

(上接B088版)

为电视机类、数码家电类商品,供货比例约占电器经销商的47%,家电类主要为冰箱类、冰柜类、洗衣机类、空调类、厨具类商品,供货比例约占电器经销商商品的53%。

超市类经销商商品主要由百货类供货商和食品类供货商提供。其中:百货类供货商主要为洗涤剂、洗化类、卫生用品类商品,供货比例约占超市经销商商品的20%。食品类供货商主要为烟酒类、饮料类、粮油类、休闲食品类商品,供货比例约占超市经销商商品的80%。

(4)存货管理政策主要供应商对公司的信用政策

公司为经销商商品,电器总部负责每月按品牌对商品的销售、库存等情况进行分析,根据市场价格情况,上一周期的销售及库存情况,区分正常商品、新品及供应商阶段性推出的专供及特价机型,确定进货数量,同时向供应商提出要货计划,确保公司电器销售货源。公司主要电器供应商对本公司均有信用额度支持。

超市类常规商品,根据门店上一周期的销售及库存情况进行确定;新品,根据门店的要货计划进行确定;厂家根据市场情况推出的促销商品,根据活动力度、促销活动的时间段及促销商品以往的销量为基准进行确定。同时向供货商提出上述商品的预量,以保证在特殊情况下,超市商品的销售供应。

(5)货币风险、中断风险及对策

根据公司年度经营计划,市场变化趋势和类别商品上年销售情况,统筹安排采购计划,与供应商签订采购合同,明确商品数量计划、交付日期及质量要求,并督促供应商按年度采购合同和公司的年度商品定额及时送货到货、入库,确保商品能够按质按量按时的满足经营需求。同时,由于公司对部分商品实行统购统配,统采量大,将供应商的竞争力融合到公司销售中,提高了供应商的供货积极性,降低了经营风险。

(6)滞销及过期商品的处理政策及减值计提政策

公司一直实施本利分析,对商品采购量与市场销售量做到心中有数,进入本期的销货商品采取与供应商协调换货或在公司促销活动中进行优惠销售,未出现过期商品。

(7)期末存货的有效分布

一般而言,本公司对库存商品按商品进货时间进行管理,对进货时间在6个月以上的库存,由采购经理及与供应商协调返货或者换货。发现问题及时调整商品库存,杜绝库存积压和断货现象,加速周转,以提高库存商品的质量,并减少资金占用。

(2)物流情况

物流运输模式采用自有配送和第三方物流配送相结合的方式。其中,自有配送比例约占10%左右,第三方物流配送比例约占90%。仓储配送中心取得2014年国家5A级综合服务型物流企业认证,本公司仓储配送中心库区占地面积40,000平方米,自有仓库面积35,000平方米。根据公司店铺规模发展的需要,2015年拟在吉林省公主岭市建设冷链项目。该项目占地约49,336平方米,建筑面约48,090平方米,投入资金16,000万元。

(1)董事会关于公司未来发展的讨论与分析

(一)行业竞争格局和发展趋势

2015年内需增长将继续保持下行压力。特别是市场竞争速度的加快,零售行业经营模式的转变,消费者消费习惯的变化,以及多元化的消费结构,开放型的市场竞争格局和电商网购的发展,也给零售业带来了一定影响的冲击,使零售行业面临着竞争和挑战。

在经济新常态下,我国经济增长速度将由高速增长向中高速增长切换。经济结构由失衡到优化再平衡,宏观调控将从总量宽松、粗放刺激转向总量稳定、结构优化。从零售业发展趋势看,国家经济战略的全面深化推进,发展服务业稳增长结构调整的措施等,将为扩大内需带来新的机遇,这将对国内零售行业的发展产生积极作用。另外,零售企业在市场竞争中,不断寻求市场空间层面的提升。调整转型,将实体零售带入体制机制上的活力,跨终端、体验式消费、移动互联网等新的营销方式,也将为实体零售带来新的发展空间。因此,作为内生型企业的本公司,既面临着压力和挑战,也将受益于经济新常态下国家政策的积极影响,受益于新营销方式的转变,在更大范围内获得持续发展的要素,实现健康发展。

2.公司发展战略

深入贯彻党的十八届四中全会精神,主动适应经济新常态下的新特征和新趋势,以可持续发展为目标,以着力提升发展内生动力为主轴,突出推动内涵管理,增强发展能力,突出创新经营体系,提高经营质量,突出发展战略导向,积蓄后发优势,突出推进总量扩张、呈现规模效应,按照推进转型、形成实力、创新超越、引领突破的发展路劲,建立综合竞争实力,发展速度、质量效益相统一的现代企业主业,实现经济效益在新常态中迈上新台阶。

3.经营计划

2015年预计实现营业收入1,270,000万元,较上年增加115,788万元,增长100.3%;预计发生期间费用176,000万元,较上年增加11,011万元,增长6.67%;预计实现营业利润66,500万元,较上年增加10,146万元,增长18%;预计实现利润总额67,000万元,较上年增加7,184万元,增长12%。

4.2015年新店开发计划

2015年,计划新开门店10~12个。其中:购物中心4个,连锁超市6~8个。

(1)购物中心

①通过欧亚购物中心,位于内蒙古自治区通辽市。通辽市是省域副中心城市,具有较好的经济基础和较强的消费能力,商业零售业发展前景广阔。

②乌兰浩特欧亚购物中心,位于内蒙古自治区乌兰浩特市。乌兰浩特市是内蒙古自治区盟盟行署的中心城市,内蒙古自治区的首府。近年来,乌兰浩特市积极探索区域经济发展新格局,经济发展不断加速,消费潜力空间较大。

③白山欧亚购物中心,位于吉林省白山市。白山市是吉林省下辖地级市,位于吉林省长白山西侧,自然资源丰富,区位优势明显,为“中国佳木斯投资潜力县(区)”。白山市社会消费品零售总额、城镇消费品零售额连年增长,呈现强劲发展态势。

④吉林磐石欧亚购物中心,位于吉林省磐石市。磐石市位于吉林省中南部、吉林省南部。该市地区生产总值、财政收入稳步增长,城市发展能力不断增强,发展潜力越发显现。

公司具有良好的品牌形象及市场影响力和竞争力,凭借自身在地经济发展的情况,有能力将上述4个购物中心打造成当地经营规模最大、经营功能最全、经营档次最高、经营能力强、经营环境最好的一站式购物中心,使其成为所在地发展现代零售商业的重要引擎。

(2)连锁超市

在北京朝阳区新开欧亚超市。拟以经营吉林省土特产品为主,在首都打造展示东北特色的精品店。在吉林省新开7~7个超市。

从零售行业发展趋势看,电商与实体商业同行将是商业“新常态”,公司将抓住吉林省大力改善流通渠道,扩大居民消费的难得机遇,依托欧亚品牌的影响力,加速扩大连锁经营规模,提高连锁的经营辐射力,市场影响力、行业影响力和集聚效应。

(3)2015年关店计划。

5.因维持现有业务并完成在建投资项目所需的资金需求

2015年资本开支计划12亿元,其中:自建项目购置土地投入资金3,000万元,在建、新建及购买资产投入资金102,000万元,仓储物流投入建设资金15,000万元。

根据银行特点,新建成零售商业门店后,一般需要2~3年市场培育期,在此阶段不会产生预期投资收益。

6.可能面临的诉讼

(1)市场竞争风险。本公司主要经营区域在东北地区,同一地区内实体店商业云集,公司在实体商业竞争对手的同时,亦面临着电商跨界经营的冲击和影响。因此,公司面临着一定的市场竞争风险。

(2)经营风险。零售行业属于新型行业,经营增速放缓,会对消费者消费预期以及消费信心造成负面影响,进而对公司带来的一定的经营风险。同时,由于近年来新开门店较多,需要一定的市场培育期,因此新开门店的经营业绩存在一定的不确定性,可能会对公司的整体盈利能力造成一定影响。

(3)管理风险。近年来公司经营规模、地域行业逐步扩展,规模扩张是对公司管理模式和管理能力的重大考验,如公司的管理能力不能够与经营规模同步得到提升,将可能对公司的业务发展产生影响,因此存在一定程度的管理风险。

(4)会计准则对会计政策“非标准审计报告”的说明

董事会对会计政策、估计或核算方法变更的原因和影响的分析说明

2014年财政部修订了《企业会计准则第2号—长期股权投资》、《企业会计准则第9号—职工薪酬》、《企业会计准则第30号—财务报表列报》、《企业会计准则第33号—合并财务报表》,新颁布了《企业会计准则第40号—公允价值计量》。《企业会计准则第40号—合营安排》、《企业会计准则第41号—在其主体中权益的披露》。并自2014年7月1日起施行。

根据上述会计准则的修订或颁布,自以上文件规定的起始日开始执行上述企业会计准则,并与公司会计政策进行了变更,对相关项目的本期数进行了调整、对期初金额进行了追溯调整。

1.根据《企业会计准则第2号—长期股权投资》,相应调整了本期及期初长期股权投资及可供出售金融资产项目。调减长期股权投资1,021,883.03元,调增可供出售金融资产1,021,883.03元。上述调整,对公司本期及期初可供出售金融资产和长期股权投资两个报表项目金额产生影响,对公司经营成果和现金流量无影响。

2.对财务报告中关于职工薪酬、财务报表列报、公允价值计量、合营安排及其他主体中权益的相关业务及事项,按照新准则进行核算与披露,对本期及期初财务报表无影响。

(三)利润分配或资本公积转增预案

根据中国证监会及吉林省局关于进一步做好现金分红工作的通知》精神,2014年4月17日,公司七届十五次董事会审议通过了《关于修改公司章程的议案》,对公司章程中利润分配条款进行了完善。

新完善的利润分配条款,进一步明确了公司利润分配的决策程序、利润分配政策及条件、利润分配政策的执行。本次对利润分配条款的修订,履行了相应的决策程序,调整的条件和程序合规透明。

本报告期,公司根据2013年度股东大会决议,实施了《2013年度利润分配方案》,以公司2013年未总股本159,088,075股为基数,向全体股东每10股派发现金红利3.00元(含税),共计派发现金红利4,774,024.50元,占2013年度合并报表净利润的11.75%。

2015年公司将继续推进市场战略布局,可研并陆续确定主业投资项目,初步预算年内将有12亿元左右的投资支出。鉴于公司未来发展前景,着眼于长远可持续发展,在综合分析公司经营及资金状况,项目投资资金需求,维护股东依法享有资产收益等因素的基础上会提出该预案。

该利润分配预案,符合中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》的相关要求,符合《公司章程》的规定和公司发展阶段及长期的实际情形,分红标准和比例明确清晰,充分保护了股东特别是中小股东的合法权益。

公司独立董事对2014年度利润分配预案进行审议并出具了独立意见:同意公司《2014年度利润分配预案》,并同意董事会将《2014年度利润分配预案》提交公司2014年年度股东大会审议。

2.公司近三年(含报告期)的利润分配方案或预案、资本公积金转增股本方案或预案

单位:人民币 元

分红年度	每10股送红股(股)	每10股派息(元)(含税)	每10股转增(股)	现金分红的数额(元)(含税)	分红年度合并报表中母公司净利润(元)(含税)	母公司净资产的净利润的比率(%)
2014年度	3.00	52,499,647.55	206,754,098.20	17,57		
2013年度	3.00	52,499,647.55	245,260,196.17	21.41		
2012年度	3.00	47,756,423.50	201,854,637.31	23.64		

(四)积极履行社会责任的工作情况

社会责任工作情况

依法治企。按照国家相关法律法规的规定,公司建立了安全管理、环境管理、质量管理、经营管理、供应商管理和服务人员及员工权益保护管理等多方面的制度。通过制度落实,创新良好经营环境,保护了利益相关者的合法权益。

规范运作。公司信息公开披露、投资者关系管理,依法纳税等为企业责任。坚持真实、准确、完整地披露定期报告及有关公司重要信息的临时报告,认真搞好投资者关系管理,坚持依法纳税的原则,按时足额缴纳各种税款。

诚信经营。公司诚信体现在经营中,提出了合法经营、合法质量、合理价格、合情服务、合营管理“五合”的诚信经营准则。在诚信的前提下,一手托起消费者,一手托起供货商,搭建和谐的经营平台。

和谐发展。公司以推动企业发展为目标,以弘扬企业文化为主线,加强企业文化建设,引导员工的正确取向,使员工热爱企业,无私奉献的热情转化为有效行动,企业的凝聚力不断提高,同时,将发展岗位作为责任,不断向社会提供就业岗位。

3.涉及财务报告的相关事项

4.对财务报告相比,会计政策发生变化的,公司应当说明情况,原因及其影响

2014年财政部修订了《企业会计准则第2号—长期股权投资》、《企业会计准则第9号—职工薪酬》、《企业会计准则第30号—财务报表列报》、《企业会计准则第33号—合并财务报表》,新颁布了《企业会计准则第40号—公允价值计量》。《企业会计准则第41号—在其主体中权益的披露》。并自2014年7月1日起施行。

根据上述会计准则的修订或颁布,自以上文件规定的起始日开始执行上述企业会计准则,并与公司会计政策进行了变更,对相关项目的本期数进行了调整、对期初金额进行了追溯调整。

5.根据《企业会计准则第2号—长期股权投资》的要求,相应调整了本期及期初长期股权投资及可供出售金融资产项目。调减长期股权投资1,021,883.03元,调增可供出售金融资产1,021,883.03元。上述调整,对公司本期及期初可供出售金融资产和长期股权投资两

个报表项目金额产生影响,对公司经营成果和现金流量无影响。

2.对财务报表中关于职工薪酬、财务报表列报、合并财务报表、公允价值计量、合营安排及其他主体中权益的相关业务及事项,按照新准则进行核算与披露,对本期和期初财务报表无影响。

(二)与上年度财务报告相比,对财务报表合并范围发生变化的,公司应当作出具体说明

本公司纳入合并财务报表范围的主要子公司详见“在其他主体中的权益”的相关内容。

超市长欧亚商品主要由百货类供货商和食品类供货商提供。其中:百货类供货商主要为洗涤剂、洗化类、卫生用品类商品,供货比例约占超市经销商商品的20%。食品类供货商主要为烟酒类、饮料类、粮油类、休闲食品类商品,供货比例约占超市经销商商品的80%。

(4)存货管理政策主要供应商对公司的信用政策

公司为经销商商品,电器总部负责每月按品牌对商品的销售、库存等情况进行分析,根据市场价格情况,上一周期的销售及库存情况,区分正常商品、新品及供应商阶段性推出的专供及特价机型,确定进货数量,同时向供应商提出要货计划,确保公司电器销售货源。公司主要电器供应商对本公司均有信用额度支持。

超市类常规商品,根据门店上一周期的销售及库存情况进行确定;新品,根据门店的要货计划进行确定;厂家根据市场情况推出的促销商品,根据活动力度、促销活动的时间段及促销商品以往的销量为基准进行确定。同时向供货商提出上述商品的预量,以保证在特殊情况下,超市商品的销售供应。

(5)货币风险、中断风险及对策

根据公司年度经营计划,市场变化趋势和类别商品上年销售情况,统筹安排采购计划,与供应商签订采购合同,明确商品数量计划、交付日期及质量要求,并督促供应商按年度采购合同和公司的年度商品定额及时送货到货、入库,确保商品能够按质按量按时的满足经营需求。同时,由于公司对部分商品实行统购统配,统采量大,将供应商的竞争力融合到公司销售中,提高了供应商的供货积极性,降低了经营风险。

超市类常规商品,根据门店上一周期的销售及库存情况进行确定;新品,根据门店的要货计划进行确定;厂家根据市场情况推出的促销商品,根据活动力度、促销活动的时间段及促销商品以往的销量为基准进行确定。同时向供货商提出上述商品的预量,以保证在特殊情况下,超市商品的销售供应。

(6)滞销及过期商品的处理政策及减值计提政策

公司一直实施本利分析,对商品采购量与市场销售量做到心中有数,进入本期的销货商品采取与供应商协调换货或在公司促销活动中进行优惠销售,未出现过期商品。

(7)期末存货的有效分布

一般而言,本公司对库存商品按商品进货时间进行管理,对进货时间在6个月以上的库存,由采购经理及与供应商协调返货或者换货。发现问题及时调整商品库存,杜绝库存积压和断货现象,加速周转,以提高库存商品的质量,并减少资金占用。

(2)物流情况

物流运输模式采用自有配送和第三方物流配送相结合的方式。其中,自有配送比例约占10%左右,第三方物流配送比例约占90%。仓储配送中心取得2014年国家5A级综合服务型物流企业认证,本公司仓储配送中心库区占地面积40,000平方米,自有仓库面积35,000平方米。根据公司店铺规模发展的需要,2015年拟在吉林省公主岭市建设冷链项目。该项目占地约49,336平方米,建筑面约48,090平方米,投入资金16,000万元。

(1)董事会关于公司未来发展的讨论与分析

(一)行业竞争格局和发展趋势

2015年内需增长将继续保持下行压力。特别是市场竞争速度的加快,零售行业经营模式的转变,消费者消费习惯的变化,以及多元化的消费结构,开放型的市场竞争格局和电商网购的发展,也给零售业带来了一定影响的冲击,使零售行业面临着竞争和挑战。

在经济新常态下,我国经济增长速度将由高速增长向中高速增长切换。经济结构由失衡到优化再平衡,宏观调控将从总量宽松、粗放刺激转向总量稳定、结构优化。从零售业发展趋势看,国家经济战略的全面深化推进,发展服务业稳增长结构调整的措施等,将为扩大内需带来新的机遇,这将对国内零售行业的发展产生积极作用。另外,零售企业在市场竞争中,不断寻求市场空间层面的提升。调整转型,将实体零售带入体制机制上的活力,跨终端、体验式消费、移动互联网等新的营销方式,也将为实体零售带来新的发展空间。因此,作为内生型企业的本公司,既面临着压力和挑战,也将受益于经济新常态下国家政策的积极影响,受益于新营销方式的转变,在更大范围内获得持续发展的要素,实现健康发展。

2.公司发展战略

深入贯彻党的十八大精神,主动适应经济新常态下的新特征和新趋势,以可持续发展为目标,以着力提升发展内生动力为主轴,突出推动内涵管理,增强发展能力,突出创新经营体系,提高经营质量,突出发展战略导向,积蓄后发优势,突出推进总量扩张、呈现规模效应,按照推进转型、形成实力、创新超越、引领突破的发展路劲,建立综合竞争实力,发展速度、质量效益相统一的现代企业主业,实现经济效益在新常态中迈上新台阶。

(一)行业竞争格局和发展趋势

</