

永辉超市股份有限公司

2012 年年度报告摘要

一、重要提示

1.1 本年度报告摘要摘自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

1.2 公司简介

股票简称	永辉超市	股票代码	601933
股票上市交易所	上海证券交易所		
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	
电话	0591-83787308	0591-83787308	
传真	0591-83787308	0591-83787308	
电子信箱	bod.yh@yonghui.cn	bod.yh@yonghui.cn	

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

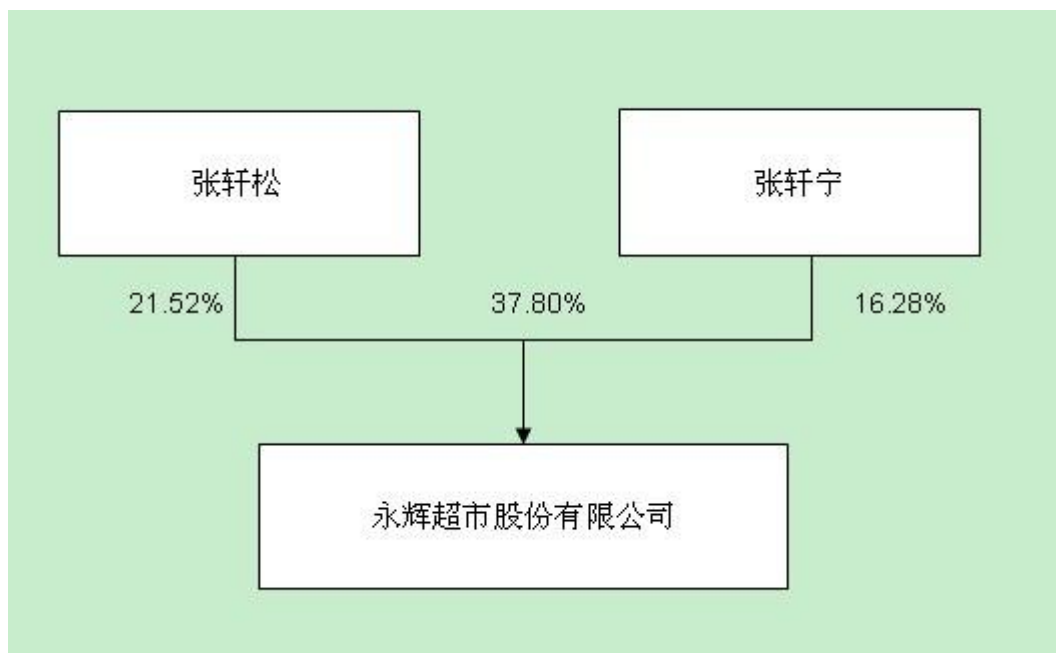
	2012 年(末)	2011 年(末)	本年(末)比上 年(末)增减 (%)	2010 年(末)
总资产	10,906,848,476.24	9,466,934,844.33	15.21	6,690,505,108.60
归属于上市公司股东的净资产	4,417,086,738.54	4,068,550,580.75	8.57	3,853,166,418.73
经营活动产生的现金流量净额	1,832,405,302.48	579,115,896.33	216.41	686,339,430.87
营业收入	24,684,317,980.29	17,731,555,790.38	39.21	12,318,191,749.92
归属于上市公司股东的净利润	502,116,157.79	466,920,162.02	7.54	305,339,486.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	452,866,286.51	441,993,715.05	2.46	299,794,491.48
加权平均净资产收益率(%)	11.83	11.68	增加0.15个百分点	24.48
基本每股收益(元/股)	0.65	0.61	6.56	0.46
稀释每股收益(元/股)	0.65	0.61	6.56	0.46

2.2 前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期股东总数	11,631	年度报告披露日前第 5 个交易日末股东总数	12,749		
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	21.52	165,254,750	159,754,750	
民生超市	境外法人	16.46	126,400,000		
张轩宁	境内自然人	16.28	124,999,540	114,110,540	质押 75,700,000
福建汇银投资股份有限公司	境内非国有法人	4.25	32,668,830		
林登秀	境内自然人	3.23	24,822,016		质押 22,822,110
谢香镇	境内自然人	2.97	22,822,110		
郑文宝	境内自然人	2.97	22,822,110		
郑景旺	境内自然人	2.97	22,822,110		质押 22,822,100
叶兴针	境内自然人	2.97	22,822,110		
黄纪雨	境内自然人	2.08	16,001,000		质押 16,000,000
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，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；泽熙瑞金 1 号与其他股东之间，未知是否存在关联关系或一致行动人。				

2.3 以方框图描述公司与实际控制人之间的产权及控制关系



三、 管理层讨论与分析

第一部分 董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析

报告期内，公司实现营业总收入 246.84 亿元，同比增长 39.21%，实现利润总额 6.64 亿元，同比增长 10.09%，归属于上市公司股东的合并净利润 5.02 亿元，同比增长 7.54%。实现年初制定的业绩目标，但营业收入和新开门店数低于年初计划，主要原因是公司上半年在新区扩张时，业务准备不足，管理不够严谨，成本控制松懈，大额资本支出仓促，业绩下滑明显，下半年积极深化内部管理，控制新区亏损，调整外延扩张节奏。

(一) 主营业务分析

1、 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	24,684,317,980.29	17,731,555,790.38	39.21
营业成本	19,859,025,892.76	14,318,206,235.32	38.70
销售费用	3,329,138,238.38	2,294,512,700.80	45.09
管理费用	643,905,876.23	403,633,512.19	59.53
财务费用	147,962,831.06	49,395,415.55	199.55
经营活动产生的现金流量净额	1,832,405,302.48	579,115,896.33	216.41
投资活动产生的现金流量净额	-1,144,179,579.06	-2,554,161,762.66	-55.20
筹资活动产生的现金流量净额	-885,946,368.23	917,878,275.60	-196.52

2、收入

(1) 驱动业务收入变化的因素分析

报告期内营业收入增长率高于同行业的增长，但低于公司年度预测 40% 的增长率，相差 0.79%。主要原因是，从地域来看，2011 年新进的 7 个省份和 2012 年新进的浙江省增长迅速，老区如重庆地区发展稳健，从品类看，食品用品的增长拉动了公司整体营业收入的增长；消费欲望下降、网络电商争战、CPI 下降，尤其是食品类商品价格下降导致商品销量增长，销售收入低于预期。

(2) 以实物销售为主的公司产品收入影响因素分析

年份	2012 年	2012 年	2010 年	2011 年	2012 年
项目	营业收入(万元)	期末库存量(万元)	营业收入占全国城镇消费品零售额比重(%)		
生鲜及加工	1,095,886.94	31,589.37	0.87	1.07	1.3
食品用品	1,096,370.01	169,954.28			
服装	182,552.65	82,681.97			
合计	2,374,809.60	284,225.62			

(数据来源：国家统计局官网)

公司产品结构是以生鲜及加工（占营业收入 46%）吸引客流，食品用品（占营业收入 46%）提升公司毛利，服装（占营业收入 8%）提升公司毛利率，使得公司营业收入占城镇消费品零售额比重逐年提升。

公司近三年库存周转天数有所上升，但上升态势趋缓，一方面原因是随着单店面积的扩大，生鲜由于其品类数较少，经营面积不可能同比扩大，食品用品和服装经营面积占比上升，导致库存量增大。另外，随着福建物流基地和重庆物流基地的相继投入使用，公司为降低货架上的缺货率在物流中心备货规模加大。随着公司管理水平和信息系统的提升，对库存数据管控能力的加强及物流配送能力的提高，未来库存周转天数将有下降。

(3) 主要销售客户的情况

主要销售客户的情况请参见本报告“第十节 财务会计报告第六项合并财务报表项目注释（五十三）营业收入和营业成本（5）公司前五名客户的营业收入情况”。

(4) 租金收入和租金支出

单位：万元 币种：人民币

项目	2010 年度	2011 年度	同比增长	2012 年度	同比增长
房租物业费	27,253.20	41,844.00	53.54%	66,952.89	60.01%
转租收入	7,772.78	12,128.54	56.04%	21,439.70	76.77%
净租金物业费	19,480.42	29,715.46	52.54%	45,513.19	53.16%

3、成本

(1) 成本分析表

单位：元

分行业情况

分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)
零售业	-	19,831,850,862.08	99.86	14,308,290,383.47	99.93	38.60
-	广告费	27,175,030.68	0.14	9,915,851.85	0.07	174.06
总计		19,859,025,892.76	100.00	14,318,206,235.32	100.00	38.70
分产品情况						
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)
生鲜及加工	-	9,539,687,017.92	48.04	6,820,082,373.35	47.63	39.88
食品用品	-	8,987,584,966.29	45.26	6,456,443,841.86	45.09	39.20
服装	-	1,304,578,877.87	6.57	1,031,764,168.26	7.21	26.44
合计		19,831,850,862.08	99.86	14,308,290,383.47	99.93	38.60

(2) 主要供应商情况

2012 年前五大供应商情况

单位：元 币种：人民币

序号	客户名称	采购额	占营业成本比重 (%)
1	重庆今普食品有限公司	438,691,987.51	2.21
2	福建超创贸易有限公司	433,048,790.60	2.18
3	中国烟草总公司重庆江北卷烟营销部	296,192,539.32	1.49
4	福州和盛食品有限公司	258,958,074.50	1.30
5	重庆中基农业发展有限公司	247,943,501.40	1.25
合计		1,674,834,893.33	8.43

4、费用

费用同比变动 30%以上的情况说明请参见本报告“第十节 财务会计报告十六 补充资料（四）公司主要财务报表项目的异常情况及原因的说明”。

5、现金流

项目	本期金额 (万元)	上年同期金额 (万元)	变动比例 (%)	情况说明
销售商品、提供劳务收到的现金	2,826,191.83	2,050,830.11	37.81	门店净增加 45 家，销售增加所致
收到其他与经营活动有关的现金	16,855.26	7,640.47	120.61	政府补贴、供应商违约赔款等项目增加
购买商品、接受劳务支付的现金	2,235,263.05	1,690,901.59	32.19	门店净增加 45 家，销售增加采购增加所致

支付给职工以及为职工支付的现金	164,821.25	107,325.75	53.57	规模扩大，人员增加所致
支付的各项税费	74,101.90	50,028.98	48.12	销售增加，税费增加
经营活动产生的现金流量净额	183,240.53	57,911.59	216.41	经营性现金流入增长比例大于经营性现金流出比例
收回投资收到的现金	29,999.39	1,300.00	2207.65	收回恒力博纳投资款项
取得投资收益收到的现金	1,348.03	2,158.49	-37.55	出售恒力博纳股权取得收益
收到其他与投资活动有关的现金	38,500.00	-		主要系收回定期存款本金
投资支付的现金	2,997.75	22,300.00	-86.56	本年购买人人乐股票支出
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	3,160.35	15,741.16	-79.92	本年支付福建省商业有限公司股权收购款及北京永辉商业有限公司股权款项。
支付其他与投资活动有关的现金	-	48,500.00	-100.00	去年同期定期存款本金增加
收到其他与筹资活动有关的现金	4,000.00	-		本年收到银行承兑汇票和国内信用证保证金所致
偿还债务支付的现金	338,250.00	118,100.00	186.41	本期归还短期融资券、银行借款金额大于去年同期所致
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	27,064.64	11,862.17	128.16	主要系分红及利息支出增加
支付其他与筹资活动有关的现金	280.00	3,000.00	-90.67	本年支付保函保证金

6、发展战略和经营计划进展说明

报告期内，公司主要从以下几方面开展工作：

I 战略布局与门店拓展方面

报告期内新开门店 47 家，略低于年初开店计划(逾 50 家)，新开业单店面积 11,119 平米，门店经营面积 205 万平米，比上年净增加 48 万平米。公司 2010 年、2011 年、2012 年单店面积分别是 6,731 平米、7,718 平米、8,251 平米，单店面积逐年增大。已签约门店跨 16 个省份，其中 14 个省有已开业门店，包括新进入的四川省和浙江省。从开店的分布来看，重点还是集中在老区，福建和重庆各开店 7 家。北京和江苏也在加速布点，分别开店 5 家。报告期内，福建和重庆各关店 1 家，均是 3 千平米左右的社区店。已签约未开业门店 114 家，主要集中在老区和新区，重庆 22 家、福建 16 家，河南 15 家，四川 13 家。

A 开业及签约门店资料：

地区		业态						已签约未开业门店
		精品店	大卖场	卖场	社区店	已开业门店小计	本期净增加门店	
福建	店数		19	45	40	104	7	16
	面积		222,491	332,188	81,773	636,452	55,048	124,438
重庆	店数	1	4	56	10	71	7	22
	面积	12,052	50,351	398,840	38,901	500,144	45,861	145,662
北京	店数		9	7	2	18	5	6
	面积		164,058	53,156	7,018	224,232	55,866	71,922
安徽	店数		5	8	1	14	2	8
	面积		74,122	63,622	3,598	141,342	21,905	103,220
贵州	店数		2	3		5	1	5
	面积		35,650	24,416		60,066	19,400	63,912
河南	店数	1	4	2		7	4	15
	面积	9,400	71,211	16,649		97,260	45,591	227,827
天津	店数		2			2	0	1
	面积		30,941			30,941	1	13,000
河北	店数		3	2		5	4	5
	面积		59,495	17,710		77,205	41,772	86,484
浙江	店数		1			1	1	3
	面积		14,366			14,366	14,366	40,493
江苏	店数	2	7	1		10	5	4
	面积	12,452	104,132	10,569		127,153	71,842	82,000
四川	店数		3	1		4	4	13
	面积		51,632	9,692		61,324	61,324	133,949
辽宁	店数	1	4			5	4	6
	面积	4,710	60,215			64,925	45,825	65,688
吉林	店数				2	2	1	3
	面积				3,758	3,758	1,190	53,064
黑龙江	店数		1			1	0	0
	面积		15,345			15,345	0	0
陕西	店数					0	0	4
	面积					0	0	75,914
广东	店数					0	0	3
	面积					0	0	41,969
全国	店数	5	64	125	55	249 (关闭 2 家)	45	114
	面积	38,614	954,009	926,842	135,048	2,054,513	479,991	1,329,542
	店数占比	2.01%	25.70%	50.20%	22.09%	100.00%		
	面积占比	1.88%	46.43%	45.11%	6.57%	100.00%		

B 公司 2012 年第四季度开店情况：

2012 年 10-12 月，公司在 8 个省份新开店 11 家，同比上年少开了 13 家，具体如下：

序号	开业项目	地址	开业时间	租赁期限(年)	总面积(m ²)
1	大足国梁店	重庆市大足区	2012-10-24	15	7000
2	漳州九龙大道万达店	福建省漳州市	2012-10-26	15	13940
3	连江贵安新天地店	福州市连江县	2012-11-20	15	1789
4	荔华东万达广场店	福建省莆田市	2012-12-15	15	14732
5	花园路万达店	四川省绵阳市	2012-12-21	15	11973
6	尚峰广场店	河北省张家口市	2012-12-21	15.5	10552
7	祁门路店	安徽省合肥市	2012-12-28	20	14436
8	中州大道店	河南省郑州市	2012-12-28	12	7449
9	谈固店(原东方家园)	河北省石家庄市	2012-12-31	19	37046
10	龙湾万达店	浙江省温州市	2012-11-30	15	14366
11	太仓万达店	江苏省太仓市	2012-12-07	15	11993

C 公司 2012 年第四季度签约项目情况

2012 年 10-12 月，公司在 7 个省份新签约 12 家门店项目，具体如下：

序号	签约项目	地址	签约时间	租赁期限(年)	物业交付时间	总面积(m ²)
1	国奥村	重庆市江北区	2012-09-28	20	2014-06-30	3928
2	东胜商业广场	石家庄市长安区	2012-10-20	20	2013-10-31	14071
3	崇州金都汇	四川省崇州市	2012-10-23	20	2014-05-01	9501
4	独山盛源国际	贵州省独山县	2012-10-29	19	2015-12-30	11653
5	锦江城市花园	成都市锦江区	2012-11-08	20	2015-05-31	10083
6	成都龙湖时代天街	四川省成都市	2012-11-23	15	2014-04-01	12985
7	连江贵安新天地	福州市连江县	2012-12-06	15	2012-10-17	1789
8	镇江红豆购物广场	江苏省镇江市	2012-12-21	20	2013-07-30	18578
9	南充金宇盛世天城	南充市嘉陵区	2012-12-24	20	2013-10-31	7595
10	花果园项目	贵州省贵阳市	2012-12-28	20	2015-12-31	16109
11	凯德魅力城	成都市成华区	2012-12-31	15	2013-01-10	9692
12	北城世纪金源购物中心	安徽省合肥市	2012-12-31	15.5	2013-03-01	10682

II 门店营运方面

报告期内，公司日均有效客流量 137.68 万人次，同比增长 24%。

销售额同店同比(两年期)开业门店资料

单位：万元

项目	公司合计			
	门店数	2011 年销售额	2012 年销售额	同比增减
大卖场	21	440,300.92	461,734.38	4.87%
卖场	88	1,120,081.43	1,198,647.22	7.01%
社区店	42	198,894.70	206,993.32	4.07%
BRAVO 精致超市	1	13,011.09	20,050.64	54.10%
合计	152	1,772,288.14	1,887,425.57	6.50%

III 三个事业部方面

生鲜部更加深入管控门店的经营品项，实现了商品集中统一由总部管控。全国直采加大与大型生产商及供应商的合作，更合理地调配优势资源，支持到大区，保证门店的价格竞争力及品项丰富度。食品用品部全国重点供应商销售占比从 2011 年的 17%，提升至现在的 31.6%；全国厂商销售全同比增长 45.6%、同比增长 13.7%，对整体业绩起到引擎角色作用。已开发自有品牌 12 个，覆盖 107 个小分类，实现销售额 16752 万元，同比增长 279%。服装部实施订货会制度，初步建立内衣的全国供应商体系。

IV 人力资源方面

培训和竞技：2012 年 2 月 13 日，“永辉超市 1933 零售精英”第二期集训营为期一个月的军事训练活动在公安边防总队教导大队训练基地（福州）举行。7 月 25 日，重庆大区中层干部集训营正式启动，参训学员近 800 名。2012 年永辉超市各大区举办了多场收银员技能、计量技能、服装技能等竞赛活动，并在重庆举办了“永辉全国技能大赛”，来自全国各地的 104 名永辉精英参加了此次技能大比武。全年投入经费 2501 万元。

内部竞聘：永辉超市不断拓宽内部竞聘通道，竞聘选拔的岗位包括了行政经理、采购助理、营销专员、人事经理、品类经理、店部门经理、店长等。

评优评先：在公司范围内开展第二届“永辉之星”的评选，最终评选出“永辉之星”之年度技能高手、十大杰出员工、创新人物、杰出店长、杰出团队。

高层与员工沟通渠道：员工可以在永辉超市官网直接向“总裁信箱”检举内部违规违纪行为，或通过“员工意见”投递有关公司政策咨询、合理化建议等信件，均有总裁授权人负责收集和答复；电话：员工可在永辉超市 OA 通讯录查询到执行副总裁、副总裁等高管的办公室电话、手机号码，必要时可与公司高管直接通话；OA：员工可以在永辉超市 OA 直接写信发送给公司高管；邮寄函件：员工也可直接邮寄函件给公司高管。

公司推进门店“合理用工,优化排班”项目，组织编制精简总部人员。

V 信息系统方面

公司辉腾行动的核心项目——ERP 项目，经过十个月的精心组织、论证、规划、开发，已于 2012 年 11 月在福建地区试运行。为确保项目成功实施，公司从全国各地抽调精兵强将，组成项目工作小组，各业务部门通力合作，从需求调研、专题研究、流程梳理到变革管理、功能设计、系统实现等环节对公司相关管理架构、管理流程、运营模式进行全面梳理和变革，以期达到公司流程再造、管理变革的提升目标。项目的成功实施，不仅优化了公司的组织架构、管理制度和业务流程，同时实

现了公司各项资源的有效整合和共享，构建了一个更加科学、高效、标准、智能的现代化企业管理平台。

VI 工程管理方面

对工程管理中心架构进行重新梳理和优化，精简组织架构和人员编制，合理控制各项费用支出。针对项目建设的预算、设计、施工、维保、采购及大型项目管理等方面制定统一的规范。项目在建设前期需制定明确的概算和预算指标，建立项目实施的各个阶段的财务预警及评估机制。在设计环节，工程中心规范了门店工程装修及陈列设备的作业标准及效果，推行门店装修的设施设备采用工厂化的标准件进行组装施工的办法，大大降低损耗，节省了工期，统一了装修效果。施工过程采用分级管理，过程控制，对施工队实行动态评估和末位淘汰机制，确保工程时度和质量。门店维保工作由工程中心自行维保，做到专业维护、及时到场，同时采用培训、激励、督导的方式节约门店维保开支。工程采购方面通过引进采购预算制度，供应商分级管理，公开招标的方式，全面推进开放、公开的工程采购管理制度。

VII 物流建设方面

根据全国门店的布局进度，配套跟进物流建设。目前公司已建成的有福建南屿物流中心，福州福湾生鲜物流中心，重庆西永物流园一期常温库项目 2012 年 7 月份已经投入使用，安徽合肥的华东物流园项目一期 2012 年 12 月份初步建成并试运行。北京大区已租赁约八千平方的物流仓储中心已投入使用。东北大区及河南大区的物流园项目计划正在推进中。新物流中心的建成和使用，降低了商品的采购及配送成本，改善门店商品品类结构，提升门店的竞争力。

VIII 扶植新进区域方面

针对新进入区域门店培育期较长的状况，公司对新区重点门店的业绩提升制定专案，并将毛利率和费用指标分解落实到各门店，通过调整商品结构，降低损耗，费用管控等措施提高毛利。各事业部也组建专门的帮扶团队，对新区域及重点门店进行帮助，从人才资源、商品资源以及营运标准等方面予以支持和指导，通过季节性重点商品的营销推广以及精品商品的调整，提升业绩，缩短新店的培育期。

IX 并购方面

2012 年公司投入 320 万元购买了河南辉县和谐路南关店 20 年经营权。

X 企业文化建设方面

永辉超市大力开展形式多样、内容丰富的员工活动，建立了职工之家、图书室，每年举办“年夜饭”、元宵晚会、包机送农民工回家乡等活动，公司还为每一位员工提供生日礼金、婚庆礼金、生育礼金及丧事慰问等福利，关切员工的家庭生活。积极开展困难职工互爱互助，针对特困员工重病住院、子女就学等困难情况提供 3000~20000 元困难补助，帮助员工解决生活困难。

公司长期坚持“融合共享，成于至善”的企业核心价值观，大力宣扬公司的企业文化，增强企业的凝聚力，注重团队的稳定及人才梯队的培养，打造团结高效的经营管理团队。在公司内部努力营造家的氛围，公司专门成立了永辉爱心基金，员工在工作和生活中遇到困难时，采取各种措施帮助困难员工度过难关。公司每年还开展春节团拜会，组织各种趣味文体活动，丰富员工的业余文化生活。

公司同时致力于助学支教、扶贫济困、助残助孤，赈灾救难等慈善公益事业，本着“民生超市·百姓永辉”的宗旨，积极承担企业公民的社会责任，在持续发展的同时为社会慈善公益事业贡献。公司连续 8 年不间断向老、弱、病、残等特困户发放“永辉爱心卡”，并且每年都加大捐赠力度，兑现了逐年递增捐赠规模的承诺。2012 年，公司在全国 24 个省、市捐赠“永辉慈善爱心卡”总金额达到 1900 万元，惠及 19000 户群众。累计资助的资助户达 50000 多户，捐赠价值达 4000 多万元。

(二) 行业、产品或地区经营情况分析

1、 主营业务分行业、分产品情况

分行业	毛利率 (%)	营业收入比上年增 减(%)	营业成本比上年增 减(%)	毛利率比上年增减 (%)
零售业	16.49	38.73	38.60	0.08

主营业务分产品情况								
分产品	毛利率	营业收入比上年增 减	营业成本比上年增 减	毛 利 率 比 上 年 增 减	占 主 营 业 务 收 入 权 重	主 营 业 务 收 入 权 重 比 上 年 增 减	毛利占比	毛 利 占 比 比 上 年 增 减
生 鲜 及 加 工	12.95%	39.50%	39.88%	-0.23%	46.15%	0.25%	36.24%	-0.62%
食 品 用 品	18.02%	40.11%	39.20%	0.54%	46.17%	0.46%	50.46%	1.76%
服 装	28.54%	27.00%	26.44%	0.32%	7.69%	-0.71%	13.30%	-1.13%
合 计	16.49%	38.73%	38.60%	0.08%	100.00%	0.00%	100.00%	0.00%

主营业务分行业和分产品情况的说明

生鲜及加工、食品用品营业收入的增长都高过公司营业收入的增长，但服装的增长速度、销售占比、毛利贡献都低于公司的总体水平，主要是受服装行业全年不景气的影响。据中华全国商业信息中心统计，2012 年全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额同比增长 12.3%，是近十年的最低增速。2012 年，公司加大了对食品用品部的支持力度，使得食品用品的占比首次超过了生鲜及加工，毛利率的增长也是最快的，毛利的贡献也一举超过了 50%，为公司完成业绩目标起到了主要作用。

主营业务毛利率微增，主要是上半年新店开业和节假日促销降低了毛利率，因此在下半年成功地扭转了毛利率下滑的局面，相比 2012 年上半年，生鲜及加工、食品用品、服装及主营业务毛利率在下半年的毛利率分别提高了 0.35%、1.47%、2.88%、0.96%。

2、 主营业务分地区情况

地区名称	营业收入比上年增减	本期毛利率	毛利率比上年增减	主营业务收入收入权重	主营业务收入权重比上年增减	毛利权重	毛利权重比上年增减
福建大区	10.76%	18.52%	0.78%	36.41%	-9.20%	40.90%	-6.98%
重庆大区	34.09%	16.51%	0.25%	37.80%	-1.31%	37.85%	-0.89%
北京大区	102.36%	14.30%	0.60%	13.52%	4.25%	11.72%	2.80%
苏皖大区	111.92%	13.74%	1.63%	8.50%	2.93%	7.08%	2.76%
河南大区	730.85%	11.57%	8.64%	1.81%	1.51%	1.27%	1.21%
东北大区	1771.25%	9.89%	4.47%	1.95%	1.81%	1.17%	1.09%
合计	38.73%	16.49%	0.08%	100.00%	0.00%	100.00%	0.00%

主营业务分地区情况的说明

各地区的发展按照成立时间顺序而梯次变化，越新的地区营业收入增速越快，毛利率和毛利贡献越低。重庆大区规模效应明显，营业收入已经超过福建大区，由于成立时间比福建晚，毛利率和毛利贡献低于福建大区。

(三) 资产、负债情况分析

1、资产负债情况分析表

单位:元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)	情况说明
货币资金	1,398,601,170.84	12.82	2,019,058,906.47	21.33	-30.73	主要原因系本年度募集资金投入募投项目所致
应收账款	177,668,583.79	1.63	109,584,509.51	1.16	62.13	主要原因系本公司销售规模扩大，应收销售货款、供应商费用及租金增加所致
应收利息	399,546.70	0.00	4,552,028.70	0.05	-91.22	主要原因系募集资金投入使用，年末定期存款减少，应收定期存款利息相应减少
长期股权投资		0.00	209,993,901.72	2.22	-100.00	主要原因系全资子公司福建闽侯永辉商业有限公司将其所持有的福建恒力博纳广场发展有限公司 30%股权进行全部转让
固定资产	2,067,639,840.48	18.96	1,540,293,364.45	16.27	34.24	主要原因系新购置房产及经营规模扩大，门店数量增加，机器设备、

						电子设备及工具器具增加所致
在建工程	481,585,982.95	4.42	298,544,727.80	3.15	61.31	主要原因系本公司重庆永辉城市生活广场、安徽物流配送中心在建工程投入增加所致
无形资产	523,447,569.92	4.80	336,425,944.81	3.55	55.59	主要原因系本公司本年取得福州闽侯南通物流土地使用权以及 ERP 项目建设增加所致
长期待摊费用	1,522,051,473.18	13.96	1,072,337,838.25	11.33	41.94	主要原因系新开业门店装修支出以及部分门店二次装修支出增加所致
递延所得税资产	34,868,403.88	0.32	24,410,722.21	0.26	42.84	主要原因系子公司新开门店培育期亏损确认的可抵扣亏损增加所致

2、公允价值计量资产、主要资产计量属性变化相关情况说明

项目	期末公允价值	期初公允价值
交易性金融资产-成本	29,977,461.02	0
公允价值变动	-10,513,176.04	0
合计	19,464,284.98	0

(四) 核心竞争力分析

1、永辉模式

公司以生鲜农产品为主，以食品用品和服装为辅的“永辉模式”经营现代化超市，坚持通过直营、直采的农超对接形式经营的生鲜农产品，通过提高供应链效率来运营食品用品，通过买断的方式运营服装。公司致力于建设“家门口的永辉”、“新鲜的永辉”、“放心的永辉”，目标是“绿色永辉”、“科技永辉”。

2、生鲜农产品在公司的地位

永辉超市积极响应政府号召稳价保供，历年来充分发挥零售终端主渠道的平台优势，在稳价保供、农超对接、应急救灾等行动中起到带头、骨干作用，千方百计从全国范围内组织货源投放市场，有力满足百姓日常生活需要。

①2011年11月1日以来，永辉福建所有门店持续推出近百种“平价惠民商品”，努力平抑市场物价，更好满足中低收入家庭生活需求；

②2012年1月，永辉超市率先在重庆超市卖场中设立爱心销售专区，采取零利润销售，以解决奉节脐橙滞销问题；

③2012年3月，永辉超市率先响应福州市政府号召，对上海青、天津白、豆芽、包菜、油麦菜、白菜等“六菜”执行政府协商价，零售价较前一天降幅超35%以上；

④2012年4月，永辉超市到永泰县芋坑村向农民直接采购雪柑，解决当地农民“卖难”问题；

⑤2012年6月，永辉超市参加北京市农产品直采直供联盟，积极响应北京市商委推进农产品直接进超市；

⑥2012年10月，得知山东蔬菜严重滞销伤农，永辉超市立即派人参加商务部在山东济南召开的“农产品产销对接会”，现场采购8000吨芹菜，为现场采购量最大的流通企业。会后，商务部办公厅发来感谢信以示肯定和鼓励。

⑦2012年10月，福建屏南40吨滞销花菜，通过福州永辉超市的各个销售网点，销售一空。

⑧2012年11月，北京延庆受大雪的影响，当地大白菜、白萝卜等蔬菜出现“卖难”，永辉超市得知情后前往对接采购。（以上详见公司2012年《社会责任报告》）

3、食品用品的整体提升

食品用品在主营业务收入的占比中历史上首次超过了生鲜及加工，这是由于公司每年新开门店面积逐年增大，而生鲜的品类（4000-6000种）相对与食品用品（几万种）较少，面积占比逐年减小所致。2013年，公司将整体提升食品用品部的业务能力，食品用品的快速提升也将为公司净利润的增长做出更多贡献，但这并不会改变生鲜在公司产品结构中形成与其它公司差异化的主导地位，生鲜及加工在未来几年中依然会保持40%以上的高占比。

(五) 投资状况分析

1、 对外股权投资总体分析

证券投资情况

序号	证券品种	证券代码	证券简称	最初投资金额（元）	持有数量（股）	期末账面价值（元）	占期末证券总投资比例（%）	报告期损益（元）
1	A股股票	002336	人人乐	29,977,461.02	2,160,298	19,464,284.98	100	-10,513,176.04

截止报告期末，公司未持有其他上市公司或非上市金融企业股权；除上述买入人人乐2,160,298股股票外，未买卖其他上市公司股份。

2、 非金融类公司委托理财及衍生品投资的情况

(1) 委托理财情况

报告期内公司不存在委托理财情形。

(2) 委托贷款情况

报告期内公司不存在委托贷款情形。

(3) 其他投资理财及衍生品投资情况

报告期内公司未进行其他投资理财及衍生品投资。

3、 募集资金使用情况

(1) 募集资金总体使用情况

单位:万元 币种:人民币

募集年份	募集方式	募集资金总额	本报告期已使用募集资金总额	已累计使用募集资金总额	尚未使用募集资金总额	尚未使用募集资金用途及去向
2010	首次发行	252,201.07	79,376.72	238,991.62	13,209.45	存放在募投专户
募集资金总体使用情况说明			截至 2012 年 12 月 31 日,公司共累计使用募集资金 238,991.62 万元(含募集资金专户中转出用于补充流动资金的超募资金 62,813.07 万元),募集资金账户余额为 15,993.47 万元(含存款利息)。募集资金总体投入使用程度达到 94.76%。			

(2) 募集资金承诺项目使用情况

单位:万元 币种:人民币

承诺项目名称	是否变更项目	募集资金拟投入金额	募集资金实际投入金额	是否符合计划进度	项目进度	预计收益	产生收益情况	是否符合预计收益	未达到计划进度和收益说明
连锁超市发展项目	否	159,788.00	153,699.65	是	已开业 72 家 96.19%	/	10,399.68	/	不适用
农产品加工配送中心项目	否	12,000.00	9,237.52	否	76.98%	/	/	/	二期项目因当地园区整体建设进度慢于预期,故该项目延期至 2013 年内完成。
信息化系统升级改造项目	否	12,600.00	11,745.21	否	93.22%	/	/	/	ERP 项目分区域上线
企业培训中心项目	否	5,000.00	1,496.17	否	29.92%	/	/	/	调整项目实施地点
募集资金承诺项目使用情况说明			连锁超市发展项目计划开店 73 家,至本报告期末已开业 72 家,完成 98.63%;农产品加工配送中心项目的第一期已完工,第二期物流库进入单体施工阶段;信息化系统升级改造项目整体进展顺利,ERP 项目福建大区已于 2012 年 11 月上线试运行,其他大区预计在 2013 年上线。企业培训中心项目的装修和课程汇编工作已完成,于 2012 年 10 月开始试运行。						

(3) 募集资金变更项目情况

报告期内未进行募集资金项目变更。

4、主要子公司、参股公司分析

单位：万元

主要子公司	所处行业	注册资本	总资产	净资产	净利润	净利润占公司合并净利润比重	营业收入	营业利润
重庆永辉超市有限公司	商品零售业	71,440.00	166,297.39	107,660.38	28,783.01	57.22%	825,266.95	33,182.28
福建闽侯永辉商业有限公司	商品配送	5,000.00	126,274.66	22,182.62	13,244.42	26.33%	409,481.29	16,523.29
永辉物流有限公司	商品配送	10,000.00	83,995.13	18,739.24	7,777.45	15.46%	301,095.02	9,115.26
江苏永辉超市有限公司	商品零售业	2,000.00	19,928.88	-1,252.55	-2,910.68	-	76,340.55	-3,496.13
永辉超市河南有限公司	商品零售业	1,001.00	7,452.64	-3,888.33	-4,044.59	-	45,766.98	-3,760.88
辽宁永辉超市有限公司	商品零售业	7,075.00	9,290.25	1,300.50	-5,472.72	-	34,675.13	-5,357.01

注：以上为公司主要子公司或市场较关注子公司数据。

2012年，重庆地区物流基地建成，全面实施集中采购，使得永辉物流有限公司业务增长迅猛。江苏、河南、辽宁子公司尚处于培育期，亏损大幅超过上一年。

本年度取得和处置子公司的情况：

子公司	取得或处置	目的	方式	净利润
陕西永辉超市有限公司	取得	外延拓展	设立	-65,889.88
浙江永辉超市有限公司	取得	外延拓展	设立	-1,148,780.75
广东永辉超市有限公司	取得	外延拓展	设立	-259,686.15
山西永辉超市有限公司	取得	外延拓展	设立	-20,355.79
福建永辉物流有限公司	取得	后台建设	设立	-680,333.65
北京永辉商业有限公司	取得	外延拓展	合并	-14,368,606.37

5、非募集资金项目情况

单位：元 币种：人民币

项目名称	期末账面金额	项目进度	项目收益情况
重庆永辉城市生活广场	260,807,938.12	建设中	-
安徽物流配送中心	101,865,820.19	一期已完成，二期建设中	-
重庆物流配送中心	244,863,250.82	建设中	-
辽宁永辉物流配送中心	1,731,210.00	建设中	-

(六) 公司控制的特殊目的主体情况

报告期内公司不存在控制特殊目的主体的情形。

第二部分 董事会关于公司未来发展的讨论与分析

(七) 行业竞争格局和发展趋势

2012 年，全国居民消费价格比上年上涨 2.6%，其中食品价格上涨 4.8%。农产品生产者价格上涨 2.7%。全年社会消费品零售总额 210307 亿元，比上年增长 14.3%，扣除价格因素，实际增长 12.1%。按经营地统计，城镇消费品零售额 182414 亿元，增长 14.3%（资料来源：国家统计局官网）。据清科研究中心数据显示，2012 年中国网上零售市场交易规模突破万亿元，达到 1.38 万亿元，较上年增长 68.72%。

2013 年 1-2 月份，社会消费品零售总额 37810 亿元，同比增长 12.3%，低于 2012 年各月的同比数据。其中，限额以上企业（单位）消费品零售额 18001 亿元，增长 10.2%。（数据来源：国家统计局）数据展示了行业的严峻态势。

2012 年上半年，政府继续出台了多项旨在促进和规范流通与消费领域的政策，同时也持续对零售行业进行了规范管理（详见公司 2012 年半年度报告），下半年政府继续出台规范零售业行业的管理制度和促进行业发展的多项政策：9 月 21 日商务部发布 2012 年第 9 号《单用途商业预付卡管理办法（试行）》，主要内容是逐项落实“国办发[2011]25 号”文件有关实名购卡、非现金购卡、限额发行、业务管理等方面的要求，规范商业预付卡管理，确保实现反腐倡廉、防范资金风险和保护消费者权益三项政策目标。9 月 1 日国务院办公厅印发《国内贸易发展“十二五”规划的通知》，突出扩大消费的战略地位，推动流通企业与生产企业加强合作，明确改善民生的根本宗旨，增强市场应急调控能力，着力建设农产品现代流通体系。10 月 11 日，商务部在福州召开全国农超对接现场会，把农超对接纳入政府“菜篮子”、“米袋子”工作的重要内容，完善政策扶持体系，推动农产品现代流通体系建设再上新台阶。会上还披露，70 个大中城市生鲜农产品经超市销售比重近 18%，而福州市生鲜超市农超对接销售量占农产品总销售量的 64%（资料来源：福建省经贸委官网）。

上述数据和政策也证实了公司 2011 年年报对行业竞争格局和发展趋势的判断（详见公司 2011 年年报相同章节）。在机遇和挑战并存的过程中，2012 年，公司在社会消费品零售总额占比上升了 0.23%，巩固了在福州农产品总销售量的占比，扩大了在全国农产品的销售占比。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，专业网店逐步综合化经营的趋势，其对生鲜销售的影响尚待继续观察。同行生鲜商品配比上升、传统区域超市面临国际卖场终端下沉的挤压、内资超市利用自己的传统优势采取灵活多变的经营策略扩大终端、部分内资超市逐步退却的分化也在继续。

(八) 公司发展战略

2013 年是巩固经营成果、适时更进一步的一年，在经历了 2012 年上半年的发展节奏和盈利能力的大变动后，公司经营的总体掌控能力和各事业部的集控水平得到较大提升。品牌知名度、全国性连锁超市的地位进一步得到认可。公司将继续抓住发展机遇，乘势而上，全力推进现有大区的深耕细作步伐。

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“竞合”理念、生鲜差异化经营策略与国际卖场比邻而居、寻求合作、共享市场，努力实现“绿色永辉”、“科技永辉”目标。

(九) 经营计划

1、总体目标:

① 已签约门店计划开业约 40 家，新签约现货店视实际情况决定;

② 2013 年营业收入计划达到 307 亿元，同比增长 25%左右。净利润计划增长 38% 以上。

2、具体措施:

① 门店合伙人机制的建立;

② 食品用品事业部的整体提升;

③ 新开业门店的提升;

④ 标杆店的建设及推广;

⑤ ERP 项目的全区域落地;

⑥ 建设食品安全体系，构建“放心的永辉”。

(十) 因维持当前业务并完成在建投资项目公司所需的资金需求

2013 年公司计划开业已签约门店约 40 家，部分老店整改，建重庆物流二期、安徽物流二期、福建物流、重庆总部大楼、彭州农产品加工配送中心等项目，预计 2013 年投资规模将达 18 亿元。2013 年度预计营业现金净流入 11 亿元及定向增发股东投入 10 亿元。年末资产负债率在 60%以内。

(十一) 可能面对的风险

人才培养跟不上跨区域扩张中的需求，新的项目投资可能需要追加资金的财务成本上升，经营失误造成的低毛利甚至亏损的持续发生。