永辉超市股份有限公司

证券代码:601933　　证券简称:永辉超市

2011年度报告摘要

§1 重要提示

1.1 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性负个别及连带责任。

本年度报告摘要摘自年度报告全文,报告全文同时刊载于www.sse.com.cn。投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读年度报告全文。

1.2 公司全体董事出席董事会会议。

1.3 公司年度财务报告已经天健正信会计师事务所有限公司审计并被出具了标准无保留意见的审计报告。

1.4 公司负责人张轩松、主管会计工作负责人朱国林及会计机构负责人(会计主管人员)黄巧声明:保证年度报告中财务报告的真实、完整。

§2 公司基本情况

2.1 基本情况简介

股票简称	永辉超市
股票代码	601933
上市交易所	上海证券交易所

2.2 联系人和联系方式

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张经仪	吴乐峰
联系地址	福建省福州市西二环中路436号	福建省福州市西二环中路436号
电话	0591-83787308	0591-83787308
传真	0591-83787308	0591-83787308
电子信箱	bod.yh@yonghui.cn	bod.yh@yonghui.cn

§3 会计数据和财务指标摘要

3.1 主要会计数据

单位:元 币种:人民币

	2011年	2010年	本年比上年增减(%)	2009年
营业总收入	17,731,555,790.38	12,318,191,749.92	43.95	8,474,815,787.28
营业利润	588,394,361.84	391,509,659.78	50.29	328,156,745.50
利润总额	602,785,798.54	398,900,980.69	51.11	331,585,430.29
归属于上市公司股东的净利润	466,920,162.02	305,339,486.02	52.92	254,292,896.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	441,993,715.05	299,794,491.48	47.43	251,782,243.77
经营活动产生的现金流量净额	579,115,896.33	686,339,430.87	-15.62	205,414,977.16
	2011年末	2010年末	本年末比上年末增减(%)	2009年末
资产总额	9,466,934,844.33	6,690,505,108.60	41.50	3,168,278,470.91
负债总额	5,393,992,946.09	2,833,594,125.13	90.36	2,097,955,182.65
归属于上市公司股东的所有者权益	4,068,550,580.75	3,853,166,418.73	5.59	1,055,041,107.24
总股本	767,900,000.00	767,900,000.00	0.00	657,900,000.00

3.2 主要财务指标

	2011年	2010年	本年比上年增减(%)	2009年
基本每股收益(元/股)	0.61	0.46	32.61	0.39
稀释每股收益(元/股)	0.61	0.46	32.61	0.39
用最新股本计算的每股收益(元/股)				
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	0.58	0.46	26.09	0.38
加权平均净资产收益率(%)	11.68	24.48	-12.80	27.29
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	11.19	24.88	-13.69	27.00
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	0.75	0.89	-15.73	0.31
	2011年末	2010年末	本年末比上年末增减(%)	2009年末
归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	5.30	5.02	5.58	1.60
资产负债率(%)	56.98	42.35	14.63	66.22

报告期末公司前三年主要会计数据和财务指标的说明

1.2011年10月公司收购关联公司福建省永辉商业有限公司100%股权。该并购属于同一控制下企业合并,根据《企业会计准则第20号-企业合并》规定,视同期初合并,并据此调整了报告期初数据。

2.公司于2010年12月15日首次公开发行股份。按照发行后的总股本76,790万股计算,2010年每股收益为0.40元。

3.3 非经常性损益项目

√适用 □不适用

非经常性损益项目	2011年金额	附注(如适用)	2010年金额	2009年金额
非流动资产处置损益	-2,193,553.04		-733,904.44	-1,534,529.76
越权审批,或无正式批准文件,或偶发性的税收返还、减免				
计入当期损益的政府补助,但与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定,按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	12,515,007.80		7,469,839.45	7,738,053.87
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费				76,957.80
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益				
非货币性资产交换损益				
委托他人投资或管理资产的损益				
因不可抗力因素,如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备				
债务重组损益				
企业重组费用,如安置职工的支出、整合费用等				
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益				
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-1,885,433.10		-196,177.21	-317.11
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益				
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益				
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回				
对外委托贷款取得的损益				
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益				
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响				
受托经营取得的托管费收入				
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	4,069,981.94		656,515.23	-2,774,839.32
其他符合非经常性损益定义的损益项目	21,578,801.72			
少数股东权益影响额	41,137.18		-6,762.30	-2,845.13
所得税影响额	-9,199,495.53		-1,644,516.19	-991,827.19
合计	24,926,446.97		5,544,994.54	2,510,653.16

注:其他符合非经常性损益定义的损益项目"主要为2011年12月转让控股子公司漳浦(永嘉)房地产开发有限公司股权产生的投资收益。

§4 股东持股情况和控股框图

4.1 前10名股东、前10名无限售条件股东持股情况表

单位:股

2011年末股东总数		11,197户	本年度报告公布日前一个月末股东总数		12,376户
前10名股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
张轩松	境内自然人	20.80	159,754,750	159,754,750	
民生超市有限公司	境外法人	20.56	157,900,000	0	
张轩宁	境内自然人	14.86	114,110,540	114,110,540	
福建汇银投资股份有限公司	境内非国有法人	5.67	43,557,830	0	
谢香镇	境内自然人	2.97	22,822,110	0	
郑景旺	境内自然人	2.97	22,822,110	0	
黄纪雨	境内自然人	2.97	22,822,110	0	质押22,822,100
张枝龙	境内自然人	2.97	22,822,110	0	质押22,822,100
叶兴针	境内自然人	2.97	22,822,110	0	
郑文宝	境内自然人	2.97	22,822,110	0	
林登秀	境内自然人	2.97	22,822,110	0	
前10名无限售条件股东持股情况					
股东名称	持有无限售条件股份数量		股份种类		
民生超市有限公司	157,900,000		人民币普通股		
福建汇银投资股份有限公司	43,557,830		人民币普通股		
林登秀	22,822,110		人民币普通股		
郑景旺	22,822,110		人民币普通股		
张枝龙	22,822,110		人民币普通股		
谢香镇	22,822,110		人民币普通股		
郑文宝	22,822,110		人民币普通股		
叶兴针	22,822,110		人民币普通股		
黄纪雨	22,822,110		人民币普通股		
博时增长	22,000,127		人民币普通股		
上述股东关联关系或一致行动的说明	实际控制人张轩松和张轩宁属于一致行动人。张轩松与张轩宁为兄弟关系,张轩宁为张轩松兄长;郑文宝为张轩松、张轩宁两人的表兄;郑景旺为张轩松、张轩宁两人的小舅;谢香镇为张轩松、张轩宁两人的妹夫;林登秀为张轩松、张轩宁两人的姨夫;黄纪雨为张轩松的内弟;博时增长与其他股东之间,未知是否存在关联关系或一致行动人。				

4.2 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

§5 董事会报告

5.1 管理层讨论与分析概要

2011年整体经营情况呈现上半年营业收入上升快于成本上升,下半年成本上升快于营业收入上升,尤其是国庆节以后,营业收入快速下降,直到12月中旬开始恢复上升趋势,并保持到2012年一月末。经过全体员工的共同努力,全年实现营业收入177.32亿元,同比增长43.95%,超过年初董事会下达的全年营业收入175亿元的指标,实现利润总额60278.58万元,同比增长51.11%,归属于母公司所有者的合并净利润46692.01万元,同比增长52.92%。经营业绩增长的主要原因是老店持续保持双位数内生增长和外延扩张顺利。

1.公司主要从以下几方面积极开展工作:

(1)战略布局与门店拓展方面

按照"积极与大地产商、大百货"合作"的战略思路,2011年在新开门店和新签约店都有了显著的突破,全年新开业门店49家,关店一家,开店数位列全行业前茅。与年初董事会下达的全年开业门店数约50家的指标基本符合。已开业门店遍及12个省份,经营面积157万平方米,比2010年净增加52万平方米,同比增加49.5%。已签约未开业门店达102家,面积116万平方米,涉及16个省,其中自有物业占比从年初的3.01%提升至5.19%。

开业及签约门店资料:

地区		业态				已签约未开业门店
		大卖场	卖场	社区店	已开业门店小计	
福建	店数	43	43	40	97	18
	面积	173048.7	303992.3	104362.9	581403.9	160816
重庆	店数	4	52	8	64	27
	面积	49698.2	375446.8	29137.69	454282.7	200956
北京	店数	8	4	1	13	9
	面积	134083.6	29553.65	4729	168366.2	103714
安徽	店数	4	7	1	12	6
	面积	59685.78	56217.64	3533.36	119436.8	71742
贵州	店数	1	3	0	4	2
	面积	16250	24416	0	40666	36179
河南	店数	2	1	0	3	15
	面积	42269.29	9400	0	51669.29	231917.3
天津	店数	2	0	0	2	1
	面积	30940.06	0	0	30940.06	13000
河北	店数	1	0	0	1	6
	面积	35433.2	0	0	35433.2	64024
浙江	店数	0	0	0	0	2
	面积	0	0	0	0	27114.56
江苏	店数	3	2	0	5	4
	面积	42859	12452	0	55311	54639.9
四川	店数	0	0	0	0	3
	面积	0	0	0	0	41249
辽宁	店数	1	0	0	1	3
	面积	19100	0	0	19100	41445.5
吉林	店数	0	0	1	1	2
	面积	0	0	2568.13	2568.13	38677.78
黑龙江	店数	1	0	0	1	0
	面积	15345	0	0	15345	0
陕西	店数	0	0	0	0	3
	面积	0	0	0	0	62277.25
广东	店数	0	0	0	0	1
	面积	0	0	0	0	13800
全国	店数	41	112	51	204	102
	占比	20.10%	54.90%	25.00%	100.00%	
	面积	618,713	811,478	144,331	1,574,522	1,161,552
	占比	39.30%	51.54%	9.17%	100.00%	

随着自有物业比重的提升和公司品牌的提升使得外租区域能够吸引品质更高的商家,租金增长的压力较上一年度有所缓解。

按照现有合同租金收入和租金支出情况如下:

单位:万元

项目	2010年度	2011年度	同比增长	2012年度预计	同比增长
房租物业费	27,253.20	41,844.00	53.54%	60,558.40	44.72%
转租收入	7,772.78	12,128.54	56.04%	24,000.00	97.88%
净租金物业费	19,480.42	29,715.46	52.54%	36,558.40	23.03%

(2)门店营运方面

2011年多部门合作完成了门店营运标准操作流程SOP的编制及试点,组建总部统一管理的"营销规划组",首期检查标准50条。营运环节,标准化营运程度、品类管理能力、营销资源的掌握程度、卖手对商品和消费者的熟悉程度等均有所提升。2011年公司坪效11261元/平方米,同比略有下降,主要原因是新开门店主要集中在下半年,特别是12月新开18家门店,全年营业收入贡献少。可比较门店销售额增长13.36%,日均客流111万人次,同比增长18.09%。

销售额同店同比(剔年期)开业门店资料

单位:万元

项目	公司合计			
	门店数	2010年销售额	2011年销售额	同比增减
大卖场	11	247397	278676	12.64%
卖场	63	755670	866950	14.73%
社区店	42	178089	193319	8.55%
合计	116	1181157	1338945	13.36%

(3)公司主要子公司的经营情况及业绩分析

公司2011年综合毛利率19.25%,同比增长0.12%,主要是福建大区主营业务收入毛利率同比增长0.69%。福建大区已经进入成熟阶段,主营业务收入依然有19.72%的增长,占比45.6%,占比较上一年度下降了9.18%,主要是全国其它大区业务增长较快。重庆大区主营业务收入增长50.12%,占比39.11%,占比较上一年度提高了1.64%,毛利率提高0.38%。其中,重庆永辉超市有限公司净利润增长70.67%,贵州永辉超市有限公司净利润增长17倍。北京大区和安徽大区主营业务收入增长迅速,占比都增加3.5%以上,其中,北京永辉超市有限公司的净利润实现翻番,安徽永辉超市有限公司报告期内有5家门店开业,其中4家在下半年集中开业,影响了净利润。

主要子公司	资产总计	注册资本	净资产	净利润
重庆永辉超市有限公司	2,356,765,906.41	714,400,000.00	988,773,666.87	222,154,574.43
福建闽侯永辉商业有限公司	1,348,548,816.96	50,000,000.00	179,382,015.90	102,590,004.59
贵州永辉超市有限公司	187,517,049.15	48,240,000.00	71,337,926.30	21,921,717.34
北京永辉超市有限公司	825,930,702.44	235,470,000.00	250,483,200.35	15,968,807.81
安徽永辉超市有限公司	532,107,807.27	221,210,000.00	191,824,051.94	-16,424,743.64

(4)生鲜及加工方面

生鲜及加工的毛利率较上年度提高0.6%至13.18%,主营业务收入同比增长24%,占比首次下降到50%以下,主要是食品用品快速增长及新开门店面积增大,在卖场中面积占比缩小所致。公司将继续发扬"永辉模式"中生鲜集客的优势,坚持生鲜产品在公司的主导地位。随着公司卖场和大卖场的不断开业,生鲜占比可能会产生波动。公司坚持对生鲜产品"直营、直采",从消费终端反向梳理超市行业的产业链,以商业理念经营农产品,形成"超市+农户"、"超市+农业合作社"、"超市+农业企业"梯级"农超对接"模式。

报告期内,根据公司未来发展规模,生鲜事业部进行了较大改革,其中包括:

① 将原来生鲜事业部的生鲜物流管理职能分离出来,统一纳入公司物流部;

② 归并生鲜研发中心,将农业公司纳入生鲜事业部统一管理,转向上游资源;

③ 整合供应链,推进品类经营策略,制定生鲜营运管理标准,调整生鲜采购部架构,对全国的采购资源进行整合,对全国供应商实行分级管理,以争取到最优的采购资源。根据产品的结构将采购模式划分为:全国统采、区域直采、供应商采购,由总部垂直管理。大批量、易保存的基础商品采用全国统采,如香蕉、大米等;有当地特色、不易长时间保存的商品下放各区域直采,如叶菜类;将部分小农户集中为合作社,扩大专业合作社、大供应商合作范围,按规模化,品牌化方向建设,培育比较稳定的供应商。

④ 培育自有品牌"当边天",逐渐提高控制产品资源的能力。

全国统采、区域直采、供应商采购分类表

方式	母公司	福建	重庆	北京	安徽
全国统采	36%	37.8%	29.8%	47.6%	48.9%
区域直采	27%	24.0%	32.8%	19.3%	15.7%
供应商	37%	38.3%	37.4%	33.1%	35.4%
合计	100.0%	41.2%	46.6%	7.1%	5.1%

(5)供应商方面

报告期内,在品类管理及采购方面有较大提升,开始尝试"张悦汇"葡萄酒专卖、安歌母婴馆"婴儿用品专区、新肌荟"化妆品专区等专卖店经营模式;标准化营运程度(形象、商品摆设布局等)有所提高;启动全国VIP供应商分级管理,与可口可乐、宝洁、强生、联合利华等建立了战略合作关系,全国厂商由去年的18家增加到54家,总部采购占比由7%上升至17%;毛利率同比下降1.14%,主营业务收入同比增加70%,占公司全部主营业务收入的比例由2010年的38.6%上升到2011年的45.78%,接近"生鲜及加工",稳定了公司的综合毛利率。由于福建、重庆、安徽等地的常温物流库逐步建成并投入使用,预计2012年物流配送环节、库存周转率、配送率、配送中心费用率、店铺订单满足率、到货率等指标会进一步提高。

(6)服装方面

服装毛利率下降1.38%,为28.22%,主营业务收入同比增长45.78%,占公司全部主营业务收入8.4%,占比较上一年度略有提升,毛利占比14.44%。服装事业部强化营运团队的建设,2011年成立全国营运团队,全力支持各大区的服装经营,并全力打造各大区的服装专业营运团队。成立男装、女装研发团队,为商品资源的采购提升、研发提升、供应链提升、商品规划提升等提供支持;大力提升及实行自采商品的自有品牌战略;统采商品在2011年得到提升与推广,与"北极绒"、"兰枪"、"AB"、"宜而爽"等国内一线知名内衣品牌达成全国合作战略伙伴,为满足资源供给特别是新区的资源需求提供了保证。

(7)人力资源方面

人力资源部对公司的组织架构及薪酬体系进行梳理,根据业务发展的需要,健全并优化了总部各相关部门架构、职能和编制,同时拥有各岗位的工作职责。同时制定全国门店架构与编制标准,提高人员满编率。

完成公司新的薪资体系的构建,颁布并推行了新的公司薪酬管理制度,统一岗位、职级、薪酬标准体系,实施员工晋升管理办法。制定各业务部门的绩效考评办法,全面推进绩效考核管理体系的实施,实现优胜劣汰。高管逐一向董事会述职;全员考核共分年终奖和中期奖两类。

进行干部评估和盘点,为干部晋升提供辅垫;完善公司培训体系,推行职业规划培训制度。按照募集资金项目的要求组织公司内部业务核心课程教材的编写,组建公司内部讲师队伍,搭建公司内部电子学习平台,建立公司三级培训管理制度,全年共培训内部员工18万人次,培训时长3.5万课时,人均培训3.6天,为公司在全国范围内的快速发展提供后续的人才保障。举办"1933零售精英"(大学生店长班,两期学员共1000余人),通过见习制度,淘汰率20%,剩余学员基本成为付课或课长干部,各用人单位反映良好。"聘聘领导力发展项目",希望通过6个月的培训周期将现有优秀人员培养成能担任更高岗位职务的管理能力。第一期开设两个班:经理提升班(给养店长接班人)、店长提升班(给养区域店长接班人)。

(8)物流建设方面

成立公司物流部,与日本某物流企业结对交流,请日本物流专家进行5S管理指导。福建南屿物流中心的建设已基本完成,2011年7月已交付使用。北京朝批物流配送体系的建设工作已初步完成。重庆西永物流园一期面积100亩物流项目(常温库及员工宿舍)预计2012年7月投入试运行。安徽华东物流用地:一期物流用地103亩已取得土地证,土建工程基础已完成。彭州蔡坡项目一期(农产品加工配送中心项目)展示中心、采配中心项目已完工,物流库进入单体设计阶段,预计2012年下半年完工。2011年9月16日,公司与沈阳市于洪区人民政府签订项目投资框架协议,包括"永辉东北交易物流中心"在内计划用地770亩。

(9)信息系统方面

2011年永辉信息化建设总体上按原计划进行推进,具体表现为如下二个方面:一是应用软件在以下四个模块如期推进,分别是数据中心建设、财务共享中心的建设、公司资金系统搭建、办公信息系统重新构建。二是基础平台的建设(中心机房建设及网络集中化)如期完成。在费用上2011年在软件及硬件上共投入0.275亿元,费用进程与预计减少了90万元,减少的原因是预计的POS改造未如期进行,有待"大ERP"启动后进行相匹配的改造。核心业务系统ERP已于2012年3月1日启动,11月份大框架将完成。预计软件、硬件及实施费用在0.75亿元,其它配套费用将达0.2亿元。

(10)并购方面

2011年公司根据国家宏观调控的大环境和自身的实力坚持"小食多餐"有选择性的并购策略:

① 2011年11月1日,与韩国株式会社易买得(下称"出售方")在北京签署《股权转让协议》,同意作价人民币400万元收购北京易买特商业有限公司(下称"标的公司")100%股权(详见公司11月3日公告)。公司按照永辉模式对该门店进行改造,注入永辉的文化和团队,并于2012年1月13日开业,一季度日均销售额保持在50万元左右。

② 2011年12月9日以980万元的价格完成对张家口市宣化区世纪家家福超市的经营权承接,该超市租赁地址为张家口市宣化区建国街22号盛发蔬菜副食市场北端商务楼,租赁面积10400平方米。

③ 为了履行《股书明书》中关于减少关联交易的承诺,2011年公司收购关联公司福建省永辉商业有限公司100%股权,永辉商业名下3处物业也成为公司自有物业。

(11)投资方面

① 为了配合公司的扩张战略,2011年公司先后成立了江苏、辽宁、河北、吉林、黑龙江等多家子公司;

② 为了多手段、多渠道获取优质物业,2011年2月25日公司第一届董事会第二十一次会议通过决议决定与福建嘉博筑业投资管理集团有限公司(下称"嘉博筑业")按65%、35%比例共同出资(千万元人民币在福建省漳浦县设立一家项目公司永嘉(漳浦)房地产开发有限公司(下称"永嘉房地产"),专项开发漳浦县2010C01号宗地,规划兴建"永辉超市漳浦旗舰店"——"漳浦城市生活广场"(暂命名);2011年5月18日二〇一〇年年度股东大会通过决议决定公司全资子公司永辉投资有限公司与喜禄(香港)有限公司于成立"福建恒力·博纳广场发展有限公司",共同开发经营博纳广场项目。

以上两项目公司都承诺"适时退出上述项目公司"。 2011年12月16日公司第一届董事会第三十五次会议决定,鉴于公司申请发行公司债的反馈意见要求,董事会同意转让公司所持有的全部65%永嘉房地产股权予嘉博筑业,处置收益2158.49万元。

③ 公司于2011年11月11日竞得石家庄市编号"2011"047号地块的国有建设用地使用权,使得公司的自有物业比例有了小幅提升,该超市已于2011年10月1日开业,2012年一季度日均销售额保持在60万元左右。

2、对公司未来发展的展望

(1)行业发展趋势及机遇

国家经济战略转型对商贸零售、消费品行业是实质性利好,也将促进无店铺销售形式的发展,尤其是网络销售领先电视、电话销售,大品牌网络电商销售额突飞猛进,专业网店有逐步综合化经营的趋势,其对生鲜销售的影响尚有待观察。同行生鲜商品配比上升也是必然,传统区域超市正面临国际卖场终端下沉的挤压;同时,内资超市面临利用自己的传统优势采取灵活多变的经营策略扩大终端和部分内资超市逐步退却的分化,行业整合机遇开始显现。

消费者对超市食品安全、商品性价比、门店环境、服务质量的要求逐年提高,西部大发展和沿海劳动力紧缺也开始影响零售业的招工,未来零售业就业人员平均年龄提高将是必然。

行业发展趋势也为公司发展提供了大量历史性机遇,但同时也带来了挑战。首先是主营业务的稳步发展是可靠的、可持续性的;多业态包括网络销售的可能性也在增加;通过竞争、进一步提高内部人员潜能也是客观的、可见的,并由此带动经营能力的提升也是可能的;消费者对超市要求的提高,也进一步加快了"科技永辉、绿色永辉"的目标实施。其次是从2012年一季度的经营情况分析,一季度营业收入同比增长40-50%以上,同店增长10%以上,但成本压力增大,估计利润同比下降近25%,主要是人工成本、上年未集中开店和同期财务费用增长过快。

(2)目标与战略

2012年是承前启后、更进一步的重要一年,我们正紧紧抓住发展机遇,乘势而上,全力推进全国发展步伐,深耕细作重点战略区域,为实现"十二五"跨越发展而不懈努力奋斗。

公司始终致力于解决农民"卖难"和居民"买贵"、坚持以经营生鲜农产品为主,食品、日用品和服装为辅的具有中国特色的新型零售模式——永辉模式,以"整合"理念、生鲜差异化经营策略与国际卖场比邻而居、共享市场,坚持2014年实现销售额500亿元人民币、门店350家的三年目标不变。

2012年,要努力实现的目标有:

① 新开业门店逾50家,总开业门店约260家;

② 全年实现含税销售额近300亿元人民币,同比增加40%以上,利润高于2011年;

③ 完成除信息化升级项目外的其他募集资金项目;完成"ERP"项目落地工作,并投入使用,主要功能模块基本实现内部控制自动化;

④ 重庆物流物流一期、安徽物流一期投入试运行;

⑤ 品类管理和全国VIP供应商的推进;推动事业部工作往上游延伸;

⑥ 争取上半年公司债的审核完毕及发行,下半年视资金以及前次募集资金项目的完成情况,决定是否启动第二轮股权融资,为2013和2014年的高速发展预作项目和资金的准备;

⑦ 适时推出股权激励方案;

⑧ 2012年8月完成董事会、监事会的换届改选。

(3)风险因素及对策

① 针对国家调控经济放缓增长的大背景,积极采取措施促销售、增效益、降成本;

② 密切关注远程店的经营状况,新老门店保持营利性增长;

③ 适当控制投资规模,节省财务费用及其他各项费用的支出。

(4)新年度经营计划

收入计划(亿元)	费用计划(亿元)	新年度经营目标	为达目标拟采取的策略和行动
营业收入计划260亿元。分行业:生鲜及加工计划112亿元,食品用品计划118亿元,服装计划21亿元。	252.50亿元	新开业门店逾50家,总开业门店约260家;销售额同比增加40%,利润高于2011年。	1.基本完成除信息化升级项目外的其他募集资金项目;完成"ERP"项目落地工作,并投入使用,主要功能模块基本实现内部控制自动化; 2.重庆物流物流一期、安徽物流一期基本可以投入试运行; 3.品类管理和全国VIP供应商的推进;推动事业部工作往上游延伸; 4.争取上半年公司债的审核完毕及发行,下半年视资金以及前次募集资金项目的完成情况,决定是否启动第二轮股权融资,为2013和2014年的高速发展预作项目和资金的准备; 5.适时推出股权激励方案。

(5)资金需求、使用计划及来源情况

资本支出承诺	合同安排	时间安排	融资方式	资金来源安排	资金成本及使用说明
成都彭州配送中心(第二期)		2012年	募集资金	存储在专户中的募集资金	按工程进度使用募集专户资金
重庆永辉城市生活广场		2012年	自筹资金	将部分使用银行贷款	按工程进度启用部分银行贷款及自有配套资金
重庆物流配送中心		2012年	自筹资金	自有	按工程进度使用自有资金
安徽物流配送中心(第一期)		2012年	自筹资金	将部分使用银行贷款	按工程进度启用部分银行贷款及自有配套资金

预计2012年投资规模将达24.37亿元。为获取优质的商业物业预留8亿投资额度,较2011年计划减少2亿元。预计2012年度营业现金净流入10亿元,计划2012年新增贷款(含银承敞口)、发行短期融资券、发行公司债券等新增债务融资总额控制在22亿元以内。

3、 2012年重点推进的工作:

2012年是公司全国战略及中期战略目标实现的关键一年。在2012年,我们将继续贯彻公司的全国梯队式拓展布局,加强体系化建设,深化"辉腾行动",严控商品质量,确保食品安全,加强人才培养,建设人才梯队,全力完成董事会确定的经营任务。具体而言,我们将重点做好以下几个方面的工作:

(1)企业文化建设,强化经营理念,确保团队融合

整理并提升永辉的企业文化,并形成永辉企业文化宣传的标准载体,在公司的各个层级进行企业文化的宣传与讨论沟通,统一员工干部的思想认识,加强公司的凝聚力。

(2)管理体系及ERP项目建设

2012年实现全公司的资金统一集中管理及ERP系统的高质量上线。ERP项目涉及商品,营运,物流,人事,财务,商业智能,主数据等方方面面。公司选定SAP作为软件平台,IBM作为实施商,以福建大区和总部作为先期实施单位,在2012年11月将启用新的系统,实现业务财务一体化,从而初步实现公司制度化、标准化、简单化、信息化的管理要求。

(3)品类管理和全国VIP供应商的推进

优化品类结构,加强商品管理,引入JDA棚格图管理,提升卖场平效。实行供应商分级管理制度,整合并发展全国供应商,进一步提升议价能力。到2012年底,食品用品的全国供应商达到120家。

(4)物流体系规划及物流保障体系建设

加强项目管理,确保物流基地建设按期保质执行。重庆西永物流项目第一期2012年5月试运行,安徽肥东物流项目第一期2012年8月试运行。同时要为北京等地的物流做好规划。在运营层面,支持配合外资物流公司在重庆和安徽物流中心的管理团队入驻,确保这两个物流中心的顺利启用。在物流体系开展物流配送精细化管理,降低物流成本,提升存货水平控制能力,管理供应商供货可靠性,库存记录准确度,物流配送订单满足率等运营指标。

(5)门店营运质量,风险管理及获利能力提升

加强精细化管理,通过提升门店在品类管理,订货管理,缺货管理,存货管理,损耗管理,顾客服务,营销管理,防损管理,食品安全和消防安全,营运标准等方面的能力,改善门店的经营质量。在快速扩张的同时,关注门店的开源节流,提升门店的经营和获利能力。34个标杆店的标杆项目将作为探索门店营运质量和提升获利能力的载体。

(6)多元化用工专题研究,以提升人效并降低人力费用

人力费用率、员工流失率、关爱员工是超市行业越来越重要的课题,对永辉也不例外。2012年,员工的人均销售及人均获利将成为用工效率的重要关注点。作为应对策略之一,多元化用工的研究和创新将非常重要。通过多元化用工的研究,2012年的人力费用率需要控制在预算之内。

(7)加强费用预算及管控

2012年,我们需要面对的一个大挑战是:随着战线的扩张,随着新区和新店数目的增加,新店培育期的经营投入会加大,各项费用也会较快增长。因此,在费用管控上实现事前预算,事中控制,事后总结的良好管理机制。费用管控的关键点是将开办费及工程费用纳入预算并确保费用预算不超标。

(8)提高设计和工程质量,保障门店开业进度和质量

加强设计和工程管理团队建设,强化工程项目管理和现场管理,根据项目轻重缓急对工程资源进行合理调配,按照计划保障门店开业进度和质量。2012年门店按计划开业准确度达到50%以上,开办费能在财务年初预算基础之上节省600万。新店工程返修及设备维修费用将作为工程关键管控指标。

(9)利用规模优势,降低采购成本,提升商品毛利率

商品毛利率的提升不是在终端涨价,而是依靠自身的经营能力获取更大的价格优势和返利。随着永辉规模的扩大,合理利用规模优势,获取供应商的更大支持及更好的价格。同时,加强自身的经营能力,在重点品类上取得更大量的突破,从而获取供应商更多的支持。2012年综合毛利率比2011年提高0.1%以上。

(10)总结新区及新店开业经验,重点帮扶,缩短新区新店培育期

重点关注东北和河南大区的经营。通过总结重庆、北京、苏皖的新区成长经验,对东北和河南大区进行重点帮扶,在外联、经营、人力建设等方面缩短新大区的培育期,实现两个大区的经营指标,并确保两个大区良好的经营口碑。

5.2 主营业务分行业情况表

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	营业利润率(毛利率)(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	营业利润率(毛利率)比上年增减(%)
生鲜及加工	7,855,758,971.79	6,820,082,373.35	13.18	24.26	23.41	0.60
食品用品	7,824,859,922.16	6,456,443,841.86	17.49	70.29	72.67	-1.14
服装	1,437,369,952.77	1,031,764,168.26	28.22	45.78	48.65	-1.38
合计	17,117,988,846.72	14,308,290,383.47	16.41	43.81	43.66	0.09

5.3 报告期内公司利润构成、主营业务及其结构、主营业务盈利能力较前一报告期未发生重大变化。

§6 财务报告

6.1 本报告期无会计政策、会计估计的变更。

6.2 本报告期无前期会计差错更正。

6.3 本期年度报告与最近一期年度报告相比,合并范围未发生变化。

二、公司董事、监事2012年薪酬预案

姓名	职务	2012年报酬金额(元)(税前,不含年终奖及冲刺奖等)
张轩松	董事长	360,000
张轩宁	董事兼总裁	360,000
沈敬武	副董事长	0
郑文宝	董事兼副总裁	360,000
叶兴针	董事兼副总裁	360,000
陈光优	董事兼副总裁	240,000
毛嘉农	独立董事	50,000
庄友松	独立董事	50,000
马萍	独立董事	50,000
林振铭	监事会主席	360,000
陈日辉	监事	0
陈颖	监事	306,000