

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)

公佈截至二零一四年十二月三十一日止年度業績

財務摘要

截至二零一四年十二月三十一日止，本集團錄得：

- 營業額達人民幣291.52億元，同比下降4.1%。本集團同店銷售同比下降5.52%，其中大型綜合超市業態下降7.14%，超級市場業態下降4.88%，便利店業態上升11.93%。
- 毛利額達人民幣42.41億元，同比下降2.8%，毛利率約為14.55%，同比增長0.19個百分點。
- 分銷成本及行政開支約為人民幣68.62億元，其中人工開支、租賃費支出保持剛性上揚。整體費率約為23.54%，同比增長0.78個百分點。
- 綜合收益約為人民幣71.30億元，同比下降2.3%，綜合收益率約為24.46%，同比增長0.44個百分點。
- 經營盈利約為人民幣2.42億元，同比下降9.0%，歸屬於本公司的股東應佔盈利約為人民幣0.31億元。每股基本盈利約為人民幣0.03元。
- 擁有門店達4,291家。回顧期內，本集團新開門店275家，其中大型綜合超市新開4家；超級市場業態新開門店158家，其中直營門店新開23家，加盟門店新開135家；便利店新開門店113家，其中直營門店新開32家，加盟門店新開81家。

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

註3：經營盈利 = 稅前盈利 - 應佔聯營公司業績

綜合損益及其他綜合收益表

截至二零一四年十二月三十一日止年度

	附註	二零一四年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
營業額	2&3	29,152,454	30,383,420
銷售成本		(24,911,309)	(26,020,830)
毛利		4,241,145	4,362,590
其他收益	2&3	2,217,525	2,272,223
其他收入	4	671,086	662,770
分銷成本		(6,100,913)	(6,178,129)
行政開支		(761,333)	(737,080)
其他經營開支		(25,551)	(116,425)
應占聯營公司業績		58,113	85,896
財務成本		(143)	(144)
稅前盈利	5	299,929	351,701
稅項	6	(179,040)	(216,398)
年度盈利、綜合全面收益		<u>120,889</u>	<u>135,303</u>
年度盈利、綜合全面收益歸屬於：			
本公司股東		31,033	52,953
非控制性權益		89,856	82,350
		<u>120,889</u>	<u>135,303</u>
每股盈利－基本及稀釋	8	<u>人民幣0.03元</u>	<u>人民幣0.05元</u>

綜合財務狀況表

於二零一四年十二月三十一日

	附註	於二零一四年 十二月 三十一日 人民幣千元	於二零一三年 十二月 三十一日 人民幣千元
非流動資產			
物業、機器及設備		2,924,276	3,080,898
在建工程		443,667	319,073
土地使用權		341,812	344,654
無形資產		196,469	190,263
於聯營公司的權益		557,084	579,335
可供出售金融資產		36,570	250,986
定期存款			
— 受限制		266,000	1,210,000
— 未受限制		2,095,000	2,000,400
預付租金		82,895	120,983
遞延稅項資產		215,749	203,369
其他非流動資產		18,668	20,126
		<u>7,178,190</u>	<u>8,320,087</u>
流動資產			
存貨		2,676,400	3,404,430
應收賬款	9	101,372	76,682
按金、預付款及其他應收款		1,076,927	1,030,083
應收同系附屬公司款		12,888	11,117
應收聯營公司款		61	26
可供出售金融資產		246,628	258,474
持有至到期金融資產		—	240,980
按公允價值計量且其變動計入損益的 金融資產		2,223	140,022
定期存款			
— 受限制		1,210,000	1,271,365
— 未受限制		778,400	890,000
現金及現金等價物		5,145,270	4,877,493
		<u>11,250,169</u>	<u>12,200,672</u>
資產合計		<u><u>18,428,359</u></u>	<u><u>20,520,759</u></u>

(待續)

	附註	於二零一四年 十二月 三十一日 人民幣千元	於二零一三年 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		<u>2,282,761</u>	<u>2,251,728</u>
本公司股東權益		<u>3,402,361</u>	<u>3,371,328</u>
非控制性權益		272,025	277,292
權益合計		<u>3,674,386</u>	<u>3,648,620</u>
非流動負債			
遞延稅項負債		<u>98,657</u>	<u>88,398</u>
流動負債			
應付賬款	10	3,713,440	4,542,397
其他應付款及預提費用		2,007,891	2,110,854
憑證債項		8,726,487	9,930,631
遞延收益		23,284	16,114
應付同系附屬公司款		48,193	44,169
應付聯營公司款		5,515	16,571
銀行借貸		2,000	2,000
應付稅項		128,506	121,005
		<u>14,655,316</u>	<u>16,783,741</u>
負債合計		<u>14,753,973</u>	<u>16,872,139</u>
權益和負債合計		<u>18,428,359</u>	<u>20,520,759</u>
流動負債淨額		<u>(3,405,147)</u>	<u>(4,583,069)</u>
總資產減流動負債		<u>3,773,043</u>	<u>3,737,018</u>

綜合財務報表附註

截至二零一四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。(「聯交所」)

本公司董事視在中國成立的上海百聯集團股份有限公司(「上海百聯」，原名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活動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：

	二零一四年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
營業額		
銷售商品	<u>29,152,454</u>	<u>30,383,420</u>
其他收益		
從供應商取得之收入	1,539,466	1,614,687
出租商舖租金收入毛額	611,281	585,075
從加盟店取得之加盟金收入	55,542	58,681
因預付憑證於其他零售店使用而取得之佣金收入	<u>11,236</u>	<u>13,780</u>
	<u>2,217,525</u>	<u>2,272,223</u>
總收益	<u><u>31,369,979</u></u>	<u><u>32,655,643</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	
	二零一四年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
大型綜合超市	18,898,085	19,665,632	98,030	98,557
超級市場	10,248,720	10,854,975	227,277	294,820
便利店	2,132,093	2,052,961	(84,189)	(86,439)
其他業務	91,081	82,075	34,269	689
	<u>31,369,979</u>	<u>32,655,643</u>	<u>275,387</u>	<u>307,627</u>

分部業績調節至綜合稅前盈利載列如下：

	二零一四年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
分部業績	275,387	307,627
利息收入	64,354	57,848
不可分配收入	44,593	68,696
不可分配開支	(142,518)	(168,366)
應佔聯營公司業績	58,113	85,896
綜合稅前盈利	<u>299,929</u>	<u>351,701</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：

	於二零一四年 十二月 三十一日 人民幣千元	於二零一三年 十二月 三十一日 人民幣千元
分部資產		
— 大型綜合超市	9,528,574	11,592,647
— 超級市場	5,301,178	5,748,074
— 便利店	575,406	710,582
— 其他業務	78,912	151,823
分部資產合計	15,484,070	18,203,126
於聯營公司之投資	557,084	579,335
其他未分配資產 (註)	2,387,205	1,738,298
資產合計	<u>18,428,359</u>	<u>20,520,759</u>

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

其他分部資料如下：

二零一四年

	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)	259,405	197,551	50,077	360	507,393
折舊	311,285	128,565	39,522	13,832	493,204
攤銷	5,220	8,121	797	5,883	20,021
物業、機器及設備減值	6,700	3,300	455	-	10,455
處置物業、機器及設備 及無形資產發生的 (收益) 損失	(1,543)	1,585	829	458	1,329
利息收入	260,249	77,717	6,016	66,736	410,718
財務成本	-	-	-	143	143

二零一三年

	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)	228,168	176,476	65,175	212	470,031
折舊	318,155	144,672	39,464	14,539	516,830
攤銷	3,306	6,957	814	5,755	16,832
物業、機器及設備減值	39,592	3,240	394	-	43,226
處置物業、機器及設備 及無形資產發生的損失	1,943	4,438	329	579	7,289
利息收入	272,066	73,947	9,351	65,457	420,821
財務成本	-	-	-	144	144

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、械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

在過去兩年內，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

	二零一四年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
因現金及定期存款而產生的利息收入	410,718	420,821
政府補貼 (註)	66,331	49,559
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	4,646	12,673
可供出售金融資產之利息收入	20,793	31,443
持有至到期金融資產之利息收入	12,220	15,558
處置聯營公司收益	7,403	8,963
收到的非上市權益投資股利	12,377	377
廢品及物料銷售收入	29,154	28,224
其他	107,444	95,152
合計	<u>671,086</u>	<u>662,770</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在各地的業務開展。

5. 稅前盈利

	二零一四年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
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	1,458	1,482
無形資產之攤銷	11,168	9,793
土地使用權之攤銷	7,395	5,557
物業、機器及設備之折舊	493,204	516,830
攤銷及折舊合計	513,225	533,662
應佔聯營公司盈利		
應佔稅前盈利	(82,376)	(114,607)
應佔稅項	24,263	28,711
	(58,113)	(85,896)
核數師酬金	5,649	7,218
出售物業、機器及設備及無形資產之損失	1,329	7,289
確認物業、機器及設備之減值 （包括在其他經營開支中）	10,455	43,226
董事薪酬	6,091	10,082
其他員工之薪金及工資和其他員工福利	2,645,635	2,623,918
其他員工之退休福利成本－定額供款計劃	281,708	276,084
員工成本總額	2,933,434	2,910,084
計提應收賬款及其他應收款呆賬撥備	3,083	—
撥回應收賬款及其他應收款呆賬撥備	(1,546)	(3,836)
存貨跌價準備	—	21,239
存貨成本中確認之費用	24,911,309	26,020,830

6. 稅項

	二零一四年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
— 當期稅項	181,161	215,037
— 遞延稅項	(2,121)	1,361
	<u>179,040</u>	<u>216,398</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》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。本集團一附屬公司位於可享受西部大開發15%優惠稅率地區，本集團一附屬公司於二零一三年獲得高新技術企業證書，於三年內可按15%之優惠稅率繳稅。

	二零一四年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
除稅前盈利	<u>299,929</u>	<u>351,701</u>
以中國法定所得稅率25%計算稅項 (二零一三年：25%)	74,982	87,925
聯營公司盈利之稅務影響	(14,528)	(21,474)
在稅務方面不可扣減之支出之稅務影響	16,780	14,690
在稅務方面不應課稅之收入之稅務影響	(5,510)	(2,560)
未確認稅務虧損	129,106	154,586
動用先前未確認之稅務虧損	(19,375)	(14,934)
若干中國公司優惠稅率之稅務影響	(2,415)	(1,835)
年度稅項支出	<u>179,040</u>	<u>216,398</u>

7. 股息

	二零一四年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
年內確認為被分配的股息如下：		
二零一二年末期已付股息每股人民幣0.07元	—	78,372
	<u>—</u>	<u>78,372</u>

於年度董事會會議上，董事建議不派發截至二零一四年十二月三十一日止年度末期股息。(二零一三年：於二零一三年六月十八日，經過年度股東周年大會批准，公司派發截止於二零一二年十二月三十一日止每股股息人民幣0.07元，合計為人民幣78,372,000元。)

8. 每股盈利

每股基本及稀釋盈利乃根據下列數據計算：

	二零一四年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
<i>盈利</i>		
本公司股東應佔年內盈利	<u>31,033</u>	<u>52,953</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（二零一三年：30日至60日），其賬齡分析如下：

	於二零一四年 十二月 三十一日 人民幣千元	於二零一三年 十二月 三十一日 人民幣千元
30日內	94,930	74,857
31日至60日	5,649	860
61日至90日	39	238
91日至1年	754	727
	<u>101,372</u>	<u>76,682</u>

呆賬撥備的變動如下：

	二零一四年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
一月一日	1,691	10,193
呆賬撥備	3,083	—
於年內撥回的金額	—	(2,653)
於年內核銷的金額	—	(5,849)
	<u>4,774</u>	<u>1,691</u>
十二月三十一日	<u>4,774</u>	<u>1,691</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（二零一三年：30日至60日），其賬齡分析如下：

	於二零一四年 十二月 三十一日 人民幣千元	於二零一三年 十二月 三十一日 人民幣千元
30日以內	1,963,490	2,423,941
31至60日	809,341	866,503
61至90日	231,245	431,071
91日至1年	709,364	820,882
	<u>3,713,440</u>	<u>4,542,397</u>

管理層討論與分析

經營環境

二零一四年，中國經濟發展速度仍然領先全球，但與此同時，伴隨着國際經濟形勢的複雜多變、國內經濟結構的持續調整，中國經濟開始進入「新常態」，突出表現在重增長質量和重優化結構，經濟增長速度開始放緩。

面對複雜的國內外經濟形勢以及極其艱巨的改革發展任務，中國政府維持穩中求進的總基調，繼續施行積極的財政政策和穩健的貨幣政策，在堅持區間調控的基礎上更加重視定向調控，出台了一系列穩增長、促改革、調結構、惠民生的政策措施。根據國家統計局公佈的數據，二零一四年，國內生產總值(GDP)比上年增長7.4%，為人民幣63.65萬億元，國民經濟在新常態下保持了平穩運行。

二零一四年，城鄉居民收入雖繼續增加，但增速出現回落。全國居民人均可支配收入為人民幣20,167元，比上年名義增長10.1%，扣除價格因素後實際增長8.0%。其中，城鎮居民人均可支配收入為人民幣28,844元，同比名義增長9.0%（扣除價格因素後實際增長6.8%），實際增速同比回落0.2個百分點。農村居民人均現金收入為人民幣8,896元，同比名義增長11.2%（扣除價格因素後實際增長9.2%），實際增速同比回落0.1個百分點。二零一四年，全國居民收入基尼系數為0.469。國內需求結構持續改善，二零一四年最終消費支出對國民生產總值增長的貢獻率為51.2%，比上年提高3.0個百分點。

二零一四年，在中國政府的有效調控下，消費者價格指數(CPI)同比上漲2.0%。然而，工業品出廠價格指數(PPI)作為CPI的先行指標，仍然延續着從二零一二年三月份開始的負增長態勢，凸顯了國內經濟增長乏力和實際總需求擴張不足。儘管中國政府連續出台了一系列的結構性「微刺激」政策，但效果顯現還需時日。行業內部來看，傳統產業的調整陣痛期仍在持續，其中實體零售行業增長動力不足，消費內驅力不強，客流集中度持續下降，整個零售市場已經進入了結構轉型、深化調整的階段。一方面，實體百貨、超市業態普遍面臨業績下滑、客流下降、整合併購、關店止損等壓力；另一方面，隨着線上網購消費日漸成熟，電子商務發展開始與線下實體零售企業進一步互融，對傳統實體零售企業構成了衝擊。全國零售行業的數據也印證了這一趨勢。

根據國家統計局公佈的數據，二零一四年，社會消費品零售總額為人民幣26.24萬億元，同比名義增長12.0%（扣除價格因素實際增長10.9%），增速同比放緩1.1個百分點。值得注意的是，全國網上零售額為人民幣2.79萬億元，同比增長49.7%，佔比已超過社會消費品零售總額的10.0%。

根據中華全國商業信息中心的統計，二零一四年，全國百家重點大型零售企業零售額同比僅增長0.4%，增速同比放緩8.5個百分點，二零一二年以來連續第三年呈現增長放緩情況，且為二零零五年以來最低增長，其中，糧油食品、肉類和滋補食品類商品、日用品、服裝、家用電器等均出現零售額增速大幅放緩或零售額不及上年同期的情況。而中華人民共和國商務部（「商務部」）監測的全國5,000家重點零售企業銷售額同比增長6.3%，增速同比回落2.6個百分點。超市類企業銷售額同比僅增長5.5%，增速同比下降2.8個百分點。

總的來說，二零一四年，來自各方面的挑戰和壓力均前所未有，包括本集團在內的中國連鎖超市行業經營和業績壓力劇增。

財務回顧

營業額及綜合收益增長

回顧期內，本集團錄得營業額達人民幣291.52億元，同比下降4.1%。同店銷售下降約為5.52%，同比減少7.65個百分點。由於宏觀經濟增速的回落，集團性消費明顯下降，線上網絡零售快速發展對連鎖實體超市的衝擊持續增加，加之本集團主要網點處於比較飽和的一二線城市，近年來發展速度較緩慢，導致二零一四年營業額整體出現了下滑局面。面對如此嚴峻形勢，本集團致力於商品結構的持續優化、提高商品綜合收益水平，嚴格控制各項成本費用，減緩因銷售下降帶來的盈利影響，同時為增強長期持續發展能力，本集團在二零一四年加大業務模式、運營模式和激勵模式三大改革，力圖解決目前面臨的困難。

回顧期內，受銷售同比下降影響，本集團錄得毛利達人民幣42.41億元，同比下降2.8%。錄得毛利的下降幅度低於營業額的下降幅度，毛利率增長0.19個百分點達14.55%。毛利率的上升主要受益於本集團加大與供應商談判力度，加強商品的源頭採購，推進「費改率」項目，增加隨同商品進貨收取的返利而降低採購成本。

回顧期內，綜合收益約為人民幣71.30億元，同比下降2.3%，主要受制於(1)線上銷售充分發揮信息平台資源集約化管理的優勢，採用低價促銷引流，致使線下實體門店客流減少，同比門店銷售下降導致毛利下降。(2)本集團減緩開店速度，關閉虧損網點，商品進貨總量減少，從供應商取得之收入同比減少約為人民幣0.75億元。由於綜合收益下降幅度小於營業額的下降幅度，綜合收益率同比增長0.44個百分點約為24.46%。

回顧期內，團體消費需求的明顯萎縮，本集團單用途支付卡的銷售呈現回落態勢，卡券回籠開始增長。儘管本集團保持充裕的現金流，並採納穩健原則進行資金管理，但是現金淨流量的減少使得資金收益同比下降約為人民幣3,211.8萬元。

經營成本及淨利潤

回顧期內，本集團分銷成本及行政開支總額約為人民幣686,224.6萬元，同比減少約為人民幣5,296.3萬元，下降0.8%，主要受益於：(1)注重投入產出績效管理，減少促銷成本支出約為人民幣5,426.5萬元。(2)通過能耗管理，電能類成本得到有效控制，同比減少約為人民幣1,217.7萬元。(3)主要成本項如租賃支出、人工成本支出保持增長態勢，分別約為人民幣176,228.8萬元和人民幣293,343.4萬元。回顧期內，中國各地政府普遍上調最低工資標準和社會統籌費用標準，就上海和杭州兩地市場看，上海市最低工資標準從人民幣1,620元上升到人民幣1,820元，杭州市最低工資標準從人民幣1,470元上升到人民幣1,650元，最低工資標準的調增，致使社會統籌成本同步上升，使得整體人工成本剛性上揚，同比增加2,335.0萬元。本集團通過優化人員結構、改進員工激勵機制，減少冗員，推進門店承包以減緩人工成本上漲趨勢。

回顧期內，本集團錄得經營盈利約為人民幣24,181.6萬元，同比下降9.0%。經營利潤率約為0.83%，同比下降0.04個百分點。本集團面臨整個連鎖超市零售行業低迷態勢，堅持創新與轉型並舉。回顧期內，本集團通過(1)加強生鮮體系建設，建立健全供應鏈流程體系。豐富生鮮品種，擴大生鮮銷售，增加客流量。(2)以績效為目標合理控制各類費用支出，包括營促銷費及信息費。(3)通過完善用工機制，推行門店經營承包責任制以應對人工成本的剛性上升。(4)不懈推進應用環保節能設備、積極爭取政府的政策支持，以應對整體成本上升的挑戰。

回顧期內，本集團應佔聯營公司收益約為人民幣5,811.3萬元，同比下降32.3%。本公司之聯營公司同樣受到線上銷售的影響，且近幾年新開門店尚處培育期，同時由於人工成本、租賃成本及廣告投放費用的增加導致經營性開支同比增加，盈利下降。上海聯家超市有限公司（上海聯家）於回顧期內新開1家門店。截至二零一四年十二月三十一日止，上海聯家門店總數為29家。

回顧期內，本集團稅項支出約為人民幣17,904.0萬元，同比減少約為人民幣3,735.8萬元。本集團積極關注中國政府財政支持政策，儘管通過爭取各地方政府的財政扶持資金以進一步降低本集團的稅負率，但隨着成熟門店逐漸度過稅收優惠期限，且各地門店獨立納稅，使本集團無法獲得跨地區盈虧的平衡。回顧期內，本集團實際所得稅率同比下降1.84百分點，仍高達59.69%。

回顧期內，本集團共錄得除稅前盈利約為人民幣29,992.9萬元，同比下降14.7%。歸屬於本公司股東的股東應佔盈利約為人民幣3,103.3萬元，同比下降41.4%。歸屬於本公司股東淨利潤率約為0.11%。按照本公司已發行股本11.196億股計算，每股基本收益約為人民幣0.03元。

現金流

回顧期內，本集團現金淨流入達人民幣26,777.7萬元，主要受超過一年期受限制的定期存款減少影響。期末現金及各項銀行結餘達人民幣949,467.0萬元。

截至二零一四年十二月三十一日止，本集團的應付賬款週轉期約為58天。存貨週轉期約為40天。

回顧期內，本集團並無運用任何金融工具作對沖風險。於二零一四年十二月三十一日，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約為人民幣1,751,391.1萬元，同比下降4.0%，佔本集團營業額約為60.1%。毛利額約為人民幣253,337.6萬元，毛利率增長0.66個百分點至14.46%。同店銷售下降7.14%。綜合收益率約為24.41%，同比上升0.78個百分點。分部經營盈利約為人民幣9,803.0萬元，同比下降0.5%。經營利潤率同比上升0.02個百分點，約為0.56%。回顧期內，不僅中國國內消費需求增速回落，而且線上銷售因其便捷性持續對連鎖超市零售業造成衝擊，對大型綜合超市業態的影響尤甚，中國一二線城市的連鎖超市均出現不同程度的回落。本集團充分認識到態勢的嚴峻性，堅持以績效為中心，持續推進外塑形象、內升動力的「雙輪驅動」策略，大型綜合超市業態經營盈利同比微降，各項收益率再次出現回升：第一，提升網點質量，通過網點梳理，在確保新店質量的同時，加強「次新店」的持續維護，推進既存門店的轉型提升，關閉虧損門店，通過「強店」來提升和鞏固市場銷售份額。第二，加快門店的功能調整，增強商品的功能佈局，即舍棄按照商品的分類來進行大型綜合超市的商品佈局而改以消費者的喜好來進行賣場的商品佈局，如「嬰童區」、「電器專賣區」等，同時加大招商對於大型綜合超市的支撐功能，增加大型綜合超市在購物、休閒、餐飲等方面所能提供的一站式消費享受。第三，熟知消費者價格比對的購物心理，甄選價格敏感的民生商品，緊扣政府不時公佈的民生商品的價格信息，持續推進以「惠生活」為主題的各類大型營促銷活動，增強蔬菜等生鮮產品的規模採購力度，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。第四，以「投入產出」為原則，以績效為中心，控制各項費用支出，包括人工費用、營促銷費用以及信息維護費用。

截至十二月三十一日止
二零一四年 二零一三年

毛利率(%)	14.46	13.80
綜合收益率(%)	24.41	23.63
經營利潤率(%)	0.56	0.54

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954,494.1萬元，同比下降6.0%，佔本集團營業額為32.7%。同店銷售下降為4.88%。毛利額約為人民幣138,233.2萬元，同比下降9.7%。毛利率約為14.48%，同比減少0.61個百分點。超級市場業態綜合收益率約為23.33%，同比上升0.05個百分點。分部經營盈利約為人民幣22,727.7萬元，經營利潤率為2.38%。回顧期內，儘管社區性的超級市場業態憑藉營業時間長、購買交通便利等優勢受到消費者的歡迎，但是，由於本集團超級市場門店眾多，每年租約到期的成熟門店，或因房東改變商業用途，或者租金大幅增加而被動關閉，新開網點在短期內又很難達到成熟門店的銷售和盈利能力，電子商務、菜市場和其他批發市場也在分流營業額，受此影響，超級市場業態營業額首次出現回落，同時，主要成本項如人工成本、租賃成本等成本開支持續上揚，造成超級市場的經營盈利能力受壓。展望未來，超級市場業態與其他連鎖零售業態比較，尚存經營優勢。本集團將以生鮮經營為抓手，以全渠道網站營銷為依托，深化門店轉型，推進強店戰略，通過提升核心商品，推進品類優化，從而穩固市場份額。

截至十二月三十一日止
二零一四年 二零一三年

毛利率(%)	14.48	15.09
綜合收益率(%)	23.33	23.28
經營利潤率(%)	2.38	2.90

便利店

回顧期內，便利店業態錄得營業額達人民幣201,345.6萬元，同比增長4.1%，佔本集團營業額約為6.9%，實現同店銷售增長11.93%。便利店業態錄得毛利額為人民幣32,309.6萬元，同比增加約為人民幣1,097.9萬元，上升3.5個百分點。主要受益於高端門店營業額的同比增長。便利店業態一方面致力於向高端門店轉型，通過持續優化商品結構，引進適應性商品，吸引客流以提高銷售，另一方面，推進O2O銷售模式，通過線上銷售線下購買的方式引入年輕客流。從上海以及大連市場來看，便利店業態已經成為連鎖超市行業中增長最快的一個分支，說明該業

態的消費群體忠誠度正在提高，預示着該業態尚存發展空間。回顧期內，便利店業態儘管主要成本項如人工成本、租賃成本依然呈現上升態勢，但是通過加快門店轉型，加強推廣即食商品，增加增值服務來提升銷售，從而增加商品收益抵減費用的增加，實現淨利潤的觸底反彈。回顧期內，綜合收益率為22.97%，同比下降0.95個百分點，經營虧損約為人民幣8,418.9萬元，同比減虧約為人民幣225.0萬元。展望未來，本集團將持續推進便利店業態的轉型與提升，依托商務電子化信息平台支撐，創新增值業務盈利模式，控制各項成本費用支出，努力實現減虧目標。

	截至十二月三十一日止	
	二零一四年	二零一三年
毛利率(%)	16.05	16.13
綜合收益率(%)	22.97	23.92
經營利潤率(%)	-4.18	-4.47

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		
	二零一四年	二零一三年	同比轉變 (%)
營業額	29,152	30,383	-4.1
毛利	4,241	4,363	-2.8
綜合收益	7,130	7,298	-2.3
經營盈利	242	266	-9.0
稅項	179	216	-17.3
歸屬於本公司股東的本期盈利	31	53	-41.4
每股基本盈利 (人民幣元)	0.03	0.05	-40.0
每股中期股息 (人民幣元)	不適用	不適用	不適用

資本架構

於二零一四年十二月三十一日，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持有人民幣200萬元的借款外，無其他任何銀行借款。

回顧期內，本集團的股東權益由約為人民幣337,132.8萬元增加至約為人民幣340,236.1萬元，主要為期間利潤約為人民幣3,103.3萬元。

本集團已質押資產的詳情

截至二零一四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

截至二零一四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	715,397,400	63.90
非上市外資股	31,602,600	2.82
H股	372,600,000	33.28
合計	<u>1,119,600,000</u>	<u>100.00</u>

或有負債

截至二零一四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

回顧期內，針對國內經濟形勢發展新格局，以及零售業發展的新態勢，本集團繼續堅持「區域領先，全國佔優」的戰略指導思想，更加注重新開門店的業態定位，加快網點結構的優化，重點提升已進入市場的經營能力，重點鞏固已進入市場的競爭地位。為此，本集團積極調整網點發展模式，放緩新網點發展速度，精研定位新店拓展，提高新開門店的成功率，同時及時梳理弱勢門店，以提升各業態網點的競爭力，達到減虧增盈的目的。

回顧期內，大型綜合超市業態新開門店4家，其中2家位於浙江省杭州市，1家位於浙江省義烏市，1家位於河南省鄭州市，鞏固了本集團在優勢地區的市場份額。義烏市為中國較富裕的城市，且發展前景看好。位於義烏市的本集團超大型綜合超市充分體現了本集團的發展策略。該物業面積接近8萬平方米，其中地上5層，地下2層，地上1-3層用於招商和超市，其餘為停車和物業配套。本集團義烏市超大型綜合超市集購物、休閒、餐飲等為一體，尤其注重顧客的體驗消費和線上線下的融合。自二零一四年八月二十八日開業到二零一四年十二月三十一日，該店日均客流量達到7,478人，日均銷售達到99.8萬元，並有望在未來二到三年內達到盈虧平衡。本集團目前在當地已經擁有一家大型綜合超市，佔據當地大型綜合超市三分之一以上的市場份額，得益於該新店的開業，本集團在義烏的大型綜合超市份額有望超過60%。

回顧期內，超級市場業態新開門店共158家，其中直營門店23家，加盟門店135家，發展速度保持平穩。直營網點發展穩步推進新門店拓展和既有門店的轉型改建；加盟網點發展則以上海地區作為網點發展的重中之重，堅持提高網點質量、規範開店操作兩手抓，提升租約到期門店的續簽質量，從而有效確保了超級市場業態的合理門店規模和可持續發展。

回顧期內，便利店業態新開門店共113家，其中直營門店32家，加盟門店81家，發展增速趨於理性放緩。回顧期內，便利店業態開源節流同步走，持續推進門店改造轉型專項工作，共改造門店89家。受激烈競爭影響，加盟網點發展低於預期。回顧期內便利店業態在確保直營門店體量的前提下對直營網點結構展開有效調整，繼續梳理了部份無潛質網點，調整商圈佈局和定位戰略，成功試點高端複合型網點，鞏固了網點質量。

截至二零一四年十二月三十一日止，本集團共擁有門店4,291家，較二零一三年末減少239家，主要是加盟門店整體發展速度低於預期。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	619	842	1,618
加盟	—	1,796	877	2,673
合計	<u>157</u>	<u>2,415</u>	<u>1,719</u>	<u>4,291</u>

註：上述數據為截止二零一四年十二月三十一日。

深化改革

回顧期內，應對市場消費行為變化、行業增速持續盤整放緩的挑戰，本集團以改革為主線，轉變盈利模式和經營模式，開拓商品渠道，扎實推進營運體系改革、區域試點和激勵機制改革等各項工作的有序開展。

回顧期內，本集團回歸零售本質，以「費改率」為抓手，構建以毛利為導向的招採體系，打破了固有的盈利格局。通過降低商品進價和擴大毛利等措施，提升與銷售掛鈎的變動通道費佔比。回顧期間，本集團積極與供應商簽訂費改率協議，提高了返利扣點、擴大了毛利。

回顧期內，本集團以「區域化」改革為突破口，積極推進營運體系改革，壓縮管理層級，調整組織機構、提高管理效率。本集團確定以利潤為中心的區域定位，將江蘇區域改革作為突破口，將江蘇區域大型綜合超市和超級市場直營體系全部注入江蘇區域公司，同時梳理總部和江蘇區域在經營和管理上的制度和流程，全面推進「簡政放權」區域化改革工作，確保區域有序運作。

回顧期內，本集團積極優化各項業務流程，重點試點承包經營。通過梳理和優化，本集團確定了各大業態的商品必備目錄，對門店職責進行了重新定位，確定了總部以集約高效體現連鎖的優勢、門店以現場管理和服務顧客為中心提高銷售的組織體系，並據此改革組織機構，精簡管理層級，圍繞銷售轉變職能，注重現場服務，全力擴大銷售。回顧期內，本集團結合生鮮經營模式改革，在上海地區的大型綜合超市和超級市場業態推行蔬菜和水果門店承包經營，激發門店活力，不僅有效調動了門店生鮮幹部員工的積極性，也實現了銷售、毛利的「雙提升」。

回顧期內，本集團按照激勵機制改革的總體思路，重點加強薪酬管理，規範內部分配，優化激勵機制，落實效益考核。回顧期內，本集團理清分配現狀，建立薪酬序列，改革考核辦法，使員工收入與公司效益相掛鈎，更好地調動了員工的積極性。

轉型提升

回顧期內，本集團深化業態轉型，進一步加強業態專業化管理。大型綜合超市業態注重網點在門店定位、商品優化、動線設計上的提升改造，在招商上逐步擴大輔營品牌招商，尤其是餐飲品牌的佔比，以提升招商吸客能力，豐富餐飲及公共設施、便民服務等配套服務設置，增加門店內客流互動。超級市場在上海地區將門店分為大中小型，分別確定其主檔範圍，逐一推進商圈優化；在浙江地區強化社區型超市的地位、覆蓋能力和競爭力，服務上增添了郵政、洗衣、農華便當等便民服務，增強社區服務粘合力。品類管理上開展商品結構調整工作，針對社區型超市特點進行梳理，加大生鮮品類的覆蓋，力求將社區型超市打造成「即時便

利+輕質體驗+生鮮專業店+商品零售」一條龍服務模式。便利店業態積極發展高端店，推進複合型餐飲化門店的試點，推出改進現磨豆漿和咖啡以及現制盒飯等，定位商務樓的年輕客群，得到了較好反響。

回顧期內，本集團加強基礎管理工作，提高管理效益。優化總部組織管理體系和流程，提高管理效率。回顧期內，本集團推進門店現場精細化管理，實現各項營運作業的規範化、制度化和標準化，夯實門店營運基礎管理，提升門店營運能力。回顧期內，本集團大型綜合超市業態進一步做好價格管理工作，提升毛利水平，保持價格形象，除了繼續做好異常毛利原因分析、負毛利商品梳理、高進低退商品提醒等日常毛利監控工作外，還結合等級營銷的毛利投資理念，定期梳理、分析各類營銷等級商品的毛利情況，嚴格把控好整體毛利水平。在商品價格上，繼續大力推進市調工作，從商品價格、營銷活動、單品數、價格帶等多方面展開對比，歸納和總結成功經驗，並嘗試嫁接到商品價格體系中，從而提高門店的整體價格形象。回顧期內，本集團便利店業態的瘦身增能工作的重點由瘦身逐步轉移到增能方面，深耕細作，按照年初制定相關品類，重點以進口商品、鮮食商品及小Q商品為突破口，優化商品結構，提升重點品類經營，不斷推陳出新，吸引客流，擴大銷售。

創新理念

回顧期內，本集團一體化電子商務網站「聯華易購」穩步發展，依托實體網點優勢積極試點「網訂店取」。本集團依托百聯集團商務電子化的整體戰略，抓住機遇積極嘗試互聯網技術，融入互聯網經濟，充分利用現有門店資源和會員資源，發揮支付優勢和多業態協同優勢，致力於打造一個以用戶體驗為導向、線上線下無縫對接的具有本集團特色的全渠道模式，從而切實提升本集團實體門店的競爭優勢。

回顧期內，本集團在營銷上積極「觸網」，開啟精准高效的營銷模式。除傳統的營銷活動外，本集團各業態加大了在新媒體新渠道的投入，提供更多的互動性體驗活動，搭建微信營銷、支付寶支付營銷和團購網平台，通過運用移動互聯網的跨界合作，吸引和聚攏線上客群。

為了進一步吸引客流，擴大銷售，提升利潤，回顧期內，本集團在商品採購環節方面探索創新，探索大眾商品採購，積極引入「名、特、優」品牌，豐富門店優質牛羊肉品種。在水產經營方面，摒棄了習慣的聯營方式，積極推進自營，採購方式上是批發市場採購與源頭採購雙管齊下。根據活水魚特點，就近在批發市場採購；海產品從特色經營的角度出發，探索源頭採購。回顧期內，本集團水產品直採打通了水產類商品「從碼頭到灶頭」的供應鏈渠道。此外，本集團從二零一四年三月份起實行水果直採，涉及品種150個，其中100個品種同比銷售上升。

生鮮是連鎖超市的生命線。回顧期內，本集團以蔬菜、肉類為突破口，實施流程再造，提升供應鏈效率，打造生鮮戰略品類的經營能力。本集團通過制定質量標準，對接市場優質資源，管控從種植、飼養到收割、屠宰、配送環節的全過程，初步形成「聯華放心菜」品牌，樹立了品質形象。本集團已建立蔬菜、水果、蛋品、水產和豬肉製品等5個品類共計100個生鮮基地，單品數達到215個。回顧期內，本集團與上海崇明當地的蔬菜專業合作社合作，簽訂了1,200畝蔬菜種植協議，建立了聯華自管蔬菜種植基地，實現了從源頭種植到門店銷售的全程監控。自管基地的蔬菜不僅價格有優勢，而且質量有保證，損耗也降低。回顧期內，本集團重塑「聯華天元」豬肉品牌，通過招標形式，引進優質供應商，確定了上海東方種畜場、上海奉金生豬養殖兩家作為養殖基地，確定上海五豐上食作為屠宰和配送服務提供商。二零一四年九月二十日起在本集團上海地區門店上市銷售，實現銷售約為人民幣1,123萬元，平均進價同比下降3%，「天元」肉良好的市場形象得以重新樹立。

回顧期內，為了改變傳統零售企業在家電、紡織等非食品品類經營的困境，本集團大膽創新，以「家電」為突破口，嘗試與專業家電連鎖企業合作，利用對方的經營能力和資源優勢，做大自身現有家電銷售，探索出了弱勢品類提升的新模式。

回顧期內，本集團投資的藥妝業態，根據投資可行性報告需要再次增資。近年來，無論是實體網絡還是電子商務，藥妝商品的需求持續上升。本集團通過前期的經驗積累，調整了網點發展，商品管理和門店經營的思路，整體經營水平有所提升。前期所開部份門店開始進入盈利期，但總體上看，藥妝店發展速度遠低於預期，雖然目前網點爭奪沒有過去幾年激烈，但是要迅速進入盈利期還需時日，考慮到本集團目前的財務平衡能力及藥妝業務的發展前景，為實現股東利益最大化，本公司董事會決定放棄在藥妝業態上的增資，並決定將所持43%的股權全部出讓給其他股東。

控本增效

回顧期內，人工、租金等各項成本仍呈快速剛性上升趨勢。本集團推出一系列成本控制措施，以應對整體成本上升的挑戰。二零一四年各項成本合計達到人民幣68.62億元，比二零一三年減少約為人民幣5,296.3萬元。其中人工成本達到人民幣29.33億元，比二零一三年增加為人民幣2,335.0萬元。在一線員工普遍工資達到兩位數增長的前提下，本集團通過優化用工結構，優化組織體系，取得了明顯效果。

回顧期內，針對擴銷、降本、增效目標，本集團完善和加強各項內控管理工作，以推進督查預算執行為落腳點，加強預算管理；以推進改革招標細則為着力點，強化投資控制。

本集團通過探索實施資產集量採購、完善閒置資產管理與利用，推進能源費用和折舊攤銷費用實時跟蹤管理以及開展創建「節能示范店」活動等，有效推動降本工作。此外，本集團還進一步加強資產工程與運營部門的溝通，特別針對改建門店項目，充分利用閒置資產，降低轉型投資。

回顧期內，本集團加強審計工作，防範經營風險。回顧期內，本集團審計室完成各項審計項目73項，通過各項審計，加強經營風險防範，促進經營業務良性循環，其中工程項目的審計控制和審計監督，為本集團降低投資成本，控制投資風險起到一定的作用。

僱用、培訓及發展

截至二零一四年十二月三十一日，本集團共有52,905名員工，回顧期內減少3,282名，總開支為人民幣293,343.4萬元。

回顧期內，本集團圍繞「加強薪酬管理、規範內部分配、建立激勵機制、落實效益考核」的激勵機制改革重點，對於買手，改變原來年度考核方法，突出月度考核原則，反饋更加及時；對於門店一線員工，試點生鮮品類承包管理，突出多勞多得原則；對於二級公司，採取業績掛牌考核方式，突出業績掛鉤原則；對於支撐部門，採取銷售導向考核原則，突出服務基層原則；對於總部職能部門，採取重點項目跟蹤方式，突出問題導向原則。

回顧期內，本集團的培訓圍繞「精梳課程、煉好內功、搭建平台」的目標開展系列工作，繼續將堅持培訓與營運和業務實際相結合，助力業務問題的解決，為業務部門提供培訓指導和培訓資源的支撐，加大了對培訓過程的規範化監控，確保培訓工作能夠真正產出實效，並完善了包括《專業技術和職業技能培訓獎勵制度》、《帶教工作管理辦法》等在內的各類培訓管理制度，解決培訓工作中遇到的新問題和新情況，確保培訓工作的科學性、公平性和合理性。同時，加強本集團內部人才梯隊建設與發展，為企業內部人才交流、學習和提升搭建良好平台。

策略與計劃

二零一五年，雖然本集團將繼續面對多渠道市場的分流、寡頭企業的擠壓、剛性成本的持續上升等挑戰，但總體來說，機遇大於挑戰。一方面「新常態」將成為今後一段時期的主基調，新一輪經濟體制改革的框架將會進一步實質性切入實體經濟，必定會產生良性的刺激反應；投資、外貿等方面的「微刺激」政策也沒有間斷，投資項目審批加快，房產政策逐步鬆綁，一系列的措施釋放出經濟政策將逐漸穩健放寬的信號。另一方面，上海國資部門提出的國企改革進入實質階段，或將進一步釋放本集團的發展動力。此外，本集團控股股東推進的商務電子化工作也將全面啟動。

從行業形勢來看，全渠道時代與生產過剩、物質豐富交互，為消費者帶來了更多的選擇；生活節奏加快，以及新生代消費者的崛起，喚醒了更強的自主消費意識。本集團認為，全渠道競爭已經打破了線上線下、餐飲超市百貨等業態的界限，以商務電子化為手段，以業態創新為抓手，將成為二零一五年零售門店提升的關鍵舉措。隨着行業收購兼併更趨白熱化，除了線下企業的收購之外，線上線下相互收購的格局正在形成。而隨着城市化進程、土地流轉等政策的陸續出台，三四線城市的市場空間仍然巨大，連鎖零售企業發展的基礎環境仍然堅固，不會發生實質改變。

為此，二零一五年，本集團將堅持以深化改革為主線，把「練內功、強基礎、抓轉型、促發展」作為總體工作方針，繼續推動盈利模式、運營模式和激勵模式三大改革，推動企業運營機制向市場化、專業化轉型，加強內部管理，提升供應鏈效率，實現擴銷增效。

二零一五年，本集團將在量質並重、穩步發展新網點的同時，持續推進現有門店轉型，創新業態和經營模式。其中大型綜合超市業態將試點轉型社區商業中心或者鄰里中心模式；超級市場業態着重生鮮型超市；便利店業態則進一步細分門店類型，加快流量型、商務型、社區型和特殊商圈性的轉型。在加盟業務方面，以質量為原則，不斷完善加盟業務支撐體系，提升加盟店服務的水平，促進加盟業務快速發展。

本集團控股股東百聯集團的商務電子化建設將為本集團在二零一五年帶來新的增長點。本集團將根據百聯集團商務電子化的整體發展思路，充分利用百聯集團網點規模優勢、商品資源優勢、預付卡優勢、會員優勢以及結算優勢，營造引流、轉換、交易、交付、售後五個環節聯通的業務模式。本集團將首先從大型超級市場、超級市場和便利店的部份門店開始試點，推進網上銷售、門店體驗、網訂店取、物流配送等電子商務業務，並在試點的基礎上，向本集團其他上海區域門店推廣。二零一四年十二月十二日，本集團浙江區域網點參與了支付寶發起的限額減半的促銷活動，當日銷售上升超過70%。由此可見，隨着百聯集團商務電子化工作的全面啟動，本集團實體網點的銷售將面臨巨大的增長空間。

在剛性成本持續上升環境下，只有實現商品收益增長幅度快於銷售增長幅度，才能獲得盈利能力的持續上升，本集團在推動銷售增長的同時，將繼續推動盈利模式的轉型，改革採購模式，打造以毛利為導向的招採業務模式；同時擴大直接採購比重，整合進口商品採購渠道，創新非食品採購方式，加強新品引進，提高商品自營能力，促進商品收益增長；做大做強核心商品，修煉經營內功，夯實業務基礎。本集團將做強生鮮戰略性品類，全力打造生鮮供應鏈，打造核心競爭力；擴大生鮮源頭採購，提升採購技術，切實加快生鮮基地建設；打造中央廚房，提升生鮮自營能力，強化生鮮產品開發能力。

二零一五年是本集團優化總部、精簡總部、建立高效總部的關鍵年。為此我們將借助於國企改革的東風，突出組織體系的市場化、扁平化、集約化和專業化，為盈利模式、運營模式和激勵模式的改革提供保證，也為本集團長遠發展增強希望。這是一項巨大的工程，是二零一五年一項極為艱巨的任務，但我們相信，隨着國企改革的深入、在控股股東的支持下，組織體系改革一定可以獲得成功。

在全渠道快速發展的時代，資訊更替瞬息萬變，生活方式、消費理念都在互聯網的滲透下快速發生着改變。企業的經營沒有定勢，更不可固化思維。但生活消費始終存在，大浪淘沙般的行業競爭後留下的才是零售市場的真金。隨着改革的深入，本集團將始終堅持加強內涵建設，堅守連鎖超市業務本質，通過改造流程提高效率，圍繞顧客需求提升顧客體驗，持之以恆做好商品和優化服務。

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

本公司之董事會（「董事會」）建議不派發截至二零一四年十二月三十一日止的末期股息。

審核委員會

審核委員會已審閱截至二零一四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。

德勤•關黃陳方會計師行之工作範疇

本公告內有關截至二零一四年十二月三十一日止年度的綜合損益及其他全面收益表、綜合財務狀況表及相關附註所列數字已經由本集團核數師德勤•關黃陳方會計師行與本集團於本年度經審核的綜合財務報表進行核對。根據香港會計師公會所頒佈之香港核數準則、香港委聘審閱準則或香港保證聘約準則，德勤•關黃陳方會計師行所進行的工作並不構成保證聘約，因此德勤•關黃陳方會計師行並無對此公告發表任何保證。

遵守聯交所證券上市規則（「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，本公司於回顧期內符合上市規則附錄十四《企業管治守則》（「守則」）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的情況。有關偏離事項如下：

守則條文A4.2規定，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人任期不超過三年，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：

本公司於二零一四年三月二十六日召開第四屆董事會第十三次會議，非執行董事王德雄先生及當時的非執行董事三須和泰先生因其他工作原因未出席該次董事會會議。

本公司於二零一四年六月二十七日召開第五屆董事會第一次會議，非執行董事王德雄先生因其他工作原因未出席該次董事會會議。

本公司於二零一四年八月二十八日召開第五屆董事會第二次會議，執行董事祁月紅女士、非執行董事吳婕卿女士及非執行董事王德雄先生因其他工作原因未出席該次董事會會議。

本公司於二零一四年十二月五日召開臨時股東大會及類別股東大會，非執行董事李國定先生、非執行董事王德雄先生、獨立非執行董事夏大慰先生因其他工作原因未出席該次臨時股東大會。

本公司於二零一四年十二月十七日召開第五屆董事會第三次會議，非執行董事李國定先生及獨立非執行董事張暉明先生因其他工作原因未出席該次董事會會議。

上述董事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。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。

此外，本公司已於臨時股東大會及類別股東大會召開前向董事會所有董事提供了會議相關材料和所有相關必要信息。臨時股東大會及類別股東大會會後，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相關會議的董事了解相關會議上決議的事項。

有關守則的第A.6.7條及第E.1.2條條文，本公司於二零一四年六月二十七日召開二零一三年度股東週年大會，非執行董事王德雄先生因其他工作原因未出席該次股東週年大會。本公司已於二零一二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。

年報的刊發

本公司年報將適時派送給股東，並在香港聯合交易所網站及本公司網站刊發。

承董事會命
聯華超市股份有限公司
董事長
陳建軍

上海，中國，二零一五年三月二十七日

於本公告日期，董事會成員如下：

執行董事：陳建軍，華國平，祁月紅，周忠祺及史浩剛

非執行董事：李國定，吳婕卿及王德雄

獨立非執行董事：夏大慰，李國明，張暉明及霍佳震