证券代码：601933.SH　　证券简称：永辉超市

永辉超市股份有限公司
2025年度向特定对象发行A股股票预案

二零二五年七月

公司声明

1、本公司及董事会全体成员保证公告内容真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本预案内容的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

2、本次向特定对象发行A股股票完成后，公司经营与收益的变化由公司自行负责；因本次向特定对象发行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向特定对象发行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、注册部门对于本次向特定对象发行A股股票相关事项的实质性判断、确认、批准或核准。本预案所述本次向特定对象发行A股股票相关事项的生效和完成尚待公司股东会审议通过、上海证券交易所审核通过，并经中国证监会同意注册。

6、本预案中如有涉及投资效益或业绩预测等内容，均不构成公司对任何投资者或相关人士的承诺，投资者及相关人士应当理解计划、预测或承诺之间的差异，并注意投资风险。

特别提示

本部分所述的词语或简称与本预案“释义”中所定义的词语或简称具有相同的含义。

1、本次向特定对象发行股票的方案及相关事项已经获得公司2025年7月30日召开的第六届董事会第四次会议审议通过，本次向特定对象发行股票尚待公司股东会审议通过、上海证券交易所审核通过、中国证监会同意注册。

2、本次发行的发行对象为不超过35名符合中国证监会规定条件的特定投资者，包括证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者（含上述投资者的自营账户或管理的投资产品账户）、其他合格的境内法人投资者和自然人。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的两只以上产品认购的，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。

最终发行对象将在本次发行获得上海证券交易所审核通过并经中国证监会作出同意注册决定后，按照相关规定，由公司董事会与保荐人（主承销商）根据发行对象申购报价的情况，遵照价格优先等原则确定。

所有发行对象均以现金方式认购本次发行的股票。

3、本次向特定对象发行股票采取竞价发行方式，定价基准日为公司本次发行的发行期首日，发行价格不低于定价基准日前20个交易日公司股票交易均价的80%，且不低于本次发行前最近一期经审计的归属于母公司普通股股东的每股净资产的金额。定价基准日前20个交易日公司股票交易均价=定价基准日前20个交易日公司A股股票交易总额/定价基准日前20个交易日公司A股股票交易总量。

若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项，则前述发行底价将进行相应调整。

本次发行股票的最终发行价格将在本次发行获得上海证券交易所审核通过并经中国证监会作出同意注册决定后，按照法律法规及中国证监会等有权部门的规定，根据发行对象申购报价的情况，遵照价格优先等原则，由公司董事会根据股东会的授权与保荐人（主承销商）协商确定。

4、本次向特定对象发行股票数量不超过发行前公司总股本的30%，最终以中国证监会同意注册的批复文件为准。

若公司股票在本次发行前有资本公积转增股本、派送股票红利、股权激励、股票回购注销等事项及其他原因导致本次发行前公司总股本发生变动，则本次发行股票数量应做相应调整。

最终发行数量将在本次发行获得上海证券交易所审核通过并经中国证监会作出同意注册决定后，由公司董事会根据公司股东会授权及发行时的实际情况，与本次发行的保荐人（主承销商）协商确定。

若本次发行的股份总数因监管政策变化或根据发行审批文件的要求予以调整，则本次发行的股票数量将相应调整。

5、本次向特定对象发行股票募集资金总金额不超过399,207.99万元（含本数），本次募集资金总额在扣除发行费用后的净额将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总金额	募集资金投资金额
1	门店升级改造项目	559,707.27	321,307.27
2	物流仓储升级改造项目	30,900.72	30,900.72
3	补充流动资金或偿还银行贷款	47,000.00	47,000.00
合计		637,607.99	399,207.99

在本次发行募集资金到位前，公司可根据募集资金投资项目的实际情况，以自有或自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。

本次发行募集资金到位后，若扣除发行费用后的实际募集资金净额少于拟投入募集资金总额，在本次发行募集资金投资项目范围内，公司将根据实际募集资金数额，对上述项目的募集资金投入金额进行适当调整，募集资金不足部分由公司以自有或自筹资金解决。

6、发行人本次向特定对象发行股票符合《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司证券发行注册管理办法》及《上海证券交易所股票上市规则》等法律、法规的有关规定，本次向特定对象发行股票不会导致公司控股股东及实际控制人发生变化，亦不会导致公司股权分布不符合上市条件。

7、本次向特定对象发行股票决议的有效期为自公司股东会审议通过之日起12个月。

8、本次发行对象所认购的股份自发行结束之日起六个月内不得转让。本次发行对象所取得上市公司定向发行的股份因上市公司分配股票股利、资本公积金转增等形式所衍生取得的股份亦应遵守上述股份锁定安排。限售期结束后按中国证监会及上海证券交易所的有关规定执行。

本次发行的对象通过本次发行取得的公司股份在限售期届满后进行减持，还需遵守届时有效的法律、法规、规范性文件、上海证券交易所相关规则以及《公司章程》的相关规定。

9、公司一贯重视对投资者的持续回报。关于公司利润分配政策、最近三年现金分红情况及未来三年股东分红回报计划等具体内容参见本预案“第四节 公司利润分配政策及相关情况”。

10、根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）以及《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号）等文件的有关规定，公司就本次发行对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，并将采取多种措施保证此次募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险、提高未来的回报能力。有关内容详见本预案“第五节 本次向特定对象发行股票摊薄即期回报分析”。

公司所制定的填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任，提请广大投资者注意。

11、本次发行完成前上市公司的滚存未分配利润将由本次发行完成后的新老股东按照发行后的持股比例共同享有。

12、董事会特别提醒投资者仔细阅读本预案“第三节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析”之“六、本次股票发行相关的风险说明”有关内容，注意投资风险。

释义

本预案中除另有说明外，下列简称具有如下含义：

发行人、公司、本公司、上市公司、永辉超市	指	永辉超市股份有限公司
本次发行、本次向特定对象发行股票	指	永辉超市2025年度向特定对象发行A股股票的事项
本预案、预案	指	《永辉超市股份有限公司2025年度向特定对象发行A股股票预案》
募集资金	指	本次向特定对象发行A股股票所募集的资金
骏才国际	指	广东骏才国际商贸有限公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
《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》
《注册管理办法》	指	《上市公司证券发行注册管理办法》
《股票上市规则》	指	《上海证券交易所股票上市规则》
《公司章程》	指	《永辉超市股份有限公司章程》
股东会	指	永辉超市股份有限公司股东会
董事会	指	永辉超市股份有限公司董事会
监事会	指	永辉超市股份有限公司监事会
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元

注1：本预案所引用的财务数据和财务指标，如无特殊说明，指合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标。

注2：本预案中部分合计数与各加数直接相加之和在末尾数上存在差异的，这些差异是由于数据换算时四舍五入造成的。

第一节 本次发行股票方案概要

一、发行人基本情况

公司名称	永辉超市股份有限公司
英文名称	YONGHUI SUPERSTORES CO., LTD.
注册资本	907,503.6993万元人民币
注册地址	福建省福州市西二环中路436号
法定代表人	张轩松
上市地点	上海证券交易所
股票简称	永辉超市
股票代码	601933
统一社会信用代码	91350000727900106T
电话	0591-83962802
传真	0591-83962802
公司网址	http://www.yonghui.com.cn
经营范围	农副产品、水产品、粮油及制品、食品饮料、酒及其他副食品、日用百货、家用电器及电子产品、通讯器材、针纺织品、服装、文化体育用品及器材、音像制品、出版物及电子出版物、珠宝、金银饰品、汽车摩托车零配件、汽车装潢、消防器材、工艺品（文物、象牙及其制品除外）、五金交电、仪器仪表、五金家具及室内装修材料、花卉、玩具等的零售和批发，以及提供相关的配套服务；零售和批发预包装食品、散装食品、保健食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）；零售和批发医疗器械；西药销售（不含兽药，不含互联网药品交易服务）；中药销售（不含兽药，不含互联网药品交易服务）；互联网药品交易服务；零售香烟（限分支机构在行业许可的期限和范围内开展经营活动）；组织现场自营商品的加工及农副产品收购；餐饮服务；出租部分商铺设施或分租部分商铺的场地予分租户从事合法经营（以上全部项目另设分支机构经营）；物业管理、仓储服务、广告服务；信息咨询（保险、证券、期货、金融等行业咨询除外）；以特许经营方式从事商业活动；自营商品的进口，采购国内产品的出口（以上商品进出口不涉及国营贸易、进出口配额许可证、出口配额招标、出口许可证等专项管理的商品）；网上贸易代理；互联网零售；信息服务业务；互联网接入服务业务；互联网数据中心业务；在线数据处理与交易处理业务；专业停车场服务；普通货物道路运输；冷藏车道路运输；集装箱道路运输；大型货物道路运输；其他道路货物运输。（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、本次发行的背景和目的

近年来随着零售行业竞争的持续加剧以及消费者对于场景体验、产品品质要求的不断提升，品质消费正逐步重构零售生态。2024年公司主动寻求变革，以“品质零售”为核心启动战略转型，全面学习胖东来模式调改门店及组织转型，截至2024年12月末已完成31家门店商品结构调整与服务升级。公司于2024年明确“品质零售”的改革方向，致力于打造品质与幸福的商业模式。

为加快实现公司的战略规划目标，公司一方面将持续对现有门店进行升级改造，坚定走胖东来模式的品质零售路线；另一方面将打造品质永辉的供应链体系，打造阳光型、服务型供应链合作模式，并提升自身的物流仓储能力。本次发行所募集的资金将主要用于门店升级改造、物流仓储升级改造等项目，符合公司的改革方向及战略规划目标，有利于进一步提升公司核心竞争力和盈利能力。

通过本次发行，公司将借助资本市场平台增强资本实力，从而实现资本结构的优化，增强财务稳健性及资金实力，提升抗风险能力。同时，募集资金的投入将为公司经营发展带来有力支持，提升综合竞争力、巩固市场地位，有助于上市公司持续健康发展，符合公司全体股东的利益。

三、发行对象及其与公司的关系

（一）发行对象

本次发行的发行对象为不超过35名（含35名）符合法律法规规定的特定对象，包括证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、资产管理公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、其他境内法人投资者、自然人或其他合格投资者。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的2只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终发行对象将在本次发行经上海证券交易所审核通过并经中国证监会同意注册后，由公司董事会根据询价结果，与保荐人（主承销商）协商确定。若发行时法律、法规或规范性文件对发行对象另有规定的，从其规定。所有发行对象均以人民币现金方式并以同一价格认购公司本次发行的股票。

（二）发行对象与公司的关系

截至本预案公告日，本次发行的发行对象尚未确定，因而无法确定发行对象与公司是否存在关联关系。发行对象与公司的关系将在发行结束后公告的发行情况报告书等文件中予以披露。

四、本次向特定对象发行股票方案概要

（一）发行股票的种类和面值

本次发行的股票种类为境内上市的人民币普通股（A股），每股面值为人民币1.00元。

（二）发行方式和发行时间

本次发行采取向特定对象发行股票方式，公司将在通过上交所审核并取得中国证监会同意注册的批复后，在有效期内择机向特定对象发行股票。

（三）发行对象及认购方式

本次发行的发行对象为不超过35名（含35名）符合法律法规规定的特定对象，包括证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、资产管理公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、其他境内法人投资者、自然人或其他合格投资者。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的2只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终发行对象将在本次发行经上海证券交易所审核通过并经中国证监会同意注册后，由公司董事会根据询价结果，与保荐人（主承销商）协商确定。本次发行的所有发行对象均以人民币现金方式并以同一价格认购公司本次发行的股票。

（四）定价基准日、发行价格及定价原则

本次发行的定价基准日为发行期首日，发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价的80%，且不低于本次发行前最近一期经审计的归属于母公司普通股股东的每股净资产的金额。上述均价的计算公式为：定价基准日前二十个交易日股票交易均价=定价基准日前二十个交易日股票交易总额/定价基准日前二十个交易日股票交易总量。

若公司股票在该20个交易日内发生因派息、送股、配股、资本公积转增股本等除权、除息事项引起股价调整的情形，则对调整前交易日的交易价格按经过相应除权、除息调整后的价格计算。在定价基准日至发行日期间，公司如发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项，则本次发行的底价将作相应调整。

调整方式如下：

派发现金股利：P1=P0-D

送股或转增股本：P1=P0/（1+n）

派发现金同时送股或转增股本：P1=（P0-D）/（1+n）

其中，P0为调整前发行底价，D为每股派发现金股利，n为每股送股或转增股本数，P1为调整后发行底价。

最终发行价格将在本次发行通过上交所审核并取得中国证监会同意注册的批复后，按照相关法律、法规、规章及规范性文件的规定和监管部门的要求，由公司董事会及其授权人士根据公司股东会的授权与保荐人（主承销商）按照相关法律、法规和规范性文件的规定及发行对象申购报价情况，遵照价格优先等原则协商确定，但不低于前述发行底价。

（五）发行数量

本次发行的股票数量按照募集资金总额除以发行价格确定，同时本次发行股票数量不超过本次向特定对象发行股票前公司总股本的30%，最终发行数量上限以中国证监会同意注册的发行数量上限为准。在前述范围内，最终发行数量由股东会授权董事会根据具体情况与本次发行的保荐人（主承销商）协商确定。

若公司股票在定价基准日至发行日期间发生送股、资本公积金转增股本或因其他原因导致本次发行前公司总股本发生变动及本次发行价格发生调整的，则本次发行的股票数量上限将进行相应调整。最终发行股票数量以中国证监会同意注册的数量为准。

（六）本次发行股票的限售期

本次向特定对象发行的股票自发行结束之日起六个月内不得转让。

本次发行结束后，因公司送红股、资本公积转增股本等原因增加的公司股份，亦应遵守上述限售期安排。上述限售期届满后，该等股份的转让和交易将根据届时有效的法律法规及中国证监会、上海证券交易所的有关规定执行。法律、法规对限售期另有规定的，依其规定。

（七）募集资金规模及用途

本次向特定对象发行A股股票募集资金总额不超过399,207.99万元（含本数），募集资金总额在扣除发行费用后的净额将用于以下方向：

单位：万元

序号	项目	项目总投资	募集资金金额
1	门店升级改造项目	559,707.27	321,307.27
2	物流仓储升级改造项目	30,900.72	30,900.72
3	补充流动资金或偿还银行贷款	47,000.00	47,000.00
合计		637,607.99	399,207.99

在本次发行募集资金到位前，公司可根据募集资金投资项目的实际情况，以自有或自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。

本次发行募集资金到位后，若扣除发行费用后的实际募集资金净额少于拟投入募集资金总额，在本次发行募集资金投资项目范围内，公司将根据实际募集资金数额，对上述项目的募集资金投入金额进行适当调整，募集资金不足部分由公司以自有或自筹资金解决。

（八）股票上市地点

本次向特定对象发行的股票将申请在上海证券交易所上市交易。

（九）本次发行前滚存未分配利润的安排

本次发行完成后，公司本次发行前滚存的未分配利润由公司新老股东按照发行后的股份比例共同享有。

（十）本次发行决议的有效期限

本次发行决议的有效期限为自公司股东会审议通过之日起12个月。

若国家法律、法规对向特定对象发行股票有新的规定，公司将按新的规定进行相应调整。

五、本次向特定对象发行股票是否构成关联交易

截至本预案公告日，本次发行尚未确定发行对象，因而无法确定本次发行是否构成关联交易，最终是否存在因关联方认购公司本次向特定对象发行股票构成关联交易的情形，将在发行结束后公告的发行情况报告书中予以披露。

六、本次发行是否导致控制权发生变化

截至本预案公告日，骏才国际持有公司2,668,135,376股股份，占公司总股本的29.40%，为公司第一大股东；骏才国际提名董事在公司董事会中占3席，不能够决定公司董事会半数以上成员选任。因此，公司目前无控股股东、无实际控制人。

本次发行后，公司预计将继续保持无控股股东、无实际控制人的治理状态，即本次发行不会导致公司控制权发生变化。

七、本次发行是否导致公司股权分布不具备上市条件

本次发行不会导致公司股权分布不具备上市条件。

八、本次发行取得批准的情况及尚需呈报批准的程序

（一）本次发行已取得的批准

2025年7月30日，发行人召开第六届董事会第四次会议，审议并通过了本次向特定对象发行股票的方案及相关事项。

（二）本次发行尚需取得的批准

1、本次向特定对象发行股票尚需经公司股东会审议通过；

2、本次向特定对象发行股票尚需经上海证券交易所审核通过；

3、本次向特定对象发行股票尚需经中国证监会同意注册。

第二节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、本次募集资金使用计划

本次向特定对象发行股票募集资金总额不超过399,207.99万元（含本数），扣除发行费用后的净额将全部用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总金额	募集资金投资金额
1	门店升级改造项目	559,707.27	321,307.27
2	物流仓储升级改造项目	30,900.72	30,900.72
3	补充流动资金或偿还银行贷款	47,000.00	47,000.00
合计		637,607.99	399,207.99

在本次发行募集资金到位前，公司可根据募集资金投资项目的实际情况，以自有或自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。

本次发行募集资金到位后，若扣除发行费用后的实际募集资金净额少于拟投入募集资金总额，在本次发行募集资金投资项目范围内，公司将根据实际募集资金数额，对上述项目的募集资金投入金额进行适当调整，募集资金不足部分由公司以自有或自筹资金解决。

二、本次募集资金投资项目的可行性分析

（一）门店升级改造项目

1、项目概况

本项目坚定公司“品质零售”的战略方向，拟对298家门店进行“胖东来模式”调改升级，通过改善市场经营环境和软硬件设施，提升门店的市场形象和服务品质，增强消费舒适性和体验感，同时在商品结构、购物体验、组织架构及薪酬等多个方面进行系列化改革，提高综合市场竞争力和盈利能力，促进公司可持续高质量发展，进一步实现战略发展目标。

2、项目投资概算

本项目总投资金额为559,707.27万元，本次拟使用募集资金投入321,307.27万元。项目总投资具体资金使用计划如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占项目投资比例
1	建筑工程投资	113,470.27	20.27%
2	设备购置及安装	138,105.00	24.67%
3	铺货及其他费用	308,132.00	55.05%
合计		559,707.27	100.00%

3、项目建设的必要性

（1）项目建设是实现公司战略发展的重要举措

随着电商渠道的兴起和消费结构的改变，对传统超市行业形成了较大冲击，越来越多的传统超市企业主动迎合时代变化，结合自身的特点和优势，对门店装修、商品组合、服务内容等进行了不同程度的调改升级。2024年以来，永辉超市、步步高、华润万家、联华超市、银座超市等知名传统超市品牌纷纷开启自主调改布局，并取得初步成效。根据中国连锁经营协会（CCFA）对全国47家超市企业的调研数据，有四分之三的超市企业尝试了调改，其中75%的调改超市门店销售额实现了不同程度的增长（数据来源：中国连锁经营协会 CCFA）。2024年公司主动寻求变革，坚定“胖东来模式”和“品质零售”的战略方向，积极推进门店优化以及经营模式转型，截至2024年12月31日，公司已经完成31家门店的调改，调改门店的客流和销售额大幅提升。由此可见，连锁超市门店调改是顺应国家战略规划、行业发展趋势的必要之举，对于提升连锁超市经营效益也具备显著效果。

公司拟通过本项目的建设，进一步对298家门店进行“胖东来模式”调改升级，在商品结构、购物体验、组织架构及薪酬等多个方面进行系列化改革。项目建设是提高公司综合市场竞争力，进一步实现战略发展目标的重要举措。

（2）优化商品结构，提升盈利能力

受益于宏观经济的持续发展，我国人均可支配收入及人均消费支出逐年增长，居民消费水平持续提升，消费能力和消费理念的不断升级，当前以高质量、多元化为主的消费需求持续增加，加速推动传统超市商品结构的多元化、差异化转型。与此同时，商品力作为超市的核心竞争力，对提升消费者忠诚度和复购率具有重要作用，传统超市持续通过拓展高价值品类、扩大品质生鲜、提高商品汰换率、提升现制商品占比、重塑快消品类结构等方式，推动商品力的全面升级。

通过本项目的建设，公司将推进商品结构差异化，提高进口品牌占比，同时除了传统生鲜、食品、日用品等品类外，还将大幅提升现制商品占比，在保证食品安全的同时，满足消费者的多元化需求。项目建设有助于优化商品结构，提高消费者复购率，进一步提升公司的盈利能力。

（3）进一步提升服务品质和客户体验，增强品牌影响力

超市作为重要的线下实体零售业态之一，主要通过大量进货、低价销售的方式，为顾客提供丰富多样的商品选择和便捷的购物体验。近年来，零售业竞争日益激烈，“感官消费”崛起，提供便利的购物体验和高质量的消费者服务逐步成为传统超市转型升级的必要途径。在此背景下，公司明确以“品质零售”为核心的改革方向，积极推进门店优化以及战略和经营模式转型。公司拟通过本项目的建设，进一步推动门店调改进程，解决门店存在的区域空间布局不合理、陈列装修陈旧等问题，同时增加冷链、现场烘烤及烹饪设备，为客户提供便捷、高品质的用餐服务，提升消费场景体验，加速从传统超市向品质化、体验化零售模式的转型。

本项目将对门店空间设计进行优化，调整动线布局、拓宽通道，改善经营环境，有效提升员工的满意度和幸福指数；同时通过增加休闲、便利等配套设施，增强消费舒适性和体验感，满足消费者的体验需求和服务需求。项目建成后，将有利于公司提升门店的市场形象和服务品质，提高门店运营质量，进一步增强品牌影响力。

4、项目建设的可行性

（1）国家政策的鼓励支持为项目实施奠定良好基础

近年来我国大力鼓励和支持零售业的发展，发布了一系列政策制度，促进零售业的转型升级，推动了零售业的高质量发展。2024年11月15日，商务部、发改委、住建部等7部联合颁布《关于印发（零售业创新提升工程实施方案）的通知》，鼓励优化内外环境、增设人性化服务设施，推动品质化供给，优化商品和服务体验，推动多元创新，支持搭载便民服务项目，提升客流、坪效和场地利用率；2024年11月28日，商务部、发改委、工信部等9部联合印发《关于完善现代商贸流通体系推动批发零售业高质量发展的行动计划》，提出推动零售业创新提升，赋能传统零售业态，改造传统零售门店，以提高市场分析、进销存管理水平，并拓展时尚化、主题化、智慧化消费场景，提高商业设施运营效能。

综上所述，多项利好鼓励政策的相继出台为我国零售业的快速发展创造了良好的外部环境，为本项目顺利实施奠定了重要基础。

（2）丰富的门店调改和运营经验为项目的实施提供有力保障

截至2024年12月31日，公司的超市门店共计775家，业务覆盖29个省和直辖市，441座城市，经营面积超过613万平方米，已建成颇具规模的终端布局。2024年公司明确“品质零售”的改革方向，坚定“胖东来模式”调改，截至2024年12月31日，公司已经完成31家门店商品结构调整与服务升级，调改门店的营业收入、客流均实现了大幅增长。目前，公司已经在门店布局、商品、人员等多方面达到了较高的标准化水平，具备相对成熟的方法论。

由此可见，公司已经具备了门店调改规模化复制能力，并建立了较为完善的标准化管理体系，积累了大量的门店调改和运作的实践经验。本项目旨在以分批、分区进行的方式推进298家门店的调改，丰富的调改和运营经验为本项目的实施提供了有力的保障。

（3）良好的品牌形象和市场影响力是项目实施的重要支撑

良好的品牌形象是商品质量、服务的综合体现，是区别于其他企业和获得消费者认可的重要条件。自成立以来，公司始终将品牌建设作为企业发展的核心战略之一，秉承“坚信真诚和善良，坚定品质和安全”的经营理念，致力于打造品质与幸福的商业模式。同时，公司凭借生鲜特色经营以及高性价比的商品，受到业内及消费者的广泛认可，被誉为“民生超市、百姓永鲜”，荣获“2024年度北京市十大商业品牌-商业模式创新品牌”，并连续7年蝉联福建民营企业100强，登顶“2024福建省服务业民营企业100强”榜首，建立了良好的品牌形象，具备较强的市场影响力，为公司未来发展奠定重要基调，也为本项目的顺利实施提供重要支撑。

5、项目实施主体

本项目实施主体为上市公司及拟升级门店所属子公司。

6、项目经济效益分析

本项目顺利实施后，预计具有良好的经济效益。

7、项目实施进度

本项目的建设期为24个月。

（二）物流仓储升级改造项目

1、项目概况

公司拟通过本项目建设，对现有物流仓储中心进行扩建与改造升级，补充冷冻库、冷藏库仓储面积，并同步引入自动分拣线、AGV、高密度存储系统、冷库监测系统、WMS数智化升级改造等先进的软硬件设备，全面提升公司现有供应链数智化水平。项目建成后，一方面将通过补齐冷冻库、冷藏库等物流资源缺口，建设全温层多业态终端零售的物流保障能力；另一方面，搭建起智能仓储配送系统，提升商品存储、分拣、配送、库存管理等各环节的自动化、智能化水平，显著提高仓储物流运行效率与配送及时性。项目建设有助于公司加快建设多温层、高时效、多频次的仓储物流配送网络，为实现公司品质零售战略打造坚实的物流底座。

2、项目投资概算

本项目总投资金额为30,900.72万元，本次拟使用募集资金投入30,900.72万元。项目总投资具体资金使用计划如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占项目投资比例
1	建筑工程投资	6,044.72	19.56%
2	设备购置及安装	24,856.00	80.44%
合计		30,900.72	100.00%

3、项目建设的必要性

（1）满足公司品质零售战略规划需求，打造全温层多业态物流底座

公司是一家以经营生鲜为特色、以食品加工和现代农业相结合的连锁零售企业，业务涵盖卖场、卖场以及社区超市等多种零售业态。截至2024年12月31日，公司在全国范围内拥有超过700家连锁超市，业务辐射29个省和直辖市的超过400座城市，经营面积超过613万平方米，位居中国超市百强前五，是国内知名的连锁零售企业。2024年以来公司以“品质零售”为核心方向，陆续对现有门店进行“胖东来模式”调改升级，从商品结构、配套设施、动线布局、员工薪酬等全方面对门店进行系列改革，调改后门店客流量及销售额均实现明显提升。未来，伴随公司“品质零售战略”与门店调改进程的不断深入，现有仓储物流水平将难以匹配未来业务发展速度，亟需进行改造升级。

公司拟通过本项目建设，对现有仓储物流基地进行扩充与改造升级，优化现有场地布局，丰富冷冻库、冷藏库等全温层仓储物流资源，并配置智能仓储配送系统，全面提升公司供应链数智化管理能力，提高物流配送效率与及时性，实现公司多温层、高时效、多频次的仓储物流配送网络建设与优化升级，为公司品质零售战略转型与业务规模拓展提供重要的供应链保障。

（2）提高物流配送智能化水平，强化公司核心竞争力

在租金成本上升、人力短缺、消费需求碎片化等因素影响下，连锁超市零售业对于物流配送效率升级、决策精准化等方面提出更高要求，尤其是生鲜类产品对于分拣配送效率、配送时效性、运输环境等方面要求严苛，因此建立高效、专业的物流配送体系已经成为连锁超市企业差异化竞争与长远发展的重点布局方向。作为国内知名的连锁零售企业，公司现有物流中心覆盖29个省市，总运作面积77万平方米，拥有30个物流中心，其中包括20个常温配送中心、10个定温配送中心，已经构建起仓储、加工、配送一体化的服务体系。然而现有物流配送中心建立时间较早，存在设备老旧、智能化程度不高等问题，在货物存储、分拣、配送、库存管理等环节仍存在一定提升空间。

通过本项目建设，公司将引进自动分拣线、AGV机器人等先进自动化设备，并配置WMS智能仓储管理系统、TMS物流运输管理系统等先进的数字化、智能化物流仓储配送系统，实现对库存动态变化、商品追踪、系统运行、故障诊断等场景的可视化管控，全面提升公司现有物流基地自动化、智能化水平，从而提高商品分拣配送效率、节约商品流通成本与人力成本，推动公司业务规模与盈利水平的进一步提升。

（3）优化仓储空间与库存管控，助力公司实现提质增效

随着居民收入水平持续提高，消费升级趋势明显，消费者对于产品的需求日趋个性化、多元化、碎片化，促使零售业商品种类持续扩张，对零售企业的仓储利用率与库存管控能力提出更高要求。同时，在社区团购、电商平台等新兴零售业态的冲击下，传统连锁超市企业面临提质增效的重要挑战，其中降低仓储运营成本、提高库存管控能力成为主要发展方向之一。通过配置高密度存储系统以及优化仓储空间设计等措施，能够有效提高仓储空间利用率，提升供应链效能，实现库存管理的精准管控与风险防范，从而减低公司运营管理成本，推动企业降本增效。

本项目将对现有仓储场地及模式进行改造升级，配置高密度存储系统，合理化、最大化利用有限的存储资源空间，实现商品的集中化、立体化存储管理，并依托自动化设备及配套系统，对商品入库、存储、出库、分拣、发货、配送全过程进行统筹规划，优化现有仓储及配送流程，提高仓储物流运营效率，助力公司实现提质增效。

4、项目建设的可行性

（1）国家相关利好政策陆续出台，为项目顺利实施提供良好保障

现代物流业是支撑国民经济发展的基础性、战略性和先导性产业，在促进区域协调发展、提升经济运行效率等方面发挥着重要作用。同时，物流配送作为零售业配送体系中的关键环节，是零售业企业经营发展的重要保证。近年来，我国发布了一系列利好政策，鼓励并引导物流业向现代化、智能化方向转型，推动物流业高质量发展。2022年5月，国务院办公厅印发《“十四五”现代物流发展规划》，强调加快调整物流结构，逐步优化仓储结构，加快发展高端标准仓库、智能立体仓库，以快递物流、冷链物流、农村物流等形式带动消费结构升级，改善物流区域发展不平衡状况。2024年3月，我国召开十四届全国人大二次会议，会议提出降低全社会物流成本，加快建设国际物流体系，强化充电桩、冷链物流、寄递配送等设施建设，促进国内外贸易发展，致力于打造统一高效、竞争有序的物流市场。2024年11月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《有效降低全社会物流成本行动方案》，方案提出推进物流数据开放互联，实现企业物流数据要素市场化流通，提升全社会物流资源配置效率，有效降低物流成本。

综上，相关利好政策的陆续实施，为我国物流及零售业的可持续发展提供政策保障，也有助于本项目的顺利实施，项目建设具备可行性。

（2）丰富的物流与采购经验为项目顺利实施提供有利条件

物流是超市企业供应链管理的重要组成部分，公司始终将物流体系的构建与发展置于重要战略位置，多年来已构建起仓储、加工、配送一体化的服务体系。截至2024年12月31日，公司物流中心覆盖全国29个省市，总运作面积77万平方米，并且拥有30个物流中心，包括20个常温配送中心、10个定温配送中心。同时，公司积极推动供应链能力升级，通过仓网调整、成本管控、业务拓展及供应链协同，有效推动全渠道物流服务能力提升。目前，公司定时配送准时率达到96.5%，生鲜批次追溯覆盖率100%，整体作业效率与客户服务满意度得到持续提升。此外，公司不断加强信息物流体系建设，建立了科学规范的物流体系管理制度，积累了丰富的物流服务经验，具备现代化、系统化物流服务能力。

由此可见，公司成熟有效的供应链管理体系，以及现代化、系统化物流服务能力，能够为本项目实施提供重要支持。

（3）人才管理体系与人力资源储备为项目顺利实施提供重要支持

在企业管理人才的培养与发展方面，公司始终秉持着高度的责任感与前瞻性。以“教、叫、交”的培养方式，为管理人员提供全方位的成长支持。公司围绕“以人为本”的中心思想，通过持续营造积极向上的企业文化氛围，健全完善员工技能标准认证体系和岗位胜任标准认证体系，并制定出合理且具有竞争力的薪酬政策。目前，公司已经成功打造了一支高素质的管理人才队伍，公司的高管团队积极拥抱新零售趋势，不断探索线上线下融合的新模式，对于市场变化始终保持着敏锐的洞察力，形成了独特的管理优势，为企业的稳健发展筑牢了人才根基。

与此同时，公司不断加强人力资源储备。对外通过积极招聘大学生吸引人才流入，对内通过制定运营手册、采购人员手册等完善新员工的培训体系，以“传、帮、带”的新员工培训方式，帮助公司新员工快速融入企业文化，迅速熟悉公司业务。综上所述，公司在人才管理及人才培养等方面的优势将保障本项目的顺利实施。

5、项目实施主体

本项目实施主体为上市公司及拟升级物流仓储中心所属子公司。

6、项目经济效益分析

本项目不涉及经济效益测算。

7、项目实施进度

本项目的建设期为36个月。

（三）补充流动资金或偿还银行贷款项目

1、项目概况

本次募集资金拟将不超过47,000.00万元的募集资金用于补充流动资金或偿还银行贷款。

2、项目建设的必要性和可行性

充足的资金储备和较高的资金使用效率，有利于公司进一步发展主业及拓宽业务领域，增强业务的竞争力和盈利能力。

截至2025年3月31日，公司负债总额为349.00亿元，资产负债率为88.73%，存在着一定的偿债压力。目前公司正处于业务发展的关键战略阶段，对资金有较高的需求。通过向特定对象发行A股股票，能够优化公司负债结构，降低公司财务风险，稳步实施战略规划，提高公司的抗风险能力。

本次使用部分募集资金用于补充流动资金或偿还银行贷款，具备可行性。

3、项目实施主体

本项目实施主体为上市公司。

第三节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行对公司业务及资产、公司章程、股东结构、高管人员结构及业务结构的影响

（一）本次发行对公司业务及资产的影响

本次向特定对象发行股票的募集资金在扣除相关发行费用后将全部用于门店升级改造项目、物流仓储升级改造项目以及补充流动资金或偿还银行贷款，与公司的主营业务密切相关，不会导致公司的主营业务结构发生重大变化，不涉及公司业务和资产的整合。本次发行将有利于增强公司资本实力，进一步提升公司的竞争优势，符合公司长远发展目标和股东利益。

（二）本次发行对公司章程的影响

本次向特定对象发行股票完成后，公司股本将相应增加，公司将按照发行的实际情况对《公司章程》相关条款进行修改，并办理工商变更登记。截至本预案公告