证券代码：600655　　证券简称：豫园商城　　上市地：上海证券交易所

上海豫园旅游商城股份有限公司
SHANGHAI YUYUAN TOURIST MART CO.,LTD.
2015年度非公开发行A股股票预案

二〇一五年四月

公司声明

1、本公司及董事会全体成员保证本预案内容真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2、本次非公开发行A股股票完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责；因本次非公开发行A股股票引致的投资风险，由投资者自行负责。

3、本预案是公司董事会对本次非公开发行A股股票的说明，任何与之相反的声明均属不实陈述。

4、投资者如有任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

5、本预案所述事项并不代表审批机关对于本次非公开发行A股股票相关事项的实质性判断、确认、批准或核准，本预案所述本次非公开发行A股股票相关事项的生效和完成尚待取得有关审批机关的批准或核准。

特别提示

1、本次非公开发行股票相关事项已经获得公司于2015年4月28日召开的第八届董事会第十一次会议审议通过。本次非公开发行方案尚需获得公司股东大会的批准和中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）的核准。

2、本次非公开发行的发行对象不超过十名特定投资者，发行对象均为符合中国证监会规定的特定投资者，包括境内注册的证券投资基金管理公司管理的证券投资基金、保险机构投资者、信托公司（以其自有资金）、财务公司、证券公司、合格境外机构投资者、自然人及其他合法投资者。特定投资者在公司获得本次发行的核准文件后，由公司和保荐人根据中国证监会相关规定与发行对象申购报价情况，按照价格优先原则确定。投资者所认购的本次发行的股票自发行结束之日起12个月内不得上市交易或转让。

3、本次非公开发行股票的数量不超过72,098.05万股，若本公司股票在定价基准日至发行日期间除权、除息的，本次非公开发行股票的数量将作相应调整。在上述范围内，由股东大会授权董事会与保荐机构（主承销商）协商确定最终发行数量。

4、本次非公开发行的定价基准日为第八届董事会第十一次会议决议公告日（2015年4月29日）。本次非公开发行股票发行价格不低于定价基准日前20个交易日公司股票均价的90%，即13.87元/股（定价基准日前20个交易日股票交易均价=定价基准日前20个交易日股票交易总额/定价基准日前20个交易日股票交易总量）。若本公司股票在定价基准日至发行日期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，将对发行价格作相应调整。

5、本次非公开发行募集资金的总额为不超过100亿元，扣除发行费用后将全部用于：（1）黄金珠宝全产业链互联网平台；（2）补充流动资金。

6、利润分配和现金分红安排。请详见本预案第五节“发行人利润分配情况”。

7、根据上海复星产业投资有限公司（以下简称“复星产投”）、上海复星高科技（集团）有限公司（以下简称“复星集团”）现有的持股比例，对照《中华人民共和国公司法》、《上市公司收购管理办法》、《上海证券交易所股票上市规则》关于控股股东、实际控制人的规定，作出如下认定：（1）不存在可以实际支配上市公司股份表决权超过30%的投资者；（2） 不存在能够决定公司董事会半数以上成员选任的投资者。目前公司董事会共有8名董事成员，非独立董事5名，独立董事3名，其中复星产投推荐3位董事，所提名的董事人数均未达到董事会人数二分之一以上。（3）根据目前公司股权结构分析，复星产投、复星集团合计持有公司26.45%股份，所持股份表决权均不足以单方面审议通过或否定股东大会决议。不存在“投资者依其可实际支配的上市公司股份表决权足以对公司股东大会的决议产生重大影响”的情形。

因此，公司目前不存在控股股东和实际控制人，复星产投为公司第一大股东。

释义

在本预案中，除非文义另有说明，下列词语具有如下特定含义：

发行人、本公司、公司、豫园商城	指	上海豫园旅游商城股份有限公司
本次发行、本次非公开发行	指	上海豫园旅游商城股份有限公司2015年度非公开发行A股股票
本预案	指	上海豫园旅游商城股份有限公司2015年度非公开发行A股股票预案
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《上海豫园旅游商城股份有限公司章程》
董事会	指	上海豫园旅游商城股份有限公司董事会
股东大会	指	上海豫园旅游商城股份有限公司股东大会
监事会	指	上海豫园旅游商城股份有限公司监事会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
复星产投	指	上海复星产业投资有限公司
复星集团	指	上海复星高科技（集团）有限公司
老庙黄金	指	上海老庙黄金有限公司
亚一珠宝	指	上海亚一金店有限公司
黄金珠宝集团	指	上海豫园黄金珠宝集团有限公司
B2C	指	Business to Customer的缩写，中文简称为“商对客”，是电子商务的一种模式，即直接面向消费者销售产品和服务商业零售模式。
C2B	指	Customers to Business的缩写，中文简称“客对商”，是电子商务模式的一种，即先有消费者提出需求，后有生产企业按需求组织生产的商业模式。
O2O	指	Online To Offline的缩写，在线离线/线上到线下，是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台。
P2P金融	指	Peer-to-Peer 或Person-to-Person 的简写，包括个人与个人间或商户与商户之间的小额借贷交易，一般需要借助电子商务专业网络平台帮助借贷双方确立借贷关系并完成相关交易手续。借款者可自行发布借款信息，包括金额、利息、还款方式和时间，实现自助式借款；借出者根据借款人发布的信息，自行决定借出金额，实现自助式借贷。
N+1+N	指	供应链金融的一种模式，两边的“N”代表供应链中的各方企业，中间的“1”为综合性服务平台。
元、万元、亿元	指	除特别注明外，均指人民币元、人民币万元、人民币亿元
A股	指	人民币普通股

注：本预案中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

第一节　本次非公开发行股票方案概要

一、公司基本情况

公司名称	上海豫园旅游商城股份有限公司
英文名称	SHANGHAI YUYUAN TOURIST MART CO., LTD.
法定代表人	徐晓亮
股票上市交易所	上海证券交易所
股票简称	豫园商城
股票代码	600655
成立日期	1987年11月25日
注册资本	1,437,321,976元
注册地址	上海市文昌路19号
邮政编码	200010
电话	021-23029999
传真	021-23028593
公司网址	www.yuyuantm.com.cn
经营范围	金银饰品、铂金饰品、钻石饰品、珠宝玉器、工艺美术品、百货、五金交电、化工原料及产品（除专项规定）、金属材料、建筑装潢材料、家具的批发和零售，餐饮企业管理（不含食品生产经营），企业管理，投资与资产管理，社会经济咨询，大型活动组织服务，会展服务，房产开发、经营，自有房屋租赁，物业管理，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），食堂（不含熟食卤味），烟，自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外），经营进料加工和“三来一补”业务、经营转口贸易和对销贸易，托运业务，生产金银饰品、铂金饰品、钻石饰品（限分支机构经营）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

二、本次非公开发行股票的背景和目的

（一）本次非公开发行的背景

近年来，得益于国民经济的持续增长和居民可支配收入的不断提高，我国的黄金珠宝行业已进入高速发展阶段，目前我国黄金珠宝消费已居世界前列；加上国际金融危机和局部政治动荡导致各类资产价格大幅波动，黄金的保值功能也使得民众持有实物黄金的需求持续增强，因此，我国黄金珠宝消费市场增长空间巨大。

根据国家统计局数据，中国金银珠宝类零售总额已从2004年的209亿元发展到2014年的2,973亿元，复合增长率达到30.41%。虽然消费空间巨大、行业发展迅猛，但我国黄金珠宝行业仍处于低层次的发展阶段，面临的种种问题制约着整个行业的进一步发展。第一，产品同质化。目前国内黄金珠宝品牌与国际一线品牌Cartier、Tiffany等相比差距明显，消费者注重在材质大于设计款式，各家产品款式大多雷同，品牌附加值较低。第二，进店客流减少、消费者消费习惯改变。电商的迅速崛起冲击着传统百货零售业，传统黄金珠宝店往往位于百货商场内部或周边，进店客流受到影响。第三，整个行业产业链条长、松散且上下游信息不流通。传统的黄金珠宝行业经营模式中，产品先后经历原材料购买、设计师设计、加工商生产制作、销售商分销等环节后才能进入消费者手中，整条产业链各环节之间缺乏有效的信息沟通，设计师无法及时准确地捕捉客户的需求，而销售商也无法获得众多加工商的产品信息。第四，由于黄金珠宝行业的交易规模大、周转缓慢且季节性明显，对资金需求量大且不平滑，众多的小型加工商和分销商从银行融资难度大，规模扩张缓慢。

传统的经营模式很难打破行业的固有格局，商业互联网的兴起给黄金珠宝产业的发展带来战略性的机遇。

首先，线上线下有机结合将带来新的销售增量。黄金珠宝因其体积小、价格高、购买频次低但线下体验需求强等产品属性，相比其他零售行业，更加具备O2O模式的特质。单一线上电商存在真实性、信誉度、物流配送安全性、售后服务等问题，而线上线下模式的有机融合，可以将消费体验做到极致：通过大数据支持，积累用户数据，收集用户喜好和需求，提前占领消费者的认知，吸引消费者到线下再提供针对性的服务。其次，借助互联网的大流量、大范围地采集消费者的个性化需求，经过大数据分析，通过C2B将信息传递给上游，连接产品生产和产品下单，实现上下游的信息流通，并同时解决上下游原料采购和成品采购的资金沉淀问题，有效地整合行业资源。最后，黄金珠宝品牌商作为产业链核心，以互联网为平台，可以为全产业链提供金融支持、贵重商品专属物流等服务，增强上下游融资能力，为全产业链各环节提供增值服务。

豫园商城旗下拥有“老庙”和“亚一”两个全国驰名商标，并连续多年入选世界品牌实验室编制的《中国500最具价值品牌》排行榜，具有较高市场知名度和品牌优势。老庙黄金，是全国首批黄金行业“中华老字号”品牌，以具有丰厚文化底蕴的“老城隍庙”和“老庙”品牌飞速成长，不断强化“好运文化”，展现“运承百年、越久越非凡”的精髓与典范；亚一珠宝则致力于打造时尚、与爱共鸣的珠宝，为消费者见证“一路爱、一路纪念”的闪耀时刻。截至2014年底，黄金珠宝集团传统渠道网点总数1,809个，覆盖全国大部分省市，收入规模超过170亿元，系国内一线黄金珠宝品牌商。

豫园商城凭借其黄金珠宝业务品牌信誉度、线下门店优势、规模优势、行业影响力，为全行业建立一个成熟的产业链大平台。该平台将上述领域进行整合，形成以大数据为核心，互联网为平台，线上线下有机结合的商业模式，实现上下游信息流通并提供供应链金融、贵重商品专属物流等增值服务，打造黄金珠宝行业专属的全产业链互联网平台。

（二）本次非公开发行股票的目的

1、打造黄金珠宝全产业链互联网平台

在黄金珠宝需求旺盛、行业面临发展瓶颈、互联网大数据迅猛发展的时代背景下，公司着力发展旗下优势的黄金珠宝产业。作为产业链中的核心品牌商，公司投资搭建黄金珠宝全产业链互联网平台，在品牌优势、线下门店优势、融资渠道优势的基础上，做到线上线下结合，扩宽客户渠道，提升产业链整体效率，提高公司综合竞争力，进一步增强旗下品牌“老庙黄金”和“亚一珠宝”的知名度和影响力。

黄金珠宝全产业链互联网平台采用“互联网＋”的模式重构黄金珠宝业，在产业链的产品设计、加工和销售环节分别搭建对应的设计平台、加工商管理展示平台、O2O销售平台，并将全产业链的信息在数据中心进行整合，从而打破传统产业链中各环节彼此之间相互封闭的状态，实现各环节的信息流通；此外，该平台中还加入全产业链金融支持平台，该平台将提供供应链金融服务，增强上下游企业融资能力，进而提升产业链整体效率。黄金珠宝全产业链互联网平台的建设将实现行业商流、物流、资金流、信息流的高效整合。

2、扩充公司资金实力，降低财务风险

公司拟通过本次非公开发行，夯实公司资本实力，增强公司推动黄金珠宝产业链整合及文化、娱乐、健康产业发展所需的资金基础，做大做强公司主营业务。同时，本次发行后，公司负债水平将有所降低，有利于提高公司净资产规模、运营能力和偿债能力，进一步优化资产结构，降低财务成本和财务风险，增强公司综合竞争力和未来的持续经营能力。

三、本次非公开发行方案概要

（一）发行股票的种类和面值

本次发行的股票为境内上市人民币普通股（A股），每股面值为人民币1.00元。

（二）发行方式

本次发行全部采取向特定对象非公开发行的方式。公司将在中国证监会核准后的六个月内择机发行。

（三）发行对象及认购方式

本次发行对象为不超过十名的特定投资者。本次发行对象包括证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、合格投资者及其他符合中国证监会规定的特定投资者等。最终发行对象在公司取得本次非公开发行核准批文后，根据发行对象申报报价的情况，遵照价格优先原则确定。基金管理公司以多个投资账户持有股份的，视为一个发行对象，信托投资公司作为发行对象的只能以自有资金认购。

所有特定对象均以现金方式认购本次发行的股份。

（四）发行数量

本次非公开发行的A股股票数量不超过72,098.05万股。若公司股票在本次发行定价基准日至本次发行日期间发生除权、除息事项，本次发行数量上限将作相应调整。在该前述范围内，最终发行数量由股东大会授权董事会与保荐机构（主承销商）协商确定。

（五）发行价格和定价原则

本次发行的定价基准日为公司关于本次发行的第八届董事会第十一次会议决议公告日（即2015年4月29日）。本次发行的发行价格将不低于定价基准日前20个交易日（不含定价基准日）公司A股股票交易均价的90%（定价基准日前20个交易日股票交易均价=定价基准日前20个交易日公司股票交易总额/定价基准日前20个交易日公司股票交易总量），即13.87元/股。

具体发行价格将在取得发行核准批文后，根据发行对象申购报价情况，遵循价格优先的原则确定。最终发行价格由董事会根据股东大会的授权与保荐机构（主承销商）协商确定。

若公司股票在本次发行定价基准日至本次发行日期间发生除权、除息事项，本次发行价格将作相应调整。

（六）限售期

根据《上市公司非公开发行股票实施细则》等相关法律法规的规定，本次非公开发行完成后，特定投资者认购的股份自发行结束之日起12个月内不得转让。

（七）上市地点

本次非公开发行的股票于限售期满后，将在上海证券交易所上市交易。

（八）滚存利润的安排

本次非公开发行股份完成后，公司发行前滚存的未分配利润将由发行完成后的新老股东共享。

（九）发行决议有效期

本次非公开发行决议有效期为自股东大会审议通过之日起十二个月内。

四、募集资金投向

本次非公开发行募集资金总额不超过100亿元，扣除发行费用后的募集资金净额将用于投资以下项目：

单位：亿元

序号	项目名称	投资总额	拟使用募集资金金额
1	黄金珠宝全产业链互联网平台	80.28	80.00
2	补充流动资金	20.00	20.00
合计		100.28	100.00

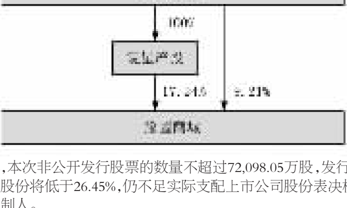
如果本次非公开发行募集资金不能满足公司项目的资金需要，不足部分公司将自筹解决。本次发行募集资金在不改变本次募集资金投资项目的前提下，公司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入进度和金额进行适当调整。公司将根据项目进度的实际情况以银行贷款、自有资金等自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后予以置换。

五、本次非公开发行是否构成关联交易

截至本预案公告之日，未有关联方有意向认购本次非公开发行的股份。因此，本次发行不构成关联交易。

六、本次非公开发行是否导致公司控制权发生变化

本次发行前，公司目前不存在控股股东和实际控制人，复星产投为公司第一大股东。



根据本次发行方案，本次非公开发行股票的数量不超过72,098.05万股，发行完成后，复星产投和复星集团合计持有发行人股份将低于26.45%，仍不足实际支配上市公司股份表决权超过30%，公司仍然不存在控股股东和实际控制人。

因此，本次发行不会导致公司控制权发生变化。

七、本次非公开发行的审批程序

本次非公开发行相关事项已经于本公司2015年4月28日召开的第八届董事会第十一次会议审议通过。

本次非公开发行尚需履行公司股东大会审议通过及中国证监会核准等程序。

根据《公司法》、《证券法》、《上市公司证券发行管理办法》及《上市公司非公开发行股票实施细则》等相关法律、法规和规范性文件的规定，在公司股东大会审议通过后，本次非公开发行还需获得中国证监会的核准。在获得中国证监会核准后，公司将向上交所和中国证券登记结算有限责任公司上海分公司申请办理股票发行和上市事宜，完成本次非公开发行全部申报批准程序。

第二节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、本次募集资金的使用计划

本次非公开发行计划募集资金总额不超过100亿元。扣除发行费用后将用于建设黄金珠宝全产业链互联网平台以及补充流动资金项目。

单位：亿元

序号	项目名称	投资总额	拟使用募集资金金额
1	黄金珠宝全产业链互联网平台	80.28	80.00
2	补充流动资金	20.00	20.00
合计		100.28	100.00

实际募集资金净额不足上述项目拟投入的部分，公司可以通过自筹资金解决。本次募集资金到位之前，公司可根据项目实际进展情况，先行以自筹资金进行投入，并在募集资金到位后，以募集资金置换自筹资金。

二、本次募集资金投资项目可行性分析

本次非公开发行计划募集资金总额不超过100亿元。扣除发行费用后将用于建设黄金珠宝全产业链互联网平台以及补充流动资金项目。

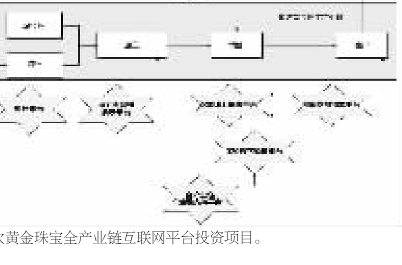
（一）黄金珠宝全产业链互联网平台项目

1、项目建设背景

传统的黄金珠宝行业经营模式中，产品先后经历原材料购买、设计师设计、加工商生产制作、销售商分销等环节后才能进入消费者手中，整条产业链各环节之间缺乏有效的信息沟通，设计师无法及时准确地捕捉客户的需求，因此各加工商按照设计方案生产的产品种类、款式基本相似，而销售商也无法获得众多加工商的产品信息，销售给市场的商品可选择种类有限，从而造成了黄金珠宝行业普遍存在的产品同质化现象较为严重；同时由于黄金珠宝行业的交易规模大、周转缓慢且季节性明显，对资金需求量大且不平滑，众多的小型加工商和分销商从银行融资难度大，规模扩张缓慢。固有的生产经营模式限制了行业的进一步发展，如何解决行业中信息不对称问题，为客户提供具备个性化的产品；以及如何降低行业生产经营成本，获得更大的利润空间开始显得愈发重要。互联网平台的出现可以有效地打破行业发展面临的瓶颈，给黄金珠宝产业的发展带来战略性的机遇。

黄金珠宝全产业链互联网平台采用“互联网＋”的模式重构黄金珠宝业，在产业链的产品设计、加工和销售环节分别搭建对应的设计平台、加工商管理展示平台、O2O销售平台，并将全产业链的信息在数据中心进行整合，从而打破传统产业链中各环节彼此之间相互封闭的状态，实现各环节的信息流通；此外该平台中还加入全产业链金融支持平台，该平台将增强上下游企业融资能力，进而提升产业链整体效率。黄金珠宝全产业链互联网平台的建设将实现行业商流、物流、资金流、信息流的高效整合。

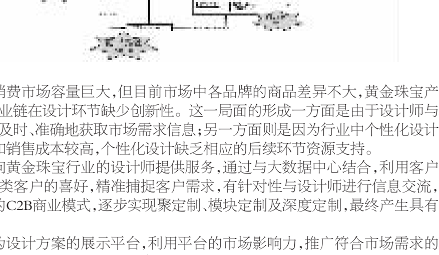
黄金珠宝全产业链互联网平台



注：六角星为本次黄金珠宝全产业链互联网平台投资项目。

2、项目具体实施

项目实施主要涉及五大平台和一个中心的建设及整合：



（1）设计平台

我国的黄金珠宝消费市场容量巨大，但目前市场中各品牌的商品差异不大，黄金珠宝产品同质化现象较为严重，整条产业链在设计环节缺少创新性。这一局面的形成一方面是由于设计师与客户缺乏直接沟通的渠道，无法及时、准确地获取市场需求信息；另一方面则是因为行业中个性化设计方案形成后所需的个性化加工和销售成本较高，个性化设计缺乏相应的后续环节资源支持。

设计平台主要面向黄金珠宝行业的设计师提供服务，通过与大数据中心结合，利用客户信息搜集的结果，分析和掌握各类客户的喜好，精准捕捉客户需求，有针对性与设计师进行信息交流，形成以消费者需求为设计导向的C2B商业模式，逐步实现聚定制、模块定制及深度定制，最终产生具有设计师个性标签的设计方案。

设计平台也可作为设计方案的展示平台，利用平台的市场影响力，推广符合市场需求的独特的设计方案。设计方案引入设计师平台后，后续的加工商管理展示平台及销售平台均可从中选择具有市场化价值的方案进行合作，通过在黄金珠宝全产业链互联网平台上从设计、加工至销售各环节资源的整合，最终将个性化设计方案推向市场。

在建成运营成熟后，设计平台还将引入海外黄金珠宝设计师，将其建成全球黄金珠宝行业设计平台，为国内的客户提供国际化的定制方案，与世界黄金珠宝时尚潮流接轨；同时也借助该平台为国外设计师打开中国市场，在更广阔的消费市场中实现其设计方案的商业价值。黄金珠宝设计平台的搭建，可以推动黄金珠宝设计朝着更加专业化、深层次化、全球化的方向快速发展，形成品味精致、独具魅力、艺术价值含量高的产品设计方案。

（2）加工商管理展示平台

传统黄金珠宝产业链中，销售商大多各自选择熟悉的加工商合作，本次拟投资的加工商管理展示平台则为面向整个行业的开放性平台，主要包括加工商档案管理系统、加工商产品展示系统和加工商信用管理系统。

加工商档案管理系统可为每一个加工商建立基本的信息档案，组织与维护所有加工商的基本信息以及重要的业务信息，并从加工商的供货能力、交易记录、绩效信息等方面进行综合管理，在系统中形成实时信息库，有利于销售商获得各加工商的信息，为销售商与加工商之间形成高效的信息交流的渠道。

加工商产品展示系统则主要用于加工商过往加工产品的陈列和展示，为销售商寻找所需的加工服务提供更为广阔的选择空间，使其可以获得更加透明和公开的加工信息，方便对相同产品进行服务对比、价格对比，更具有针对性地进行采购。经历加工商和销售商的长期双向选择后，加工商将逐步形成自己的加工特色，专注于为数不多的品种加工，从而提高整条产业链的加工水平、降低加工成本。

加工商信用管理系统是基于一定规模的加工商管理体系，对各加工商进行分类筛选、风险评级。通过制定信用政策，对加工商从资信背景调查、历次加工记录等方面监督和控制，形成加工商风险评级结果，并持续跟踪动态调整风险评级，为全产业链金融支持平台风险控制提供可靠的基础。

加工商管理展示平台通过对行业加工商信息进行系统性的整理与发布，吸引广大销售商在该平台上采购交易，为销售商和加工商提供产品订单无缝对接；同时该平台还可以与全产业链金融支持平台联合为加工商提供金融支持，有助于解决加工商的融资需求，为加工商提供“订单+资金”的全方位服务。

（3）O2O销售平台

从行业发展来看，O2O销售模式呈现出广阔的发展前景。传统的黄金珠宝实体店销售平台受地域限制、品牌限制，客户数量有限，难以有效地分析客户需求，进行精准营销，需要借助网络平台导入消费流量；新兴的互联网购物平台则限制了客户的体验，尤其是黄金珠宝类产品由于价格贵重难以独立实现网上交易，需要通过实体门店解决客户在购买时的“信任问题”和消费体验问题。通过线上提供服务、线下提供体验的布局，O2O销售模式将成为黄金珠宝行业未来发展的主流趋势。

①线下门店系公司的优势所在

截至2014年底，公司黄金珠宝集团旗下“老庙黄金”和“亚一珠宝”两大品牌的传统渠道网点总数为1809个，旗下的老庙黄金和亚一珠宝采用多种经营模式，形成较强的扩张势头。未来公司还将坚持“做大做强黄金珠宝业”战略发展方针，加快黄金珠宝连锁零售向外拓展的进程，继续深耕上海及华东地区，立足国内重点区域，锁定国内重点城市，布局全国版图。通过开设新的直营店、直营柜的形式，层铺设营销网络，打造更为完善的实体销售渠道体系。

公司未来的线下实体店，除具备本身门店产品销售功能外，可以为线上平台提供产品体验、取货、售后服务等；同时，以门店海报二维码、摇一摇、派发电子券等方式，获取店内客户以及店外潜在客户的用户信息。通过线下销售环节的移动付款以及扫码、电子券等方式将线下客户引入线上，扩大公司线上销售平台的影响力，促进线上业务的发展。

此外公司还计划在全国分别建立一级和二级营销中心：其中一级营销中心位于北京、上海、广州，加强消费者对公司品牌的认知和产品的认同，增加曝光率，一级营销中心所设立的科技互动体验店，还可通过一系列互动电子设备，让用户直观体验线上线下互动营销；二级营销中心则计划分别在华南、华北、华东、华中、西北、西南和东北等地区选择经济较为发达的城市开设，辐射全国范围，进一步建立品牌影响力。

②搭建完整的线上销售推广平台

在线上销售平台，客户可以进行产品浏览、咨询、在线预约看店、购买、个性定制等。在线上平台的服务过程中，目标客户群体可以不断扩大，利用互联网可以有效地在扩大客户信息收集范围、提高客户信息采集数量。

线下平台的销售过程中，由于缺乏对客户信息的了解，公司无法向其提供个性化的服务，同时单一品牌店面提供的产品材质、款式有限，只能依据所售产品进行被动营销。网上销售平台的出现将彻底改变营销方式，依据对客户信息的挖掘结果，公司可主动寻找其消费机会，根据客户的性别、年龄、购物喜好、个性纪念日等信息进行主动营销，精准地实施有针对性的销售方案。

整个O2O销售平台也将为行业中其他品牌提供资源整合服务，其他品牌可通过该平台获得海量的用户群，并且利用平台的专业性打消客户对于黄金珠宝产品网上交易的顾虑，最终使得该O2O销售平台成为整个黄金珠宝行业成熟的交易平台，竖立起互联网时代的行业品牌。

（4）贵重商品物流平台

由于黄金珠宝属于贵重物品，客户对于运输过程中的安全性尤为关心。贵重商品物流平台将采取与现有主流物流服务提供商合作的模式，通过对现有物流体系各环节安全控制措施的升级和完善建立专门的贵重物品物流体系，并利用技术手段为每一件产品设立唯一可追溯的身份识别码，按照该识别码在平台上对产品的出货、配送、运输等全过程进行监控确保物流环节的安全性。

此外贵重商品物流平台还计划与保险公司合作，针对黄金珠宝产品的特点设计相应的保险产品，在物品未按时送达、损坏、丢失等情况发生时提供保险赔偿服务。

（5）全产业链金融支持平台

①小额金融支持平台

A与第三方支付平台合作，实现移动支付

小额金融支持平台兼顾了支付功能，线上线下客户均可使用支付宝、微信等移动支付。公司还可以配合电子现金券的使用，将客户导入线上销售平台，实现平台的进一步推广并收集用户信息。

B与银行等合作提供金融解决方案

小额金融支持平台与银行等其他金融机构合作，可为购买设定单价以上的顾客提供全额贷款、分期付款等服务，减轻客户购买大额黄金珠宝产品的财务负担。

②大额金融支持平台

大额金融支持平台引入供应链金融概念，围绕豫园商城，管理上下游中小企业的资金流，提供其所需的大额金融支持，并把单个企业的不可控风险转变为供应链企业整体的可控风险。

发展供应链金融的核心要素包括以下三点：一是供应链金融主导者掌握大量企业、客户资源，拥有完善信息；二是供应链上下游融资需求大、成本高，存在改善空间；三是供应链整体效率存在提升空间。公司作为黄金珠宝行业知名品牌商，掌握了产业链上大量上下游的商户资源，具有开展全产业供应链金融服务的先发优势。

A行业上游加工商金融支持

大额金融支持平台的构建一方面依托于公司自身的资本优势；另一方面依托于加工商管理展示平台收集的大量加工商数据。公司利用加工商管理展示平台的加工商信用管理系统进行风险控制，通过立体获取各类信息对加工商进行资信评级，根据评级结果提供相应的金融支持，在解决加工商面临的资金难题的同时也可以增强加工商对于黄金珠宝全产业链互联网平台的参与程度和生态粘性。

B行业下游销售商金融支持

黄金珠宝销售具有季节性，零售商在季节性需求旺盛时采购资金需求较大，同时零售商新开门店时也会有大量投资资金需求。公司依靠雄厚的资金实力，可以给行业下游的批发商、零售商提供金融支持，降低其融资成本，解决零售终端扩张的资金难题、突破终端扩张资金瓶颈，提升产业链整体销量，在未来万亿级市场整合竞争中占据先机。

大额金融支持平台设立发展初期，公司计划与银行、小额贷款公司等合作，帮助产业链上下游企业解决融资困难的问题。随着客户数量的增加，未来也将采用基于电子商务网络的P2P金融，依托黄金珠宝全产业链互联网平台，形成以每一个供应商、批发商和零售商作为中心，专注其自身交易的平台化“N+1+N”金融支持模式。

（6）大数据中心

目前黄金珠宝行业尚未出现专业的数据处理中心，对设计方案、加工商和客户信息进行采集和分析。大数据中心将依靠大数据和云计算技术积累，结合统计分析、数学建模理论，对采集的设计方案、加工商和客户等信息进行数据整合、数据挖掘、建模和分析。

大数据中心可以主导黄金珠宝全产业链互联网平台B2C运营模式， 其作用一是可以收集线上、线下平台发送的用户数据，对分散的客户需求信息进行集中搜集，多维度、多视角的进行数据分析，了解客户的消费习惯，实现精准主动营销，为消费者提供更适宜的购物体验；二是丰富平台各模块的关联性，如设计平台可定期将较为经典的基本款设计信息发送至数据中心，由其向特定销售商推送，缩短产品从设计加工到实现销售的时间。

在黄金珠宝全产业链互联网平台C2B的运营模式下，大数据中心也发挥着重要的作用，一方面可以实现以用户需求为导向的设计模式，依据数据挖掘发现的客户个性化需求，定制设计方案，生产具有独特性的产品；另一方面也可以通过数据驱动加工商生产经营，基于销售平台运营的报表和数据处理，掌握当下市场的消费热点，将该数据分析结果反馈至加工商平台，从而为加工商的生产加工方向提供指导性意见。

利用大数据中心获得的数据分析结果，黄金珠宝全产业链互联网平台的子平台之间可以实现信息双向交流，将设计成果、加工成果和客户需求进行转化，打破传统产业链上各环节之间的信息封闭状态，在整条产业链中实现信息高效流通。

3、项目投资规划

本次黄金珠宝全产业链互联网平台计划投资总额为80.28亿，包括五大平台和一个中心的软硬件采购、建设、维护和推广投入。其中设计平台计划投资2.94亿元、加工商管理展示平台计划投资3.65亿元、销售平台计划投资37.89亿元、贵重商品物流平台计划投资1.48亿元、全产业链金融支持平台计划投资21.78亿元、大数据中心计划投资12.54亿元。

序号	项目	总投资金额（亿元）	投资金额占比
1	设计平台	2.94	3.66%
2	加工商管理、展示平台	3.65	4.55%
3	O2O销售平台	37.89	47.20%
3.1	线上销售平台	8.16	10.16%
3.2	线下销售平台	29.73	37.03%
4	贵重商品物流平台	1.48	1.84%
5	全产业链金融支持平台	21.78	27.13%
5.1	小额金融支持平台	6.78	8.45%
5.2	大额金融支持平台	15.00	18.68%
6	大数据中心	12.54	15.62%
6.1	数据平台	5.34	6.65%
6.2	用户平台	3.6	4.48%
6.3	数据挖掘平台	3.6	4.48%
投资总额		80.28	100.00%

4、项目经济效益分析

本次黄金珠宝全产业链互联网平台的建设，可以有效地巩固公司传统线下市场的优势，拓展新的销售市场领域，提高旗下老庙黄金和亚一珠宝产品的市场占有率；此外作为行业性的开放性平台，设计平台、加工商管理展示平台、O2O销售平台还将引入其他商家，促成其交易，将该平台打造成黄金珠宝行业的专业电商平台，提升平台的交易额，未来平台交易总额将占据行业交易总额的50%。

黄金珠宝全产业链互联网平台投入使用后，除了现有的黄金珠宝产品线下销售收入，各子平台还将给公司带来新的收入来源：如设计平台对设计资源进行整合后，设计专利的买卖、代理使用费等将形成设计方案的交易收入；加工商管理展示平台可以为公司提供更透明的加工信息，降低采购成本，同时平台的推广和建设可重构行业的供销体系，形成B2B、甚至B2C的高效销售，随着加工商销售金额的增长，公司也将从平台交易撮合功能中获得相应的收入增长；全产业链金融支持平台则分别通过为上游加工商提供金融支持扩大利润空间和为下游客户、批发零售商提供金融支持获得额外的收益。因此，预计在黄金珠宝全产业链互联网平台建成并投入运营3年后，平台年交易总额将超过550亿。

（二）补充流动资金项目

1、补充流动资金的金额和用途

公司拟将本次募集资金不超过20亿元用于补充流动资金，主要用于公司主营业务发展，提高持续盈利能力。

2、补充流动资金的必要性

（1）推进黄金珠宝业务的整合与全面提升

随着公司黄金珠宝业务的快速发展，公司黄金珠宝集团以打造国内领先、国际一流的企业为战略目标，将对现有业务进行积极整合，深化“老庙黄金”和“亚一珠宝”两大品牌差异化经营的营销推广策略。作为豫园黄金珠宝业务的两大重要品牌，老庙黄金和亚一珠宝在设计研发、产品理念、市场定位与受众等方面均有所不同。老庙黄金主攻黄铂金市场，主要面对30-50岁以上，高端、成熟的消费群体；而亚一珠宝主攻珠宝市场，主要面对20-45岁，年轻、时尚的消费人群。公司为两大品牌指定了不同的营销策略，通过培育两大品牌特有的品牌个性和理念，形成定位差异化的多品牌策略，深耕不同的细分市场。公司将对各类品牌推广策略进行整合调整，塑造品牌稀缺性、影响力；同时将加强不同品牌之间的范围经济、规模经济等协同效应。

目前公司用于发展黄金珠宝业务的黄金类产品铺货主要来源于向银行的黄金租赁。今后随着黄金珠宝全产业链互联网平台的建设，公司需要更多的流动资金用于扩大产品采购类别，备底铺货各类的销售渠道。

（2）进一步推动商圈整合

推进豫园商圈的整合实施将是公司实现业务突破的一项重要工作。公司将通过“深层影响，同步推进”的指导思想，实施“深耕上海，融入泛长三角”、“锁定国内重点城市”、“立足国内重点区域”和“布局全国版图”四步走的战略模式，实现全国范围内的整体布局。现阶段通过设立豫园商圈公司的模式，采用全新的组织架构和运营模式，统筹建立招商中心、自营中心、营运中心和综合管理中心，并配备设立辅助职能部门，以实现对豫园商圈的统一管理，升级改造，丰富豫园商圈的经营业态，提升经营品质。今后，公司将在全国重点城市和区域，嫁接豫园商圈的独特的“商旅文”综合经营模式，开设和拓展适合当地的旅游文化商圈公司将通过各个商圈公司之间的信息沟通和相互协作，最终达到以点带面，形成多个重点区域销售模式，实现全国范围内的联合销售网络。

（3）发展公司其他重要业务板块

①强化餐饮集团品牌管理，促进餐饮业务快速发展

豫园餐饮集团以“打造餐饮综合类的实体经济体，以餐饮业自主品牌及相关产业经营、餐饮业自主品牌对外发展为主的餐饮经营型集团”为发展愿景，将围绕休闲、正餐和美食广场三大体系，重点打造南翔1900、绿波廊、上海老饭店和老城隍庙美食广场四大品牌，做好市场营销、降本增效和外联开拓三方面工作。

在市场营销方面，豫园餐饮集团将继续推广老饭店“本帮菜国家级非遗技艺”，突出文化内涵把“非遗技艺”同本帮菜的优秀菜品、半成品同网络营销整合在一起进行推广，重点推广元首夫人套菜、便携外带礼品和节令产品，网络推广坚持创新和有针对性。在降本增效方面，逐步实现的豫园餐饮集团集约化采购将在现有基础上进一步扩大品种与深化向上游靠拢。同时，豫园餐饮集团计划将选址筹建中央厨房，组建专业的中央厨房配送中心团队，完成与中央厨房配送中心配套的组织架构搭建，运营及管理模式设计，方案制度与规范编制，利益分配模式与结算方式。在外联开拓方面，豫园餐饮集团将借力即将开园的上海迪士尼游乐中心，全力争取在迪斯尼核心区域实现开店，努力成为迪斯尼的首批餐饮供应商。

②童涵春堂：打造专业大健康运营商

童涵春堂作为公司旗下重要的医疗健康板块，其医药连锁、参茸精品店及药品批发将作为三大支柱业务重点发展，力争打造成中医药最具专业特色的大健康运营商。

医药连锁方面，童涵春堂在上海连锁网店目前集中在上海市黄浦区和浦东新区。 公司将在保持上海中心城区市场份额的基础上，逐步开拓城市次中心、城乡结合部、郊县市场；同时，依托童涵春堂中医门诊经营特色，针对白领、中产阶级的巨大需求，提升中药饮片、中高档滋补品等高毛利率产品的销售，从而提升整体毛利率。参茸精品店方面，公司将扩大精品店网点地域覆盖面，在“深耕上海，辐射长三角”的基础上，进一步向全国范围拓展做大做强连锁经营规模，重点扩大百货、购物中心合作商户的比重，通过取得经营证照，打破合作壁垒，增加精品店网点数量；充分学习和研究电子商务营销模式，组建电子商务营销团队，依托淘宝商城等电商平台，开设“童涵春堂参茸滋补品旗舰店”。药品批发方面，公司致力于同上下游供应商建立全国协作的长期合作伙伴关系，获得更多全国或区域总经销品种，做强纯销市场份额；加大开发新产品的力度，共享大型企业的品牌资源，采取联购分销共同配送的方式，结成合作体，以应对激烈的市场竞争。

（4）推进公司现有重大项目顺利实施

沈阳“豫珑城”项目是公司在外省投资的第一个大型商旅文地产项目。项目定位于打造沈阳城市文化名片，建成集“城市家谱、城市客厅、城市餐厅、城市市集”于一体的大型现代商业中心。在工程建设方面，公司计划于2015年完成内外各项装修和验收，为试营业做好准备。目前，公司正在着手开展招商推荐活动，落实签约，督促各签约商户严格按照时间节点，分批分步进场装修。同时，项目团队将跟进及完成项目配套的信息系统建设、物业管理、商管运营和企划宣传。

豫泰确诚商业广场项目是公司迄今投资建造的最大项目，总投资将达67亿元，实现豫园商圈商业能级整体提升，成为大豫园建设“国际大都市中央文化旅游区”的新标志。豫泰确诚商业广场将融合外滩金融文化、老城厢文化等多元文化，通过产业资源整合、标杆项目驱动、多元文化融合等有效手段，将大豫园打造成“国际旅游目的地”和“全球商旅文标杆”。该工程初步计划将于2019年9月完成总体竣工验收并交付使用。

综上所述，为实现公司现有各业务板块的进一步发展，以及通过黄金珠宝全产业链互联网平台项目的实施，带动现有黄金珠宝业务的全面提升，公司在日常运营、项目建设及项目投资等方面需要大量流动资金，将面临巨大的流动资金压力。除日常经营收入产生的流动资金，公司拟通过本次非公开发行股票募集资金补充部分流动资金，缓解未来生产经营中的资金压力。

三、本次非公开发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）对公司经营管理的影响

本次非公开发行股票募集资金扣除发行费用后大部分将用于建设黄金珠宝全产业链互联网平台，将提升产业链整体效率，进一步扩充黄金珠宝销售渠道，从而使公司综合竞争力得到进一步的提升；剩余部分将用于流动资金，扩充公司资金实力。

从公司经营管理的情况来看，本次发行募集资金的运用合理、可行，有利于促进公司可持续健康发展。

（二）对公司财务状况的影响

本次发行后，公司总资产与净资产规模将相应增加，负债水平将有所降低，有利于提高公司运营能力和偿债能力，进一步优化资产结构，降低财务成本和财务风险，增强未来的持续经营能力。同时，随着募集资金投资项目的完成，现有主营业务进一步完善升级，可有效扩宽客户渠道及稳步提升营业收入，项目效益将逐步显现，进一步改善公司财务状况。

第三节　董事会关于本次非公开发行对公司影响的讨论与分析

一、本次非公开发行后公司业务、公司章程、公司股东结构、高管人员结构变动情况

（一）本次非公开发行后公司业务变化情况

公司的主营业务为黄金珠宝销售、餐饮和医药业务，本次非公开发行股票募集资金用于搭建黄金珠宝全产业链互联网平台及补充流动资金，将促进公司主营业务的发展，不会对现有主营业务结构产生重大影响。

（二）本次非公开发行后公司章程变化情况

本次非公开发行股票完成后，公司的股本总额将增加，股东结构将发生一定变化，公司将按照发行的实际情况对《公司章程》中与股本相应的条款进行修改，并办理工商变更登记。除此之外，公司暂无其它因本次发行而修改或调整公司章程的计划。

（三）本次非公开发行后公司股权结构变动情况

公司本次向不超过十名特定对象非公开发行股票，发行股票数量不超过72,098.05万股。本次发行前后，公司均不存在控股股东及实际控制人。本次发行不会导致公司控制权发生变化。

（四）本次非公开发行后公司高管人员结构变动情况

本次发行完成后，公司暂无对高管人员进行调整的计划，故公司高管人员结构不会发生变动。

二、本次非公开发行后公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况

本次发行完成后，公司总资产和净资产将有所增加，资产负债率将有所下降，流动资金更加充足，有利于提高公司的资金实力和偿债能力，降低财务风险，增强经营能力，为公司的持续发展提供良好的保障。

本次非公开发行完成后，公司将建设黄金珠宝全产业链互联网平台，可有效扩宽客户渠道及稳步提升营业收入。此外，公司经营网点布局将进一步完善，资本结构进一步优化，进一步提升公司整体运营能力和盈利能力。

本次发行完成后，随着募集资金的到位，公司筹资活动现金流入将大幅增加；在募投项目建设期间，公司投资活动产生的现金流出较高；项目建成并运营成熟后，未来经营活动现金流量净额将逐渐提升。

三、本次非公开发行后公司与实际控制人、控股股东及其关联人控制的企业之间的业务和管理关系、关联交易及同业竞争变化情况

公司不存在实际控制人、控股股东及其关联人控制的企业。本次发行完成后，控股股东和实际控制人对本公司的业务关系、管理关系不会发生变化，亦不会因本次发行产生同业竞争。

四、本次非公开发行股票完成后，公司是否存在资金、资产被实际控制人、控股股东及其关联人占用情况或公司为实际控制人、控股股东及其关联人提供担保情况

公司不存在实际控制人、控股股东及其关联人控制的企业。本次发行完成后，上市公司不存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，也不存在为控股股东及其关联人提供担保的情形。

五、本次非公开发行股票对公司负债情况的影响

本次非公开发行完成后，公司资产负债率将下降，公司资产负债结构将更加稳健，抗风险能力将进一步增强。公司不存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况，也不存在负债比例过低、财务成本不合理的情况。

第四节　本次股票发行相关的风险说明

投资者在评价公司本次非公开发行股票时，除本预案提供的其他各项资料外，应特别认真考虑下述各项风险因素：

一、募集资金投资项目风险

本次非公开发行募集资金将主要用于打造黄金珠宝全产业链互联网平台，有利于提升产业链整体效率，提高公司核心竞争力。虽然公司在确定投资项目之前进行了科学严格的论证，募投项目符合国家产业政策和行业发展趋势，具备良好的发展前景。但未来若出现产业政策变化、市场环境变化或公司管理未能及时跟进等情况，可能会对项目的实施进度和实现效益情况产生不利影响。

二、净资产收益率下降的风险

由于本次募集资金投资项目的实施及产生效益需要一定时间，因此短期内公司净利润与净资产有可能无法同步增长，导致净资产收益率下降，存在净资产收益率下降的风险。

三、经营风险

（一）管理大规模店铺网点的风险

截至2014年底，公司黄金珠宝集团传统渠道网点总数为1,809个，年内新增网点409个，净增105个（其中直营网点净增26个）。预计未来几年内，公司网点仍将继续扩大。虽然公司已形成较为完善的门店经营和管理模式，如果公司不能持续做好人、财、物各方面的规划以及提升管理能力，可能存在难以达到预期销售目标的风险。

（二）原材料价格波动的风险

近年来由于黄金价格波动较为剧烈，对黄金饰品的盈利稳定性造成一定负面影响。黄金价格受全球宏观政治经济多种因素（如经济前景、通货膨胀、汇率、石油价格、政治局势）的影响，从2012年10月以来，国际黄金价格处于整体下降的趋势，并且未来影响国际黄金价格的不确定因素仍然众多，而对于公司来说均是不可控制的外生性因素。虽然公司通过低价储备原材料、黄金租赁和T+D延时交割等金融工具可以规避黄金原材料价格波动对利润的影响，但黄金价格一旦发生剧烈波动，仍将对公司的经营业绩构成不利影响。

四、竞争风险

公司凭借多年积累，已建立起全国性的黄金珠宝销售网络，树立了良好的品牌形象，成为国内知名的黄金珠宝商，且通过本次非公开发行，将打造黄金珠宝全产业链互联网平台，实现产业链各环节的全流通，提升产业链整体效率，有效扩宽客户渠道，提高公司综合竞争力。但随着我国黄金珠宝市场的高速发展，国际顶级品牌和香港著名品牌纷纷进入中国市场，国内外品牌的竞争日趋激烈。如果公司不能在未来进一步提高设计研发能力、拓宽营销渠道、加强品牌建设，提高综合竞争力，有可能在未来行业竞争中处于不利地位。

五、存货跌价风险

随着发行人黄金珠宝销售规模的扩大，公司的存货规模也随之递增。2012年末、2013年末和2014年末，公司存货分别为33.12亿元、47.37亿元和29.31亿元，占总资产的比重达到29.70%、34.86%和21.19%。虽然公司加强了黄金市场研究，采用了黄金租赁、黄金T+D延期交易等金融工具来避免黄金存货跌价造成的损失，但如果黄金市场受政治经济事件影响而波动幅度增大，发行人仍可能面临一定的存货跌价风险。

六、股票价格波动风险

本次非公开发行将对公司的生产经营和财务状况产生一定的影响，公司基本面的变化将影响公司股票的价格。另外，宏观经济形势变化、国家重大经济政策的调控、股票市场供求变化以及投资者心理变化等种种因素，都会对公司股票价格带来波动，给投资者带来风险。因此，公司提醒投资者正视股价波动带来的相关风险。

七、与本次非公开发行相关的审批风险

本次非公开发行股票需经公司股东大会审议批准，存在无法获得公司股东大会表决通过的可能；本次非公开发行尚需取得中国证监会的核准，能否取得监管机构的核准，以及最终取得核准的时间存在不确定性。

第五节　发行人利润分配情况

一、公司利润分配政策

根据中国证监会颁布的《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发【2012】37号）的有关规定，公司于2015年4月28日第八届董事会第十一次会议审议通过了关于修改《公司章程》的议案。修改后的《公司章程》对公司的股利分配政策规定如下：

第一百五十六条　公司利润分配的政策、决策程序和机制如下：

（一）利润分配的原则：公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。公司的利润分配不得超过累计可分配利润。

（二）利润分配的形式和期间间隔：公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润；具备现金分红条件的，应当优先采用现金分红进行利润分配。

公司原则上每年进行一次利润分配，董事会可以根据公司情况提议在中期进行现金分红。

（三）现金分红的具体条件、比例：在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司如无重大投资计划或重大资金支出等事项发生， 原则上公司每年现金分红不少于当年实现的可分配利润的10%。具体分配方案将由股东大会根据公司年度的实际经营情况决定。

公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

（四）发放股票股利的具体条件：公司主要采取现金分红的利润分配政策，若公司营收增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金利润分配条件下，提出并实施股票股利分配方案。

（五）利润分配的决策机制与程序：董事会应结合公司盈利情况、资金需求和股东回报规划提出合理的分红建议和方案，公司利润分配方案由董事会拟定并审议通过后提请股东大会批准，独立董事应当发表明确的独立意见。

董事会在拟定股利分配方案时应充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

在有能力进行现金分红的情况下，公司董事会未做出现金分红方案的，应当说明未现金分红的原因、相关原因与实际情况是否相符合、未用于分红的资金留存公司的用途及收益情况，独立董事应当对此发表明确的独立意见。

在有能力分红的情况下，公司董事会未作任何利润分配方案的，应当参照前述程序履行信息披露。

（六）利润分配政策的调整或变更：公司应当严格执行公司章程规定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。

如因公司外部经营环境或者自身经营状况发生重大变化而需对利润分配政策进行调整，应当作详细论证，并经公司董事会审议后提请股东大会特别决议通过，独立董事应对利润分配政策的修改发表独立意见。

关于现金分红政策调整的议案由董事会拟定，独立董事发表应当发表明确的独立意见；调整后的现金分红政策经董事会审议后，提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过后方可实施。

（七）分红的监督约束机制：监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

公司董事会、股东大会在对利润分配政策进行决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和中小股东的意见。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应通过多种渠道（包括但不限于开通专线电话、投资者关系信箱等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东诉求。

（八）其他事项：存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

二、最近三年利润分配及未分配利润使用情况

（一）最近三年分红情况具体如下：

单位：万元

分红年度	现金分红的数额（含税）	分红年度合并报表中归属于上市公司股东的净利润	占合并报表中归属于上市公司股东的净利润的比率(%)
2014	30,183.76	100,296.41	30.09
2013	30,183.76	98,084.85	30.77
2012	29,177.64	87,526.43	33.34

（二）最近三年未分配利润使用情况

除公司实施利润分配方案外，根据公司发展规划，公司扣除分红后的其余未分配利润作为公司发展资金的一部分，用于主营业务的发展。

三、未来的股东回报规划

公司严格按照《公司法》等有关法律法规及《公司章程》的规定，制定了《关于上海豫园旅游商城股份有限公司〈未来三年（2015年-2017年）股东回报规划〉的议案》并经公司第八届董事会第十一次会议审议通过，该议案尚待公司股东大会审议通过。

随着公司业绩稳步提升，公司将结合实际情况和投资者意愿，进一步完善股利分配政策，不断提高分红政策的透明度，保证股利分配政策的稳定性和持续性，切实提升对公司股东的回报。有计划有步骤地实现公司未来的规划发展目标，最终实现股东利益最大化。

上海豫园旅游商城股份有限公司董事会
2015年4月28日