京地區直流比例已經佔其總業務量的90%以上。在直流推行過程中，推行整托盤運輸、推行不清點明細的做法，相關環節的工作流程得以進一步優化，供應商到貨滿足率、配送中心的發貨效率、運輸效率以及店鋪的收貨效率均得以提高。

直流項目是本集團戰略性舉措，儘管還在不斷完善中，但直流的實施對本集團的意義已開始逐步顯現，該項目不僅使本集團的物流配送品項數大幅提高，北京地區配送商品品項數提高了約300%；而且提升了供應鏈的效率，使配送中心庫存周轉天數下降至目前不到2天的水平，節約了流動資金，提高了物流效率；同時，直流極大地增強了本集團遠距離配送能力。因此，推行直流項目與全品項配送，打造供應鏈企業，是本集團堅定不移的發展方向。

持續推進農超對接，做大做強基地直采

本集團持續推進「農超對接」工作。報告期內，本集團擴大了「農超對接」的基地建設，重點加大河北、海南、東北、新疆、雲南的基地建設，在做好以果蔬為主的農超對接工作基礎上，基地自采的品項擴大到其他生鮮農產乾貨品類，如鮮雞蛋、大米、雜糧、乾貨等民生農產品。其中大米、雞蛋兩個單品北京地區年銷售均突破1.3億，從而帶動該品類銷售年增長30%以上。

由於本集團在「農超對接」工作的成功經驗以及良好社會效應，在重慶舉行的第三屆中國零售業生鮮經營高峰論壇上，本集團與「山東省淄博市臨淄區眾得利蔬菜專業合作社」的合作項目被中國連鎖經營協會授予首批「農超對接示範項目」稱號。報告期內，本公司正式承擔了「十二五國家科技支撐計劃」《果蔬農超對接供應鏈系統集成與應用示範》項目課題研究。在結合物美的信息技術、物流技術和經營技術基礎上，將不斷推動現代流通產業的技術進步。

本集團利用基地採購的技術與經驗及龐大的零售網絡優勢，積極承擔社會責任。報告期內，面對農民出現的賣菜難，本集團發起倡議，與北京的12家連鎖超市企業在北京聯手開展緊急救助行動。同時本集團第一時間在本集團北京的大型超市設置「魯豫菜援助專區」、「內蒙土豆賣難專區」、「北京大興白菜賣難專區」等，採取平進平出，零帳期等優惠政策，積極促進專賣區蔬菜的銷售，幫助農民解決農產品賣難問題。援助行動獲得了被救助地區政府及農民的高度認可，取得了良好的社會反響，同時在更廣泛的區域提升了本集團的品牌知名度。

提升生鮮果蔬經營

以滿足顧客的需求為導向，建立物美特色的果蔬經營為目標，報告期內，本集團以採購端—配送端—店鋪銷售端為鏈條，開展了大力提升果蔬經營的專項重點工作。在採購端，一方面依賴本集團已有的基地自采，實施單個品項量進量出，在建立可持續貨源地的同時，充分利用本地批發市場積極開展機會商品的補充進貨；另一方面完善品質、品規反饋機制及陳列損耗管控體系，明確品規、品項、品質標準，以提升商品質量，保證果蔬新鮮。在配送端，整合現有配送資源，完善

果蔬冷鏈建設，堅持果蔬低溫配送與送貨時效，對不合品規、品質的果蔬商品杜絕進入配送。在店鋪銷售端，統一各店鋪的果蔬經營區域形象，提升店鋪陳列呈現。通過一系列的調整與改進，本集團進行的果蔬經營試點店在品項、品質、呈現有較大提升，來客、銷售增長和毛利增長上均呈現良好局面。

報告期內，本集團在美廉美品牌部分店鋪進行了農超對接基地的主力合作社進場進行聯營銷售其果蔬的嘗試。在山東基地主力合作社進入美廉美店鋪銷售的第一周，該部分果蔬環比8月份銷售增長17%，9月份環比8月份整體銷售增長6%，農超對接基地合作社作聯營供應商的模式並成為美廉美試點店鋪果蔬銷售的新增長點。

以品牌提升形象，以技術作為手段，持續優化營銷

報告期內，本集團繼續全力打造物美品牌形象。在繼續堅持行之有效的「天天價廉，永遠物美」營銷方法基礎上，有計劃、有系統地推出了「品質生活」、「優質商品」、「新品推介」等專版、專欄，吸引更多高客單價消費者；同時，逐步改善顧客購物體驗，在本集團店鋪「親民」形象的基礎上，塑造更高品質的形象，從而有效提升客單價，滿足顧客對品質日益提高的追求。

報告期內，本集團以技術支撐營銷手段創新，下大力氣穩定並擴大會員，加強對中高端客戶的關注和溝通互動，通過實施對會員購物情況的持續跟蹤分析，以分析數據作為依據，調整及優化會員政策，同時，在大型超市店鋪推廣會員專區項目，開展會員獨享活動，加大對優質會員的回饋力度。一系列措施，提升了會員對本集團會員政策的認可度，報告期內會員銷售佔比達40%以上，會員人數和會員銷售佔比較去年同期均大幅提升。行之有效的會員營銷策略，提升了會員忠誠度。

報告期內，本集團持續依靠技術創新營銷方式，在不斷優化實施依據信息技術的「滿額換購」、「整箱買更便宜」、「10元3件」、「第二件N折」等複合條件促銷基礎上，開始運用短信優惠券、微博、網絡、短信平臺等新型的促銷方式，給顧客提供「去物美購物的十大理由」，收到了預期的營銷效果。

持續升級優化信息系統，成功實現本集團全面上線

歷經五年的開發、不斷升級，以及分別於北京地區店鋪、天津地區店鋪、美廉美店鋪分步分批上線實施，報告期內，本集團完成了WINBOX系統在杭州地區總部與店鋪的推廣上線，實現了品類、採購、營運、供應鏈、財務管理等模塊的全面升級，從而全面實現了物美信息系統平臺在全集團(北京地區、天津地區、杭州地區)的統一。

報告期內，本集團為推進直流項目的實施，進一步升級供應鏈物流模塊，完成了對供應商協同、訂貨行程、倉庫作業管理等供應鏈環節的系統優化，實現了存儲型與直通型配送方式及摘果式、播種式等揀貨作業方式的支持。本集團信息系統所支持「邊收邊播」的功能，實現了商品在配送中心的收貨和發貨一步完成，有效地簡化了作業流程，提高作業效率，降低作業成本，有力地支持了本集團開展的直流配送項目。

為配合本集團已開展的「農超對接」業務的深入開展，報告期內，本集團在物美VRM(Vendor Relationship Management,「供應商關係管理」)系統平臺上，成功完成了農產品流通可追溯管理系統的研發。該系統可記錄單類農產品的基地、產地、發貨單等信息，以及從種植、收割到流通的質量檢測信息，實現了對農產品從種植到流通各環節進行監控的可追溯管理，從而對於基地採購農產品的質量實施統一管理，保證本集團的基地採購農產品的質量。由於該系統的先進性使其被成功應用於海南省財政廳、商務廳組織的物美集團承擔的省級《海南現代農產品流通綜合試點》項目。

報告期內，本集團完成了對AMS (Asset Management System，資產管理系統)的優化，實現了對本集團資產調撥、資產盤點、集中採購、供應商分期付款、票據沖銷、報廢處置等自動生成財務憑證，提高了工作效率及準確率，大大減少了資產會計人員的工作量，有效地降低了手工作業的風險。AMS的應用使得本集團資產管理進一步技術化，為本集團打造支撐更大規模連鎖體系總部奠定了強大技術基礎。

報告期內，本集團開發了人力資源管理平臺系統(HRM，Human Resource Management)，該系統貫穿了ERP (Enterprise Resource Planning) 系統、OA (Office Automation) 辦公平臺、考勤系統、ELN (E-Learning) 培訓系統，主要功能包括組織管理、人事信息管理、招聘管理、勞動合同管理、培訓管理、考勤管理、績效管理、福利管理、工資管理等。HRM系統的應用實現人力資源全面流程化、系統化、規範化管理。報告期內，本集團完成了HRM系統一期功能測試，實現了基於身份證應用的考勤功能，及基於考勤實時數據的人員動態管理，包括人力共享服務中心建設、工資發放、人力報表數據上線、促銷員管理、員工動態及預警管理、報表展示分步實施等。預計HRM一期功能預期於二零一二年初完成在北京地區的上線工作。

建立三級食品安全檢測體系質，保障食品質量安全

食品安全工作一直是本集團的重點工作。為保證食品安全，本集團從組織體系、作業流程到檢核制度三個方面的建設打造企業質量管理體系。報告期內，本集團陸續在北京地區的部分店鋪設立了食品檢測室及配備檢測人員，每天對進入店鋪的食品進行嚴格抽檢，對問題食品進行下架、退市、銷毀處理，確保所售商品質量與食品安全。報告期內，本集團率先在北京連鎖零售超市企業中設立了食品安全檢測機構—「物美集團檢測中心」，該檢測中心在本集團「華北物流中心」的揭牌，標志著本集團從「農超對接」基地、到物流配送中心到店鋪的三級食品安全檢測體系正式建成。三級檢測分為「源頭檢測」—基地對蔬果進行農藥殘留等多項指標檢測、「配送中心檢測」—對配送的果蔬產品及肉品進行波次檢測，「店鋪檢測」—已設立檢測室店鋪對食品及果蔬進行抽樣檢測。三級檢測體系的建立，確保了本集團出售的蔬果等農副產品符合國家標準及相關食品安全法規，對出現質量問題的商品保證兩小時內全部下架。本集團的食品安全工作獲得了消費者的熱情積極評價與信賴，本集團旗下的京北大世界店鋪以完善的商品檢測運作，獲得北京市工商局的大力表彰，並獲得了價值約300萬元的檢測設備的獎勵。

優化考核，拓寬培訓渠道，加速人才培養

面臨人力成本快速上漲，集團規模快速發展對人才的需要，二零一一年本集團以控制人力成本，穩定管理團隊，滿足店鋪基層員工為目標，開展了一系列工作。

報告期內，本集團採取積極措施提高勞動生產率。從集團內部，加強員工培訓力度，並優化績效考評制度，使得員工人效進一步提升；同時依托於本集團先進的信息系統和強大供應鏈體系的支持，不斷優化作業流程，持續優化用工結構，加大小時工等兼職工種在員工總量的佔比，減少員工勞動強度，並在一定程度上緩解了人力成本上漲的壓力，不僅成為降低本集團人事費用的有效方式，同時為社會提供了更多的就業崗位。

為保證集團快速發展對人力資源的需求，本集團在報告期內加強了培訓工作。除了完成期初培訓計劃176期共計5132人次的培訓外，本集團繼續推進網絡培訓，以加快培訓速度、擴大培訓面。繼二零一零年E-Learning遠程培訓平臺在北京地區上線後，報告期內，本集團完成了浙江地區、天津地區的E-Learning上線工作，並不斷完善遠程系統，豐富培訓課程內容。網絡培訓課程除了企業簡介、公司規章制度、店鋪實操培訓，店鋪基礎服務規範等課程外，二零一一年共開發ELN電子課件17個，標準化文件239個，包含服務台、倉管、收銀、理貨、水產、蔬果、熟食等多個崗位工作培訓。網絡培訓為員工搭建起學習和創新的平臺，加快了店鋪運營實操培訓的速度與受訓面，成為本集團人力資源培訓的一個重要方式。

二零一一年下半年，本集團在北京及杭州分別將一家大型超市設立為「培訓示範店」，從而開始了店鋪實操培訓。示範店除了進行正常的營運外，承擔本集團新開店的培訓工作，同時作為「百人計劃」項目的培訓工作基地和標準化項目推廣的平臺，以推進理論與實務培訓相結合，使培訓更有效地實施。

前景展望與措施

二零一二年，世界經濟將更加複雜變化多端，但同發達國家相比中國經濟仍有巨大的增長空間。「十二五」規劃下的城鎮化進程，以及國家商務部二零一二年將重點通過完善城鄉流通體系、推動發展現代流通方式以及改善消費環境三方面促進消費的政策指引，都給零售企業帶來進一步發

展空間。同時，我們也看到中國連鎖零售行業的競爭愈演愈烈，行業集中仍將持續，B2C與大型Mall的商業模式與傳統零售業分爭已經顯現。在這多變、複雜而嚴峻的環境下，我們必須瞭解現狀，看清方向，全力以赴地應對挑戰。

二零一二年，我們將發揮本集團全業態及市場規模優勢，決戰北京、重視天津、發展環京，加強並購，全面推進零售網絡的拓展。

建立面向未來的物流體系。我們將加快環京津區物流中心建設，規劃華東區配送中心，為本集團擴大區域經營建造支撐未來發展的物流網。

狠抓營運基礎，實施精確地庫存管理，繼續推進全品項配送和直流作業，提高供應鏈效率，提升管理水平。

依托本集團信息系統，加速集團共享中心建設並推進物美特色的網絡服務業務，以技術提升本集團的競爭力。

全員重視並堅決實施全方位的食品質量安全工作是本集團二零一二年重要管理工作，通過組織調整，提升檢驗技術，完善管理制度和嚴格實施檢核等手段，提高本集團全體員工對食品安全意識和規範工作方法，切實將顧客食品安全放在首要考慮事項，以保證本集團的食品安全工作不斷滿足顧客對食品安全的日益提高的消費需求。

二零一二年，本集團將加速引進技術型人才引進以及內部培養，完善培訓體系建設，打造一支會管理、懂技術、善學習的人才梯隊。

二零一二年，面對更多為強勢的競爭與自我超越的挑戰，我們將千里之行始於足下，持續為股東創造更好佳績。

其它資料

由創業板轉至主板上市

經中國證券監督管理委員會及聯交所批准，本公司已發行之536,568,000股H股自二零一一年六月三十日起由創業板轉至聯交所主板上市。本公司於主板的股份代碼為01025。

股份合併與資本化發行

本公司根據股東大會的批准及對董事會的授權，於二零一一年四月十二日實施股份合併及資本化發行（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代發行之公告）。股份合併及資本化發行完成後，本公司股票面值由人民幣0.25元/股變更為人民幣1.00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股為536,568,000股，佔本公司已發行總股本的41.88%；內資股為744,706,116股，佔本公司已發行總股本的58.12%。

於二零一一年十二月三十一日，本公司的股份類別及股份數為：

股東名稱	股份類別	股份數 (股)	佔總股本 概約百分比 (%)
物美控股	內資股	497,932,928	38.86
	H股	1,375,000	0.11
北京和康友聯技術有限公司	內資股	24,982,300	1.95
北京君合投資有限公司	內資股	23,269,228	1.82
北京網商世界電子商務有限公司	內資股	160,457,744	12.52
聯想控股有限公司	內資股	7,306,752	0.57
弘毅投資產業一期基金(天津)(有限合夥)	內資股	23,619,364	1.84
北京雙臣快運有限公司	內資股	7,137,800	0.56
Wealth Retail Holding	H股	25,000,000	1.95
Fit Sports Limited	H股	5,000,000	0.39
公眾人士	H股	505,193,000	39.43
總股本		<u>1,281,274,116</u>	<u>100</u>

企業管治常規守則

本公司一直分別於適當的時間內遵守聯交所創業板上市規則及聯交所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。

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。

於二零一二年三月二十日，審核委員會審閱及討論了本集團截至二零一一年十二月三十一日止年度之經審核綜合財務報告及經營業績、主要會計政策等事項。

提名委員會與薪酬委員會

報告期內，本公司已設立提名委員會與薪酬委員會。

購買、出售或購回本公司上市證券

報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或購回本公司任何上市證券。

競爭關係

物美控股主要在天津、上海、江蘇及銀川有連鎖超市業務。

本集團主要在北京、浙江及天津開展連鎖超市業務。除了天津地區外，由於地域不同，本集團與物美控股基本沒有直接的競爭。為避免與物美控股的潛在的競爭，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》，二零一一年五月五日，本公司與物美控股簽訂了《委托經營及管理協議(2011)》，本集團繼續為物美控股及其附屬公司提供供貨、商品配送及管理服務。物美控股嚴格按照《不競爭協議》及《委托經營和管理協議(2011)》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。

重大不利變動

截至二零一一年十二月三十一日，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。

刊發全年業績及二零一一年年報

本公司全年業績公告將刊載於聯交所網站(<http://www.hkex.com.hk>)及本公司網站(<http://www.wumart.com>)。本公司將於適當時間向股東寄發二零一一年年報，並刊載於聯交所及本公司網站。

承董事會命
董事長
吳堅忠博士

中國·北京

二零一二年三月二十日

截至本公告發出日期，董事會由執行董事吳堅忠博士、徐瑩女士、蒙進暹博士、于劍波博士，非執行董事王堅平先生、馬雪征女士、趙令歡先生，以及獨立非執行董事韓英先生、李祿安先生、呂江先生及王俊彥先生組成。