

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文件的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不會就本文件全部或任何部份內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



(在中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：00980)

公佈截至二零一二年十二月三十一日止年度業績

財務摘要

受經營環境壓力、激烈市場競爭和成本上漲等因素影響，截至二零一二年十二月三十一日止，本集團錄得：

- 營業額約為人民幣289.9億元，同比增長約為5.33%。本集團同店銷售同比下降約0.72%，其中大型綜合超市業態下降約2.77%，超級市場業態上升約2.38%，便利店業態上升約5.8%。
- 毛利額約為人民幣39.3億元，同比微降0.68%，毛利率約為13.55%。毛利空間收窄。
- 分銷成本及行政開支共為人民幣66.0億元，整體費率同比增長約0.35個百分點，成本剛性上揚。
- 綜合收益達人民幣71.5億元，同比上升約為1.13%，綜合收益率為24.68%，同比下降1.03個百分點。
- 受毛利額下降、成本上漲因素影響，經營盈利約為人民幣5.12億元，同比下降約38.24%。歸屬於本公司的股東應佔盈利約為人民幣3.40億元。每股基本盈利達人民幣0.30元。
- 擁有門店達4,698家。回顧期內，本集團新開門店394家，其中大型綜合超市新開12家；超級市場業態新開門店156家，其中直營門店新開21家，加盟門店新開135家；便利店新開門店226家，其中直營門店新開78家，加盟門店新開148家。
- 全年擬派發股息每股人民幣0.15元（含稅），其中中期已支付股息每股人民幣0.08元（含稅），擬派末期股息0.07元（含稅），全年派息比例將達50%。

註1：綜合收益 = 毛利 + 其他收益 + 其他收入

註2：綜合收益率 = (毛利 + 其他收益 + 其他收入) / 營業額

綜合全面收益表

截至二零一二年十二月三十一日止年度

	附註	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
營業額	2	28,987,545	27,520,176
銷售成本		<u>(25,058,481)</u>	<u>(23,563,736)</u>
毛利		3,929,064	3,956,440
其他收益	2	2,530,285	2,523,310
其他收入	4	695,563	595,704
分銷成本		(5,886,383)	(5,498,318)
行政開支		(716,065)	(672,614)
其他經營開支		(39,602)	(75,100)
須於五年內全數償還之銀行借款之利息		<u>(375)</u>	<u>(49)</u>
經營盈利		512,487	829,373
應佔聯營公司業績		<u>153,967</u>	<u>142,578</u>
稅前盈利	5	666,454	971,951
稅項	6	<u>(214,302)</u>	<u>(258,258)</u>
年度盈利、綜合全面收益		<u>452,152</u>	<u>713,693</u>
年度盈利、綜合全面收益歸屬於：			
本公司股東		339,947	626,726
非控制性權益		<u>112,205</u>	<u>86,967</u>
		<u>452,152</u>	<u>713,693</u>
每股盈利 — 基本及稀釋	8	<u>人民幣0.30元</u>	<u>人民幣0.56元</u>

綜合財務狀況表

於二零一二年十二月三十一日

	附註	於二零一二年 十二月 三十一日 人民幣千元	於二零一一年 十二月 三十一日 人民幣千元
非流動資產			
物業、機器及設備		3,309,928	3,337,975
在建工程		254,650	67,765
土地使用權		305,906	304,559
無形資產		187,130	186,863
為購買物業、機器及設備而支付的按金		–	300,000
於聯營公司的權益		567,973	517,087
可供出售金融資產		36,358	252,808
持有至到期金融資產		239,622	238,365
定期存款			
– 受限制		1,036,000	1,893,500
– 未受限制		3,200,000	850,000
預付租金		106,451	134,750
遞延稅項資產		200,951	142,213
其他非流動資產		21,608	23,131
		9,466,577	8,249,016
流動資產			
存貨		3,055,623	3,420,822
應收賬款	9	113,707	86,056
按金、預付款及其他應收款		1,180,816	884,861
應收同系附屬公司款		10,921	10,810
應收聯營公司款		136	129
可供出售金融資產		641,252	237,975
持有至到期金融資產		–	145,191
定期存款			
– 受限制		3,345,000	1,087,700
– 未受限制		401,000	625,000
現金及現金等價物		2,589,154	5,566,371
		11,337,609	12,064,915
資產合計		20,804,186	20,313,931

(待續)

		於二零一二年 十二月 三十一日 人民幣千元	於二零一一年 十二月 三十一日 人民幣千元
股本及儲備			
已繳股本		1,119,600	1,119,600
儲備		2,284,180	2,194,309
本公司股東權益		3,403,780	3,313,909
非控制性權益		364,900	307,737
權益合計		3,768,680	3,621,646
非流動負債			
遞延稅項負債		84,619	47,261
流動負債			
應付賬款	10	4,295,654	4,419,446
其他應付款及預提費用		2,213,756	2,204,370
憑證債項		10,259,260	9,756,029
遞延收益		17,741	15,517
應付同系附屬公司款		35,802	72,630
應付聯營公司款		8,904	13,014
銀行借貸		2,000	2,000
應付稅項		117,770	162,018
負債合計		16,950,887	16,645,024
權益和負債合計		20,804,186	20,313,931
流動負債淨額		(5,613,278)	(4,580,109)
總資產減流動負債		3,853,299	3,668,907

部份綜合財務報表附註

截至二零一二年十二月三十一日止年度

1. 主營業務

聯華超市股份有限公司(「本公司」)為一家有限責任公司，在中國註冊成立。註冊地址為中國上海市普陀區真光路1258號7樓713室。本公司在香港聯合交易所有限公司主板上市。

本公司董事視上海友誼集團股份有限公司為本公司的直接控股公司，該公司為上海證券交易所上市的公司。本公司的最終控股公司為百聯集團有限公司(「百聯集團」)，該公司為在中國成立的國有企業。

本公司及其附屬公司(在此情況下，本公司及其附屬公司合稱「本集團」)及其聯營公司主要業務包括經營連鎖超級市場、大型綜合超市和便利店，主要經營地點在中國的華東地區。

綜合財務報表以人民幣列示，與本公司及其附屬公司的功能貨幣相同。

2. 營業額及其他收益

本集團主要經營連鎖式超級市場、大型綜合超市及便利店。於本年度確認之收益如下：

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
營業額		
銷售商品	<u>28,987,545</u>	<u>27,520,176</u>
其他收益		
從供應商取得之收入	1,936,934	1,913,641
出租商舖租金收入毛額	517,913	496,966
從加盟店取得之加盟金收入	57,506	58,913
因預付憑證於其他零售店使用而取得之佣金收入	<u>17,932</u>	<u>53,790</u>
	<u>2,530,285</u>	<u>2,523,310</u>
總收益	<u><u>31,517,830</u></u>	<u><u>30,043,486</u></u>

3. 分部資料

總經理為本集團首要經營決策者，向其報告的用作資源分配及業績評估的資料重點關注本集團三項根據商業性質和業務規模基礎而確認的主要業務。以下為本集團的可報告及經營之分部：

- 連鎖大型綜合超市業務
- 連鎖超級市場業務
- 連鎖便利店業務
- 其他業務

各業務分部之間並無進行重大買賣活動或其他交易。本集團之其他業務主要包括銷售商品予批發商、提供批發業務所需的配送服務以及網上銷售。向本集團之總經理匯報上述資訊時，本集團之所有其他業務系已被單獨加總呈列。

以下為回顧年度按經營分部分析之本集團收益（包括營業額及其他收益）及業績：

	分部收益		分部業績	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
大型綜合超市	18,883,020	17,655,962	233,788	352,728
超級市場	10,572,139	10,400,556	284,621	359,200
便利店	1,963,173	1,866,298	(24,123)	14,420
其他業務	99,498	120,670	27,721	97,094
	<u>31,517,830</u>	<u>30,043,486</u>	<u>522,007</u>	<u>823,442</u>

分部業績與綜合稅前盈利對賬如下：

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
分部業績	522,007	823,442
利息收入	63,980	74,294
不可分配收入	54,943	67,802
不可分配開支	(128,443)	(136,165)
應佔聯營公司業績	153,967	142,578
綜合稅前盈利	<u>666,454</u>	<u>971,951</u>

上述所報告的一切分部收益乃源自外部客戶。

所有本集團之收益及對分部業績乃歸因於中國客戶。

分部業績不包括應佔聯營公司溢利及總部收支之分配（包括總部管理資金產生之利息收入）。此乃向本集團總經理匯報用以資源分配及分部表現評估之報告。

以下為按經營分部分析之本集團資產：

	於二零一二年 十二月三十一日 人民幣千元	於二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元
分部資產		
－ 大型綜合超市	11,639,101	10,766,439
－ 超級市場	6,611,410	6,200,622
－ 便利店	531,960	390,816
－ 其他業務	371,930	269,076
分部資產合計	19,154,401	17,626,953
於聯營公司之投資	567,973	517,087
其他未分配資產	1,081,812	2,169,891
資產合計	<u>20,804,186</u>	<u>20,313,931</u>

其他未分配資產主要包括總部集中管理的某些金融資產、現金和現金等價物和遞延稅項資產。

其他分部資料如下：

二零一二年

	大型 綜合超市 人民幣千元	超級市場 人民幣千元	便利店 人民幣千元	其他業務 人民幣千元	集團 人民幣千元
包含於分部損益或分部 資產計量的金額如下：					
非流動資產的增加（註）	487,828	218,502	63,756	574	770,660
折舊	346,285	156,092	22,067	14,422	538,866
攤銷	5,005	6,482	803	5,308	17,598
物業、機器及設備減值 處置物業、機器及設備 發生的損失（盈利）	23,872	2,521	223	-	26,616
利息收入	830	(765)	(63)	115	117
財務成本	245,430	74,482	4,325	81,556	405,793
	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>375</u>	<u>375</u>

二零一一年

	大型 綜合超市 人民幣千元	超級市場 人民幣千元	便利店 人民幣千元	其他業務 人民幣千元	集團 人民幣千元
包含於分部損益或分部 資產計量的金額如下：					
非流動資產的增加(註)	1,002,573	254,939	23,975	473	1,281,960
折舊	252,540	243,406	19,466	14,322	529,734
攤銷	2,804	8,093	772	4,900	16,569
物業、機器及設備減值 處置物業、機器及設備 發生的損失(盈利)	9,292 (2,300)	5,516 8,241	380 (2,645)	— 258	15,188 3,554
利息收入	145,088	49,876	296	32,575	227,835
財務成本	—	—	—	49	49

註：非流動資產的增加包括物業、機器及設備，在建工程，土地使用權，無形資產以及為購買物業、機器及設備而支付的按金的增加。

地域資訊

本集團之業務及非流動資產均位於中國。源自外部客戶獲取之收入實質上均來自於中國，故無需呈報地域資訊的分析。

關於主要客戶的資訊

在過去兩年中，並無來自任何客戶之收入佔本集團總銷售額之10%以上。

4. 其他收入

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
因現金及定期存款而產生的利息收入	405,793	302,129
政府補貼 (註)	65,640	51,957
按公允價值計量且其變動計入損益之金融資產之 公允價值變化	3,938	4,857
可供出售金融資產之利息收入	52,709	53,629
持有至到期金融資產之利息收入	18,149	20,217
處置一附屬公司收益	—	41,619
收到的非上市權益投資股利	10,011	25,081
廢品及物料銷售收入	31,013	32,890
其他	108,310	63,325
合計	<u>695,563</u>	<u>595,704</u>

註：本集團收到來自中國地區政府的補貼，以鼓勵本集團內各有關公司的業務開展。

5. 除稅前盈利

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
除稅前盈利已扣除（計入）下列各項：		
攤銷及折舊		
其他非流動資產之攤銷	1,523	1,523
無形資產之攤銷	10,808	10,232
土地使用權之攤銷	5,267	4,814
物業、機器及設備之折舊	538,866	529,734
	<u>556,464</u>	<u>546,303</u>
應佔聯營公司盈利		
應佔稅前盈利	(202,003)	(190,990)
應佔稅項	48,036	48,412
	<u>(153,967)</u>	<u>(142,578)</u>
核數師酬金	5,101	5,154
出售物業、機器及設備之損失	117	3,554
確認物業、機器及設備之減值 （包括在其他經營開支中）	26,616	15,188
董事薪酬	11,139	13,217
其他員工之薪金及工資和其他員工福利	2,415,765	2,212,354
其他員工之退休福利成本－定額供款計劃	258,661	222,574
	<u>2,685,565</u>	<u>2,448,145</u>
撥回應收賬款及其他應收款呆帳撥備	(978)	(2,612)
存貨跌價準備（撥回）	2,328	(2,230)
存貨成本中確認之費用	25,058,481	23,563,736
	<u><u>25,058,481</u></u>	<u><u>23,563,736</u></u>

6. 稅項

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
— 當期稅項	235,682	281,168
— 遞延稅項	(21,380)	(22,910)
	<u>214,302</u>	<u>258,258</u>

由於本集團並無須繳交香港利得稅之應課稅盈利，故此本集團並無為香港利得稅作出撥備。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(企業所得稅法)以及《企業所得稅法暫行條例》的規定，自二零零八年一月一日起執行25%的企業所得稅率。本年度，本集團若干附屬公司按15%之優惠稅率繳稅(二零一一年：15%至24%)。

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
除稅前盈利	<u>666,454</u>	<u>971,951</u>
以中國法定所得稅率25%計算稅項(二零一一年：25%)	166,614	242,988
聯營公司盈利之稅務影響	(38,492)	(35,645)
在稅務方面不可扣減之支出之稅務影響	9,259	9,853
在稅務方面不應課稅之收入之稅務影響	(7,236)	(18,030)
未確認稅務虧損	154,946	67,195
動用先前未確認之稅務虧損	(70,608)	(7,671)
若干中國公司獲授稅項豁免或優惠稅率之稅務影響	(181)	(432)
年度稅項支出	<u>214,302</u>	<u>258,258</u>

7. 股息

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
年內確認為被分配的股息如下：		
二零一二年中期已付股息每股人民幣0.08元（二零一一年： 二零一一年中期已付股息每股人民幣0.08元）	89,568	89,568
二零一一年末期已付股息每股人民幣0.12元（二零一一年： 二零一零年末期已付股息每股人民幣0.18元）	<u>134,352</u>	<u>111,960</u>
	<u>223,920</u>	<u>201,528</u>

於年度董事會會議上，董事建議派發截至二零一二年十二月三十一日止年度末期股息每股人民幣0.07元（二零一一年：人民幣0.12元）。

8. 每股盈利

每股基本及稀釋盈利乃根據下列數據計算：

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
<i>盈利</i>		
本公司股東應佔年內盈利	<u>339,947</u>	<u>626,726</u>
<i>股份數目</i>		
計算每股基本及稀釋盈利的普通股股份加權平均數	<u>1,119,600,000</u>	<u>1,119,600,000</u>

稀釋每股盈利與每股盈利一致，兩年內無潛在普通股。

9. 應收賬款

報告期末的應收賬款減呆賬撥備後的淨額主要來自銷貨予加盟店及批發商，信貸期介乎30至60日，其賬齡分析如下：

本集團

	於二零一二年 十二月 三十一日 人民幣千元	於二零一一年 十二月 三十一日 人民幣千元
30日內	104,915	81,582
31日至60日	5,922	698
61日至90日	2,177	114
91日至一年	693	3,662
	<u>113,707</u>	<u>86,056</u>

呆賬撥備的變動如下：

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
一月一日	9,693	12,162
呆賬撥備	500	-
於年內撥回的金額	-	(2,469)
	<u>10,193</u>	<u>9,693</u>

10. 應付賬款

於報告期末之應付賬款主要源自信貸期介乎30至60天之商品採購，其賬齡分析如下：

本集團

	於二零一二年 十二月 三十一日 人民幣千元	於二零一一年 十二月 三十一日 人民幣千元
30日以內	2,370,670	2,547,329
31至60日	822,974	839,162
61至90日	332,375	365,848
91日至1年	769,635	667,107
	<u>4,295,654</u>	<u>4,419,446</u>

管理層討論與分析

經營環境

二零一二年，中華人民共和國（「中國」）經濟發展面臨的內外環境極為複雜。從國際環境來看，世界經濟復甦的基礎仍然比較脆弱，不穩定和不確定因素依然較多。從國內環境來看，中國經濟在有序回落中平穩增長，但結構性矛盾仍然突出。經濟增長內生動力不強、資源環境約束和通脹壓力依然比較嚴峻。消費者信心受到衝擊，消費品市場也因此面臨了較大挑戰。

從二零一二年的宏觀經濟數據來看，中國國內生產總值(GDP)同比增長7.8%，增速較二零一一年減緩了1.5個百分點；社會消費品零售總額同比增長14.3%，增速較二零一一年減緩了6.8個百分點；中國商務部（「商務部」）監測的全國3,000家重點零售企業銷售額同比增長8.3%，增速較二零一一年減緩了7.6個百分點。

二零一二年，城鄉居民收入繼續較快增長，城鎮居民人均總收入達人民幣26,959元。其中，城鎮居民人均可支配收入為人民幣24,565元，同比名義增長12.6%；扣除價格因素實際增長9.6%，增速同比加快1.2個百分點。農村居民人均現金收入達人民幣7,917元，同比名義增長13.5%；扣除價格因素實際增長10.7%。城鄉居民收入增速都快於GDP的增速，而且農村居民收入實際增速也快於城鎮居民。消費增長的基礎環境沒有改變。

二零一二年是中國「十二五」規劃承上啟下的重要一年。經過三十多年的快速增長，中國經濟進入了結構調整的關鍵時期，以流動性和房地產開發帶來的需求旺盛局面已經發生了轉變，中國正在轉向消費驅動型經濟體。二零一二年消費對GDP增長的貢獻率為51.8%，同比增加0.2個百分點。投資貢獻率為50.4%，貨物和服務的淨出口貢獻率為負增長2.2%。從中國國家統計局發佈的數據來看，二零一二年實現社會消費品零售總額人民幣207,167億元，同比名義增長14.3%（扣除價格因素實際增長12.1%），雖高於同期GDP增速，但消費增速放緩明顯。與此同時，政府嚴抓食品安全，梳理零供關係，整頓零售企業通道收入，重塑市場秩序，也使得中國連鎖超市零售商的增長顯露出疲態。

二零一二年，商務部在《關於「十二五」時期促進零售業發展的指導意見》明確的「十二五」目標是，商品零售規模保持穩定較快增長，社會消費品零售總額年均增長15%，至二零一五年達到人民幣32萬億元。二零一二年十一月召開的「十八大」描繪了一幅宏偉藍圖：以二零一零年為基數至二零二零年實現國內生產總值和城鄉居民人均收入翻一番。本集團相信，隨著加快城市化進程、增加居民收入、擴大公共投入等一系列政策的出台，消費將在「十二五」期間成為經濟增長的第一拉動力。處在戰略機遇期的零售業必將大有可為。

財務回顧

營業額及綜合收益增長

回顧期內，本集團錄得營業額約人民幣289.9億元，同比增長5.33%，主要受益於不斷擴充大型綜合超市門店數量，並加強各門店的促銷，促進了銷售收入的上漲。同店銷售下降0.72%，主要受制於：(1)宏觀經濟增速趨緩對連鎖零售業的影響，更為重要的是，儘管消費者物價指數(CPI)持續低位增長，但物價還在高位，高消費成本影響消費預期和消費行為，銷售增長乏力；(2)本集團商品質量體系逐步完善，部份不符合要求的供應商紛紛出局，一些消費者認同的傳統經營方式因更加嚴格的監管要求被逐步調整；及(3)商戶到用戶(B2C)電子商務快速發展對連鎖實體網點的衝擊顯現，搶佔零售市場份額。包括本集團在內的整個行業銷售增長呈現趨緩態勢。

回顧期內，毛利錄得約人民幣39.3億元，同比略降0.68%，毛利率下降0.83個百分點達13.55%。主要原因是：(1)物價上漲。回顧期內CPI漲幅約為2.64%，造成採購成本價格上漲；及(2)市場競爭激烈，同行競爭對手步步緊逼，為保住客流，本集團未因為物價上漲而採取漲價的應對措施，而是及時調整銷售策略，加大營銷力度，改進價格形象，由此導致回顧期內毛利率同比略減。

回顧期內，綜合收益達人民幣71.5億元，同比上升1.13%，主要受益於不斷擴充大型綜合超市門店數量，促進了銷售收入的上漲，從而帶動從供應商取得之收入增長和招商租金增長所致。從供應商取得之收入的增加亦主要得益於業務管理架構完善，共享商品管理資源，獲得規模效應。招商租金略有增長，主要是回顧期內大型綜合超市業態門店數量淨增加5家，加之續簽的招商合同租金價格有所上漲。綜合收益率達24.68%，同比下降1.03個百分點，主要受市場競爭激烈導致毛利率下降影響。同時，本集團根據五部委關於《〈清理整頓大型零售企業向供應商違規收費工作方案〉的通知》，全面梳理了現有供應商收入結構，規範供應商收費標準，致使從供應商取得之收入未達年度預期，沒有實現與銷售同步增長。

回顧期內，本集團保持了充裕的現金流，採納穩健原則進行專業化管理，實現了資金收益的穩步增長。

經營成本及淨利潤

回顧期內，本集團分銷成本總額為人民幣58.9億元，同比增長7.06%。行政開支總額為人民幣7.16億元，同比增長6.46%。整體費率同比增長約0.35個百分點，主要成本項如人工、租金分別為人民幣268,556.5萬元、人民幣162,874.1萬元。成本增長主要原因是：(1)本集團新增大型綜合超市門店使經營規模擴大導致人工成本和

租金成本上升所致；及(2)由於物價上漲原因，各地政府普遍上調當地最低工資標準，導致中國整體的人工成本上升。連鎖超市業務屬於人力資源密集型行業，因此人工成本上升構成經營性成本上升的主要原因。展望國家宏觀經濟政策導向，本集團預計各項成本快速上升的週期還沒有結束，尤其是收入分配機制改革及二零二零年實現城鄉居民收入翻一番等相關人力資源政策導向，將使人工成本剛性快速增長需求愈加顯現。因此，本集團力求通過不斷優化組織體系、完善用工制度降低人工成本上漲影響；通過加強與房東協商談判減緩續租門店租賃費的增長、延長新開門店的免租期，減少租賃費開支；通過推進新開門店及改造門店節能設備應用，降低能耗費支出；以及依托信息系統建設，強化預算管理，以應對整體成本上升的挑戰。

回顧期內，本集團錄得經營盈利達人民幣5.12億元，同比下降38.24%。經營利潤率達1.77%，同比下降1.24個百分點。主要受制於：(1)物價上漲及市場競爭激烈致使毛利率下降影響；及(2)人工成本和租金成本剛性上升。

回顧期內，本集團應佔聯營公司收益達人民幣15,396.7萬元，同比上升7.99%。本公司之聯營公司上海聯家超市有限公司（「上海聯家」）於回顧期內新開兩家門店。截至二零一二年十二月三十一日止，上海聯家門店總數為24家。

回顧期內，本集團稅項支出達人民幣21,430.2萬元，實際稅率達32.16%，儘管本集團積極爭取稅收優惠政策，但隨著成熟門店逐漸度過稅收優惠期限，且各地門店獨立納稅無法獲得跨地區利潤總額的平衡，實際稅率同比上升5.59個百分點。

回顧期內，本集團共錄得歸屬於本公司股東的淨利潤為人民幣33,994.7萬元，同比下降45.77%，主要受制於：(1)物價上漲及市場競爭激烈導致毛利率下降影響；及(2)本集團新增大型綜合超市門店使經營規模擴大導致人力成本和租金成本上升所致。歸屬於本公司股東淨利潤率達1.17%。按照本公司已發行股本11.196億股計算，每股基本收益達人民幣0.30元。

現金流

回顧期內，本集團現金淨流出達人民幣297,721.7萬元，主要受定期存款增加影響。期末現金及各項銀行結餘達人民幣1,057,115.4萬元，較二零一一年末結餘增加人民幣54,858.3萬元。

截至二零一二年十二月三十一日止年度，本集團的應付賬款週轉期約為59天。存貨週轉期約為37天。

回顧期內，本集團並無運用任何金融工具作對沖風險。於二零一二年十二月三十一日，本集團並無在外發行任何套利保值金融工具。

各零售業務增長情況

大型綜合超市

回顧期內，本集團大型綜合超市業態錄得營業額達人民幣1,725,378.3萬元，同比增長約7.29%，佔本集團營業額約59.52%，同比上升約1.08個百分點。本集團不斷擴充大型綜合超市門店數量，並加強各門店的促銷，促進了大型綜合超市業態整體銷售收入的上漲。同店銷售同比下降2.77%，主要受制於同行競爭對手貼身博弈低價拼搶市場份額、B2C電子商務分割市場份額導致同店銷售增長乏力。在白熱化的市場競爭態勢下，本集團大型綜合超市業態堅持外塑形象、內升動力的「雙輪驅動」策略：一方面，在嚴格開店流程，確保新店質量的同時，加大對「次新店」的持續維護和既存門店的轉型提升力度，通過「強店」來提升和鞏固市場銷售份額；另一方面，及時調整銷售策略，加大民生必需品促銷力度，加大和供應商戰略聯盟，針對性地擇機並持續不斷地舉行以「惠生活」為主題的各類大型營促銷活動，以價格敏感的民生商品，通過低價形象來拉動客流、激發消費者的購物熱情，並以此帶動非敏感商品銷售。此舉重塑了本集團的「價格形象」，客流下降的趨勢也得到有效緩解，銷售成果得以顯現。

回顧期內，本集團大型綜合超市業態毛利為人民幣222,040.3萬元，同比上升2.50%，主要由銷售額同比增加帶動毛利額的增長。毛利率同比下降0.60個百分點至12.87%，主要受市場競爭激烈影響。本集團未因為物價上漲而採取漲價的應對措施，而是加大促銷力度。綜合收益為人民幣419,638.3萬元，同比增長4.56%。主要原因為公司不斷發展新的大型綜合超市網點，並加強各門店的促銷，促進了銷售收入的上漲，銷售的上漲帶來了進貨量的增加，從而獲得了更多的從供應商取得之收入。綜合收益率為24.32%，同比下降0.63個百分點，主要受市場競爭導致毛利率下降、梳理供應商收入結構和規範供應商收費標準的影響而導致商品收益率下降。

回顧期內，大型綜合超市業態分部經營盈利為人民幣23,378.8萬元，同比下降33.72%。經營利潤率為1.35%，同比下降0.84個百分點，剔除二零一一年同期出售附屬公司的一次性收益，經營利潤率同比下降0.58個百分點。經營利潤率下降主要原因有：(1)受市場競爭影響導致毛利率下降；(2)由於物價上漲原因，各地政府普遍上調當地的最低工資標準，致使中國整體的人工成本上升。大型綜合超市業務屬於人力資源密集型行業，因此人工成本的上升構成經營性成本上升的主要

原因；(3)由於門店數量上升導致租金開支上升。在諸多不利因素的影響下，大型綜合超市業態仍然積極應對挑戰，努力加強內部管理，保持持續發展的良性態勢。

截至十二月三十一日止
二零一二年 二零一一年

毛利率(%)	12.87	13.47
綜合收益率(%)	24.32	24.95
經營利潤率(%)	1.35	2.19

超級市場

回顧期內，本集團超級市場業態錄得營業額達人民幣981,904.3萬元，同比增長約2.10%，佔本集團營業額約33.87%，同比下降約1.07個百分點。同店銷售同比增長2.38%。超級市場業態不僅受制於宏觀經濟增速趨緩影響，而且受到大型綜合超市業態及便利店業態的擠壓，尤其是一些消費者認同的傳統經營方式因更加嚴格的監管要求被逐步調整，銷售提升壓力增大。為此，本集團超級市場業態不僅加大營促銷力度，而且多次組織加盟訂貨會及專題營銷活動，確保整體銷售及同店銷售的同步增長。

回顧期內，本集團超級市場業態毛利額達人民幣143,329.5萬元，同比下降4.17%，毛利率為14.60%，同比下降0.95個百分點，主要受加盟批發業務增加的影響。綜合收益為人民幣233,279.4萬元，同比下降1.52%。綜合收益率為23.76%，同比下降0.87個百分點，主要受加盟批發業務增加、梳理供應商收入結構和規範供應商收費標準的影響而導致商品收益率同比下降。

回顧期內，超級市場業態分部經營盈利為人民幣28,462.1萬元，同比下降20.76%，經營利潤率為2.90%。主要受制於：(1)物價上漲，導致進貨價格上漲，壓縮商品毛利；(2)一些成熟門店租賃期限到期後，受租金大幅度上升影響，被迫關閉，新開門店又處於培育期中，無法彌補關閉的成熟店的銷售和利潤，因此雖然總體銷售和同店銷售仍然增長，但毛利和經營利潤呈現下降趨勢；及(3)梳理淘汰部份加盟店，儘管減少了加盟店數量和加盟金收入，但向加盟商的批發仍獲得同比增長，加盟業務質量有所提高，維護了「聯華」品牌商譽。超級市場業態積

極尋找有效途徑改變現狀，以生鮮經營為抓手，深化門店轉型，推進強店戰略，通過提升核心商品競爭力，推進品類優化，建立價格檢測體系，提高聯合營銷效果，穩固了市場份額。

截至十二月三十一日止
二零一二年 二零一一年

毛利率(%)	14.60	15.55
綜合收益率(%)	23.76	24.63
經營利潤率(%)	2.90	3.73

便利店

回顧期內，便利店業態錄得營業額為人民幣183,782.1萬元，同比增長約6.01%，佔本集團營業額約6.34%。同店銷售同比增長5.80%。便利店業態積極應對同行競爭對手的挑戰，回顧期內選擇了135家優質門店進行轉型提升，加快速度對現有網點進行轉型調整，同時進行市場細分，嘗試進入高端市場，深度優良品類結構，大力推行核心商品和核心服務的營銷模式，搶奪同行競爭對手的市場份額，並為現有中高端商圈門店的轉型奠定基礎。這些努力獲得了預期效果，確保了該業態整體銷售和同店銷售的同比增長。

回顧期內，毛利率為14.89%，同比下降0.52百分點，主要受市場競爭激烈影響，促銷使毛利空間收窄。綜合收益為人民幣42,362.8萬元，同比上升1.69%，主要原因為便利店業態深度優良品類結構，大力推行核心商品和核心服務的營銷模式，利用網點優勢增加增值服務。綜合收益率為23.05%，同比下降0.98個百分點，主要受市場競爭激烈影響而導致商品收益率下降。同時，人工成本、租賃成本持續快速上升，致使便利店業態經營盈利仍出現了較大幅度的回落，經營利潤率為-1.31%。便利店業態將積極探討盈利模式改善，通過進一步優化商品結構、借助電子商務拓展增值服務範圍、維護並提升加盟店形象等措施改進盈利能力。

截至十二月三十一日止
二零一二年 二零一一年

毛利率(%)	14.89	15.41
綜合收益率(%)	23.05	24.03
經營利潤率(%)	(1.31)	0.83

財務業績分析

	截至十二月三十一日 止十二個月 人民幣百萬元		同比轉變 (%)
	二零一二年	二零一一年	
營業額	28,988	27,520	5.33
毛利	3,929	3,956	(0.68)
綜合收益	7,155	7,075	1.13
經營盈利	512	829	(38.24)
稅項	214	258	(17.05)
歸屬於本公司股東的本期盈利	340	627	(45.77)
每股基本盈利 (人民幣元)	0.30	0.56	(46.43)
每股中期股息 (人民幣元)	0.08	0.08	—

資本架構

於二零一二年十二月三十一日，本集團的現金等價物主要以人民幣持有，本集團除下屬非全資子公司存有一年內到期的200萬元銀行借款外，無其他任何銀行借款。

回顧期內，本集團的股東權益由約人民幣331,390.9萬元增加至約人民幣340,378.0萬元，主要為期間利潤約人民幣33,994.7萬元、派發紅利約人民幣22,392.0萬元及增購附屬公司股權人民幣2,615.6萬元所致。

本集團已質押資產的詳情

截至二零一二年十二月三十一日止，本集團並無質押任何資產。

外匯風險

本集團收支項目大多以人民幣計價。回顧期內，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。本集團並無訂立任何協議或購買金融工具，以對沖本集團的匯率風險。董事相信，本集團能夠滿足其外匯需要。

股本

截至二零一二年十二月三十一日止，本公司已發行股本如下：

股份類別	已發行 股份數目	百分比
內資股	639,977,400	57.16
非上市外資股	107,022,600	9.56
H股	<u>372,600,000</u>	<u>33.28</u>
合計	<u><u>1,119,600,000</u></u>	<u><u>100.00</u></u>

或有負債

截至二零一二年十二月三十一日止，本集團概無任何重大或有負債。

經營回顧

網點發展

本集團繼續堅持「區域領先，全國佔優」的戰略指導思想，穩步推進集中化發展策略。同時根據二零一二年市場發展的特點，專注提升門店發展質量，嚴格開店流程，強化營採協同，逐步加大對新開門店的投入，積極優化網點佈局質量。

回顧期內，大型綜合超市業態新開門店12家，其中4家位於上海市，3家位於浙江省，2家位於江蘇省，2家位於河南省，1家位於廣西壯族自治區。回顧期內本集團新開網點的75%繼續在具有主導地位的華東地區進行深度發展。大型綜合超市新店開業模式明顯改善，突出物業標準、業態定位、營採對接、市場地位和開業持續五個方面。同時，經過仔細權衡，本集團積極優化網點佈局質量，關閉個別長期虧損門店，退出了部份經營環境欠佳的市場，避免長期損失。回顧期內本集團關閉門店7家，繼續鞏固在華東地區已獲得的市場份額，並保持在其它已進入城市的發展勢頭，提升整體品牌影響力。目前本集團在上海市、浙江省、江蘇省和安徽省共擁有133家大型綜合超市，約佔全部大型綜合超市的85%。

回顧期內，超級市場業態新開門店共156家，其中直營門店21家，加盟門店135家。為確保「聯華」品牌在食品安全和行業整頓中持續保持良好的形象，本集團一貫堅持將門店發展質量放在首位。回顧期內，超級市場業態保持直營門店的發展速度，注重在中高端地區發展直營門店；對續簽門店尤其是加盟店嚴格把控，並

進一步規範新開加盟門店流程，提高加盟標準，確保新開加盟門店的質量符合本集團品牌定位。同時，根據本集團二零一一年至二零一三年加盟優化方案，細分網點類型，統一標準，回顧期間，關閉加盟店593家，加盟網點質量顯著提升，運營風險得以有效控制。

回顧期內，便利店業態呈現穩定態勢，門店發展量、質並重。新開門店共226家，其中直營門店78家（包括11家高端門店），加盟門店148家。回顧期內，便利店業態通過尋找優質新開網源，確保新開門店質量。同時做好續簽和分租續簽工作，合理控制租金漲幅；結合有序發展、深化轉型及高端門店三個策略，在拓展新門店的同時，穩固推廣現有直營門店改造，回顧期內轉型門店135家。上海地區穩固推廣改建門店，逐步優化定位陳列；遼寧省大連地區圍繞門店升級改造，著力提升單店整體形象和盈利能力；浙江地區結合以往的門店發展經驗，在新開和轉型門店中加以推廣；北京地區以高端便利店為抓手，通過個性化商品結構，清晰門店定位。

截至二零一二年十二月三十一日止，本集團共擁有門店4,698家，較二零一一年末減少452家，主要是超級市場業態根據加盟門店優化方案加大了加盟店的梳理，使得該業態加盟店淨減少458家。本集團約84%的門店位於華東地區。

	大型綜合超市	超級市場	便利店	合計
直營	157	653	984	1,794
加盟	—	1,857	1,047	2,904
合計	<u>157</u>	<u>2,510</u>	<u>2,031</u>	<u>4,698</u>

註：上述數據為截止二零一二年十二月三十一日。

經營提升

回顧期內，面對宏觀經濟和消費品市場增速放緩，消費情緒低迷，消費需求萎縮的大環境，本集團積極尋找市場機會，推進強店戰略，完善營運體系，強化營採協同，嚴格預算管理，全力降本增效，堅定信心，攻堅克難，企業發展繼續穩步推進。

回顧期內，本集團的「強店戰略」重點放在供應鏈建設、門店改造和品類管理上。大型綜合超市強調佈局合理、品類優化和氛圍改善，同時在部份門店引入現場質量監測中心，既加大了現場鮮活商品的抽檢力度，也給消費者提供了質量信心。超級市場業態堅持「新鮮、平價」的生鮮差異化優勢，吸引客流，並大力引進高毛利非食商品及增設進口商品專賣區，促進銷售；同時加快推動加盟管理模式由鬆散型向緊密型轉型，加強為加盟店績效提升出謀劃策並輔以專業指導。回顧期

內，超級市場業態順利完成了加盟店的「雙百」目標－即年內實現100家網點形象顯著提升、100家網點銷售顯著提升，並在加盟店網點明顯減少的情況下，實現加盟商品批發額同比增長約6%，平均單店批發增長約18.19%；便利店業態加快門店翻新和轉型，著力推進門店「瘦身增能」，即根據門店所處商圈的特點進行品類優化，通過加快調整週轉較慢的品類及單品減少庫存，實現「瘦身」；同時通過及時補充暢銷品類及單品的門店庫存，拓展增值服務項目等內容，實現「增能」，門店的經營能力得到提升，便利店業態同店增長達到預期。同時便利店業態積極拓展高端門店，並於回顧期內新開11家高端門店，使業態品牌形象、商品檔次、單店銷售上了新台階。

回顧期內，本集團通過準確對接市場需求，迎合消費慾望，優化生鮮商品結構，令生鮮銷售持續走高；同時加大基地建設力度，降低採購、配送和銷售等環節的成本。生鮮產品整體呈現出質量優、價格惠、貨品足的經營優勢，基地採購商品銷售額同比增長約15%。回顧期間，本集團遵照「生鮮優先」的工作指針，通過產銷對接的方式加快基地建設，既保證了生鮮商品的新鮮度，又大幅降低採購成本，提升毛利水平；通過營採對接形成協同效應，堅持每周召開「門店和生鮮採購銷售溝通例會」來互通商品資源和市場動態信息，良性互動的溝通平台使得生鮮經營優勢得到加強；通過現場管理，緊抓生鮮商機。本集團加大生鮮商品營促銷的現場跟蹤管控，對每檔期營促銷活動的選品及銷售及時進行跟蹤分析，發現問題及時調整，確保門店銷售不缺失。這一系列的重大舉措，使本集團生鮮經營能力和差異化經營優勢得到進一步提升。

回顧期內，本集團不斷根據消費者需求，擴大對進口商品的採購和銷售推廣，成效顯著。回顧期內，進口商品銷售額達人民幣9.84億元，同比增長約24%，銷售佔比達3.74%。回顧期內，本集團在買斷商品經營方面亦取得突破，實現銷售人民幣33.6億元，同比增長約12.68%，確保了節假日商品銷售高峰及季節轉換導致的暢銷商品供應。此外，本集團繼續加強對自有品牌的研發和銷售推廣。回顧期內，自有品牌商品銷售額同比增長約8.43%，銷售佔比達3.48%。

回顧期內，面對競爭對手高強度的促銷活動，本集團客流同比出現了快速下降。為了集聚客流，擴大銷售，本集團及時應對，加大和供應商的戰略聯盟，共同推出豐富多彩的大型營銷活動。同時，本集團及時調整銷售策略，加大了對民生必需品的促銷力度，推出「惠商品」和「惠生活」的主題營銷品牌，進一步優化價格形象，以增強對消費者吸引力，實現了較好的社會效應，也一定程度地緩解了客流下降的趨勢，刺激了銷售和同店增長。然而，儘管於回顧期內本集團在產品組合以及促銷活動方面做了很多工作，但由於受競爭加劇、消費意願下降等多方面影響，本集團營銷活動期間的銷售增長仍略低於本集團預期目標，而較大的營銷投入也在一定程度上影響了本集團毛利水平。

回顧期內，本集團繼續加強經營管理，提升品牌形象。在商品定價方面，本集團規範了總部和門店定價和變價的權限和流程，既體現了門店定價的靈活和快速，又確保價格策略處於可控狀態。大型綜合超市業態優化運營管理體系，商品管理總部與各門店直接進行商品相關業務對接，並不斷完善已經開展的品類管理工作。超級市場業態協同推動分級主檔工作，體現專業化經營。本集團加大對採購業務的管理，通過制定新品計劃、促銷計劃、效應評估等措施提升採購業務績效。針對國家六部委對連鎖零售公司向供應商收費加大了整治力度，本集團全面梳理了現有供應商收入結構，規範供應商收費標準，精簡供應商收費種類，使本集團的利益與供應商的銷售更為緊密地結合，有利於營造零供雙贏的局面。本集團曹楊配送中心進一步研究實施更高效率的配送流程，回顧期內為大型綜合超市配送商品人民幣14.8億元，同比增加30%。本集團通過進一步推行EAS資金管理系統，通過加強系統權限管理、加大預算管控及開支審核力度，落實責任考核，進一步加強成本控制；本集團通過多層次、多渠道、全方位舉措加強商品質量管控，通過定期抽查供應商資質、對供應商生產現場進行審核並對單品進行檢測、在部份大型綜合超市門店建立了食品安全檢測室以實現銷售現場對農藥殘留等指標進行快速檢測、在門店銷售環節隨機抽取單品委託第三方機構進行檢測等手段，確保食品安全。同時，本集團還動態跟蹤食品安全，主動承擔社會責任，正式啟用蔬菜追溯系統。作為政府實事工程豬肉和蔬菜追溯系統的上線應用，贏得政府和社會的好評。此外，為了進一步控制生鮮商品質量安全，本集團進一步加強門店生鮮自營功能的建設，並強化生鮮加工配送中心的「中央廚房」功能，降低生鮮商品質量安全風險。

業務拓展

回顧期內，本集團嘗試發展功能更為齊全的大型綜合超市門店。於二零一二年三月在浙江省杭州市開業的一家新網點集大型綜合超市、專賣店、餐飲、服務等功能為一體，網點面積約3.9萬平方米。位於上海禦橋的另一家面積超過4萬平方米的大型綜合超市網點，通過與最終控股股東百聯集團有限公司的合作，引進百貨、專賣店、餐飲等功能，達到預期效果。本集團相信這類門店的發展，將進一步穩固本集團的市場份額，並為本集團在大體量綜合賣場的發展積累經驗。

回顧期內，本集團不斷修正和完善會員信息，會員體系從原來單一的積分為主要的功能逐漸擴展到更為豐富多彩的會員活動和會員銷售數據分析等功能，會員制建設取得積極進展。二零一二年本集團已經開始圍繞會員數據分析展開系列精準營銷，隨著會員數據不斷修正和完善，精準營銷的效果將不斷顯現。

回顧期內，本集團江橋物流中心項目取得重大突破，已完成結構封頂，並著手按照流程規劃進行業務匹配和設備設施的安裝調試，計劃能夠在二零一四年上半年正式啟用，力爭實現二零一三年底試運行。本集團位於浙江省余杭勾莊地區的新鮮加工配送中心全面啟用，進一步提高浙江省地區門店的生鮮商品滿足率。位於浙江省的常溫配送中心地塊也已進入申報中，計劃能夠在二零一五年完成啟用。

回顧期內，本集團聯華易購「www.lhmart.com」購物網站在上海市現代商務促進中心組織發起的「2012年網絡購物季」活動中榮膺「十佳」稱號。聯華易購購物網站於二零一一年十二月正式上線以來，依托本集團的規模優勢、商品資源優勢、信息技術優勢和品牌影響力，創新營銷方式，加快配送週期，做優服務技能，穩步推進用戶積累，使網上購物量節節攀升。目前，平均客單價已突破人民幣160元，在電子商務行業呈現出良好的發展態勢。本集團將進一步依靠已有的眾多優勢，進一步集聚創新要素，聯動社會資源，提高服務技能，增強消費者對線上商品的信任度，並通過客戶管理，強化服務功能，借助實體網絡優勢加強線上線下的業務融合，對用戶開展多點配送和選點提貨，將聯華易購辦成真正意義上的社區網上超市，以此為本集團未來銷售增長注入新動力。

回顧期內，經過對細分市場的精心調研和策劃，本集團合資組建的「櫻工房」藥妝店於二零一二年六月一日在上海開設了首家門店，截至二零一二年十二月三十一日止已開出4家。「櫻工房」匯聚7,000餘種商品，其中約70%為日本商品，包括眾多日本知名化妝品品牌的商品。該店還專門設立了日韓商品專櫃，並首次推出19個「櫻工房」的定牌商品，為追求健康美麗的消費群體提供一個全新的場所。隨著「櫻工房」模式逐漸完善，本集團門店招商區域與「櫻工房」的結合以及轉型門店引入藥妝商品的時機也將逐漸成熟。

深化整合

回顧期內，本集團優化商品管理職能，將原先按業態管理的模式調整為按區域集中管理的機制；建立健全包括商品、價格、營銷、質量、信息和供應商管理等一系列制度和流程，確保商品按區域集中採購的改革順利推進；實施商流分級管理，進一步優化採購、配送、訂貨、陳列、定價等的流程管理，加強標準化管理和專業化運作。加強業態的專業化經營，突出不同業態在商品組合、消費定位、營銷活動、定價策略方面的專業性。雖然這種改革順應當今市場趨勢，但對於本集團來說是相當大的挑戰，這種挑戰不僅僅在流程上，更在於組織體系和專業能力上，這是一個循序漸進的過程，會在今後數年里不斷完善和發展。本集團相信，以公司目前的市場地位和議價能力，這種改革的效果將會越來越明顯。

回顧期內，本集團圍繞採購、運營、物流等領域的信息資源，整合集約本集團各業態的應用系統，提升信息管理水平。回顧期內，本集團在B2B供應鏈管理平台，啟動了資信檔案信息服務功能，以收集存儲供應商各類證照，並將該平台從大型綜合超市業態平穩延伸到超級市場和便利店業態。

回顧期內，本集團完成了對超級市場所有加盟店的信息系統升級改造工作，建立了加盟店自採商品目錄，制定了自採商品引進規則，為食品安全安裝了「放心鎖」，也為後續加盟採購商品主檔的建立奠定了良好的基礎。本集團還進一步完善了統一的核心業務系統平台，支撐本集團的集中採購，最大化地整合本集團現有資源，提高商品和營銷管理效率。回顧期內，本集團通過統一結算平台，推進業態統一結算系統切換上線，加強對供應商信息分析與評價，並進一步完善資金集中結算與管理，提升資金集約水平。

僱用、培訓及發展

截至二零一二年十二月三十一日，本集團共有59,224名員工，回顧期內減少1,366名，總開支為人民幣268,556.5萬元。

回顧期內，本集團重點推進了流程優化和崗位職責梳理專項工作。通過實地調研，分析崗位設置合理性，修訂崗位職責，調整人員配置，深入探索人力資源優化配置的解決方案，以合理控制人工成本，提升工作效率。

回顧期內，本集團為提升薪酬水平的市場競爭力，對經理以下管理人員的薪酬結構進行了調整，以穩固員工隊伍，並對中高級管理人員進一步加大經營業績與個人收入的掛鉤。同時，本集團實施了儲備幹部津貼制度，完善對後備管理幹部和優秀青年管理人員的激勵機制。

回顧期內，本集團對績效考核的指標體系作了進一步修訂，將「服務提升」納入到總部部門的考核體系，以切實提升總部對附屬公司的服務質量；將「運行質量」納入到附屬公司的考核體系，從而加強下屬企業對日常運營管理質量的關注與重視，切實提升本集團整體經營績效和管理水平。

回顧期內，本集團針對高管後備人員制訂了個性化的培養發展計劃，舉辦了第五期中青年管理者培訓班，以加強管理後備隊伍建設。對關鍵人才實施了輪崗掛職，以鍛煉儲備幹部，激發人才活力。同時，開展了一系列針對內部一線高技能員工的培養工作，包括營業員技能等級鑒定、商品質量監控專項培訓、高師帶徒工作、創意營銷活動等，以促進本集團員工隊伍整體素質的穩步提高。

策略與計劃

二零一三年，穩增長仍將是中國政府政策的主基調。鑒於消費對促進經濟增長的重要作用，預計政府將會出台包括加快城市化進程、增加居民收入、加強公共投入在內的一系列政策以進一步擴大內需和刺激消費，加之社會消費品零售總額增速自二零一二年八月以來已開始有持續回升態勢，本公司相信零售業復甦應該可期。

然而，全球經濟復甦依舊乏力，美國「財政懸崖」和歐債危機反覆博弈導致的經濟衰退短期還難以有明顯改觀。而隨著中國宏觀經濟增速的放緩、各類生產要素成本的上升以及政府對零售行業監管的加強，宏觀環境曾帶給零售業的巨大推動力已逐漸減弱，零售行業將出現新的局面，一批大中型企業將會脫穎而出。

對於本集團來說，二零一三年仍將是機遇和挑戰並存的一年。從挑戰方面來看，一方面本集團不少門店仍然會遭遇到競爭對手的擠壓，不少門店在轉型改造中也會帶來短暫的市場弱化；另一方面內部業務改革需要時間磨合，流程和標準的完善還需要一個過程。但從機遇方面來看，首先公司已經確定了「區域領先、全國佔優」的發展戰略，明確了每個區域的市場目標；其次改革工作已經展開，集中採購可以帶來更強的議價能力，商流分級管理可以帶來更靈活的經營機制，專業化經營可以體現公司多業態的特點。最後是網點轉型和發展的途徑更加清晰，隨著既存網點質量的持續提高，新開網點成功率全面提升，同店增長可期。

圍繞這樣的總體判斷，二零一三年，本集團的重點策略是：

優化結構，鞏固優勢。二零一三年，本集團將繼續實施長三角發展戰略，嚴格把握物業位置、物業條件，加強業態定位、開業準備和新店培育，在發展中調整，在調整中實現結構優化、合理佈局。本集團計劃新增網點327家，其中新增大型綜合超市10家，超級市場157家，便利店160家。大型綜合超市要特別重視開店第一年的市場份額，第一年的銷售必須達到一定的水平之上，圍繞這樣的目標，大型綜合超市在選點、物業條件、設計、開業和培育等方面要更加嚴格，避免給競爭對手近距離開店的機會。超級市場和便利店業態直營門店的發展要適當加速，優化發展組織體系，探索新的發展機制，目標是穩定及鞏固市場規模。加盟業務的拓展要處理好速度與質量之間的關係，逐步增加加盟業務在便利店業態中的比例。電子商務要加快線上線下業務的聯動，積極利用電商技術開發實體網絡的附加值，降低綜合經營成本。藥妝店除進一步優化現有模式外，要加快藥妝店和主力業態在商品和招商功能上的聯動。增強進口商品、買斷商品和生鮮加工商品的銷售規模。

改革突破，完善體系。二零一三年，本集團將首先從組織體系上進一步完善商品採購組織體系和運營管理體系，實現在組織體系上的營採對接。商品部門要通過規模採購有效降低商品進價，運營管理部門要通過專業化管理，有效提高門店的銷售能力；門店要加大執行能力，重點放在現場管理和顧客服務上。其次是要優化商品品類管理，要根據不同門店的定位分門別類，品類管理最終要落實到門店的貨架陳列和商品表現方面；最後是系統建設，在組織體系和品類管理完善的同時，充分利用信息平台分析經營情況，指導和管理各類業務的開展。二零一三年江橋物流中心建設將按照流程規劃進行業務匹配和設備設施的安裝調試，力爭年底進行試點運行。江橋物流中心將改變現在按照業態進行物流配送管理的模式，而是採取統一的進貨，按照不同門店的需求進行拆零或者配送的方式，這一切需要改變現有的要貨模式和訂單模式，也需要改進各類門店的品類管理和商品位置，更需要更多的供應商從直送體系向配送體系轉變。二零一三年，本集團計劃利用集中採購的規模優勢，加大從源頭直接採購和買斷採購的力度。在遵循政府關於規範對供應商收費的規定的情況下，推進供應商更大的營銷資源投入，竭盡全力協同供應商做大銷售，以圖獲取更大的綜合收益水平。

創新理念，提升效益。連鎖超市的宗旨就是要通過自身規模和效率的提升，讓消費者享受到價廉物美的商品和服務，因此本集團必須改進收益模式，加快優化盈利結構。轉變經營理念，清晰品類策略，做大重點品類和單品的銷售，促進供應商增加營銷投入，獎勵返點。運用品類管理技術，繼續實施細分市場、分類主檔、瘦身增能項目，積極擴大銷售。在同類商品供應商之間，通過優選、競標等方式選擇條件最佳供應商，致力於提高綜合收益。健全統一的會員體系，完成和完善會員數據的積累，不斷擴大會員數據庫；營銷活動逐漸將各類主題營銷與會員體系有機結合在一起，顯著增加會員價格在商品價格中的比例，提升會員銷售佔比。根據門店佈局確定招商定位，優化招商模式，增加門店招商收益。

控制成本，提高效率。積極發揮連鎖集約優勢，合理配置資源，簡化工作流程，挖掘潛力，以嚴格控制各項成本，縮減費用開支。充分發揮資金集中管理的優勢，提高資金的使用效益。認真遵守國家關於商業單用途預付卡業務管理辦法，利用網絡優勢，擴大預付卡的發售規模。審時度勢，深入研究，積極爭取稅收優惠政策。積極支持業務改革，按照市場化原則，優化內部考核方法，助推業務瓶頸突破，促進部門間協同，提高管理效益。

本集團將堅持「利潤源於銷售，毛利主導收益」的理念，優化盈利結構；堅持「銷售源於客流，服務主導運營」的理念，加強顧客關係管理，運用好價格策略，樹立物美價廉的品牌形象；堅持「優化源於創新，結構主導方向」的理念，改坐商為行商，創新採購模式，優化品類結構，提高商品收益；堅持「立足於主營，服務於主營」的理念，多元並舉，積極把握發展機遇。

購買、出售或贖回股份

自二零零三年六月二十七日本公司於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）股份上市以來直至本公告日期止，本公司及附屬公司並無購買、出售或贖回任何本公司之上市證券。

末期股息及暫停辦理股份過戶登記手續

本公司之董事會（「董事會」）建議派發截至二零一二年十二月三十一日止的末期股息每股人民幣0.07元（含稅）。

本公司暫停辦理H股股東的登記過戶手續的安排，將待上述建議獲得股東於本公司二零一二年股東週年大會上審批同意後，予以公告。

所派股利將以人民幣計值和宣佈，以人民幣向內資股股東發放，以相關外幣向非上市外資股股東發放，以港幣向H股股東發放。以港幣發放的股利計算之匯率以宣派股利日之前一個公曆星期中國人民銀行公佈的人民幣兌換港幣平均基準匯率為準。

根據自二零零八年一月一日起實施的《中華人民共和國企業所得稅法》及其實施條例，本公司向名列於H股股東名冊上的非居民企業股東派發末期股息時，有義務代扣代繳企業所得稅，稅率為10%。任何以非個人股東名義，包括以香港中央結算（代理人）有限公司，其他代理人或受託人，或其他組織及團體名義登記的H股股份皆被視為非居民企業股東所持的股份，故此，其應得之股息將被扣除企業所得稅。

請廣大投資者認真閱以上內容，如需更改股東身份，請向代理人或信託機構查詢相關手續。本公司無義務亦不會承擔確定股東身份的責任，而且將嚴格依法並嚴格按照相關記錄日H股股東名冊代扣代繳企業所得稅，對於任何因股東身份未能及時確定或確定不準而提出的任何要求，將不予受理。

根據日期為一九九四年五月十三日之《財政部國家稅務總局關於個人所得稅若干政策問題的通知》（財稅「1994」20號）中關於外籍個人從外商投資企業獲得的股息暫免徵個人所得稅的規定，本公司此次向於相關記錄日名列本公司H股股東名冊之個人股東派發二零一二年度末期股息時，將向H股個人股東全額派發二零一二年度末期股息。

股東須向彼等的稅務顧問諮詢有關擁有及處置本公司H股所涉及的中國、香港及其它稅務影響的意見。

審核委員會

審核委員會已審閱截至二零一二年十二月三十一日止年度之本公司全年業績，並確認該等業績乃根據適用會計準則、法律和法規編製，且已作出適當披露。

遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄十所載《上市公司董事進行證券交易的標準守則》

本公司已採納上市規則附錄十所載之《上市公司董事進行證券交易的標準守則》（「證券交易標準守則」）作為本公司全體董事進行證券交易之守則。經向所有董事作出特定查詢後，董事會欣然宣佈所有董事於回顧期內全面遵守證券交易標準守則所載之條文。

符合上市規則附錄十四《企業管治常規守則》

本公司之董事會亦欣然確認，除下文所述事項以外，本公司於二零一二年一月一日至二零一二年三月三十一日期間符合《企業管治常規守則》（以往載列於上市規則附錄十四）之所有守則條文，並於二零一二年四月一日至二零一二年十二月三十一日期間符合《企業管治守則》（「守則」）（適用於涵蓋二零一二年四月一日後期間之財務報告之《企業管治常規守則》新版本）之所有守則條文。除下列偏離事項，概無董事知悉有任何數據合理地顯示，本公司於現時或回顧期內任何時候存在不符合守則及《企業管治常規守則》的情況。有關偏離事項如下：

守則及《企業管治常規守則》第A.4.2條條文規定，上市公司每名董事（包括有制定任期的董事）應輪流退任，至少每三年一次。根據本公司章程規定，本公司董事由股東大會任免，任期不超過三年，且可連選連任。本公司考慮到本公司經營管理決策實施的連續性，故章程內暫無明確規定董事輪流退任機制，故對上述常規守則條文有所偏離。

有關守則的第A.6.7條條文，本公司於二零一二年六月十五日召開第四屆董事會第五次會議，非執行董事王志剛先生及非執行董事王德雄先生因工作原因未出席該次董事會會議。彼等均在收到相關董事會會議材料後，委託本公司其他董事代為出席會議並行使表決權。該次董事會會議審議事項均屬普通事項，並順利通過各項決議案。董事會會議會後，本公司亦將相關會議記錄發送至董事會所有董事以便未出席會議的董事了解會議上決議的事項。

有關守則的第A.6.7條條文，本公司於二零一二年八月二十八日召開第四屆董事會第六次會議，非執行董事三須和泰先生、非執行董事王德雄先生及獨立非執行董事夏大慰先生因工作原因未出席該次董事會會議。彼等均在收到相關董事會會議材料後，委託本公司其他董事代為出席會議並行使表決權。該次董事會會議審議事項均屬普通事項，並順利通過各項決議案。董事會會議會後，本公司亦將相關會議記錄發送至董事會所有董事以便未出席會議的董事了解會議上決議的事項。

有關守則的第A.6.7條條文，本公司於二零一二年十月三十日召開第四屆董事會第七次會議，非執行董事三須和泰先生及非執行董事王德雄先生因工作原因未出席該次董事會會議。彼等均在收到相關董事會會議材料後，委託本公司其他董事代為出席會議並行使表決權。該次董事會會議審議事項均屬普通事項，並順利通過各項決議案。董事會會議會後，本公司亦將相關會議記錄發送至董事會所有董事以便未出席會議的董事了解會議上決議的事項。

有關守則的第A.6.7條及第E.1.2條條文，本公司於二零一二年六月十五日召開二零一一年度股東週年大會，非執行董事王志剛先生及非執行董事王德雄先生因工作原因未出席該次股東週年大會；審核委員會主席及獨立非執行董事李國明先生通過電話會議的形式參加了該次股東週年大會。本公司已於二零一一年股東週年大會召開前向董事會所有董事提供了會議相關材料。該次股東週年大會順利通過各項普通決議案及特別決議案。股東週年大會會後，本公司亦將相關會議記錄發送至董事會所有董事以便未出席會議的董事了解會議上決議的事項。

有關守則的第A.6.7條條文，本公司於二零一二年十月三十日召開臨時股東大會，非執行董事三須和泰先生及非執行董事王德雄先生因工作原因未出席該次臨時股東大會。本公司已於臨時股東大會召開前向董事會所有董事提供了會議相關材料。該次臨時股東大會順利通過各項特別決議案。臨時股東大會會後，本公司亦將相關會議記錄發送至董事會所有董事以便未出席會議的董事了解會議上決議的事項。

承董事會命
聯華超市股份有限公司
董事長
馬新生

上海，二零一三年三月二十五日

於本公告日期，董事會成員如下：

執行董事：華國平，徐苓苓，蔡蘭英及湯琪

非執行董事：馬新生，王志剛，三須和泰及王德雄

獨立非執行董事：夏大慰，李國明，張暉明及林益彬