

信息披露 Disclosure

(上接A50版)

注:公司现有银行借款为长期借款,根据借款合同约定,自2014年开始分期还款。

上述财务指标的计算方法如下:

流动比率=(流动资产/流动负债)

2.存货周转率=(营业成本/存货平均余额)/流动负债;

3.存货周转天数=存货平均余额/(存货周转率×360);

4.每股净资产=期末归属于母公司股东的权益/股本;

5.应收款项周转率(次)=营业收入/应收账款平均余额;

6.存货周转率(次)=营业收入/存货平均余额;

7.每股经营活动产生的现金流量净额/股本=经营活动产生的现金流量净额/股本;

8.每股现金流量净额=(现金及现金等价物增加额/股本);

9.利息保障倍数=(利润总额+利息费用)/利息费用;

10.资产负债率=负债总额/总资产;

11.利得率=净利润/实际利息支出;应付利息支出。

第二章 公司基本情况

中文名称:北京城乡贸易中心股份有限公司

英文名称:BEIJING URBAN-RURAL TRADE CENTRE CO.,LTD.

注册资本:人民币壹拾亿圆整

住所:北京市朝阳区曙光西里甲2号

法定代表人:王砾红

成立日期:1993年11月12日

注册资本:316,804,949元

法人企业营业执照注册号:110000005007116

组织机构代码:410196366-X

股票简称:北京城乡

股票代码:600861

股票上市地:上海证券交易所

董事会秘书:陈虹

办公地址:北京市海淀区复兴路甲23号

电话:010-68216956

传真:010-68216933

邮政编码:100036

经营范围:批发兼零售预包装食品、散装食品(含熟食);现场制作;面包、月饼、糕点、裱花蛋糕)、乳制品(含婴幼儿配方奶粉);销售煤炭及制品、零售药品、烟、国家正式出版的国内版书籍和音像制品、电子产品、家用电器、计算机外设、饮食、电子产品等万种产品在网上销售;为消费者提供丰富的产品线上的网上购物服务。

百货商场系公司经营的北京城乡购物中心商业广场、北京城乡购物中心商业广场和华懋商厦均位于公司投资商前者的经营地位为“高档名牌商店、高档精品店、突出企业形象”,后者位于“青春靓丽”的经营定位,两者在商品品质、品牌上错位互补,相得益彰,力求让消费者获得最满意的购物体验。

百货商场系公司经营的北京城乡购物中心位于中关村商圈,经营涉及餐饮、吃穿、休闲、食品、礼品、保健、酒水饮料、糖果糕点、洗涤化妆品、休闲百货、服装鞋帽、针纺织品、床上用品等品种。

网上商城系公司经营的城市网上商城。城市网上商城是一家专业的企业网络营销平台,通过实体店铺等系统采集商品数据,家电、珠宝首饰、服饰、电子产品等万种产品在网上销售,为消费者提供丰富的网上购物服务。

社区系公司经营的一八八社区超市。一八八超市将立足于社区,为社区居民提供购物、家政服务、送餐送饭、洗衣、快速收发、代办票务等便利的一站式服务,形成社区服务终端。社区超市是公司实现三级商业模式的重要环节,是未来经营的重点投入领域,社区超市的经营收入将充分完善公司的商业网络和商业服务体系。

新闻商务服务

公司的新闻商务主要通过北京城乡购物中心商业广场和华懋商厦、城乡合营超市、小屯菜市以及社区超市实现。北京城乡购物中心商业广场和华懋商厦位于北京传统的商业中心——复兴路与三环交界地带,地铁一号线和十号线在此交汇,客流量巨大,相对较高,北京城乡购物中心商业广场和华懋商厦都是经营百货业态,但在经营商品品类、消费人群定位方面存在差异,华懋商厦不仅在百货业经营种类齐全,而且开闭店快,日用品陈列,为顾客提供一站式购物服务,华懋商厦立足于在百货业经营种类齐全,不断引入新的时尚、休闲运动的品牌合作伙伴,通过品质优化,持续不断地布局终端,调整经营网点,逐步完善百货业经营种类,满足消费者对高品质商品的需求。城乡合营超市位于北京城乡购物中心商业广场和华懋商厦附近,客户人群互补,加之地理位置优势,通过不同消费群体的购物需求,尤其是家庭休闲购物需求,顾客购物体验感不断增强,从而吸引更多的消费者光顾,成为购物中心和华懋商厦经营的重要支撑。社区超市的经营定位,不断提升品牌形象,通过电商渠道,提升客户黏性,从而带动客户群体的二次消费,形成良好的品牌影响。城乡合营超市通过线上线下融合的经营方式,通过商品质量、服务品质、价格优势,赢得客户口碑,从而提升客户满意度,形成良好的品牌形象。

百货商场系公司经营的“一八八社区超市”。一八八超市将立足于社区,为社区居民提供购物、家政服务、送餐送饭、洗衣、快速收发、代办票务等便利的一站式服务,形成社区服务终端。社区超市是公司实现三级商业模式的重要环节,是未来经营的重点投入领域,社区超市的经营收入将充分完善公司的商业网络和商业服务体系。

(二)“双网融合”模式

在互联网经济大发展的背景下,以淘宝、京东为代表的电子商务网站迅猛发展,快捷的购物方式以及全新的消费体验使消费者的购买习惯发生了变化,网络交易规模不断壮大,对传统百货零售企业造成重大威胁。

对于电商的冲击,传统百货开始启动“双网融合”模式,实现为百货零售业未来的发展趋势。

(三)购物中心核心

百货商场需要吸引顾客,满足顾客的多品种、多层次需求是关键。作为实体店,要想满足消费者的“一站式”购物需求,需购物流、娱乐、休闲、餐饮为一体的大量的商品综合体系未来发展的趋势。

5.行业发展趋势

百货商场的经营面临着巨大的挑战,如何在激烈的市场竞争中脱颖而出,是摆在百货零售企业面前的重大课题。

百货商场的经营面临着巨大的挑战,如何在激烈的市场竞争中脱颖而出,是摆在百货零售企业面前的重大课题。