成都市高新区西区迪康大道7号

成都红旗连锁股份有限公司首次公开发行股票招股意向书摘要

声 明

本招股意向书摘要的目的仅为向公众提供有关本次发行的简要情况，并不包括招股意向书全文的各部分内容。招股意向书全文同时刊载于巨潮资讯网站（www.cninfo.com.cn）。投资者在做出认购决定之前，应仔细阅读招股意向书全文，并以其作为投资决定的依据。

投资者若对本招股意向书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股意向书及其摘要的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股意向书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或者投资者的收益做出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

释义

本招股意向书中，除非另有所指，下列简称具有如下特定含义：

普通词语		
红旗连锁、股份公司、发行人、本公司、公司	指	成都红旗连锁股份有限公司
红旗有限	指	成都红旗连锁有限公司
红旗批发	指	成都红旗连锁批发有限公司
红旗咨询	指	四川红旗商务咨询管理有限公司
红旗广告	指	成都红旗连锁广告有限公司
四川红旗	指	四川红旗连锁有限公司
青羊红旗	指	成都市青羊区红旗连锁有限公司
武侯红旗	指	成都市武侯区红旗连锁有限公司
成华红旗	指	成都市成华区红旗连锁有限公司
高新红旗	指	成都高新区红旗连锁有限公司
锦江红旗	指	成都市锦江区红旗连锁有限公司
红旗资产	指	成都红旗资产管理（集团）有限公司，系成都红旗商场（集团）有限公司2008年10月更名
红旗商场	指	成都红旗商场（集团）有限公司2002年改制前的成都市红旗商场
红旗商厦	指	成都红旗商厦有限责任公司
红旗影业	指	四川红旗影业有限公司
红立商贸	指	成都市红立商贸有限公司
太阳系印务	指	成都太阳系印务有限责任公司
天鼎文化	指	四川省天鼎文化传播有限责任公司
新融创投	指	杭州新融创业投资合伙企业（有限合伙）
商契九鼎	指	北京商契九鼎投资中心（有限合伙）
龙泰九鼎	指	厦门龙泰九鼎股权投资合伙企业（有限合伙）
夏启九鼎	指	北京夏启九鼎投资中心（有限合伙）
立德九鼎	指	北京立德九鼎投资中心（有限合伙）
国务院	指	中华人民共和国国务院
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
财政部	指	中华人民共和国财政部
商务部	指	中华人民共和国商务部
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
本次发行	指	指成都红旗连锁股份有限公司首次公开发行不低于5,000万股人民币普通股（A股）的行为
A股	指	指每股面值1.00元人民币之普通股
报告期、最近三年及一期	指	指2009年度、2010年度、2011年度和2012年1-6月
保荐人、保荐机构、主承销商	指	宏源证券股份有限公司
立信会计师事务所、会计师	指	立信会计师事务所有限公司，2011年更名为立信会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、律师	指	北京市金杜律师事务所
董事会	指	成都红旗连锁股份有限公司董事会
股东大会	指	成都红旗连锁股份有限公司股东大会
公司章程	指	成都红旗连锁股份有限公司章程
公司法	指	指《中华人民共和国公司法》（2005年修订）
证券法	指	指《中华人民共和国证券法》（2005年修订）
元	指	指人民币元
专业词汇		
零售业态/业态	指	在以向消费者销售商品为主并提供相关服务的零售行业中，零售企业为满足不同的消费需求进行相应的要素组合而形成的不同经营形态。零售业态按零售店铺的经营方式、商品结构、服务功能，以及选址、商圈、规模、店堂设施、目标顾客和有无固定营业场所进行分类，分为食杂店、便利店、折扣店、超市、仓储会员店、百货店、专业店、专卖店、购物中心、厂家直销中心、电视购物、邮购、网上商店、自动售货亭、直销、电话购物等。
便民服务	指	亦称增值服务，以门店网络为依托，向消费者提供便利性的商品的同时，还提供公交卡充值、电信缴费、电费充值、燃气收费、中国移动充值及积分兑换、拉卡拉电子支付（信用卡还款、手机充值、支付宝充值等）等便民增值服务，从而充分满足消费者的便利需求。
超市	指	开架售货，集中收款，满足消费者日常生活需要的零售业态。根据营业面积和目标顾客不同，可以分为便利超市、中型超市、大型超市。
大型超市	指	经营面积5000m2以上，品种齐全，满足顾客日常生活必需品一次性购齐的零售业态。经营品种在15,000—30,000种左右，辐射半径1—3km，目标顾客以居民、流动顾客为主。
中型超市	指	经营面积1,000—5,000m2，品种比较齐全，以经营食品（包括生鲜和包装食品）为主，满足社区居民日常生活必需品为主的零售业态。辐射半径1km以内，经营品种在8,000-15,000左右，通常均提供生鲜商品。
便利超市	指	经营面积小于1,000m2，以购买频率高的食品、烟酒、日用百货等商品和便民服务为主，为消费者提供一站式便利购物服务的零售业态；辐射半径多在300-500m，顾客步行5—10分钟内到达，经营品种在1,000-8,000种左右，顾客多为有目的购买；商圈范围小，商圈可分为住宅区、娱乐区、院校区、商务区、观光区等；包括标准超市和便利店两种业态。
标准超市	指	经营面积在200—1,000m2，以购买频率高的食品、烟酒、日用百货等商品和便民服务为主的便利超市。
便利店	指	经营面积在200m2以内，以购买频率高的食品、烟酒、日用百货等商品和便民服务为主的便利超市。
24小时便利店	指	经营面积在200m2以内，经营品种在1,000—4,000种左右，营业时间24小时，以速成食品、日用百货为主的零售业态，有即时消费、小容量、应急性等特点。
食杂店	指	经营面积在100m2以内，经营品种在1,000种以内，以烟酒、饮料、休闲食品为主的零售业态。
沃尔玛	指	Wal-Mart Stores, Inc.，即上市公司（NYSE: WMT），包括沃尔玛（中国）投资有限公司等在中国开展业务的子公司，全球最大的零售集团。
家乐福	指	The Carrefour Group，法国最大的零售企业，包括家乐福（中国）管理咨询服务有限公司等在中国开展业务的子公司，全球第二大零售集团。
大润发	指	台湾润泰集团旗下的零售企业，包括康成投资（中国）有限公司等在中国大陆的所有业务（大润发）。
好又多	指	由台资诚达集团于1997年8月创办成立的零售连锁企业，包括好又多管理咨询服务（上海）有限公司等在中国大陆的所有业务。2007年初，沃尔玛收购好又多35%的股权，拥有65%投票权。
欧尚	指	法国领先的零售企业，包括欧尚（中国）投资有限公司等在中国的所有业务。
华联综超	指	上海证券交易所上市公司，北京华联综合超市股份有限公司，证券代码600361。
武汉中百	指	深圳证券交易所上市公司，武汉中百集团股份有限公司，证券代码000759。
步步高	指	深圳证券交易所上市公司，步步高商业连锁股份有限公司，证券代码002251。
新华都	指	深圳证券交易所上市公司，福建新华都购物广场股份有限公司，证券代码002264。
人人乐	指	深圳证券交易所上市公司，人人乐连锁商业集团股份有限公司，证券代码002336。
三江购物	指	深圳证券交易所上市公司，三江购物俱乐部股份有限公司，证券代码600116。
物美商业	指	香港上市公司，北京物美商业集团股份有限公司，证券代码8277。
联华超市	指	香港上市公司，联华超市股份有限公司，证券代码0980。
京客隆	指	香港上市公司，北京京客隆商业集团股份有限公司，证券代码0814。
华润万家	指	华润万家有限公司。
新一佳	指	新一佳超市有限公司。
互惠商业	指	四川省互惠商业有限责任公司。
舞东风	指	成都舞东风超市连锁有限责任公司。
美来登公司	指	四川美来登商贸有限公司。
限额以上批发和零售业	指	批发业，年末从业人员20人及以上，年销售额2,000万元及以上；零售业，年末从业人员60人及以上，年销售额500万元及以上。
社会消费品零售总额	指	各种经济类型的批发零售贸易业、餐饮业、制造业和其他行业对城乡居民和社会集团的消费品零售额和农民对非农业居民零售额的总和。
国内生产总值或GDP	指	一定时期内一个国家或地区的经济中所生产出的全部最终产品和提供劳务的市场价值的总值。
ACI尼尔森	指	全球领先的市场研究、资讯和分析服务的提供者，其主要客户是快速消费品的零售商和制造商。该公司还提供大量软件，以及建模和分析服务。
奥博克系统	指	在奥博克信息系统有限公司商业连锁管理系统的基础上，由红旗连锁根据自身特点进行二次开发的MIS/POS信息系统。
MIS	指	英文Management Information System的缩写，意为管理信息系统，是以信息技术为基础，为企业管理和决策提供信息支持的系统。
POS	指	英文Point of Sales的缩写，是指通过自动读取设备（如收银机）在销售商品时直接读取商品销售信息（如商品名、单价、销售数量、销售时间、销售店铺、购买顾客等），并通过通讯网络和计算机系统传送至有关部门进行分析加工以提高经营效率的系统。
一线城市	指	北京、上海、广州、深圳四个城市。
二线城市	指	除一线城市以外的其他非农业人口超过200万的城市。
三线城市	指	非农业人口在30万—200万的城市。
四线城市	指	非农业人口在30万以下的城市。

注：本招股意向书除特别说明外所有数字保留2位小数，若出现总数与各分项数之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第一节 重大事项提示

一、本次发行前滚存利润的分配安排

截止2012年6月30日，公司滚存的未分配利润为341,668,633.73元。根据公司2011年度第二次临时股东大会决议，对截止2011年12月31日的滚存未分配利润及至本次发行前所产生的可供股东分配的利润，由发行后的新老股东共享。

二、股东关于其所持股份流通限制及自愿锁定的承诺

公司实际控制人曹世如女士承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。在担任红旗连锁董事、监事、高级管理人员期间，每年转让发行人股份的比例不超过本人所持发行人股份总数的25%，在本人离职后半年内不转让发行人的股份，在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售本公司股票数量占其所持有本公司股票总数的比例不超过50%。

公司董事和高级管理人员曹曾俊先生承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。在担任红旗连锁董事、监事、高级管理人员期间，每年转让发行人股份的比例不超过本人所持发行人股份总数的25%，在本人离职后半年内不转让发行人的股份，在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售本公司股票数量占其所持有本公司股票总数的比例不超过50%。

新融创投、夏启九鼎、立德九鼎、商契九鼎和龙泰九鼎承诺：自发行人股票上市之日起一年内，不转让或者委托他人管理其已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

三、公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

1、部分租赁物业产权不完善的风险

公司经营业态以便利超市为主，截止2012年6月30日共拥有1,211家直营门店，广泛分布于城区、郊区和乡镇，租赁物业数量多、来源渠道广泛。公司经营门店租赁的部分物业中，存在产权证书不完善或者用途、性质不符合相关要求等瑕疵情况。

截止2012年6月30日，公司经营门店租赁物业存在瑕疵的面积合计为79,257.39m2，占公司及子公司租赁总面积的32.34%。上述存在瑕疵的租赁物业中，面积占比为72.17%的租赁物业出租方已经签署相关承诺函，承诺由其承担因租赁物业瑕疵给公司造成的相关损失。剩余27.83%的存在瑕疵的租赁物业的出租方尚未出具相关承诺，此类物业所涉及门店收入占2011年1-6月公司营业收入的比例为5.70%。同时，公司实际控制人曹世如已出具书面承诺：如果因第三人主张权利或行政机关行使职权而致使上述物业租赁关系无效，或者出现任何纠纷，导致公司及其子公司需要另行租赁其他房屋而进行搬迁并遭受经济损失、被有权的政府部门处罚、或者被有关当事人追索的，本人将对公司及子公司所遭受的一切经济损失予以足额补偿。

2、新项目带来的管理和运营风险

公司近年来加快门店拓展速度，近三年及一期新开门店累计达529家。报告期内，公司新开门店一般在开业后6-12个月左右实现盈亏平衡，在开业后第2年的平效达到成熟门店平效的60%左右，一般均能盈利并可弥补完第1年的亏损，在开业后第3年的平效达到成熟门店平效的70%以上，一般在开业3年后可达到成熟门店的平效。新开门店的培育期较短，公司通过持续的门店网络扩张，以外延式增长促进经营规模和经营业绩的持续增长。

公司在快速扩张门店网络的同时，注重新开门店的选址和管理，采取“统一管理、统一核算、进销分离”的大总部、小门店的集中管理模式、使门店专注于商品的销售和服务的提升，实现对超市经营管理风险的有效控制。2009年度、2010年度、2011年度和2012年1-6月，公司因经营困难关闭的门店分别为21家、4家和1家和0家，占公司各年末门店总数的2.46%、0.42%、0.09%，占比很小且逐年下降。

2011年度，受人工成本和房租等费用增长较快的影响，公司门店的培育期可能会稍有延长，但公司报告期门店整体平效和利润总额依然保持快速增长。人工成本和房租费用的上涨给公司经营费用的增加带来压力的同时，也预示着新的机遇：有望刺激国内消费、带动制造业让步服务业、促进产业提升、加快城镇化和工业化进程，为便利超市的发展造就更大的空间。

尽管公司对新开门店进行了详尽的市场调研，对新开门店和拟改造门店的效益进行了谨慎预测，预期效益良好。但如果受费用上涨压力和其他原因影响新开门店和改造门店无法达到预期的经营效益，将使公司面临较大的业绩压力。同时，随着公司门店数量的持续增加，内部管理控制和协调的难度将会加大，从而在一定程度上增加管理和运营风险。

3、控股股东及实际控制人风险

本公司实际控制人为曹世如女士，持有本公司发行前总股本73.80%的股份，并任本公司董事长兼总经理。本次股票成功发行后，曹世如女士的持股比例将会相应降低至55%左右，但仍然具有绝对控股权。实际控制人和控股股东可以利用其绝对控股权，通过行使表决权对公司的董事、监事、高级管理人员的人选、经营方针、投资决策和股利分配等重大事项施加控制或重大影响，从而有可能影响甚至损害本公司和公众股东的利益。

四、股利分配政策

本公司特别提醒投资者关注公司的股利分配政策和现金分红比例：

1、利润分配原则：公司将实行持续、稳定的股利分配政策，公司的股利分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

2、股利分配的形式：公司采取现金、股票或者现金与股票相结合的股利分配政策；在公司盈利和长期发展的前提下，将积极采取现金方式分配股利。

3、股利分配的时间间隔：公司一般按照年度进行现金分红。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

4、现金分红的最低比例：公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的20%，具体分红比例依据及是否采取股票股利分配方式根据公司当年经营的具体情况及未来正常经营发展的需要确定，相关议案需提交公司股东大会批准。公司当年盈利，董事会未提出现金和利润分配预案的，应当在董事会决议公告和定期报告中详细说明未分红的原因以及未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见；公司还应在定期报告中详细说明现金分红政策的执行情况。

5、利润分配政策的调整程序：公司根据超市经营情况、投资规划和长期发展的需要确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会、监事会和股东大会批准。

6、股利分配方案的实施时间：公司股东大会对股利分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

7、未来三年股利分配计划：公司未来三年内，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的20%。

第二节 本次发行概况

序号	项目	基本情况
1	股票种类	人民币普通股（A股）
2	股票面值	人民币1.00元
3	发行股数	拟发行5,000万股，占发行后总股本比例25%
4	每股发行价	【】元/股
5	发行市盈率	【】倍（每股收益按照2011年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后的总股本20,000万股计算） 【】倍（每股收益按照2011年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前的总股本15,000万股计算）
6	发行前每股净资产	4.84元/股（按经审计的2012年6月30日净资产除以本次发行前的总股本15,000万股计算）
7	发行后每股净资产	【】元/股（在经审计后的2012年6月30日净资产的基础上考虑本次发行募集资金净额的影响）
8	发行市净率	【】倍（按询价后确定的每股发行价格除以发行后每股净资产确定） 【】倍（按询价后确定的每股发行价格除以发行前每股净资产确定）
9	发行方式	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
10	发行对象	符合资格的询价对象和在证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
11	承销方式	余额包销
12	预计募集资金总额	【】万元
13	预计募集资金净额	【】万元
14	发行费用概算	总额【】万元 其中：保荐及承销费用【】万元 审计费用【】万元 律师费用【】万元 发行手续费用【】万元 股票登记费用【】万元 询价及路演推介费用【】万元

第三节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

保荐机构（主承销商） 宏源证券股份有限公司 HONGYUAN SECURITIES CO., LTD.

（北京市西城区太平桥大街19号）

中文名称	成都红旗连锁股份有限公司
英文名称	Chengdu Hongqi Chain Co., Ltd.
注册资本	15,000万
法定代表人	曹世如
成立日期	2000年6月22日
整体变更日期	2010年6月9日
住 址	成都市高新区西区迪康大道7号
邮 编	611731
电话号码	028-87825762
传真号码	028-87825530
互联网网址	http://www.hqls.com.cn
电子信箱	dshbgs@hqls.com.cn

二、发行人历史沿革及改制重组情况

（一）设立方式

本公司是由成都红旗连锁有限公司整体变更设立的股份有限公司。本次整体变更以经立信会计师事务所有限公司信会师报字[2010]第24196号《审计报告》确认的截止2010年3月31日的所有者权益（净资产）355,710,635.95元，按1:0.4217的比例折合股份总额15,000万股，由原股东按原持股比例分别持有，每股面值1元，大于股本部分205,710,635.95元计入资本公积。

2010年6月9日，公司在成都市工商行政管理局完成工商变更登记手续，并领取了注册号为510100000053347的《企业法人营业执照》，注册资本及实收资本为15,000万元。

（二）发起人

公司发起人为曹世如、曹曾俊、杭州新融创业投资合伙企业（有限合伙）、北京商契九鼎投资中心（有限合伙）、北京夏启九鼎投资中心（有限合伙）、厦门龙泰九鼎股权投资合伙企业（有限合伙）和北京立德九鼎投资中心（有限合伙）。

（三）发行人改制前，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

公司整体变更设立之前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的业务如下：

发起人	拥有的主要资产	主要业务
曹世如	红旗连锁股权	股权投资
	红旗资产股权	股权投资
	红旗商厦股权	股权投资
	红旗影业股权	股权投资
	天鼎文化股权	股权投资
曹曾俊	红旗连锁股权	股权投资
	红旗资产股权	股权投资
	红旗商厦股权	股权投资
	天鼎文化股权	股权投资

注：曹世如、曹曾俊持有的天鼎文化股权已于2010年10月21日转让于邓璐怡、钟超宏。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

改制设立时公司从事的主营业务为便利超市的连锁经营，拥有与主营业务相关的经营性资产主要包括生产经营场所（房屋和土地）、机器设备、电子设备和运输设备等固定资产，与主营业务相关的无形资产，以及在控股子公司的股权。公司在整体变更前后的主要资产和实际从事的主要业务均未发生变化。

根据立信会计师事务所有限公司信会师报字[2010]第24196号《审计报告》，截止2010年3月31日，公司总资产为882,562,456.14元，其中流动资产599,775,068.04元、非流动资产282,787,388.10元；负债为526,851,820.19元；净资产总额为355,710,635.95元。

（五）发行人改制后，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

公司系由成都红旗连锁有限公司以其截止2010年3月31日经审计的账面净资产折合股份、整体变更设立的股份有限公司。在有限公司整体变更为股份公司时，发起人以其拥有的红旗有限的权益出资，并没有注入新的资产、业务。在股份公司成立之后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务均未发生重大变化。

三、发行人股本情况

（一）本次发行前后发行人股本变化情况

本次发行前公司总股本为15,000万股，本次拟首次公开发行5,000万股，占发行后总股本的比例为25%。本次发行前后股本结构具体如下：

序号	股东姓名或名称	发行前		发行后	
		股份	出资比例	股份	出资比例
1	曹世如	110,700,000	73.80%	110,700,000	55.35%
2	曹曾俊	12,300,000	8.20%	12,300,000	6.15%
3	杭州新融创业投资合伙企业（有限合伙）	12,000,000	8.00%	12,000,000	6.00%
4	北京商契九鼎投资中心（有限合伙）	7,500,000	5.00%	7,500,000	3.75%
5	厦门龙泰九鼎股权投资合伙企业（有限合伙）	3,000,000	2.00%	3,000,000	1.50%
6	北京夏启九鼎投资中心（有限合伙）	2,505,000	1.67%	2,505,000	1.25%
7	北京立德九鼎投资中心（有限合伙）	1,995,000	1.33%	1,995,000	1.00%
8	社会公众股	—	—	50,000,000	25.00%
合计		150,000,000	100%	200,000,000	100.00%

（二）前十名股东

本次公开发行前，公司前10名股东持股情况见下表：

序号	股东姓名或名称	股份	出资比例
1	曹世如	110,700,000	73.80%
2	曹曾俊	12,300,000	8.20%
3	杭州新融创业投资合伙企业（有限合伙）	12,000,000	8.00%
4	北京商契九鼎投资中心（有限合伙）	7,500,000	5.00%
5	厦门龙泰九鼎股权投资合伙企业（有限合伙）	3,000,000	2.00%
6	北京夏启九鼎投资中心（有限合伙）	2,505,000	1.67%
7	北京立德九鼎投资中心（有限合伙）	1,995,000	1.33%
合计		150,000,000	100%

（三）发行人前十名自然人股东在公司任职情况

本次发行前，公司前十名自然人股东股权比例及在公司任职情况：

序号	股东	持股数（股）	比例（%）	公司职务
1	曹世如	110,700,000	73.80%	董事长、总经理
2	曹曾俊	12,300,000	8.20%	副董事长、副总经理

（四）股东间的关联关系

本次发行前，曹世如与曹曾俊系母子关系，分别持有公司73.80%和8.20%股权；在战略投资者中，夏启九鼎、立德九鼎、商契九鼎和龙泰九鼎均为昆吾九鼎投资管理有限公司或其控制的公司管理的私募股权投资基金，合计持有公司10%的股权。曹世如母子、四家九鼎私募股权投资基金和新融创投之间无关联关系。

（五）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

公司实际控制人曹世如女士承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。在担任红旗连锁董事、监事、高级管理人员期间，每年转让发行人股份的比例不超过本人所持发行人股份总数的25%，在本人离职后半年内不转让发行人的股份，在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售本公司股票数量占其所持有本公司股票总数的比例不超过50%。

公司董事和高级管理人员曹曾俊先生承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。在担任红旗连锁董事、监事、高级管理人员期间，每年转让发行人股份的比例不超过本人所持发行人股份总数的25%，在本人离职后半年内不转让发行人的股份，在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售本公司股票数量占其所持有本公司股票总数的比例不超过50%。

新融创投、夏启九鼎、立德九鼎、商契九鼎和龙泰九鼎承诺：自发行人股票上市之日起一年内，不转让或者委托他人管理其已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

四、发行人的主营业务、主要经营模式、行业竞争情况和竞争地位

（一）发行人的主营业务及其变化情况

本公司的主营业务为便利超市的连锁经营，公司以面向住宅、商务、学校、娱乐等商圈的便利超市零售业态为主，以“便利、放心”为经营特色，经营食品、烟酒、日用百货等商品，同时提供公交卡充值、电信缴费、电费充值、燃气收费、中国移动充值及积分兑换、拉卡拉电子支付（信用卡还款、手机充值、支付宝充值等）等多项便民服务，满足居民便利性的日常生活消费需求，与大型超市进行差异化竞争。

自设立以来，公司的主营业务没有发生变化。

（二）发行人的主要销售方式和经营模式

公司主要经营业态为便利超市，以直营连锁为主，直营门店占全部门店的99%。按照盈利来源不同，公司的主要盈利模式包括经销、代销和便民服务，联营销售占比较小。

（1）经销

经销是指公司采购商品后，商品经公司验收入库后纳入库存管理，公司承担商品所有权上的风险，然后由公司进行商品的销售。经销模式下公司和超市主要来源于商品销售价格与购入成本的差价。

目前公司经销的商品包括香烟、知名白酒、知名红酒及知名企业的饮料（如可口可乐）、洗化用品（如宝洁、联合利华）、食品（统一、康师傅）等。名烟、名酒多数供应紧俏，公司与这些供应商保持的良好关系使公司在采购名烟、名酒等高毛利畅销商品时，可以获得采购量和紧销商品配比方面的优先保障。2009年度、2010年度、2011年度和2012年1-6月，经销商品销售收入分别为99,053万元、109,802万元、140,181万元和84,793.20万元，比重分别为43.01%、42.72%、43.82%和47.31%。

（2）代销

在代销模式下，公司采取视同买断的代销，即由公司代为销售供应商的商品，在合同约定的时间后按照销售量进行结算。供应商按协议约定价格收取代销的货款，代销商品实际售价由公司自行决定，实际售价与协议约定价格之间的差额归公司所有。在商品交付至公司的商品所有权上的风险及报酬并未转移至公司。只有在商品售出后，公司才按实际售价确认收入，并向供应商开具代销清单，供应商则可根据代销清单确认收入。

代销模式下公司利润来源于商品销售价格与购入成本之间的差价以及收取商品管理服务费等费用。2009年度、2010年度、2011年度和2012年1-6月，代销商品销售收入分别为126,522万元、140,654万元、171,665万元和90,235.23万元，比重分别为54.94%、54.72%、53.66%和50.34%。

（3）联营

联营是指供应商提供商品在公司门店指定区域由供应商的销售人员负责销售，双方共同管理。联营商品的进、销、存由供应商负责，在商品尚未售出的情况下，该商品仍属供应商所有，公司不承担该商品的跌价损失及其他风险。联营在公司经营中的比重很小，公司联营商品主要包括部分熟食、快餐、散装大米、鸡蛋、蔬菜和水果等商品，以达到吸引客流的效果，其中熟食、快餐、散装大米和鸡蛋在大部分门店销售，而蔬菜水果则在7家中型超市和少量面积较大的便利超市中销售。2009年度、2010年度和2011年度和2012年1-6月，联营商品销售收入分别为4,731万元、6,566万元、8,071万元和4,206.58万元，比重分别为2.05%、2.55%、2.52%和2.35%。随着公司经营规模的扩大和中型超市和面积较大的便利超市数量的增加，未来联营收入占营业收入的比重将略有上升。

（4）商品管理服务收入和促销收入

公司在经销、代销和联营的同时，还为供应商提供配送、仓储等商品管理服务和促销服务并向供应商收取各类费用，如商品管理服务费、促销宣传费、信息查询费等，商品管理服务费是指公司为供应商提供仓储、运输、搬运等服务收取的费用，促销宣传费包括促销收费、宣传费、促销培训费。公司较高的统一配送比例、初具规模的供应链管理，既降低了供应商的物流成本和库存，提升了供应商对市场的快速反应能力，同时也增加了公司的商品管理服务收入，公司2009年度、2010年度、2011年度和2012年1-6月商品管理服务费、促销宣传费和信息查询费总收入分别为17,604万元、18,631万元、23,711万元和12,652万元，占公司营业总收入的比重分别为7.08%、6.74%、6.88%和6.56%。

（5）便民服务

公司密集的布局合理的门店网络成为离消费者最近的零售平台，公司开展的便民服务在四川连锁超市行业中便民服务种类最多，包括公交卡充值、电信缴费、电费充值、燃气收费、中国移动充值及积分兑换、拉卡拉电子支付（信用卡还款、手机充值、支付宝充值等）、工商银行信用卡积分兑换、自来水费和眼镜话费代收等，并将继续增加机票销售等服务内容。

2009年、2010年、2011年度和2012年1-6月，公司便民服务营业额分别达到2.91亿、5.66亿元、13.18亿元和10.54亿元，报告期内便民服务项目累计为公司带来了超过7,500万人次的客流量。

（三）发行人面临的行业竞争状况

1、竞争格局

四川省以其较大的经济总量和庞大的人口数量，吸引了众多内外资零售企业进驻。沃尔玛（包括好又多）、家乐福、人人乐等企业在大型超市领域占据优势地位，在成都市区竞争激烈，并开始向四川省三四线经济较发达的城市扩张。截止2010年底，沃尔玛在德阳、绵阳开设2家大型超市，人人乐在自贡、乐山开设2家大型超市，家乐福在资阳开设1家大型超市，占据中心城区以外的大型商业市场。

本地品牌凭借对本地消费习惯的熟悉和差异化竞争策略，在便利超市领域占有优势地位，已将成都市主城区大部分成熟社区了占据，本公司、王惠商业和舞东风三家连锁便利超市企业在成都共有约2,300家门店，主要分布在成都市主城区。随着成都市城市建设的发展，新社区不断建成、成熟，以及在主城区内仍存在大量的食杂店、单店超市及小规模连锁超市，为便利超市发展提供了广阔的市场空间。

四川省内二三四线城市的连锁零售行业集中度低，除本公司在眉山、德阳、内江等地共开设45家门店、互惠商业在绵阳、德阳等地拥有50余家门店、乐山三八超市在乐山市拥有30多家门店以外，大部分三四线城市零售业态主要为食杂店、单店超市及小规模连锁超市，市场竞争较为缓和，可供便利超市发展的成熟社区较多。同时便利超市行业开始进入快速发展期，未来成长空间巨大。

2、竞争对手

成都市与公司业态相同或相近的竞争对手主要包括互惠商业、舞东风等。截止2012年6月末，本公司在成都市的门店数量达到1,166家，互惠商业在成都市的门店数量约为750家（来源：成都信用网），舞东风在成都市拥有约530家门店（来源：成都信用网）。公司在四川三四线城市的竞争对手主要为当地的一些小规模连锁及单店超市和食杂店，这些竞争对手由于品牌、规模、成本、质量控制、商品种类等方面的劣势，将逐步被拥有规模与品牌优势的大型连锁便利超市企业替代。

包括沃尔玛（包括好又多）、家乐福、人人乐等在内的大型超市企业，由于市场定位与门店布局等方面的差异，与本公司不进行直接竞争。

（四）发行人在行业中的竞争地位

公司是四川省连锁超市的龙头企业。公司2011年实现营业收入34.48亿元，截止2012年6月底，公司拥有总资产15.59亿元，下属全资子公司9家，开设直营门店1,211家（含24小时便利店37家），其中包括便利超市1,203家，中型超市8家，拥有三座物流配送中心，同时另有加盟店1家。

公司连续6年入围中国服务业企业500强，连续10年荣获中国连锁百强企业，在2011年中国连锁百强中排名第60位，在2011年中国快速消费品连锁百强中排名第26位。

公司的竞争优势体现在：

（1）以便利为特色的差异化竞争策略

公司主要经营业态便利超市以满足消费者的便利需求为主，店均面积为214m2，覆盖半径300—500米，消费者一般步行5—10分钟能够到达门店，在门店的停留时间约为5—10分钟。公司采取与大型超市进行差异化竞争的策略，在商品的结构、数量等方面与大型超市满足消费者一次购齐的需求不同，主要以购买频率高的食品、烟酒、饮料、日常用品等生活必需品和快速消费品为主。

公司在以市场占有的门店网络为依托，向消费者提供便利性的商品的同时，还提供公交卡充值、电信缴费、电费充值、燃气收费、中国移动充值及积分兑换、拉卡拉电子支付（信用卡还款、手机充值、支付宝充值等）等便民增值服务，从而充分满足消费者的便利需求。便利超市为消费者提供购物和增值服务的便利性，使其成为最贴近于消费者的零售业态。

（2）密集的门店资源、区域领先的品牌和规模优势

公司目前在成都市拥有1,166家门店，形成密集分布的门店网络，门店数量在成都市处于领先地位，已经成为消费者满足便利性需求（包括烟酒、食品等快速消费品的购买，公交卡、移动话费等充值）的主要选择。公司经过多年经营，形成了便民、利民、品质保证的品牌形象。2002年“红旗”商标经国家工商总局商标局核准注册，并先后被评为成都市著名商标、四川省著名商标。随着本次募集资金投资项目建设完成后，公司在成渝经济区内的门店资源优势将更加突出。

（3）综合管理下的高效率与标准化快速复制能力

公司采取“统一管理、统一核算、进销分离”的大总部、小门店的集中管理模式。一方面强化总部对门店拓展、信息系统建设、人力资源管理与培训、财务核算、采购与供应商管理、物流配送等的全面统一管理；另一方面制订门店装修、商品货架陈列、店员服务等相关标准，简化和统一门店的日常经营活动，使门店专注于商品销售和服务的提升，增强了门店的可复制性，提升了品牌影响力。同时，公司通过对门店的存货、现金、服务质量进行定期与不定期的审计和监督，实现了对经营风险、服务质量的有效控制。公司凭借快速开店的操作流程与制度、专业化的人员培训体系、及时高效的统一物流配送、先进的信息管理系统，综合应用多种与自身特点相适应的管理技术，实现了高效率、标准