

安徽安德利百货股份有限公司

Anhui Andeli Department Store Co., Ltd.

(安徽省庐江县文明中路 1 号)



首次公开发行股票招股说明书

保荐机构（主承销商）



(注册地址：西藏自治区拉萨市柳梧新区察古大道 1-1 号君泰国际 B 栋一层 3 号)

本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币1.00元
发行股数	不超过 2,000 万股，不低于发行后总股本的 25%。本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份
每股发行价格	11.71 元/股
预计发行日期	2016年8月10日
拟上市的证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	不超过8,000万股
本次发行前股东所持股份的流通限制及自愿锁定的承诺	<p>公司控股股东及实际控制人陈学高承诺：自公司股票上市之日起36个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。</p> <p>公司股东银瑞投资承诺：自公司股票上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。</p> <p>直接或间接持有公司股份的董事、监事、高级管理人员陈学高、姚忠发、姚明、钱元报、朱春花、陈伟、叶贵芝、周元灿、周同江、李立东、刘章宏承诺：自公司股票上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前直接或者间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。除前述锁定期外，在公司任职期间每年转让的股份不超过其直接或间接持有公司股份总数的25%；在离职后半年内不转让其所直接或间接持有的发行人股份，在申报离职6个月后的12个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股份总数的比例不超过50%。</p> <p>公司其他股东承诺：自公司股票上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。</p> <p>公司控股股东及实际控制人陈学高承诺：公司上市后6个月内如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价的，其所持有公司股票的锁定期自动延长6个月。上述减持价格和股份锁定承诺不因公司控股股东或者实际控制人的变更、离职而终止。</p> <p>直接或间接持有公司股份的董事、高级管理人员陈学高、姚忠发、姚明、钱元报、朱春花、周元灿、周同江、李立东、刘章宏承诺：发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价的，其所持有发行人股票的锁定期自动延长6个月；其所持发行人公开发行的股份前已发行的股份在上述锁定期期满后两年内减持，减持价格不低于发行价。上述减持价格和股份</p>

	锁定承诺不因其职务变更、离职而终止。 上述发行价指公司首次公开发行股票的发 行价格,如果公司上市后因派发现金红 利、送股、转增股本、增发新股等原 因进行除权、除息的,则按照证券交易 所的有关规定作除权除息处理。
保荐机构(主承销商)	华林证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2016年7月29日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、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说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作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。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明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。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“风险因素”章节的内容全文，并应特别注意下列重大事项及公司风险。

一、本次发行前滚存利润分配方案

根据本公司 2012 年第五次临时股东大会决议，本次发行股票完成后，首次公开发行股票前的滚存未分配利润由发行后的新老股东按照持股比例共享。

二、本次发行上市后公司的股利分配政策

公司于 2014 年 4 月 16 日召开 2014 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于修订〈安徽安德利百货股份有限公司章程(草案)〉的议案》及 2014 年 1 月 8 日召开 2014 年第一次临时股东大会，审议通过了《安徽安德利百货股份有限公司首次公开发行股票并上市后分红回报规划》。

1、公司重视对投资者的合理投资回报，将实行持续、稳定的股利分配政策，同时努力积极的履行现金分红的政策，但利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

2、公司采取现金、股票以及现金与股票相结合的方式分配股利。在公司盈利以及公司正常经营和长期发展的前提下，公司将积极采取现金方式分配股利。

3、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%。如无重大投资计划或重大现金支出发生，公司应当首先采用现金方式分配股利。公司在实施上述现金分配股利的同时，可以同时派发红股。重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

(1)公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%或超过 8,000 万元；

(2)公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 5%。

公司将根据当年经营的具体情况 & 未来正常经营发展的需要，确定当年以现金方式分配的利润占当年实现的可供分配利润的具体比例及是否采取股票股利分配方式，相关议案经公司董事会审议后提交公司股东大会审议通过。

在以下两种情况时，公司将考虑发放股票股利：

(1)公司在面临现金流不足时可考虑采用发放股票股利的利润分配方式；

(2)在满足现金分红的条件下，公司可结合实际经营情况考虑同时发放股票股利。

公司董事会还将综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资产支出安排等因素，并按照公司章程规定的程序，区分下列情形，提出具体现金分红政策：

(1)公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

(2)公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

(3)公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

4、公司每年度进行一次分红，公司董事会可以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

公司发行上市后利润分配政策的具体内容请参见招股说明书第十四节“三、本次发行后的股利分配政策”。

三、本次新股公开发行方案

本次发行前公司股份总数为 6,000 万股，本次拟发行不超过 2,000 万股流通股，发行数量占公司发行后总股本的比例不低于 25%。本次发行均为公司发行新股，不安排公司股东公开发售股份。

四、股份流通限制及自愿锁定股份的承诺

公司控股股东及实际控制人陈学高承诺：自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司股东银瑞投资承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

直接或间接持有公司股份的董事、监事、高级管理人员陈学高、姚忠发、姚明、钱元报、朱春花、陈伟、叶贵芝、周元灿、周同江、李立东、刘章宏承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前直接或者间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。除前述锁定期外，在公司任职期间每年转让的股份不超过其直接或间接持有公司股份总数的 25%；在离职后半年内不转让其所直接或间接持有的发行人股份，在申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股份总数的比例不超过 50%。

公司其他股东承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司控股股东及实际控制人陈学高承诺：公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价的，其所持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述减持价格和股份锁定承诺不因公司控股股东或者实际控制人的变更、离职而终止。

直接或间接持有公司股份的董事、高级管理人员陈学高、姚忠发、姚明、钱元报、朱春花、周元灿、周同江、李立东、刘章宏承诺：发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价的，其所持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月；其所持发行人公开发行股份前已发行的股份在上述锁定期期满后两年内减持，减持价格不低于发行价。上述减持价格和股份锁定承诺不因其职务变更、离职而终止。

上述发行价指公司首次公开发行股票的发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

五、持股 5%以上股东持股意向及减持意向

（一）发行人实际控制人及控股股东陈学高承诺

1、在其所持公司股票锁定期满后2年内，若公司股价不低于发行价，将累计减持不超过所持公司股份总数的15%，且减持不影响其对公司的控制权；

2、在其所持公司股票锁定期满后2年内，减持公司股票时以如下方式进行：

(1)持有公司的股票在预计未来1个月内公开出售的数量不超过公司股份总数的1%的，将通过证券交易所竞价交易转让系统转让所持股份；(2)持有公司的股票预计未来一个月内公开出售数量超过1%的，将通过证券交易所大宗交易系统转让所持股份。

3、若于承诺的持有公司股票锁定期届满后两年内减持公司股票，股票的减持价格不低于公司首次公开发行股票的发价；

4、减持公司股票时将在减持前3个交易日予以公告。

(二) 发行人本次公开发行前持股 5%以上股东银瑞投资承诺

1、在其所持公司股票锁定期满后2年内，若公司股价不低于发价，将累计减持不超过所持公司股份总数的50%。

2、在其所持公司股票锁定期满后2年内，减持公司股票时以如下方式进行：

(1)持有公司的股票在预计未来1个月内公开出售的数量不超过公司股份总数的1%的，将通过证券交易所竞价交易转让系统转让所持股份；(2)持有公司的股票预计未来一个月内公开出售数量超过1%的，将通过证券交易所大宗交易系统转让所持股份。

3、若于承诺的持有公司股票锁定期届满后两年内减持公司股票，股票的减持价格不低于公司首次公开发行股票的发价。

4、减持公司股票时将在减持前3个交易日予以公告。

上述发价指公司首次公开发行股票的发价，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

六、稳定股价预案

(一) 触发和停止股价稳定方案的条件及程序

发行人首次公开发行并上市后 36 个月内，如出现连续 20 个交易日收盘价低于每股净资产（指公司上一年度经审计的每股净资产，如果公司因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则相关的计算对比方法按照上海证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同）的情况时，触发股价

稳定方案。

1、预警条件：当公司股票连续 5 个交易日的收盘价低于每股净资产的 120% 时，公司将在 10 个交易日内召开投资者见面会，与投资者就公司经营状况、财务指标、发展战略进行深入沟通。

2、启动条件及程序：当公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于每股净资产时，应当在 5 日内召开董事会、25 日内召开股东大会，审议稳定股价具体方案，明确该等具体方案的实施期间，并在股东大会审议通过该等方案后的 5 个交易日内启动稳定股价具体方案的实施。

3、停止条件：在上述第 2 项稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票连续 20 个交易日收盘价高于每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。

上述第 2 项稳定股价具体方案实施期满后，如再次发生上述第 2 项的启动条件，则再次启动稳定股价措施。

（二）股价稳定方案的具体措施

1、发行人回购公司股票

发行人以自有资金在二级市场回购流通股份。单一会计年度回购股票的资金合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东的净利润，且单一会计年度内合计回购的股份不少于公司股份总数的1.5%。

2、控股股东及实际控制人增持公司股票

控股股东、实际控制人以自有资金在二级市场增持流通股份。单一会计年度合计增持的股份不少于公司股份总数的 1%。

3、董事（不含独董）、高级管理人员增持公司股票

董事、高级管理人员以自有资金在二级市场增持流通股份。单一会计年度合计增持股份的资金不超过其在任职期间上一会计年度从发行人处领取的税后薪酬和上一会计年度从发行人处领取的分红合计金额的50%。对于本公司未来新聘的董事（不含独董）及高级管理人员，本公司承诺将要求其履行前述公司现任董事、高级管理人员已作出的相应承诺要求。

4、增持或回购股票的限定条件

以上股价稳定方案的任何措施都以不影响《上海证券交易所股票上市规则》中对于上市公司股权分布的要求为前提。

5、回购或增持义务顺序

发行人及其控股股东、实际控制人陈学高并列增持或回购义务第一顺位，发行人董事（不含独董）、高级管理人员列第二顺位。

七、公司董事及高级管理人员对本次公开发行摊薄即期回报采取填补措施的承诺

根据《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）、《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）和《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》（中国证券监督管理委员会公告[2015]31号）要求，公司的董事、高级管理人员将忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益。为贯彻执行上述规定和文件精神，公司全体董事、高级管理人员作出以下承诺：

1、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、本人承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

6、自本承诺出具日至公司本次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

7、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

八、发行人、公司控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大

遗漏的承诺

发行人承诺：如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将在证券监督管理部门作出上述认定时，依法回购首次公开发行的全部新股。

公司董事会将在中国证监会认定上述违法事实后10个工作日内制订股份回购方案，经股东大会审议批准后，根据相关主管部门的规定启动股份回购措施。回购价格按二级市场价格确定，且不得低于发行价格。回购行为需在回购公告发布之日起30个交易日之内完成。

控股股东及实际控制人承诺：如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将在证券监督管理部门作出上述认定时，依法购回首次公开发行时已公开发售的原限售股份（不包括首发时其他股东公开发售的部分）（如有）。

控股股东及实际控制人将在中国证监会认定上述违法事实后10个工作日内制订股份回购方案，经股东大会审议批准后，根据相关主管部门的规定启动股份回购措施。回购价格按二级市场价格确定，且不得低于发行价格。回购行为需在回购公告发布之日起30个交易日之内完成。

发行人、公司控股股东及实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员承诺：如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司/本人将依法赔偿投资者损失，但本公司/本人能够证明自己没有过错的除外。

九、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

本次发行的保荐机构华林证券股份有限公司承诺：因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

发行人会计师众华会计师事务所（特殊普通合伙）、发行人律师国浩律师（上

海) 事务所承诺: 其为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏, 致使投资者在证券交易中遭受损失的, 将依法赔偿投资者损失, 但本所能够证明自己没有过错的除外。

十、未履行承诺的约束措施

(一) 关于股份锁定期、减持价格及意向承诺的约束措施

公司控股股东及实际控制人陈学高、公司股东银瑞投资、直接或间接持有公司股份的公司董事、监事、高级管理人员若违反相关承诺:

1、将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉;

2、减持股份所得收益将归公司所有(所得扣除合理成本、税费后的所得额全部交归公司所有), 其将在获得收益的5日内将前述收益支付给发行人指定账户;

3、如果因未履行承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的, 其将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

(二) 稳定股价预案的约束措施

发行人未采取稳定股价的具体措施, 将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉, 如果因未履行承诺事项给投资者造成损失的, 其将向投资者依法承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人陈学高未采取稳定股价的具体措施, 将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉; 如果未采取稳定股价的具体措施, 将在前述事项发生之日起5个工作日内停止在发行人处获得股东分红, 同时其持有的发行人股份将不得转让, 直至采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

公司董事(不包括独立董事)和高级管理人员未采取稳定股价的具体措施, 将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉; 如果未采取稳定股价的具体措施, 其将在前述事项发生之日起5个工作日内停止在发行人处领取薪酬或津贴及股东分红, 同时其持有的发行人股份不得转让, 直至采取相应的股价稳定措施并实施完毕时为止。

（三）关于招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面承诺的约束措施

发行人若违反相关承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，将依法向投资者赔偿相关损失。

公司控股股东及实际控制人陈学高若违反相关承诺，将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反相关承诺发生之日起5个工作日内，停止在发行人处获得股东分红，同时其持有的发行人股份将不得转让，直至其按承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止；如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，将依法向投资者赔偿相关损失。

公司董事、监事和高级管理人员若违反相关承诺，将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并在违反赔偿措施发生之日起5个工作日内，停止在发行人处领取薪酬或津贴及股东分红，同时其持有的发行人股份将不得转让，直至按承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止；如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，将依法向投资者赔偿相关损失。

十一、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

（一）自营业务模式的风险

与国内大多数零售百货企业以联营为主的业务模式不同，发行人百货零售主要以自营为主，即公司组织资金主要直接从制造商或者代理商处进货，拥有商品所有权，承担一切经营费用、经营风险，盈利则主要来自购销差价。报告期内，发行人主营业务收入中上述自营业务模式形成的收入均占80%以上。发行人自成立以来，一直以自营业务模式为主。主要系发行人经营区域均为三四线县乡级地区，上述经营模式最为适应该类市场需求的特征及发行人的自身经营特点。虽然上述自营业务模式系国外百货零售行业企业的主要经营模式，但该等自营业务模式相对于国内普遍采用的联营模式而言也存在着存货风险大、资金占用程度高、商品采购控制难、需要大量的自有营销、管理人才的支持等风险和管理难点。发

行人在未来的经营中将面对上述因自营模式本身存在的风险点而形成的经营风险。

（二）市场风险

1、区域经营的风险

发行人系专业服务于国内三、四线城市及农村市场的零售百货企业，截至目前，公司共拥有包括购物中心、超市等在内的零售百货营业网点43个，主要分布在庐江、巢湖、和县、无为、含山等县城及其下辖乡镇，已在5个县市、23个乡镇建有网点，营业面积合计达123,246.43平方米，销售覆盖面积近6,000平方公里。

2011年下半年，经国务院批复，撤销原地级巢湖市居巢区，设立县级巢湖市。以原居巢区的行政区域作为新设的县级巢湖市的行政区域。新设的县级巢湖市由安徽省直辖，合肥市代管。受到上述行政区域规划影响，原居巢区（即新设的县级巢湖市）内的一些居民和流动人口有向合肥市和其他地区迁移流动的迹象，公司巢湖地区的购物中心店受消费群体变动影响出现营业收入、营业毛利率等降低的情况，从而对公司经营业绩产生一定影响。

虽然发行人已经占据了安徽省内较为发达的皖江中部地区的县乡级市场，但上述经营区域总体而言仍较为局限，发行人当前的经营成果仍对地区的经济水平和居民消费水平具有较强的依赖。因此，发行人存在因区域经营而导致的经营依赖风险。

此外，未来发行人仍然需要在安徽省内其他的县乡级区域去进行进一步的拓展，甚至需要走出省外。即使在当前国内县乡级市场百货零售企业布局缺口较大，未来市场总体发展潜力巨大的情况下，发行人仍将面临走出区域和开拓新市场的风险。

2、潜在市场进入者的风险

近年来，随着我国国民经济的不断增长，百货零售行业作为国民经济和反映人民生活消费水平的重要组成部分，也随着社会经济的不断发展而日趋成熟。目前国内百货零售行业已呈现出从业企业众多、龙头企业不断涌现、一、二线城市已趋饱和、电子商务不断渗透、市场竞争十分激烈的发展特征。发行人作为专业从事县乡级市场百货零售的企业，未来公司将面临着国内大型百货零售连锁企业

及电子商务企业介入县乡级市场，并与之竞争的情形。这些潜在的市场竞争者拥有强大的资本支持和品牌声誉，可能在未来的市场投入和品牌宣传方面具有较强的优势。报告期内，发行人在巢湖地区已经面临与安徽龙头企业合肥百货、商之都，以及大型连锁企业国美、苏宁、沃尔玛的市场竞争。未来还会有其他强有力的潜在竞争对手将会介入。因此，发行人面临着潜在市场进入者带来的市场竞争风险。

（三）宏观经济影响风险

百货零售业的市场需求比较容易受到经济周期性波动的影响。经济周期波动将直接影响消费者实际可支配收入水平、消费者收入结构以及消费者信心指数，进而直接影响百货零售市场需求。

2012年以来，国内外经济形势愈加复杂，全球经济复苏缓慢、欧洲债务危机尚未完全解除，市场信心下降；在国内，企业经营的困难不断增加，经济增长调整压力不断加大，居民消费购买力持续疲弱。在宏观经济发展和消费增速同时放缓的背景下，百货零售行业或多或少的出现了收入增速放缓、盈利能力不断收窄的现象。例如以高端白酒为代表的消费市场2012年下半年以来受居民消费购买力持续疲弱增长和我国政府严格控制“三公消费”等相关因素影响增长呈现大幅放缓迹象，部分品牌甚至出现出厂价和零售价格“倒挂”的现象并引发渠道危机。

如果宏观经济出现“硬着陆”，从而使百货零售业整体增长幅度均进一步大幅放缓，在此种情况下，发行人依然面临着宏观经济周期性下行波动带来的风险。

（四）业绩波动风险

公司2013年、2014年、2015年和2016年1-6月分别实现净利润5,328.34万元、3,609.19万元、4,569.07万元和2,177.71万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润分别为3,188.20万元、2,115.33万元、4,075.25万元和2,033.40万元；其间2014年度业绩较2013年下降较多，主要因2013年底，公司根据发展规划，运用自有资金及银行借款建设的无为安德利购物中心项目开始营业，受新店开业初期需要招募、培训大量基层员工、财务费用及固定资产折旧增加、新店处于培育期等因素的影响造成公司业绩下降。因此，当未来公司继续拓展新市场、尤其是构建较大型中心店经营场所时，发行人将很可能依然面临新建项目在市场培育期

收入、毛利贡献较小，但同期销售费用、管理费用、财务费用大幅增加，从而导致经营业绩波动的风险。

（五）关于发行人股权稳定性存在的潜在风险

发行人前身安德利有限公司于2002年7月22日召开股东大会，同意公司原股东在自愿互利、平等协商的前提下，自由转让股份，公司原股东405人，出让股份的股东380名，共转让股份2004股，每股面值1000元，其中362人将持有股份全部转让，共转让股份1824股，另18人转让部分股份，共转让180股。上述股份转让后公司股东人数48人，其中43名为老股东，5名为新股东，本次受让股份的股东共30人，受让股份计2004股，每股1000元；2002年9月20日，相关人员就该等转让分别签订了《股权转让协议》。

虽然本次发行的中介机构已对上述出让股份所涉及的380名股东中的234人进行了访谈，对相关股份转让行为进行了核实并制作了《调查访谈笔录》；发行人已于2012年6月9日、6月16日于《合肥日报》刊登了相关公告，并于2012年6-7月期间内于公司公告栏持续张贴公告；截至目前，无相关主体就发行人股权事宜提出异议。除此以外，合肥市人民政府和安徽省人民政府亦对发行人历史沿革的变化情况出具了确认意见；发行人实际控制人陈学高已出具《承诺》，承诺发行人股权清晰，历次股权变更均已履行了必要的法律程序，未来任何相关方就发行人股权提出任何异议及由此产生的任何纠纷均由陈学高承担全部责任，保证该等纠纷不会对发行人造成任何不利影响。但是，鉴于中介机构的访谈并未覆盖全体出让股份的股东、相关股东可能无法及时获取公司的公告信息，因此，仍然不能排除未来可能存在纠纷的可能性。如果发生纠纷，则可能导致发行人实际控制人面临纠纷所产生的影响，也可能对公司的正常经营管理构成一定的影响。

（六）政府补助依赖风险

报告期内，公司获得的政府补助对其各年度净利润的影响情况如下：

单位：万元

项目	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-6 月
净利润	5,328.34	3,609.19	4,569.07	2,177.71
政府补助	1,432.29	1,733.25	614.55	187.64

政府补助（扣税后）占净利润比例	20.16%	36.02%	10.09%	6.46%
持续性政府补贴	361.79	824.5	373.39	187.64
非持续性政府补贴	1,070.50	908.75	241.16	0.00

报告期内，公司获得的政府补助占净利润的比例较高。虽然公司获得的政府补助均有合法依据，不存在被追缴清偿的风险，部分政府补助未来具有持续性，且在报告期内，政府补助占净利润的比例呈逐渐下降的趋势，但仍提醒投资者特别关注公司对政府补助的依赖风险。

（七）本次公开发行摊薄即期回报的风险提示

本次发行前公司总股本为 6,000 万股，本次发行股份数量为 2,000 万股，发行完成后公司总股本将增至 8,000 万股，由于募集资金到位后，从投入募集资金项目建设至产生效益需要一定周期，公司发行当年每股收益相比 2015 年将出现下降，即期回报存在摊薄风险。

特此提醒投资者关注本次公开发行可能摊薄即期回报的风险。

上述风险都直接或间接影响公司的经营业绩，请投资者仔细阅读本招股说明书“第四节风险因素”及其他章节的相关资料，并特别关注上述风险的描述。

十二、审计截止日后的主要财务信息及经营情况

本公司财务报告审计截止日为2016年6月30日，根据众华所出具的众会字(2016)第5421号《审计报告》，2016年1-6月实现营业收入76,805.90万元，归属于母公司所有者的净利润为2,177.71万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为2,033.40万元，分别较上年同期增长1.98%、7.58%和3.88%。

公司 2016 年仍将保持稳健经营，发行人预计 2016 年 1-9 月营业收入较去年同期变化幅度将在-10%至 10%之间，归属于母公司股东的净利润变化幅度将在-10%至 10%之间，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润变化幅度将在-10%至 10%之间。预计公司 2016 年全年不会出现相比上年业绩下滑超过 50%的情况（本次业绩预测未经注册会计师审计）。

公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员已出具专项声明，保证公司出具的财务报表及所载资料，包括公司审计截止日后出具的财务报表及所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性

及完整性承担个别及连带责任。公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已出具专项声明，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

截至本招股说明书签署日，公司主要经营状况正常，经营业绩保持稳定。此外，公司经营模式、主要原材料的采购规模及采购价格，主要产品的生产、销售规模及销售价格，主要客户及供应商的构成，税收政策及其他可能影响投资者判断的重大事项方面未发生重大变化，不存在可能影响投资者判断的重大事项。

目录

本次发行概况	1
发行人声明	3
重大事项提示	4
一、本次发行前滚存利润分配方案	4
二、本次发行上市后公司的股利分配政策	4
三、本次新股公开发行业方案	5
四、股份流通限制及自愿锁定股份的承诺	5
五、持股 5%以上股东持股意向及减持意向	6
六、稳定股价预案	7
七、公司董事及高级管理人员对本次公开发行摊薄即期回报采取填补措施的承诺 ..	9
八、发行人、公司控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺	9
九、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺	10
十、未履行承诺的约束措施	11
十一、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险	12
十二、审计截止日后的主要财务信息及经营情况	16
目录	18
第一节 释义	23
第二节 概览	26
一、发行人简介	26
二、控股股东、实际控制人简介	28
三、发行人报告期内主要财务数据和财务指标	28
四、本次发行情况	29
五、募集资金运用	30
第三节 本次发行概况	31
一、本次发行基本情况	31
二、本次发行的有关当事人	32
三、发行上市的相关重要日期	33

第四节 风险因素	35
一、自营业务模式的风险	35
二、市场风险	35
（一）区域经营的风险	35
（二）潜在市场进入者的风险	36
三、宏观经济影响风险	36
四、行业季节性风险	37
五、业绩波动风险	37
六、关于发行人股权稳定性存在的潜在风险	38
七、存货积压或减值的风险	38
八、偿债风险	39
九、政府补助依赖风险	39
十、募集资金投向的风险	40
（一）净资产收益率下降的风险	40
（二）新门店选址风险	40
（三）募投资金项目短期内不能实现盈利的风险	41
十一、实际控制人控制风险	41
十二、商品质量和食品安全风险	41
十三、人才不足或流失的风险	41
十四、电子商务对传统百货零售业冲击风险	42
十五、物业租赁的风险	42
十六、消费群体不断发生变化的风险	43
十七、公共安全突发事件的风险	43
十八、本次公开发行摊薄即期回报的风险提示	43
第五节 发行人基本情况	44
一、发行人的基本资料	44
二、发行人改制重组情况	44
三、发行人股本形成及其变化和重大资产重组情况	48
四、发行人历次验资情况	104
五、发行人的组织结构	105
六、发行人子公司情况	108
七、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况	113

八、发行人股本情况	121
九、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况	125
十、发行人员工及其社会保障情况	125
十一、重要承诺及履行情况	133
第六节 业务和技术	142
一、发行人主营业务及设立以来的变化情况	142
二、发行人所处行业的基本情况	144
三、发行人面临的主要竞争情况	184
四、发行人主要业务情况	199
五、主要客户及供应商情况	233
六、固定资产及无形资产	235
七、发行人市场准入情况	247
八、信息技术	247
九、境外经营活动情况	250
十、质量控制情况	250
第七节 同业竞争与关联交易	252
一、发行人独立经营情况	252
二、同业竞争	253
三、关联方与关联关系	254
四、关联交易	256
五、规范关联交易的制度安排	258
六、公司独立董事对关联交易事项的意见	264
第八节 董事、监事和高级管理人员	265
一、董事、监事和高级管理人员简历	265
二、公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属近三年一期直接或间接持有本公司股份情况	270
三、董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况	270
四、董事、监事和高级管理人员薪酬及兼职情况	271
五、报告期内公司董事、监事和高级管理人员发生变动的情况	273
六、其他说明	274
第九节 公司治理	275
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书履行职责情况	275

二、发行人报告期内违法违规情况	284
三、发行人报告期内资金占用和对外担保情况	291
四、公司管理层对内部控制的自我评估及注册会计师的鉴证意见	292
第十节 财务会计信息	294
一、简要财务报表	294
二、注册会计师的审计意见	306
三、财务报表的编制基准	307
四、合并财务报表范围及变化情况	307
五、主要会计政策和会计估计	308
六、分部信息	324
七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表	324
八、最近一期末主要资产情况	326
九、最近一期末主要债项	326
十、所有者权益情况	327
十一、现金流量情况	328
十二、期后事项、或有事项及其他重大事项	328
十三、主要财务指标	328
十四、历次验资情况	331
十五、历次评估情况	331
第十一节 管理层讨论与分析	334
一、发行人盈利能力分析	334
二、发行人财务状况分析	402
三、资本性支出分析	447
四、报告期内重大或有事项对发行人的影响	448
五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析	448
六、本次募集资金到位当年发行人每股收益相对上年度每股收益的变动趋势	450
七、财务报告审计截止日后经营情况的说明	455
第十二节 未来发展与规划	456
一、公司发展战略	456
二、当年和未来三年的具体计划	456
三、拟定计划依据的假设条件	458
四、实施发展计划的主要困难	459

五、发展计划与现有业务的关系.....	459
六、确保实现上述发展计划的主要途径.....	460
第十三节 募集资金运用	462
一、本次募集资金规模及拟投资项目概览.....	462
二、本次募集资金投资项目与公司发展战略的关系.....	465
三、募集资金运用的具体情况.....	465
四、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响.....	486
五、募集资金投入对公司经营模式的影响.....	487
第十四节 股利分配政策	488
一、公司报告期内股利分配政策.....	488
二、公司报告期内股利分配情况.....	488
三、公司发行后的股利分配政策.....	489
四、滚存利润的分配安排.....	494
第十五节 其他重要事项	495
一、信息披露及投资者关系管理.....	495
二、重大合同.....	495
三、对外担保情况.....	502
四、诉讼和仲裁事项.....	502
第十六节董事、监事、高级管理人员及 有关中介机构声明.....	504
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	504
二、保荐机构（主承销商）声明.....	505
三、发行人律师声明.....	506
四、审计机构声明.....	507
五、验资及验资复核机构声明.....	508
说明.....	509
六、资产评估机构声明.....	510
说明.....	511
第十七节备查文件	512

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列词汇具有如下含义：

普通词汇		
安德利百货、股份公司、本公司、公司、发行人	指	安徽安德利百货股份有限公司
安德利有限、有限公司	指	发行人的前身安徽省庐江安德利贸易中心有限公司
贸易中心	指	安徽省庐江县安德利贸易中心，其曾用名安徽省庐江县工业品贸易中心
公司章程	指	安徽安德利百货股份有限公司章程
股东大会	指	安徽安德利百货股份有限公司股东大会
董事会	指	安徽安德利百货股份有限公司董事会
监事会	指	安徽安德利百货股份有限公司监事会
实际控制人、控股股东	指	陈学高
银瑞投资	指	佛山森阳银瑞投资中心（有限合伙），公司第二大股东
巢湖安德利	指	巢湖安德利购物中心有限公司，公司全资子公司
无为安德利	指	无为安德利购物中心有限公司，公司全资子公司
巢湖长江百货	指	巢湖长江百货有限公司，巢湖安德利全资子公司
安徽电子商务	指	安徽安德利电子商务有限公司
巢湖电子商务	指	巢湖安德利电子商务有限公司
和县安德利	指	和县安德利购物中心有限公司，巢湖安德利全资子公司
国元小贷	指	巢湖国元小额贷款有限公司，巢湖安德利参股公司
安德利投资	指	庐江安德利投资发展有限公司，受同一实际控制人控制
安德利商务	指	合肥安德利商务有限公司，受同一实际控制人控制
安德利汽车	指	安徽省庐江安德利汽车销售有限公司，受同一实际控制人控制
无为汽车	指	无为安德利汽车销售有限公司
保荐人（主承销商）、保荐机构、华林证券	指	华林证券有限责任公司，2016年3月更名为华林证券股份有限公司
众华所、申报会计师	指	众华会计师事务所（特殊普通合伙），前身为上海众华沪银会计师事务所有限公司
国浩、发行人律师	指	国浩律师（上海）事务所
国务院	指	中华人民共和国国务院
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
工商管理总局	指	中华人民共和国国家工商行政管理总局
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
交易所	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》
本次发行、本次首次公开发行	指	发行人首次公开发行不超过 2,000 万股 A 股股票
最近三年一期、报告期	指	2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月
元、万元	指	人民币元、万元

专业词汇

零售业态/业态	指	根据商务部《零售业态分类》(GB/T18106—2004)规定,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、大型超市、仓储会员店、百货店、专业店、专卖店、家居建材商店、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 18 种零售业态
超市	指	根据商务部《零售业态分类》,超市是开架售货,集中收款,满足社区消费者日常生活需要的零售业态。根据商品结构的不同,可以分为食品超市和综合超市
专业店	指	根据商务部《零售业态分类》,专业店是以专门经营某一大类商品为主的零售业态
百货店	指	根据商务部《零售业态分类》,百货店是在一个建筑物内,经营若干大类商品,实行统一管理,分区销售,满足顾客对时尚商品多样化选择需求的零售业态
购物中心	指	百货、超市等零售店铺以及相关服务设施集中在由公司有计划地开发、管理、运营的一个建筑物内或一个区域内,向消费者提供综合性服务的商业集合体
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。
国美	指	国美电器控股有限公司,即在香港交易所上市的家电零售连锁公司(证券代码:0493)。
苏宁	指	苏宁云商集团股份有限公司,即在深圳证券交易所上市的家电零售连锁公司(证券代码:002024)
合肥百货	指	合肥百货大楼集团股份有限公司,即在深圳证券交易所上市的批发和零售业公司(证券代码:000417)

步步高	指	步步高商业连锁股份有限公司，即在深圳证券交易所上市的批发和零售业公司（证券代码：002251）
新华都	指	福建新华都购物广场股份有限公司，即在深圳证券交易所上市的批发和零售业公司（证券代码：002264）
商之都	指	安徽商之都股份有限公司，营业区域专注于安徽省的批发和零售业公司
自营	指	经营模式的一种，由零售商向供应商采购商品后自行销售，以获取购销差价
联营	指	经营模式的一种，零售商与供应商共同经营管理，零售商通过提取销售扣点来获取收入
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
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
OEM	指	OEM(Original Equipment Manufacturer)是受托厂商按来样厂商之需求与授权，按照厂家特定的条件而生产。所有的设计图等完全依照来样厂商的设计来进行制造加工
坪效	指	计算商场经营效益的指标，指的是每坪的面积可以产出多少营业额（营业额或销售额÷专柜或门店营业面积）
买手	指	常常关注各种信息，掌握大批量的信息和定单，不停的和各种供应商联系，并且组织一些货源，满足各种消费者不同的需求的采购人员
一、二线城市	指	全国各个省、自治区的省会城市及直辖市、计划单列市（不含港澳台地区）
三、四线城市	指	全国除了一、二线城市之外的其他所有城市（不含港澳台地区）

注：本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示，投资者做出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人简介

- 1、公司名称：安徽安德利百货股份有限公司
- 2、英文名称：Anhui Andeli Department Store Co., Ltd.
- 3、成立日期：1999年5月7日
- 4、整体变更日期：2012年2月17日
- 5、注册资本：6,000万元
- 6、注册地址及邮编：安徽省庐江县文明中路1号，231500
- 7、法定代表人：陈学高
- 8、互联网地址：<http://www.sinoadl.com/>
- 9、电子信箱：adl7322445@163.com
- 10、联系电话及传真：0551-87399889、0551-87322445

11、经营范围：许可经营项目：预包装食品兼散装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）批发兼零售；保健食品经营；卷烟零售（雪茄烟）；冷冻食品销售；糕点面包加工、销售（仅限分公司经营）；炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类）（分装）销售；蔬菜制品【食品菌制品（干制食用菌）】（分装）销售；糖（白砂糖、赤砂糖、冰糖）（分装）销售；水果制品（水果干制品）（分装）销售；冷冻动物产品（仅限分公司经营）；图书、音像制品销售（仅限分公司经营）。（上述内容凭有效许可证经营）（以上范围涉及行政许可和资质的凭许可证和资质证在核定范围内经营）一般经营项目：家电、百货、针纺织品、服装、鞋帽销售，农副产品购销（不含粮棉），家具、五金交电、黄金珠宝、摩托车、自行车、机电产品销售；为本企业运输，家电维修，空调安装，产品咨询服务；电脑及电脑耗材销售；旧家电销售、回收服务。租赁柜台、仓库、设备。广告设计、制作、发布。（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）

发行人系专业服务于国内三、四线城市及农村市场的零售百货企业，是国家

实施“万村千乡市场工程”中深入城镇、农村从事商品流通服务的商贸零售企业代表。公司业务以自营百货零售为主，具体的零售业态包括购物中心、超市、家电专业店等。

公司立足安徽中部皖江流域，面向县城、乡镇及广大农村市场的各类需求，以县城大型购物中心为“中心”，以县城、乡镇超市为“网点”，积极向庐江、巢湖、含山、和县等皖中长江流域辐射，目前已发展成为安徽中部下属的县乡地区中影响力较大的百货零售连锁企业、安徽省重点扶持的“十大商贸流通企业”、中国百货商业协会百强企业。截至目前，公司共拥有包括购物中心、超市等在内的零售百货营业网点 43 个，主要分布在庐江、巢湖、和县、无为、含山等县城及其下辖乡镇，营业面积合计达 123,246.43 平方米。公司积极参与国家于 2005 年启动的“万村千乡”市场工程建设，已在 5 个县市、23 个乡镇建有网点，销售覆盖面积近 6,000 平方公里。

与国内大多数零售百货企业以联营为主的业务模式不同，发行人百货零售主要以自营为主，即公司组织资金主要直接从制造商或者代理商处进货，拥有商品所有权，承担一切经营费用、经营风险，盈利则主要来自购销差价。由于是从厂家或代理商处直接购进商品并自主销售，从而具有质量保证优势和商品价格优势。同时，公司已经形成了一线销售员工同时参与商品采购的管理模式，有利于快速捕捉市场信息，准确判断消费者需求，并以此进行差异化经营，具有较大的市场竞争优势。

公司实施的自营业务模式相对国内大中型零售百货企业主要实施的联营业务模式而言，更加符合县乡级市场消费特点，在确保公司经营控制能力的同时，又保证了稳定的盈利空间。

此外，公司在多年的发展中还形成了如下竞争优势：

- ◆ 独特的市场定位带来的差异化竞争优势
- ◆ 区域内的营业网点优势和国家政策的支持
- ◆ 区域品牌优势及流程的标准化使公司具备快速扩张能力
- ◆ 优秀的团队和丰富的零售商业管理经验优势
- ◆ 企业文化优势

上述优势是公司持续发展的保证，也是公司核心竞争力的体现。为巩固并提

升公司竞争优势，根据国家出台的一系列推动消费、鼓励和支持商业零售行业发展的相关政策，公司将坚持以市场为导向，以质量控制为核心，以品牌经营为保障，以资本运营为手段，积极寻求产品经营与资本运营相结合的发展模式，通过实施募集资金投资项目，扩大公司经营网络，进一步完善营销服务体系，努力将企业建成区域第一、省内领先的商贸龙头企业。

二、控股股东、实际控制人简介

本公司控股股东、实际控制人为陈学高先生，1959年10月10日出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为34262219591010****，住所为安徽省庐江县庐城镇城中中路，现任本公司董事长、总经理。

陈学高先生具体介绍详见本招股说明书第八节“一、（一）董事会成员简历”。

三、发行人报告期内主要财务数据和财务指标

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总计	123,785.65	126,955.83	123,284.13	116,543.36
流动资产合计	43,645.88	46,896.72	49,443.63	48,631.54
非流动资产合计	80,139.77	80,059.11	73,840.50	67,911.82
负债合计	88,228.42	93,576.32	94,473.69	91,342.11
流动负债合计	87,837.93	93,181.05	90,034.51	84,355.90
非流动负债合计	390.50	395.27	4,439.18	6,986.21
所有者权益合计	35,557.22	33,379.51	28,810.44	25,201.25

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
营业收入	76,805.90	145,691.36	137,832.28	129,000.77
营业利润	2,704.84	5,395.63	2,804.11	4,236.27
利润总额	2,897.25	6,052.06	4,781.40	7,086.80
净利润	2,177.71	4,569.07	3,609.19	5,328.34

归属于母公司所有者的净利润	2,177.71	4,569.07	3,609.19	5,328.34
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润	2,033.40	4,075.25	2,115.33	3,188.20

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	6,347.90	11,825.98	4,623.67	15,484.45
投资活动产生的现金流量净额	-2,477.16	-6,030.82	-10,325.15	-19,999.25
筹资活动产生的现金流量净额	-3,039.81	-8,137.11	6,754.62	6,760.50
现金及现金等价物净增加额	830.93	-2,341.95	1,053.14	2,245.70

(四) 主要财务指标

财务指标	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
资产负债率（母公司）	89.63%	89.48%	86.81%	83.56%
流动比率	0.50	0.50	0.55	0.58
速动比率	0.20	0.17	0.20	0.20
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	0.23%	0.27%	0.16%	0.27%
财务指标	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
息税折旧摊销前利润（万元）	6,006.06	12,521.53	10,389.12	11,245.64
利息保障倍数（倍）	3.15	2.98	2.78	4.00
应收账款周转率（次）	186.06	306.61	249.42	406.82
存货周转率（次）	2.11	3.67	3.45	3.42
每股经营活动产生的现金净流量（元）	1.06	1.97	0.77	2.58
每股净现金流量（元）	0.14	-0.39	0.18	0.37
基本每股收益（元/股）	0.36	0.76	0.60	0.89
稀释每股收益（元/股）	0.36	0.76	0.60	0.89
加权平均净资产收益率（归属于公司普通股股东的净利润）	6.32%	14.69%	13.36%	23.64%
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润）	5.90%	13.10%	7.83%	14.15%

四、本次发行情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	1.00 元人民币
发行股数	不超过 2,000 万股，不低于发行后总股本的 25%，本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份
每股发行价格	11.71 元/股
发行方式	采用全部向符合条件的网上投资者发行的方式或中国证监会认可的其他方式
发行对象	本次发行的发行对象为符合条件的网上投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
保荐人（主承销商）	华林证券股份有限公司
承销方式	余额包销
申请上市交易所	上海证券交易所

五、募集资金运用

本次发行募集资金扣除发行费用后拟投入下列项目：

序号	项目名称	投资金额 (万元)	拟使用募集 资金额 (万元)	建设周期	备案情况
1	无为安德利购物中心建设项目	19,650.22	19,650.22	2 年	无为县发改委发改投字[2012]435 号
2	新建城乡零售分店项目	9,389.98	720.88	3 年	庐江县发改委发改项[2012]11 号、[2014]167 号、庐发项[2016]235 号
合计		29,040.20	20,371.10		

若因经营需要或市场竞争等因素导致上述募集资金投向中的全部或部分项目在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入的，本公司拟以自筹资金先期进行投入，待本次发行募集资金到位后，本公司可选择以募集资金置换先期已投入的自筹资金。

如本次发行募集资金扣除发行费用后不能满足募集资金投资项目的需求，不足部分本公司将通过自有资金、银行借款等途径解决。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	1.00 元人民币
发行股数	不超过 2,000 万股，不低于发行后总股本的 25%。本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份
每股发行价格	11.71 元/股
发行前每股收益	0.6792 元/股（按经审计的 2015 年度的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润和本次发行前总股本为基础计算）
发行后每股收益	0.5094 元/股（按经审计的 2015 年度的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润和本次发行后总股本为基础计算）
发行前市盈率	17.24 倍（每股发行价格除以发行前每股收益）
发行后市盈率	22.99 倍（每股发行价格除以发行后每股收益）
发行前每股净资产	5.56 元/股（按经审计的 2015 年 12 月 31 日归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	6.72 元/股（按经审计后的 2015 年 12 月 31 日归属于母公司所有者权益与本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行前市净率	2.10 倍（每股发行价格除以发行前每股净资产）
发行后市净率	1.74 倍（每股发行价格除以发行后每股净资产）
发行方式	采用全部向符合条件的网上投资者发行的方式或中国证监会认可的其他方式
发行对象	本次发行的发行对象为符合条件的网上投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
募集资金总额	预计募集资金总额为 23,420 万元
募集资金净额	预计募集资金净额为 20,371.1 万元
发行费用概算	承销费用：1,750 万元 保荐费用：300 万元 审计及验资费用：479 万元 律师费用：150 万元 发行手续费：12.9 万元 用于本次发行的信息披露费：357 万元

二、本次发行的有关当事人

(一) 发行人	安徽安德利百货股份有限公司
法定代表人	陈学高
注册地址	安徽省庐江县文明中路1号
联系电话	0551-87399889
传真	0551-87322445
联系人	姚忠发
(二) 保荐机构（主承销商）	华林证券股份有限公司
法定代表人	林立
注册地址	西藏自治区拉萨市柳梧新区察古大道1-1号君泰国际B栋一层3号
联系电话	021-20281102
传真	021-20281101
保荐代表人	张浩淼、胡智慧
项目协办人	
项目组其他成员	于乐翔、李波、徐晓晨
(三) 发行人律师	国浩律师（上海）事务所
负责人	黄宁宁
注册地址	上海市北京西路968号嘉地中心23-25层
联系电话	021-52341668
传真	021-52341670
经办律师	许航、徐志豪
(四) 会计师事务所	众华会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人	孙勇
注册地址	上海市嘉定工业区叶城路1630号5幢1088室
联系电话	021-63525500
传真	021-63525566
经办注册会计师	梁烽、文爱凤
(五) 验资机构	众华会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人	孙勇

注册地址	上海市嘉定工业区叶城路 1630 号 5 幢 1088 室
联系电话	021-63525500
传真	021-63525566
经办注册会计师	傅林生、陆士敏
(六) 资产评估机构	北京大正海地人资产评估有限公司
法定代表人	陈冬梅
注册地址	北京市朝阳区八里庄西里 100 号住邦 2000 商务中心 1 号楼 A 座 707 室
联系电话	010-85868816
传真	010-85868385
经办注册评估师	李巨林、李辉
(七) 股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司
注册地址	上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼
联系电话	021-58708888
传真	021-58754185
(八) 申请上市交易所	上海证券交易所
注册地址	上海市浦东南路 528 号证券大厦
联系电话	021-68808888
传真	021-68804868
(九) 收款银行	中国农业银行股份有限公司深圳城市绿洲支行
户名	华林证券股份有限公司
收款账号	41005200040004682

截至本招股说明书签署之日，发行人与本次发行的有关中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

三、发行上市的相关重要日期

发行公告刊登日期	2016 年 8 月 9 日
申购日期	2016 年 8 月 10 日

缴款日期	2016年8月12日
预计股票上市日期	本次发行完成后，尽快安排在上海证券交易所上市

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、自营业务模式的风险

与国内大多数零售百货企业以联营为主的业务模式不同，发行人百货零售主要以自营为主，即公司组织资金主要直接从制造商或者代理商处进货，拥有商品所有权，承担一切经营费用、经营风险，盈利则主要来自购销差价。报告期内，发行人主营业务收入中上述自营业务模式形成的收入均占 80% 以上。发行人自成立以来，一直以自营业务模式为主。主要系发行人经营区域均为三四线县乡级地区，上述经营模式最为适应该类市场需求的特征及发行人的自身经营特点。虽然上述自营业务模式系国外百货零售行业企业的主要经营模式，但该等自营业务模式相对于国内普遍采用的联营模式而言也存在着存货风险大、资金占用程度高、商品采购控制难、需要大量的自有营销、管理人才的支持等风险和管理难点。发行人在未来的经营中将面对上述因自营模式本身存在的风险点而形成的经营风险。

二、市场风险

（一）区域经营的风险

发行人系专业服务于国内三、四线城市及农村市场的零售百货企业，截至目前，公司共拥有包括购物中心、超市等在内的零售百货营业网点 43 个，主要分布在庐江、巢湖、和县、无为、含山等县城及其下辖乡镇，已在 5 个县市、23 个乡镇建有网点，营业面积合计达 123,246.43 平方米，销售覆盖面积近 6,000 平方公里。

2011 年下半年，经国务院批复，撤销原地级巢湖市居巢区，设立县级巢湖市。以原居巢区的行政区域作为新设的县级巢湖市的行政区域。新设的县级巢湖

市由安徽省直辖，合肥市代管。受到上述行政区域规划影响，原居巢区（即新设的县级巢湖市）内的一些居民和流动人口有向合肥市和其他地区迁移流动的迹象，公司巢湖地区的购物中心店受消费群体变动影响出现营业收入、营业毛利率等降低的情况，从而对公司经营业绩产生一定影响。

虽然发行人已经占据了安徽省内较为发达的皖江中部地区的县乡级市场，但上述经营区域总体而言仍较为局限，发行人当前的经营成果仍对地区的经济水平和居民消费水平具有较强的依赖。因此，发行人存在因区域经营而导致的经营依赖风险。

此外，未来发行人仍然需要在安徽省内其他的县乡级区域去进行进一步的拓展，甚至需要走出省外。即使在当前国内县乡级市场百货零售企业布局缺口较大，未来市场总体发展潜力巨大的情况下，发行人仍将面临走出区域和开拓新市场的风险。

（二）潜在市场进入者的风险

近年来，随着我国国民经济的不断增长，百货零售行业作为国民经济和反映人民生活消费水平的重要组成部分，也随着社会经济的不断发展而日趋成熟。目前国内百货零售行业已呈现出从业企业众多、龙头企业不断涌现、一、二线城市已趋饱和、电子商务不断渗透、市场竞争十分激烈的发展特征。发行人作为专业从事县乡级市场百货零售的企业，未来公司将面临着国内大型百货零售连锁企业及电子商务企业介入县乡级市场，并与之竞争的情形。这些潜在的市场竞争者拥有强大的资本支持和品牌声誉，可能在未来的市场投入和品牌宣传方面具有较强的优势。报告期内，发行人在巢湖地区已经面临与安徽龙头企业合肥百货、商之都，以及大型连锁企业国美、苏宁、沃尔玛的市场竞争。未来还会有其他强有力的潜在竞争对手将会介入。因此，发行人面临着潜在市场进入者带来的市场竞争风险。

三、宏观经济影响风险

百货零售业的市场需求比较容易受到经济周期性波动的影响。经济周期波动将直接影响消费者实际可支配收入水平、消费者收入结构以及消费者信心指数，

进而直接影响百货零售市场需求。

2012 年以来，国内外经济形势愈加复杂，全球经济复苏缓慢、欧洲债务危机尚未完全解除，市场信心下降；在国内，企业经营的困难不断增加，经济增长调整压力不断加大，居民消费购买力持续疲弱。在宏观经济发展和消费增速同时放缓的背景下，百货零售行业或多或少的出现了收入增速放缓、盈利能力不断收窄的现象。例如以高端白酒为代表的消费市场 2012 年下半年以来受居民消费购买力持续疲弱增长和我国政府严格控制“三公消费”等相关因素影响增长呈现大幅放缓迹象，部分品牌甚至出现出厂价和零售价格“倒挂”的现象并引发渠道危机。

如果宏观经济出现“硬着陆”，从而使百货零售业整体增长幅度均进一步大幅放缓，在此种情况下，发行人依然面临着宏观经济周期性下行波动带来的风险。

四、行业季节性风险

国内百货零售行业的营业收入和营业利润时常呈现出一定的季节性波动特征。受国庆、元旦、春节等假期和季节的影响，国内百货零售业在每年的一、四季度是消费旺季，营业收入和营业利润通常较高；二、三季度是相对的消费淡季，销售收入和利润通常比旺季低。这种季节性波动特征将持续对公司的各季度经营业绩分布造成影响。

五、业绩波动风险

公司 2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月分别实现净利润 5,328.34 万元、3,609.19 万元、4,569.07 万元和 2,177.71 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润分别为 3,188.20 万元、2,115.33 万元、4,075.25 万元和 2,033.40 万元；其间 2014 年度业绩较 2013 年下降较多，主要因 2013 年底，公司根据发展规划，运用自有资金及银行借款建设的无为安德利购物中心项目开始营业，受新店开业初期需要招募、培训大量基层员工、财务费用及固定资产折旧增加、新店处于培育期等因素的影响造成公司业绩下降。因此，当未来公司继续拓展新市场、尤其是构建较大型中心店经营场所时，发行人将很可能依然面临新建项目在市场培育期收入、毛利贡献较小，但同期销售费用、管理费用、财务费

用大幅增加，从而导致经营业绩波动的风险。

六、关于发行人股权稳定性存在的潜在风险

发行人前身安德利有限于2002年7月22日召开股东大会，同意公司原股东在自愿互利、平等协商的前提下，自由转让股份，公司原股东405人，出让股份的股东380名，共转让股份2004股，每股面值1000元，其中362人将持有股份全部转让，共转让股份1824股，另18人转让部分股份，共转让180股。上述股份转让后公司股东人数48人，其中43名为老股东，5名为新股东，本次受让股份的股东共30人，受让股份计2004股，每股1000元；2002年9月20日，相关人员就该等转让分别签订了《股权转让协议》。

虽然本次发行的中介机构已对上述出让股份所涉及的380名股东中的234人进行了访谈，对相关股份转让行为进行了核实并制作了《调查访谈笔录》；发行人已于2012年6月9日、6月16日于《合肥日报》刊登了相关公告，并于2012年6-7月期间内于公司公告栏持续张贴公告；截至目前，无相关主体就发行人股权事宜提出异议。除此以外，合肥市人民政府和安徽省人民政府亦对发行人历史沿革的变化情况出具了确认意见；发行人实际控制人陈学高已出具《承诺》，承诺发行人股权清晰，历次股权变更均已履行了必要的法律程序，未来任何相关方就发行人股权提出任何异议及由此产生的任何纠纷均由陈学高承担全部责任，保证该等纠纷不会对发行人造成任何不利影响。但是，鉴于中介机构的访谈并未覆盖全体出让股份的股东、相关股东可能无法及时获取公司的公告信息，因此，仍然不能排除未来可能存在纠纷的可能性。如果发生纠纷，则可能导致发行人实际控制人面临纠纷所产生的影响，也可能会对公司的正常经营管理构成一定的影响。

七、存货积压或减值的风险

报告期内，发行人存货价值及占流动资产的比例分别为：

单位：万元				
项目	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
存货	26,219.67	30,776.71	31,716.40	32,029.39
流动资产	43,645.88	46,896.72	49,443.63	48,631.54
比例	60.07%	65.63%	64.15%	65.86%

与国内普遍采用的联营模式相比,发行人为适应县乡级市场的需要采用了自营业务的主要经营模式。相对于国内同行业企业而言,由于发行人需要自备和买断存货,使得发行人主要资产中的存货占比规模要比国内同行业企业偏大,并且需要承担商品价格下跌的主要风险。报告期内,随着发行人经营网点布局 and 经营面积的不断增加,上述存货规模呈持续增加的态势,并且近年来商品价格波动幅度较大,已对发行人的经营业绩造成了一定的影响。公司可能在未来的经营过程中出现因决策失误等情形而导致的存货积压、滞销和减值风险。

八、偿债风险

本公司所属的百货零售行业是一个资金密集型行业,并且为了保障公司的长期发展,公司零售业态中购物中心均以自建物业的方式投入。此外,公司采用的自营业务模式需要自行买断和储备商品,相对于国内绝大多数以联营模式为主的百货零售企业而言,需要投入更大的库存资金。因此,在公司历史的发展过程中,一直处于负债程度较高的状态。2013年、2014年和2015年、2016年6月30日公司的资产负债率(合并)分别为78.38%、76.63%、73.71%和71.28%,维持在较高水平;流动比率分别为0.58、0.55、0.50和0.50倍,公司流动比率总体水平较低。此外,作为民营企业,公司较多地采用资产抵押和质押的方式取得银行借款,截至2016年6月30日,公司用于抵押的房屋及建筑物、土地使用权账面原值合计为73,252.08万元,占公司房屋及建筑物、土地使用权账面原值的89.38%。一旦发生资金周转困难,不能按期偿还银行借款,银行将可能对公司资产采取强制措施,从而影响公司的正常经营。此外,公司经营网点的进一步扩张仍需要较大的资本性支出,如果公司不能如期募集到足够的资金,也将面临一定的财务风险。

九、政府补助依赖风险

报告期内,公司获得的政府补助对其各年度净利润的影响情况如下:

单位:万元

项目	2013年度	2014年度	2015年度	2016年1-6月
净利润	5,328.34	3,609.19	4,569.07	2,177.71
政府补助	1,432.29	1,733.25	614.55	187.64

政府补助（扣税后）占净利润比例	20.16%	36.02%	10.09%	6.46%
持续性政府补贴	361.79	824.5	373.39	187.64
非持续性政府补贴	1,070.50	908.75	241.16	0.00

报告期内，公司获得的政府补助占净利润的比例较高。虽然公司获得的政府补助均有合法依据，不存在被追缴清偿的风险，部分政府补助未来具有持续性，且在报告期内，政府补助占净利润的比例呈逐渐下降的趋势，但仍提醒投资者特别关注公司对政府补助的依赖风险。

十、募集资金投向的风险

（一）净资产收益率下降的风险

公司本次募集资金主要投向为无为安德利购物中心建设项目和新建城乡零售分店项目，上述项目的投入将使得发行人在经营规模、经营区域和未来经营业绩方面均会有较高水平的提升。但未来新增的销售规模能否适应市场的需求并被消化，直接关系到本次募集资金投资项目效益的实现。募投项目实施及后续经营过程中，如果业务开拓滞后或者市场环境发生变化，公司新增销售规模将得不到及时的消化，进而将直接影响本次募集资金项目的经济效益和公司的整体经营业绩。此外，在公司上市当年和募集资金项目尚未投入使用的前期，由于公司净资产规模的增加，而经营效益尚未得以释放，将使得短期内公司的净资产收益水平呈下降的趋势。

（二）新门店选址风险

百货零售企业的发展主要依靠内生式增长和外延式扩张：一方面公司需要不断挖掘现有门店的潜力，提高现有门店的坪效，降低运营成本费用以提升公司的经营业绩；另一方面公司需要靠新开门店来快速扩大经营规模，并利用其规模经济效应充分提高物流配送效率和采购议价能力。在内生式增长放缓的情况下，外延式扩张更加重要，因此新开门店选址较为重要。新开门店选址，通常需要综合考虑当地收入水平和人口结构、消费水平和消费习惯、城市发展规划、交通便利程度、周边竞争对手情况、配套基础设施和租金水平等等。如果选址不当，则新开门店无法达到预期的收入水平或利润水平，将会对公司的整体经营业绩构成不

利影响，更有可能直接影响公司战略布局的合理性。

（三）募投资金项目短期内不能实现盈利的风险

通常情况下，新开的门店至少有 2-3 年的培育期，在此期间，公司会因招募员工新增相关费用、需对新开门店新增的固定资产计提折旧、无形资产进行摊销。由上述原因，新开门店可能处于亏损状态，短期内可能会对公司的经营业绩造成一定的不利影响。

十一、实际控制人控制风险

本公司实际控制人为陈学高先生，持有本公司发行前总股本 66.83% 的股份，并任本公司董事长兼总经理。本次股票成功发行后，陈学高先生仍为本公司实际控制人。如果发生控股股东和实际控制人利用其持股优势对公司发展战略、经营决策、人事安排、利润分配、关联交易和对外投资等重大事项进行非正常干预、控制的情形，可能损害公司及公司中小股东的利益。

十二、商品质量和食品安全风险

近年来，社会公众对商品质量和食品安全问题的关注程度日益提高。如果商品和食品存在质量问题，则生产商、经销商（包括经销的商家）均会受到较大的影响。发行人商品的采购，尤其是食品的采购，面向众多的生产厂商、供应商和农户，公司食品类主营业务收入占有一定的比例。虽然发行人在采购合同中均已明确了与供应商之间关于商品存在质量问题时主要由供应商承担相应责任的法律条款，但一旦发行人经销的商品存在质量问题时，将很可能成为消费者的第一追索人，或先行承担相应的赔偿责任。

如果公司采购的商品及食品存在质量、安全等问题，由于上述风险的存在，公司仍将会受到较大的影响。

十三、人才不足或流失的风险

人力资源的培养与储备是百货零售企业在发展当中面临的关键问题之一。人才的储备和培养是企业长期持续发展的有效动力，对于劳动密集型的连锁经营企

业更是如此，连锁门店的稳健、快速扩张离不开人才的储备。尤其是像发行人这样采用直营业务模式从事百货零售业务的企业，在经营过程中更需要大量的管理性人才、一线销售骨干等人才，且该模式对一线柜组人员的经营能力和道德品质等各方面要求很高。发行人经过二十多年的发展，已经积累和储备了多达 800 人的管理和销售骨干团队。未来随着公司的不断发展，尤其是募集资金项目的投入使用，公司的经营规模还将得以大幅的提升，同时也将对各类人才的进一步储备和投入提出了更高的要求。因此，未来公司仍需不断加强人力资源的储备和培训工作，一旦公司的人才储备不能满足公司发展的需求，或者骨干的人才队伍出现流失，都将对公司未来的经营业绩构成较大的影响。

十四、电子商务对传统百货零售业冲击风险

近年来，国内网络零售市场交易规模迅速上升，占同期社会消费品零售总额比例也逐步提高，网络零售经营范围已经从最初标准化的图书音像、家电、数码 3C，到服装鞋帽、日用百货，再到家居、食品甚至非标准化的生鲜商品。网络零售一定程度上挤压了实体百货零售企业的市场份额。传统百货零售企业正在经历全面而深刻的调整与变革。

随着居民收入的快速增长、互联网的普及、第三方物流配送渠道的深入发展，电子商务将逐渐由一、二线城市向三、四线城市延伸。

据艾瑞咨询研究数据显示，2014 年中国网络购物交易规模 2.8 万亿元，较 2013 年同比增长达到 48.7%，预计未来网络购物用户规模仍将持续增长。中国互联网络信息中心发布的第 35 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2014 年底安徽地区网络用户已达 2,225 万人。电子商务零售凭借其便捷的商品选购方式、快捷的配送渠道、丰富的商品选择范围等优势，销售规模增速迅猛，对传统百货零售企业带来一定的冲击。

未来，随着电子商务对三、四线城市百货零售业影响的不断扩大，若发行人不能及时调整经营策略，及时抢占“线上”市场先机，将对公司经营发展造成不利影响。

十五、物业租赁的风险

截止本招股说明书签署之日，公司共承租物业 34 处，实际总租赁面积 31,148.11 平方米，占公司总经营面积的 25.27%。

其中巢湖坝镇店、无为开城店 2 处面积合计 1,700 m² 房产的出租方未能提供房屋所有权证书，占发行人全部租赁房产面积的 5.46%，上述租赁房产权属存在不确定性以及因此导致相关租赁合同无法正常履行的风险。

根据相关租赁合同，在租赁物业的租约到期后，在同等条件下公司享有优先续租权；但续约时有可能存在因租金上涨从而导致本公司经营成本增加的风险。

十六、消费群体不断发生变化的风险

公司作为百货零售行业，其消费群体主要为个人，客户群体比较分散，客户消费群体在报告期内一直在不断变化，客户消费群体的不稳定可能对公司经营造成不利影响。

十七、公共安全突发事件的风险

公司主要从事面向大众的零售百货业务，日常经营中，每天都要接待众多顾客，尤其在节假日或促销打折活动期间，客流量会大大增加，因此，火灾及危险事故等威胁人身安全的突发事件可能会对本公司的正常经营带来不利影响。

十八、本次公开发行摊薄即期回报的风险提示

本次发行前公司总股本为 6,000 万股，本次发行股份数量为 2,000 万股，发行完成后公司总股本将增至 8,000 万股，由于募集资金到位后，从投入募集资金项目建设至产生效益需要一定周期，公司发行当年每股收益相比 2015 年将出现下降，即期回报存在摊薄风险。

特此提醒投资者关注本次公开发行可能摊薄即期回报的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人的基本资料

中文名称：安徽安德利百货股份有限公司

英文名称：Anhui Andeli Department Store Co., Ltd.

法定代表人：陈学高

注册资本：6,000 万元

成立日期：1999 年 5 月 7 日

变更设立日期：2012 年 2 月 17 日

住所：庐江县文明中路 1 号

邮政编码：231500

联系电话：0551-87399889

传真：0551-87322445

互联网地址：<http://www.sinoadl.com/>

电子信箱：adl7322445@163.com

经营范围：许可经营项目：预包装食品兼散装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）批发兼零售；保健食品经营；卷烟零售（雪茄烟）；冷冻食品销售；糕点面包加工、销售（仅限分公司经营）；炒货食品及坚果制品（烘炒类、油炸类）（分装）销售；蔬菜制品【食品菌制品（干制食用菌）】（分装）销售；糖（白砂糖、赤砂糖、冰糖）（分装）销售；水果制品（水果干制品）（分装）销售；冷冻动物产品（仅限分公司经营）；图书、音像制品销售（仅限分公司经营）。（上述内容凭有效许可证经营）（以上范围涉及行政许可和资质的凭许可证和资质证在核定范围内经营）一般经营项目：家电、百货、针纺织品、服装、鞋帽销售，农副产品购销（不含粮棉），家具、五金交电、黄金珠宝、摩托车、自行车、机电产品销售；为本企业运输，家电维修，空调安装，产品咨询服务；电脑及电脑耗材销售；旧家电销售、回收服务。租赁柜台、仓库、设备。广告设计、制作、发布。（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、发行人改制重组情况

（一）发行人设立方式

发行人系经合肥市工商行政管理局核准，由安德利有限以 2011 年 12 月 31 日经众华沪银会计师事务所有限公司审计的账面净资产 112,620,501.24 元，按 1:0.53276 的折股比例折合为股本 6,000 万股，整体变更设立的股份有限公司。2012 年 2 月 17 日，公司在合肥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 341421000003357 的企业法人营业执照，注册资本为 6,000 万元。

（二）发起人

本公司发起人为银瑞投资、陈学高等 36 名自然人股东，设立时的持股情况如下：

序号	股东名称或姓名	股份数（万股）	持股比例（%）	股权性质
1	陈学高	4,009.86	66.8310	自然人股
2	姚忠发	187.20	3.1200	自然人股
3	姚明	187.20	3.1200	自然人股
4	钱元报	30.78	0.5130	自然人股
5	夏留文	30.78	0.5130	自然人股
6	洪雪晴	30.78	0.5130	自然人股
7	赵启滢	30.78	0.5130	自然人股
8	陈伟	30.78	0.5130	自然人股
9	袁先朝	30.78	0.5130	自然人股
10	叶贵芝	30.78	0.5130	自然人股
11	孙玉琳	30.78	0.5130	自然人股
12	胡更生	30.78	0.5130	自然人股
13	朱锦华	30.78	0.5130	自然人股
14	袁玲	30.78	0.5130	自然人股
15	王成	30.78	0.5130	自然人股
16	周同江	30.78	0.5130	自然人股
17	戴光明	30.78	0.5130	自然人股
18	滕树能	30.78	0.5130	自然人股
19	金小龙	30.78	0.5130	自然人股
20	江水	30.78	0.5130	自然人股

21	李柏森	30.78	0.5130	自然人股
22	朱春花	30.78	0.5130	自然人股
23	胡迎生	30.78	0.5130	自然人股
24	方大春	30.78	0.5130	自然人股
25	李立东	30.78	0.5130	自然人股
26	周元灿	30.78	0.5130	自然人股
27	陶传进	30.78	0.5130	自然人股
28	卢卫坤	30.78	0.5130	自然人股
29	丁恒春	30.78	0.5130	自然人股
30	刘章宏	30.78	0.5130	自然人股
31	孙爱萍	30.78	0.5130	自然人股
32	孙晓俊	30.78	0.5130	自然人股
33	李正兵	30.78	0.5130	自然人股
34	金胜	30.78	0.5130	自然人股
35	洪四喜	30.78	0.5130	自然人股
36	王保新	30.78	0.5130	自然人股
37	银瑞投资	600.00	10.0000	非企业法人股
合计		6,000.00	100.0000	-

发起人的具体情况详见本节之“八、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”。

（三）发行人改制设立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司改制设立时，持股 5% 以上的主要发起人为陈学高和银瑞投资，分别持有公司 66.831%、10% 的股权。

陈学高拥有的主要资产为持有的发行人和安德利投资的股权，其从事的主要业务为对本公司的经营管理及股权投资。陈学高在发行人改制设立前后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。安德利投资及其控制的企业的具体情况请参见本节之“八、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业”。

银瑞投资的主营业务为对外投资及资本运作，不从事具体的经营业务，其拥

有的主要资产为对本公司和三和建材科技（香港）有限公司的长期股权投资。在改制设立发行人前后，银瑞投资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。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司系安德利有限整体变更设立，设立时整体承继了安德利有限的全部资产和业务。根据众华沪银沪众审字[2012]第 1321 号《审计报告》，截止变更设立基准日（2011 年 12 月 31 日），公司（合并数）总资产为 69,294.84 万元，其中流动资产 29,951.01 万元、非流动资产 39,343.83 万元；负债为 54,142.60 万元；净资产总额为 15,152.24 万元。改制设立时公司实际从事的主要业务为百货零售业务。公司变更设立前后拥有的主要资产和从事的主要业务均未发生变化。

（五）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程，以及原企业和发行人业务流程间的联系

本公司整体变更的业务流程未发生重大变化，主要业务流程详见“第六节业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（四）发行人主要经营模式和主要业务流程”。

（六）发行人成立后在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

公司成立以来，除本招股说明书已经披露的关联关系和关联交易外，在生产经营方面与主要发起人不存在其他的关联交易，具体情况详见第七节“二、关联方和关联关系”和“三、关联交易”。

（七）发起人出资资产的产权变更

本公司由安德利有限依法整体变更设立，承继了安德利有限的全部资产、负债、权益，截至本招股说明书签署日，公司已完成了所有资产的产权变更手续。具体情况详见第六节“业务和技术”之“六、固定资产及无形资产”。

三、发行人股本形成及其变化和重大资产重组情况

(一) 股份公司设立以前的股本结构变化

本公司系由安德利有限整体变更设立。安德利有限成立于 1999 年 5 月 7 日，其股本形成及变化过程如下：

1、原国有企业安徽省庐江县安德利贸易中心的设立情况

安徽省庐江县安德利贸易中心（以下简称“贸易中心”）系根据 1984 年 11 月 1 日庐江县编制委员会庐编（84）36 号《关于成立县工业品贸易中心的批复》批准成立，成立时名称为安徽省庐江县工业品贸易中心，性质为全民所有制企业，主营业务为经营百货、五交化、糖烟酒等。1996 年 12 月 20 日，庐江县商务局出具了庐商字（96）109 号《关于同意县工业品贸易中心更名的批复》，同意安徽省庐江县工业品贸易中心更名为安徽省庐江县安德利贸易中心。

2、1997 年贸易中心第一次改制及 1999 年安德利有限成立

(1) 1997 年 7 月 21 日，庐江县经济体制改革委员会下发庐体改字[1997]25 号《关于同意组建安徽省庐江安德利贸易中心有限公司的批复》，同意贸易中心按“先出售后改制”方式改制，债权债务由改制后新企业承担，全部股份由企业内职工认购持有，经评估后的净资产、人员费用扣留、土地和非经营性资产的剥离和处理，另行发文。

(2) 1997 年 7 月 25 日，安徽省庐江会计师事务所出具庐会师评字[1997]13 号《资产评估报告书》，经评估，截至 1997 年 4 月 30 日贸易中心的总资产为 3,504.95 万元，总负债为 3,484.22 万元，净资产为 20.73 万元。1997 年 11 月 6 日，庐江县国有资产管理局出具庐国资字[1997]110 号《关于对县安德利贸易中心资产评估结果确认的批复》，确认上述评估结果。

(3) 根据庐体改字[1997]25 号文精神，贸易中心 405 名职工出资设立安德利有限，安德利有限于 1997 年 7 月 22 日召开创立大会并通过公司章程，注册资本拟定为 252.3 万元，共计 2,523 股，每股面值 1,000 元。由于出资人数众多，为了符合当时公司法第二十条“有限责任公司由二个以上五十个以下股东共同出资设立”的规定，安德利有限采取了委托持股的方式，由部分股东作为名义出资

人进行出资。根据相关股东签署的 17 份《委托书》及安德利有限《章程》所附股东名册，安德利有限股权设置及比例、委托持股情况如下：

序号	实际出资人	出资额（元）	代持人
1	汪文礼	25000	汪文礼
2	黄银莲	4000	
3	周青枝	4000	
4	龚千姑	4000	
5	孙小波	4000	
6	李红	4000	
7	张洪	4000	
8	李霞	4000	
9	丁琼	4000	
10	肖红兵	4000	
11	洪亮	4000	
12	鲍秀玲	4000	
13	马祖红	4000	
14	王文华	4000	
15	夏则勇	4000	
16	郑海波	4000	
17	赵凤霞	4000	
18	赵德才	4000	
19	孙建民	25000	
20	杨卫东	25000	
21	袁先会	4000	
22	江洪	4000	
23	黄兵	2000	
24	丁问渠	4000	
25	葛晓军	2000	
26	邢敬东	4000	
27	卢常青	4000	
28	宛新杰	25000	宛新杰
29	张友华	4000	
30	朱国辉	4000	
31	洪燕	4000	
32	汪宏	4000	
33	张霞 A	4000	
34	江冰凌	4000	
35	高冬梅	4000	
36	王方英	4000	
37	徐济霞	4000	

38	吴婷	4000		
39	胡正春	4000		
40	洪玲丽	4000		
41	吕玲	4000		
42	杨明芳	4000		
43	章玲 A	4000		
44	梅爱英	4000		
45	陈旭霞	4000		
46	罗红梅	4000		
47	陈春红	4000		
48	程晓林	25000		
49	李柏森	25000		李柏森
50	李正兵	4000		
51	袁先朝	4000		
52	宛爱香	4000		
53	袁庆荣	4000		
54	邢应红	25000		
55	马小云	4000		
56	吴小红	4000		
57	陈晓凤	4000		
58	张翠霞	4000		
59	宛平	4000		
60	张红燕	4000		
61	苏红	4000		
62	卢代红	4000		
63	莫晓玲	4000		
64	黄敏	4000		
65	金华	4000		
66	沈迎华	4000		
67	王宏	4000		
68	李虹	4000		
69	许慧静	4000		
70	孔海珍	4000		
71	陈小玲	25000	陈小玲	
72	姚忠发	25000		
73	费贵龙	2000		
74	钱元报	4000		
75	江水	4000		
76	孙玉琳	4000		
77	朱玲华	4000		

78	叶贵芝	2000		
79	王孝平	2000		
80	周同江	4000		
81	许唐敏	2000		
82	洪雪晴	25000		
83	王玲生	4000		
84	谭家立	25000		谭家立
85	鲁国林	25000		
86	张先玲	4000		
87	张颖智	4000		
88	施桂英	4000		
89	方文权	4000		
90	陈先会	4000		
91	李成生	4000		
92	王平	4000		
93	胡杰	4000		
94	朱小宝	4000		
95	王永盛	4000		
96	张昌平	4000		
97	丁润生	4000		
98	王保新	25000		
99	戴卫东	4000	戴卫东	
100	卢昆	4000		
101	王勇	4000		
102	江玉岚	4000		
103	杜荣生	4000		
104	何基莲	4000		
105	戴红颖	4000		
106	鲍悟荣	4000		
107	丁平英	4000		
108	张党生	4000		
109	唐飞	4000		
110	霍晓春	4000		
111	朱保平	4000		
112	刘同兵	4000		
113	黄金林	4000		
114	卢勇	4000		
115	方琼	4000		
116	叶红云	4000		
117	钱海霞	4000		

118	朱月英	4000	
119	周美荣	4000	
120	张金梅	4000	
121	唐田	4000	
122	金胜	25000	
123	戴光明	25000	
124	李照秀	4000	
125	谈峻松	4000	
126	高建平	4000	
127	马红梅	4000	
128	陈荣玉	4000	
129	孙荷芝	4000	
130	莫琪	4000	
131	王宜保	4000	
132	张家胜	4000	
133	汪玲	4000	
134	王能霞	4000	
135	夏菊林	4000	
136	何智慧	4000	唐田
137	夏翠萍	4000	
138	潘明珍	4000	
139	茱斌	4000	
140	吴义琴	4000	
141	黄爱武	4000	
142	周凤英	4000	
143	章玲 B	4000	
144	江虹	4000	
145	蔡琼	4000	
146	尹昌爱	4000	
147	张进	4000	
148	潘进花	4000	
149	何琼	4000	
150	张旭芬	4000	
151	张思红	4000	
152	何春霞	4000	
153	汪炳年	25000	
154	潘声荣	25000	
155	邱春	25000	汪炳年
156	殷建榕	25000	
157	刘保平	25000	

158	丁恒春	25000	
159	许克福	25000	
160	何昌德	4000	
161	金泽如	2000	
162	周元同	2000	
163	袁红梅	2000	
164	陈宝龙	2000	
165	张连杰	4000	
166	刘旭峰	4000	
167	陈启贵	4000	
168	朱晓荣	4000	
169	鲍刚	4000	
170	金翠银	4000	
171	韦丽	4000	
172	李和平	4000	
173	吴银生	4000	
174	李小伍	4000	
175	袁建生	4000	
176	张信保	4000	
177	周志明	4000	
178	吴照松	4000	
179	李宏飞	4000	
180	李纯生	4000	
181	陈东林	4000	
182	周元灿	4000	
183	王军	4000	
184	于辉	4000	
185	谭拥华	4000	
186	李必安	4000	
187	朱忠发	2000	
188	邢晓林	4000	
189	吴建新	2000	
190	杨国诚	4000	
191	朱文胜	4000	
192	程东浩	4000	
193	孙黎明	3000	
194	陈旅华	4000	
195	李立东	25000	
196	王俊	4000	李立东
197	袁玲	25000	

198	刘章宏	4000
199	夏晓春	4000
200	黄明慧	4000
201	侯舜华	4000
202	陈国庆	4000
203	张瑛	4000
204	夏莹	4000
205	吕少芝	4000
206	张爱梅	4000
207	刘树芝	4000
208	熊迎华	4000
209	占利萍	4000
210	郑昌玲	4000
211	许俊卿	4000
212	朱财英	4000
213	宛新娥	4000
214	洪艳丽	4000
215	查春玲	4000
216	王义梅	4000
217	姚维高	4000
218	陶荣	4000
219	郑大燕	4000
220	周晓瑄	4000
221	计小进	4000
222	徐海宝	4000
223	鲍群英	4000
224	侯文英	4000
225	周芬	4000
226	唐言群	4000
227	姚爱云	4000
228	杨翠兰	4000
229	黄小敏	4000
230	崔小玲	4000
231	卢翠平	4000
232	崔秀兰	4000
233	胡敬平	4000
234	朱晓玲	4000
235	任红丽	4000
236	徐晓芳	4000
237	陈海珍	4000

238	朱春花	25000	朱春花	
239	王春霞	4000		
240	纪海燕	4000		
241	施江慧	4000		
242	王玉	4000		
243	项红敏	4000		
244	宋贵芝	4000		
245	洪四喜	4000		
246	滕玢羚	4000		
247	钱红梅	4000		
248	曹华玲	4000		
249	陈海霞	4000		
250	张友兰	4000		
251	许琴	4000		
252	王珏	4000		
253	赵娟	4000		
254	吴本荣	4000		
255	王玉荣	4000		
256	赵明兴	4000		
257	章晓云	4000		
258	徐金会	4000		
259	时海荣	4000		
260	金爱兰	4000		
261	陶芳	4000		
262	刘小龙	25000		刘小龙
263	时国春	4000		
264	张晓华	25000		
265	刘旭东	4000		
266	蔡炳林	4000		
267	吴连红	25000		
268	周蓓	4000		
269	孔福建	4000		
270	张娟	4000		
271	徐长青	4000		
272	施峰	4000		
273	袁有祥	4000		
274	洪艳 A	4000		
275	邱春林	4000		
276	张霞 B	4000		
277	滕树能	4000		

278	李德正	40000	李德正
279	俞向莲	25000	
280	李玲	4000	
281	刘同胜	4000	
282	钟诗英	4000	
283	李世全	4000	
284	汪贤生	25000	汪贤生
285	吴政	4000	
286	姚进生	4000	
287	李锦秀	4000	
288	杨俊民	4000	
289	徐军	4000	
290	朱乐平	4000	
291	徐桂芳	4000	
292	刘静	4000	
293	姚彩琴	4000	
294	苏辉秀	4000	
295	程春云	4000	
296	芮章秀	4000	
297	刘芳	4000	
298	严从静	4000	
299	潘焕梅	4000	
300	朱锦华	4000	朱锦华
301	胡迎生	25000	
302	袁亚文	4000	
303	孙爱萍	25000	
304	胡更生	4000	
305	朱兴德	4000	
306	丁云风	2000	
307	冯慧	4000	
308	董相进	4000	
309	田小梅	4000	
310	鲍加兵	4000	
311	钱利银	4000	
312	张遵权	4000	
313	张安平	4000	
314	章义林	4000	
315	计晓书	4000	
316	李燕	4000	
317	徐芳	4000	

318	陈家翠	4000	马坤旭
319	李小红	4000	
320	商义芝	4000	
321	郭慧芳	4000	
322	黄志红	4000	
323	徐宝玲	4000	
324	钟礼智	4000	
325	何晓伟	4000	
326	洪光义	4000	
327	陈志	4000	
328	龙建民	4000	
329	朱琳琳	4000	
330	汪小林	4000	
331	鲍明辉	4000	
332	马坤旭	25000	
333	孙晓俊	4000	
334	金小龙	4000	
335	霍雪芹	4000	
336	卢光霞	4000	
337	李晓琼	4000	
338	罗春青	4000	
339	洪霞	4000	
340	荀礼门	4000	
341	李春寒	4000	
342	胡金娟	4000	
343	罗文玲	4000	
344	洪艳 B	4000	
345	邓桂芹	4000	
346	李翠莲	4000	
347	谭永泉	4000	
348	张静	4000	
349	郑彩霞	4000	
350	王倩	4000	
351	刘兆英	4000	
352	杨萍	4000	
353	韦伟	4000	
354	姚植会	4000	
355	陈丽秀	4000	
356	朱菜田	4000	
357	李冬英	4000	

358	王彦	4000	
359	金花	4000	
360	查甫珍	4000	
361	姚玉霞	4000	
362	许晓玲	4000	
363	夏留文	25000	
364	陶传友	4000	
365	霍金凤	4000	
366	莫家云	4000	
367	张大莲	4000	
368	朱霞	4000	
369	杨琴	4000	
370	夏荣	4000	
371	侯梅兰	4000	
372	陈小琼	4000	
373	凌雅丽	4000	
374	杨玲玲	4000	
375	陈伟	4000	
376	陈爱春	4000	
377	王敏	4000	
378	徐丽娟	4000	许晓玲
379	严梅冬	4000	
380	姚忠爱	4000	
381	杨永红	4000	
382	陈巧玲	4000	
383	欧阳凤英	4000	
384	朱凤瑶	4000	
385	许光芝	4000	
386	王琼	4000	
387	姚桂玲	4000	
388	谭平芳	4000	
389	张玲	4000	
390	王君荣	4000	
391	陈亚萍	4000	
392	朱金枝	4000	
393	何小莉	4000	
394	杨志红	4000	
395	赵启浒	25000	
396	胡燕生	4000	赵启浒
397	万春梅	4000	

398	姚明	25000	
399	郭学荣	4000	
400	徐玉冰	4000	
401	陈燕	4000	
402	徐润琴	4000	
403	陈学高	50000	无
404	胡正英	50000	无
405	陶建国	50000	无
	合计	2,523,000	

注：姓名相同的人，在其姓名后附加字母“A”和“B”以表示区别，以下同。

(4) 鉴于庐江县人民政府就庐体改字[1997]25 号文所述评估后的净资产、人员费用扣留、土地和非经营性资产的剥离和处理等事宜并未另行发文予以明确，贸易中心此次未能按“先出售后改制”方式进行改制，所涉国有资产整体出售及其人员安置手续均未办理，产权关系未能明晰。因此，安德利有限召开创立大会后未办理工商登记注册手续。1999 年 4 月 8 日，安德利有限召开股东会，决定继续按照庐体改字[1997]25 号文精神尽快办理完毕新企业的工商登记注册手续。

(5) 安德利有限于 1999 年 4 月补办了工商登记注册手续，公司股权设置及比例、委托持股情况仍依据相关股东签署的 17 份《委托书》及安德利有限《章程》所附股东名册确定，公司章程及注册资本保持不变。

(6) 安徽省庐江会计师事务所于 1999 年 4 月 15 日出具庐会师字（99）60 号《验资报告》，验证截至 1999 年 3 月 30 日，安德利有限已收到全体股东以货币资金方式投入的注册资本 252.3 万元。

经核查，安德利有限自设立后至 2002 年贸易中心彻底完成改制前与贸易中心存在“两块牌子，一套人马”的情形，安德利有限设立时并未开设验资账户。根据贸易中心出具的 446 份《收据》并经保荐机构和发行人律师核查，安德利有限全体 405 名股东将注册资本 252.3 万元于 1997 年 7 月 14 日-19 日以现金方式缴存至贸易中心。

①安德利有限设立时出资到位，验资报告的有效性

A.经核查，由于安德利有限系为改制而设立的新企业，如本节前述原因，贸易中心在实质上未进行任何改制行为，且安德利有限自设立后至 2002 年贸易中心彻底完成改制前未对外经营，亦无任何资产及业务，存在“两块牌子，一套人

马”的情形，因此安德利有限设立时并未开设验资账户。

B.根据贸易中心出具的 446 份《收据》并经保荐机构和发行人律师核查，安德利有限全体 405 名股东已将安德利有限注册资本 252.3 万元分别按照各自出资份额于 1997 年 7 月 14 日-19 日期间内以现金方式足额缴存至贸易中心。安德利有限设立时存在的该等法律瑕疵于 2002 年贸易中心第二次改制时已得以规范：

根据贸易中心 2002 年 7 月 15 日职工代表大会通过之《庐江县安德利贸易中心改革方案》所确定的原则和方式，2002 年 7 月 22 日，安德利有限召开股东大会，同意公司原股东在自愿互利、平等协商的前提下，自由转让股份，公司原股东 405 人，出让股份的股东 380 名，共转让股份 2004 股，每股面值 1000 元，其中 362 人将持有股份全部转让，共转让股份 1824 股，另 18 人转让部分股份，共转让 180 股。上述股份转让后公司股东人数 48 人，其中 43 名为老股东，5 名为新股东，本次受让股份的股东共 30 人，受让股份计 2004 股，每股 1000 元。

由于本次改制涉及新老股东人数众多，资金交割手续繁琐，为简化程序，贸易中心决定先将 1997 年职工参股安德利有限的股金全部退还给该职工本人，再由本次改制确定的新股东重新以现金投入安德利有限。

根据安德利有限出具的 270 份《工资表》并经保荐机构和发行人律师核查，安德利有限承继贸易中心全部资产与负债后，已通过借款抵偿（冲减原借出资金形成的其他应收款）及现金支付的方式将全部出资足额退还给了安德利有限原 405 名股东。

根据安德利有限出具的 53 份《收据》并经保荐机构和发行人律师核查，安德利有限 2002 年确定的全体 48 名股东已将注册资本 252.3 万元于 2002 年 9 月 5 日-27 日以现金方式缴存至安德利有限。安德利有限设立时股东出资缴存账户存在的法律瑕疵于本次改制得以规范。

综上所述，保荐机构和发行人律师经核查后认为：安德利有限设立时相关股东均已足额缴纳了出资。上述出资虽未直接缴纳至安德利有限的公司账户，并且存在相应的委托代持关系，但符合安德利有限设立当时公司设立目的、内部管理需要和全体出资股东真实意思表示的实际情况。安徽省庐江会计师事务所于 1999 年 4 月 15 日出具的庐会师字（99）60 号《验资报告》之验资结果虽然存在验资专户的瑕疵，但符合公司设立时股东投入的真实情况。此外，安德利有限设

立时存在的缴存账户法律瑕疵于 2002 年贸易中心第二次改制时已得以规范。因此，该等情况最终不会导致安德利有限设立无效、相关验资报告无效、不会对发行人本次公开发行股票构成实质性影响。

②安德利有限出资资金使用、借款、还款等情况及合法合规性

A.如本节前述原因，安德利有限设立时并未开设验资账户；根据贸易中心出具的 446 份《收据》并经保荐机构及发行人律师核查，安德利有限全体 405 名股东已将安德利有限注册资本 252.3 万元分别按照各自出资份额于 1997 年 7 月 14 日-19 日期间内以现金方式足额缴存至贸易中心。据此，安德利有限出资资金实际形成对贸易中心之借款。

B.根据贸易中心出具的 101 份《工资表》并经保荐机构及发行人律师核查，自 1998 年 2 月至 2002 年 7 月贸易中心重新确定安德利有限 48 人股东名单止，因股东存在退股意愿和资金需求等原因，安德利有限原 405 名股东中的 100 名股东向贸易中心累计借款 85.75 万元，贸易中心已将该等借款计入“其他应收款”科目。具体借款情况如下：

序号	借款股东	借款金额（元）	原出资额（元）
1	张晓华	25000	25000
2	杨卫东	25000	25000
3	陶芳	4000	4000
4	周青枝	4000	4000
5	邱春	25000	25000
6	苏辉秀	4000	4000
7	苏红	4000	4000
8	朱忠发	2000	2000
9	罗红梅	4000	4000
10	黄金林	4000	4000

11	方琼	4000	4000
12	叶红云	4000	4000
13	王勇	4000	4000
14	何基莲	4000	4000
15	江玉岚	4000	4000
16	卢昆	4000	4000
17	张金梅	4000	4000
18	鲍悟荣	4000	4000
19	卢勇	4000	4000
20	杜荣生	4000	4000
21	洪亮	4000	4000
22	钱海霞	4000	4000
23	孙建民	25000	25000
24	程晓林	25000	25000
25	夏则勇	4000	4000
26	张信保	4000	4000
27	李宏飞	4000	4000
28	鲍秀玲	4000	4000
29	鲍刚	4000	4000
30	袁先会	4000	4000
31	朱晓玲	4000	4000
32	邢晓林	4000	4000
33	郑大燕	4000	4000

34	俞向莲	25000	25000
35	鲁国林	25000	25000
36	徐芳	4000	4000
37	徐丽娟	4000	4000
38	商义芝	4000	4000
39	张安平	4000	4000
40	陈志	4000	4000
41	姚植会	4000	4000
42	姚玉霞	4000	4000
43	马祖红	4000	4000
44	曹华玲	4000	4000
45	鲍加兵	4000	4000
46	章玲	4000	4000
47	马红梅	4000	4000
48	王春霞	4000	4000
49	李必安	4000	4000
50	朱保平	4000	4000
51	吴建新	2000	2000
52	张连杰	4000	4000
53	朱国辉	4000	4000
54	李德正	20000	40000
55	程春云	4000	4000
56	姚彩琴	4000	4000

57	戴红颖	4000	4000
58	高建平	4000	4000
59	徐宝玲	4000	4000
60	丁平英	4000	4000
61	朱霞	4000	4000
62	江冰凌	4000	4000
63	施桂英	4000	4000
64	朱月英	4000	4000
65	李小伍	4000	4000
66	胡燕生	4000	4000
67	马小云	4000	4000
68	刘旭东	4000	4000
69	刘同兵	4000	4000
70	刘旭峰	4000	4000
71	李世全	4000	4000
72	郑海波	4000	4000
73	谭拥华	4000	4000
74	李晓琼	4000	4000
75	韦丽	4000	4000
76	吴银生	4000	4000
77	钟诗英	4000	4000
78	冯慧	4000	4000
79	洪雪晴	25000	25000

80	王保新	25000	25000
81	金胜	25000	25000
82	李柏森	25000	25000
83	戴光明	25000	25000
84	袁玲	25000	25000
85	孙爱萍	25000	25000
86	夏留文	25000	25000
87	赵启浒	25000	25000
88	胡迎生	20000	25000
89	邢应红	12500	25000
90	谭家立	12500	25000
91	汪炳年	12500	25000
92	宛新杰	12500	25000
93	殷建榕	12500	25000
94	马坤旭	12500	25000
95	刘小龙	12500	25000
96	吴连红	12500	25000
97	汪文礼	12500	25000
98	刘保平	12500	25000
99	许克福	12500	25000
100	金小龙	4000	4000
	合计	857,500	

C.根据本节前述相关内容，根据贸易中心 2002 年 7 月 15 日职工代表大会通过之《庐江县安德利贸易中心改革方案》所确定的原则和方式，安德利有限相关

股东进行了股权转让，由于所涉及新老股东人数众多，资金交割手续繁琐，为简化程序，贸易中心决定先将 1997 年职工参股安德利有限的股金全部退还给该职工本人，再由本次改制确定的新股东重新以现金投入安德利有限。

D.根据贸易中心就上述借款出具的 101 份《工资表》及安德利有限就 2002 年股权转让向 405 名原股东退款出具的 270 份《工资表》并经保荐机构和发行人律师核查，该等 100 名股东中 87 人借款金额等于其在安德利有限出资额，安德利有限承继贸易中心全部资产与负债后，对于该 87 名股东借款已从其相应出资中冲减，全额抵偿了其本次股权转让应收股价款；13 人借款金额小于其在安德利有限出资额，安德利有限承继贸易中心全部资产与负债后，对于该 13 名股东借款已从其相应出资中冲减，抵偿其本次股权转让应收股价款后将剩余部分以现金方式向其交付。

至此，安德利有限出资资金实际形成对贸易中心借款的情况消除；相关股东向贸易中心之借款通过抵偿股权转让款的方式偿还完毕。

E.对于前述 100 名存在借款的股东，保荐机构及发行人律师已与其中 56 人进行了面谈，并制作了《调查访谈笔录》，确认其在 2002 年安德利有限股权转让时已收到股权转让价款。

(7) 安德利有限于 1999 年 5 月 7 日取得庐江县工商行政管理局颁发的 15368504-7 号《企业法人营业执照》，法定代表人为陈学高，经营范围为家电、百货、针纺织品、服装、鞋帽、糖、酒、副食、土特产、家具、五金交电、黄金、珠宝、图书、摩托车、自行车、机电产品销售，餐饮，家电维修，为本企业运输。

安德利有限 1999 年办理工商登记注册手续的原因如下：

A.经核查，安德利有限系为贸易中心改制而设立的企业，由于庐江县人民政府就庐体改字[1997]25 号文所述评估后的净资产、人员费用扣留、土地和非经营性资产的剥离和处理等事宜并未另行发文予以明确，贸易中心于安德利有限 1997 年设立后未能及时按“先出售后改制”方式进行改制，所涉国有资产整体出售及其人员安置手续均未办理，产权关系未能明晰。因此，安德利有限召开创立大会后未办理工商登记注册手续。1999 年 4 月 8 日，安德利有限召开股东会，决定继续按照庐体改字[1997]25 号文精神办理完毕新企业的工商登记注册手续。

B.安德利有限设立当时有效之《公司法》、《中华人民共和国公司登记管理条例》、《中华人民共和国企业法人登记管理条例》均未对一般私营有限责任公司的申请设立登记时限进行规定。庐江县工商行政管理局受理了安德利有限的设立登记申请并于1999年5月7日向安德利有限核发了15368504-7号《企业法人营业执照》，安德利有限工商设立登记手续办理完备，经核查，未发现安德利有限存在因未及时办理工商登记注册手续而受到主管登记机关处罚的情况。

综上所述，保荐机构和发行人律师经核查后认为：由于贸易中心未进行实质性改制，安德利有限于召开创立大会后未及时办理工商登记注册手续，但已于1999年4月主动补办完成，该等情况不会导致安德利有限设立无效，不会对发行人本次公开发行股票构成实质性障碍。

3、2002年贸易中心完成改制及安德利有限股权转让

(1)中共庐江县委于2000年10月27日下发的庐发[2000]16号《中共庐江县委、庐江县人民政府关于进一步深化国有企业产权制度改革的若干意见》和巢湖市人民政府于2001年6月30日下发的巢政[2001]26号《关于印发巢湖市推进国合流通企业改革总体方案的通知》，一致明确了巢湖市及庐江县相关国有企业改革指导思想和基本原则，就公司改制方式、企业资产的出售和转让及股份合作制方式作出了详细规定，允许“零资产”企业国有产权转让给职工并吸纳职工入股，鼓励和支持企业经营管理层控股，职工自愿入股，同时对职工人员安置等事宜作出相应安排。

(2)为进一步理顺劳动关系，置换企业产权，彻底退出国有序列，建立规范的有限责任公司，2002年贸易中心决定根据前述的政府相关文件重新实施改制。根据前述文件精神，贸易中心制订了《庐江县安德利贸易中心改革方案》（以下简称“《改革方案》”）并经由2002年7月15日召开的职工代表大会通过。贸易中心决定作为负资产企业按照“零资产”改制，同时就股本设置事宜规定由贸易中心经营管理层成员自愿入股，法定代表人控股。《改革方案》主要内容包括：

①改革目标：根据相关企业改革的文件精神和总体部署，旨在退足退够退好；理顺劳动关系，置换企业产权，彻底退出国有序列。

②改革形式：由企业经营管理层持股，法定代表人控股，成建制地改为规范

的股份制企业。

③明晰企业产权：A、贸易中心作为负资产企业按照“零资产”改制；B、注册资本为 252.3 万元，每股面值 1,000 元，由原企业经营管理层成员自愿入股，法定代表人控股；持股总人数控制在 50 人以内；C、新公司法定代表人持股不低于总股本 51%，董事会成员、监事会主任每人持股不少于 50 股，经营管理层每人持股不少于 15 股；其他人员原则上可不入股。

④理顺劳动关系、实施步骤等其他内容。

(3) 根据《改革方案》的相关内容经保荐机构和发行人律师核查，贸易中心重新确定了自愿入股的经营管理层人员共计 48 人作为安德利有限股东，注册资本仍为 252.3 万元，其中法定代表人持股不低于 51%，董事会成员、监事会主任每人持股总数不少于 50 股（每股面值 1,000 元），其他经营管理层人员每人持股总数不少于 15 股（每股面值 1,000 元）。

(4) 根据前述《改革方案》所确定的原则和方式，2002 年 7 月 22 日，安德利有限召开股东大会，同意公司原股东在自愿互利、平等协商的前提下，自由转让股份，公司原股东 405 人，出让股份的股东 380 名，共转让股份 2,004 股，每股面值 1,000 元，其中 362 人将持有股份全部转让，共转让股份 1824 股，另 18 人转让部分股份，共转让 180 股。上述股份转让后公司股东人数 48 人，其中 43 名为老股东，5 名为新股东，本次受让股份的股东共 30 人，受让股份计 2,004 股，每股 1,000 元。

(5) 2002 年 7 月 30 日，贸易中心向庐江县财政局上报庐贸中字第[2002]28 号《关于资产评估立项的报告》，申请立项对其全部资产进行评估。

(6) 2002 年 9 月 20 日，庐江县人民政府下发庐政秘[2002]80 号《关于庐江县安德利贸易中心改革方案的批复》，同意贸易中心根据上述改革方案按“零资产”改制，退出国有序列，其全部资产及负债由安德利有限接受。

(7) 2002 年 9 月 20 日，相关人员分别签订《股权转让协议》，具体转让情况如下：

序号	转让人	受让人	转让出资额（元）
1	刘旭东	陈伟	4000
2	张翠霞	陈伟	4000
3	鲁国林	陈小玲	25000
4	鲍刚	陈学高	4000

5	鲍加兵	陈学高	4000
6	鲍明辉	陈学高	4000
7	鲍群英	陈学高	4000
8	鲍悟荣	陈学高	4000
9	蔡炳林	陈学高	4000
10	蔡琼	陈学高	4000
11	曹华玲	陈学高	4000
12	查春玲	陈学高	4000
13	查甫珍	陈学高	4000
14	陈爱春	陈学高	4000
15	陈宝龙	陈学高	2000
16	陈春红	陈学高	4000
17	陈东林	陈学高	4000
18	陈国庆	陈学高	4000
19	陈海霞	陈学高	4000
20	陈海珍	陈学高	4000
21	陈家翠	陈学高	4000
22	陈丽秀	陈学高	4000
23	陈旅华	陈学高	4000
24	陈启贵	陈学高	4000
25	陈巧玲	陈学高	4000
26	陈荣玉	陈学高	4000
27	陈小琼	陈学高	4000
28	陈旭霞	陈学高	4000
29	陈亚萍	陈学高	4000
30	陈燕	陈学高	4000
31	陈志	陈学高	4000
32	程春云	陈学高	4000
33	程东浩	陈学高	4000
34	程晓林	陈学高	25000
35	崔秀兰	陈学高	4000
36	崔小玲	陈学高	4000
37	戴光明	陈学高	10000
38	戴红颖	陈学高	4000
39	邓桂芹	陈学高	4000
40	丁恒春	陈学高	10000
41	丁平英	陈学高	4000
42	董相进	陈学高	4000
43	杜荣生	陈学高	4000
44	方琼	陈学高	4000

45	冯慧	陈学高	4000
46	高建平	陈学高	4000
47	葛晓军	陈学高	2000
48	郭慧芳	陈学高	4000
49	郭学荣	陈学高	4000
50	何春霞	陈学高	4000
51	何基莲	陈学高	4000
52	何琼	陈学高	4000
53	何小莉	陈学高	4000
54	何晓伟	陈学高	4000
55	何智慧	陈学高	4000
56	洪光义	陈学高	4000
57	洪霞	陈学高	4000
58	洪雪晴	陈学高	10000
59	洪艳丽	陈学高	4000
60	洪艳 A	陈学高	4000
61	洪艳 B	陈学高	4000
62	洪燕	陈学高	4000
63	侯梅兰	陈学高	4000
64	侯舜华	陈学高	4000
65	侯文英	陈学高	4000
66	胡金娟	陈学高	4000
67	胡敬平	陈学高	4000
68	胡燕生	陈学高	4000
69	胡迎生	陈学高	10000
70	胡正英	陈学高	50000
71	黄爱武	陈学高	4000
72	黄金林	陈学高	4000
73	黄明慧	陈学高	4000
74	黄小敏	陈学高	4000
75	黄志红	陈学高	4000
76	霍金凤	陈学高	4000
77	霍晓春	陈学高	4000
78	霍雪芹	陈学高	4000
79	计小进	陈学高	4000
80	计晓书	陈学高	4000
81	纪海燕	陈学高	4000
82	荚斌	陈学高	4000
83	江玉岚	陈学高	4000
84	金爱兰	陈学高	4000

85	金翠银	陈学高	4000
86	金花	陈学高	4000
87	金胜	陈学高	10000
88	金泽如	陈学高	2000
89	孔福建	陈学高	4000
90	李柏森	陈学高	10000
91	李必安	陈学高	4000
92	李春寒	陈学高	4000
93	李纯生	陈学高	4000
94	李翠莲	陈学高	4000
95	李德正	陈学高	40000
96	李冬英	陈学高	4000
97	李和平	陈学高	4000
98	李宏飞	陈学高	4000
99	李锦秀	陈学高	4000
100	李玲	陈学高	4000
101	李世全	陈学高	4000
102	李霞	陈学高	4000
103	李小红	陈学高	4000
104	李晓琼	陈学高	4000
105	李小伍	陈学高	4000
106	李燕	陈学高	4000
107	李照秀	陈学高	4000
108	凌雅丽	陈学高	4000
109	刘保平	陈学高	10000
110	刘芳	陈学高	4000
111	刘静	陈学高	4000
112	刘树芝	陈学高	4000
113	刘同兵	陈学高	4000
114	刘同胜	陈学高	4000
115	刘小龙	陈学高	10000
116	刘旭峰	陈学高	4000
117	刘兆英	陈学高	4000
118	龙建民	陈学高	4000
119	卢翠平	陈学高	4000
120	卢光霞	陈学高	4000
121	卢勇	陈学高	4000
122	吕少芝	陈学高	4000
123	罗春青	陈学高	4000
124	罗红梅	陈学高	4000

125	罗文玲	陈学高	4000
126	马红梅	陈学高	4000
127	马坤旭	陈学高	25000
128	梅爱英	陈学高	4000
129	莫家云	陈学高	4000
130	莫琪	陈学高	4000
131	朱忠发	陈学高	2000
132	欧阳凤英	陈学高	4000
133	潘焕梅	陈学高	4000
134	潘进花	陈学高	4000
135	潘明珍	陈学高	4000
136	钱海霞	陈学高	4000
137	钱红梅	陈学高	4000
138	钱利银	陈学高	4000
139	邱春	陈学高	25000
140	邱春林	陈学高	4000
141	任红丽	陈学高	4000
142	芮章秀	陈学高	4000
143	商义芝	陈学高	4000
144	施峰	陈学高	4000
145	施江慧	陈学高	4000
146	时国春	陈学高	4000
147	时海荣	陈学高	4000
148	宋贵芝	陈学高	4000
149	苏辉秀	陈学高	4000
150	孙爱萍	陈学高	10000
151	孙荷芝	陈学高	4000
152	孙黎明	陈学高	3000
153	谈峻松	陈学高	4000
154	谭平芳	陈学高	4000
155	谭拥华	陈学高	4000
156	谭永泉	陈学高	4000
157	唐飞	陈学高	4000
158	唐田	陈学高	4000
159	唐言群	陈学高	4000
160	陶传友	陈学高	4000
161	陶建国	陈学高	50000
162	陶芳	陈学高	4000
163	陶荣	陈学高	4000
164	滕功羚	陈学高	4000

165	田小梅	陈学高	4000
166	宛爱香	陈学高	4000
167	宛新娥	陈学高	4000
168	宛新杰	陈学高	25000
169	万春梅	陈学高	4000
170	汪炳年	陈学高	25000
171	汪玲	陈学高	4000
172	汪小林	陈学高	4000
173	王保新	陈学高	10000
174	王春霞	陈学高	4000
175	王珏	陈学高	4000
176	王军	陈学高	4000
177	王君荣	陈学高	4000
178	王俊	陈学高	4000
179	王敏	陈学高	4000
180	王能霞	陈学高	4000
181	王倩	陈学高	4000
182	王琼	陈学高	4000
183	王彦	陈学高	4000
184	王宜保	陈学高	4000
185	王义梅	陈学高	4000
186	王勇	陈学高	4000
187	王玉	陈学高	4000
188	王玉荣	陈学高	4000
189	韦丽	陈学高	4000
190	韦伟	陈学高	4000
191	吴本荣	陈学高	4000
192	吴建新	陈学高	2000
193	吴连红	陈学高	10000
194	吴义琴	陈学高	4000
195	吴银生	陈学高	4000
196	吴照松	陈学高	4000
197	吴政	陈学高	4000
198	夏翠萍	陈学高	4000
199	夏菊林	陈学高	4000
200	夏留文	陈学高	10000
201	夏荣	陈学高	4000
202	夏晓春	陈学高	4000
203	夏莹	陈学高	4000
204	项红敏	陈学高	4000

205	邢晓林	陈学高	4000
206	熊迎华	陈学高	4000
207	徐宝玲	陈学高	4000
208	徐长青	陈学高	4000
209	徐芳	陈学高	4000
210	徐桂芳	陈学高	4000
211	徐海宝	陈学高	4000
212	徐金会	陈学高	4000
213	徐军	陈学高	4000
214	徐丽娟	陈学高	4000
215	徐润琴	陈学高	4000
216	徐晓芳	陈学高	4000
217	徐玉冰	陈学高	4000
218	许光芝	陈学高	4000
219	许俊卿	陈学高	4000
220	许克福	陈学高	25000
221	许琴	陈学高	4000
222	荀礼门	陈学高	4000
223	严从静	陈学高	4000
224	严梅冬	陈学高	4000
225	杨翠兰	陈学高	4000
226	杨国诚	陈学高	4000
227	杨俊民	陈学高	4000
228	杨琴	陈学高	4000
229	杨玲玲	陈学高	4000
230	杨明芳	陈学高	4000
231	杨萍	陈学高	4000
232	杨永红	陈学高	4000
233	杨志红	陈学高	4000
234	姚爱云	陈学高	4000
235	姚彩琴	陈学高	4000
236	姚桂玲	陈学高	4000
237	姚进生	陈学高	4000
238	姚维高	陈学高	4000
239	姚玉霞	陈学高	4000
240	姚植会	陈学高	4000
241	姚忠爱	陈学高	4000
242	叶红云	陈学高	4000
243	殷建榕	陈学高	10000
244	尹昌爱	陈学高	4000

245	于辉	陈学高	4000
246	俞向莲	陈学高	25000
247	袁红梅	陈学高	2000
248	袁建生	陈学高	4000
249	袁玲	陈学高	10000
250	袁亚文	陈学高	4000
251	袁有祥	陈学高	4000
252	占利萍	陈学高	4000
253	张爱梅	陈学高	4000
254	张安平	陈学高	4000
255	张昌平	陈学高	4000
256	张大莲	陈学高	4000
257	张党生	陈学高	4000
258	张洪	陈学高	4000
259	张家胜	陈学高	4000
260	张金梅	陈学高	4000
261	张进	陈学高	4000
262	张静	陈学高	4000
263	张娟	陈学高	4000
264	张连杰	陈学高	4000
265	张玲	陈学高	4000
266	张霞 B	陈学高	4000
267	张晓华	陈学高	25000
268	张思红	陈学高	4000
269	张信保	陈学高	4000
270	张旭芬	陈学高	4000
271	张瑛	陈学高	4000
272	张友兰	陈学高	4000
273	张遵权	陈学高	4000
274	章玲 A	陈学高	4000
275	章玲 B	陈学高	4000
276	章晓云	陈学高	4000
277	章义林	陈学高	4000
278	赵娟	陈学高	4000
279	赵明兴	陈学高	4000
280	赵启浒	陈学高	10000
281	郑彩霞	陈学高	4000
282	郑昌玲	陈学高	4000
283	郑海波	陈学高	4000
284	郑大燕	陈学高	4000

285	钟礼智	陈学高	4000
286	钟诗英	陈学高	4000
287	周蓓	陈学高	4000
288	周芬	陈学高	4000
289	周凤英	陈学高	4000
290	周美荣	陈学高	4000
291	周晓瑄	陈学高	4000
292	周元同	陈学高	2000
293	周志明	陈学高	4000
294	朱保平	陈学高	4000
295	朱财英	陈学高	4000
296	朱菜田	陈学高	4000
297	朱春花	陈学高	10000
298	朱凤瑶	陈学高	4000
299	朱金枝	陈学高	4000
300	朱乐平	陈学高	4000
301	朱琳琳	陈学高	4000
302	朱文胜	陈学高	4000
303	朱霞	陈学高	4000
304	朱晓玲	陈学高	4000
305	朱晓荣	陈学高	4000
306	朱兴德	陈学高	4000
307	朱月英	陈学高	4000
308	胡正春	方大春	4000
309	袁庆荣	方大春	4000
310	张红燕	方大春	4000
311	陈晓凤	何昌德	4000
312	孔海珍	何昌德	4000
313	黄敏	洪四喜	4000
314	王玲生	洪四喜	4000
315	黄兵	胡更生	2000
316	王永盛	胡更生	4000
317	李立东	江水	10000
318	孙小波	金小龙	4000
319	张霞 A	金小龙	4000
320	江冰凌	李正兵	4000
321	江虹	李正兵	4000
322	许慧静	刘小初	4000
323	赵德才	刘小初	4000
324	赵凤霞	刘小初	4000

325	黄银莲	刘章宏	4000
326	李虹	刘章宏	4000
327	丁问渠	卢卫坤	4000
328	汪宏	卢卫坤	4000
329	王宏	卢卫坤	4000
330	孙建民	潘声荣	25000
331	胡杰	钱元报	4000
332	苏红	钱元报	4000
333	陈先会	孙晓俊	4000
334	肖红兵	孙晓俊	4000
335	丁琼	孙玉琳	4000
336	朱国辉	孙玉琳	4000
337	丁云凤	陶传进	2000
338	方文权	陶传进	4000
339	吕玲	陶传进	4000
340	徐济霞	陶传进	4000
341	李红	滕树能	4000
342	谭家立	汪贤生	25000
343	马小云	王成	4000
344	张先玲	王成	4000
345	周青枝	王成	4000
346	卢昆	许晓玲	4000
347	马祖红	许晓玲	4000
348	邢应红	姚明	25000
349	杨卫东	姚忠发	25000
350	费贵龙	叶贵芝	2000
351	汪文礼	叶贵芝	10000
352	洪亮	袁先朝	4000
353	施桂英	袁先朝	4000
354	洪玲丽	周同江	4000
355	宛萍	周同江	4000
356	江洪	周元灿	4000
357	王孝平	周元灿	2000
358	张友华	周元灿	4000
359	沈迎华	朱锦华	4000
360	朱小宝	朱锦华	4000
361	鲍秀玲	朱玲华	4000
362	许唐敏	朱玲华	2000
363	袁先会	朱玲华	4000
364	戴卫东	何昌德	1000

	戴卫东	李正兵	3000
365	丁润生	洪四喜	1000
	丁润生	许晓玲	3000
366	高冬梅	洪四喜	2000
	高冬梅	胡更生	2000
367	龚千姑	刘章宏	3000
	龚千姑	滕树能	1000
368	金华	陈伟	1000
	金华	滕树能	3000
369	李成生	陈伟	2000
	李成生	卢卫坤	2000
370	卢常青	金小龙	2000
	卢常青	周同江	2000
371	卢代红	胡更生	3000
	卢代红	金小龙	1000
372	莫晓玲	滕树能	3000
	莫晓玲	叶贵芝	1000
373	王方英	何昌德	2000
	王方英	袁先朝	2000
374	王平	孙玉琳	3000
	王平	朱玲华	1000
375	王文华	刘小初	3000
	王文华	卢卫坤	1000
376	吴婷	方大春	3000
	吴婷	陶传进	1000
377	吴小红	周同江	1000
	吴小红	朱锦华	3000
378	夏则勇	孙晓俊	3000
	夏则勇	周元灿	1000
379	邢敬东	王成	3000
	邢敬东	袁先朝	1000
380	张颖智	江水	1000
	张颖智	钱元报	3000
	合计		2004000

本次股权转让完成后，安德利有限注册资本仍为 252.3 万元，股权设置及比例如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	陈学高	164.30	65.12
2	姚忠发	5.00	1.98
3	潘声荣	5.00	1.98

4	陈小玲	5.00	1.98
5	姚明	5.00	1.98
6	汪贤生	5.00	1.98
7	洪四喜	1.50	0.59
8	刘章宏	1.50	0.59
9	袁先朝	1.50	0.59
10	陶传进	1.50	0.59
11	卢卫坤	1.50	0.59
12	赵启浒	1.50	0.59
13	孙爱萍	1.50	0.59
14	朱春花	1.50	0.59
15	袁玲	1.50	0.59
16	钱元报	1.50	0.59
17	叶贵芝	1.50	0.59
18	胡迎生	1.50	0.59
19	李柏森	1.50	0.59
20	金胜	1.50	0.59
21	陈伟	1.50	0.59
22	朱锦华	1.50	0.59
23	孙玉琳	1.50	0.59
24	夏留文	1.50	0.59
25	金小龙	1.50	0.59
26	丁恒春	1.50	0.59
27	吴连红	1.50	0.59
28	胡更生	1.50	0.59
29	江水	1.50	0.59
30	周同江	1.50	0.59
31	孙晓俊	1.50	0.59
32	李正兵	1.50	0.59
33	王成	1.50	0.59
34	王保新	1.50	0.59
35	方大春	1.50	0.59
36	洪雪晴	1.50	0.59
37	李立东	1.50	0.59
38	戴光明	1.50	0.59
39	周元灿	1.50	0.59
40	滕树能	1.50	0.59
41	朱玲华	1.50	0.59
42	何昌德	1.50	0.59
43	汪文礼	1.50	0.59

44	刘保平	1.50	0.59
45	殷建榕	1.50	0.59
46	刘小龙	1.50	0.59
47	许晓玲	1.50	0.59
48	刘小初	1.50	0.59
	合计	252.30	100

综上所述，安德利有限公司于1997年7月设立，于1999年4月补办了工商设立登记手续并于1999年5月7日取得庐江县工商行政管理局颁发的15368504-7号《企业法人营业执照》；2002年为配合贸易中心彻底改制安德利有限进行了股权转让，该等转让已经安德利有限股东会通过，符合《改革方案》精神，转让相关方之间均已签订了《股权转让协议》。

综上所述，本次股权变化在形式上体现为股权转让行为，该等股权的对价支付方式体现为1997年职工参股股金退还及2002年48名股东重新缴款行为，相关股权对价支付已履行完毕，安德利有限股权均由本次出资之48名股东自行持有。保荐机构和发行人律师经核查后认为：安德利有限原职工股东出资款和委托代持已清退完毕和合法合规解除。

保荐机构和发行人律师经核查后认为：安德利有限系为配合贸易中心二次改制进行了股权转让。

(8) 2002年11月6日，庐江县潜川会计师事务所出具庐潜会评字[2002]49号《安徽省庐江县安德利贸易中心资产评估报告书》，确认庐江县安德利贸易中心截至2002年8月20日总资产为34,783,724.28元，总负债为42,802,421.79元，净资产-8,018,697.51元。2002年11月10日，庐江县经济和信息化委员会出具庐经信字[2002]98号《关于对县安德利贸易中心有限公司资产评估结果确认的批复》，确认上述评估结果。安德利有限已根据该评估确认值，按现行财务会计制度，调整处理有关账务，承继贸易中心全部资产及相关负债。2003年1月8日，庐江县工商局出具了（庐）登记企销字[2003]第3号《准予注销登记通知书》，同意安徽省庐江县安德利贸易中心予以注销登记。至此，贸易中心改制完成，彻底退出国有序列。

① 发行人历年业绩情况

经查阅贸易中心1997年5-12月、1998-2001年、2002年1-8月利润表，具体情况如下所示：

单位：万元

项目	1997年 5-12月	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年 1-8月
营业收入	1,543.48	3,549.18	3,770.16	3,713.52	3,649.84	3,175.98
营业成本	1,341.41	3,079.28	3,266.20	3,199.61	3,155.89	2,756.17
销售费用	117.89	237.99	254.92	246.88	271.35	250.87
管理费用	116.58	164.79	219.36	215.11	248.23	447.97
财务费用	84.89	162.95	121.84	121.71	138.04	104.34
营业外收支	7.60	-4.42	-0.07	-1.75	-3.85	-100.00
净利润	-125.47	-119.05	-116.80	-93.50	-186.09	-496.19
毛利率	13.09%	13.24%	13.37%	13.84%	13.53%	13.22%
销售费用率	7.64%	6.71%	6.76%	6.65%	7.43%	7.90%
管理费用率	7.55%	4.64%	5.82%	5.79%	6.80%	14.10%
财务费用率	5.50%	4.59%	3.23%	3.28%	3.78%	3.29%

中介机构对上述会计报表的相关账目进行了核查，并对相关会计人员进行了访谈。经核查，贸易中心 1997 年 5 月至 2002 年 8 月间因公司场地投入、装修改造、人员增加、根据评估公司清查结果进行账目调整等原因，累计经营结果为亏损 1,137.10 万元。其中 1997 年至 2001 年间每年经营亏损约 100 万元，主要系固定资产、无形资产投入（包括装修改造）使得管理费用摊销较 1997 年以前每年增加约 60 万元；公司经营人员增加，工资水平增长导致销售费用较 1997 年以前每年增加约 50 万元。此外，2002 年 1-8 月管理费用和营业外支出大幅增加，主要系根据政府制定的改制方案增加国有身份员工退出改制费用和根据财政批准核销大亚湾投资损失所致。

②评估差异具体原因及核查过程

经核查两次评估报告和贸易中心 1998 年至 2002 年间的经营利润情况，上述评估值之间的差异主要由以下几部分组成：

A.1998 年至 2002 年间的经营亏损使得净资产下降 520 万元。经核查上述经营亏损主要原因为：

a.固定成本增加。1998 年至 2002 年间，公司固定成本增加因前期投入较大，实际经营能力尚未得以充分发挥所致。保荐机构对 1998 年至 2002 年账面固定资产进行清查，包括翻阅当时会计凭证，查阅固定资产购置合同、入账发票，编制固定资产清单，核对确认 1998 年至 2002 年新建营业大楼及相关附属设施，并对老营业大楼进行装修，新增固定资产、无形资产原值约 1500 万元，详细情况如

下表所示:

名称	权属证号	原值
贸易中心新建营业大楼	房地权证庐字第 75943 号房地权证庐字第 75947 号、房地权证庐字第 75945 号	623.94
老营业大楼装修	房地权证庐字第 75946 号	291.23
糖酒公司土地房产投入	合郊房地产字 017217 号	425.98
新营业大楼土地	文明中路 98 (0176-178) 号	185.96
合计		1,527.12

保荐机构对上述增加的大额固定资产按照折旧摊销年限进行分析复核测算,平均每年折旧摊销金额大约为 60 万元,上述前期投资使得公司在 1998 年至 2002 年间经营成本上升约每年 60 万元(包括折旧、摊销、装潢支出等);

b.工资费用增加。保荐机构获取 1998 年至 2002 年每年的会计主管签字的工资报销表,对上述年限的员工工资发放情况进行抽查,对每个年度随机抽取 3 个月,对该 3 个月的所有工资报销表进行逐一核对,核查工资发放人员是否属实、发放金额是否正确,上述年度合计抽查 1036 人次。除抽查原始凭证外,对每年度的员工人数、工资总额、平均工资进行分析复核,确认 1998 年起至 2002 年间,工资费用水平随市场平均水平有所增长,并且员工数量持续增加,导致每年工资费用额较 1998 年以前平均每年需多支出约 50 万元。

B.核销了部分资产。保荐机构核查 2002 年的评估报告明细说明,翻阅了政府部门出具的核销文件,对财务凭证进行核对,确认 2002 年评估时对于公司流动资产其他应收款中对大亚湾的投资损失(已经财政部门审批)100 万元进行了核销。此外,1997 年资产评估时,原作为留存资产挂账的递延资产、长期资产系前期待摊费用,该两项在 2002 年资产评估时已根据新的资产评估准则进行了核销。上述两项影响净资产合计 128.84 万元;

C.改制时相关人员退出费用。2002 年 9 月 20 日,庐江县人民政府下发庐政秘[2002]80 号《关于庐江县安德利贸易中心改革方案的批复》,同意贸易中心根据上述改革方案按“零资产”改制,退出国有序列,其全部资产及负债由安德利有限接受。根据改制方案,公司相关人员退出等改制费用合计 245.70 万元。保荐机构查阅了《2002 年解除劳动合同协议书登记表》,并核查了相关员工签署,由庐江县劳动争议仲裁委员会鉴证的《解除劳动合同协议书》,并对后附的由会计主管签字的并备注补偿金 193 份现金退款工资表进行了逐一核对。项目组对上述

193 份工资表所列数据进行累计汇总，合计总金额为 245.70 万元。上述费用已计入相关负债抵减净资产额，并在改制后由安德利有限公司支付完毕。

③根据本节前述相关内容，安德利有限系为改制而设立的新企业，1997 年安德利有限设立后贸易中心在实质上未进行任何改制行为，故安德利有限自设立后至 2002 年贸易中心彻底完成改制前未对外经营，亦无任何资产及业务，存在“两块牌子，一套人马”的情形。

④中介机构就安德利有限是否存在实际经营等事项与 1997 年安德利有限设立至 2002 年贸易中心彻底改制期间内贸易中心负责人及财务人员进行了访谈并制作了访谈笔录，确认：

A.自安德利有限设立至贸易中心 2002 年改制期间内贸易中心照常开展业务经营，不存在重大业务或资产变更、转移的情况；安德利有限不存在任何对外经营，无任何实际资产及业务，未发生任何交易行为。

B.安德利有限设立时包括其 405 名股东在内的贸易中心员工劳动关系依旧保留在贸易中心；安德利有限不存在任何自有员工。

C.安德利有限设立后一直未建立账册，安德利有限于贸易中心 2002 年彻底改制完成后承继贸易中心全部资产及相关负债后延续承接了贸易中心财务账册。

综上所述，保荐机构和发行人律师经核查后认为，安德利有限自设立至贸易中心 2002 年改制期间内不存在任何实际经营，与贸易中心不存在交易或其他关系，不存在国有资产流失的情况。

(9) 由于本次改制涉及新老股东人数众多，资金交割手续繁琐，为简化程序，贸易中心决定先将 1997 年职工参股安德利有限的股金全部退还给该职工本人，再由本次改制确定的新股东重新以现金投入安德利有限。根据安德利有限出具的 53 份《收据》，安德利有限 2002 年确定的全体 48 名股东已将注册资本 252.3 万元于 2002 年 9 月 5 日-27 日以现金方式缴存至安德利有限。安德利有限设立时股东出资缴存账户存在的法律瑕疵于本次改制得以规范。

(10) 根据贸易中心出具的 101 份《工资表》、安德利有限出具的 270 份《工资表》，自 1998 年 2 月至 2002 年 7 月贸易中心重新确定安德利有限 48 人股东名单，安德利有限原 405 名股东中的 100 名股东向贸易中心累计借款 85.75 万元，贸易中心已将该等借款计入“其他应收款”科目。安德利有限承继贸易中心全部资

产与负债后，对于该等股东借款已从其相应出资中全部予以冲减，抵偿其本次股权转让应收股价款，同时安德利有限已将剩余全部出资退还其余 318 名股东，至此，安德利有限不存在委托持股行为。针对安德利有限原股东是否存在股权争议，保荐机构和发行人律师共同对相关股东进行了访谈，并制作了《调查访谈笔录》。发行人亦于 2012 年 6 月 9 日、6 月 16 日于《合肥日报》刊登了相关公告，截至目前，无相关主体就股权事宜提出异议。保荐机构和发行人律师经核查后认为，此次股权变化在形式上体现为股权转让行为，该等股权的对价支付方式体现为 1997 年职工参股股金退还及 2002 年 48 名股东重新缴款行为，相关股权对价支付已履行完毕，真实，有效。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人 1997 年和 2002 年两次资产评估结果的差异符合公司经营变化的实际情况。相关评估结果已经政府部门确认，评估结果真实、有效，不存在国有资产流失的情形。

保荐机构和发行人律师经核查后认为：本次发行中介机构已对安德利有限上述股权转让所涉及大部分股东进行了访谈；发行人已通过公告栏及报纸持续公告的方式对其履行了告知程序。

根据本节前述相关内容，安德利有限 2002 年 7 月股权转让方案系根据贸易中心《改革方案》确定，并已经安德利有限 2002 年 7 月 22 日股东大会审议通过，转让各方均已签订《股权转让协议》，股权对价支付已履行完毕。保荐机构和发行人律师经核查后认为，本次股权转让履行的相关法律程序合法合规。

①根据本节前述相关内容，安德利有限本次股权转让履行的相关法律程序完备、合法合规，股权对价支付已履行完毕。

②本次股权转让中 362 人将所持安德利有限出资额全部转让，另 18 人转让部分股份，中介机构已与其中 234 人进行了面谈，并制作了《调查访谈笔录》，确认转让方股东自愿转让其所持安德利有限出资额，转让价款均已支付完毕。

③就发行人股权是否存在争议，发行人已于 2012 年 6 月 9 日、6 月 16 日于《合肥日报》刊登了相关公告，并于 2012 年 6-7 月期间内于公司公告栏持续张贴公告，截至本文件出具之日，无相关主体就发行人股权事宜提出异议。

④合肥市人民政府于 2015 年 5 月 12 日向安徽省人民政府上报合政[2015]53 号《合肥市人民政府关于对安徽安德利百货股份有限公司历史沿革有关事宜确认

的请示》，认为发行人历史沿革过程明晰，主要当事方之间不存在重大纠纷，也不存在国有资产流失情况；安徽省人民政府于 2015 年 6 月 16 日向合肥市人民政府下发皖政秘[2015]99 号《安徽省人民政府关于确认安徽安德利百货股份有限公司历史沿革有关事宜的批复》，同意合肥市人民政府前述确认意见。

综上所述，本次股权转让法律程序完备，系各方真实意思表示；根据访谈及公告结果均无相关主体提出异议；主管人民政府确认发行人历史沿革过程明晰，主要当事方之间不存在重大纠纷。

中介机构查询了最高人民法院全国法院被执行人信息查询系统 (<http://zhixing.court.gov.cn/search/>)、全国法院失信被执行人名单信息公布与查询系统 (<http://shixin.court.gov.cn/>)、中国裁判文书网 (<http://wenshu.court.gov.cn/Index>) 网站及搜索引擎，未发现发行人及其控股股东陈学高、主要股东佛山森阳银瑞投资中心（有限合伙）存在与发行人股权相关诉讼。

保荐机构和发行人律师经核查后认为：本次股权转让不存在重大争议或纠纷。

综上所述，安德利有限设立后出资资金实际形成对贸易中心之借款，该等情况于 2002 年安德利有限承继贸易中心全部资产与负债并完成股权转让后消除；向贸易中心借款股东自借款发生至贸易中心 2002 年改制期间内没有还款行为，但相关借款已在 2002 年股权转让时冲减其应收股权转让价款，保荐机构和发行人律师经核查后认为，上述借款情况法律关系清晰，合法、合规。

（11）发行人实际控制人陈学高已出具《承诺》，承诺发行人股权清晰，历次股权变更均已履行了必要的法律程序，未来任何相关方就发行人股权提出任何异议及由此产生的任何纠纷均由陈学高承担全部责任，保证该等纠纷不会对发行人造成任何不利影响。

据此，保荐机构和发行人律师经核查后认为，截至本招股书签署之日，不存在相关主体就安德利有限本次股权转让追偿、争议的情况；本次股权转让法律程序完备，系各方真实意思表示；根据访谈及公告结果均无相关主体提出异议；主管人民政府确认发行人历史沿革过程明晰，主要当事方之间不存在重大纠纷，未来出现相关主体就安德利有限本次股权转让追偿、争议的风险较小；同时发行人实际控制人已承诺未来任何相关方就发行人股权提出任何异议及由此产生的任

何纠纷均由其承担全部责任，针对该等风险所实施的解决措施充分有效。上述风险不会对发行人注册资本之充足性、发行人重大资产及股权清晰完整性，以及发行人本次公开发行构成实质性影响。相关情况符合《公司法》关于股权转让及《管理办法》第 10 条和第 13 条关于发行人注册资本、主要资产及股权相关规定和要求。

（12）相关政府部门对公司历史沿革的确认意见

①合肥市人民政府的确认文件

合肥市人民政府于 2015 年 5 月 12 日向安徽省人民政府上报合政[2015]53 号《合肥市人民政府关于对安徽安德利百货股份有限公司历史沿革有关事宜确认的请示》，认为发行人历史沿革过程明晰，主要当事方之间不存在重大纠纷，也不存在国有资产流失情况。

②安徽省人民政府的确认文件

2015 年 6 月 16 日，安徽省人民政府出具《关于确认安徽安德利百货股份有限公司历史沿革事宜的批复》（皖政秘[2015]99 号），同意合肥市人民政府合政[2015]53 号文中对安徽安德利百货股份有限公司历史沿革有关事宜的确认意见。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，贸易中心《改革方案》内容符合庐发[2000]16 号《中共庐江县委、庐江县人民政府关于进一步深化国有企业产权制度改革的若干意见》及巢政[2001]26 号《关于印发巢湖市推进国合流通企业改革总体方案的通知》文件精神，履行程序合法、合规，且已经贸易中心职工代表大会审议通过并经庐政秘[2002]80 号文件批复同意；贸易中心改制行为履行了完备的评估立项、资产评估及评估结果确认程序，符合《国有资产评估管理办法》等法律、法规及规范性文件的规定，不存在国有资产流失等违法、违规情形。经核查，确认 2002 年贸易中心改制行为合法、合规、真实、有效。

安徽省人民政府已就合肥市人民政府转报的《关于请求对安徽安德利百货股份有限公司历史沿革有关事宜确认的请示》发表了肯定意见，确认发行人历史沿革过程明晰，主要当事方之间不存在重大纠纷，也不存在国有资产流失情况。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，安德利有限前述股权转让已经安德利有限 2002 年 7 月 22 日股东会批准，转让各方均已签订了《股权转让协议》，相关股权转让对价支付已履行完毕，本次股权转让系各方真实意思表示，不存在纠

纷或潜在纠纷。

4、2005年4月安德利有限增资

2005年1月22日，安德利有限召开股东会，同意将公司注册资本增至896.2万元，新增注册资本643.9万元全部由公司原股东以货币方式认购，其中陈学高认缴379.9万元；陈小玲、潘声荣、姚忠发、汪贤生、姚明分别认缴15万元，合计75万元；洪四喜等42名股东分别认缴4.5万元，合计189万元。2005年4月25日，庐江潜川会计师事务所出具庐潜会验字[2005]38号《验资报告》，对上述公司新增注册资本的实收情况予以审验。

2005年4月30日，安德利有限就上述注册资本变更事项进行了工商变更登记。本次增资完成后，安德利有限股本结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	占注册资本比例（%）
1	陈学高	544.20	60.72
2	潘声荣	20.00	2.23
3	姚忠发	20.00	2.23
4	姚明	20.00	2.23
5	陈小玲	20.00	2.23
6	钱元报	6.00	0.67
7	夏留文	6.00	0.67
8	洪雪晴	6.00	0.67
9	赵启浒	6.00	0.67
10	陈伟	6.00	0.67
11	袁先朝	6.00	0.67
12	叶贵芝	6.00	0.67
13	孙玉琳	6.00	0.67
14	胡更生	6.00	0.67
15	朱锦华	6.00	0.67
16	袁玲	6.00	0.67
17	王成	6.00	0.67
18	周同江	6.00	0.67
19	戴光明	6.00	0.67
20	滕树能	6.00	0.67

21	金小龙	6.00	0.67
22	江水	6.00	0.67
23	李柏森	6.00	0.67
24	朱春花	6.00	0.67
25	胡迎生	6.00	0.67
26	方大春	6.00	0.67
27	李立东	6.00	0.67
28	周元灿	6.00	0.67
29	陶传进	6.00	0.67
30	卢卫坤	6.00	0.67
31	丁恒春	6.00	0.67
32	刘章宏	6.00	0.67
33	孙爱萍	6.00	0.67
34	孙晓俊	6.00	0.67
35	李正兵	6.00	0.67
36	金胜	6.00	0.67
37	洪四喜	6.00	0.67
38	王保新	6.00	0.67
39	吴连红	6.00	0.67
40	汪贤生	20.00	2.23
41	许晓玲	6.00	0.67
42	刘小龙	6.00	0.67
43	殷建榕	6.00	0.67
44	刘保平	6.00	0.67
45	何昌德	6.00	0.67
46	汪文礼	6.00	0.67
47	朱玲华	6.00	0.67
48	刘小初	6.00	0.67
合计		896.20	100.00

5、2007年5月安德利有限增资及股权转让

2007年1月2日，经安德利有限股东会决议通过，安德利有限将注册资本增至3,000万元，新增注册资本2,103.8万元全部由公司原股东以货币方式认购，

其中陈学高认缴 1,395.8 万元；陈小玲、潘声荣、姚忠发、姚明分别认缴 80 万元，合计 320 万元；汪贤生认缴 10 万元；何昌德、殷建榕、朱玲华、许小玲、刘小龙、刘宝平、汪文礼分别认缴 3 万元，合计 21 万元；洪四喜等 34 人分别认缴 10.5 万元，合计 357 万元。庐江潜川会计师事务所对本次增资事项进行了审验，并于 2007 年 4 月 16 日出具了庐潜会验字(2007)第 162 号《验资报告》。

本次股东会还审议通过公司股东刘小初将所持公司的 0.67% 的股权转让给陈学高的议案，转让价格为原始出资额。2007 年 2 月 12 日，转让双方签订了《股权转让协议》。

2007 年 5 月 8 日，安德利有限就上述注册资本变更及股权转让事项进行了工商变更登记。本次增资及股权转让完成后，安德利有限股本结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	占注册资本比例（%）
1	陈学高	1,946.00	64.87
2	潘声荣	100.00	3.33
3	姚忠发	100.00	3.33
4	姚明	100.00	3.33
5	陈小玲	100.00	3.33
6	钱元报	16.50	0.55
7	夏留文	16.50	0.55
8	洪雪晴	16.50	0.55
9	赵启浒	16.50	0.55
10	陈伟	16.50	0.55
11	袁先朝	16.50	0.55
12	叶贵芝	16.50	0.55
13	孙玉琳	16.50	0.55
14	胡更生	16.50	0.55
15	朱锦华	16.50	0.55
16	袁玲	16.50	0.55
17	王成	16.50	0.55
18	周同江	16.50	0.55
19	戴光明	16.50	0.55
20	滕树能	16.50	0.55
21	金小龙	16.50	0.55

22	江水	16.50	0.55
23	李柏森	16.50	0.55
24	朱春花	16.50	0.55
25	胡迎生	16.50	0.55
26	方大春	16.50	0.55
27	李立东	16.50	0.55
28	周元灿	16.50	0.55
29	陶传进	16.50	0.55
30	卢卫坤	16.50	0.55
31	丁恒春	16.50	0.55
32	刘章宏	16.50	0.55
33	孙爱萍	16.50	0.55
34	孙晓俊	16.50	0.55
35	李正兵	16.50	0.55
36	金胜	16.50	0.55
37	洪四喜	16.50	0.55
38	王保新	16.50	0.55
39	吴连红	16.50	0.55
40	汪贤生	30.00	1.00
41	许晓玲	9.00	0.30
42	刘小龙	9.00	0.30
43	殷建榕	9.00	0.30
44	刘保平	9.00	0.30
45	何昌德	9.00	0.30
46	汪文礼	9.00	0.30
47	朱玲华	9.00	0.30
合计		3,000.00	100.00

根据当时有效的《安徽省庐江安德利贸易中心有限公司章程》约定“股东离开公司时应转让股份”。故刘小初上述股权转让系根据公司章程约定于离开公司时转让其所持安德利有限出资额。

保荐机构、发行人律师就上述股权转让事项对刘小初进行了访谈并制作了《面谈笔录》，确认刘小初自愿转让其所持安德利有限出资额，并已收到股权转让款。

6、2010年10月安德利有限股权转让

2009年9月16日，汪贤生等9人与陈学高等38人分别签订了《安徽省庐江安德利贸易中心有限公司股份转让协议》，汪贤生、吴连红、朱玲华、何昌德、汪文礼、刘保平、殷建榕、刘小龙、许晓玲向陈学高等其余38名股东转让其所持安德利有限全部出资额。其中，汪贤生转让给陈学高14万元，转给姚忠发、潘声荣、陈小玲、姚明各4万元；许晓玲转让给刘章宏、袁先朝、陶传进、卢卫坤、洪四喜、金胜、陈伟、方大春、洪雪晴、滕树能、丁恒春、胡更生、李立东、戴光明、周元灿各0.6万元；何昌德转让给王成、赵启浒、孙爱萍、朱春花、袁玲、钱元报、叶贵芝、胡迎生、李柏森、王保新、朱锦华、孙玉琳、夏留文、金小龙、江水各0.6万元；汪文礼转让给陈学高7.2万元，周同江、孙晓俊、李正兵各0.6万元；吴连红、朱玲华、刘保平、殷建榕、刘小龙各自将其所持全部出资额转让给陈学高。上述股权转让价格均为1元/股。退出股东中许晓玲已于2007年死亡，故签约主体为其股权合法继承人赵良奇、赵俊，该2人之继承权已经安徽省庐江县公证处（2009）皖庐公证字第1286号《公证书》公证。2010年10月18日，安德利有限召开股东会，同意上述股权转让并相应修改了公司章程。

本次股权转让具体情况如下：

转让方	受让方	股权转让额 (万元)	转让方	受让方	股权转让额 (万元)
汪贤生	陈学高	14.00	刘小龙	陈学高	9.00
	潘声荣	4.00	殷建榕	陈学高	9.00
	姚忠发	4.00	刘保平	陈学高	9.00
	姚明	4.00	汪文礼	陈学高	7.20
	陈小玲	4.00		周同江	0.60
许晓玲	金胜	0.60		孙晓俊	0.60
	陈伟	0.60	李正兵	0.60	
	方大春	0.60	何昌德	王成	0.60
	洪雪晴	0.60		赵启浒	0.60
	滕树能	0.60		孙爱萍	0.60
	丁恒春	0.60		朱春花	0.60
	胡更生	0.60		袁玲	0.60
	李立东	0.60		钱元报	0.60

	戴光明	0.60		叶贵芝	0.60
	周元灿	0.60		胡迎生	0.60
	刘章宏	0.60		李柏森	0.60
	袁先潮	0.60		王保新	0.60
	陶传进	0.60		朱锦华	0.60
	卢卫坤	0.60		孙玉琳	0.60
	洪四喜	0.60		夏留文	0.60
朱玲华	陈学高	9.00		金小龙	0.60
吴连江	陈学高	16.50		江水	0.60

2010年10月18日，安德利有限就上述股东变更事项进行了工商变更登记。

本次股权转让完成后，安德利有限的股本结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	占注册资本比例（%）
1	陈学高	2,019.70	67.31
2	潘声荣	104.00	3.47
3	姚忠发	104.00	3.47
4	姚明	104.00	3.47
5	陈小玲	104.00	3.47
6	钱元报	17.10	0.57
7	夏留文	17.10	0.57
8	洪雪晴	17.10	0.57
9	赵启浒	17.10	0.57
10	陈伟	17.10	0.57
11	袁先朝	17.10	0.57
12	叶贵芝	17.10	0.57
13	孙玉琳	17.10	0.57
14	胡更生	17.10	0.57
15	朱锦华	17.10	0.57
16	袁玲	17.10	0.57
17	王成	17.10	0.57
18	周同江	17.10	0.57
19	戴光明	17.10	0.57
20	滕树能	17.10	0.57
21	金小龙	17.10	0.57

22	江水	17.10	0.57
23	李柏森	17.10	0.57
24	朱春花	17.10	0.57
25	胡迎生	17.10	0.57
26	方大春	17.10	0.57
27	李立东	17.10	0.57
28	周元灿	17.10	0.57
29	陶传进	17.10	0.57
30	卢卫坤	17.10	0.57
31	丁恒春	17.10	0.57
32	刘章宏	17.10	0.57
33	孙爱萍	17.10	0.57
34	孙晓俊	17.10	0.57
35	李正兵	17.10	0.57
36	金胜	17.10	0.57
37	洪四喜	17.10	0.57
38	王保新	17.10	0.57
合计		3,000.00	100.00

根据当时有效的《安徽省庐江安德利贸易中心有限公司章程》约定“股东离开公司时应转让股份”，故汪贤生、朱玲华、何昌德、汪文礼、刘保平、殷建榕、刘小龙、许晓玲继承人赵良奇、赵俊系根据公司章程规定于离开公司时转让其所持安德利有限出资额。

吴连红转让其所持安德利有限出资额系个人经济原因，保荐机构、发行人律师就该股权转让事项对吴连红进行了访谈并制作了《面谈笔录》，确认吴连红因个人经济原因转让其所持安德利有限出资额，并已收到股权转让款。

保荐机构、发行人律师就上述汪贤生、朱玲华、何昌德、汪文礼、刘保平、殷建榕、刘小龙、许晓玲继承人赵良奇、赵俊股权转让事项对当事人进行了访谈并制作了《调查访谈笔录》，确认上述当事人自愿转让其所持安德利有限出资额，并已收到股权转让款。

7、2011年安德利有限股权转让

2011年2月19日，潘声荣、陈小玲分别与陈学高签订《安徽省庐江安德利

贸易中心有限公司股份转让协议》，潘声荣将其持有的 104 万元出资额、陈小玲将其持有的 104 万元出资额转让给陈学高，转让价格均为 1 元/股，同日，安德利有限召开股东会，同意上述转让并相应修改了公司章程。

本次股权转让具体情况如下：

转让方	受让方	股权转让额 (万元)	转让方	受让方	股权转让额 (万元)
潘声荣	陈学高	104.00	陈小玲	陈学高	104.00

2011 年 6 月 10 日，公司就上述股东变更事项进行了工商变更登记。

本次股权转让完成后，安德利有限的股本结构如下：

序号	股东姓名	出资额 (万元)	占注册资本比例 (%)
1	陈学高	2,227.70	74.25
2	姚忠发	104.00	3.47
3	姚明	104.00	3.47
4	钱元报	17.10	0.57
5	夏留文	17.10	0.57
6	洪雪晴	17.10	0.57
7	赵启浒	17.10	0.57
8	陈伟	17.10	0.57
9	袁先朝	17.10	0.57
10	叶贵芝	17.10	0.57
11	孙玉琳	17.10	0.57
12	胡更生	17.10	0.57
13	朱锦华	17.10	0.57
14	袁玲	17.10	0.57
15	王成	17.10	0.57
16	周同江	17.10	0.57
17	戴光明	17.10	0.57
18	滕树能	17.10	0.57
19	金小龙	17.10	0.57
20	江水	17.10	0.57
21	李柏森	17.10	0.57
22	朱春花	17.10	0.57
23	胡迎生	17.10	0.57

24	方大春	17.10	0.57
25	李立东	17.10	0.57
26	周元灿	17.10	0.57
27	陶传进	17.10	0.57
28	卢卫坤	17.10	0.57
29	丁恒春	17.10	0.57
30	刘章宏	17.10	0.57
31	孙爱萍	17.10	0.57
32	孙晓俊	17.10	0.57
33	李正兵	17.10	0.57
34	金胜	17.10	0.57
35	洪四喜	17.10	0.57
36	王保新	17.10	0.57
合计		3,000.00	100.00

根据当时有效的《安徽省庐江安德利贸易中心有限公司章程》约定“股东离开公司时应转让股份”。故潘声荣、陈小玲上述股权转让系根据公司章程约定于离开公司时转让其所持安德利有限出资额。

保荐机构、发行人律师就上述股权转让事项对潘声荣、陈小玲进行了访谈并制作了《调查访谈笔录》，确认潘声荣、陈小玲自愿转让其所持安德利有限出资额，并已收到股权转让款。

8、2011年安德利有限增资

2011年8月24日，安德利有限召开股东会，同意将公司注册资本增至5,000万元，其中，新股东银瑞投资认缴500万元，出资方式为货币出资；公司原股东陈学高等36人，按原持股比例认缴1500万元，出资方式为未分配利润转增股本，其中陈学高转增股本1,113.85万元；姚忠发、姚明分别转增股本52万元，合计104万元；钱元报等33名股东分别转增股本8.55万元，合计282.15万元。2011年8月25日，新股东银瑞投资与安德利有限、陈学高等原36名股东签订了《增资扩股协议》，约定：安德利有限原全体股东以未分配利润认缴1,500万股，按照每股1元认缴，认购总价格为1,500万元；银瑞投资以现金出资方式认缴500万股，认购价格为每股10元，认购总价格为5,000万元，溢价部分计入安德利

有限的资本公积金。银瑞投资上述增资履行程序合法合规，且遵循了双方自愿的原则，最终确定的增资价格为 10 元/每 1 元出资额。该增资价格系在 2011 年度预计净利润基础上按照 10-12 倍参考市盈率由双方多次接洽协商讨论确定。

2011 年 8 月 31 日，庐江潜川会计师事务所出具庐潜会验字[2011]279 号《验资报告》，对上述公司新增注册资本的实收情况予以审验。

2011 年 9 月 15 日，安德利有限就上述注册资本变更事项进行了工商变更登记。

本次增资完成后，安德利有限股本结构如下：

序号	股东姓名或名称	出资额（万元）	占注册资本比例（%）
1	陈学高	3,341.55	66.83
2	姚忠发	156.00	3.12
3	姚明	156.00	3.12
4	钱元报	25.65	0.51
5	夏留文	25.65	0.51
6	洪雪晴	25.65	0.51
7	赵启浒	25.65	0.51
8	陈伟	25.65	0.51
9	袁先朝	25.65	0.51
10	叶贵芝	25.65	0.51
11	孙玉琳	25.65	0.51
12	胡更生	25.65	0.51
13	朱锦华	25.65	0.51
14	袁玲	25.65	0.51
15	王成	25.65	0.51
16	周同江	25.65	0.51
17	戴光明	25.65	0.51
18	滕树能	25.65	0.51
19	金小龙	25.65	0.51
20	江水	25.65	0.51
21	李柏森	25.65	0.51
22	朱春花	25.65	0.51
23	胡迎生	25.65	0.51

24	方大春	25.65	0.51
25	李立东	25.65	0.51
26	周元灿	25.65	0.51
27	陶传进	25.65	0.51
28	卢卫坤	25.65	0.51
29	丁恒春	25.65	0.51
30	刘章宏	25.65	0.51
31	孙爱萍	25.65	0.51
32	孙晓俊	25.65	0.51
33	李正兵	25.65	0.51
34	金胜	25.65	0.51
35	洪四喜	25.65	0.51
36	王保新	25.65	0.51
37	银瑞投资	500.00	10.00
合计		5,000.00	100.00

9、发行人刊登公告

发行人亦于 2012 年 6 月 9 日、6 月 16 日于《合肥日报》刊登了相关公告，并于 2012 年 6-7 月期间内于公司公告栏持续张贴公告，截至目前，无相关主体就股权事宜提出异议。

10、实际控制人出具《承诺》

发行人实际控制人陈学高已出具《承诺》，承诺发行人股权清晰，历次股权变更均已履行了必要的法律程序，未来任何相关方就发行人股权提出任何异议及由此产生的任何纠纷均由陈学高承担全部责任，保证该等纠纷不会对发行人造成任何不利影响。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，安德利有限前述股权转让背景及原因清晰、合法，均已履行了完备的决策程序，均为转让双方真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷。

（二）股份公司设立时的股本情况

2012 年 1 月 18 日，经安德利有限股东会决议通过，安德利有限以 2011 年

12月31日为审计基准日整体变更为安徽安德利百货股份有限公司。根据众华沪银出具的沪众会字（2012）第1321号《审计报告》，以截至2011年12月31日的净资产112,620,501.24元为基数，按1:0.53276的折股比例折合为股本6,000万股，每股1元，余额部分52,620,501.24元计入资本公积，各发起人按原出资比例享有折合股本后的股份。

众华沪银对本次整体变更进行了审验，并于2012年2月8日出具了沪众会验字（2012）第1322号《验资报告》。2012年2月17日，公司在安徽省合肥市工商行政管理局依法办理工商注册登记，各发起人持股数量及持股比例如下：

序号	股东名称或姓名	股份数（万股）	持股比例（%）	股份性质
1	陈学高	4,009.86	66.8310	自然人股
2	姚忠发	187.20	3.1200	自然人股
3	姚明	187.20	3.1200	自然人股
4	钱元报	30.78	0.5130	自然人股
5	夏留文	30.78	0.5130	自然人股
6	洪雪晴	30.78	0.5130	自然人股
7	赵启浒	30.78	0.5130	自然人股
8	陈伟	30.78	0.5130	自然人股
9	袁先朝	30.78	0.5130	自然人股
10	叶贵芝	30.78	0.5130	自然人股
11	孙玉琳	30.78	0.5130	自然人股
12	胡更生	30.78	0.5130	自然人股
13	朱锦华	30.78	0.5130	自然人股
14	袁玲	30.78	0.5130	自然人股
15	王成	30.78	0.5130	自然人股
16	周同江	30.78	0.5130	自然人股
17	戴光明	30.78	0.5130	自然人股
18	滕树能	30.78	0.5130	自然人股
19	金小龙	30.78	0.5130	自然人股
20	江水	30.78	0.5130	自然人股
21	李柏森	30.78	0.5130	自然人股
22	朱春花	30.78	0.5130	自然人股
23	胡迎生	30.78	0.5130	自然人股

24	方大春	30.78	0.5130	自然人股
25	李立东	30.78	0.5130	自然人股
26	周元灿	30.78	0.5130	自然人股
27	陶传进	30.78	0.5130	自然人股
28	卢卫坤	30.78	0.5130	自然人股
29	丁恒春	30.78	0.5130	自然人股
30	刘章宏	30.78	0.5130	自然人股
31	孙爱萍	30.78	0.5130	自然人股
32	孙晓俊	30.78	0.5130	自然人股
33	李正兵	30.78	0.5130	自然人股
34	金胜	30.78	0.5130	自然人股
35	洪四喜	30.78	0.5130	自然人股
36	王保新	30.78	0.5130	自然人股
37	银瑞投资	600.00	10.0000	非企业法人股
合计		6,000.00	100.0000	-

（三）股份公司设立后的股东变化情况

公司原股东赵启浒于 2014 年 11 月 7 日因病死亡，赵启浒持有的公司 30.78 万股股份由其子赵越继承，该继承事项已经安徽省庐江县公证处公正。本次股份继承完成后，公司注册资本仍为 6,000 万元，股本结构如下：

序号	股东名称或姓名	股份数（万股）	持股比例（%）	股份性质
1	陈学高	4,009.86	66.8310	自然人股
2	姚忠发	187.20	3.1200	自然人股
3	姚明	187.20	3.1200	自然人股
4	钱元报	30.78	0.5130	自然人股
5	夏留文	30.78	0.5130	自然人股
6	洪雪晴	30.78	0.5130	自然人股
7	赵越	30.78	0.5130	自然人股
8	陈伟	30.78	0.5130	自然人股
9	袁先朝	30.78	0.5130	自然人股
10	叶贵芝	30.78	0.5130	自然人股
11	孙玉琳	30.78	0.5130	自然人股

12	胡更生	30.78	0.5130	自然人股
13	朱锦华	30.78	0.5130	自然人股
14	袁玲	30.78	0.5130	自然人股
15	王成	30.78	0.5130	自然人股
16	周同江	30.78	0.5130	自然人股
17	戴光明	30.78	0.5130	自然人股
18	滕树能	30.78	0.5130	自然人股
19	金小龙	30.78	0.5130	自然人股
20	江水	30.78	0.5130	自然人股
21	李柏森	30.78	0.5130	自然人股
22	朱春花	30.78	0.5130	自然人股
23	胡迎生	30.78	0.5130	自然人股
24	方大春	30.78	0.5130	自然人股
25	李立东	30.78	0.5130	自然人股
26	周元灿	30.78	0.5130	自然人股
27	陶传进	30.78	0.5130	自然人股
28	卢卫坤	30.78	0.5130	自然人股
29	丁恒春	30.78	0.5130	自然人股
30	刘章宏	30.78	0.5130	自然人股
31	孙爱萍	30.78	0.5130	自然人股
32	孙晓俊	30.78	0.5130	自然人股
33	李正兵	30.78	0.5130	自然人股
34	金胜	30.78	0.5130	自然人股
35	洪四喜	30.78	0.5130	自然人股
36	王保新	30.78	0.5130	自然人股
37	银瑞投资	600.00	10.0000	非企业法人股
合计		6,000.00	100.0000	-

(四) 发行人重大资产重组情况

1、发行人转让安德利商务、安德利汽车的股权情况：

(1) 转让程序

2011年9月22日，经安德利有限股东会决议通过，安德利有限分别将其所

持安德利商务 83.33%的股权、安德利汽车 100%的股权转让给安德利投资。2011年9月16日，安德利有限与安德利投资分别签署了三份《股份转让协议》，股权转让价格分别根据北京国有大正资产评估有限公司出具的国有大正评字报（2011）第269C号、270C号、271C号《资产评估报告》确定为103.97万元、199.38万元和3,151.11万元。

（2）转让背景

安德利商务主要从事机电设备、机器仪表和金属材料的销售，安德利汽车主要从事汽车销售。上述子公司的业务与发行人的百货零售业务差异较大，为突出主业和专注于公司百货零售业务，进一步做大做强公司，发行人决定将上述业务予以剥离。

（3）对公司业务的影响

①2010年和2011年1-9月，安德利商务经营业绩情况如下：

项目	2011年1-9月		2010年度	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
营业收入	-	-	3.52	0.01%
利润总额	-34.56	-0.57%	-46.27	-1.64%
净利润	-34.60	-0.75%	-46.33	-2.23%

注：2010年“占比”系安德利商务占合并财务报表当年度相关项目的比率，2011年1-9月“占比”系安德利商务占合并财务报表2011年度相关项目的比率。

2010年和2011年1-9月，安德利商务经营业绩一直处于亏损状态，主要盈利指标占合并报表相应指标比重很低，安德利有限将所持的安德利商务股权转让对本公司整体盈利不构成重要影响。

②2011年2-9月，安德利汽车经营业绩情况如下：

项目	2011年2-9月	
	金额（万元）	占比
营业收入	954.66	0.91%
利润总额	-0.05	-
净利润	-0.59	-0.01%

注：2011年2-9月“占比”系安德利汽车占合并财务报表2011年度相关项目的比率。

2011年2-9月，安德利汽车经营业绩处于亏损状态，主要盈利指标占公司相应指标比重很低，安德利有限将所持的安德利汽车股权转让对本公司整体盈利不构成重要影响。

2、出售资产

2012年6月20日，公司与朱卫国签署了《建筑物转让合同》，约定公司将其位于庐江县同大镇圩桥大道的房产及土地出让给朱卫国，其中房产面积约6,116 m²，土地使用权面积约4,870 m²；合同总价款为8,958,314.00元，朱卫国于2012年6月30日前支付300万元，余款于2013年6月30日前付清；转让价款的作价依据为巢湖中信资产评估事务所巢中信评字[2012]12号《资产评估报告》（评估基准日为2012年5月31日）所确认的评估值。本次资产转让事项已经公司第一届董事会第四次会议审议通过。截至2013年8月5日，朱卫国已将上述房产及土地转让款支付完毕。

3、土地购买及房产征收

2012年8月16日，无为安德利与无为县国土资源局签订34142220120067号《国有建设用地使用权出让合同》，无为县国土资源局将位于无城镇凤河北路东侧同心路北侧24,510平方米的土地使用权出让给无为安德利，出让金额共计2,900万元，2012年9月12日前支付1,450万元，2013年2月2日前支付1,450万元。2012年12月7日，无为安德利与无为县国土资源局签订《国有建设用地使用权出让合同（合同补充条款）》，将上述土地用途调整为商务金融用地面积0.314公顷及批发零售用地2.137公顷；将上述出让金调整为32,692,217元；将出让金支付方式调整为2012年9月12日前支付1,450万元，2013年1月10日前支付3,692,217元，2013年2月2日前支付1,450万元。2013年4月12日，无为安德利取得了无为县国土资源局核发的证号为无国用（2013）第0209号《国有土地使用权证》。

2013年1月6日，巢湖安德利与巢湖市亚父街道安城路房屋征收办公室就征收巢湖安德利位于巢湖市东山头的仓库之土地使用权及其上房屋征收补偿事宜签订《巢湖市国有土地上房屋征收补偿协议书》，补偿金额合计为17,469,617元，截止本招股书签署日，巢湖安德利共收到补偿款1,700万元。

2013年2月19日，无为安德利与无为县国土资源局签订34142220130032号《国有建设用地使用权出让合同》，无为县国土资源局将位于无城镇浅水湾住宅小区北侧8,257平方米的土地使用权出让给无为安德利，出让金额共计900万

元。2013年4月12日，无为安德利取得了无为县国土资源局核发的证号为无国用（2013）第0210号《国有土地使用权证》。

2013年8月2日，巢湖安德利与巢湖市国土资源局签订340181出让[2013]31号《国有建设用地使用权出让合同》，巢湖市国土资源局将位于居巢开发区旗山路与义城路交叉口东南侧28,666.54平方米的土地使用权出让给巢湖安德利，出让金额共计584.8万元。2013年9月28日，巢湖安德利取得了巢湖市国土资源局核发的证号为巢国用（2013）第2482号的《国有土地使用权证》。

4、收购和县安德利

（1）收购程序

2010年10月31日，巢湖安德利与和县远洲镇淮置业有限公司签订协议，约定和县远洲镇淮置业有限公司将其持有的和县安德利全部股权合计2,700万元出资额转让给巢湖安德利，转让总价款为2,710万元。2010年11月5日，巢湖安德利作出决定，任命姚忠发为执行董事，并通过了章程修正案。2010年11月12日，和县安德利办理了工商变更登记手续。本次股权转让完成后，和县安德利成为巢湖安德利全资子公司。

（2）收购背景及定价依据

和县安德利成立于2010年1月26日，由和县远洲镇淮置业有限公司以现金出资100万元设立；2010年7月14日，和县远洲镇淮置业有限公司以土地使用权评估作价1,890万元和现金710万元，将和县安德利注册资本增加至2,700万元。和县安德利成立后一直未开展具体业务，截至2010年12月31日，和县安德利总资产为3,777.59万元（和县安德利总资产增加系巢湖安德利对其基建投入增加所致）。2010年度和县安德利营业收入、利润总额及净利润均为0元。

本次股权转让价格系以原始出资额为主要依据，经双方协商确定。和县安德利设立时间较短，在转让前尚未开展具体业务（2011年5月，和县安德利正式营业），其资产为股东缴纳的注册资本。此外，和县远洲镇淮置业有限公司因房地产业务发展对资金需求量较大，且和县安德利基础设施建设尚需大量现金投入，为回笼资金，该公司同意以原始出资额为主要作价依据转让和县安德利全部股权。

四、发行人历次验资情况

（一）股份公司改制设立前的验资情况

1、有限公司设立时的验资

1999年4月15日，安徽省庐江会计师事务所对有限公司设立时的出资进行了审验并出具庐会师字（1999）第60号《验资报告》：截至1999年3月10日，有限公司实收股东投入资本252.3万元，出资方式均为货币。

2、有限公司第一次增资的验资

2005年4月25日，庐江潜川会计师事务所对有限公司第一次增资时的出资进行了审验，并出具庐潜会验字（2005）第38号《验资报告》：截至2005年2月18日，有限公司实收股东新增注册资本643.9万元，出资方式均为货币。

3、有限公司第二次增资的验资

2007年4月16日，庐江潜川会计师事务所对有限公司第二次增资时的出资进行了审验，并出具庐潜会验字（2007）第162号《验资报告》：截至2007年3月5日，有限公司实收股东新增注册资本2,103.8万元，出资方式均为货币。

4、有限公司第三次增资的验资

2011年8月31日，庐江潜川会计师事务所对有限公司第三次增资时的出资进行了审验，并出具庐潜会验字（2011）第279号《验资报告》：截至2011年8月27日，有限公司实收股东新增注册资本2,000万元，其中未分配利润转增股本1,500万元、货币出资500万元。

（二）股份公司设立时的验资情况

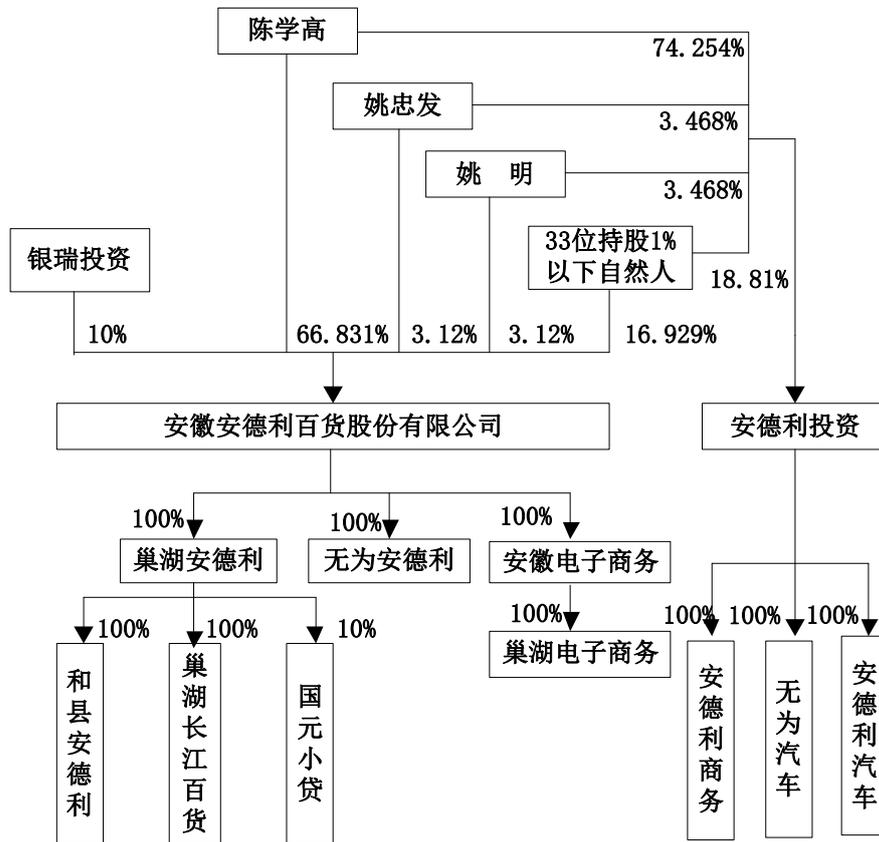
2012年2月8日，众华沪银对股份公司设立的出资进行了审验并出具沪众会验字（2012）第1322号《验资报告》：截至2012年2月8日，公司已将经审计后的2011年12月31日净资产112,620,501.24元中的60,000,000.00元折合成股本，其余52,620,501.24元计入资本公积。各股东均以净资产出资。

(三) 验资复核报告

2012年10月31日，上海众华沪银会计师事务所有限公司对公司2011年8月31日增资实收资本到位情况进行了审验并出具了沪众会字(2012)第3428号《关于对安徽安德利百货股份有限公司2011年8月31日增资实收资本到位情况的复核报告》：截至2011年12月30日，原股东以未分配利润出资1500万元，佛山森阳银瑞投资中心（有限合伙）以货币出资5000万元，增加实收资本2000万元，资本公积4500万元，上述增资出资已全部到位。

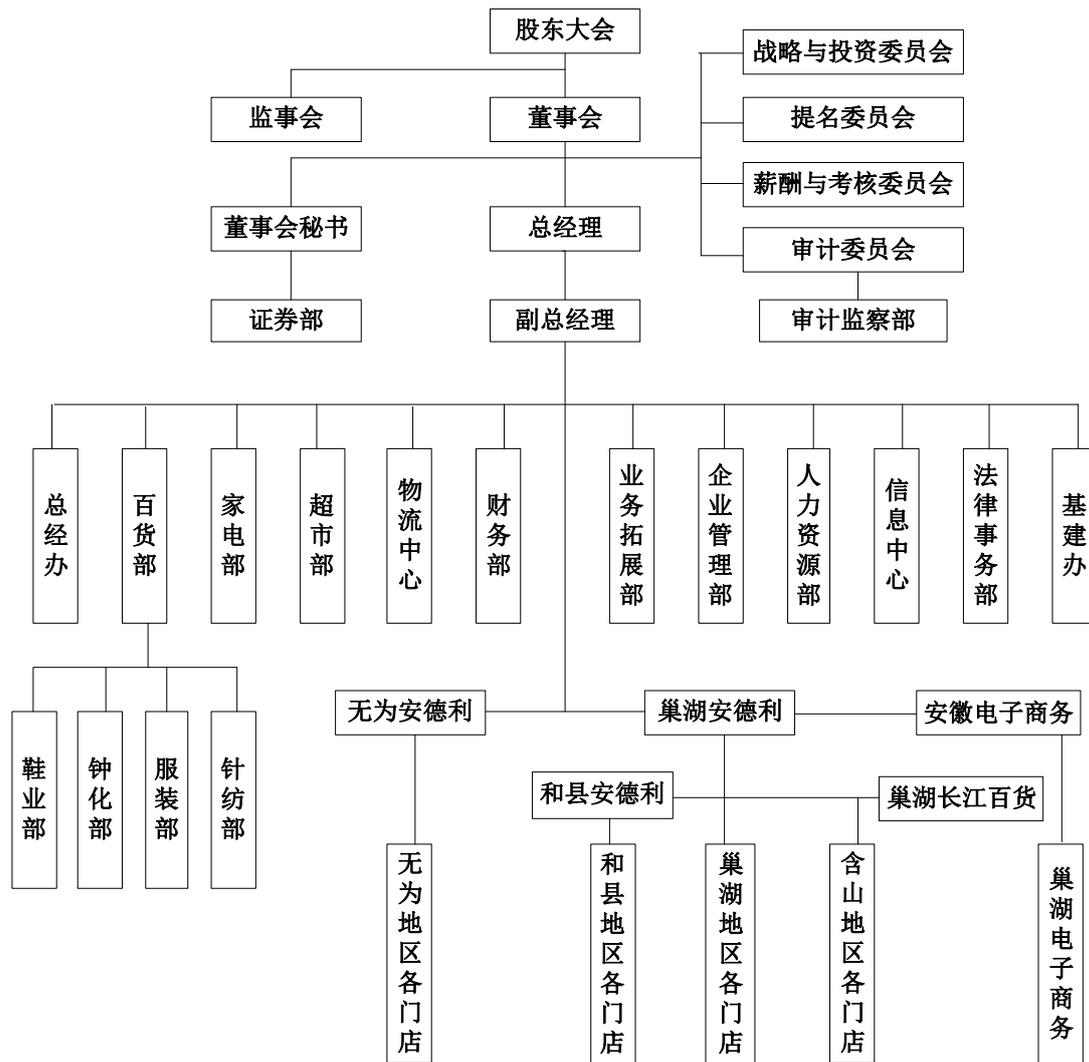
五、发行人的组织结构

(一) 发行人的股权结构图



(二) 发行人的内部组织结构

本公司内部组织按照生产经营的需要进行设置，具体情况如下：



（三）主要职能部门的工作职责

本公司的最高权力机构是股东大会，股东大会下设董事会，董事会向股东大会负责，履行《公司章程》赋予的职权，负责公司重大的生产经营决策和确定公司整体发展战略并监督战略的实施；公司董事会9名董事中有3名独立董事，有利于健全公司的法人治理结构，使董事会的决策更科学、民主，从而有效地维护中小股东的利益。

公司实行董事会领导下的总经理负责制。在董事会的领导下，由总经理负责公司日常经营与管理。各主要职能部门的主要职能是：

部门	主要职能
百货部	负责鞋类、钟表、化妆品、黄金珠宝、服装、针织等百货的采购和销售；对供应商的资质和产品质量严格审核；负责本部门的安全生产管理；做好相关区域的市场调研，协助公司业务拓展部做好新店选址，实现跨区域连锁经营，

	指导综合分店百货部的购销业务，与企管部共同做好现场管理，与企管部、人力资源部共同做好员工考评考绩，加强本部门职工培训；及时有效处理好顾客投诉。
超市部	负责与百货业态实行差异化经营，对供应商的资质和产品质量严格审核；负责本部门的安全生产管理；做好相关区域的市场调研，协助公司业务拓展部做好新店选址，实现跨区域连锁经营，积极在广大农村地区和城市社区建设便民店，加强各门店管理；与企管部共同做好现场管理，与企管部、人力资源部共同做好员工考评考绩，加强本部门职工培训；及时有效处理好顾客投诉。
家电部	负责家电的采购和销售，落实家电下乡等鼓励消费的政策措施；对供应商的资质和产品质量严格审核；负责本部门的安全生产管理；做好相关区域的市场调研，协助公司业务拓展部做好新店选址，实现跨区域连锁经营，指导综合分店家电部的购销业务；与企管部共同做好现场管理，与企管部、人力资源部共同做好员工考评考绩，加强本部门职工培训；及时有效处理好顾客投诉。
总经办	办文及办会、负责落实总经理工作任务安排；对内对外协调；安排接待；商务车调配使用管理；印章管理；档案管理；合同管理；协助工会工作，组织员工业余文化活动；广告策划宣传。
物流中心	负责购进商品的验收入库，实施有效的管理和养护；接受订单信息，生成配送单据，组织配货；制定配送计划，设计配送线路，组织送货；负责本部门人员、车辆、物品、货款、设备的安全管理；协助销售部门解决与配送有关的客户问题。
财务部	负责公司会计核算、成本管理、申报纳税、资金管理、财务印章、财务档案管理等工作；制定公司各项财务管理制度；做好各项财务收支的计划、控制、核算、分析和考核工作；编制各类财务报表；参与公司重大投融资决策等；负责子公司财务管理工作；负责收银工作及收银员队伍的管理。
业务拓展部	制定公司战略规划和发展计划，报总经理办公会或董事会批准；依照公司发展规划，进行市场调研，提供市场调查报告；新店选址；新业务拓展；租赁物业的洽谈、合同的签订。
企业管理部	员工的考勤、考绩；评优评先；营业现场巡查管理；环境卫生管理与评比；公司保卫及安全管理；供水供电保障及物业管理；顾客投诉管理；包装物回收管理；联系社区、消防、公安、消协等部门。
法律事务部	为企业经营决策提供法律分析；参与企业重大经济活动的谈判工作；协助公司总经理及各下属单位建立、完善各项规章制度；协助企业职能部门办理有关的法律事务并审查相关法律文件；审查、修改、会签经济合同、协议，协助和督促企业对重大经济合同、协议的履行；负责处理企业法律纠纷。
人力资源部	组织拟定、完善、执行公司人事管理制度；根据部门人员需求情况，提出部门内部人员调整方案，促进人员的优化配置；拟定各项招聘和培训计划，经批准后组织实施；建立人才库；负责人事档案管理、办理社保；员工的招聘、晋升、奖惩、辞退与退休管理。
证券部	负责与证券监管机构、证券服务机构、媒体等的信息沟通和联络，负责公司信息披露事务和投资者关系管理，负责董事会及股东大会会议的筹备、会议材料制作、相关文件的保管等。

信息中心	负责公司信息化建设的总体规划及网络体系结构设计，负责公司网站设计及维护，确保信息系统安全稳定运行；负责公司信息化建设方面的培训、咨询、相关信息发布、宣传等工作。
基建办	负责公司各种工程（包括设施、设备）的计划、报批、招投标、施工、安装、监理、验收、维护等；负责工程的预决算。
审计监察部	建立、健全公司内部审计制度；制订公司内部审计发展规划和年度审计工作计划；组织公司内部的各项审计业务，并及时向审计委员会报告审计结果；负责对公司及下属各单位内部控制制度的健全性、有效性及风险管理进行评审和完善；负责对公司及下属各单位主要经营者的经济责任进行审计；负责对公司及下属各单位各项专项审计和审计调查，或配合公司有关部门进行专项检查；负责委托、协调外部审计机构。
门店	负责公司商品销售工作。

六、发行人子公司情况

（一）发行人所控制的企业情况介绍

1、巢湖安德利

巢湖安德利成立于 2003 年 9 月 4 日，在巢湖市工商行政管理局注册，注册号为 341402000020587，住所为巢湖市巢湖中路 79 号，法定代表人为陈学高，注册资本为 500 万元，实收资本为 500 万元。经营范围：家居、家具、装饰用材、日用百货、灯饰、五金交电、保健用品（成人用品）、厨房、床上用品、宠物用品、汽车用品、卫生用品、针纺织品、办公、文具、耗材纸品、保健器械、自行车、模型、玩具、运动、影像器材、乐器、儿童用品、电脑、数码、手机、通讯设备、游戏器具、化妆品、珠宝、首饰、配饰、工艺品、花卉、服装、鞋帽、箱包、劳保用品、家用电器销售；物业管理、电信业务代办服务；家电回收；农副产品收购（不含粮食）；家用电器维修、安装及配件零售；预包装食品兼散装食品（含婴幼儿配方乳粉）批发兼零售；初级农产品零售；烟酒糖、副食、土特产、音像制品、出版物销售；互联网信息服务（不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械等内容及电子公告服务）；道路普通货物运输；豆芽及豆制品加工、面点生产、熟食生产、面包烘培生产；清洁、洗涤用品、纸制品销售；房产租赁；展览展示、会务服务。（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）。巢湖安德利的主营业务为零售百货业务。

巢湖安德利最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2016年6月30日	2015年12月31日
总资产	102,083.75	92,578.17
净资产	15,481.29	14,714.58
项目	2016年1-6月	2015年度
营业收入	35,543.32	63,794.55
净利润	766.71	1,665.73

注：上述财务数据业经众华所审计。

2、和县安德利

和县安德利成立于2010年1月26日，在和县工商行政管理局注册，注册号为341424000015492，住所为和县历阳东路150号，法定代表人为姚忠发，注册资本为2,700万元，实收资本为2,700万元。经营范围：预包装食品、散装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）批发兼零售；音像制品、图书报刊零售；卷烟零售；家居、家具、装饰用材、日用百货、灯饰、五金交电、厨房厨具、床上用品、宠物用品、汽车用品、卫生用品、针纺织品、办公用品、文具、耗材纸品、体育器械、自行车、模型、玩具、运动器材、影像器材、乐器、儿童用品、电脑、数码产品、手机、通讯设备、游泳器具、化妆品、珠宝首饰和金银首饰、工艺品、花卉、服装、鞋帽、箱包、劳保用品、家用电器销售、物业管理、电信业务代办、旧家电回收业务；家用电器维修、安装及配件零售。（依法需经批准的项目经相关部门批准后方可经营）。和县安德利的主营业务为零售百货业务。

和县安德利最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2016年6月30日	2015年12月31日
总资产	32,724.72	30,628.18
净资产	5,817.23	5,369.01
项目	2016年1-6月	2015年度
营业收入	10,087.53	20,262.98
净利润	448.22	969.35

注：上述财务数据业经众华所审计。

3、无为安德利

无为安德利成立于 2012 年 7 月 30 日，在无为县工商行政管理局注册，注册号为 340224000005817，住所为无为县无城镇凤河北路东侧、花园路南，法定代表人为姚忠发，注册资本为 4,000 万元，实收资本为 4,000 万元。经营范围：许可经营范围：预包装食品兼散装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）批发兼零售；保健食品经营；卷烟（雪茄烟）零售；宾馆、住宿（仅限分公司经营）；一般经营项目：家用电器、日用百货、服装鞋帽销售；农副产品购销（不含粮棉）；家具、五金交电、黄金珠宝、摩托车、自行车、机电产品销售；为本企业运输服务；家电维修；产品咨询服务；电脑及电脑耗材销售；旧家电回收服务；柜台、仓库、设备租赁；家用电器维修、安装及配件零售。无为安德利的主营业务为零售百货业务。

无为安德利最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	103,773.22	93,252.53
净资产	4,371.96	4,199.49
项目	2016 年 1-6 月	2015 年度
营业收入	14,047.94	27,209.94
净利润	172.47	648.59

注：上述财务数据业经众华所审计。

4、巢湖长江百货

巢湖长江百货成立于 2013 年 5 月 23 日，在巢湖市工商行政管理局注册，注册号为 341402000061520，住所为巢湖市东风路与巢湖中路交叉口安德利扩建工程 A 楼 901，法定代表人为亓永高，注册资本为 500 万元，实收资本为 500 万元。经营范围：预包装食品兼散装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）零售批发；家居、家具、装饰用材、日用百货、土特产、灯饰、五金交电、厨房、床上用品、宠物用品、汽车用品、卫生用品、针纺织品、办公用品、文具、耗材纸品、保健器械、自行车、模型、玩具、运动器材、影像器材、乐器、儿童用品、电脑、数码、手机、通讯设备、游戏器具、化妆品、珠宝、首饰、配饰、工艺品、花卉、服装、鞋帽、箱包、劳保用品、家用电器销售，物业管理，家电回收；装潢装修

工程施工；展览展示及会务服务；广告制作；初级农产品（不含粮食）采购兼零售。（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）。巢湖长江百货的主营业务为百货批发业务。

巢湖长江百货最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2016年6月30日	2015年12月31日
总资产	75,195.60	70,511.93
净资产	1,201.87	1,154.61
项目	2016年1-6月	2015年度
营业收入	2,455.86	4,853.73
净利润	47.26	184.91

注：上述财务数据业经众华所审计。

5、安徽电子商务

安徽安德利电子商务有限公司成立于2015年8月12日，在无为县市场监督管理局注册，住所为安徽省芜湖市无为县无城镇凤河北路东侧、同心路北侧1幢五层，法定代表人为亓永高，注册资本500万元，经营范围：电子商务；家电、百货、针纺织品、服装服饰、鞋帽、黄金珠宝、文体用品、装饰品、工艺礼品、玉器、玩具、花木销售；预包装食品、散装食品、保健食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）销售；农副产品购销（不含粮棉）；调味品、食品添加剂销售；机电产品、汽车用品、农资销售；手机、电脑及电脑耗材销售；旧家电销售、回收服务；家具、装潢材料、建筑材料、化工原料及产品（不含危险化学品）、皮革制品、橡塑制品销售；鲜花礼仪服务、婚庆服务、清洁干洗服务。（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）。安徽电子商务的主营业务为电子商务业务。

安徽电子商务最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2016年6月30日	2015年12月31日
总资产	504.45	510.34
净资产	499.15	498.93
项目	2016年1-6月	2015年度

营业收入	1.56	6.03
净利润	0.22	-1.07

注：上述财务数据业经众华所审计。

6、巢湖电子商务

巢湖安德利电子商务有限公司成立于 2015 年 10 月 14 日，在巢湖市市场监督管理局注册，住所为巢湖市巢湖中路 79 号安德利大厦 9 楼，法定代表人为元永高，注册资本 500 万元，经营范围：通过互联网销售家电、百货、针纺织品、鞋帽、服装服饰、黄金珠宝、文体用品、装饰品、工艺礼品（不含文物）、玉器、玩具、花木、预包装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、保健食品、调味品、食品添加剂、机电产品、汽车用品、农资、手机、电脑及电脑耗材、家具、装潢材料、建筑材料、化工产品及其原料（不含危险化学品）、皮革制品、橡胶制品；旧家电销售、回收服务；鲜花礼仪服务、婚庆服务、清洁干洗服务；商务信息咨询；企业管理咨询；企业形象策划；市场营销策划；图文设计、制作（不含印刷）；计算机网络工程；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（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）。巢湖电子商务的主营业务为电子商务业务。

巢湖电子商务最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	619.15	517.43
净资产	500.71	501.74
项目	2016 年 1-6 月	2015 年度
营业收入	65.51	1.71
净利润	-1.03	1.74

注：上述财务数据业经众华所审计。

（二）发行人所参股企业的情况介绍

截至本招股书签署之日，发行人参股企业为巢湖国元小额贷款有限公司，本公司子公司巢湖安德利持有其 10% 的股权。

国元小贷成立于 2010 年 12 月 14 日，在巢湖市工商行政管理局注册，注册

号为 341400000012420，住所为巢湖经济开发区金山路 12 号标准厂房 208 室，法定代表人为陈联，注册资金为 10,000 万元。经营范围：许可经营项目为小额贷款发放；一般经营项目为中小企业财务咨询服务。国元小贷的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	安徽国元投资有限责任公司	3,000.00	30.00
2	巢湖安德利购物中心有限公司	1,000.00	10.00
3	无为县佳琛投资管理有限公司	1,000.00	10.00
4	安徽厚博投资有限公司	1,000.00	10.00
5	安徽皖维高新材料股份有限公司	1,000.00	10.00
6	巢湖市诚信投资开发有限公司	1,000.00	10.00
7	合肥腾瑞投资咨询有限公司	1,000.00	10.00
8	安徽华海特种电缆集团有限公司	1,000.00	10.00
合计		10,000.00	100.00

国元小贷最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	11,545.91	12,346.60
净资产	11,258.96	12,003.42
项目	2016 年 1-6 月	2015 年度
营业收入	640.79	2,119.50
净利润	255.54	1,172.13

注：上述财务数据未经审计。

七、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人基本情况

1、自然人发起人的基本情况

序号	股东姓名	国籍	永久境外居留权	身份证号码	住所
1	陈学高	中国	无	34262219591010*****	庐江县庐城镇城中中路
2	姚忠发	中国	无	34262219640901*****	庐江县庐城镇黄山北路
3	姚明	中国	无	34262219560928*****	庐江县庐城镇文昌路

4	钱元报	中国	无	34262219690703*****	庐江县庐城镇文昌路
5	夏留文	中国	无	34262219611105*****	庐江县庐城镇环城西路
6	洪雪晴	中国	无	34262219670101*****	武汉市武昌区友谊大道
7	赵启浒	中国	无	34262219630729*****	庐江县庐城镇文昌路
8	陈伟	中国	无	34262219740605*****	庐江县庐城镇北苑小区
9	袁先朝	中国	无	34262219631129*****	庐江县庐城镇文昌路
10	叶贵芝	中国	无	34262219741124*****	庐江县庐城镇文昌路
11	孙玉琳	中国	无	34262219620202*****	庐江县庐城镇塔山路
12	胡更生	中国	无	34262219621227*****	庐江县庐城镇军二西路
13	朱锦华	中国	无	34262219620201*****	庐江县庐城镇大厦新村
14	袁玲	中国	无	34262219650612*****	庐江县庐城镇军二西路
15	王成	中国	无	34262219740628*****	庐江县庐城镇文昌路
16	周同江	中国	无	34262219721025*****	铜陵市铜官山区铜庄一区
17	戴光明	中国	无	34262219561005*****	庐江县庐城镇军二中路
18	滕树能	中国	无	34262219590819*****	庐江县庐城镇黄山南路绣溪花园
19	金小龙	中国	无	34262219640229*****	庐江县庐城镇军二中路
20	江水	中国	无	34262219700202*****	庐江县庐城镇北苑小区
21	李柏森	中国	无	34262219551112*****	庐江县庐城镇城中西路文二巷
22	朱春花	中国	无	34262219720513*****	庐江县庐城镇潜川中路
23	胡迎生	中国	无	34262219720104*****	庐江县罗河镇店桥社区李庄村民组
24	方大春	中国	无	34262219761002*****	庐江县庐城镇塔山路
25	李立东	中国	无	34262219730930*****	庐江县庐城镇文昌路
26	周元灿	中国	无	34262219711022*****	巢湖市居巢区向阳路城市风景小区
27	陶传进	中国	无	34262219611206*****	庐江县庐城镇文明北路
28	卢卫坤	中国	无	34262219781008*****	庐江县庐城镇文明中路
29	丁恒春	中国	无	34262219600924*****	庐江县庐江钒矿宿舍小山路水塔
30	刘章宏	中国	无	34262219730618*****	庐江县庐城镇礅塘新村
31	孙爱萍	中国	无	34262219680708*****	庐江县庐城镇庐白路
32	孙晓俊	中国	无	34262219650115*****	庐江县庐城镇文明南路秀水亭花园
33	李正兵	中国	无	34262219570816*****	庐江县庐城镇交通路
34	金胜	中国	无	34262219591201*****	庐江县庐城镇军二中路
35	洪四喜	中国	无	34262219590822*****	庐江县庐城镇文昌路
36	王保新	中国	无	34262219630520*****	庐江县庐城镇城中中路新民巷

2、银瑞投资

银瑞投资持有本公司 600 万股，占本次发行前总股本的 10%，为公司第二大股东。银瑞投资成立于 2011 年 1 月 18 日，在佛山市工商行政管理局注册，注册号为 440600000023787，住所为佛山市南海区桂城南平西路 13 号承业大厦 11 楼 7 单元 C 室，执行事务合伙人为夏阳，主要从事创业投资，注册资金为 1 亿元，实收资金为 1 亿元，企业类型为有限合伙，目前合伙人出资情况如下：

单位：万元

序号	合伙人姓名	认缴出资金额	实缴金额	认缴出资比例（%）
1	夏阳	3,000.00	3,000.00	30.00
2	孟丹林	2,000.00	2,000.00	20.00
3	木利民	2,000.00	2,000.00	20.00
4	侯京临	2,000.00	2,000.00	20.00
5	孙隽蓓	1,000.00	1,000.00	10.00
合 计		10,000.00	10,000.00	10,000.00

银瑞投资最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	11,846.29	11,979.52
净资产	12,244.21	12,255.00
项目	2016 年 1-6 月	2015 年度
营业收入	-	-
净利润	-10.79	-62.47

注：上述财务数据未经审计。

（二）实际控制人

本公司实际控制人为陈学高，目前持有公司 66.83% 的股份，是发行人的控股股东和实际控制人。具体情况详见本招股说明书第八节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历”之“（一）董事会成员”。

实际控制人夫妻双方近亲属的对外投资情况如下：

1、发行人实际控制人夫妻双方近亲属情况

(1) 发行人实际控制人为陈学高，陈学高近亲属情况如下：

序号	姓名	身份证号码	与本人关系
1	刘敏	34262219700821****	妻子
2	陈葛林	34140220050205****	儿子
3	张莲生	34262219530812****	姐姐
4	陈镭	34262219870304****	女儿

(2) 发行人实际控制人陈学高之妻刘敏近亲属情况如下：

序号	姓名	身份证号码	与本人关系
1	陈学高	34262219591010****	丈夫
2	陈葛林	34140220050205****	儿子
3	刘曙	34262219611219****	哥哥
4	刘炯	34262219660503****	姐姐
5	刘晓晴	34262219500201****	姐姐
6	刘峥	34262219730921****	妹妹
7	章锐明	34262219361023****	母亲

2、发行人实际控制人夫妻双方近亲属对外投资情况

(1) 根据陈学高、刘敏及其前述近亲属分别出具的《声明》，除陈学高持有发行人 66.831% 股份及安德利投资 74.254% 出资额外，陈学高、刘敏及其前述近亲属不存在任何对外投资。

(2) 根据陈学高、安德利投资分别出具的《声明》，安德利投资现持有安德利汽车 100% 出资额、安德利商务 100% 出资额及无为汽车 100% 出资额；根据陈学高、安德利商务、安德利汽车及无为汽车分别出具的《声明》，安德利汽车及无为汽车不存在任何对外投资。

(3) 安德利投资、安德利商务、安德利汽车及无为汽车主营业务情况

①根据安德利投资最新的《营业执照》，安德利投资经营范围为：“许可经营项目：汽车维修（仅限分支机构经营）。一般经营项目：（汽车贸易、餐饮服务、房地产）投资与管理。”；根据安德利投资出具的《声明》，安德利投资主营业务为汽车贸易投资与管理，不存在与发行人及其子公司从事相同或类似业务，或从事上下游业务的情形。

②根据安德利汽车最新的《营业执照》，安德利汽车经营范围为：“汽车、货车、农用车销售；汽车装潢；为车辆代购、车辆按揭、车辆保险提供代理服务。

（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）。”；根据安德利汽车出具的《声明》，安德利汽车主营业务为汽车销售，不存在与发行人及其子

公司从事相同或类似业务，或从事上下游业务的情形。

③根据无为汽车最新的《营业执照》，无为汽车经营范围为：“一般经营项目：汽车销售；汽车租赁；汽车装潢；保险代理服务。（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）。”；根据无为汽车出具的《声明》，无为汽车主营业务为汽车销售，不存在与发行人及其子公司从事相同或类似业务，或从事上下游业务的情形。

④根据安德利商务最新的《营业执照》，安德利商务经营范围为“机电设备、电器仪表、网络通信产品、金属材料销售；企业营销策划、中介服务；科技信息咨询与服务”；根据安德利商务出具的《声明》，安德利商务报告期内未实际经营业务，不存在与发行人及其子公司从事相同或类似业务，或从事上下游业务的情形。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，实际控制人陈学高、刘敏双方近亲属不存在对外投资情形，不存在与发行人及其子公司从事相同或类似业务，或从事上下游业务的情形。

截至本招股说明书签署日，陈学高持有发行人的股份未被质押，亦不存在其它争议情况。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业

1、安德利投资

安德利投资成立于2011年9月21日，在庐江县工商行政管理局注册，注册号为341421000038009，住所为庐江合铜路军二路交叉口，法定代表人为陈学高，注册资本为1,000万元，实收资本为500万元，经营范围：许可经营项目：汽车维修（仅限分支机构经营）。一般经营项目：（汽车贸易、餐饮服务、房地产）投资与管理。安德利投资目前的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	占注册资本比例（%）
1	陈学高	742.54	74.2540
2	姚忠发	34.68	3.4680
3	姚明	34.68	3.4680
4	钱元报	5.70	0.5700

5	夏留文	5.70	0.5700
6	洪雪晴	5.70	0.5700
7	赵越	5.70	0.5700
8	陈伟	5.70	0.5700
9	袁先朝	5.70	0.5700
10	叶贵芝	5.70	0.5700
11	孙玉琳	5.70	0.5700
12	胡更生	5.70	0.5700
13	朱锦华	5.70	0.5700
14	袁玲	5.70	0.5700
15	王成	5.70	0.5700
16	周同江	5.70	0.5700
17	戴光明	5.70	0.5700
18	滕树能	5.70	0.5700
19	金小龙	5.70	0.5700
20	江水	5.70	0.5700
21	李柏森	5.70	0.5700
22	朱春花	5.70	0.5700
23	胡迎生	5.70	0.5700
24	方大春	5.70	0.5700
25	李立东	5.70	0.5700
26	周元灿	5.70	0.5700
27	陶传进	5.70	0.5700
28	卢卫坤	5.70	0.5700
29	丁恒春	5.70	0.5700
30	刘章宏	5.70	0.5700
31	孙爱萍	5.70	0.5700
32	孙晓俊	5.70	0.5700
33	李正兵	5.70	0.5700
34	金胜	5.70	0.5700
35	洪四喜	5.70	0.5700
36	王保新	5.70	0.5700
合计		1,000.00	100.0000

安德利投资最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2016年6月30日	2015年12月31日
总资产	1,538.55	1,538.66
净资产	508.10	508.20
项目	2016年1-6月	2015年度
营业收入	-	-
净利润	-0.11	-0.32

注：上述财务数据未经审计。

2、安德利汽车

安德利汽车成立于2011年2月23日，在庐江县工商行政管理局注册，注册号为341421000034909，住所为安徽省合肥市庐江县军二路和合铜路交叉口（安德利物流配送中心），法定代表人为章惠，注册资本为200万元，实收资本为200万元，经营范围为汽车、货车、农用车销售；汽车装潢；为车辆代购、车辆按揭、车辆保险提供代理服务。（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）。安德利汽车目前的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	安德利投资	200.00	100.00
合计		200.00	100.00

安德利汽车最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2016年6月30日	2015年12月31日
总资产	591.88	2,481.88
净资产	231.94	234.80
项目	2016年1-6月	2015年度
营业收入	931.22	3,343.54
净利润	-2.86	0.73

注：上述财务数据未经审计。

3、安德利商务

安德利商务成立于2004年11月10日，在合肥市工商行政管理局注册，注

册号为 340100000313906，住所为合肥市美菱大道 118 号 1 幢，法定代表人为丁恒春，注册资本为 60 万元，实收资本为 60 万元，经营范围为机电设备、电器仪表、网络通信产品、金属材料销售；企业营销策划、中介服务；科技信息咨询与服务。安德利商务目前的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
安德利投资	60.00	100.00

安德利商务最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	20.28	20.31
净资产	-457.91	-457.87
项目	2016 年 1-6 月	2015 年度
营业收入	-	-
净利润	-0.04	-0.08

注：上述财务数据未经审计。

4、无为汽车

无为汽车成立于 2013 年 12 月 16 日，在无为县工商行政管理局注册，注册号为 340224000019134，住所为安徽省芜湖市无为县凤河北路东侧、东园路南（安德利广场 5 号商业楼一层），法定代表人为张利娟，注册资本为 300 万元，经营范围为一般经营项目：汽车销售；汽车租赁；汽车装潢；保险代理服务。（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）。无为汽车目前的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
安德利投资	200.00	100.00

无为汽车最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	293.67	284.94
净资产	238.57	216.81
项目	2016 年 1-6 月	2015 年度
营业收入	936.73	2,969.16

净利润	21.76	13.11
-----	-------	-------

注：上述财务数据未经审计。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后发行人股本变化情况

本次发行前发行人总股本为 6,000 万股，本次拟公开发行不超过 2,000 万股，其中新股预计发行 2,000 万股，占发行后总股本的比例为 25.00%。本次发行前后股本结构具体情况如下：

类别	股东姓名或名称	发行前		发行后	
		数量（万股）	占比(%)	数量（万股）	占比(%)
有 限 售 条 件 的 股 份	陈学高	4,009.86	66.8310	4,009.86	50.1216
	姚忠发	187.20	3.1200	187.20	2.3400
	姚明	187.20	3.1200	187.20	2.3400
	钱元报	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	夏留文	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	洪雪晴	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	赵越	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	陈伟	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	袁先朝	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	叶贵芝	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	孙玉琳	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	胡更生	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	朱锦华	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	袁玲	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	王成	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	周同江	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	戴光明	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	滕树能	30.78	0.5130	30.78	0.3848
	金小龙	30.78	0.5130	30.78	0.3848
江水	30.78	0.5130	30.78	0.3848	
李柏森	30.78	0.5130	30.78	0.3848	

朱春花	30.78	0.5130	30.78	0.3848
胡迎生	30.78	0.5130	30.78	0.3848
方大春	30.78	0.5130	30.78	0.3848
李立东	30.78	0.5130	30.78	0.3848
周元灿	30.78	0.5130	30.78	0.3848
陶传进	30.78	0.5130	30.78	0.3848
卢卫坤	30.78	0.5130	30.78	0.3848
丁恒春	30.78	0.5130	30.78	0.3848
刘章宏	30.78	0.5130	30.78	0.3848
孙爱萍	30.78	0.5130	30.78	0.3848
孙晓俊	30.78	0.5130	30.78	0.3848
李正兵	30.78	0.5130	30.78	0.3848
金胜	30.78	0.5130	30.78	0.3848
洪四喜	30.78	0.5130	30.78	0.3848
王保新	30.78	0.5130	30.78	0.3848
银瑞投资	600.00	10.0000	600.00	7.5000
本次发行的股份	-	-	2,000.00	25.0000
合计	6,000.00	100.0000	8,000.00	100.0000

本次发行后各股东的持股数量和持股比例，将在发行后确定。

（二）发行人前十名股东

本次发行前，发行人有 37 名股东，除前 4 名股东外，后 33 名股东所持公司股份数相等，具体情况如下：

序号	股东姓名或名称	持股数（万股）	占比（%）	股权性质
1	陈学高	4,009.86	66.8310	自然人股
2	银瑞投资	600.00	10.0000	非法人企业股
3	姚忠发	187.20	3.1200	自然人股
4	姚明	187.20	3.1200	自然人股
5	钱元报等 33 名自然人	1,015.74	16.9290	自然人股
	合计	6,000.00	100.0000	-

（三）前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署日，发行人前十名自然人股东在发行人处担任的职务的情况如下：

序号	股东姓名	股份数 (万股)	持股比例 (%)	在公司及下属子公司的任职情况
1	陈学高	4,009.86	66.8310	公司董事长、总经理；巢湖安德利执行董事、 经理
2	姚忠发	187.20	3.1200	公司董事、常务副总经理、董事会秘书；和县安德利执行董事、经理；无为安德利执行董事
3	姚明	187.20	3.1200	公司董事、副总经理；巢湖安德利监事
4	钱元报	30.78	0.5130	公司董事、财务部经理
5	夏留文	30.78	0.5130	无
6	洪雪晴	30.78	0.5130	服装部经理助理
7	赵越	30.78	0.5130	家电营业员
8	陈伟	30.78	0.5130	监事会主席，庐江超市部经理
9	袁先朝	30.78	0.5130	鞋业部副经理
10	叶贵芝	30.78	0.5130	监事、审计监察部副经理
11	孙玉琳	30.78	0.5130	无
12	胡更生	30.78	0.5130	庐江超市行政主管
13	朱锦华	30.78	0.5130	审计监察部副经理
14	袁玲	30.78	0.5130	针纺部经理
15	王成	30.78	0.5130	总经办副经理
16	周同江	30.78	0.5130	公司副总经理
17	戴光明	30.78	0.5130	巢湖物流配送中心经理
18	滕树能	30.78	0.5130	财务收款员
19	金小龙	30.78	0.5130	庐江购物中心店超市部负责人
20	江水	30.78	0.5130	审计监察部经理
21	李柏森	30.78	0.5130	无
22	朱春花	30.78	0.5130	董事
23	胡迎生	30.78	0.5130	无
24	方大春	30.78	0.5130	公司行政人员
25	李立东	30.78	0.5130	公司副总经理、和县安德利监事
26	周元灿	30.78	0.5130	财务总监
27	陶传进	30.78	0.5130	庐江物流中心副经理

28	卢卫坤	30.78	0.5130	无
29	丁恒春	30.78	0.5130	无
30	刘章宏	30.78	0.5130	公司副总经理
31	孙爱萍	30.78	0.5130	超市部经理助理
32	孙晓俊	30.78	0.5130	物流部经理助理
33	李正兵	30.78	0.5130	家电部经理助理
34	金胜	30.78	0.5130	家电部副经理
35	洪四喜	30.78	0.5130	庐江基建办经理
36	王保新	30.78	0.5130	钟化部经理助理

(四) 股东中的战略投资者持股及其简况

截至本招股说明书签署日，发行人股东中无战略投资者。

(五) 本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，发行人股东之间不存在关联关系。

(六) 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

公司控股股东及实际控制人陈学高承诺：自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司股东银瑞投资承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

直接或间接持有公司股份的董事、监事、高级管理人员陈学高、姚忠发、姚明、钱元报、朱春花、陈伟、叶贵芝、周元灿、周同江、李立东、刘章宏承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前直接或者间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。除前述锁定期外，在公司任职期间每年转让的股份不超过其直接或间接持

有公司股份总数的 25%；在离职后半年内不转让其所直接或间接持有的发行人股份，在申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股份总数的比例不超过 50%。

公司其他股东承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司控股股东及实际控制人陈学高承诺：公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价的，其所持有股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述减持价格和股份锁定承诺不因公司控股股东或者实际控制人的变更、离职而终止。

直接或间接持有公司股份的董事、高级管理人员陈学高、姚忠发、姚明、钱元报、朱春花、周元灿、周同江、李立东、刘章宏承诺：发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价的，其所持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月；其所持发行人公开发行股份前已发行的股份在上述锁定期期满后两年内减持，减持价格不低于发行价。上述减持价格和股份锁定承诺不因其职务变更、离职而终止。

上述发行价指公司首次公开发行股票的发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

九、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况

自发行人成立至今，未有内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股的情况。发行人曾存在委托持股的情形，有关委托持股的情况详见本节“四、发行人股本形成及其变化和重大资产重组情况”之“（一）股份公司设立以前的股本结构变化”。

十、发行人员工及其社会保障情况

截止 2016 年 6 月 30 日，公司共有 2,935 人，员工构成情况如下：

（一）员工专业结构

人员类型	2016年6月末	2015年末	2014年末	2013年末
营运人员	2,643	2,763	2,923	2,956
财务人员	57	58	58	60
管理人员	178	193	205	207
其他人员	57	61	67	79
合计	2,935	3,075	3,253	3,302

（二）员工受教育程度

人员类型	人数	比例
本科及以上学历	69	2.35%
大专	508	17.31%
中专及以下	2,358	80.34%
合计	2,935	100.00%

（三）员工年龄分布

人员类型	人数	比例
30岁以下	1,812	61.74%
31-40岁	1,083	36.90%
41-50岁	21	0.72%
50岁以上	19	0.65%
合计	2,935	100.00%

（四）员工社会保障情况

本公司实行劳动合同制，员工按照与公司签订的劳动合同承担义务和享受权利。公司缴纳社会保险和住房公积金情况如下：

1、报告期内公司员工人数变化

人员类型	2015年末	2014年末	2013年末
营运人员	2,763	2,923	2,956
财务人员	58	58	60
管理人员	193	205	207

其他人员	61	67	79
合计	3,075	3,253	3,302

2、报告期内公司社保、住房公积金缴纳基数及缴纳金额

①报告期内公司社保缴纳基数及缴纳金额

年度	缴纳基数 (元/月)	基本养老		基本医疗		生育		失业		工伤		缴纳金额 (元/月)	
		公司	个人	公司	个人	公司	个人	公司	个人	公司	个人	公司	个人
2013年 7-12月	2,305	20%	8%	8%	2%	0.80 %	-	1%	1%	0.50 %	-	698.42	253.55
2013年 1-6月	2,033	20%	8%	8%	2%	0.80 %	-	2%	1%	0.50 %	-	636.33	223.63
2014年 7-12月	2,391	20%	8%	8%	2%	0.80 %	-	1%	1%	0.50 %	-	724.47	263.01
2014年 1-6月	2,305	20%	8%	8%	2%	0.80 %	-	1%	1%	0.50 %	-	698.42	253.55

2013年-2014年度内，发行人及其下属子公司社保缴纳基数及比例保持一致。

2015年度发行人及其下属子公司社保缴纳基数及比例情况如下：

公司	缴纳基数 (元/月)	年度	基本养老		基本医疗		生育		失业		工伤		缴纳金额 (元/月)	
			公司	个人	公司	个人	公司	个人	公司	个人	公司	个人	公司	个人
发行人	2,391	2015年 1-4月	20%	8%	8%	2%	0.80 %	-	1%	1%	0.50 %	-	724.47	263.01
		2015年 5-6月	20%	8%	7%	2%	1.00 %	-	1.5%	0.5%	0.50 %	-	717.30	251.06
	2,620	2015年 7-10月	20%	8%	7%	2%	1.00 %	-	1.5%	0.50 %	0.50 %	-	786.00	275.10
		2015年 11月	20%	8%	7%	2%	0.50 %	-	1.5%	0.50 %	0.50 %	-	772.90	275.10
		2015年 12月	20%	8%	7%	2%	0.50 %	-	1.5%	0.50 %	0.40 %	-	770.28	275.10
巢湖安德利、 巢湖长江百 货、巢湖电 子商务	2,391	2015年 1-4月	20%	8%	8%	2%	0.80 %	-	1%	1%	0.50 %	-	724.47	263.01
		2015年 5-6月	20%	8%	7%	2%	1.00 %	-	1.5%	0.5%	0.50 %	-	717.30	251.06
	2,620	2015年 7-10月	20%	8%	7%	2%	1.00 %	-	1.5%	0.5%	0.50 %	-	786.00	275.10
		2015年	20%	8%	7%	2%	0.50 %	-	1.5%	0.5%	0.50 %	-	772.90	275.10

		11月									%			
		2015年12月	20%	8%	7%	2%	0.5%	-	1.5%	0.5%	0.40%	-	770.28	275.10
和县安德利	2,391	2015年1-4月	20%	8%	8%	2%	0.80%	-	1.4%	1%	1.00%	-	745.99	263.01
		2015年5-10月	20%	8%	8%	2%	0.80%	-	1.5%	0.5%	1.00%	-	748.38	251.06
	2,620	2015年11-12月	20%	8%	8%	2%	0.80%		1.5%	0.5%	0.40%		804.34	275.10
无为安德利、安徽电子商务	2,391	2015年1-4月	20%	8%	6.5%	2%	0.50%	-	1%	1%	0.50%	-	681.44	263.01
		2015年5-8月	20%	8%	6.5%	2%	0.50%	-	1.5%	0.5%	0.50%	-	693.39	251.06
	2,620	2015年9-12月	20%	8%	6.5%	2%	0.50%		1.5%	0.5%	0.50%		759.80	275.10

②报告期内公司住房公积金缴纳基数及金额

名称	年度	缴纳基数 (元/月)	住房公积金		缴纳金额(元/月)	
			公司	个人	公司	个人
发行人、巢湖安德利、巢湖长江百货、巢湖电子商务	2013年-2015年	1,717	5.00%	5.00%	85.85	85.85
和县安德利	2013年-2015年1-6月	2,040	5.00%	5.00%	102.00	102.00
	2015年7-12月	2,391	5.00%	5.00%	119.50	119.50
无为安德利、安徽电子商务	2013年-2015年	1,030	10.00%	10.00%	103.00	103.00

3、报告期内公司社保、公积金缴纳情况

项目	2015年末 员工人数：3075		2014年末 员工人数：3253		2013年末 员工人数：3302	
	参保人数	未参保人数	参保人数	未参保人数	参保人数	未参保人数
工伤保险	2,927	148	3,090	163	3,118	184
失业保险	2,927	148	3,086	167	3,106	196
生育保险	2,927	148	3,088	165	3,108	194
医疗保险	2,927	148	3,088	165	3,108	194
养老保险	2,927	148	3,087	166	3,108	194
住房公积金	2,923	152	3,101	152	3,119	183

4、员工未缴纳社会保险、住房公积金原因

发行人重视并遵守国家关于员工社会保险及住房公积金制度方面的规定，为员工提供全面的社会保障，在员工招聘时会与求职者就公司在社会保险、住房公积金的规定及缴纳情况进行详细沟通，向其介绍国家相关法律法规，以获得员工的支持与认可，但基于当地用工市场现实情况，仍存在未为部分员工缴纳其他社会保险、住房公积金情形。截至 2015 年末，未缴纳社会保险、住房公积金员工构成如下：20 位员工为退休返聘人员，无需缴纳；23 位员工为内退或兼职人员，由原单位负责缴纳；20 位员工自行缴纳；26 位员工当时尚在试用期；59 位员工为农村户籍务工人员，已参加“农村社会养老保险”或“农村合作医疗”，并自愿放弃缴纳城镇社会保险、住房公积金。

59 位已参加“农村社会养老保险”、“农村合作医疗”的农村户籍人员，因其养老、医疗已经有所保障，不愿重复购买城镇职工社会保险；同时，农村户籍人员大部分拥有自己的宅基地，考虑到目前高企的房价，在城镇购房的意愿不强，认为现行住房公积金制度对其未来改善住房条件不能起到实质性作用。因此该部分员工自愿选择不参加城镇职工社会保险和缴纳住房公积金并向公司出具放弃缴纳的书面声明。

保荐机构及律师通过查阅相关退休返聘人员身份证明文件或退休手续文件；内退/兼职人员提供的社保缴纳记录或原单位证明文件；试用期员工工资表；已参加“农村社会养老保险”或“农村合作医疗”员工出具的《声明》、社保卡或合作医疗证，确认公司对包括员工自行缴纳，处于试用期内的，已参加“农村社会养老保险”、“农村合作医疗”并未缴纳城镇社会保险、住房公积金等三种情形单独发放 500 元/月的社保和住房公积金补贴。公司在招聘时及入职后持续对上述人员就国家社会保险、住房公积金相关法律法规进行了详细介绍和沟通、动员，并每月单独给予其 500 元社保、住房公积金补贴，积极鼓励员工缴纳社保及住房公积金，不断持续规范。

5、关于发行人未为部分员工缴纳社会保险、住房公积金合法合规性

根据《中华人民共和国社会保险法》的规定，“农村社会养老保险”、“农村合作医疗”亦属于基本养老保险、基本医疗保险范畴，虽然国家政策鼓励农村户籍务工人员参加职工基本养老和医疗保险，但目前职工基本养老和基本医疗保险对农村户籍务工群体尚不能实现全面覆盖，城乡社会保险之间的衔接在政策

和操作层面亦未得到全面落实，因此发行人对已参加“农村社会养老保险”、“农村合作医疗”的农村户籍员工，根据其本人意愿未为其缴纳基本养老、基本医疗保险。根据《安徽省人民政府关于进一步做好农民工工作的通知》（皖政[2006]52号）的规定：“在我省境内招用农民工的单位，应依法为农民工办理城镇职工基本养老保险参保手续，履行缴费义务，使其享受城镇企业职工同等待遇。也可根据本人意愿选择参加原籍地农村社会养老保险。”同时，建设部、财政部、中国人民银行《关于住房公积金管理若干具体问题的处理意见》（建金管[2005]5号）规定：“国家机关、国有企业、城镇集体企业、外商投资企业、城镇私营企业及其他城镇企业、事业单位、民办非企业单位、社会团体及其在职职工，应当按《住房公积金管理条例》（国务院令第350号）的规定缴存住房公积金。有条件的地方，城镇单位聘用进城务工人员，单位和职工可缴存住房公积金。”因此发行人及其子公司应部分农民工员工要求，未为其缴纳社保、住房公积金的行为未违反相关法律法规的规定。上述员工已出具声明：公司根据相关法律、法规、规范性文件的规定为本人缴纳城镇职工社会保险及住房公积金，但由于本人系农村户口，已自行购买了新型农村社会养老保险/新型农村合作医疗保险，故本人自愿放弃购买城镇职工社会保险及缴纳住房公积金，该等情况系完全出于本人个人意愿，本人领取的工资已包含了公司应缴纳的社保及公积金部分。本人及本人家属今后不得以任何理由向公司提起关于购买城镇职工社会保险或缴纳住房公积金的要求或相关仲裁和诉讼。

庐江县人力资源和社会保障局、巢湖市人力资源和社会保障局、无为县人力资源和社会保障局以及和县人力资源和社会保障局已分别出具证明，确认公司及下属子公司报告期内严格遵守劳动用工及社会保障相关法律法规，依法为员工缴纳各类社会保险，没有因违反劳动用工及社会保障相关法律法规而受到行政处罚的情形。

合肥市住房公积金管理中心庐江县管理部出具证明，发行人自2011年12月起逐月为员工缴纳住房公积金，发行人自2012年5月1日至今已按时为员工足额缴纳了住房公积金，无拖欠情形。

合肥市住房公积金管理中心巢湖分中心出具证明，巢湖安德利自2011年12月起逐月为员工缴纳住房公积金，巢湖安德利自2011年1月1日至今已按时为员

工足额缴纳了住房公积金，无拖欠情形；巢湖长江百货及巢湖电子商务自设立以来，按时为员工足额缴纳了住房公积金，无拖欠情形。

马鞍山市住房公积金管理中心和县管理部出具证明，和县安德利设立以来已按时为员工足额缴纳了住房公积金，无拖欠情形。

芜湖市住房公积金管理中心无为县管理部出具证明，无为安德利自2013年1月1日以来，已按时为公司员工足额缴纳了住房公积金，无拖欠情形；安徽电子商务自设立以来，已按时为公司员工足额缴纳了住房公积金，无拖欠情形。

2012年11月5日，发行人控股股东陈学高已就发行人及其附属子公司未为部分职工缴存住房公积金作出如下承诺：“如因发行人及其附属子公司未为部分员工缴纳住房公积金而产生的补缴义务及如因未为部分员工缴纳住房公积金而遭受的任何罚款或损失，由本人承担。”

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人及其子公司已依法建立社会保险与住房公积金制度；报告期发行人及其附属子公司未受到社会保障及住房公积金主管部门的处罚，发行人实际控制人和控股股东已承诺无条件全额承担可能被要求补缴或被追偿的损失，保证发行人不会因此遭受任何损失；发行人未足额缴纳社会保险的情况不会对发行人构成重大不利影响，亦不构成本次发行的法律障碍。

（五）员工薪酬政策与薪酬水平的情况

1、发行人目前执行的薪酬制度

为最大限度地调动广大员工的工作积极性和创造性，把劳动者的收入与劳动业绩紧密挂钩，按照多劳多得的分配原则，发行人制定了如下薪酬管理制度：

（1）薪酬种类

公司实行统一的薪酬体制，实行年薪制和月薪制：

年薪制及其适用对象：公司高级管理人员以及中层管理人员；

月薪制及其适用对象：公司基层普通员工。

（2）薪酬结构

公司实行岗位（职务）薪酬制，贯彻“按岗（职）定薪”的原则，每个岗位（职务）的薪酬标准，依照不同岗位的责任大小、技能高低、劳动强度、劳动条件和

劳动贡献，确定各类人员的薪酬水平，合理拉开档次，充分发挥薪酬的激励职能，由人力资源部确定，并报公司总经理批准；高级管理人员薪酬制度由薪酬与考核委员会负责制定。

①年薪制：年度薪酬=年度基本薪酬+绩效薪酬

A、年度基本薪酬：主要与销售基本指标、利润基本指标挂钩，根据年度销售、利润预算指标制定基本薪酬。年度基本薪酬按月预发，年终结合绩效薪酬进行决算多退少补；

B、绩效薪酬：年终根据销售基本指标、利润基本指标实际完成情况，并结合其所负责公司业务经营管理情况进行上下浮动；

②月薪制：月度薪酬=基础工资+提成工资+绩效工资+奖励工资+社保公积金+福利和补贴

A、基础工资：参照当地普通职工生活水平和各类政府指导文件；

B、提成工资：与所在柜组销售指标、人员定编挂钩，换算出提成系数进行考核；

C、绩效工资：与所在柜组毛利指标挂钩进行考核，年终决算多退少补；

D、奖励工资：对工作表现突出的员工或者有特殊贡献的员工进行特别奖励；

E、社保公积金：按《劳动法》规定，公司为员工缴纳养老保险、医疗保险、生育保险、失业保险、工伤保险、住房公积金；

F、福利和补贴：包括加班补贴、餐饮补贴、节日费以及其它根据具体情况发放的补贴。

（3）薪酬调整

公司根据上年度经营业绩、市场物价指数和个人工作能力等综合因素对整体员工工资水平进行必要的调整，调整方案、计划由人力资源部制定，经总经理办公会审议通过后执行；平时，公司对因转正、职位变动、违纪、嘉奖等引起的薪酬变化的员工进行即时的薪酬调整。

2、员工薪酬水平

2013年-2015年发行人员工所在地为安徽省下属庐江县、巢湖市、无为县、和县，四地员工执行同一薪酬标准。发行人员工薪酬水平具体情况如下：

单位:元

项 目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
-----	---------	---------	---------

		平均薪酬	平均薪酬	平均薪酬
岗位	营运人员	35,505.00	33,809.43	30,838.43
	财务人员	48,262.18	44,221.70	41,114.99
	管理人员	90,519.14	86,749.78	75,882.50
	其他人员	33,113.93	29,586.00	28,444.89
级别	高层管理人员	150,250.00	112,810.11	100,661.47
	中层管理人员	77,343.24	75,669.52	65,753.18
	普通员工	35,455.15	33,715.71	30,778.18
发行人员工平均薪酬		39,331.49	37,420.83	33,824.00
安徽省平均工资		37,148	35,268	30,872

注：安徽省平均工资水平资料来源于安徽省统计局历年公布的“安徽省城镇私营单位就业人员年平均工资”

报告期发行人员工平均薪酬水平保持持续增长，发行人员工平均薪酬水平高于安徽省当地平均工资水平。

3、发行人未来薪酬制度及水平变化趋势

未来三年内，公司不会对目前高管人员薪酬政策进行较大调整，将继续由董事会下属薪酬与考核委员会负责制定薪酬计划、考核薪酬政策执行情况。公司将根据每年效益情况，按照目前执行的薪酬制度，并参照当地最低工资标准、职工人均工资等，适时对非高管员工进行调薪调整。

十一、重要承诺及履行情况

（一）股份流通限制及自愿锁定股份的承诺

公司控股股东及实际控制人陈学高承诺：自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司股东银瑞投资承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

直接或间接持有公司股份的董事、监事、高级管理人员陈学高、姚忠发、姚

明、钱元报、朱春花、陈伟、叶贵芝、周元灿、周同江、李立东、刘章宏承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前直接或者间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。除前述锁定期外，在公司任职期间每年转让的股份不超过其直接或间接持有公司股份总数的 25%；在离职后半年内不转让其所直接或间接持有的发行人股份，在申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股份总数的比例不超过 50%。

公司其他股东承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其在公司本次发行股票后、公司股票上市前所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司控股股东及实际控制人陈学高承诺：公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价的，其所持有公司股票的锁定期自动延长 6 个月。上述减持价格和股份锁定承诺不因公司控股股东或者实际控制人的变更、离职而终止。

直接或间接持有公司股份的董事、高级管理人员陈学高、姚忠发、姚明、钱元报、朱春花、周元灿、周同江、李立东、刘章宏承诺：发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价的，其所持有发行人股票的锁定期自动延长 6 个月；其所持发行人公开发行股份前已发行的股份在上述锁定期期满后两年内减持，减持价格不低于发行价。上述减持价格和股份锁定承诺不因其职务变更、离职而终止。

上述发行价指公司首次公开发行股票的发价价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

（二）持股 5%以上股东持股意向及减持意向

1、发行人实际控制人及控股股东陈学高承诺

（1）在其所持公司股票锁定期满后2年内，若公司股价不低于发行价，将累计减持不超过所持公司股份总数的15%，且减持不影响其对公司的控制权；

（2）在其所持公司股票锁定期满后2年内，减持公司股票时以如下方式进行：

①持有公司的股票在预计未来1个月内公开出售的数量不超过公司股份总数的1%的，将通过证券交易所竞价交易转让系统转让所持股份；②持有公司的股票预计未来一个月内公开出售数量超过1%的，将通过证券交易所大宗交易系统转让所持股份。

(3) 若于承诺的持有公司股票锁定期届满后两年内减持公司股票，股票的减持价格不低于公司首次公开发行股票的发行价；

(4) 减持公司股票时将在减持前3个交易日予以公告。

2、发行人本次公开发行前持股5%以上股东银瑞投资承诺

(1) 在其所持公司股票锁定期满后2年内，若公司股价不低于发行价，将累计减持不超过所持公司股份总数的50%。

(2) 在其所持公司股票锁定期满后2年内，减持公司股票时以如下方式进行：

①持有公司的股票在预计未来1个月内公开出售的数量不超过公司股份总数的1%的，将通过证券交易所竞价交易转让系统转让所持股份；②持有公司的股票预计未来一个月内公开出售数量超过1%的，将通过证券交易所大宗交易系统转让所持股份。

(3) 若于承诺的持有公司股票锁定期届满后两年内减持公司股票，股票的减持价格不低于公司首次公开发行股票的发行价。

(4) 减持公司股票时将在减持前3个交易日予以公告。

上述发行价指公司首次公开发行股票的发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

(三) 稳定股价预案

1、触发和停止股价稳定方案的条件及程序

发行人首次公开发行并上市后36个月内，如出现连续20个交易日收盘价低于每股净资产（指公司上一年度经审计的每股净资产，如果公司因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则相关的计算对比方法按照上海证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同）的情况时，触发股价

稳定方案。

(1) 预警条件：当公司股票连续 5 个交易日的收盘价低于每股净资产的 120%时，公司将在 10 个交易日内召开投资者见面会，与投资者就公司经营状况、财务指标、发展战略进行深入沟通。

(2) 启动条件及程序：当公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于每股净资产时，应当在 5 日内召开董事会、25 日内召开股东大会，审议稳定股价具体方案，明确该等具体方案的实施期间，并在股东大会审议通过该等方案后的 5 个交易日内启动稳定股价具体方案的实施。

(3) 停止条件：在上述第 2 项稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票连续 20 个交易日收盘价高于每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。

上述第 2 项稳定股价具体方案实施期满后，如再次发生上述第 2 项的启动条件，则再次启动稳定股价措施。

2、股价稳定方案的具体措施

(1) 发行人回购公司股票

发行人以自有资金在二级市场回购流通股份。单一会计年度回购股票的资金合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东的净利润，且单一会计年度内合计回购的股份不少于公司股份总数的1.5%。

(2) 控股股东及实际控制人增持公司股票

控股股东、实际控制人以自有资金在二级市场增持流通股份。单一会计年度合计增持的股份不少于公司股份总数的 1%。

(3) 董事（不含独董）、高级管理人员增持公司股票

董事、高级管理人员以自有资金在二级市场增持流通股份。单一会计年度合计增持股份的资金不超过其在任职期间上一会计年度从发行人处领取的税后薪酬和上一会计年度从发行人处领取的分红合计金额的50%。对于本公司未来新聘的董事（不含独董）及高级管理人员，本公司承诺将要求其履行前述公司现任董事、高级管理人员已作出的相应承诺要求。

(4) 增持或回购股票的限定条件

以上股价稳定方案的任何措施都以不影响《上海证券交易所股票上市规则》中对于上市公司股权分布的要求为前提。

（5）回购或增持义务顺序

发行人及其控股股东、实际控制人陈学高并列增持或回购义务第一顺位，发行人董事（不含独董）、高级管理人员列第二顺位。

（四）发行人、公司控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

发行人承诺：如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将在证券监督管理部门作出上述认定时，依法回购首次公开发行的全部新股。

公司董事会将在中国证监会认定上述违法事实后10个工作日内制订股份回购方案，经股东大会审议批准后，根据相关主管部门的规定启动股份回购措施。回购价格按二级市场价格确定，且不得低于发行价格。回购行为需在回购公告发布之日起30个交易日之内完成。

控股股东及实际控制人承诺：如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将在证券监督管理部门作出上述认定时，依法购回首次公开发行时已公开发售的原限售股份（不包括首发时其他股东公开发售的部分）（如有）。

控股股东及实际控制人将在中国证监会认定上述违法事实后10个工作日内制订股份回购方案，经股东大会审议批准后，根据相关主管部门的规定启动股份回购措施。回购价格按二级市场价格确定，且不得低于发行价格。回购行为需在回购公告发布之日起30个交易日之内完成。

发行人、公司控股股东及实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员承诺：如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司/本人将依法赔偿投资者损失，但本公司/本人能够证明自己没有过错的除外。

（五）中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

本次发行的保荐机构华林证券股份有限公司承诺：因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

发行人会计师众华会计师事务所（特殊普通合伙）、发行人律师国浩律师（上海）事务所承诺：其为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失，但本所能够证明自己没有过错的除外。

（六）未履行承诺的约束措施

1、关于股份锁定期、减持价格及意向承诺的约束措施

公司控股股东及实际控制人陈学高、公司股东银瑞投资、直接或间接持有公司股份的公司董事、监事、高级管理人员若违反相关承诺：

（1）将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）减持股份所得收益将归公司所有（所得扣除合理成本、税费后的所得额全部交归公司所有），其将在获得收益的5日内将前述收益支付给发行人指定账户；

（3）如果因未履行承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，其将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

2、稳定股价预案的约束措施

发行人未采取稳定股价的具体措施，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，如果因未履行承诺事项给投资者造成损失的，其将向投资者依法承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人陈学高未采取稳定股价的具体措施，将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；如果未采取稳定股价的具体措施，将在前述事项发生之日起5个工作日内停止在发行人处获得股东分红，同时其持有的发行人股份将不

得转让，直至采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

公司董事（不包括独立董事）和高级管理人员未采取稳定股价的具体措施，将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如果未采取稳定股价的具体措施，其将在前述事项发生之日起5个工作日内停止在发行人处领取薪酬或津贴及股东分红，同时其持有的发行人股份不得转让，直至采取相应的股价稳定措施并实施完毕时为止。

3、关于招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面承诺的约束措施

发行人若违反相关承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，将依法向投资者赔偿相关损失。

公司控股股东及实际控制人陈学高若违反相关承诺，将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反相关承诺发生之日起5个工作日内，停止在发行人处获得股东分红，同时其持有的发行人股份将不得转让，直至其按承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止；如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，将依法向投资者赔偿相关损失。

公司董事、监事和高级管理人员若违反相关承诺，将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并在违反赔偿措施发生之日起5个工作日内，停止在发行人处领取薪酬或津贴及股东分红，同时其持有的发行人股份将不得转让，直至按承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止；如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，将依法向投资者赔偿相关损失。

（七）避免同业竞争的承诺

1、实际控制人、控股股东出具的避免同业竞争承诺

公司实际控制人、控股股东陈学高已出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，具体内容详见“第七节同业竞争与关联交易”之“一、同业竞争”之“（三）避免同

业竞争的承诺”。

2、持有 5%以上股份的股东出具的避免同业竞争承诺

持有公司 5%以上股份的股东银瑞投资已出具《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：“

(1) 本公司未投资与股份公司产品相同或相类似的其他企业。

(2) 本公司在持有股份公司 5%以上股份期间将不对任何与股份公司从事相同或相近业务的其他企业进行投资或进行控制。

(3) 本公司不会利用股份公司的股东身份从事任何有损于股份公司利益的行为。

(4) 本公司赔偿股份公司因本公司违反本承诺而遭受或产生的任何损失或开支。”

(八) 实际控制人出具的关于规范资金往来的承诺

2012 年 11 月 5 日，实际控制人陈学高出具《承诺函》，承诺：“本人保证不以任何方式违法违规占用股份公司资金。”

(九) 公司董事及高级管理人员对本次公开发行摊薄即期回报采取填补措施的承诺

根据《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)、《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)和《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》(中国证券监督管理委员会公告[2015]31号)要求，公司的董事、高级管理人员将忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益。为贯彻执行上述规定和文件精神，公司全体董事、高级管理人员作出以下承诺：

1、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、本人承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

- 3、本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；
- 4、本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；
- 5、承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。
- 6、自本承诺出具日至公司本次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。
- 7、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务及设立以来的变化情况

发行人系专业服务于国内三、四线城市及农村市场的零售百货企业，是国家实施“万村千乡市场工程”中深入城镇、农村从事商品流通服务的商贸零售企业代表。公司业务以自营百货零售为主，具体的零售业态包括购物中心、超市、家电专业店等。

公司立足安徽中部皖江流域，面向县城、乡镇及广大农村市场的各类需求，以县城大型购物中心为“中心”，以县城、乡镇超市为“网点”，积极向庐江、巢湖、含山、和县等皖中长江流域辐射，目前已发展成为安徽中部下属的县乡地区中最大的百货零售连锁企业、安徽省重点扶持的“十大商贸流通企业”、中国百货商业协会百强企业。截至目前，公司共拥有包括购物中心、超市等在内的零售百货营业网点 43 个，主要分布在庐江、巢湖、和县、无为、含山等县城及其下辖乡镇，营业面积合计达 123,246.43 平方米。公司积极参与国家于 2005 年启动的“万村千乡市场工程”建设，已在 5 个县市、23 个乡镇建有网点，销售覆盖面积近 6,000 平方公里。公司业务覆盖区域如下图：



与国内大多数零售百货企业以联营为主的业务模式不同，发行人百货零售主要以自营为主，即公司组织资金主要直接从制造商或者代理商处进货，拥有商品

所有权，承担一切经营费用、经营风险，盈利则主要来自购销差价。由于是从厂家或代理商处直接购进商品并自主销售，从而具有质量保证优势和商品价格优势。同时，公司已经形成了一线销售员工同时参与商品采购的管理模式，有利于快速捕捉市场信息，准确判断消费者需求，并以此进行差异化经营，具有较大的市场竞争优势。

公司实施的自营业务模式相对国内大中型零售百货企业主要实施的联营业务模式而言，更加符合县乡级市场消费特点，在确保公司经营控制能力的同时，又保证了稳定的盈利空间。

为保障公司百货零售的自营商业模式的实施，公司一方面加强以中心店带动卫星店的方式进行网点的布局，另一方面以中心店为核心配套建设了自身的物流仓储基地以配合产品销售。此外，公司还围绕采购、库存、销售等重点管理环节建立了较为完善的管理和风险控制制度，并针对公司自营模式下提高决策、实施能力的需要，强化了公司各业务部门的经营管理能力，培养和储备了一批复合型、决策型人才。

发行人自成立以来，主营业务变动情况如下：

发展阶段	发展历程
起步阶段 (1985年-1991年)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1984年，安德利前身安徽省庐江县工业品贸易中心成立，以零售为主，批发为辅，年销售额在几百万元。 ➤ 1988年，公司开始扩张，组建潜川商场。
成长阶段 (1992年-2003年)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1992年5月，公司实行“分配、用工、经营、价格”四放开，获得了一定的经营管理自主权。 ➤ 1999年5月，创立安徽省庐江安德利贸易中心有限公司。 ➤ 2000年9月，公司在庐江县文明路建立第一家超市-文明路超市，公司开始进入超市业态。 ➤ 2003年1月，国有序列正式退出。
快速发展阶段 (2003年-今)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2003年9月，成立巢湖安德利购物中心有限公司。 ➤ 2006年5月，庐江面积安德利大卖场开业。同年，公司被国家商务部批准为“万村千乡”市场建设试点企业。 ➤ 2007年，巢湖安德利购物中心开始改扩建工程，庐江物流配送中心工程全面开展，当年销售额在中国百货商业协会百强企业中排名第91位。 ➤ 2008年12月，巢湖安德利购物中心商场扩建后开业。至此，集中采购、统一配送、连锁经营的模式基本成型。 ➤ 2011年5月，和县安德利购物中心商场正式开业，系和县少有的建筑面积超过20,000平方米大型购物中心，公司正式进军马鞍山市场。 ➤ 2012年7月，无为安德利成立，公司正式进军芜湖市场。

- 2013年末，公司门店数近40家，全年实现营业收入约13亿元。
- 2013年11月，无为安德利购物中心广场商场部分试营业，于2014年5月正式营业，系无为县影响力较大的综合百货商场。

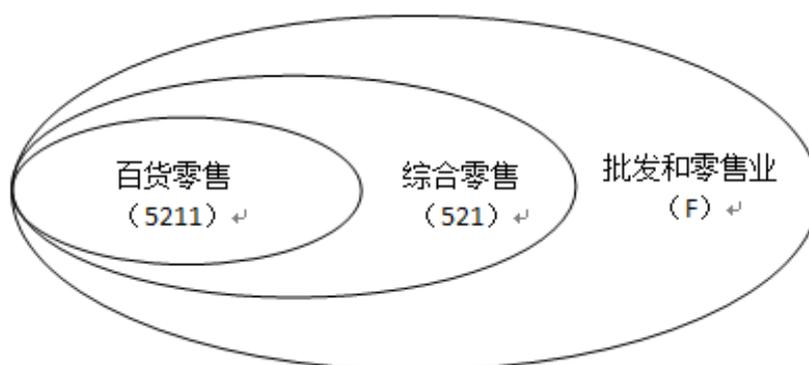
发行人目前拥有食品流通许可证、音像制品经营许可证、烟草专卖零售许可证、出版物经营许可证、食品卫生许可证、卫生许可证等各项经营许可资质及牌照。经过多年发展，公司先后获得了“安徽省重合同守信用企业”、“安徽省商会统计信息工作一等奖”、“安徽省和谐商业企业”、“安徽省诚信示范经营店”等41项荣誉。

发行人自成立以来，一直从事百货零售业务，主营业务未发生过重大变化。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）行业管理体制

根据《国民经济行业分类与代码》(GB/T4754-2011)的行业目录及分类原则，发行人所处行业属于批发和零售业(F)下的综合零售(521)下的百货零售(5211)。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》，发行人所处行业属于批发和零售业(F)下的零售业(52)。



1、行业主管部门及监管体制

公司所属行业为商业流通行业中的百货零售行业，在经营方式上采取了连锁经营的组织形式。目前，我国对商业流通行业的监管采取国家宏观调控和行业自律相结合的方式。行业的行政管理部门为商务部和各地商业管理部门，行业自律组织有中国百货商业协会、中国商业联合会以及中国连锁经营协会。各管理部门及行业协会的职责具体如下：

(1) 商务部和各地商业管理部门：主要职能是起草和制定产业政策、发展规划、行业相关法律法规，指导商贸流通业的发展，协调、整顿和规范市场经济秩序。

(2) 中国百货商业协会：成立于 1990 年，由国务院国有资产监督管理委员会和商务部指导建立，其业务范围为调查研究本行业发展变化的情况，参与制订、实施并宣传行规、行约，加强行业自律，参与制定和修订本行业的国家标准和行业标准，为政府、为行业、为企业提供信息服务，帮助企业培训管理和技术人才。

(3) 中国商业联合会：成立于 1994 年，协会主要职责为向政府反映商品流通和服务行业的情况和问题，提出政策性建议，帮助企业开拓新的经营领域和流通渠道。

(4) 中国连锁经营协会：成立于 1997 年，对我国零售连锁经营业负自律监管责任，其主要职能为参与行业政策制定与协调，维护行业和会员利益，为会员提供系列化专业培训和行业发展信息与数据，搭建业内交流与合作平台，推进连锁经营事业发展。

2、行业的主要法律法规及政策

(1) 百货零售行业相关法律法规

为保障消费者权益，推进零售业的规范发展，国家相继出台了一系列行业管理规定，百货零售行业除受到《产品质量法》、《食品卫生法》、《消费者权益保护法》、《反不正当竞争法》等法律法规管理外，还受到以下行业法规的管理：

法律法规名称	发布日期	颁布部门	相关内容
《中华人民共和国食品安全法实施条例》	2009 年 7 月	国务院	食品生产经营者对其生产经营的食品安全负责，对社会和公众负责，承担社会责任。县级以上地方人民政府应当履行食品安全法规定的职责。
《食品流通许可证管理办法》	2009 年 7 月	国家工商总局	规范食品流通许可的申请受理、审查批准以及相关的监督检查等行为。
《零售商供应商公平交易行为规范》	2008 年 9 月	商务部	规范零售商与供应商的交易行为，促进零售商与供应商平等合作、互惠互利。
《流通领域食品安全管理办法》	2007 年 5 月	商务部	规范食品经营行为，保障食品消费安全，要求各类食品市场建立健全保障食品安全的

			管理制度。
《烟草专卖许可证管理办法》	2007年3月	国家发改委	规范管理烟草专卖零售许可证申请受理、审批与发放、监管管理等流程以及提出相应法律责任。
《音像制品批发、零售、出租管理办法》	2006年12月	文化部	规范音像制品批发、零售、出租的管理。
《零售商供应商公平交易管理办法》2006年第17号令	2006年11月	商务部、发改委、公安部、国家税务总局、国家工商总局	规范零售商和供应商之间的交易行为，维护公平交易秩序，保障消费者的合法权益。
《零售商促销行为管理办法》2006年第18号令	2006年10月	商务部、发改委、公安部、国家税务总局、国家工商总局	规范零售商的促销行为，保障消费者的合法权益，维护公平竞争秩序和社会公共利益，促进零售行业健康有序发展。
《零售业同业损害评估办法》	2006年8月	商务部	遏制零售业过密开店的现象。

(2) 百货零售行业相关政策

近年来，我国政府出台了一系列推动消费、鼓励和支持商业零售行业发展的相关政策，扩大了国内消费需求，促进了百货零售行业的健康发展。对发行人所处行业有较大影响的相关政策具体如下：

政策文件名称	发布时间	颁布部门	相关内容
《商务部将实施四举措提高流通效率降低物流成本》	2016年1月	中国百货商业协会	进一步提高流通效率，进一步降低物流成本，仍是商务部今年的重要任务： 一是加强商贸物流顶层设计； 二是深入开展商贸物流标准化专项行动； 三是支持创新城乡物流配送模式，如集中配送、统一配送、城际城内结合、网订店取、智能自助提货柜等模式 四是提高商贸物流信息化水平。
《国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》(国办发〔2015〕85号)	2015年11月	国务院办公厅	优化城市流通网络，畅通农村商贸渠道，加强现代批发零售服务体系建设。合理规划城乡流通基础设施布局，鼓励发展商贸综合服务中心、农产品批发市场、集贸市场以及重要商品储备设施、大型物流(仓储)配送中心、农产品冷链物流设施。推动各类批发市场等传统商贸流通企业转变经营模式，利用互联网等先进技术进行升级改造。发挥实体店的服务、体验优势，与线上企业开展深度合作。
《国务院办公厅关于推进线上线下互	2015年9月	国务院办公厅	鼓励商业模式创新，线上线下互动，增强体验功能，发展体验消费；

动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》(国办(2015)72号)			鼓励企业利用互联网逆向整合生产要素依照需求打造个性化产品； 推进零售业改革，支持受线上冲击的实体店调整重组，提高自营商品比例，加大自主品牌、定制化商品比重，深入发展连锁经营； 加快批发业转型升级。鼓励传统商品交易市场由商品批发向供应链管理服务的转变
国务院办公厅关于促进内贸流通健康发展的若干意见（国办发[2014]51号）	2014年10月	国务院办公厅	大力发展连锁经营。以电子商务、信息化及物流配送为依托，推进发展直营连锁，规范发展特许连锁，引导发展自愿连锁。支持连锁经营企业建设直采基地和信息系统，提升自愿连锁服务机构联合采购、统一分销、共同配送能力，引导便利店等业态进社区、进农村，规范和拓展其代收费、代收货等便民服务功能。鼓励超市、便利店、机场等相关场所依法依规发展便民餐点。
《商务部关于加快推进环渤海等11个主要商业功能区建设的实施意见》	2014年8月	商务部	根据国家区域发展总体战略和国家推进国内贸易流通体制改革的总体部署，科学谋划全国内贸流通产业发展，加强统筹布局、分工协作和产业对接，构建一批商业功能突出、区域特色鲜明、辐射作用明显的主要商业功能区，发挥其商品集散、价格形成、消费集聚、产业服务功能，推动形成一批国内贸易流通发展先行区和重要增长极。
《关于进一步加强农产品市场体系建设的指导意见》	2014年2月	商务部等13部门	把增强公益性、高效性和稳定性作为农产品市场体系建设的主线，加快完善促进市场公平交易和提高流通效率的制度建设，着力健全符合统一大市场要求的体系架构和内在机制，集成流通科技进步的新型驱动力，切实发挥市场配置资源的决定性作用并更好地发挥政府作用。
工商总局关于加强商品交易市场规范管理的指导意见（工商市字[2013]210号）	2013年12月	工商管理总局	各工商行政管理部门要加强行政指导，推动商品交易市场开办者落实相关义务责任、创新监管方式，构建市场规范管理长效机制、加强协同配合，不断提高监管执法效能、加强基础设施建设，提升市场规范管理工作内在动力。以进一步加强对商品交易市场的监督管理，规范商品交易市场经营管理活动，维护市场交易秩序，促进商品交易市场持续健康发展。
商务部关于进一步加强商务行政执法工作的意见（商秩发[2013]434号）	2013年11月	商务部	商务行政执法工作要全面贯彻十八届三中全会精神，进一步推进执法体制改革和管理创新，规范执法行为，着力提高执法水平，切实履行法定职责，为商务事业又好又快发展提供强有力的法治保障。
商务部关于进一步	2013年10月	商务部	到2015年，基本完成县级市商业网点规划编制

加强内贸规划工作的实施意见（商建函[2013]875号）			工作；到2018年，各省（区、市）编制完成内贸发展规划，内贸专项规划覆盖内贸主要行业 and 重点领域，60%以上县区编制完成商业网点规划，形成比较系统的内贸规划体系；到2020年，内贸规划体系更加健全，编制程序更加规范，规划质量显著提升，规划引导作用大幅增强，规划实施环境明显改善。
工商总局关于加快促进流通产业发展的若干意见（工商市字[2013]112号）	2013年7月	工商管理总局	各工商管理部门要加大市场监管执法及服务支持力度、完善相关法律法规、加强组织领导，强化协作配合，充分发挥工商行政管理职能作用，以促进流通产业加快发展。
《商务部关于深入贯彻国内贸易“十二五”规划加强内贸规划工作的实施意见》（商建发[2013]195号）	2013年5月	商务部	各地要按照《规划》和相关区域发展规划，协助商务部制订全国流通节点城市布局规划和11个主要商业功能区建设实施方案，积极配合做好区域协调发展的总体设计工作。有关城市商务主管部门要加快推进网点规划制订工作。到2015年底，基本完成县级市商业网点规划编制工作。各地可鼓励有条件的县、镇开展商业网点规划编制工作。
《商务部关于贯彻落实〈中共中央、国务院关于加强发展现代农业进一步增强农村发展活力的若干意见〉的实施意见》（商建发[2013]51号）	2013年2月	商务部	将深入贯彻中央一号文件精神，全面推进农产品市场体系建设；以实施万村千乡市场工程为重点，健全城乡网络服务；以强化流通基础设施为支撑，完善市场功能增效益；以创新流通方式为载体，密切产销衔接提效率；以构建应急体系为核心，强化运行调控稳市场；以进出口调剂为手段，统筹内外贸市场促平衡；以完善追溯体系为抓手，加强质量管理保安全；以推动标准应用为突破，优化流通环境促发展。
《国内贸易发展“十二五”规划》（国办发[2012]47号）	2012年9月	国务院	“十二五”时期，我国内贸的发展目标，即总体规模指标实现翻番、城乡区域发展趋于协调、流通现代化水平显著提升、市场应急调控能力增强、国内市场环境明显改善。
《国务院关于深化流通体制改革加快流通产业发展的意见》（国发[2012]39号）	2012年8月	国务院	至2020年，我国流通产业发展的总体目标，即基本建立起统一开放、竞争有序、安全高效、城乡一体的现代流通体系，流通产业现代化水平大幅提升，对国民经济发展的贡献进一步增强。
《商务部关于“十二五”时期促进零售业发展的指导意见》（商流通发[2012]27号）	2012年1月	商务部	零售业结构布局更趋完善，城乡、区域间协调发展。增强中低端百货店竞争力，拓宽品牌商品销售渠道，满足不同层次消费需求。鼓励百货、超市等零售企业提高自主经营比重，建立健全买手培训制度，扩大买断经营商品范围，依据顾客消费需求开发自有品牌，提升赢利能力。

《商务部财政部中国人民银行关于“十二五”时期做好扩大消费工作的意见》	2011年10月	商务部、 财务部、 中国人民 银行	大力发展社区、农村连锁零售网点。增强中低端百货店竞争力，拓宽品牌商品销售渠道，满足不同层次消费需求。支持社区商业中心加快发展，完善服务功能，保障社区居民消费安全。大力发展便利店、食杂店，方便居民生活。鼓励专业店、专卖店、会员店连锁化经营，满足消费者个性化需求。
《中国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》	2011年3月	国务院	构建扩大内需长效机制，促进经济增长向依靠消费、投资、出口协调拉动转变。加快发展服务业，促进经济增长向依靠第一、第二、第三产业协同带动转变。
《商务部办公厅财政部办公厅关于进一步加强“万村千乡市场工程”建设的通知》	2010年9月	商务部、 财务部	突出农村配送能力建设，提升农村流通信息化水平，构建覆盖农村的现代流通网络。
《商务部关于开展流通领域现代物流示范工作的通知》	2009年9月	商务部	通过开展流通领域现代物流示范工作，带动我国流通领域现代物流整体水平的提升。
《国务院关于2009年促进农业稳定发展农民持续增收的若干意见》	2009年2月	国务院	扩大国内需求，最大潜力在农村；实现经济平稳较快发展，基础支撑在农业；保障和改善民生，重点难点在农民。要积极开拓农村市场，用现代流通方式建设和改造农村流通网络，改善农村消费环境。要加强农产品市场体系建设，支持大型连锁超市和农产品流通企业开展农超对接，建设农产品直接采购基地。
商务部新闻发布会	2009年2月	商务部	商务部支持流通企业跨区域兼并重组，做大做强，打造沃尔玛式的大型流通企业，从而搞活流通扩大消费。
《大力推动农产品流通体系建设》	2008年12月	商务部	“农超对接”试点范围进一步扩大，支持重点农产品批发市场建设和升级改造，落实农产品批发市场用地等扶持政策，完善鲜活农产品冷链物流体系，重点扶持农产品生产基地与大型连锁超市、学校及大企业等产销对接，减少流通环节，降低流通成本
《国务院办公厅关于搞活流通扩大消费的意见》（国办发[2008]134号）	2008年12月	国务院	健全农村流通网络，拉动农村消费；增强社区服务功能，扩大城市消费；提高市场调控能力；促进流通企业发展；发展新型消费模式，促进消费升级；加大财政资金投入，支持流通业发展。
《商务部办公厅关于做好2008年扩大消费工作的通知》（商运字[2008]63	2008年5月	商务部	进一步发挥商贸流通在扩大消费需求中的作用。

号)			
《国务院办公厅关于加快发展服务业若干政策措施的实施意见》（国办发[2008]11号）	2008年3月	国务院	加强交通运输枢纽建设和集疏运的衔接配套，在经济发达地区和交通枢纽城市强化物流基础设施整合，形成区域性物流中心；加快实施“万村千乡”市场工程。
《关于做好县级城市商业网点规划工作的通知》（商建字[2007]109号）	2007年11月	商务部	加快推进全国商品市场体系建设，规范城市商业网点建设。
《商务部关于“促消费”的若干意见》（商运发[2007]120号）	2007年4月	商务部	发挥流通促进便利消费、实惠消费、安全消费、循环消费和持续消费的功能，以培育农村消费、扩大服务消费为重点，通过完善流通网络，推行现代流通方式，加强公共信息服务，改善消费环境，营造良好氛围等措施，大力培育消费热点，推动消费结构升级。
《国内贸易发展“十一五”规划》商建发[2006]349号	2007年4月	商务部	支持符合条件的流通企业利用股票上市、发行债券、资产重组、股权置换等多种方式筹措发展资金；继续推进连锁经营、物流配送等现代流通方式，加强连锁企业内部物流配送中心建设。
《国务院关于促进流通业发展的若干意见》（国发[2005]19号）	2005年6月	国务院	扶持流通企业做强做大，在安排中央外贸发展基金和国债资金、设立财务公司、发行股票和债券、提供金融服务等方面予以支持。切实推进连锁经营快速发展，加大对物流配送中心等流通基础设施建设的投入力度。
《关于加快我国社区商业发展的指导意见》（商改发[2005]223号）	2005年5月	商务部	通过资金、网点等一系列支持政策，积极引导企业运用连锁经营方式，到城市社区设立超市、便利店、标准化菜店、餐饮店、洗衣店等各类便民、利民的网点。
《国务院办公厅转发国务院体改办国家经贸委关于促进连锁经营发展若干意见的通知》（国办发[2002]49号）	2002年9月	国务院	为了适应我国加入世贸组织后更加激烈的市场竞争，不断提高流通产业的组织化程度和现代化水平，引导消费和规范市场经济秩序，必须采取切实有效措施促进连锁经营的发展。促进连锁经营发展对我国生产、流通、消费以及整个国民经济发展具有重要意义。同时指出，对资产质量好、经营机制规范、成长性强的连锁经营企业，要鼓励其上市。

（二）百货零售行业概况及发展趋势

1、百货零售行业定义及分类

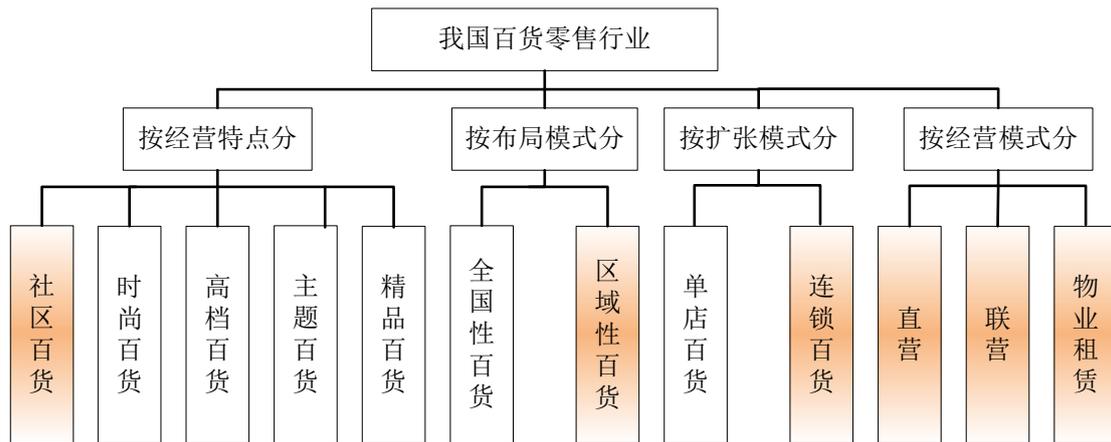
(1) 百货零售业定义

根据 2004 年《零售业态分类》(GB/T18106-2004) 的定义, 百货店是指“在一个建筑内, 经营若干大类商品, 实行统一管理, 分区销售, 满足顾客对时尚商品多样化选择需求的零售业态”。

百货零售业是一种零售业态, 一般规模较大, 经营品种丰富, 商品周转率较高, 吸引顾客的能力很强。百货商店往往地处繁华的商业中心, 地理条件优越, 客流量大, 商店主要以品牌经营为主, 能够适应各种消费者的需求。随着现代百货零售业的发展, 百货商店功能逐渐多样化, 除了一般的零售功能外, 现代百货商店还具有商品展示、动态举办、文化先导、配送服务和商品开发等功能。

(2) 百货零售行业分类

目前, 百货零售行业根据经营特点、布局、扩张模式和经营模式可分为以下几类:



注: 为发行人所属分类

①按经营特点分类

伴随着零售业态的演变进程, 现代百货零售业在经营特点及目标群体上细分为社区百货、时尚百货、高档百货、主题百货及精品百货。

百货类型	经营特点	目标群体	代表企业
社区百货	经营大众时尚品牌, 主要侧重商品性价比	一般大众消费者	安德利、华联股份
时尚百货	主营时尚品牌, 满足人们流行时尚的消费需求	追求时尚的青年消费群体	百盛、太平洋百货
高档百货	经营高档品牌, 更好的满足人们个性化消费需求	较高收入消费群体	北京燕莎百货
主题百货	经营某一品类高档商品为主	某一特点商品消费者	上海妇女用品商

			店
精品百货	提供高商品价值，注重“一对一”贴身服务及购物感受	追求品牌尤其是奢侈品品牌的消费群体	久光百货、银泰百货

②按布局分类

百货零售企业在扩张的先后顺序上，存在“由面到点”及“由点到面”两种方式。目前，国内上游品牌商主要采取“分级代理模式”，本地化企业在采购方面具有较大优势，全国性品牌商的数量占比极少。

布局模式	优势	劣势	代表企业
全国布局	扩张范围广泛，发展空间大 经营分散，整体经营风险低 品牌推广作用强	不同地区的文化和消费习惯差异大，扩张风险高， 上有分区批发，短期内规模优势不明显，管理难度大	百盛、新世界
区域布局	谈判优势，渠道控制能力强 区域文化趋同，扩张风险低 区域规模优势	跨区域发展壁垒 区域市场内涵增长有限 易受单一市场风险影响	安德利、重庆百货

③按扩张模式分类

百货零售行业按照扩张模式分类包括连锁扩张和单店扩张。目前百货零售行业的主流扩张模式是连锁扩张模式，相对于单店扩张模式而言，可有效避免规模不经济情况出现，为企业成长提供无限的空间。

④按经营模式分类

本行业经营模式按照不同的分类方式可分为自营、联营和物业租赁。具体经营模式详见本节之“二、（四）、2、百货零售行业的经营模式”。

2、百货零售行业历史沿革

（1）国外百货零售业历史概况

百货零售业是随着社会主义市场经济的确立，国民商业意识的深化逐步发展壮大的。十八世纪中叶，欧洲重商主义思想形成，推动了社会主义市场经济的发展，这为百货零售业的产生创造了必要的条件。1852年，百货商店之父阿里斯蒂德在法国巴黎创立了经营面积仅100平方米的“邦·马歇尔”商店，成为全球百货零售业的起源。从19世纪80年代开始，百货零售业开始了快速增长并逐步发展起来。

由于经济文化存在着较大差异，各国百货形态与经营模式也各不相同。法国作为百货零售业的起源地，比较重视百货商店的外观档次及艺术性，其著名的百

货巨头有连卡佛百货和巴黎春天百货。美国在 20 世纪 40 年代主要发展的是大都市中心百货，但二战之后，由于民众向郊区转移，大型城郊百货商店得以迅速崛起。日本由于地少人多，且居住比较集中，则以发展大都市（东京、大阪）核心商业中心百货为主。

（2）我国百货零售业历史概况

我国百货零售业开始于 1900 年，其发展可分为行业先导期、国家主导期、模式转变期和现代百货期四个阶段。



行业先导期（1900 年-1949 年）：1900 年，俄国人在哈尔滨开设“秋林洋行”，拉开了中国百货零售业的序幕；1907 年，夫富百货在广州成立，首先实行“分柜式”经营；1917 年，具有现代百货雏形的先施百货、永安百货在上海成立。

国家主导期（1950 年-1978 年）：20 世纪 50 年代起，我国百货零售业进入国营时代，当时的国营百货商店是计划经济下中国零售市场的主导业态，是商品流通的主渠道，承担着稳定物价、保证供给的职能。百货商店由国家安排“统购统销”，计划分配，实行“单一采办销售”式的自我经营模式。

模式转变期（1979 年-1995 年）：改革开放后，我国逐步由计划经济向市场经济过渡，产品销售部分放开，国营百货商店逐渐开始自采自销。20 世纪 80 年代后期，部分工商企业开始开展总经销业务，百货商店开始向工厂和个体户出租柜台，以赚取租金和管理费盈利。1992 年国家颁布《关于商业零售领域利用外资问题的批复》，国内百货零售市场开始对外资企业部分开放，部分外资企业进

入国内市场，联营方式得到推广和发展。

现代百货期（1996 年至今）：上世纪 90 年代中期，随着卖方市场转为买方市场，我国百货商店数量开始增多，各种新兴业态开始兴起。2004 年，中国加入 WTO，国内百货零售市场完全对外开放，联营方式成为我国百货零售业主要的经营方式，并形成了联营为主、经销为辅、代销补充的经营格局。

3、我国百货零售行业发展现状

作为国民经济中的重要组成部分，百货零售与宏观经济的发展和人民的生活消费密切相关。在经济社会高速发展的支撑下，我国居民人均可支配收入水平显著提升，消费支出能力不断提高，消费结构和消费层次持续改善，从而推动包括百货零售在内的零售服务业不断快速发展。目前，我国百货零售业的发展呈现出以下特点：

（1）百货零售行业规模增长快速

受益于国家经济持续增长以及“促内需”的经济转型战略，消费成为经济增长的主要推动力量逐步凸显。近年来我国社会消费品零售总额保持着高速增长态势，2015 年我国社会消费品零售总额达到 300,931 亿元，是 2007 年的 3.22 倍，年复合增长率高达 15.72%。

2007-2015 年我国社会消费品零售总额及增速



数据来源：国家统计局

在需求持续旺盛的背景下，我国百货零售行业规模增长迅速，2014 年行业销售总额达到 3,806.1 亿元，是 2007 年的 2.34 倍，年复合增长率达到 12.92%。

2007-2014 年我国百货零售年销售总额及增速



数据来源：国家统计局

(2) 行业集中度不高，呈区域性发展态势

与发达国家百货零售市场的经营模式相比，我国百货零售企业向现代化经营模式转变的起步较晚，目前全国范围内还没有形成垄断性经营的大型百货零售巨头，各企业市场份额较低，市场分布较为分散，行业集中度处于较低水平。按照销售额计算，2011 年我国百货零售业前四强所占比例仅为 7.5%，而美国和日本 2011 年前四强占比则分别达到了 64.0%和 58.7%。

2007-2011 年中国、美国和日本前四强百货收入占比

国家	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
中国	6.8%	6.8%	6.8%	7.0%	7.5%
美国	64.2%	63.6%	66.5%	65.0%	64.0%
日本	53.2%	56.7%	57.4%	57.5%	58.7%

由于我国幅员辽阔，地区消费特征和消费习惯迥异，各区域内的本土百货零售企业对本地区的消费习俗更为熟悉，通过准确的市场定位以及领先占领的市场份额，在区域市场上更具竞争优势：①本土百货零售企业进入当地市场较早，占据着优势地理位置，在区域内具有一定的品牌影响力；②随着扩张速度的加快，区域内门店网络的日益密集，本土百货零售企业的供应链优势也更容易发挥；③

本土零售企业在区域内集中资源进行密集布点，易于形成在区域内的竞争优势。

目前我国已上市的百货零售企业，大多数以区域性百货为主：

我国部分百货零售企业的核心扩张区域

企业	核心扩张区域
友谊股份	以长三角为中心，通过品牌输出管理众多百货门店。
大商股份	以东三省为主，同时进驻山东、河南等省份。
重庆百货	立足重庆、覆盖重庆主城区 5 大商圈、27 个区县和四川、贵州中心城市。
王府井	总部位于北京，门店集中于北京和中西部地区。
鄂武商	业务辐射范围涵盖襄阳、鄂州、黄冈、沙市、咸宁、宜昌、十堰和黄石等地市。
金鹰商贸	以南京、上海为中心，以长三角地区为重心，覆盖江苏、安徽等省份
银泰百货	门店集中于浙江省。
友阿股份	立足湖南，门店覆盖了长沙五大商圈，另外在郴州和常德也有门店。
合肥百货	门店覆盖了合肥、蚌埠、铜陵、黄山、亳州、淮南和六安等地级市。

(3) 市场逐渐向三、四线城市下沉、渗透及扩张

我国大型百货主要分布在北、上、广、深等一线城市，密布于各大核心商圈，天津、武汉、南京、重庆、杭州、长沙、合肥等二线城市也聚集着较多的百货零售企业，这些地区市场已趋于饱和，竞争日益激烈，各百货零售商的市场增长空间相对有限。而在三、四线城市，由于当地消费正处于升级过程中，市场还没有远远达到饱和状态，加上商铺租金便宜、人力资源丰富、经营成本较低等众多优势，目前已成为各家百货零售企业重点开发的区域。此外，三、四线城市还可以成为渗透农村市场的桥头堡，因此，百货零售企业扩张一方面在一、二线城市的新城，另一方面则集中在消费潜力较大的三、四线城市。

2007-2014 年我国各级城市及农村消费品零售总额情况



数据来源：国家统计局

(4) 百货零售业的现代化水平逐步提高

近年来，我国百货零售业的现代化水平显著提高，现代流通方式和新型百货零售经营模式发展较快。POS系统、电子订货系统、客户关系管理系统、管理信息系统的广泛使用，使得百货零售业的采购、销售等业务流程和库存、结算等管理方式都发生了巨大的变化，由此促使了百货零售业在流通和管理环节朝着信息化、现代化方向发展，逐步赶上国外发达国家管理水平，与国际接轨。

4、我国百货零售行业未来发展趋势

近年来，受经济发展及居民消费水平的快速提升，我国百货零售业整体将保持较高的增长速度，行业发展空间广阔。但同时，受行业经营环境的不断变化，零售行业竞争也不断加剧，消费者的选择不断增多，消费需求进一步多元化。百货零售商只有不断适应变化，才能在未来的市场竞争中获胜。未来几年，百货零售行业将呈现以下发展趋势：

(1) 市场规模不断扩大、行业发展前景广阔

根据国家统计局统计数据，2007-2014年，百货行业销售收入复合增长率为12.92%；而2007-2014年，我国社会消费品零售总额的年复合增长率为15.87%。

2007-2014年中国百货行业与全国消费市场增速对比

项目	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	年复合增长率 (%)
百货行业销售收入	-	19.54	25.76	9.33	20.78	0.77	13.91	2.76	12.92

增长 (%)									
社会消费品零售总额增长 (%)	-	22.72	15.54	18.33	17.15	14.35	13.08	10.34	15.87

数据来源：国家统计局

随着国民经济的发展和居民生活水平的不断提高，我国消费者的基本需求得到满足后，开始寻求能满足更高需求层次的商品或服务，具体表现为消费者需求多元化，需求的层次不断提升，这将继续推动我国零售行业市场需求的快速增长。

(2) 三、四线城市自营比重将不断上升

从我国各城市的百货零售业发展情况来看，一线城市百货商业资源供给过度，部分商业物业发展迅速的二线城市也出现不同程度的饱和，而在三、四线城市百货零售则普遍存在发展空间。使得未来行业扩张区域将主要集中在三、四线城市。

在三、四线城市，由于消费习惯有别于一、二线城市，传统的百货零售联营模式已难以适应三、四线城市市场的需求。在联营模式下，百货零售商坐地收租，放弃了自行采购商品的职能，而转向对高端品牌的争夺，同时品牌数量的有限性使同档次的百货商店零售组合趋同，个性化和差异化特征难以体现。而三、四线城市居民消费喜好偏向中低端产品，对商品质量的要求也高于对品牌的追求。另一方面，联营模式增加了商品流通供应链长度，推高了商品终端价格，这使得对价格相对比较敏感的二、三、四线城市居民来讲难以接受。

而同联营模式相比，自营模式具有以下优点：

①采取自营模式的百货零售企业直接从厂家进货，减少了中间环节，降低了流通费用，商品价格较低，符合县乡及农村市场的消费特点和消费习惯。

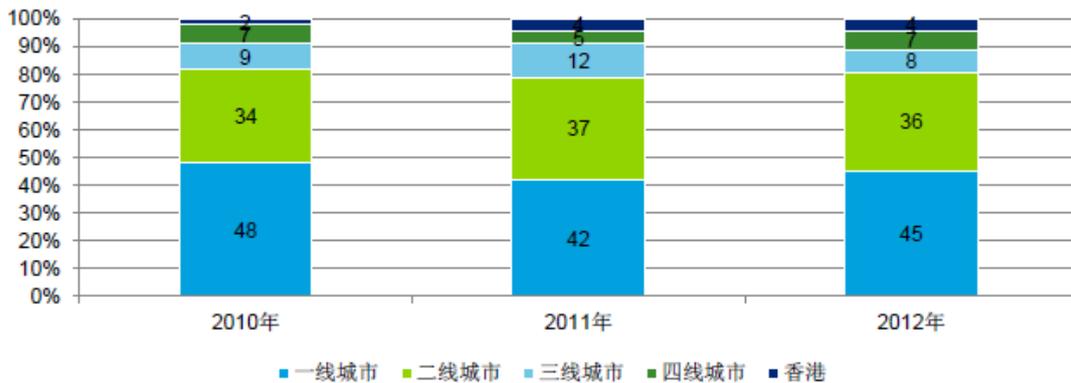
②自营模式有助于百货行业差异化竞争，掌控产品质量，有利于百货经营者更了解市场需求，提高自主经营能力。

③自营模式的百货零售企业通过买断商品进行销售，拥有定价权优势，成本较低，具有较高的利润空间。

据德勤《中国零售力量 2013》资料显示，2010 年至 2012 年中国百强连锁企业的总部多数位于一、二线城市，三、四线城市零售企业由于起步相对较晚且规模较小，在百强企业中占比有限。然而从增长潜力来看，三、四线城市零售企业

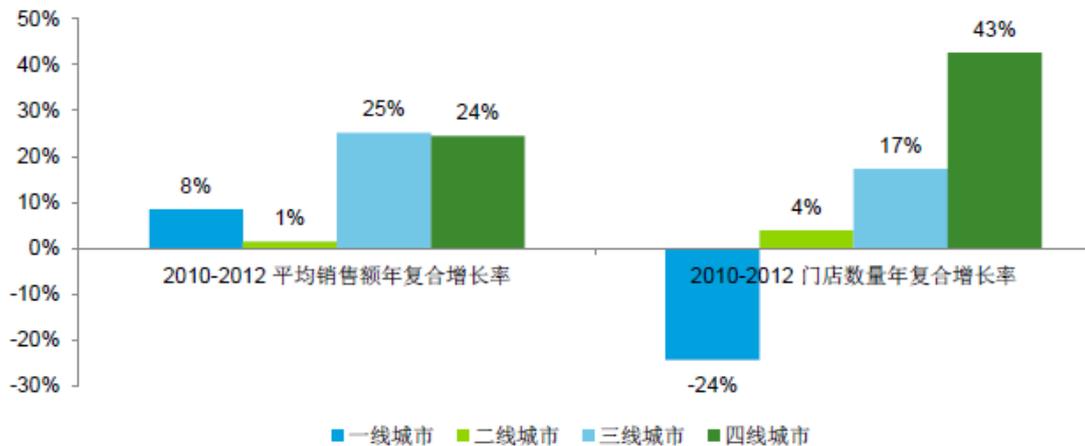
明显高于一、二线城市企业，前者 2010 年至 2012 年销售额年复合增长率分别达到 25%和 24%，高于一、二线城市企业 8%和 1%的增长率。门店数量增幅揭示同样的信息，一线城市市场基本饱和，门店数量呈现下降趋势，其余各类城市均呈现增长，特别是四线城市，复合年均增长率达到 43%。

2010-2012 年百强企业总部城市类型



数据来源：德勤《中国零售力量 2013》

2010-2012 年不同城市百强零售企业销售额及门店数量增长率比较



数据来源：德勤《中国零售力量 2013》

据德勤《中国零售力量 2013》资料显示，随着百货行业日趋严重的同质化和利润下降，转变百货企业盈利模式、增加自营商品比例将成为业界共识。截至 2013 年中国百货企业的自营比例大约为 5%-8%；而欧美和日韩的百货企业自营商品比例超 30%。如美国梅西百货，其自营品牌的数量占 50%以上，玛莎百货、连卡佛等多数商场都采取自营模式，综合毛利率超过 30%。为寻求突破，国内不少百货企业已经开始尝试自营之路。百联计划成立境外采购集团，把国外有特色的精品带进自己的百货公司，从而形成其“环球百货”的特色。也有很多百货企业

联合厂家开始生产自有品牌，通过自产自销、省去中间环节、降低销售成本，其商品的价格往往比同类商品更具优势。公司也将开创自有品牌作为自营模式下的一个未来发展方向。

综合来看，自营模式比重不断上升将成为三、四线城市及农村市场百货零售行业未来发展的重要趋势之一。

（3）由“单店经营”向连锁化经营方向发展

近年来，连锁经营方式已经越来越多的被国内零售企业所采用，这一经营方式可以突破传统地域和市场限制，快速扩大自身规模，实现商业资源的快速整合与重组，拓展品牌影响力，降低平均运营成本，提高标准化的服务水平，增强企业的抗风险能力。

根据中国连锁经营协会官方网站行业研究文章显示，我国连锁行业销售规模稳步增长，2014年连锁百强销售规模2.1万亿元，同比增长5.1%。门店总数达到10.7万余家，同比增长4.2%。百强企业销售额占社会消费品零售总额8.0%。同时，国务院颁布的《国务院办公厅关于加快发展服务业若干政策措施的实施意见》（国办发[2008]11号）也指出：加强规划和产业政策引导，加大资金投入；鼓励发展连锁经营、特许经营、电子商务、物流配送、专卖店、专业店等现代流通组织形式，进一步促进了百货零售连锁经营方式的发展。

（4）信息系统与物流配送技术的发展促进行业经营水平提升

经营管理技术、物流技术及信息系统技术是决定流通企业能否在激烈的竞争环境中胜出的关键。信息系统可以帮助企业实现商品进、销、存管理与财务管理一体化，实现总部与各区域子公司、门店三级纵向，以及公司（门店）与供应商、配送中心、客户之间的多级横向的信息沟通和业务指令传递，进而实现统一进货、统一配送、统一核算、统一管理、统一信息，实现整个企业的业务链的集成和优化。高效的物流配送系统可以降低企业采购成本和运营成本，提高经营效率。随着现代信息和物流技术的发展，信息技术、物流配送和经营管理有效配合，使零售连锁企业的管理技术和盈利模式更容易复制，实现企业对其资金流、信息流、物流的高效管理，使精细管理与效率管理相结合，极大地提升了企业的核心竞争力。

（三）百货零售行业竞争状况

1、行业竞争格局和市场化程度

由于地区经济发展的差异化，我国一二线城市与三四线以下城市及农村市场的收入水平和消费观念存在一定的差别，导致对百货的消费需求差异呈阶梯状分布态势，由此形成了两种较大差异的需求市场。具体竞争特点如下：

项目	一二线城市	三四线以下城市及农村市场
划分标准	京、沪、深、穗及其他直辖市、计划单列市、省会城市	地级市、县城、乡、镇及农村
市场竞争情况	<p>百货零售商比较集中，市场竞争激烈；从事百货零售经营时间较长、形成一定规模的本土企业，利用其占据了各城市中心商业区的黄金地带、以及良好的供货渠道等优势，在当地区域市场逐渐确立了竞争优势地位；</p> <p>知名外资企业凭借其资本实力雄厚、品牌知名度高、经营管理理念先进等优势，迅速在国内扩张店面，对本土企业造成较大的冲击。</p> <p>部分具有区域优势的百货零售企业已在谋求跨区域发展甚至全国性扩张。</p>	<p>百货供应尚未饱和，市场竞争环境相对缓和；</p> <p>由于百货商品的消费受到所在区域的气候、文化习俗等影响较大，本地百货企业拥有熟悉当地消费需求、消费习惯、优先占据城市成熟商圈、率先树立品牌形象等“先入为主”的优势，从而形成了在当地区域较强的竞争能力，为区域外百货的进入构筑了一定的门槛。</p> <p>致力于一二线城市的百货企业在向三四线城市扩张的过程中，其高端百货定位并不适合此市场，需要对目标市场进行深入调研，并调整品牌定位、产品组合和定价策略，存在一定的难度和周期，因此不具备明显的优势。</p>
竞争策略	依靠规模扩张	差异化经营
市场空间	市场基数大，平稳增长	市场空间较大，远未饱和
生命周期	成熟期	高速成长期
市场化程度	市场化程度较高	市场化程度高
品牌消费意识	强	有一定的品牌消费意识，对认知中根深蒂固的品牌忠诚度高
消费能力	强	一般，注重内在质量、实际效用
价格敏感度	较低	较高
主导品牌	国内和国外知名品牌，如美国梅西百货、大连大商、太平洋百货等	以区域品牌为主
运营模式	以联营模式为主，自营比例较低	自营、联营、物业租业并存，自营比重不断加大
新兴业态的冲击	一二线城市其他购买渠道较多，特别是电子商务的方兴未艾对百货零售行业形成了巨大冲击，一二线城市拥有较好的网购环境，市场也较为成熟，市民网络购物接受度相对较高	三四线城市网购环境较差，物流服务比较欠缺，对传统百货零售冲击较小

2、行业内主要企业及其市场份额

根据中国百货商业协会统计，2014年和2015年，国内百货零售行业主要企业（前10强）排名情况如下：

序号	2014年	2015年
1	大连大商集团有限公司	大连大商集团有限公司
2	合肥百货大楼集团股份有限公司	重庆百货大楼股份有限公司
3	重庆百货大楼股份有限公司	合肥百货大楼集团股份有限公司
4	武汉武商集团股份有限公司	武汉武商集团股份有限公司
5	中百控股集团股份有限公司	石家庄北国人百集团有限责任公司
6	石家庄北国人百集团有限责任公司	中百控股集团股份有限公司
7	万达百货有限公司	王府井集团股份有限公司
8	天虹商场股份有限公司	利群集团股份有限公司
9	利群集团股份有限公司	天虹商场股份有限公司
10	烟台市振华百货集团股份有限公司	烟台市振华百货集团股份有限公司

受益于安徽区域经济的快速发展和公司稳健的扩张及管理能力，近年来公司的业绩实现了快速增长，发行人现为安徽省政府重点扶持的十大商贸流通企业、中国百货商业协会百强企业，列《2015年中国百货商业协会会员企业商品销售额排序》第63位。随着公司议价能力的逐步提升和内部管理能力的日益扎实，公司规模逐步扩大，公司市场竞争力将进一步增强，市场份额有望继续稳步提高。

发行人所在区域的主要百货零售企业详情请参见本节之“三、发行人面临的主要竞争情况”。

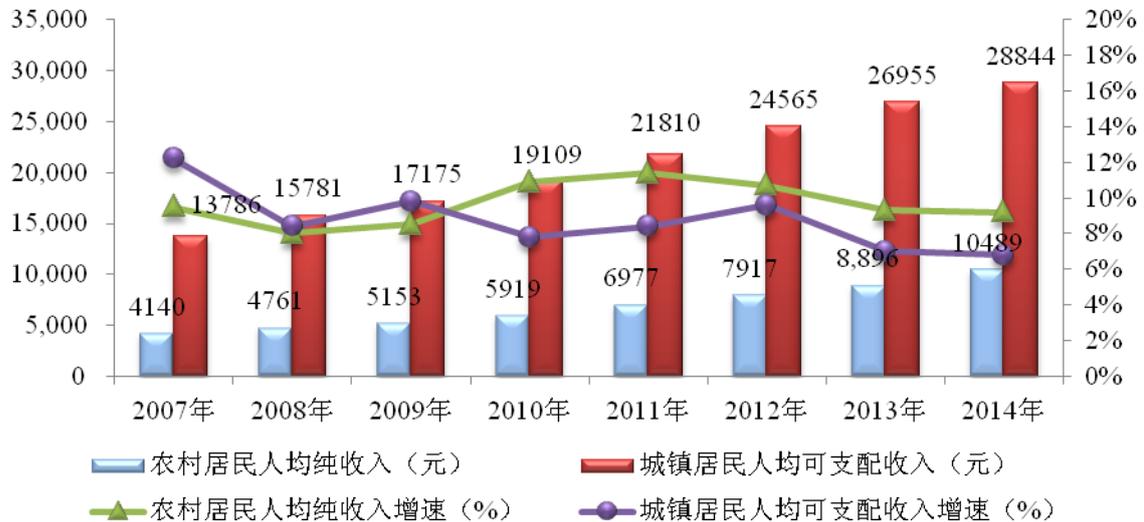
3、市场需求状况分析

（1）城乡居民人均可支配收入增加推动消费增长

我国百货零售行业的运行状况与国家宏观经济及居民可支配收入密切相关，随着国内经济持续稳健增长，居民可支配收入水平不断增加，有利于居民消费能力的提升。同时，伴随着民生问题在政府工作中的地位日益突出，2013年11月12日十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》明确指出：“规范收入分配秩序，完善收入分配调控体制机制和政策体系，建立个人收入和财产信息系统，保护合法收入，调节过高收入，清理规范隐性收入，取缔非法收入，增加低收入者收入，扩大中等收入者比重，努力缩小城乡、区域、行业收入分配差距，逐步形成橄榄型分配格局”。随着未来改革

进程的逐步深入，收入分配制度有望取得重大突破，城乡居民收入将稳步提高，城乡居民人均可支配收入增速有望超过 GDP 增速，从而为消费增长奠定坚实的基础，推动百货零售行业稳步增长。

2007-2014 年我国近年城乡居民收入水平比较

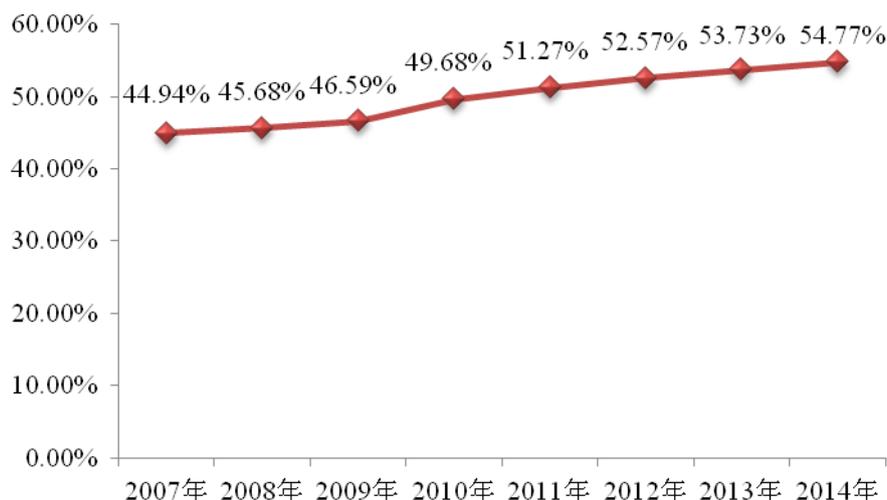


数据来源：国家统计局

(2) 城市化进程发展促进消费支出

近三十年来，我国的城镇化率不断提升，从 1980 年的 19.4% 增加到 2014 年的 54.77%，城市人口从 1980 年的 1.91 亿增加到 2014 年的 7.49 亿。2013 年 12 月，中央城镇化工作会议召开，会议提出了推进城镇化的主要任务，为未来时期全国城镇化发展作出了战略部署，将有力推动全国城镇化水平进一步提高。据中国科学院预计：2020 年前后我国城市化进程为 55%-60%，2050 年前后将达到 70% 左右，初步完成我国城市化过程。

2007-2014 年我国城镇化率水平



数据来源：国家统计局

目前，我国城镇居民的可支配收入和人均消费支出逐年稳步提高，2014年城镇居民人均可支配收入已达到 28,844 元，农村居民人均可支配收入已达到 10,489 元，城镇居民人均可支配收入约为农村居民的 2.75 倍，城镇居民的消费能力和消费意愿均强于农村居民。随着城镇化水平的进一步提高，连锁超市、大卖场与百货商场将进入高速发展时期，因此，我国城市化的进程必将推动消费的大幅增长。

（3）一、二线城市百货供给日趋饱和，三、四线城市市场空间较大

从需求方面看，一个城市可支撑发展的百货面积需求=社会消费品零售总额×百货零售占比÷百货盈亏平衡时的坪效。通过分析测算各城市百货面积需求区间，结果是：一线城市短期内百货资源供给全面大于需求，二线城市百货供给日趋饱和，而三、四线城市均未饱和，市场空间较大。预计未来几年内，供给基数较小的三、四线城市将是国内百货业扩张的主力区域。发行人自设立以来一直致力于三、四线城市百货市场的精耕细作，熟悉三、四线城市居民的消费习惯和消费特点，并拥有当地优质的供应商资源，较容易实现跨区域复制扩张。

城市	百货经营面积供给 (万平米)	理论需求的百货经营面积 (万平米)	供求格局
一线城市			
上海	384	190.8-215.8	供大于求
北京	364	193.2-218.5	供大于求
广州	220	155.2-175.5	供大于求
二线城市			
成都	134	132.8-154.6	接近饱和

武汉	132	121.2-139.0	接近饱和
重庆	122	108.0-123.9	接近饱和
合肥	101	39.8-45.6	供大于求
三四线城市			
洛阳	60.0	62.7-70.7	未饱和
唐山	51.0	52.6-61.5	未饱和
襄阳	30.6	42.9-48.4	未饱和
大庆	33.7	45.5-51.3	未饱和

数据来源：万得资讯

4、行业利润水平的变动趋势

(1) 利润变动趋势

近年来，随着我国经济的快速发展、居民收入的提升，以及经营管理水平的不断提高，我国百货零售业盈利能力呈现出稳步上升的态势。

2013年-2016年6月末百货零售行业上市公司综合毛利率情况

上市公司	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
合肥百货 000417	-	19.87%	20.42%	18.01%
步步高 002251	-	21.92%	22.47%	22.31%
新华都 002264	-	20.47%	21.21%	19.71%
安德利	21.05%	20.87%	19.84%	19.08%

【注】上述同行业公司为同时经营百货、超市、家电的上市公司。

数据来源：各上市百货公司年报

从以上图表可以看出，发行人与同行业上市公司相比，公司综合毛利率处于行业正常水平。

(2) 利润变动原因

目前，百货零售行业利润基本保持稳定，主要有以下几个原因：

①百货零售企业的外延性扩张强劲，规模效应显现，议价能力提高，降低采购成本；

②消费升级。随着我国人均可支配收入的提高和对生活品质的日益重视，居民逐渐偏爱信誉高、品质较好的商品，增加了对毛利率较高产品的需求；

③行业物流技术和信息管理技术的发展，提高了物流速度、运送半径和经营管理能力，进一步降低了物流费用成本，提高了百货零售企业利润水平。

5、行业进入壁垒

目前，百货零售行业基本上无产业政策准入障碍、且进入的资本门槛较低，因此该行业竞争较为充分。鉴于发行人主要从事三、四线城市和农村市场的百货零售，针对该类市场中消费需求的特征而言，进入的主要障碍包括以下因素：

（1）主要因素

针对县乡级市场需求对商品价格敏感、商品种类及品牌需求与一、二线城市存在较大差异的特征而言，该类市场的进入主要取决于从事百货零售业务的经营者能否提供较高性价比的商品、能够准确的把握县乡级城市的消费特征和需求倾向。

相对于一、二线城市已经成熟的联营模式百货零售业而言，在县乡级市场仍采用联营模式的同行业企业将更难适应市场的需求。这主要也系受到联营模式本身存在的主要依赖于品牌商品供应商本身的利润空间、百货零售业经营者本身参与营销的人员较少（主要依赖供应商的驻点营销人员）、联营模式的产品传递链条更长等特征影响所致。因此在该类市场中以自营业务模式为主的百货零售企业才能克服上述弊端，体现出较强的生命力和适应能力。而采用自营模式的难点主要存在于：①库存风险大、资金占用量大。百货零售企业如何既实现自营模式，又同时能够控制存货的风险需要长时间的经验积累，更需要配套完善的内部控制制度；②针对市场需求倾向和变化的识别能力要求较高。这就要求从业企业必须要具备、培养和储备大量的自有专营营销人才，而不能盲目的采用供应商提供的销售人员。并且该种能力还同时依赖于长期以来的市场经验积累。③需要广泛的供应商采购渠道并且具备完善的采购管理制度。市场消费特征识别后，需要具备相应的供给支持。自营模式下，从业企业需要深入终端供应商从事产品的采购。如何确定合适的供应商、如何选择具体种类的产品、如何进行价格的谈判、如何完善采购过程中的内部控制都需要长期的实践经验积累。

（2）其他影响因素

①商圈和选址壁垒

百货行业的销售状况受制于其所处商圈的人流量水平，优质的商业物业具有地理位置优越、交通便利、营商环境良好等天然优势。首先，先进入的企业占据城市的成熟商圈后，会对新进入者形成天然的进入屏障；其次，大城市核心商圈

的商业地产价格和租金价格较高，对新进入者也形成了较高的壁垒；另外，新商圈培育较难，且商气的培育时间较长，不易成功。因此，拥有核心商圈黄金地段的商场具有明显竞争优势。新入企业会因无法取得有利的选址而影响经营或者为取得有利的选址需要付出更多的成本。

②品牌影响力

良好的百货零售企业品牌是商品与服务质量的保证，也是公司维持稳定的消费群体的重要保证。品牌影响力是通过多年的经营积累，在行业内和消费者心中逐渐形成的，需要大量的人力、物力和财力等资源的持续投入，对新进入者形成了较高的壁垒。

目前，我国正处于消费升级阶段，消费者对商品质量、品质要求的重视程度愈加提高，原有消费者消费习惯已经养成，短期内难以接受新品牌。因此，不具备品牌优势的新进入企业所面临壁垒将更加明显。

③人才及管理壁垒

随着我国连锁零售业的不断成熟，连锁百货零售对企业规划、信息管理和物流管理等方面的人才需求日益增加，对专业人才的要求也不断提高，行业新进入者难以在短期内获得或培养出适合企业发展需要的综合管理团队。尤其是采取自营模式的百货零售连锁企业更需要招聘、培养一批眼光准、能够深入了解市场、了解消费者的“买手”人才。对新进入者来说，很难在短时间内引进人才并建立高效的经营管理团队，影响企业的经营和发展，从而形成较高的人才壁垒。

（四）百货零售行业的行业特性

1、技术特征

目前，国内百货零售业主要采取连锁经营。因此，百货零售行业技术特征主要是连锁经营管理技术和信息管理技术。

（1）连锁经营管理技术

连锁经营作为一种先进的商业组织形式，其先进性体现在它是一整套商业运作的集成。连锁经营管理技术集成至少应包括五项核心技术：计算机管理技术、中央采购技术、物流配送技术、营销创新技术和人力资源管理技术。百货零售企业的连锁管理技术关键在于如何实现采购、配送、批发、零售的一体化，从而实

现统一采购和规范化管理带来的低成本运营。

(2) 信息管理技术

信息管理技术的核心在于如何确保企业与其分散在各地的经营网点按照规范的管理标准实现高效率的运营。通过信息管理系统，百货零售连锁企业可以实现整个业务链的集成与优化，实现公司总部与子公司及门店、供应商、配送中心、客户之间的信息沟通与业务指令传递，做到“进、销、存、财务”一体化，实现对资金流和物流的高效管理，提升市场反应速度。

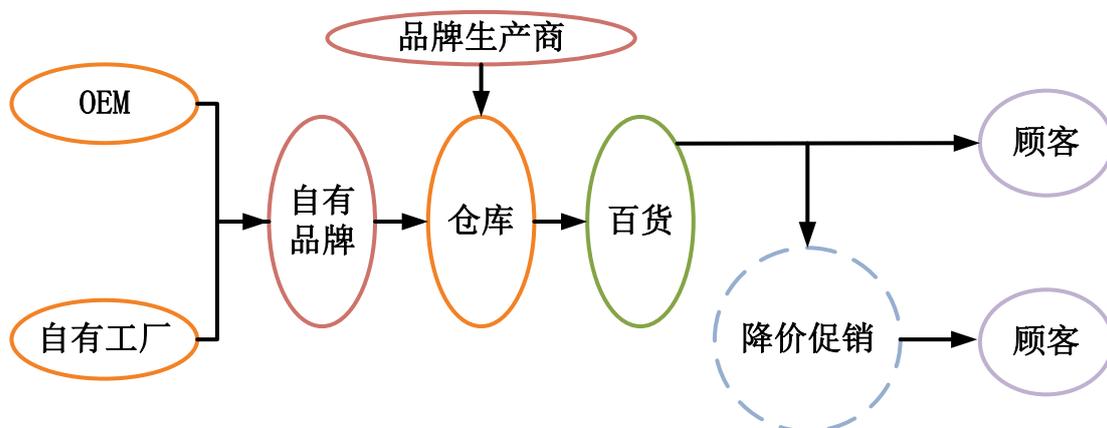
连锁管理技术及信息管理技术将决定企业是否具备可持续发展能力。

2、百货零售行业的经营模式

百货零售行业经营模式主要有自营、联营和分租三种模式。

(1) 自营模式：即百货企业直接采购商品后，购销商品验收入库后纳入库存管理，百货企业负责商品的销售，承担商品所有权上的风险和报酬，通常百货企业可有一定退货换货率，以及因市场变化而发生的调价补偿。其利润来源于百货企业的购销差价。自营模式下百货公司需要负责自己选货、进货、并负责管理存货，拥有一定的定价权，盈利主要来源于进销差价。自营模式利润率较高，但是管理难度较大。产品的销售情况、销售价格、进货价格均对公司的盈利影响巨大。目前这种模式被西方百货公司所惯用，因为这些公司的管理能力本身较强，同时其面临的竞争压力较大，需要通过这种模式来进行差异化竞争。

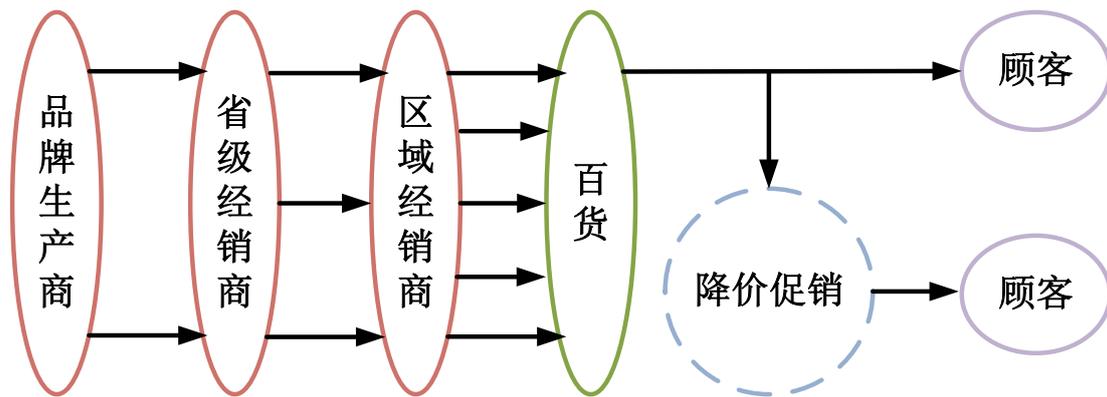
自营模式示意图



(2) 联营模式：指百货企业与供应商的合作经营方式。即供应商提供商品

在百货企业指定区域设立品牌专柜由公司营业员及供应商的销售人员共同负责销售。在商品尚未售出的情况下，该商品仍属供应商所有，百货企业不承担该商品的跌价损失及其他风险。供应商按售价扣除与百货企业约定的分成比例后开具发票给百货企业，百货企业在商品售出后按企业会计准则的规定通过商品进销差价核算结转毛利。目前联营模式我国百货零售商普遍采用的经营模式，在这种经营模式下，百货公司无需负责存货管理，盈利主要来源于协商扣点。

联营模式示意图



(3) 分租模式：该模式是许多购物中心类百货所惯用的模式，其产品由上游批发商或者品牌公司直接在百货公司里开店销售，百货公司向其收取固定租金。此种经营模式下百货零售商无需负责存货管理，不具备商品采购定价权，收银和售后服务由各品牌公司自己完成，百货公司的盈利主要来源于商场的租金和管理费，商品的销售情况对公司的盈利情况几乎没有影响，利润率波动较小，管理难度较低。

比较内容	自营	联营	分租
进货模式	买断经营	联营经销	供货商供货
毛利水平	最高	居中	最低
存货风险	百货商承担存货风险	百货商不承担风险，由供应商承担	不承担
经营控制能力	需求导向，控制力高	间接控制，较低	无控制能力
利润来源	进销差价	联营扣点	租金

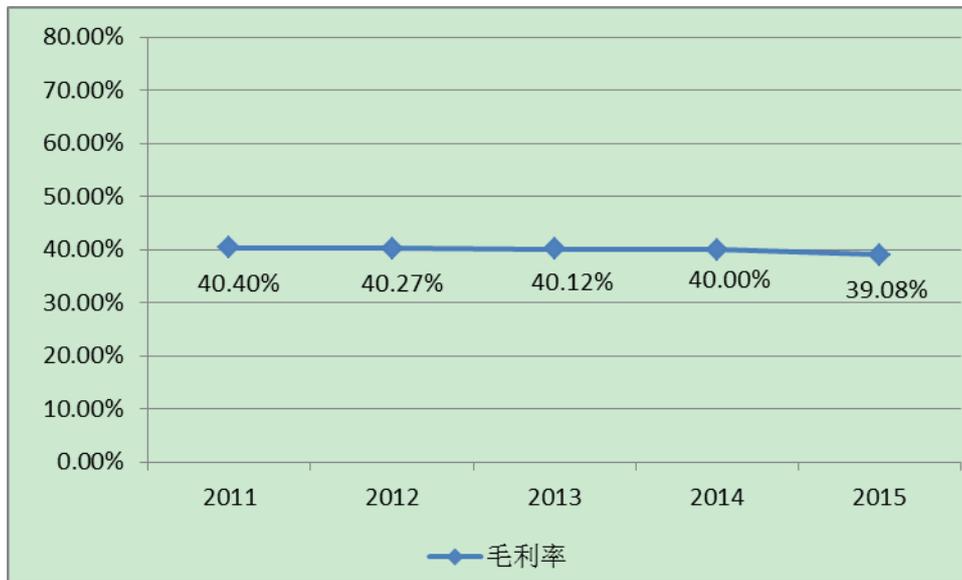
与其他模式相比，自营模式的竞争优势主要表现在：

①有利于提高利润空间。联营模式下，百货零售商大多偏向于发展成高档百货店，由此产生了对国际一线品牌的依赖性。与高级品牌之间的价格差异会导致百货商店在合作中长期处于被动的地位，从而损失部分平均毛利率。另外，国际品牌的知名度越高，其供应链就越长，价格形成链条就越长，交易成本也会随之

上升，作为销售终端的百货商店所能获得的利润就被进一步压缩，目前国内百货零售业的平均毛利率不到 20%。相反，在自营模式下，百货零售商往往通过经验丰富、谙熟市场动态的“买手”越过中间批发商、代理商直接向品牌产商买断商品，或是自主设计并通过 OEM 推出自主品牌。这大大缩短了供应链，降低了交易成本，从而可以获得较高的毛利率，国外具有很强商品自营能力和自有品牌开拓能力的百货零售公司毛利率可达 30% 以上。

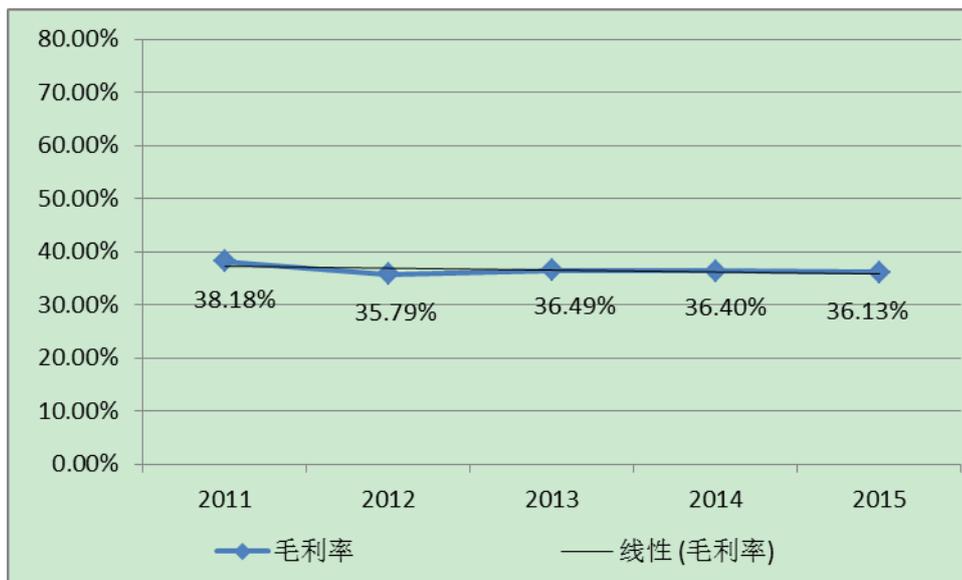
欧美最著名的几家自营百货公司毛利率如下：

梅西百货



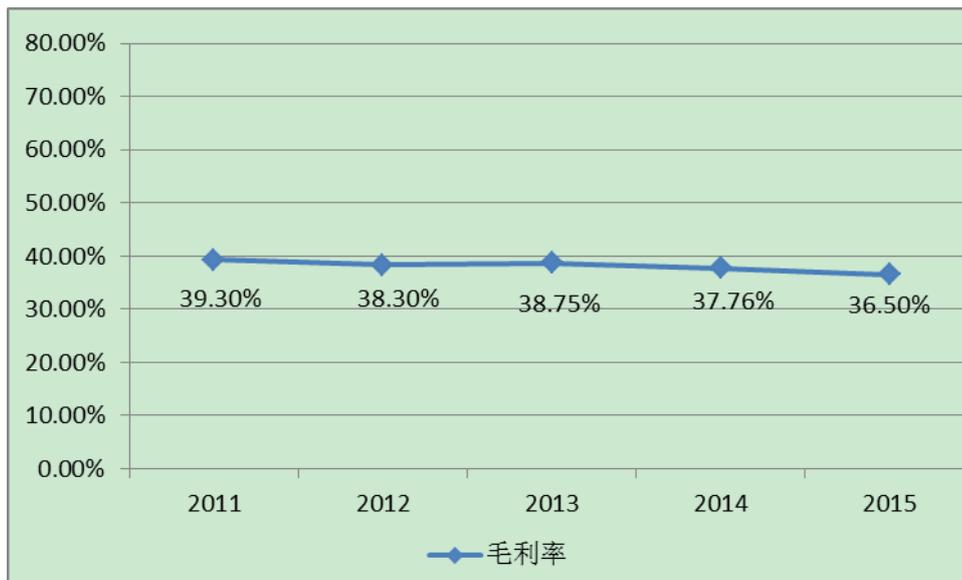
数据来源：梅西百货历年年报

柯尔百货



数据来源：柯尔百货历年年报

诺德斯特龙



数据来源：诺德斯特龙百货历年年报

②有利于降低商品价格。在联营模式下，商品的定价权不属于百货商店，因此百货零售商无法干预畸形的定价机制，也无法压低虚高的商品价格。与此同时，为了扩大市场占有率，打折或者降价的促销方式成为百货商店实施低价策略的主要手段，导致市场竞争中应有的秩序遭到破坏，价格信号失真，市场信用缺位，市场生态环境也遭到了严重破坏。相反，在自营模式下，百货零售商拥有商品的定价权，商家可以制定一个最优的价格以达到期望的盈利目标，并在此基础上实施一系列配套的营销策略。同时，定价权归属问题的解决也有利于压低目前品牌产品价格的虚高的情况。

③有利于统一管理。联营模式下，百货商店与供应商之间脆弱的联营合作关系导致了百货商店整体掌控能力较低。首先，百货商店与供应商都只从自身利益的角度来进行决策；其次，百货商店只拥有品牌的选择权，但是在品牌进店之后，其供应商通常会根据自己的销售回款情况、库存积压情况和销售情况来综合设定商品上架的款式和数量，这样将会导致各品牌商品同质化严重，缺乏个性化、差异化商品，出现“千店一面”的局面。

另外，百货商店一线销售人员的选拔也由品牌商决定，这不仅限制了百货商店对一线销售人员及其所提供服务的控制力，也为百货商店提升服务水平设置了障碍。仅仅从培养管理人才的角度考虑，联营模式的无风险状态降低了百货商店内部员工增强自身素质和能力的强烈愿望，长期来看将不利于百货商店管理水平

的提高。与此相反，自营模式下的百货商店本身就负责商品的采购、流通和销售环节，拥有对其经营商品的绝对控制权，能够设立人员任用的统一标准，这将提升百货商店的整体管理水平及销售人员的服务水平。

（4）自营模式下买断存货和联营模式的基本区别

自营是百货零售经营企业传统经营模式的一种，是发行人最主要的经营模式，公司目前 80% 以上的营业收入来源于自营模式。发行人的自营模式与百货零售行业中存在的联营和代销方式最大的区别在于是否买断存货（商品）。上述买断存货（商品）的行为是指发行人与最前端商品生产厂家或代理商直接签订合同、直接采购商品、约定采购价格、约定付款期限、在商品入库后自行进行仓储管理、自主进行市场营销、自主安排向最终消费者的物流配送并提供相应的售后服务、自行制定销售价格并赚取商品进销差价的行为。上述买断存货（商品）的行为虽然让发行人获取了较为优惠的采购价格优势，但也让公司承担了商品采购后的销售、库存、物流、服务、资金占用等主要风险。为了较大程度的降低公司在买断商品自营过程中的库存风险，发行人在买断存货（商品）的同时，通常还与供应商约定了一定的退换货比例，以及因促销打折、市场变化等因素发生的调价补偿措施。

联营模式是百货零售企业相对普遍采用的另一种经营模式，在发行人的业务体系中也占有一定的比例。该种经营模式是指供应商在门店指定区域内设立品牌专柜，提供相应商品并由供应商的销售人员（或供应商承担本公司销售人员的工资等费用）负责商品销售的一种经营模式。在商品尚未售出的情况下，商品所有权归供应商，公司不承担商品跌价、损坏、偷盗和变质所引起的损失及其他风险。供应商按售价扣除与公司约定的分成比例后开具发票给公司，公司在商品售出后按企业会计准则的规定按不含税售价确认销售收入，并按售价扣除约定的分成确认销售成本和应付账款。公司目前采用联营模式的品类主要包含部分黄金珠宝、化妆品、服装、针纺、鞋类等。

（5）自营模式下买断存货和联营模式的本质区别

自营模式下买断存货的动机主要包括以下几点：①争取购买商品的价格优势，为经营者自身赢取较大的利润空间。在买断存货的方式下，采购者（即发行人）需要按照协议的约定按期支付相应的货款，负责商品传递过程中从采购者自

身到最终消费者之间的商品库存管理、市场营销、物流传递和售后服务工作，并承担了与上述支付货款不得退回、销售、管理和服务工作中可能存在的各项风险。因此，采购者采用买断商品的经营方式相对于联营和代销而言，实际提供了更多的服务、承担了更大的风险。所以，为商品生产和提供者减少了工作内容、降低了经营风险，从而获得了相应的价格优惠空间；②争取某种商品在区域内的市场占有率有优势，有利于对区域内其他竞争对手形成竞争优势。采购者在买断商品、提供较多服务、承担较大风险的前提下，降低了商品生产和提供者在区域内再行自身提供市场营销、仓储物流管理、售后服务等工作投入的动力（在联营模式下仍需提供该等服务，并承担相应风险）。因此，买断商品的自营模式相对于采用联营模式更加容易形成市场占有率的优势，并且最终导致形成差异化经营的优势。③更容易获得供应商的支持和合作。在买断商品的经营模式下，通过在区域内市场占有率和提供服务的优势，能够让供应商对采购者形成更大的依赖关系，从而进一步配合采购者在区域内做好市场的推广活动、促销活动等工作。

自营模式下买断存货要求采购者需要具备的能力（即可能面对的风险）主要包括：（1）慎重选择自营买断商品的对象。这是自营商品能否成功的前提。一般包括：①所选择买断商品的对象，应该是品牌社会形象和信誉佳，有较高的市场发展潜力的供应商；②所选择买断的商品，应该是质量过硬、市场周期较长或正在流行的商品；③对于消费季节性较强的商品，应该选择在消费季节到来前夕买断，太早或太迟都会造成积压；④对于那些顾客有较高售后服务要求的商品如家用电器、计算机硬件和软件产品等，还应该考察自身及供应商能提供哪些售后服务和技术援助。（2）需要具备深入市场调查的能力。要想取得买断经营成功，经销商就必须作好深入的市场调查。通过调查，了解市场动态和消费需求发展趋势，掌握所欲买断商品在本地区市场的需求量、主要目标顾客及其分布、可接受价格、购买习惯、消费季节等情况；还有同类型竞争产品的状况，包括主要竞争产品的品牌分布及市场占有率、价格、成本、售后服务等。只有对这些情况做到较为充分的掌握后，才能作出有利于企业的经营决策，并在自营商品的经营中提高销售的针对性，实现顺利销售。（3）需要做好买断商品的销售测算。买断商品虽然能获得价格优势，但利润空间毕竟不等于现实利润。经销商从买断商品中获得较高利润的前提条件，是必需在买断后尽可能短的时间内将商品销售出去。随着商品

积压的时间延长,企业需要付出保管费和利息损失等,还有商品有形损耗和贬值,这些因素都势必影响企业盈利。因此,经销商需要做好买断商品的销售预算,从而掌握所买断商品的保本销售期限,作好销售促进和管理控制工作,努力在预算期间内将买断商品销售完。销售越快,企业的盈利就越有保障。(4)能够正确分析自身的销售能力。企业的销售能力直接决定了买断的商品能否实现预期的盈利。如果片面的为买断经营的优惠价格所吸引,或者过于乐观地分析市场形势,或过高地估计企业的销售能力,不经深入的市场调查和盈利测算,大量的买断商品,结果销路并不像估计的那么好,不仅会使得预期收益大幅下降,还会导致与供应商之间的合作受损。

发行人在买断存货(商品)的同时,还与供应商约定了一定的退换货比例,以及因促销打折、市场变化等因素发生的调价补偿措施。发行人在买断存货、主动承担较大风险的情况下,能够与供应商建立库存风险管理的避险措施,主要是与百货零售行业中因季节性销售、促销活动、商品质量问题、允许一定程度的滞销商品可退换等行业惯例而形成。除此以外,发行人商品的营销能力越强,供应商可以容忍给予发行人在买断存货后提供避险措施的程度越高。上述情况在发行人同行业上市公司,以及供应商上市公司中均有体现,具体如下:

①发行人同行业上市公司退换货情况

股票代码	名称	公告类型	页码	内容
601933	永辉超市	招股书	205	在自营模式下,公司买断商品,承担商品所有权上的风险和报酬,但通常公司可有一定的退货换货率,以及因市场变化而发生的调价补偿。
			212	促销退货:对重大节庆、重大促销活动销售期间的商品促销,与供应商签订促销期结束后立即退货的合作协议,减少因促销活动原因造成库存积压商品。
			369	发行人采取了高效的采购和库存管理制度降低库存积压或滞销风险,对其中绝大部分破损、滞销品和临近保质期商品根据合同条款向供应商办理退换货,盘亏商品和少部分无法取得供应商退换货的商品及时进行报损处理,报告期前三年发行人存货不存在滞销或跌价的情况,未计提存货跌价准备符合公司谨慎的会计原则。
002697	红旗连锁	招股书	105	在这种经营模式下,连锁超市企业将承担与商品所有权相关的风险与收益,赚取进销差价实现利润,通常企业可以拥有一定的退货换货以及由市场引起的调价补偿等权利。本公司烟草、名酒以及联合利华、宝洁、可口可乐

				乐等公司的产品采用经销的模式。
002251	步步高	招股书	230	公司各期末大多库存商品属于代销或公司拥有退货权的商品。对于这些商品，根据公司与供应商签订的协议，一方面公司对于供应商提供的货物出现滞销、变质等情况拥有退货权，另一方面商品价格方面，如果供应商的商品降价，因价格调整给公司带来的损失由供应商承担。

信息来源：万得资讯

②百货零售行业供应商（上市公司）退换货情况

股票代码	名称	公告类型	页码	内容
002154	报喜鸟	招股书	126	在实际的销售行为中，公司考虑到各专卖店（厅）分布在全国各地，而各区域对某品种的需求不一样，比如南方某货滞销，而北方畅销。相比较各专卖店（厅），公司拥有最充分的信息。作为品牌的维护者，从最有利于品牌建设、促进各专卖店（厅）更好发展的角度出发，公司承担起在各专卖店（厅）之间调剂产品的职责。如专卖店（厅）未能有效地执行调拨通知，公司将不再为其提供调剂服务。
		2010年年报	33、125	报告期末，公司的预计负债（预估退货）119,047,663.82元，公司为增强加盟商销售积极性，提高加盟商经营灵活性，允许加盟商选择一定的换货比例，因此计提加盟商预计退货的金额形成预计负债所致情况。
603808	歌力思	招股书	229	分销商销售，分销商自行提货的，在货物出库并经分销商签收后，依据取得的经分销商签收的出库单确认收入，收入金额为双方协议约定的结算价格扣除未来可换货额；分销商委托公司代办发货的，在货物出库并移交给承运方后，依据取得的承运方签收的货运单据确认收入，收入金额为双方协议约定的结算价格扣除未来可换货额；可换货额若未来不换货则计入换货期满时当期的收入。
			263	其他流动负债全部是由于分销商换货所产生的流动负债
603116	红蜻蜓	招股书	220、368	就公司推荐款产品，公司允许加盟商在合同期内可按当期提货总额一定比例的退货率退回当季的货品。公司对加盟商退货采用预计退货处理，即在资产负债表日，将向加盟商发货金额扣除预计退货金额部分确认为收入，预计退货的毛利额确认为其他流动负债（预计负债）

信息来源：万得资讯

股票代码	名称	年度	预估退换货金额(万元)	收入总额(万元)	发货额(万元)	退换货占发货	预估占收入比
------	----	----	-------------	----------	---------	--------	--------

						额比例	例
002154	报喜鸟 年报	2010	11,904.77	125,775.34			9.47%
603116	红蜻蜓 招股书	2014	4,130.71		31,069.38	13.30%	
-	安德利 百货	2013	10,996.65	129,000.77			8.52%
		2014	11,376.48	137,832.28			8.25%
		2015	10,920.21	145,691.36			7.50%

信息来源：万得资讯

发行人采用联营模式经营商品时主要考虑的因素包括：商品品牌自身市场定位、功能及市场接受程度、商品品牌的毛利率水平、商品品牌升级对商场的人气氛围带动效应、发行人与供应商之间的谈判博弈程度、供应商品牌对外的授权程度、市场的需求水平预计等。除此以外对于价格波动风险较大的商品（如黄金），发行人也主要以联营为主。上述发行人在决策是否采用自营买断商品和联营时，其核心的决策要素总体还是围绕者对该类商品如果买断可能存在的风险进行综合的考量。在市场调研、销售能力、销售预算的预判过程中如果存在较大的不确定性时，发行人会选择联营的方式进行商品的经营。因此，对于发行人而言，联营模式主要存在于根据市场变化引进的商品及品牌的培育期。对于该类培育期的商品，发行人主要考虑到市场消费观点的不断变化、三四线城市居民收入的不断增长、消费的更新换代，因此，需要进行合理的尝试和储备。在该类商品进行市场认同期和成长期后，发行人也因此掌握了较多的市场信息、能够做出更加客观、准确的市场预判时，发行人也会积极的将联营的品牌再逐步向自营的品种进行过渡。

(6) 自营模式下买断存货与联营模式在采购合同签订中的区别

主要项目	自营买断存货	联营模式
直观的合同形式	商品购销合同	联营协议
合同的主体结构	①围绕商品及供应商的各项约定、采购价格、②对供货方式的约定③货物验收和运费承担的约定④交货及验收的约定⑤商品退换货的约定⑥对账及货款结算的约定⑦对销售奖励的约定⑧知识产权保护⑨反商业贿赂约定⑩合同期限、违约等	①联营期限的约定②发行人责任约定：提供场地面积、环境支持、合法执照、提供城市管理、卫生、治安、电力支持③联营方责任约定：装修费用自担、保证产品质量、自派员工、其他合规和不正当竞争限制④利润保障约定和结算方式⑤其他

采购价格的约定	不得高于提供给发行人所在地其他同类商场或超市之最低价	先约定发行人应收取的保底利润率、年管理费、银行刷卡手续费；按联营商的实际销售扣除发行人应收取上述费用后确定采购金额
销售价格的约定	不约定发行人的销售价格	联营商自主定价，但需保证在发行人处的销售定价、促销活动与同城专卖店需保持统一
交货及退换约定	有较为详细的供货方式、供货流程、商品保质期、交货验收、运费承担及可退换货范围约定	无

(7) 买断模式下的优势和风险

根据上述的分析，发行人自营模式下买断商品的优势和风险如下：

①优势

A.争取购买商品的价格优势，为经营者自身赢取较大的利润空间；B.争取某种商品在区域内的市场占有率优势，有利于对区域内其他竞争对手形成规模和差异化的竞争优势；C.有利于供应商对发行人形成更为紧密的依赖关系，从而更容易获得供应商的支持和合作。上述优势能够帮助发行人在区域市场内形成最终的商品性价比优势、市场占有率优势，并转化为相对较好的经营成果。

②风险

如果发行人不具备市场深入调研的能力、不具备商品自营结果的预判能力、不具备有力的销售团队保障、不具备甄选品种、采购时机把握、与供应商有效谈判沟通的能力，不能在商品采购后进行有效的库存管理、物流配送、售后服务，或者上述工作不能得以有效的实施、不能形成合理的效果，则发行人将面临存货积压、流动资金大量占用、商品减值、经营业绩下滑、市场占有率流失等较为严重的后果。

3、行业的季节性、周期性和区域性特征

(1) 季节性特征

食品、服装等日用百货商品绝大部分为居民日常消费必需品，需求刚性较强，没有明显的季节性；家电等大宗百货商品具有一定的季节性，一方面体现在节假日带来的周期性特征如春节、“五一”劳动节、“十一”国庆节等节日期间，百货零

售企业销售额一般较平时大幅增长，零售商也借此机会大举进行促销活动；另一方面体现在商品自身的季节性，如冬夏服装、取暖制冷电器（空调、电暖器）、不同季节的时令水果、生鲜食品等。为此，百货零售企业需要根据周期性和季节性进行合理的存货安排。

（2）周期性特征

百货零售行业的经营情况与社会消费品零售总额的规模和增长情况密切相关，行业需求受宏观经济环境、消费者偏好、消费者预期等多重因素影响。近年来，在国内宏观经济良好、人均可支配收入提高等诸多有利因素的影响下，社会消费品零售总额持续提升，百货零售行业业绩一直保持稳健向上的发展趋势。

（3）区域性特征

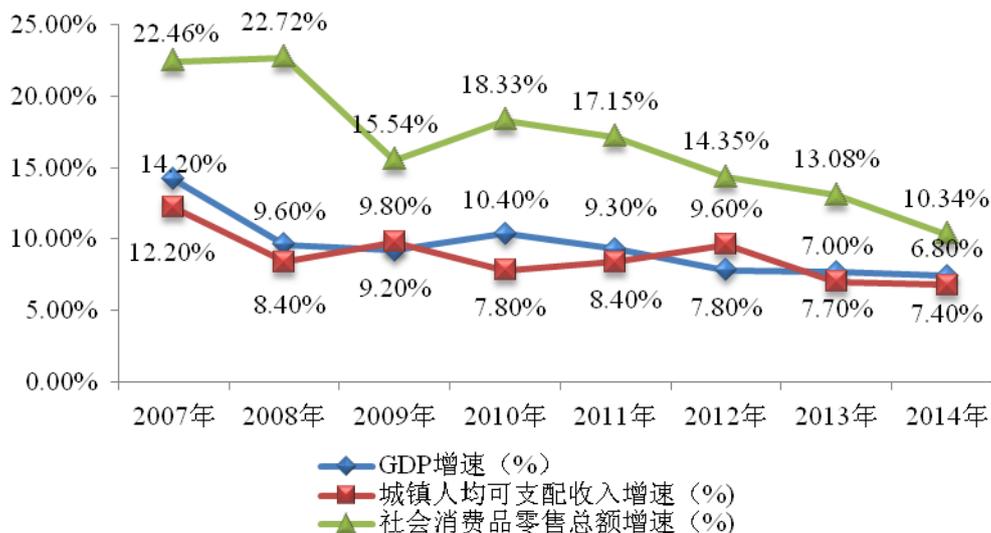
由于我国区域经济、城市规模和城市经济发展程度差异较大，因而各区域零售行业的发展水平和竞争状况也有较大差异。从区域经济差异看，长江三角洲、珠江三角洲和环渤海等三大城市群内的百货零售企业发展规模较大、竞争较为激烈，而中西部地区的零售门店规模和数量明显不足。从城市规模上来看，百万人口以上的特大城市竞争最为激烈，省会城市、大中型城市的数量相对饱和，而三、四线城市及乡镇地区数量最为匮乏。

（五）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）宏观经济不断增长带动居民可支配收入不断增加

GDP、城镇人均收入和社会消费品零售总额之间的增长对比



数据来源：国家统计局

社会消费品零售总额与人均收入、GDP等高度相关。随着国民经济较快稳定的增长，我国城乡人均收入也保持较快的增长，城乡居民消费水平进一步提高。

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议》强调实现“城乡居民收入普遍较快增长，努力实现居民收入增长与经济发展同步，低收入者收入明显增加，中等收入群体持续扩大”。受宏观经济不断增长带动的居民可支配收入不断增加的影响，满足居民日常消费需求的连锁超市行业将持续增长。同时，我国社会保障体系的不断完善以及消费升级的驱动作用，都将刺激我国居民的消费需求，使消费支出将持续增长，给消费行业，特别是商业零售业带来明显的拉动作用。

（2）扩大内需政策对市场的推动

百货零售行业是国民经济的重要行业之一。我国《国民经济和社会发展十二五规划纲要》提出：将经济结构战略性调整作为加快转变经济发展方式的主攻方向，着重强调了扩大内需，刺激消费的重要作用，有利于扩大我国零售行业的市场容量，使行业景气度持续向好。

近年来，我国政府出台一系列扩大内需、拉动消费的政策，为零售行业提供了良好的发展环境。受扩大内需政策的影响，我国社会消费品零售从2007年的9.4万亿增长到2015年的30万亿，年复合增长率达15.72%。同时西部大开发、振兴东北地区等老工业基地、促进中部地区崛起等战略举措，有力的促进了中、西部地区居民的收入及当地经济的发展，进而带动该地区消费品零售业的较快发展。

我国主要的鼓励消费政策

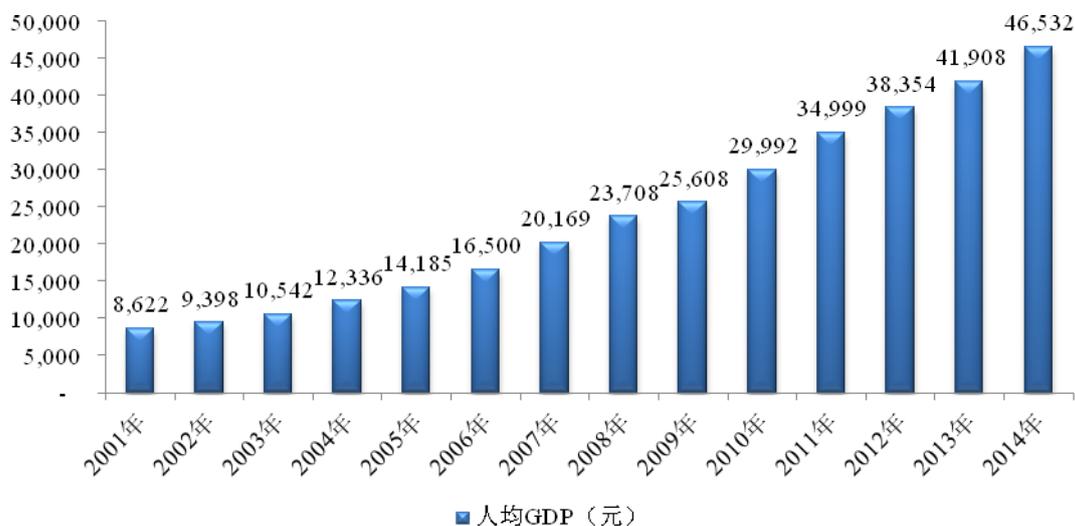
颁布时间	主要政策
2008年11月	商务部发布了《关于做好扩大消费相关工作的指导意见》。
2008年12月	国务院常务会议部署搞活流通扩大消费增长外贸措施。
2009年1月	调高国企退休职工的养老福利10%，并增加有困难人士的基本生活及特别援助补贴；1,200万名中小学教师工资上调至公务员水平；实行人均纯收入1,196元新扶贫标准，对农村全面实施扶贫政策，覆盖扶贫对象4,007万。
2009年2月	全国范围内实施“家电下乡”政策。
2009年3月	商务部办公厅印发《关于做好培育和发展消费热点工作的通知》。
2009年4月	大幅提高“家电下乡”中彩电、空调等的最高限价。
2009年4月	商务部办公厅印发《关于在全国范围内举办“扩大消费、创新生活”为主题的促消费系列活动的通知》。
2009年5月	采用财政补贴方式，鼓励汽车、家电“以旧换新”，今年中央财政将老旧汽车报废更新补贴资金从10亿元增加到50亿元，同时安排20亿元资金用于家电“以旧换新”补贴。
2009年6月	股权分置改革新老划断后含国有股的公司境内IPO时，按发行股数的10%向全国社保基金转持国有股，充实全国社保基金规模，增强居民的消费意愿。
2009年6月	国家发改委办公厅印发《关于做好商业与工业用电、用水同价工作有关问题的通知》。
2009年6月	商务部新闻发言人表示：商务部正在酝酿多项促进消费的政策措施，其中包括信用卡消费费率下调政策。
2009年7月	银监会发布《消费金融公司试点管理办法》。
2009年9月	商务部办公厅、财政部办公厅、保监会办公厅印发《关于做好中小商贸企业国内贸易信用保险保费补助工作的通知》
2011年10月	商务部、财政部、中国人民银行联合发布的《关于“十二五”时期做好扩大消费工作的意见》中指出：大力实施国内贸易“十二五”发展规划，着力构建统一开放、竞争有序、高效安全、利产惠民的现代商贸流通体系，促进便利消费、实惠消费、热点消费、循环消费和安全消费。
2012年3月	商务部近日印发了《关于开展2012年消费促进活动的通知》，在全国组织开展首个全国消费促进月活动
2012年5、6月	财政部、国家发展改革委、工业和信息化部分别下发了《节能产品惠民工程高效节能平板电视推广实施细则》、《节能产品惠民工程高效节能房间空气调节器推广实施细则》和《节能产品惠民工程高效节能家用电冰箱、洗衣机、热水器的推广实施细则》，中央财政共计安排363亿元用于推广节能家电等产品
2012年9月	国务院印发《国内贸易发展“十二五”规划》，突出扩大消费的战略地位，将着力创新和完善消费促进政策，推动消费业态和商业模式创新，发挥城市的消费中心功能，大力开拓农村市场，进一步释放居民消费潜力，从而促进国内贸易又好又快发展
2013年1月	商务部印发《商务部关于促进中国品牌消费的指导意见》，要求各级商务主管部门进一步加大工作力度，把扩大品牌消费作为培育中国知名品牌的重要措施和长期任务抓好抓实。不断提升中国品牌的质量水平、文化品位和消费规模，增强中国品牌的市场竞争力和影响力

2014年10月	国务院办公厅召开的国务院常务会议要求：重点推进扩大移动互联网、物联网等信息消费、促进绿色消费、稳定住房消费、升级旅游休闲消费、提升教育文体消费、鼓励养老健康家政消费。
2015年11月	国务院印发《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》，鼓励消费升级，继而培育新供给力量。

(3) 消费者消费能力提升

百货零售业态的发展与人均GDP水平具有很强的关联性。根据美国经济学家钱纳里的模型，人均GDP超过1,000美元后，消费结构升级将显著加快，食品和衣着类基本需求型消费比重将不断下降，享受型消费比重迅速上升。根据国家统计局数据显示，国内人均GDP已于2003年突破1,000美元大关，在2014年达到7,575美元，居民的消费习惯和消费观念发生了巨大变化，消费需求向享受型转变。在这一过程中，增长最快的是教育、娱乐、文化、交通、通讯、医疗保健、住宅、旅游等方面的消费，尤其是与IT产业、汽车产业以及房地产业相联系的消费增长最为迅速。居民消费层次的提升、消费观念的变化和消费结构的升级必将给百货零售企业创造巨大商机。

国内人均 GDP 情况



数据来源：国家统计局

(4) 现代物流配送等行业的不断规范推动行业不断升级

近年来，我国大力发展交通运输基础设施建设，物流技术装备水平迅速提高，物流系统作为百货零售行业的重要辅助系统，其营运能力的明显增强，将有效降低百货企业的运营成本和商品运输速度，为有效满足消费者需求奠定了有利的物质基础，并促使百货企业的运营效率得到进一步提升。

2、不利因素

（1）百货零售行业无序竞争和低水平盲目扩张

根据国外百货行业的发展经验，人均占有商业面积的正常水平应为1.2m²。目前我国主要大中型城市人均占有商业面积已远远超过实际需要。随着外资百货企业大举进入一线城市，进一步压缩了生存空间，导致国内出现了无序竞争和盲目扩张的不良现象，降低了百货零售行业的盈利水平，损害了上下游相关产业的相关利益，不利于我国百货零售行业的持续健康发展。

公司将目标市场定位为三、四线城市及农村市场，一线城市的无序竞争对其冲击较小。大型连锁企业开拓三、四线城市及农村市场时，需要面临经营理念水土不服、消费习惯难以改变等问题，短期无法对公司构成竞争威胁。

（2）外资百货零售企业的冲击

自2004年12月11日起，按照加入世贸组织的承诺，我国将商业利用外资工作由试点转为正常开放，取消对外商投资商业企业在地域、股权、业务和店铺数量等方面的限制，外资大型零售连锁企业大举进入我国零售市场，加快了在我国的扩张步伐。目前，我国百货行业的经营模式仍然以联营为主，较以自营模式为主的西方百货业具有盈利能力偏低、商品同质化严重、易于复制等缺点。外资百货零售企业凭借其在资金、经营规模、信息技术应用水平和经营管理水平等方面的优势，对本土零售连锁企业带来了较大的冲击，加剧了行业竞争的激烈程度。

发行人所在的经营区域为县级城市及周边乡镇，主要面向县乡市场。外资零售企业以大型百货和大型超市门店为主，适合于经济发展程度较高的城市，公司与外资零售企业市场定位不同，且采用自营模式，商品同质化低，不易于复制，受到外资零售企业的冲击较小。

（3）信息技术和供应链水平较为落后

信息技术的应用可以优化供应链条、节约配送成本和仓储成本，及时掌握商品销售情况。目前，我国百货零售企业已广泛使用电子信息系统，如电子数据处理系统、POS系统、管理信息系统等。但与国外相比，我国百货零售企业的信息化应用水平尚处于初级阶段。百货零售行业信息系统建设较为薄弱，导致总部、分店、配送中心、供应商之间联系不紧密，资金流、物流、信息流的运作效率低，成本居高不下，影响了百货零售企业在市场的竞争力。

(4) 专业连锁经营管理人才匮乏

复合型的经营管理人才是百货零售企业管理模式、运营能力等软实力的核心组成部分。百货零售行业具有劳动力密集型特点，从业人员要求具备很高的敬业意识、服务精神和行业经验，并需要掌握一定的连锁经营管理知识、现代营销技术、物流管理及信息系统管理等专业知识。目前我国，熟悉行业特点、善于行业经营的高级管理人才稀缺，已经难以满足百货零售行业快速发展的需要，在一定程度上成为制约行业发展的关键因素之一。

(六) 与上下游行业的关联性

1、产业链概况

百货零售行业的产业链相对比较简单，属于广义上的流通环节，上游行业主要是食品、服装、家电等百货商品的生产商及供应商，下游则直接面对广大消费者。

2、发行人所处行业与上、下游行业之间的关联性

(1) 与上游供应商的关联性

从我国百货零售行业的现状来看，零售商相对于供应商具有较强的话语权。其中纺织服装产业产能相对过剩，供应充分，百货业掌握着销售渠道，拥有天然优势。化妆品产业上游品牌商相对更强势，百货则处于流通中相对弱势的地位。但采用自营模式的百货零售企业，由于其直接面向供应商进行商品买断，在一定程度上减轻了供应商方面的销售压力，因此在采购价格、退换货、毛利率水平上具有一定的优势地位，对供应商有较强的议价能力。总体来看，在自营模式下重视供应商关系管理的连锁商品零售企业将逐步发挥其供应链管理方面的优势，在规范经营中获取更强的可持续发展能力。

(2) 与下游消费者的关联性

百货零售业是与广大消费者生活密切相关的行业，是将商品从生产者到达消费者的重要环节，也是供应链中与消费者直接接触的终端环节。消费者的购买能力和购买意愿受个人收入水平的影响，随着我国国民经济增长，居民收入水平的提高，居民消费的可支付能力也不断增强，进一步推动了百货零售行业有效需求

的增长；同时，居民的消费需求、消费习惯等的变化，也进一步促进零售业在业态、经营模式、技术水平等方面发生与之相适应的发展变化。

三、发行人面临的主要竞争情况

（一）发行人所在区域市场的行业发展背景及竞争情况

自贸易中心建立以来，公司在皖中地区的庐江、巢湖及周边县市已经有超过 20 年的发展历程。截至目前，公司已经开设门店 43 家，都位于安徽省，其中庐江 16 家、巢湖 10 家、和县 6 家、含山 2 家、无为 9 家，初步完成了对皖中地区的经营网点布局。公司主要经营区域的经济概况如下：

1、安徽省宏观经济环境

安徽省位于中国东南部，作为长三角主要的经济腹地之一，近年来安徽地区经济保持快速增长的态势。2015 年安徽省实现地区生产总值 22,005.6 亿元，按可比价格计算，比上年增长 8.7%。分产业看，第一产业增加值 2,456.7 亿元，增长 4.2%；第二产业增加值 11,342.3 亿元，增长 8.5%；第三产业增加值 8,206.6 亿元，增长 10.6%。分别占 GDP 的比重为 11.2%、51.5%和 37.3%。2015 年安徽省城镇居民人均可支配收入达到 26,936 元，比上年增长 8.4%，扣除价格因素，实际增长 7%；全年农村常住居民人均可支配收入 10821 元，比上年增长 9.1%，扣除价格因素，实际增长 7.7%。随着人均收入的较快增长，居民消费能力持续上升，推动零售行业的快速发展。2015 年安徽省社会消费品零售总额达到 8,908 亿元，较 2014 年同比增长 12%。

2007-2015 年安徽省 GDP 和社会消费品零售总额情况



数据来源：安徽统计年鉴、安徽省 2015 年国民经济和社会发展统计公报

2006 年 4 月，国务院出台了《关于促进中部地区崛起的若干意见》，提出了中部地区崛起计划，安徽作为我国中部地区的核心省份必将迎来快速发展。2010 年 1 月，国务院批复《皖江城市带承接产业转移示范区规划》，安徽沿江城市带承接产业转移示范区建设纳入国家发展战略。随着规划的逐步推进和实施，皖江城市带将有望实现区域经济总量和产业竞争力的双重提升。

2、庐江县经济环境及主要竞争状况

(1) 庐江县经济环境

庐江县，隶属于合肥市，面积 2,348 平方公里，下属 17 个镇。北接省会合肥滨湖新区，东临中国第五大淡水湖—巢湖，南近“黄金水道”长江，地处多条高速公路、铁路交汇点，交通十分便捷。庐江县是国家级产业转移示范区—皖江城市带的成员和合肥市南部副中心。

2015 年庐江县地区生产总值为 211.14 亿元，和 2014 年相比，按可比价格计算，增长率为 10.2%；2015 年社会消费品零售总额为 82.14 亿元，比 2014 年增长 11%；2015 年，全县居民可支配收入 18,638 元，增长 9.7%。其中，城镇居民可支配收入 24,248 元，增长 9.2%；农村居民可支配收入 14,312 元，增长 9.2%。庐江县基本情况如下：

庐江县基本情况		2014 年	2015 年
经济指标	GDP (亿元)	200.2	211.14

	社会消费品零售总额（亿元）	74	82.14
人民生活指标	总人口（万人）	119.49	119.79
	其中：非农业人口	16.27	
	在岗职工平均工资（元）	44,320	49,798
	农村居民人均纯收入（元）	-	
零售业指标	限额以上批发零售贸易企业单位数（个）	-	
	限额以上批发零售贸易企业经营总面积（平方米）	-	
	限额以上批发零售企业商品销售总额（亿元）	21.11	22.97

数据来源：庐江县统计局网站、2014 年庐江县国民经济和社会发展统计公报

（2）公司在庐江县的行业地位

截至目前，公司已在庐江县开设 16 家门店。庐江是公司经营的发源地，在近二十年的经营过程中，公司已经成为庐江地区影响力较大的百货零售连锁企业。2015 年公司庐江地区主营业务收入达 5.02 亿元，占庐江县社会消费品零售总额的 6.11%。2014 年公司庐江地区主营业务收入达 4.88 亿元，占庐江县社会消费品零售总额的 6.54%。2013 年公司庐江地区主营业务收入达 5.31 亿元，占庐江县社会消费品零售总额的 7.96%。公司在庐江拥有较高的品牌知名度和美誉度。

（3）公司主要竞争对手情况

公司在庐江县的主要竞争对手为当地的商贸企业，如庐江县百货大楼、安徽金润商贸、安徽万佳商贸等零售企业。公司在门店数量、门店乡镇覆盖面、经营面积等方面均超过上述竞争对手。随着本次募投项目新建城乡零售分店项目实施，公司在庐江县的市场地位将会得到进一步的巩固。

公司名称	总经营面积(平方米)	门店数	零售业态
安德利百货	29,278.40	16	购物中心、超市
庐江县百货大楼	11,126	4	百货、超市
安徽金润商贸	29,112	14	超市
安徽万佳商贸	14,300	11	家电专业店
联华超市	5,540	2	超市
庐江县鑫隆超市	8,478	9	超市

数据来源：庐江县统计局

3、巢湖市经济环境及主要竞争状况

(1) 巢湖市经济环境

巢湖市位于安徽省中部、合肥的南部，区位优势，交通便捷。巢湖市总面积 2,063 平方公里，下辖 12 个乡镇、6 个街道办事处。

2014 年巢湖市地区生产总值为 255.5 亿元，按可比价格计算，比 2013 年增长 8.4%；2014 年社会消费品零售总额为 65.0 亿元，比 2013 年增长 8.3%；2014 年农村居民人均可支配收入 13,860 元，比 2013 年增长 12.1%。巢湖市基本情况如下：

巢湖市基本情况		2014 年	2013 年
经济指标	GDP（亿元）	255.5	235.3
	社会消费品零售总额（亿元）	65.0	60.0
人民生活指标	总人口（万人）	86.01	88.04
	其中：非农业人口	-	-
	在岗职工平均工资（元）	-	-
	农村居民人均纯收入（元）	-	9,256
零售业指标	限额以上批发零售贸易企业单位数（个）	-	-
	限额以上批发零售贸易企业经营总面积（平方米）	-	-
	限额以上批发零售企业商品销售总额（亿元）	15.2	14.2

数据来源：巢湖市统计局网站、巢湖市 2014 年国民经济和社会发展统计公报

2015 年相关数据尚未发布

(2) 公司在巢湖市的行业地位

截至目前，公司已在巢湖市开设 10 家门店。2014 年，公司巢湖地区主营业务收入达 4.66 亿元，占巢湖社会消费品零售总额的 7.17%，2013 年，公司巢湖地区主营业务收入达 4.71 亿元，占巢湖社会消费品零售总额的 7.85%。自 2003 年进入巢湖市场以来，公司不断扩张，在销售规模和品牌知名度上有较大优势，并获得了消费者较高的认可，目前巢湖安德利购物中心已成为巢湖市颇具影响力的综合百货商场。根据巢湖市统计局出具的证明，2011 年巢湖安德利购物中心

单店销售业绩，相当于当地沃尔玛、乐天玛特、商之都、合肥百大的销售之和。

(3) 公司主要竞争对手情况

公司在巢湖市的主要竞争对手为合肥百货、世纪联华、沃尔玛、苏宁电器等。合肥百货作为安徽本土百货企业，拥有一定的区域优势，但其产品以高端为主，目标消费人群有一定的局限性；世纪联华、苏宁电器、沃尔玛等知名企业作为优秀的外来竞争者，其门店面积与发行人相比仍存在一定的差距，仅对公司构成一定的竞争压力。公司在巢湖的主要竞争情况如下：

公司名称	总经营面积(平方米)	门店数	零售业态
巢湖安德利	34,201.61	12	购物中心、超市
合肥百货	28,600	1	百货
安徽商之都	14,000	1	百货
世纪联华	20,000	2	超市
苏宁电器	6,037	2	家电专业店
沃尔玛	12,577	1	超市

数据来源：巢湖市统计局

注：巢湖安德利购物中心有限公司林头分店、清溪分店虽属于马鞍山市含山县，但统计时一并计入巢湖地区计算。

4、和县经济环境及主要竞争状况

(1) 和县经济环境

和县位于安徽省东部，现属于马鞍山市管辖，与南京、马鞍山、芜湖三大城市隔江相望、东北与南京市浦口区一桥相隔、南临芜湖市鸠江区、西与含山县接壤、西北与全椒县毗邻，总面积为 1,319 平方公里，下辖 9 个乡镇。

2015 年和县地区生产总值为 135.2 亿元，比 2014 年增长 12.7%；2015 年社会消费品零售总额为 54.39 亿元，比 2014 年增长 14.2%；2015 年农村居民人均可支配收入 14138 元，比上年增长 9.1%。和县基本情况如下：

和县基本情况		2015 年	2014 年
经济指标	GDP (亿元)	135.2	129.16
	社会消费品零售总额 (亿元)	54.39	46.79

人民生活指标	总人口（万人）	54.22	53.94
	其中：非农业人口		8.18
	在岗职工平均工资（元）		51,490
	农村居民人均纯收入（元）		12,965
零售业指标	限额以上批发零售贸易企业单位数（个）		18
	限额以上批发零售贸易企业经营总面积（平方米）		33,166
	限额以上批发零售企业商品销售总额（亿元）		11.26

数据来源：和县统计局网站、和县 2014 年 12 月、2015 年统计信息快报

（2）公司在和县的行业地位

截至目前，公司已在和县开设 6 家门店。和县安德利购物中心于 2011 年 5 月份开业，是和县少有的建筑面积超过 20,000 平方米的大型综合百货。2015 年，公司和县地区主营业务收入达 1.95 亿元，占和县社会消费品零售总额的 3.58%。2014 年，公司和县地区主营业务收入达 1.84 亿元，占和县社会消费品零售总额的 4.21%。2013 年，公司和县地区主营业务收入达 1.78 亿元，占和县社会消费品零售总额的 4.30%。

（3）公司主要竞争对手情况

除本公司外，目前和县暂无大型的百货零售企业进入，市场竞争激烈程度不高。公司的主要竞争对手为苏果超市和苏宁电器等。未来，公司将依托自身的经营管理经验、对皖中地区的准确定位，在和县地区持续布点扩张，抢先占领这片空白市场。

公司名称	总经营面积(平方米)	门店数	零售业态
和县安德利	20,784.52	6	购物中心、超市
苏果超市	7,500	2	超市
苏宁电器	1,650	1	家电专业店
五星电器	1,800	1	家电专业店

数据来源：和县统计局

5、无为县经济环境与主要竞争状况

（1）无为县经济环境

无为县隶属于安徽省芜湖市，地处安徽省中南部，长江北岸，北依巢湖，南与芜湖市、铜陵市隔江相望，总面积 2,433 平方公里，下辖 23 个乡镇、2 个省级经济开发区。

2015 年无为县地区生产总值为 355.6 亿元，比 2014 年增长 9.0%；2014 年社会消费品零售总额为 97.5 亿元，比 2014 年增长 10.9%；全年城镇常住居民人均可支配收入 27,232 元，比上年增长 9.0%；全年农村常住居民人均可支配收入 14,171 元，同比增长 9.1%。无为县基本情况如下：

无为县基本情况		2015 年	2014 年
经济指标	GDP（亿元）	355.60	337.10
	社会消费品零售总额（亿元）	97.50	92.40
人民生活指标	总人口（万人）	121.26	122.13
	其中：非农业人口	-	-
	在岗职工平均工资（元）	-	-
	农村居民人均纯收入（元）	-	-
零售业指标	限额以上批发零售贸易企业单位数（个）	123	111
	限额以上批发零售贸易企业经营总面积（平方米）	-	-
	限额以上批发零售企业商品销售总额（亿元）	31.1	28.0

数据来源：无为县统计局、2014 年、2015 年无为县国民经济和社会发展统计公报

（2）公司在无为县的行业地位

截至目前，公司已在无为县开设 9 家门店。无为安德利购物中心广场百货商场部分于 2013 年 11 月试营业，于 2014 年 5 月正式营业，是目前无为县影响力较大的大型综合百货商场。

（3）公司主要竞争对手情况

除本公司外，目前无为县暂无大型的百货零售企业进入，百货零售基本处于空白状态，市场竞争激烈程度不高。公司的主要竞争对手为苏果超市和商之都等，且仅局限于超市与百货，经营面积相对较小。未来，公司将依托自身的经营管理经验、对皖中地区的准确定位，以无为安德利购物中心为触点，在无为县地区持续布点扩张，抢先占领这片空白市场。

公司名称	总经营面积（平方米）	门店数	零售业态
------	------------	-----	------

无为安德利	38,981.90	9	购物中心、超市、家电专业店
隆兴商贸	7,000	4	超市
苏果超市	7,000	1	超市
商之都	5,567	1	百货
新百商厦	11,000	1	百货

数据来源：无为县统计局

6、潜在市场情况

公司发源于庐江，立足皖江城市带，深耕细作当地县乡市场。2006年，国家将皖江城市带纳入中部地区崛起战略重点发展区域，同时在国家《皖江城市带承接产业转移示范区规划》等地方政策的推动下，该区域的经济水平和居民收入水平将大幅提高，并对当地居民的消费结构和消费需求的升级具有明显促进作用，因此公司在该区域具有良好的发展前景。以皖江城市带的马鞍山和芜湖为例，目前马鞍山和芜湖的下属县区域市场暂时没有较大的百货零售企业，经济环境情况如下：

（1）马鞍山

马鞍山位于安徽省东部，毗邻巢湖市，下设当涂县、和县、含山县三个县，是“皖江城市带”门户城市、南京都市圈“核心层”城市、“长三角城市群”成员城市、“全国科技兴市试点城市”、“国家 863 新材料产业化基地”，并且是新兴的钢铁工业城市。全市总面积 4,042 平方公里。

根据《2015 年马鞍山市国民经济和社会发展统计公报》，2015 年马鞍山市全年实现地区生产总值 1,365.3 亿元，城镇居民人均可支配收入 35,262 元、农村居民人均可支配收入 16,331 元，全年实现社会消费品零售总额 340.34 亿元，比上年增长 13.3%。分地区看，城乡市场全面协调发展，城区和三县市场分别实现零售额 253.4 亿元和 165.15 亿元，分别比上年增长 11.1% 和 14.1%。

（2）芜湖

芜湖市位于安徽省东南部，下辖无为、芜湖、繁昌、南陵 4 县，是安徽省经济、文化、交通、政治次中心城市，安徽省第二大城市，是国务院批准的沿江重点开放城市、皖江城市带承接产业转移示范区核心城市、南京都市圈成员城市，合芜蚌自主创新试验区城市。全市总面积 5,988 平方公里。

根据《芜湖市 2015 年国民经济和社会发展统计公报》，2015 年实现地区生产总值 2,457.32 亿元，比上年增长 10.3%，全年城市居民人均可支配收入 23,998 元，比上年增长 9.3%；人均消费支出 17,504 元，增长 6.8%，农村常住居民人均可支配收入 15,964 元，增长 9.3%；人均消费支出 10,353 元，增长 7.8%。

马鞍山市和芜湖市 2015 年各县基本情况统计

项目	和县	当涂县	含山县	无为县	芜湖县	繁昌县	南陵县
GDP（亿元）	135.2	271.2	123	355.6	196.5	226.1	186.66
社会消费品零售总额（亿元）	54.39	70.2	40.6	92.4	49.8	41.8	60
人口（万人）	54.22	47.5	44.52	121.3	34.6	-	55.07
农民人均可支配收入（元/人）	14,138	18,107	14,130	14,171	17,774	17,657	17,322

数据来源：各县市 2015 年国民经济和社会发展统计公报

7、物流效率及同质化竞争情况

（1）物流配送体系情况

国内零售企业通常采取自建物流中心或外包给第三方的方式进行物流配送，以保证商品准确、及时和安全的供应。随着零售企业向“三、四线城市”扩张的步伐逐渐加快，其对相关城市物流配送和售后服务体系建设的要求也不断提高，而我国“三、四线城市”物流体系在物流配送方面信息化程度不高，仓储和运输能力相对不足，物流配送体系的建设尚不完善，难以与新兴的电子商务及传统零售行业向“三、四线城市”扩张的速度相匹配，从而减缓了零售行业外延性扩张的速度。

国内的物流配送公司由于存在配送时间不确定、配送包裹丢失或损坏、送货服务质量无法保证等弊端，一定程度上损害了传统零售连锁行业、电子商务等企业向消费者提供服务的质量。随着零售行业的快速发展，一方面，大规模的订单量对物流企业的营运能力提出了更大的挑战；另一方面，由于电子商务这类创新型渠道对物流企业的需求又不完全等同于传统的物流业务，例如代收货款、反向物流皆是电子商务活动产生的新需求。而由于缺乏相应的运营经验，以及自身能力的制约，物流公司在这些服务上的欠缺将逐渐阻碍零售行业的发展。零售企业正积极采取与优质物流配送合作，以及自建物流配送渠道等方式保证服务质量。

发行人所在地区企业物流情况如下：

地区	企业类型	企业名称	物流仓储面积（m ² ）	配送车辆	物流网点
安徽省	百货零售企业	商之都	30,000	50 余辆	5
		合肥百大	46,560	120 余辆	1

地区	企业类型	企业名称	物流仓储面积 (m ²)	配送车辆	物流网点
	快递企业	安德利百货	56,000	36	2
		顺丰速运	57,000	421	621 ¹
		圆通速运	27,800	-	313
		德邦物流	16,170	-	119
	电子商务企业	京东网	30,000	85	40 ²
庐江县	百货零售企业	安德利百货	12,000	16	1
	快递企业	顺丰速运	400	3	1
		韵达快递	400	3	1
		申通快递	350	5	1
		圆通快递	850	8	2
巢湖市	百货零售企业	安德利百货	44,000	20	1
	快递企业	顺丰速运	800	6	1
		韵达快递	400	8	1
		申通快递	450	12	1
		圆通快递	400	7	1
无为县	百货零售企业	安德利百货	-	-	-
	快递企业	顺丰速运	1,000	1	1
		韵达快递	300	1	1
		申通快递	600	1	1
		圆通快递	200	1	1
和县	百货企业	安德利百货	-	-	-
	快递企业	顺丰速运	400	4	1
		韵达快递	600	3	1
		申通快递	200	2	1
		圆通快递	1000	3	1

数据来源：安徽省物流与采购联合会,各地商务局

注 1：包括嘿客及自取柜

注 2：其中 20 个配送网点集中在合肥市内

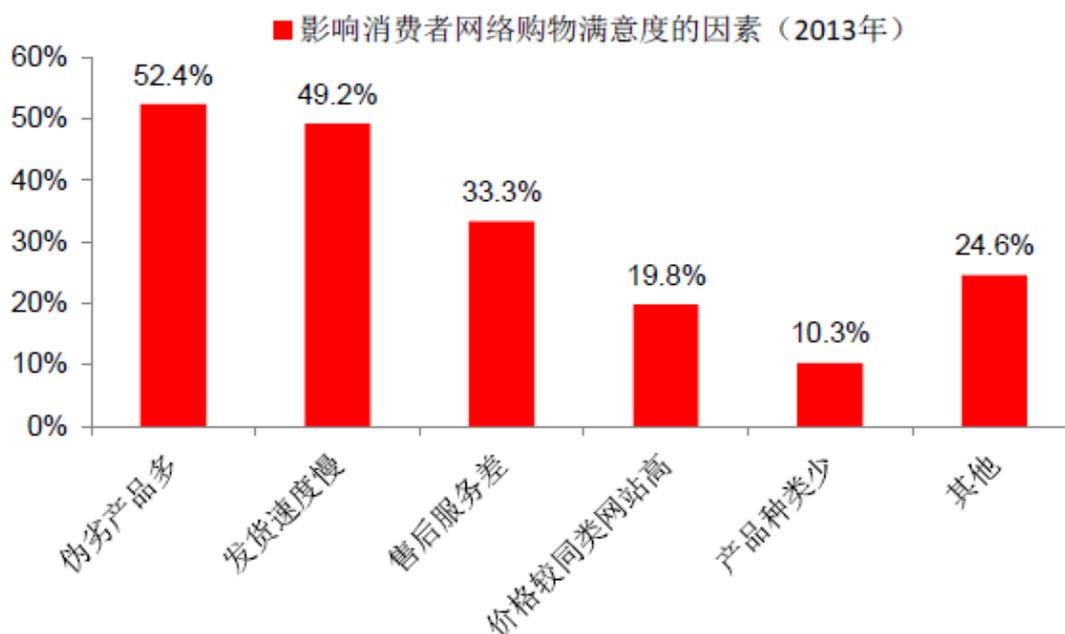
从上述表格中可以看出，在安徽省内，发行人物流仓库面积要高于同区域内的传统百货零售企业以及电子商务企业自身的物流仓储面积；在庐江县和巢湖市，发行人物流配送车辆数量明显高于同区域内快递企业物流配送车辆数量，具有一定优势。

发行人为促进零售门店的发展、扩张，自 2007 年起设立庐江县安德利物流中心，拥有多年物流业务经验，近年来随着公司销售规模不断扩大，对物流业务的需求不断提高，公司又陆续开始建立和县安德利物流中心和巢湖安德利物流中心，其中巢湖安德利物流中心一期、二期工程已建设完成并投入使用，和县安德

利物流中心也将在 2016 年底完成，公司现已发展成为规模较大的商业物流企业。截至本招股书签署日，公司拥有 2 座成熟物流中心，使用仓储面积 5.6 万平方米，在建仓储面积 4.9 万平方米，仓储种类繁多，能够独立承担生鲜产品、食品饮料、日化用品、衣帽服饰、家用电器等多种商品的仓储和配送工作，配送区域辐射巢湖市、庐江县、马鞍山市、无为县等多个地区，范围覆盖公司下属的所有零售门店。物流中心下设农副产品加工配送处理中心，具备生产加工、验收仓储、分拣配送和信息处理等功能，能够对采购的蔬菜、水果、畜牧水产、面制产品等短保质期商品进行深加工，并利用较强的配送能力为短保质期商品的配送提供保证。公司同时对部分季节性和应急性商品进行合理储备，能够有效抵御缺货风险。

（2）与电子商务的竞争情况

据艾瑞咨询统计，国内多数中高端品牌商受制于没有合适的自主平台，对线上渠道的态度较为保守，线上商家往往受制于供应渠道、商品信息、商业规模等因素，对商品结构和商品价格不能及时进行调整更新；目前主流电商平台上的商品，大部分为三线及以下品牌。网购市场长期充斥着价格战，商品质量良莠不齐，导致部分消费者对网购的惯性定位偏向于“低价”和“库存清理”。另据中国电子商务研究中心调查，2013 年影响消费者网购选择较大的两个因素是质量和物流，其中约 52.4% 的消费者提及产品质量影响网购满意度。



数据来源：中国电子商务中心

从商品信息更新、供应渠道角度来看，发行人从事百货零售行业二十多年，

通过不断开拓市场、开发供货渠道，在百货、超市、家电等零售业态下积累了大量国内优质品牌的供货资源，同时，发行人一线柜组长既是销售人员亦是采购人员，发行人该等大批“买手”能够最快速度结合当地消费者的需求，及时把握市场信息，对所销售商品及品牌进行结构调整、品牌升级，并通过自采、向区域代理商等模式向供应商进行采购，以较大可能的满足当地消费者的需要。

从商品质量角度来看，发行人制定了详尽的管理制度来保障商品质量安全，针对商品采购准入、入库验收、仓储保管、定期盘点、出库等全部流程进行规范，具体制度包括《商品准入实施办法》、《供应商管理制度》、《“阳光工程”实施办法》、《商品验收管理制度》、《仓库保管制度》、《商品库存监督制度》等；针对食品部分，公司还特别制定了《食品安全准入系列制度》。发行人同时对消费者承诺，绝不卖假货，如果有卖假冒伪劣商品，发现一例，立即给予举报人 2,000 元现金奖励。上述种种措施均有利于保证发行人商品质量，使自身在竞争处于有利位置。

从物流售后服务角度来看，发行人在安徽省内的物流仓库面积要高于在同区域内的传统百货零售企业以及电子商务企业自身的物流仓储面积；在庐江县和巢湖市，发行人物流配送车辆数量明显高于同区域内快递企业物流配送车辆数量，具有一定优势，详细情况请参见前述“（1）物流配送体系情况”中相关描述。

（二）发行人的竞争优势

1、自营为主的商业模式优势

公司是国内少数以自营模式为主的零售百货企业，自营收入比重超过 80%。贸易中心自 1984 年开业以来，受区域经济欠发达、自身规模不大、品牌知名度不高等多方面原因影响，公司艰难地选择了自营百货零售的道路。经过近二十年的不断尝试、探索和创新，该自营模式目前已经成为公司较为成熟的一套经营模式，并体现出以下经营优势：

（1）质量保证优势。自营模式下的商品系自主采购，为所售商品在采购、配送、运输、仓储、流通、销售等环节对质量的把握提供了便利的条件，从而实现了对所售商品质量的严格保证。

（2）商品价格优势。自营模式使公司在商品价格的制定上，具有较大的自

主定价权，公司直接向品牌商（厂家）或省级代理商进货，减少中间环节，把虚高的价格压低，让商品价格回归理性，从而实现销售商品价格比行业平均低。

（3）市场竞争优势。公司的自营模式在市场竞争中显现两大特点：一是员工既是采购员又是一线销售人员，能够快速捕捉市场信息，满足消费者需求；二是有利于差异化经营。所有商品中，除了黄金、化妆品、食品、家用电器商品重合率较大外，其他商品与同行企业的重合率较低，从而较大程度地避免了千店一面的同质化竞争。

2、独特的市场定位带来的差异化竞争优势

外资零售巨头及国内的大型百货主要分布的北、上、广、深等一线城市及天津、武汉、成都、重庆、等准一线、二线城市，密布于各大核心商圈；公司在综合考虑竞争态势、市场环境等因素基础上，专注深耕安徽省内皖江流域的三、四线城市和农村市场，避免了与大型百货超市在一、二线城市的市场红海中正面竞争。

通过二十多年在百货零售行业的运营及管理经验的累积，发行人已经完全融入当地市场、融入城镇农村消费群体，对当地消费者的消费偏好及需求变化有着较深的了解和把握，能够针对该消费群体提供更加符合其风俗习惯、价值观念和消费习惯的商品与服务。

未来公司将继续着眼于皖江领域三、四线城市及广大农村市场的需求，以百货零售业为核心，灵活运用超市、购物中心等不同业态模式积极扩大销售网点和市场网络的建设，将公司建设成为皖中地区县乡市场百货零售企业的领军企业。

3、区域内的营业网点优势和国家政策的支持

二十年来，公司以庐江、巢湖为根据地，积极向皖中长江流域辐射，目前已牢牢占据了包括安徽庐江、巢湖、和县、无为、含山等县乡在内的安徽中部皖江流域，截至目前，公司共发展营业网点 43 个，营业面积合计达 123,246.43 平方米，已在 5 个县市、23 个乡镇建有网点，销售覆盖面积近 6,000 平方公里。

公司目前是安徽省百货零售业“万村千乡市场工程”建设的代表企业。根据《中共中央国务院关于加大统筹城乡发展力度进一步夯实农业农村发展基础的若干意见》（中发[2010]1 号）的精神，2010 年 9 月，国家商务部和财政部又联

合下发了《关于进一步加强“万村千乡市场工程”建设的通知》，并在该项通知中明确了中央财政将继续对“万村千乡市场工程”予以支持，突出农村配送能力建设，以提升农村流通信息化水平，构建覆盖农村的现代流通网络。

4、区域品牌优势及流程的标准化使公司具备快速扩张能力

作为一家区域百货零售连锁领先企业，公司自成立以来，始终重视服务质量和品牌建设，在近二十年的经营过程中，积累了良好的声誉和知名度。公司的零售业务涵盖购物中心、超市和家电专业店，广布安徽巢湖市、庐江县、和县等县城和乡镇。2007年，公司被安徽省连锁经营协会授予“AAA 信用企业”称号；2011年，跻身安徽省政府重点扶持的十大商业企业及中国百货行业效益百强之列。公司的市场影响力、品牌形象及所获得的荣誉，有助于公司赢得供应商、顾客及其他合作方的信任，为公司的经营和发展提供强有力的支撑。

在流程标准化方面，公司建立了规范的门店运营和管理体系，以及严格的标准化连锁经营管理流程，从而具备了快速复制和扩张的能力：在公司经营层面，公司实行集中的经营管理模式与门店分散经营相结合，从门店拓展、门店建设、信息系统、人事培训、财务、采购、供应商管理等运营的各环节均实现标准化、专业化、精细化管理，有利于降低开店成本，提升公司的品牌形象，缩短门店的开业时间和培育期；在单个门店的运营方面，公司对供应商及其商品质量进行及时管理和监督，对商品的进、销、存灵活调配，通过内部专业化分工与协作，提高了门店的快速复制能力，使整体经营管理不断向系统化、精细化、效率化提升。通过集中化、标准化的管理，有利于快速高效地复制门店，提升公司的整体实力和抗风险能力。

5、优秀的团队和丰富的零售商业管理经验优势

公司拥有一支以董事长兼总经理陈学高为首的高度稳定的管理团队和一批由店长、柜组长组成的近 800 人一线业务骨干队伍，大多数骨干人员在公司任职十年以上，随公司的发展壮大一起成长，具备极高的忠诚度和丰富的商业管理经验，对县乡市场的百货零售经营有着深入了解和把握，能够制定清晰的业务发展方针并且实执行，使公司在激烈的市场竞争中保持了较强的竞争力。

6、企业文化优势

公司企业文化建设集中体现在“三个善待”上，即善待消费者，善待供应商，善待员工。公司持续的企业文化建设是对公司自营经营模式成功运行的坚实保障。

善待员工：公司为员工创造机会，提供职业发展空间，持续不断改善员工待遇，增强员工凝聚力。公司上下十分注重学习，特别是强调通过学习，与时俱进，打造企业团队，加强执行力。公司坚持把职工教育和培训作为给予员工最高的福利待遇，实行全员强制性学习，每年花在职工培训上的投入都在几十万元以上。此外，公司建立和完善了党、团、工会、职代会、关工委等各级组织，开展各式各样活动，包括文体活动、读书演讲比赛等丰富员工生活。

善待供应商：与有些商家利用自己强势地位无限盘剥供应商利润不同，公司对供应商平等对待，在处理零供关系时，不是追求利润的最大化，而是利润的合理化。这种平等互利的零供关系不仅保证了公司可以长期以相对较低的成本采购商品，也留给了公司充足的商品自主定价空间，更利于发挥自营经营模式的优点。

善待消费者：公司致力于为消费者提供质优价廉的商品和最优质的服务，公司对消费者承诺，绝不卖假货，如果发现公司有卖假冒伪劣商品，发现一例，立即给予举报人2,000元现金奖励。这更有利于保证自营模式下商品和服务的质量。

（三）发行人的竞争劣势

1、融资渠道单一制约规模发展及扩张

百货零售行业经营规模的扩大和门店网络的增加都需要大量的固定资产和资金投入。公司在经过多年发展，在庐江、巢湖等区域市场占据了市场领先地位，但与全国前几位的零售企业或外资大型商业企业相比，销售规模仍有一定差距。公司采取自营为主的经营模式，并持有大量的自有物业，该等经营模式相较于以联营为主的经营模式以及以租赁物业为主的经营模式而言，会突显出公司在经营过程中对资金的需求程度更为激烈。因此，结合目前公司的经营模式，公司仅依靠自筹资金不能实现较快速度的发展，无法赶上资本实力雄厚的外资零售巨头在我国扩张速度。公司将利用本次募集资金进一步发挥连锁经营上的优势，加快公司业务拓展的步伐，扩大经营规模。

2、人才储备仍待加强

人力资源的培养与储备是百货零售企业在发展当中面临的关键问题之一。人才的储备和培养是企业长期持续发展的有效动力,对于劳动密集型的连锁经营企业更是如此,连锁门店的稳健、快速扩张离不开人才的储备。尤其是像发行人这样采用直营业务模式从事百货零售业务的企业,在经营过程中更需要大量的管理性人才、一线销售骨干等人才,且该模式对一线柜组人员的经营能力和道德品质等各方面要求很高。虽然发行人经过二十多年的发展,已经积累和储备了多达800人的管理和销售骨干团队,公司的经营人才遍布管理、采购、销售,包括一线柜组等各项工作岗位,并且绝大多数的员工在公司任职超过10年的历史,积累了丰富的管理、营销经验,并且具备高度的敬业、服务精神和道德品格。公司也一贯积极通过内部培养与外部选聘提拔人才,并提出“传帮带”、安德利学院和大学生培训计划等人才储备计划,并通过有效的激励制度留住人才。

但未来随着公司的不断发展,尤其是募集资金项目的投入使用,公司的经营规模还将得以大幅的提升,同时也将对各类人才的进一步储备和投入提出了更高的要求。因此,未来公司仍需不断加强人力资源的储备和培训工作,人才储备队伍仍待持续加强,使公司的人才储备满足公司发展的需求,骨干的人才队伍不出现流失。

四、发行人主要业务情况

(一) 发行人从事的主要业务

1、经营范围

许可经营项目:预包装食品兼散装食品、乳制品(含婴幼儿配方乳粉)批发兼零售;保健食品经营;卷烟零售(雪茄烟);冷冻食品销售;糕点面包加工、销售(仅限分公司经营);炒货食品及坚果制品(烘炒类、油炸类)(分装)销售;蔬菜制品【食品菌制品(干制食用菌)】(分装)销售;糖(白砂糖、赤砂糖、冰糖)(分装)销售;水果制品(水果干制品)(分装)销售;冷冻动物产品(仅限分公司经营);图书、音像制品销售(仅限分公司经营)。(上述内容凭有效许可证经营)(以上范围涉及行政许可和资质的凭许可证和资质证在核定范围内经营)一般经营项目:家电、百货、针纺织品、服装、鞋帽销售,农副产

品购销（不含粮棉），家具、五金交电、黄金珠宝、摩托车、自行车、机电产品销售；为本企业运输，家电维修，空调安装，产品咨询服务；电脑及电脑耗材销售；旧家电销售、回收服务。租赁柜台、仓库、设备。广告设计、制作、发布。

2、主要业务

公司业务以自营百货零售为主，具体的零售业态包括购物中心、超市、家电专业店等。

（二）发行人主营业务的基本情况

1、公司报告期内总体经营情况

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
营业收入	76,805.90	145,691.36	137,832.28	129,000.77
营业毛利	16,168.09	30,410.95	27,345.31	24,617.06
营业利润	2,704.84	5,395.63	2,804.11	4,236.27
利润总额	2,897.25	6,052.06	4,781.40	7,086.80
净利润	2,177.71	4,569.07	3,609.19	5,328.34

2、按商品业态划分列示主营业务收入

类别	2016年度1-6月		2015年度			2014年度			2013年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
百货	22,106.45	29.72	41,459.96	29.41	-2.43	42,491.69	31.99	-4.06	44,288.04	35.45
超市	38,483.85	51.75	67,181.07	47.66	12.68	59,618.70	44.88	18.84	50,166.21	40.16
家电	13,397.55	18.01	31,641.87	22.45	4.66	30,232.86	22.76	-0.77	30,468.54	24.39
其他	384.19	0.52	675.44	0.48	38.50	487.69	0.37	-	-	-
合计	74,372.04	100.00	140,958.34	100.00	6.12	132,830.94	100.00	6.33	124,922.79	100.00

3、按销售模式划分列示主营业务收入

类别	2016年1-6月		2015年度			2014年度			2013年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
自营	63,906.32	85.93	121,240.52	86.01	5.87	114,514.17	86.21	5.42	108,630.08	86.96
联营	10,465.72	14.07	19,717.81	13.99	7.65	18,316.76	13.79	12.42	16,292.72	13.04

合计	74,372.04	100.00	140,958.34	100.00	6.12	132,830.94	100.00	6.33	124,922.79	100.00
----	-----------	--------	------------	--------	------	------------	--------	------	------------	--------

4、按销售区域划分列示主营业务收入

类别	2016年1-6月		2015年度			2014年度			2013年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
合肥	27,263.81	36.66	50,156.63	35.58	2.82	48,780.76	36.72	-8.16	53,114.36	42.52
巢湖	24,161.66	32.49	45,905.29	32.57	-1.57	46,638.30	35.11	-0.91	47,065.11	37.68
马鞍山	9,626.87	12.94	19,491.65	13.83	5.71	18,438.78	13.88	3.32	17,847.14	14.29
芜湖	13,319.70	17.91	25,404.77	18.02	33.90	18,973.09	14.28	175.12	6,896.18	5.52
合计	74,372.04	100.00	140,958.34	100.00	6.12	132,830.94	100.00	6.33	124,922.79	100.00

(三) 报告期内公司门店拓展情况

1、公司报告期内门店增长总体情况

2013年公司新增门店5家；2014年无新增门店；2015年新增门店7家；2016年1-6月新增门店1家。

2、报告期内门店关闭情况

名称	地区	开店时间	关闭时间	业态	经营面积 (平方米)	关闭原因	是否存在违法违规情形
安徽安德利百货股份有限公司盛桥家电分公司	庐江	2007-7-20	2013-6-26	家电专业店	126	该店面积较小，开店初房东曾承诺进行店面改造，扩大1000平方米，后未履行承诺，发行人予以关停	无
安徽安德利百货股份有限公司汤池店	庐江	2010-8-20	2013-12-18	超市	600	该店位置偏僻，效益较差，发行人综合考虑成本因素后，将该店予以关停	无
安徽安德利百货股份有限公司汤池分店	庐江	2007-5-11	2014-5-12	家电专业店	40	该店位置偏僻，效益较差，发行人综合考虑成本因素后，将该店予以关停	无
安徽安德利百货股份有限公司白湖分店	庐江	2007-11-15	2015-9-9	超市	913.61	该店周边道路改造，经济效益下降，合同到期后，发行人考虑成本因素后，将该店予以关停。	无
巢湖安德利购物中心有限公司槐林分店	巢湖	2010-10-9	2016-3-31	超市	800.00	该店位置偏僻，效益较差，发行人综合考虑成本因素后，将该店予以关停	无

注：公司已取得上述门店的工商、税务、环保等政府部门的合法合规证明。

3、报告期内各门店基本情况

(1) 截至 2015 年 12 月 31 日本公司各门店基本情况如下：

单位：万元

序号	门店名称	开业时间	地区	零售业态	经营面积 (M ²)	2015 年度营业收入	2015 年度营业利润	收入坪效 (元/平方米)	年末员工人数	员工薪酬	经营许可
1	安徽省安德利百货股份有限公司	1999/5/7	庐江	购物中心	7,500.00	22,025.59	3,592.28	29,367.46	339	1,297.85	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营卫生许可证、报关单位注册登记证书、增值电信业务经营许可证
2	安徽省安德利百货股份有限公司鞋之都	2008/9/23	庐江	鞋类专业店	3,136.84	2,860.17	508.85	9,117.99	94	356.79	不适用
3	安徽省安德利百货股份有限公司大卖场	2006/5/10	庐江	超市	3,288.56	9,143.32	896.51	27,803.41	187	724.88	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营卫生许可证、中华人民共和国出版物经营许可证
4	安徽省安德利百货股份有限公司绣溪分店	2009/8/26	庐江	超市	700.00	1,423.75	69.45	20,339.33	29	106.79	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营卫生许可证
5	安徽省安德利百货股份有限公司庐江金牛商贸中心	2009/2/17	庐江	超市	2,100.00	1,912.76	205.21	9,108.36	45	125.77	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营卫生许可证
6	安徽省安德利百货股份有限公司庐江郭河商贸中心	2010/7/16	庐江	超市	650.00	810.92	44.94	12,475.74	29	80.04	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营卫生许可证
7	安徽省安德利百货股份有限公司庐	2006/12/4	庐江	超市	900.00	670.53	14.16	7,450.33	18	54.93	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营卫生许可证

序号	门店名称	开业时间	地区	零售业态	经营面积 (M ²)	2015 年度营业收入	2015 年度营业利润	收入坪效 (元/平方米)	年末员工人数	员工薪酬	经营许可
	江石头商贸中心										品经营卫生许可证
8	安徽省安德利百货股份有限公司庐江白山商贸中心	2009/2/17	庐江	超市	980.00	1,258.85	87.63	12,845.42	35	99.33	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营卫生许可证
9	安徽省安德利百货股份有限公司庐江盛桥商贸中心	2006/11/24	庐江	超市	583.00	1,098.12	81.72	18,835.76	28	76.20	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营卫生许可证
10	安徽省安德利百货股份有限公司庐江裴岗商贸中心	2006/9/8	庐江	超市	800.00	953.12	74.59	11,914.06	26	75.14	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营卫生许可证
11	安徽省安德利百货股份有限公司庐江龙腾商贸中心	2011/1/1	庐江	超市	3,000.00	1,321.75	122.13	4,405.83	33	92.01	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营卫生许可证
12	安徽省安德利百货股份有限公司庐江泥河商贸中心	2010/4/6	庐江	超市	2,400.00	1,712.67	128.55	7,136.14	38	112.98	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营卫生许可证
13	安徽省安德利百货股份有限公司乐桥分店	2012/4/12	庐江	超市	650.00	445.05	3.23	6,846.91	15	40.49	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营许可证书
14	安徽省安德利百货股份有限公司罗河商贸中心	2013/5/9	庐江	超市	980.00	763.18	3.44	7,787.54	23	68.93	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营许可证书
15	安徽省安德利百货股份有限公司庐江刘墩商贸中心	2015/1/14	庐江	超市	860.00	638.66	-0.97	8,101.49	18	49.62	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营许可证书
16	安徽安德利	2015/	庐江	超市	750.00	120.18	2.29	6,409.61	13	3.75	卫生许可证、烟草专

序号	门店名称	开业时间	地区	零售业态	经营面积 (M ²)	2015 年度营业收入	2015 年度营业利润	收入坪效 (元/平方米)	年末员工人数	员工薪酬	经营许可
	百货股份有限公司庐江长岗商贸中心	09/18									卖许可证、食品经营许可证
17	巢湖安德利购物中心有限公司	2003/9/4	巢湖	购物中心	22,168.00	35,468.78	4,065.88	15,999.99	640	2,559.74	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营许可证
18	巢湖长江百货有限公司	2013/5/23	巢湖	批发	1,030.00	1,588.27	66.04	15,420.09	54	226.92	食品流通许可证
19	巢湖安德利购物中心有限公司城西分店	2012/1/11	巢湖	超市	1,000.00	1,566.02	33.46	15,660.16	24	87.87	食品流通许可证、烟草专卖零售许可证，卫生许可证
20	巢湖安德利购物中心有限公司城北店	2009/9/4	巢湖	超市	4,869.00	4,370.72	119.22	8,976.63	65	242.27	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营许可证、中华人民共和国出版物经营许可证
21	巢湖安德利购物中心有限公司向阳路分店	2007/10/18	巢湖	超市	543.00	897.57	28.27	16,529.88	16	58.06	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营许可证
22	巢湖安德利购物中心有限公司槐林分店	2010/10/9	巢湖	超市	800.00	583.77	8.18	7,297.11	6	21.24	卫生许可证，食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、中华人民共和国出版物经营许可证、中华人民共和国音像经营许可证
23	巢湖安德利购物中心有限公司林头分店	2007/5/30	含山	超市	75.00	130.15	3.73	17,353.97	5	15.88	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证
24	巢湖安德利购物中心有限公司烔炀分店	2007/5/17	巢湖	超市	1,000.00	650.73	4.78	6,507.32	13	42.87	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证
25	巢湖安德利购物中心有限公司清溪	2010/8/31	含山	超市	140.00	226.80	10.29	16,200.35	6	16.17	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证

序号	门店名称	开业时间	地区	零售业态	经营面积 (M ²)	2015 年度营业收入	2015 年度营业利润	收入坪效 (元/平方米)	年末员工人数	员工薪酬	经营许可
	分店										
26	巢湖安德利购物中心有限公司坝镇分店	2011/8/16	巢湖	超市	800.00	763.44	44.45	9,543.02	11	30.43	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证
27	巢湖安德利购物中心有限公司世纪新都分店	2012/7/13	巢湖	超市	260.00	442.29	5.03	17,011.03	9	26.96	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证
28	巢湖安德利购物中心有限公司凤凰名城店	2013/4/9	巢湖	超市	1,216.61	930.59	25.47	7,649.08	21	62.29	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证
29	巢湖安德利购物中心有限公司西门广场店	2015/6/8	巢湖	超市	1,100.00	305.37	-13.88	5,252.18	21	26.81	食品流通许可证、烟草专卖许可证
30	和县安德利购物中心有限公司	2011/5/26	和县	购物中心	18,500.00	18,597.64	1,834.65	10,052.78	361	1,147.21	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营卫生许可证
31	和县安德利购物中心有限公司城北分公司	2011/1/24	和县	超市	1,300.00	547.43	4.32	4,210.96	10	28.21	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营许可证
32	和县安德利购物中心有限公司城南分公司	2012/5/15	和县	超市	235.00	262.80	5.16	11,182.98	6	17.10	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营许可证
33	和县安德利购物中心有限公司西埠分公司	2012/10/26	和县	超市	400.00	133.10	4.89	3,327.61	4	10.74	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营许可证
34	和县安德利购物中心有限公司城西分公司	2012/12/10	和县	超市	199.52	233.72	3.18	11,713.89	6	16.25	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营许可证
35	和县安德利购物中心有限公司富康分公司	2013/4/12	和县	超市	150.00	306.23	10.83	20,415.09	8	20.91	公共场所卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、保健食品经营许

序号	门店名称	开业时间	地区	零售业态	经营面积(M ²)	2015年度营业收入	2015年度营业利润	收入坪效(元/平方米)	年末员工人数	员工薪酬	经营许可
											可证
36	无为安德利购物中心有限公司	2013/11/27	无为	购物中心	24,446.90	17,631.26	1,708.46	7,212.06	443	1,285.89	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、食品卫生许可证(保健食品)、卫生许可证(宾馆)、公共场所安全检查证、特种行业许可证
37	无为安德利购物中心有限公司新百店	2013/7/1	无为	超市	4,100.00	4,722.16	23.19	11,517.47	105	344.37	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、食品卫生许可证(保健食品)
38	无为安德利购物中心有限公司襄安店	2012/11/27	无为	超市	2,700.00	981.40	12.01	3,634.83	44	106.02	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证、食品卫生许可证(保健食品)
39	无为安德利购物中心有限公司红星店	2012/7/30	无为	家电专业店	1,640.00	1,822.24	4.84	11,111.25	17	49.31	不适用
40	无为安德利购物中心有限公司红庙商贸中心	2015/2/3	无为	超市	500.00	333.48	-0.73	8,003.54	15	37.84	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证
41	无为安德利购物中心有限公司石涧商贸中心	2015/04/29	无为	超市	1,400.00	332.13	-9.19	3,558.60	21	47.29	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖零售许可证
42	无为安德利购物中心有限公司陡沟商贸中心	2015/05/29	无为	超市	1,080.00	235.04	-17.43	3,730.72	24	35.00	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖许可证
43	无为安德利购物中心开城商贸中心	2015/08/13	无为	超市	1,415.00	311.09	-13.17	6,595.46	24	29.92	卫生许可证、食品流通许可证、烟草专卖许可证

注：1、因各门店的营业税金及附加、管理费用、财务费用无法分摊至各门店，故表中各门店营业利润=营业收入-营业成本-销售费用。

(2) 发行人各门店取得经营许可、资质及认证情况

发行人及子公司及其门店均已取得相关经营项目所需各类许可、资质及认证，庐江县市场监督管理局、巢湖市市场监督管理局、和县市场监督管理局、无为县市场监督管理局已出具证明，公司及其门店已取得相关经营项目所需各类许可、资质及认证，经营合法、合规。

发行人、巢湖安德利及和县安德利部分门店《保健食品经营许可证》已过期，根据庐江县市场监督局、巢湖市市场监督管理局及和县市场监督管理局分别出具的《证明》并经核查，该等情况系因相关配套管理条例尚未出台且管理机构组织改革，该等情况不会导致发行人及其子公司受到主管机关处罚，发行人及其子公司继续经营保健食品合法、合规。

（四）公司主要的经营模式及业务流程

1、经营模式

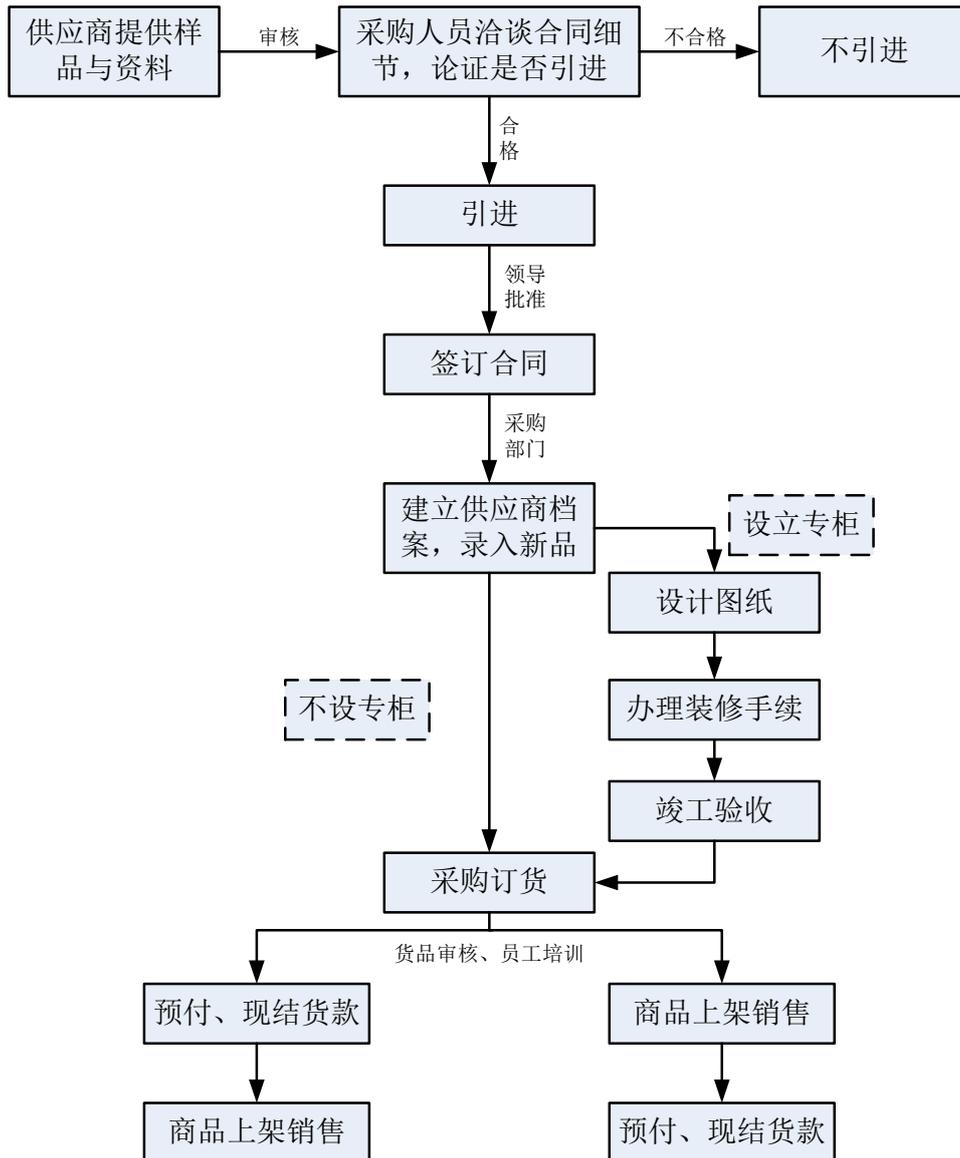
目前公司采用的主要经营模式有自营、联营和物业租赁。

（1）自营

①自营的操作方式

自营是百货零售经营企业传统的经营模式，也是公司最主要的经营模式，公司目前 80% 以上的营业收入来源于自营模式。公司通过直接采购商品，并买断商品所有权，验收入库后纳入库存管理，之后由公司进行商品的销售，赚取进销差价实现盈利。在自营方式下，公司承担相应的风险和报酬，但通常公司与供应商约定一定的退换货比例，以及因促销打折、市场变化等因素发生的调价补偿、保点利润。

自营的操作流程如下：



②自营的收入确认方式

公司在售出商品并取得货款或收款凭证时确认收入，具体操作程序如下：

A.若为百货区销售商品，营业员开具销售小票，顾客持销售小票到收银台款交款，每天营业员编制《销售汇总表》与收银员核对；

B.若为自选区，则顾客直接拿商品到收银台交款，收银员扫描商品条码并收款；

C.营业结束收银员将货款交财务部清点；

D.财务部每天向银行交纳销货款，银行卡款由银行划入公司账户，出具进账单，并将回单交至财务部；

E.每天财务部汇总收银员的交款单，核对银行进账单，与业务信息系统统计

的销售金额核对后，以销售汇总报表作收入的账务处理。

③自营的结算流程

购销结算流程如下：

A.采购中心根据合同约定在业务信息系统中输入购销供应商的基础信息，包括供应商的名称、编号、商品品类、结算方式、结算周期等；

B.采购中心在与供应商签订合同后向供应商下订货单；

C.仓库或卖场收到货物并确认后，录入业务信息系统自动生成商品入库单；

D.信息部门根据仓库和卖场实际收到的商品制作商品验收入库单，交财务部审核并与供应商核对无误后，由供应商开具增值税发票交财务部。

E.财务部审核增值税发票无误后，确认应付账款或支付货款。

④自营的盈利方式

自营商品的盈利主要系赚取商品进销差价。

⑤自营模式的优势

自营模式是公司开展百货业务中最为重要的销售方式，自营模式的优势主要体现在如下几方面：

A.拥有定价权：自营模式通过买断商品进行销售，具有商品的定价权优势，所取得的毛利也高于联营销售的扣点水平。本公司商品销售平均零售价格低于同行业，但毛利率却较高。

B.便于把控质量：自营模式因为需要买断商品，因此要求建立自有的质量把控体系，对质量合格的产品，进行买断并上架销售。联营模式往往采用直接上架销售，并按销售额获得一定比例的返点，在质量控制和消费者权益的保护力度方面不及自营模式。

C.避免同质化竞争：目前百货企业所销售商品同质化情况较为严重，新的盈利模式尚未形成，同一区域的企业难以避免的采取价格战等不利于行业健康发展的方式寻求生存，因此百货企业亟需加强差异化经营能力。本公司除黄金、化妆品、食品及家用电器商品重合率较大外，所销售商品与同行企业的重合率较低，与当前一、二线城市百货千店一面的同质化局面形成明显区别。

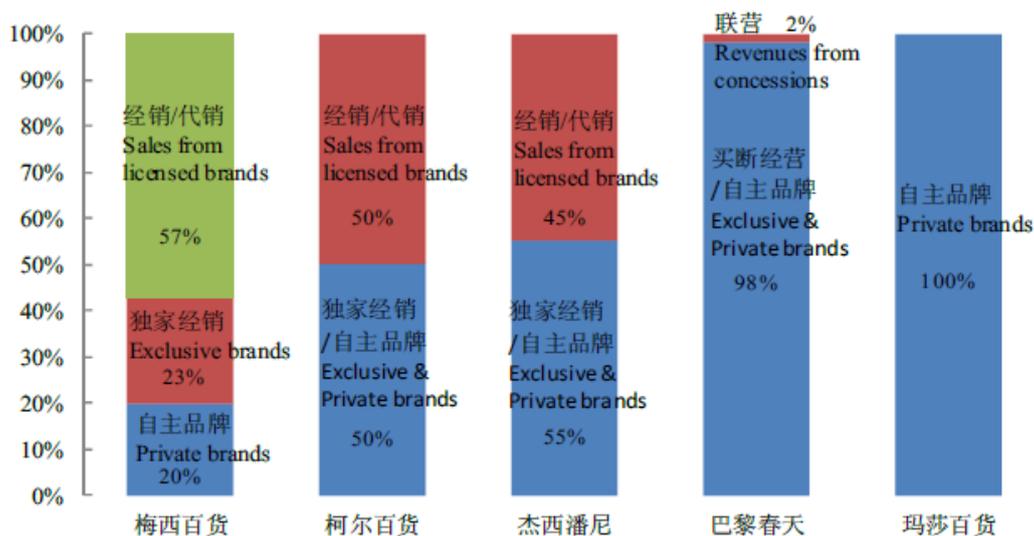
D.快速满足消费者需求：自营模式的差异化经营是建立在对消费者需求的及时把握上，自营百货企业通过判断消费者的需求偏好和对不同层次商品的需求量

以进行采购。联营模式通常只选择若干经销商进行商品销售，而且不同百货商家之间往往会在经销商的选择上进行模仿，经销商所销售商品在区域内多数百货商场上架后，会减少消费者的选择面，不利于反映消费者的需求。

E.锻炼决策型团队：真正能够接触到消费者的是活跃在销售一线的柜员与柜组长，因此自营百货企业通过建立柜组长参与采购商品的方式以准确及时的满足消费者需求，柜组长和柜员一方面直接接触消费者，一方面参与专属商品的采购，易于锻炼一支决策型团队。

因此，自营模式业已成为百货业发展的主流趋势，欧美最著名的几家百货集团的自营率已高达 50% 以上。

欧美最著名百货的几家百货集团 2011 年收入结构如下：



数据来源：中信证券百货行业研究报告

联营虽然降低了高档百货的经营风险，但却不利于对上游渠道控制能力的加强，这种控制能力与供应商品品牌地位成反比，与百货公司的盈利能力成正比。

⑥自营模式所存在主要风险

A.资金风险：自营模式要求对商品买断经营，需要投入大量资金，资金压力偏大。本公司因为自有定价权及长期积累的可靠信誉，具有账期比联营企业长，价格倾斜政策等优势，有效地缓解了资金压力。

B.库存风险：联营模式下商品的所属权归经销商所有，自营模式下商品的所属权归自营企业所有，自营企业一旦采购量过大或者采购商品不易销售，往往面临较大的库存压力。本公司通过锻炼决策型团队，激发了基层员工关注和把握市场的主动性，从而减少进货的盲目性，降低库存风险，此外公司与多数经销商签

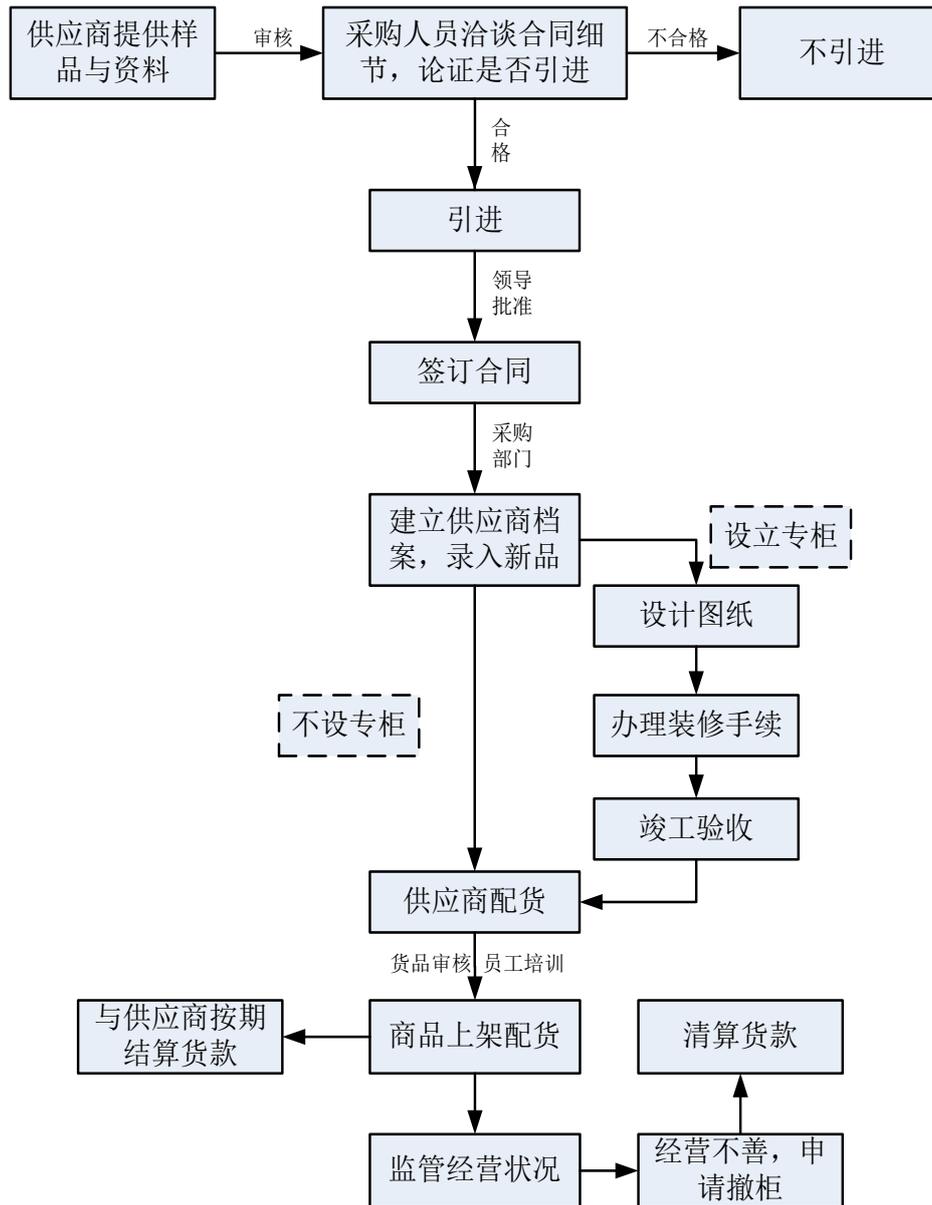
有退货协议，避免大量库存积压情况的出现。

（2）联营

①联营的操作方式

联营（专柜）模式是公司的重要经营模式，是指供应商在门店指定区域内设立品牌专柜，提供相应商品并由供应商的销售人员（或供应商承担本公司销售人员的工资等费用）负责商品销售的一种经营模式。在商品尚未售出的情况下，商品所有权归供应商，公司不承担商品跌价、损坏、偷盗和变质所引起的损失及其他风险。供应商按售价扣除与公司约定的分成比例后开具发票给公司，公司在商品售出后按企业会计准则的规定按不含税售价确认销售收入，并按售价扣除约定的分成确认销售成本和应付账款。公司目前采用联营模式的品类主要包含部分黄金珠宝、化妆品、服装、针纺、鞋类等。

联营的操作流程如下：



②联营的收入确认方式

联营的收入确认方式与自营一致。

③联营的结算方式

A.采购中心根据合同约定在业务信息系统中输入联销供应商的基础信息，包括供应商的名称、编号、商品品类、分成比例等；

B.财务部根据合同复核上述信息；

C.每月系统根据上月销售数据和基础资料自动生成结算单据，并交财务部审核，在审核无误后通知供应商开具增值税发票交财务部；

D.财务部审核增值税发票无误后，通过银行将货款划至供应商银行账户。

④联营的盈利模式

联营的主要盈利为与供应商事前合同、协议确定的销售提成。

(3) 物业租赁

①物业出租

物业出租是指公司将自有物业租赁给第三方进行经营，并收取租金。主要是配合门店零售业务，满足顾客其他消费需求的服务补充。目前公司主要在巢湖购物中心、无为购物中心有部分物业出租，包括餐饮、健身房、快餐店、娱乐项目等。

②物业出租收入的确认

公司每月按租赁合同约定收取租金确认收入。具体操作流程如下：

A.财务部将租赁合同条款录入业务信息系统；

B.每月初业务信息系统自动生成租金缴款单，财务部向租户发出交款书；

C.租户交付租金给财务部，财务部开具租赁发票；

D.银行向财务部收款，出具进账单，并将进账单回单交至财务部，财务部核对后作账务处理。

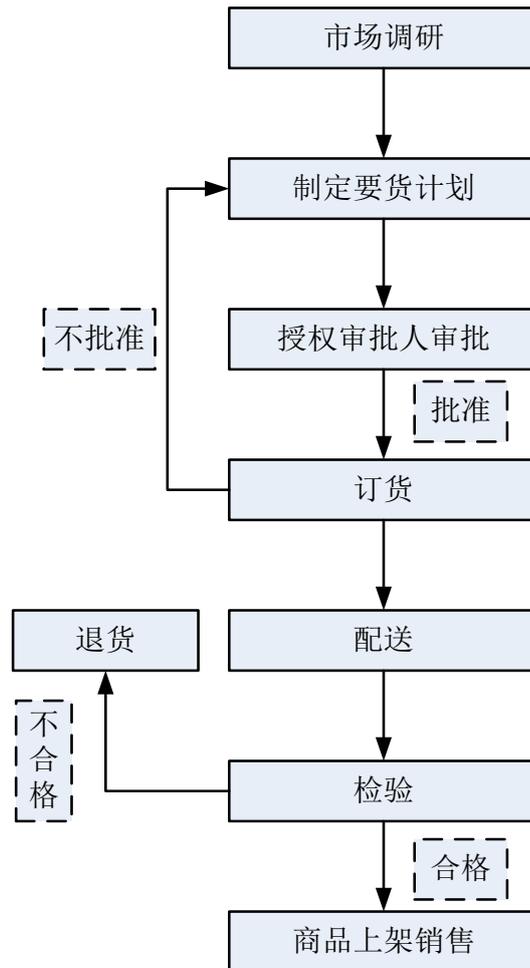
2、销售模式

目前公司的销售模式采用的是门店零售和大宗客户销售两种方式：

(1) 门店零售

门店零售指顾客在收银台买单（即前台买单）的商品收入，是主营业务收入的主要来源。门店零售结算方式主要包括现金结算、银行 POS 机刷卡结算、安德利储值卡结算和积分销售结算等形式，促销方式有折扣、买赠等。门店零售的流程包括价格调整、前台销售、退换货、客户投诉管理、开具发票、赠品发放和收入确认，其中价格调整又分为各县级总部统一售价调整、门店调价、生鲜调价和区域总部促销调价。公司定期对商品市场销售价格进行调查，并将同区域竞争对手的价格信息录入公司信息系统，再根据自身的定价策略和商品类别目标毛利率控制指标的要求，动态调整商品零售价格。

销售的操作流程如下：



(2) 大宗客户销售

公司大客户服务部主要负责大宗批发客户的接洽和开拓，定价方面，与门店零售相比，大宗客户可获得规模采购所带来相对优惠价格，大客户服务部以商品零售价为基础，结合本部门经营目标和销售合同中有关商品价格条款的规定对商品售价进行维护和更新，并根据销售合同的约定定期编制《商品报价单》交予客户。大宗客户销售和零售收入确认方法一致，一般先收款再提货，降低了货款回收风险，如大宗客户已付款额大于提货额，公司财务报表反映为预收款项；如大宗客户提货额大于已付款额，公司财务报表反映为应收账款。

另外，公司隶属于百货零售行业，营销策划活动在整个销售模式当中占有重要作用，公司的营销活动主要包括重点节日、重点阶段、以及组织创意活动寻找市场新的空白商机等营销手段，重点节日主要指在“春节”、“周年店庆”、“元宵节”、“五一”等各大基本节日进行让利促销活动；重点阶段主指在公司在不同季节时间阶段针对消费者举办的营销活动，比如“春雷行动”、“夏日风暴”等服装专

场营销促销活动；组织创意活动主要指寻找新的市场亮点，比如举办“美食节”、“爱酒日”。通过上述销售模式能够有效保持公司收入稳定增长，也能够提高存货周转效率，降低库存商品余额。

3、采购模式

公司的采购模式采用以事业部采购部门为主，销售人员配合采购的模式。公司下设百货、家电、超市三大事业部，各事业部中均配有独立的采购部门。百货事业部下属还设有专业商品的部门，如服装、针纺、鞋业等。各专门部门也配备了相应的采购人员。此外，各中心区域安排负责人或专门人员参与采购的计划、区域的分配计划等协调工作。公司总部履行统一的计划、监督、协调、管理的采购职能，各事业部落实具体的各项采购工作，各业务部门的一线柜组长配合参与商品的选购。对于共同性或采购量大的商品，公司将汇集上述多方力量共同参与采购。与国内普遍采用的联营模式经营的企业相比，公司采购模式中因为有一线柜组长、柜组员的直接参与，“买手”的市场价值发现功能能够得到较好的体现，这将使公司真正形成以销售为导向的直接面向市场的采购模式，该模式会使公司发挥出自营模式下的优势，该模式亦会使公司的库存商品保持在较高的适销性水平。

（1）采购模式

①采购模式分类

公司的采购方式有三种，自采、向区域代理商采购和成为区域代理商。

A.自采：采购人员和门店柜组长到商品货源地考察市场、选择商品并采购。这种采购方式不受品牌代理商销售区域的限制，同时柜组长作为一线销售人员参与采购过程，能够较为准确的掌握市场需求。

B.向区域代理商采购：公司或子公司与所在地代理商签订协议，向供应商发订单订货。

C.成为区域代理商：公司或子公司成为某品牌的区域代理商，既为自身各门店供货，也面向乡镇其他超市、卖场、便利店批发供货。这一类主要为国内知名品牌，如旺旺、雀巢、黑牛等。

②发行人各采购模式下的采购金额、占比

报告期前三年，发行人自采、向区域代理商采购、成为区域代理商三种模式

下采购金额明细，每种模式采购金额占全年采购总额比例具体情况见下表（每种模式下选取前十大供应商重点披露）：

年度	模式	供应商名称	采购金额(万元)	采购占比	采购商品名称	经营方式	是否可以退换货	是否可以调、保价	
2015年度	自采模式	漯河双汇食品销售有限公司	3,044.76	2.68%	双汇冷鲜肉	自营	是	是	
		上海豫园黄金珠宝集团有限公司	2,991.00	2.63%	老庙黄金珠宝.亚一黄金珠宝	自营	是	否	
		安徽省烟草公司合肥市公司	2,794.19	2.46%	香烟	自营	否	否	
		重庆新日日顺家电销售有限公司合肥分公司	1,913.88	1.69%	海尔冰箱、洗衣机	自营	是	是	
		青岛海信电器营销股份有限公司合肥分公司	1,891.35	1.67%	海信电视	自营	是	是	
		合肥市包河区惠达种植农民专业合作社	1,579.29	1.39%	蔬菜	自营	是	否	
		安徽五星果品有限公司	1,136.83	1.00%	水果	自营	是	是	
		安徽三新钟表有限公司	962.27	0.85%	钟表	联营	是	否	
		深圳创维-RGB电子有限公司芜湖分公司	851.78	0.75%	创维电器	自营	是	是	
		四川长虹电器股份有限公司合肥销售分公司	792.65	0.70%	长虹电器	自营	是	是	
		其他	52,507.58	46.23%					
		小合计	70,465.57	62.04%					
	向区域代理商采购	安徽天香制冷设备有限公司	9,526.31	8.39%	格力空调	自营	是	是	
		合肥合鑫商贸有限公司巢湖销售分公司	1,146.57	1.01%	宝洁系列	自营	是	是	
		合肥恒定商贸有限公司	859.78	0.76%	雀巢咖啡、雀巢奶粉	自营	是	是	
		巢湖市协力商贸有限公司	796.42	0.70%	达能饼干、陈克明面条	自营	是	是	
		安徽亿森经贸有限公司.	767.24	0.68%	金龙鱼油	自营	是	是	
		合肥万润食品有限公司	733.36	0.65%	冷鲜肉	自营	是	是	
		合肥海阳食品有限公司.	715.97	0.63%	飞鹤奶粉、贝因美奶粉	自营	是	是	
		巢湖市永翠商贸有限责任公司	544.82	0.48%	伊利奶粉、张裕红酒	自营	是	是	
		巢湖市陈义兴商贸有限责任公司	528.13	0.46%	茅台、五粮液	自营	是	是	
		巢湖市昊源商贸有限公司	497.86	0.44%	喜之郎果冻、徐福记棒棒糖	自营	是	是	
其他	22,530.76	19.84%							
小合计	38,647.22	34.03%							
成为	联合利华服务(合肥)有限公司	1,555.09	1.37%	洗化用品	自营	否	否		

区域代理商	司						
	金红叶纸业集团有限公司合肥分公司	591.22	0.52%	纸品	自营	是	否
	山东鲁花集团商贸有限公司合肥分公司	411.99	0.36%	食用油	自营	是	否
	尤妮佳生活用品(中国)有限公司	359.08	0.32%	纸品	自营	是	否
	沈阳脱普生活用品服务有限公司南京分公司	352.81	0.31%	生活用品	自营	是	否
	合肥旺旺食品有限公司合肥分公司	218.27	0.19%	碎碎冰、休闲食品	自营	是	否
	山东三星玉米产业科技有限公司	194.89	0.17%	食用油	自营	是	否
	合肥金燕食品有限责任公司	152.41	0.13%	乳制品	自营	否	否
	上海庄臣有限公司	85.00	0.07%	生活用品	自营	是	否
	广东格兰仕生活电器商业有限公司	70.81	0.06%	微波炉	自营	是	否
	其他	478.19	0.42%				
	小合计	4,469.77	3.94%				
大合计	113,582.56	100.00%					
2014年度 自采模式	上海豫园黄金珠宝集团有限公司	3,419.89	3.12%	老庙黄金珠宝、亚一黄金珠宝	自营	是	否
	漯河双汇食品销售有限公司	3,366.24	3.07%	双汇冷鲜肉	自营	是	是
	安徽省烟草公司合肥市公司	3,004.44	2.74%	香烟	自营	否	否
	重庆新日日顺家电销售有限公司合肥分公司	1,799.15	1.64%	海尔冰箱、洗衣机	自营	是	是
	青岛海信电器营销股份有限公司合肥分公司	1,734.67	1.58%	海信电视	自营	是	是
	深圳市金瑞麒珠宝首饰有限公司	886.49	0.81%	黄金珠宝	自营	是	否
	浙江大自然鞋业有限公司	834.03	0.76%	卓诗尼鞋	联营	是	否
	四川长虹电器股份有限公司合肥销售分公司	803.14	0.73%	长虹电视	自营	是	是
	合肥 TCL 电器销售有限公司	745.60	0.68%	TCL 电视	自营	是	是
	合肥美菱白色家电营销有限公司	697.14	0.64%	美菱冰箱	自营	是	是
	其他	48,378.28	44.17%		自营或联营		
	小合计	65,669.07	59.96%				
向区域代理商采购	安徽天香制冷设备有限公司	9,143.75	8.35%	格力空调	自营	是	否
	合肥宏盛美的空调销售有限公司	1,275.93	1.16%	美的空调	自营	是	否
	合肥合鑫商贸有限公司巢湖	1,087.42	0.99%	宝洁系列	自营	是	是

		销售分公司						
		合肥恒定商贸有限公司	896.46	0.82%	雀巢咖啡、雀巢奶粉	自营	是	是
		巢湖市协力商贸有限公司	814.77	0.74%	达能饼干、陈克明面条	自营	是	是
		安徽亿森经贸有限公司	691.26	0.63%	金龙鱼油	自营	是	是
		南京万成汇通信设备有限公司	644.41	0.59%	通讯娱乐类电子产品	自营	否	否
		巢湖市永翠商贸有限责任公司	634.21	0.58%	伊利奶粉、张裕红酒	自营	是	是
		巢湖市兴达商贸有限公司	625.07	0.57%	蒙牛酸奶、君乐宝酸奶	自营	是	是
		巢湖市昊源商贸公司	606.72	0.55%	喜之郎果冻、徐福记棒棒糖	自营	是	是
		其他	23,962.61	21.88%		自营或联营		
		小合计	40,382.60	36.87%				
	成为区域代理商	联合利华服务(合肥)有限公司	1,859.70	1.70%	洗化产品	自营	否	否
		金红叶纸业集团有限公司合肥分公司	385.84	0.35%	清风纸品	自营	是	否
		沈阳脱普生活用品服务有限公司南京分公司	300.16	0.27%	妙洁生活用品	自营	是	否
		广东格兰仕生活电器商业有限公司	255.99	0.23%	微波炉	自营	是	否
		山东鲁花集团商贸有限公司合肥分公司	224.96	0.21%	食用油	自营	是	否
		尤妮佳生活用品(中国)有限公司	155.75	0.14%	尿不湿	自营	是	否
		安徽戈斯曼国际葡萄酒有限公司	120.21	0.11%	古井酒	自营	否	否
		山东三星玉米产业科技有限公司	106.10	0.10%	食用油	自营	是	否
		上海庄臣有限公司	69.17	0.06%	蚊香	自营	是	否
		小合计	3,477.88	3.18%				
		大合计	109,529.55	100.00%				
2013年度	自采模式	安徽明珠格力电器销售有限公司	7,366.28	6.87%	格力空调	自营	是	否
		上海豫园黄金珠宝集团有限公司	6,036.13	5.63%	亚一黄金、珠宝	自营	是	否
		安徽省烟草公司合肥市公司	3,149.92	2.94%	香烟	自营	否	否
		重庆新日日顺家电销售有限公司合肥分公司	1,993.67	1.86%	海尔冰箱、洗衣机	自营	是	是

	青岛海信电器股份有限公司 合肥经营分公司	1,796.48	1.67%	海信彩电	自营	是	是
	合肥 TCL 电器销售有限公司	1,482.50	1.38%	TCL 彩电	自营	是	是
	浙江明牌首饰股份有限公司	1,296.44	1.21%	亚一黄金珠宝	自营	是	否
	漯河双汇食品销售有限公司	1,220.27	1.14%	冷鲜肉	自营	是	是
	四川长虹电器股份有限公司 合肥销售分公司	1,072.65	1.00%	长虹电器	自营	是	是
	深圳创维—RGB 电子有限公司 芜湖分公司	911.94	0.85%	创维电器	自营	是	是
	其他	41,352.63	38.55%		自营或 联营		
	小合计	67,678.91	63.09%				
向区域代理商采购	安徽天香制冷设备有限公司	2,072.91	1.93%	格力空调	自营	是	否
	巢湖市协力商贸有限公司	814.68	0.76%	奥利奥, 达能系列休闲食品	自营	是	是
	合肥合鑫商贸有限公司巢湖 销售分公司	760.83	0.71%	宝洁洗护产品	自营	是	是
	巢湖市永翠商贸有限责任公司	612.36	0.57%	伊利奶粉、张裕 红酒	自营	是	是
	合肥市宏金家电有限公司	510.80	0.48%	小天鹅洗衣机、 电脑	自营	是	是
	庐江县统兴商贸有限公司	394.86	0.37%	蒙牛牛奶	自营	是	是
	安徽亿森经贸有限公司	386.88	0.36%	金龙鱼食用油	自营	是	是
	合肥恒定商贸有限公司	373.82	0.35%	贝因美奶粉	自营	是	是
	合肥海阳食品有限公司	367.31	0.34%	飞鹤奶粉、贝因 美奶粉	自营	是	是
	南京万成汇通信设备有限公 司	330.25	0.31%	通讯娱乐类电 子产品	自营	是	是
	其他	29,082.89	27.11%		自营或 联营		
	小合计	35,707.58	33.29%				
成为区域代理商	联合利华服务(合肥)有限公 司	1,882.61	1.76%	洗化产品	自营	否	否
	合肥旺旺食品有限公司合肥 分公司	476.26	0.44%	碎碎冰、休闲食 品	自营	是	否
	广东格兰仕生活电器商业有 限公司	352.80	0.33%	微波炉	自营	是	否
	金红叶纸业集团有限公司合 肥分公司	336.03	0.31%	清风纸品	自营	是	否
	沈阳脱普生活用品服务有限 公司南京分公司	296.34	0.28%	妙洁生活用品	自营	是	否
	山东鲁花集团商贸有限公司 合肥分公司	231.51	0.22%	食用油	自营	是	否

	山东三星玉米产业科技有限公司	135.70	0.13%	食用油	自营	是	否
	绵阳市酒鑫鑫商贸有限公司	92.42	0.09%	丰谷酒	自营	是	否
	安徽戈斯曼国际葡萄酒有限公司	76.29	0.07%	古井酒	自营	是	否
	小合计	3,879.96	3.62%				
	大合计	107,266.46	100.00%				

从上述表格可以看出，发行人三种采购模式下，自采模式下金额占比最大，约 60%，即发行人绝大多数商品能够直接从上游供应商终端进行采购，在整体上下游供应链条中体现了一定溢价能力。

③发行人各采购模式下存货风险的承担方式

发行人三种采购模式下，自采、向区域代理商两种采购模式下均存在自营与联营经营模式，且主要以自营经营模式为主；成为区域代理商采购模式下均为自营经营模式，不存在联营经营模式。

在自营模式下，发行人存货风险主要由发行人自行承担，同时，发行人与绝大多数供应商签署的商业合同中均约定有退换货条款或调价保价条款等相关规定；上述表格中提及的各别供应商，例如联合利华服务（合肥）有限公司、安徽戈斯曼国际葡萄酒有限公司等，发行人虽然未在其签署的商业合同中提及退换货条款或调价保价条款的情况，但在实际经营过程中，发行人向该类供应商采购的商品主要为一些快速消费品，发行人通过严格的存货管理预警制度，当发现该类商品库龄超过一定时间时，会优先将其在促销活动中打折销售完毕。

在联营模式下，发行人不存在账面存货余额，存货所有权属于供应商，最终风险由供应商进行承担。

④相关资质以及与供应商间商品质量、食品安全等法律责任的承担方式

保荐机构通过访谈公司董事长、采购负责人、相关供应商，并查阅供应商相关资质证明文件、相关产品代理合同、购销合同等，对发行人主要供应商进行了核查，2015 年度至今发行人供应商资质、发行人相关产品代理资格、发行人与供应商之间关于商品质量、食品安全等法律责任的承担方式具体情况如下：

模式	供应商名称	采购商品名称	供应商资质	发行人代理资质	签订合同情况	商品质量、食品安全 法律责任
自采 模式	漯河双汇食品销售有限公司	双汇冷鲜肉	41110000027482号《营业执照》；SP4111911210006303号《食品流通许可证》	N/A	与发行人/子公司签订的《双汇鲜冻产品购销合作协议书》	无特殊约定
	上海豫园黄金珠宝集团有限公司	老庙黄金珠宝	913100007622206917《营业执照》	N/A	与发行人/子公司签订的《上海豫园黄金珠宝集团有限公司特许加盟合同》《上海豫园黄金珠宝集团有限公司商品购销合同》	发行人/子公司负责商品验收；上柜产品须经质检部门检测
	安徽省烟草公司合肥市公司	香烟	340100000178114号《营业执照》；2134010236号《烟草专卖批发企业许可证》	N/A	订单形式，无合同	无特殊约定
	重庆新日日顺家电销售有限公司合肥分公司	海尔冰箱、洗衣机	340100500019640号《营业执照》	N/A	与发行人/子公司签订的《2015年度海尔洗衣机产品销售协议》、《2015年度海尔冰箱产品销售协议》	无特殊约定
	青岛海信电器营销股份有限公司合肥分公司	海信电视	340100000907103号《营业执照》	N/A	与发行人/子公司签订的《海信电视2015年度销售合同》	发行人/子公司须在授权服务商鉴定确认后，方可办理产品退换
	合肥市包河区惠达种植农民专业合作社	蔬菜	3401111NA000011X号《营业执照》	N/A	与发行人/子公司签订的《产品购销合同》	无特殊约定
	安徽五星果品有限公司	水果	340100000214625号《营业执照》	N/A	与发行人/子公司签订的《产品购销合同》	无特殊约定
	安徽三新钟表有限公司	钟表	340000000008369号《营业执照》	N/A	与发行人/子公司签订的《巢湖安德利购物中心有限公司商品购销合同》	所提供商品如被消费者发现并经专业授权

模式	供应商名称	采购商品名称	供应商资质	发行人代理资质	签订合同情况	商品质量、食品安全 法律责任
						机构检验不符合标准 或为假冒伪劣商品 的，须赔偿发行人/ 子公司全部损失及 2 万-5 万元一次性赔偿 金
	深圳创维-RGB 电子有 限公司芜湖分公司	创维电器	340200500006777 号《营业执 照》	N/A	与发行人/子公司签订的《巢湖安德利 购物中心有限公司商品购销合同》	所提供商品如被消费 者发现并经专业授权 机构检验不符合标准 或为假冒伪劣商品 的，须赔偿发行人/ 子公司全部损失及 2 万-5 万元一次性赔偿 金
	四川长虹电器股份有 限公司合肥销售分公 司	长虹电视	340100000307207 号《营业执 照》	N/A	与发行人/子公司签订的《长虹电视产 品经销协议》	发行人/子公司收货 时验收；长虹按三包 规定提供售后服务
向区 域代 理商 采购	安徽天香制冷设备有 限公司	格力空调	340100000584470 号《营业执 照》；安徽明珠格力电器销 售有限公司出具的《格力空 调指定经销商授权书》	N/A	与发行人/子公司签订的《安徽盛世欣 兴格力贸易有限公司 2015 销售年度格 力空调指定经销商销售协议书》、	无特殊约定
	合肥合鑫商贸有限公司巢 湖销售分公司	宝洁系列	341402000003086 号《营业执 照》；广州宝洁有限公司出 具的《授权书》	N/A	与发行人/子公司签订的《巢湖安德利 购物中心有限公司商品购销合同》	无特殊约定

模式	供应商名称	采购商品名称	供应商资质	发行人代理资质	签订合同情况	商品质量、食品安全 法律责任
	合肥恒定商贸有限公司	雀巢咖啡、雀巢奶粉	340194000017912号《营业执照》、SP3401941210010140号《食品流通许可证》、雀巢（中国）有限公司芜湖分公司出具的《证明》	N/A	与发行人/子公司签订的《分销商协议书》	无特殊约定
	巢湖市协力商贸有限公司	达能饼干、陈克明面条	341402000055861号《营业执照》；SP3414021210046733号《食品流通许可证》；亿滋食品企业管理（上海）有限公司、周口金丝猴食品有限公司及江门市滨崎食品有限公司分别出具的《授权书》	N/A	与发行人/子公司签订的《巢湖安德利购物中心有限公司商品购销合同》	所提供商品如被消费者发现并经专业授权机构检验不符合标准或为假冒伪劣商品的，须赔偿发行人/子公司全部损失及2万-5万元一次性赔偿金
	安徽亿森经贸有限公司	金龙鱼油	340100000232681号《营业执照》；SP3401031010013552号《食品流通许可证》；与益海嘉里食品营销有限公司签订的《经销协议书》	N/A	与发行人/子公司签订的《巢湖安德利购物中心有限公司商品购销合同》	所提供商品如被消费者发现并经专业授权机构检验不符合标准或为假冒伪劣商品的，须赔偿发行人/子公司全部损失及2万-5万元一次性赔偿金
	合肥万润食品有限公司	冷鲜肉	91340122664204882G号《营业执照》 SP3402241310025577号《食	N/A	与发行人/子公司签订的《买卖合同》	无特殊约定

模式	供应商名称	采购商品名称	供应商资质	发行人代理资质	签订合同情况	商品质量、食品安全 法律责任
			品流通许可证》；合政秘【2013】178号《生猪定点屠宰证》；（东）动防合字第110002号《动物防疫条件合格证》			
	合肥海阳食品有限公司	飞鹤奶粉、贝因美奶粉	340100000191279号《营业执照》；SP3401041110018094号《食品流通许可证》	N/A	与发行人/子公司签订的《商品购销合同》	所提供商品如被消费者发现并经专业授权机构检验不符合标准或为假冒伪劣商品的，须赔偿发行人/子公司全部损失及2万-5万元一次性赔偿金
	巢湖市永翠商贸有限责任公司	伊利奶粉、张裕红酒	341402000017542号《营业执照》；SP3414011010000605号《食品流通许可证》；内蒙古伊利实业集团股份有限公司奶粉事业部出具的《授权书》；烟台张裕葡萄酒股份有限公司出具的《授权书》	N/A	与发行人/子公司签订的《商品购销合同》	所提供商品如被消费者发现并经专业授权机构检验不符合标准或为假冒伪劣商品的，须赔偿发行人/子公司全部损失及2万-5万元一次性赔偿金

模式	供应商名称	采购商品名称	供应商资质	发行人代理资质	签订合同情况	商品质量、食品安全 法律责任
	巢湖市陈义兴商贸有 限责任公司	茅台、五粮液	341402000006343《营业执 照》、SP3414021410001985 号《食品流通许可证》、 340181100008 酒类流通备案 登记表、《授权书》	N/A	与发行人/子公司签订的《新品合同书》	所提供商品如被消费 者发现并经专业授权 机构检验不符合标准 或为假冒伪劣商品 的，须赔偿发行人/ 子公司全部损失及 2 万-5 万元一次性赔偿 金
	巢湖市昊源商贸有 限公司	喜之郎果冻、徐 福记棒棒糖	341402000023284《营业执 照》、SP3414021010012306 号《食品流通许可证》；好 丽友食品有限公司出具的 《授权书》、东莞徐记食品 有限公司出具的《授权函》、 南京喜之郎食品有限公司出 具的《证明》	N/A	与发行人/子公司签订的《商品购销合 同》	所提供商品如被消费 者发现并经专业授权 机构检验不符合标准 或为假冒伪劣商品 的，须赔偿发行人/ 子公司全部损失及 2 万-5 万元一次性赔偿 金
成为 区域 代理 商	联合利华服务（合肥） 有限公司	洗化产品	340100400005228 号《营业执 照》	与发行人/子公司 签订的《2015 年分 销合同》	与发行人/子公司签订的《2015 年分 销合同》	无特殊约定
	金红叶纸业集团有限 公司合肥分公司	清风纸品	340100500005209 号《营业执 照》	与发行人/子公司 签订的《经销商合 同》、《买卖合同》	与发行人/子公司签订的《经销商合 同》、《买卖合同》	无特殊约定

模式	供应商名称	采购商品名称	供应商资质	发行人代理资质	签订合同情况	商品质量、食品安全 法律责任
	山东鲁花集团商贸有限公司合肥分公司	食用油	340100500017672号《营业执照》；SP3401081010004385号《食品流通许可证》	与发行人/子公司签订的《山东鲁花集团商贸有限公司2015年度食用油产品经销商合同》	与发行人/子公司签订的《山东鲁花集团商贸有限公司2015年度食用油产品经销商合同》	无特殊约定
	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	尿不湿	310000400521514号《营业执照》；沪卫消证字（2009）第0020号《上海市消毒产品生产企业卫生许可证》	与发行人/子公司签订的《尤妮佳生活用品（中国）有限公司商品销售协议书》	与发行人/子公司签订的《尤妮佳生活用品（中国）有限公司商品销售协议书》	无特殊约定
	沈阳脱普生活用品服务有限公司南京分公司	妙洁生活用品	320100500026987号《营业执照》；（苏）委消证字（（2008）第0053号	与发行人/子公司签订的《2015年度销售协议》	与发行人/子公司签订的《2015年度销售协议》	无特殊约定
	合肥旺旺食品有限公司合肥分公司	碎碎冰、休闲食品	91340100678913153A号《营业执照》；QS340112010439《食品生产许可证》；SP3401081110006819《食品流通许可证》	与发行人/子公司签订的《产品经销合同》	与发行人/子公司签订的《产品经销合同》	无特殊约定
	山东三星玉米产业科技有限公司	食用油	370000400003493号《营业执照》；QS371602010419号《全国工业产品生产许可证》	与发行人/子公司签订的《2015年度经销商协议书》	与发行人/子公司签订的《2015年度经销商协议书》	无特殊约定

模式	供应商名称	采购商品名称	供应商资质	发行人代理资质	签订合同情况	商品质量、食品安全 法律责任
	合肥金燕食品有限 责任公司	乳制品	340122000026781 号《营业执 照》； SP3401081010001326 号《食品流通许可证》	与发行人/子公司 签订的《分销协 议》	与发行人或子公司签订的《分销协议》	无特殊约定
	上海庄臣有限公司	蚊香	310115400000773 《营业执 照》； HNP31043-I2436 号《中 华人民共和国农药生产批准 证书》	与发行人/子公司 签订的《15-16 财 政年度经销商合 同》	与发行人/子公司签订的《15-16 财政年 度经销商合同》	无特殊约定
	广东格兰仕生活电器 商业有限公司	微波炉	440681000292561 号《营业执 照》	与发行人/子公司 签订的《2014 年度 格兰仕生活电器 销售合同》	与发行人/子公司签订的《2014 年度格 兰仕生活电器销售合同》	无特殊约定

相关法律、法规对商品质量责任及食品安全责任规定如下：

A.《中华人民共和国产品质量法》就产品质量损害赔偿责任规定如下：

“……第四十条 售出的产品有下列情形之一的，销售者应当负责修理、更换、退货；给购买产品的消费者造成损失的，销售者应当赔偿损失：

- （一）不具备产品应当具备的使用性能而事先未作说明的；
- （二）不符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准的；
- （三）不符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况的。

销售者依照前款规定负责修理、更换、退货、赔偿损失后，属于生产者的责任或者属于向销售者提供产品的其他销售者（以下简称供货者）的责任的，销售者有权向生产者、供货者追偿。……

第四十一条 因产品存在缺陷造成人身、缺陷产品以外的其他财产（以下简称他人财产）损害的，生产者应当承担赔偿责任。……

第四十二条 由于销售者的过错使产品存在缺陷，造成人身、他人财产损害的，销售者应当承担赔偿责任。

销售者不能指明缺陷产品的生产者也不能指明缺陷产品的供货者的，销售者应当承担赔偿责任。

第四十三条 因产品存在缺陷造成人身、他人财产损害的，受害人可以向产品的生产者要求赔偿，也可以向产品的销售者要求赔偿。属于产品的生产者的责任，产品的销售者赔偿的，产品的销售者有权向产品的生产者追偿。属于产品的销售者的责任，产品的生产者赔偿的，产品的生产者有权向产品的销售者追偿。……”。

B.《中华人民共和国侵权责任法》就产品责任规定如下：

“……第四十一条 因产品存在缺陷造成他人损害的，生产者应当承担侵权责任。

第四十二条 因销售者的过错使产品存在缺陷，造成他人损害的，销售者应当承担侵权责任。

销售者不能指明缺陷产品的生产者也不能指明缺陷产品的供货者的，销售者应当承担侵权责任。

第四十三条 因产品存在缺陷造成损害的，被侵权人可以向产品的生产者请

求赔偿，也可以向产品的销售者请求赔偿。

产品缺陷由生产者造成的，销售者赔偿后，有权向生产者追偿。

因销售者的过错使产品存在缺陷的，生产者赔偿后，有权向销售者追偿。

第四十四条 因运输者、仓储者等第三人的过错使产品存在缺陷，造成他人损害的，产品的生产者、销售者赔偿后，有权向第三人追偿。……”。

C.《中华人民共和国消费者权益保护法》就赔偿责任规定如下：

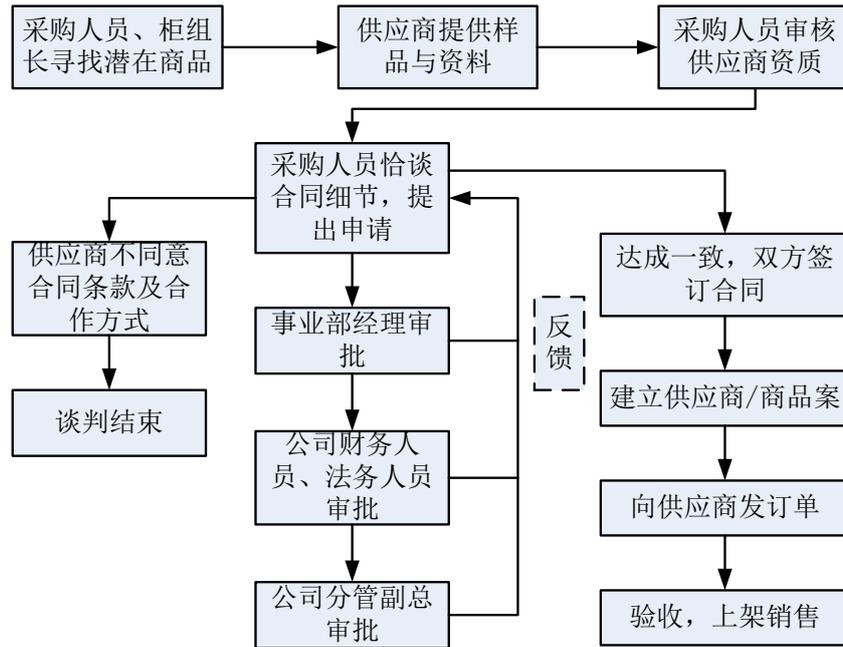
“第四十条消费者在购买、使用商品时，其合法权益受到损害的，可以向销售者要求赔偿。销售者赔偿后，属于生产者的责任或者属于向销售者提供商品的其他销售者的责任的，销售者有权向生产者或者其他销售者追偿。

消费者或者其他受害人因商品缺陷造成人身、财产损害的，可以向销售者要求赔偿，也可以向生产者要求赔偿。属于生产者责任的，销售者赔偿后，有权向生产者追偿。属于销售者责任的，生产者赔偿后，有权向销售者追偿。……”。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人供应商具备相应的资质；发行人自身具有相关产品的代理资格；根据相关法律规定，除发行人（包括子公司）与供应商前述特别约定外，发行人（包括子公司）及生产商就所售商品质量及食品安全向消费者承担连带责任，但赔偿方可向实际过错方追偿。

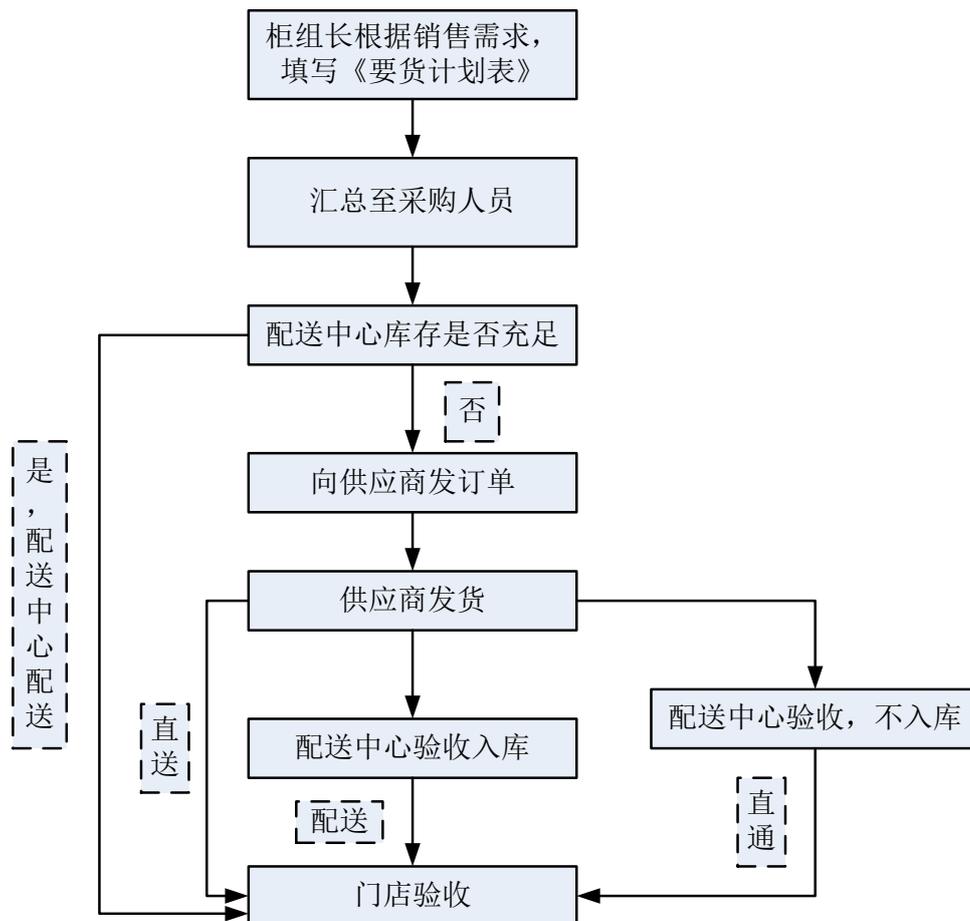
（2）采购流程图

①引进新商品（包含新供应商和老供应商）

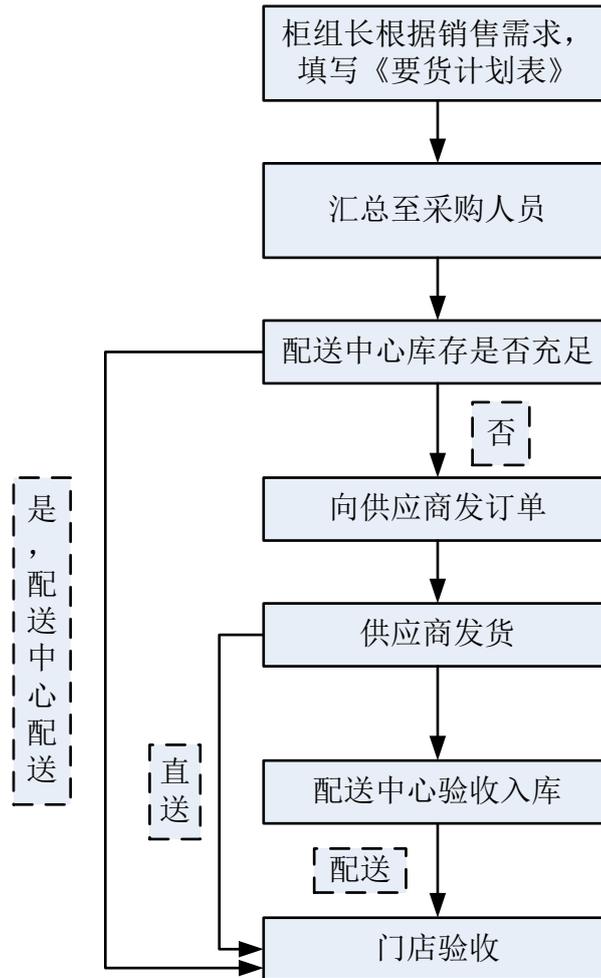


②正常销售商品采购

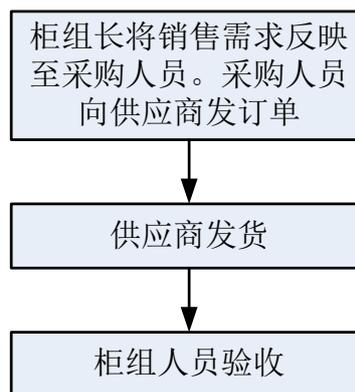
A.【超市】



B.【家电】



C.【百货】



(3) 供应商管理

公司的供应商管理制度与采购模式一致。公司下设的各事业部均设有采购部门来共同负责供应商的开发、管理与维护。

采购经理和各门店柜组长参与市场调研、商品考察及供应商选择；采购经理与供应商洽谈合作方式和合同条款细节；合同的签订需经事业部经理、公司财务

人员和法务人员、公司分管副总经理审批。公司或供应商提出中止合作时，同样需经事业部经理、公司财务人员和法务人员、公司分管副总经理审批。

公司已建立了超市、家电和百货三套信息系统，建立了供应商和商品的档案资料。

4、物流配送

公司物流配送主要有配送、直送和直通三种模式。

(1) 配送模式

配送模式：门店柜组长填写《要货计划表》，汇总至采购部门。采购部门向供应商下订单，供应商发货到公司自建的仓储、配送中心，配送中心验收商品后，对已验收商品进行储存管理。门店缺货时，向配送中心申请调货，配送中心将商品配送到各门店进行销售。

采用配送模式的主要为销量较大、订货量较大的商品，主要为超市事业部的部分商品和家电事业部的商品。

(2) 直送模式

直送模式：门店柜组长填写《要货计划表》反映至所在事业部采购部门，由采购部门向供应商下订单，供应商将商品直接送到门店，门店柜组成员及防损员验货。

采用直送模式的主要为钟化、服装、针纺和鞋业事业部的商品，及超市事业部的部分商品。

(3) 直通模式

直通模式：门店柜组长填写《要货计划表》反映至由采购部门，采购部门向供应商下订单，供应商发货到配送中心，配送中心验收商品后，直接发往门店，不在配送中心形成库存。

采用直通模式的主要为超市事业部的部分商品。

5、库存管理与控制

公司及各子公司设有物流中心部门，管理所在区域的配送中心。配送中心负责商品的验收、配送及仓储管理。

采购部门和柜组长共同实现公司的库存管理和控制。柜组商品实行“柜组长

实物制”，柜组长全面负责商品的销售、保管，并将商品销售情况、订货需求反映给部门经理和采购经理。采购部门汇总柜组长的订货需求，同时监控商品销售情况、门店库存、配送中心库存等数据，实现订货管理、库存管理、退换货管理。

（1）订货管理

柜组长综合考虑商品的市场销售情况、门店可售库存数量、供应商送货日等因素，向采购部门提交《要货计划表》。采购部门汇总各门店柜组长的《要货计划表》，统一向供应商订货。

（2）门店库存管理

门店直接面向顾客，门店库存管理影响到公司的销售状况，是公司库存管理的重要内容。公司制定了一系列门店库存管理的制度标准，门店的库存管理的重点内容包括：货架货源的充足及时供应、货架商品质量保证、商品的有序排放等。实行“柜组长实物制”，柜组长对商品的陈列、保管负责。公司定期对柜组检查，进行绩效考核。

（3）退换货管理

公司的退换货管理主要包括滞销商品、临期破损商品的管理。

①滞销商品退换货：柜组长对商品的销售情况进行分析，将长期没有销售或销量较小的商品定为滞销商品，并反馈给采购经理。采购经理与供应商联系，按照合同约定的退货率和换货率进行退换货。

②临期破损商品退货：门店柜组长及柜组成员每天关注商品是否临近到期日、是否发生破损，及时通知供应商按合同约定退货。对于不能退货的破损商品，超市事业部设置 0.3% 的损耗率，超出 0.3% 部分的损耗由柜组长及柜组成员承担；家电、百货事业部的损耗由柜组及相关责任人承担。

五、主要客户及供应商情况

（一）主要客户

公司是百货零售企业，客户主要为个人消费者，较为分散。报告期内，前五名客户的销售收入占营业收入总额的比例如下：

年度	客户名称	销售金额（万元）	占比（%）
2016	华能巢湖发电有限责任公司	267.06	0.35

年 1-6 月	国网安徽无为县供电有限责任公司	146.84	0.19
	安徽芜铜长江高速公路有限公司	58.19	0.08
	天翼电子商务有限公司	44.56	0.06
	安徽省无为县国家税务局	41.81	0.05
	合计	558.46	0.73
2015 年度	巢湖安和环保服务有限责任公司	365.75	0.25
	安徽含山民生瓷业有限责任公司	85.73	0.06
	巢湖市教育局	79.70	0.05
	武警巢湖支队	74.69	0.05
	巢湖市公安局居巢分局	50.44	0.03
	合计	656.31	0.45
2014 年度	巢湖市安和环保服务有限责任公司	228.42	0.17
	中国工商银行巢湖支行	209.96	0.15
	华能巢湖发电有限责任公司	169.62	0.12
	中国机械工业第五建设有限公司	87.42	0.06
	安徽金钰物业管理有限公司	50.28	0.04
	合计	745.71	0.54
2013 年度	中国机械工业第五建设有限公司	220.58	0.17
	华能巢湖发电有限责任公司	121.05	0.09
	巢湖市安和环保服务有限责任公司	62.33	0.05
	巢湖铸造厂有限公司	31.76	0.02
	安徽伟润建筑装饰工程有限公司	30.24	0.02
	合计	465.96	0.36

（二）主要供应商

公司不存在向任一单个供应商采购超过当年采购总额 50%的情况，报告期内，前五名供应商及采购比例如下：

年度	供应商名称	采购金额（万元）	占比（%）
2016 年 1-6 月	安徽天香制冷设备有限公司	3,376.07	6.07
	漯河双汇食品销售有限公司	2,304.54	4.14
	安徽省烟草公司合肥市公司	1,376.88	2.47
	上海豫园黄金珠宝集团有限公司	1,026.81	1.85
	青岛海信电器股份有限公司合肥经营分公司	785.81	1.41

	合计	8,870.11	15.94
2015 年度	安徽天香制冷设备有限公司	9,526.31	8.39
	漯河双汇食品销售有限公司	3,044.76	2.68
	上海豫园黄金珠宝集团有限公司	2,991.00	2.63
	安徽省烟草公司合肥市公司	2,794.19	2.46
	重庆新日日顺家电销售有限公司	1,913.88	1.69
	合计	20,270.14	17.85
2014 年度	安徽天香制冷设备有限公司	9,143.75	8.35
	上海豫园黄金珠宝集团有限公司	3,419.89	3.12
	漯河双汇食品销售有限公司	3,366.24	3.07
	安徽省烟草公司合肥市公司	3,004.44	2.74
	联合利华服务（合肥）有限公司	1,859.70	1.70
	合计	20,794.03	18.98
2013 年度	安徽明珠格力电器销售有限公司	7,366.28	6.87
	上海豫园黄金珠宝集团有限公司	6,036.13	5.63
	安徽省烟草公司合肥市公司	3,149.92	2.94
	安徽天香制冷设备有限公司	2,072.91	1.93
	重庆新日日顺家电销售有限公司	1,993.67	1.86
	合计	20,618.91	19.22

【注】：安徽明珠格力电器销售有限公司系安徽新兴格力空调销售有限公司的全资子公司，上海老庙黄金销售有限公司和上海亚一黄金珠宝销售有限公司于 2013 年度均已加入上海豫园黄金珠宝集团有限公司。

（三）公司与主要客户和主要供应商的关系

本公司的董事、监事、高级管理人员、主要关联方及持有本公司 5% 以上股份的股东均未在公司主要供应商及客户中拥有权益。

六、固定资产及无形资产

（一）主要固定资产、投资性房地产

本公司为零售类企业，固定资产主要为房屋建筑物。截至 2016 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下表所示：

单位：万元

类别	原值	净值	成新率 (%)
房屋建筑物	57,666.12	49,514.29	85.86%
运输工具	1,082.04	514.05	47.51%
电子设备及其他	6,098.94	2,750.69	45.10%
合计	64,847.10	52,779.03	81.39%

截至 2016 年 6 月 30 日，公司投资性房资产情况如下表所示：

单位：万元

类别	原值	净值	成新率 (%)
房屋建筑物	8,841.45	8,052.74	91.08%
土地使用权	3,274.53	2,787.65	85.13%
合计	12,115.98	10,840.39	89.47%

截至本招股书签署之日，发行人拥有的房屋建筑物基本情况如下：

序号	权利人	证书号码	座落地	面积 (m ²)	抵押情况
1	发行人	房地权证庐字第 75943 号	庐江县庐城镇城东文明中路 1 号 6 幢	1,666.22	抵押
2	发行人	房地权证庐字第 75944 号	庐江县庐城镇城文明中路 299 号 1 幢、2 幢	3,136.84	抵押
3	发行人	房地权证庐字第 75945 号	庐江县庐城镇城东文明中路 1 号 5 幢	1,199.97	抵押
4	发行人	房地权证庐字第 75946 号	庐江县庐城镇城东文明中路 1 号	5,462.78	抵押
5	发行人	房地权证庐字第 75947 号	庐江县庐城镇城东文明中路 1 号 7 幢、8 幢	695.61	抵押
6	发行人	房地权证庐字第 76962 号	庐江县庐城镇文明中路 1 号 1 幢 501 室、2 幢 401 室	666.36	-
7	发行人	房地权证庐字第 76996 号	庐江县庐城镇黄山北路 196 号、196-1 号	1,657.98	抵押
8	发行人	房地权证庐字第 76108 号	庐江县金牛镇金牛街道商业金街西侧 1 幢	3,080.98	-
9	发行人	房地权证庐字第 76118 号	庐江县泥河镇商贸城中楼 3 层	841.02	抵押
10	发行人	房地权证庐字第 76115 号	庐江县泥河镇商贸城中楼 2 层	841.02	抵押
11	发行人	房地权证庐字第 76116 号	庐江县泥河镇商贸城中楼 1 层	841.02	抵押
12	发行人	房地权证庐字第 76117 号	庐江县泥河镇商贸城南楼 D 区幢 1 层 253 室	70.84	抵押
13	发行人	房地权证庐字第	庐城镇文昌路 226 号农资销售中心	9,670.91	抵押

		第 78755 号	幢		
14	发行人	房地权证庐字第 84609 号	庐江县龙桥镇缺口社区缺黄路南侧 1#幢	5,504.89	抵押
15	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 107013 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口西南角巢湖安德利扩建工程地下超市, 超市库房 1、2	679.00	抵押
16	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 107014 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口西南角巢湖安德利扩建工程商场 01	2,466.79	抵押
17	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 107015 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口西南角巢湖安德利扩建工程商场 02、03	7,853.25	抵押
18	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 107016 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口西南角巢湖安德利扩建工程商场 04、05	8,180.54	抵押
19	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 107017 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口西南角巢湖安德利扩建工程 A 楼 601、701、801	3,022.89	抵押
20	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 107018 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口西南角巢湖安德利扩建工程 A 楼 901、1001、1101	3,022.89	抵押
21	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 107019 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口西南角巢湖安德利扩建工程 A 楼 1201、1301、1401	3,022.89	抵押
22	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 107020 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口西南角巢湖安德利扩建工程 A 楼 1501、1601、1701	3,022.89	抵押
23	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 107021 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口西南角巢湖安德利购物中心扩建工程 A 楼 1801、1901、2001	3,022.89	抵押
24	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 107022 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口西南角巢湖安德利扩建工程 A 楼 2101	1,007.63	抵押
25	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 C064679 号	巢湖市巢湖路与东风路交叉口	5,376.77	抵押
26	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 038033 号	巢湖市火车站居委会时代春天 3 号楼向阳南路 10-16 号营业房	559.93	抵押
27	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 080253 号	巢湖市长江路城市之光 E1 幢 1-2 铺	4,942.46	抵押
28	巢湖安德利	房地权证字第	巢湖市健康西路信泰国际豪庭 5	1,244.46	抵押

		271903 号	幢 101 铺		
29	巢湖安德利	房地权证字第 106903 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	84.94	-
30	巢湖安德利	房地权证字第 106904 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	85.22	-
31	巢湖安德利	房地权证字第 106917 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	85.22	-
32	巢湖安德利	房地权证字第 106935 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	84.94	-
33	巢湖安德利	房地权证字第 106944 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	85.22	-
34	巢湖安德利	房地权证字第 106945 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	85.22	-
35	巢湖安德利	房地权证字第 106952 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	85.22	-
36	巢湖安德利	房地权证字第 106953 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	85.22	-
37	巢湖安德利	房地权证字第 106954 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	84.94	-
38	巢湖安德利	房地权证字第 106955 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	84.94	-
39	巢湖安德利	房地权证字第 106960 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	85.22	-
40	巢湖安德利	房地权证字第 106966 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	84.94	-
41	巢湖安德利	房地权证字第 106971 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	84.94	-
42	巢湖安德利	房地权证字第 106975 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	84.94	-
43	巢湖安德利	房地权证字第 106976 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	85.22	-
44	巢湖安德利	房地权证字第 106979 号	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	84.94	-
45	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 248883 号	巢湖市义城路与旗山路交叉口东侧 巢湖安德利物流配送中心 1 号仓库	17,060.59	抵押
46	巢湖安德利	房地权证巢湖市字第 248884 号	巢湖市义城路与旗山路交叉口东侧 巢湖安德利物流配送中心综合楼	5,265.04	抵押
46	巢湖安德利	房地产权证巢湖市第 335362 号	巢湖市义城路与旗山路交叉口	17,060.59	抵押

47	巢湖安德利	房地产权证巢湖字第 335363 号	巢湖市义城路与旗山路交叉口	9,862.19	抵押
48	和县安德利	房地权证历阳镇字第 00017751 号	和县历阳镇历阳东路南侧	1,759.79	抵押
49	和县安德利	房地权证历阳镇字第 00017752 号	和县历阳镇历阳东路南侧	2,987.72	抵押
50	和县安德利	房地权证历阳镇字第 00017753 号	和县历阳镇历阳东路南侧	1,665.81	抵押
51	和县安德利	房地权证历阳镇字第 00017595 号	和县历阳镇历阳东路南侧	5,138.32	抵押
52	和县安德利	房地权证历阳镇字第 00017597 号	和县历阳镇历阳东路南侧	4,958.15	抵押
53	和县安德利	房地权证历阳镇字第 00017598 号	和县历阳镇历阳东路南侧	4,825.80	抵押
54	和县安德利	房地权证历阳镇字第 00017599 号	和县历阳镇历阳东路南侧	4,775.62	抵押
55	无为安德利	房地权证无房字第 027999 号	无为县无城镇凤河北路东侧、同心路北侧 1 幢负一层	4,428.53	抵押
56	无为安德利	房地权证无房字第 028000 号	无为县无城镇凤河北路东侧、同心路北侧 1 幢一层	5,429.47	抵押
57	无为安德利	房地权证无房字第 028001 号	无为县无城镇凤河北路东侧、同心路北侧 1 幢二层	5,206.55	抵押
58	无为安德利	房地权证无房字第 028002 号	无为县无城镇凤河北路东侧、同心路北侧 1 幢三层	5,321.82	抵押
59	无为安德利	房地权证无房字第 028003 号	无为县无城镇凤河北路东侧、同心路北侧 1 幢四层	5,321.82	抵押
60	无为安德利	房地权证无房字第 028004 号	无为县无城镇凤河北路东侧、同心路北侧 1 幢五层	5,321.82	抵押
61	无为安德利	房地权证无房字第 028005 号	无为县无城镇凤河北路东侧、同心路北侧 1 幢六层	687.12	抵押
62	无为安德利	房地权证无房字第 028324 号	无为县无城镇凤河北路东侧 2 幢 1#-1、1#-2 号商业房	520.45	-
63	无为安德利	房地权证无房字第 028325 号	无为县无城镇凤河北路东侧 2 幢 2#-1、2#-2 号商业房	570.05	-
64	无为安德利	房地权证无房	无为县无城镇凤河北路东侧 2 幢	363.74	-

		字第 028326 号	3#-1、3#-2 号商业房		
65	无为安德利	房地权证无房字第 028327 号	无为县无城镇凤河北路东侧 2 幢三、四、五层商业房	2,606.70	-
66	无为安德利	房地权证无房字第 028328 号	无为县无城镇凤河北路东侧 3 幢一、二、三层商业房	2,898.99	-
67	无为安德利	房地权证无房字第 028329 号	无为县无城镇凤河北路东侧 4 幢 1#-1、1#-2 号商业房	615.58	抵押
68	无为安德利	房地权证无房字第 028330 号	无为县无城镇凤河北路东侧 4 幢 2#-1、2#-2 号商业房	313.75	抵押
69	无为安德利	房地权证无房字第 028331 号	无为县无城镇凤河北路东侧 4 幢 3#-1 号商业房	194.85	抵押
70	无为安德利	房地权证无房字第 028332 号	无为县无城镇凤河北路东侧 4 幢 4#-1 号商业房	36.98	抵押
71	无为安德利	房地权证无房字第 028333 号	无为县无城镇凤河北路东侧 4 幢 5#-1、5#-2 号商业房	484.09	抵押
72	无为安德利	房地权证无房字第 028334 号	无为县无城镇凤河北路东侧 4 幢 6#-1、6#-2 号商业房	662.03	抵押
73	无为安德利	房地权证无房字第 028335 号	无为县无城镇凤河北路东侧 4 幢 7#-1 号商业房	352.91	抵押
74	无为安德利	房地权证无房字第 028336 号	无为县无城镇凤河北路东侧 4 幢 7#-2 号商业房	282.86	抵押
75	无为安德利	房地权证无房字第 028337 号	无为县无城镇凤河北路东侧 4 幢三层商业房	1,890.15	抵押
76	无为安德利	房地权证无房字第 028338 号	无为县无城镇凤河北路东侧 4 幢四层办公房	829.92	抵押
77	无为安德利	房地权证无房字第 028339 号	无为县无城镇凤河北路东侧 4 幢 5 至 12 层办公房	7,252.72	抵押
78	无为安德利	房地权证无房字第 028340 号	无为县无城镇凤河北路东侧 3 幢四、五层商业房	1,978.24	
79	无为安德利	房地权证无房字第 028341 号	无为县无城镇凤河北路东侧 5 幢一层商业房	666.00	
80	无为安德利	房地权证无房字第 028342 号	无为县无城镇凤河北路东侧 5 幢二、三层商业房	1,805.68	
	合计			215,525.44	

（二）主要无形资产

1、商标

截至本招股书签署之日，发行人拥有的商标共 34 枚，具体情况如下：

序号	图标	商标权人	证书号码	权利期限	取得方式	类别
1		发行人	第 8105604 号	2011.03.21~2021.03.20	申请	第 12 类
2		发行人	第 8105750 号	2011.03.21~2021.03.20	申请	第 25 类
3		发行人	第 8105870 号	2011.07.07~2021.07.06	申请	第 35 类
4		发行人	第 8105595 号	2011.05.07~2021.05.06	申请	第 37 类
5		发行人	第 8105803 号	2011.03.28~2021.03.27	申请	第 39 类
6		发行人	第 1499394 号	2010.12.28~2020.12.27	申请	第 35 类
7		发行人	第 11102097 号	2013.12.14~2023.12.13	申请	第 43 类
8		发行人	第 12205491 号	2014.8.7~2024.8.6	申请	第 14 类
9		发行人	第 12955133 号	2015.1.7~2025.1.6	申请	第 21 类
10		发行人	第 12955046 号	2015.1.14~2025.1.13	申请	第 16 类
11		发行人	第 13224837 号	2015.3.28~2025.3.27	申请	第 25 类
12		发行人	第 13224882 号	2015.9.14~2025.9.13	申请	第 16 类
13		发行人	第 15901259 号	2016.2.14~2026.2.13	申请	第 25 类
14		发行人	第 15738935 号	2016.1.14~2026.1.13	申请	第 29 类
15		发行人	第 15901506 号	2016.1.14~2026.1.13	申请	第 25 类
16		发行人	第 15901366 号	2016.1.14~2026.1.13	申请	第 25 类
17		发行人	第 15901447 号	2016.1.14~2026.1.13	申请	第 25 类
18		发行人	第 15901652 号	2016.1.14~2026.1.13	申请	第 18 类
19		巢湖安德利	第 5518183 号	2009.12.14~2019.12.13	申请	第 24 类
20		巢湖安德利	第 5518184 号	2009.12.21~2019.12.20	申请	第 25 类

21		巢湖安德利	第 5518185 号	2009.08.21~2019.08.20	申请	第 29 类
22		巢湖安德利	第 5518186 号	2009.05.21~2019.05.20	申请	第 31 类
23		巢湖安德利	第 5518187 号	2009.06.14~2019.06.13	申请	第 33 类
24		巢湖安德利	第 5518188 号	2009.09.28~2019.09.27	申请	第 39 类
25		巢湖安德利	第 5518189 号	2009.09.28~2019.09.27	申请	第 41 类
26		巢湖安德利	第 5518200 号	2010.02.21~2020.02.20	申请	第 43 类
27		巢湖安德利	第 5518201 号	2009.09.28~2019.09.27	申请	第 30 类
28		巢湖安德利	第 5518202 号	2010.02.21~2020.02.20	申请	第 37 类
29		巢湖安德利	第 11102419 号	2013.11.14~2023.11.13	申请	第 29 类
30		巢湖安德利	第 11102201 号	2014.4.7~2024.4.6	申请	第 29 类
31		巢湖安德利	第 11102487 号	2014.6.7~2024.6.6	申请	第 30 类
32		巢湖安德利	第 11102288 号	2014.4.14~2024.4.13	申请	第 30 类
33		巢湖长江百货	第 8061197 号	2011.2.28~2021.2.27	转让	第 25 类
34		巢湖长江百货	第 8348404 号	2011.6.7~2021.6.6	转让	第 18 类

2、土地使用权

截至本招股书签署之日，发行人拥有的国有土地使用权基本情况如下：

序号	权利人	证书号码	宗地位置	终止日期	面积(m ²)	取得方式	抵押情况
1	发行人	庐国用(2012)第 0799 号	庐江县庐城镇文明中路东侧、军二路南侧	2046.03.20	1,342.74	出让	抵押
2	发行人	庐国用(2012)第 0788 号	庐江县庐城文明中路 1 号	2043.05.07	2,421.00	出让	抵押
3	发行人	庐国用(2012)第 0787 号	庐江县庐城文明中路 1 号(新综合楼)	2035.11.12	431.09	出让	抵押
4	发行人	庐国用(2012)第 1009 号	庐江县庐城城南百货公司宿舍区	2073.05.08	289.00	出让	-
5	发行人	庐国用(2012)第 1013 号	庐江县庐城黄山北路 196-1	2041.10.31	2,082.50	购买房产	抵押

		号	号				
6	发行人	庐国用(2012)第1011号	庐江县庐城黄山北路196号1-104室	2041.10.31	9.98	购买房产	抵押
7	发行人	庐国用(2012)第1012号	庐江县庐城黄山北路196号1-109室	2041.10.31	4.82	购买房产	抵押
8	发行人	庐国用(2012)第1010号	庐江县庐城黄山北路196号1-114室	2041.10.31	8.46	购买房产	抵押
9	发行人	庐国用(2012)第1008号	庐江县庐城黄山北路196号1-119室	2041.10.31	8.46	购买房产	抵押
10	发行人	庐国用(2012)第14030号	庐江县泥河镇泥河街道	2048.01.30	35.42	购买房产	抵押
11	发行人	庐国用(2012)第14029号	庐江县泥河镇泥河街道	2048.01.30	841.02	购买房产	抵押
12	发行人	庐国用(2012)第0789号	庐江县庐城军二西路南侧	2057.06.21	37,036.00	出让	抵押
13	发行人	庐国用(2012)第1103号	庐江县庐城军二西路南侧	2060.07.07	54,057.10	出让	抵押
14	发行人	庐国用(2012)第11009号	庐江县龙桥镇街道	2052.07.01	1,600.00	出让	抵押
15	巢湖安德利	巢国用(2010)03360号	巢湖市原居巢区农行西、东风路南	2047.10.18	3,820.91	出让	抵押
16	巢湖安德利	巢国用(2008)00001号	巢湖市巢湖路79号	2047.11.05	1,330.47	出让	抵押
17	巢湖安德利	巢国用(2007)02235号	巢湖市时代春天3号楼向阳南路商铺10-16号	2043.08.13	206.38	购买房产	抵押
18	巢湖安德利	巢国用(2013)第0336号	巢湖市长江路城市之光E1幢1-2铺、2-2铺	2045.11.11	1,824.43	购买房产	抵押
19	巢湖安德利	巢国用(2013)第2482号	居巢开发区旗山路与义城路交叉口东南侧	2063.08.02	28,666.54	出让	抵押
20	和县安德利	和县国用(2014)第0478号	和县经济开发区	2064.1.13	24,791.30	出让	-
21	和县安德利	和县国用(2010)0583号	和县历阳镇历阳东路南侧镇淮路西侧	2050.04.12	5,918.03	购买房产	抵押
22	无为安德利	无国用(2013)第0209号	无为县无城镇凤河北路东侧、同心路北侧	2052.09.01	16,630.69	出让	-
23	无为安德利	无国用(2013)第0210号	无为县无城镇浅水湾住宅小区北侧	2053.03.30	6,457.91	出让	-
24	无为安德利	无国用(2014)第0241号	无为县无城镇凤河北路东侧同心路北侧1幢负一层	2052.9.1	751.52	出让	抵押
25	无为安德利	无国用(2014)第0242号	无为县无城镇凤河北路东侧同心路北侧1幢一层	2052.9.1	921.38	出让	抵押
26	无为安德利	无国用(2014)第0243号	无为县无城镇凤河北路东侧同心路北侧1幢二层	2052.9.1	883.55	出让	抵押

27	无为安德利	无国用(2014)第0244号	无为县无城镇凤河北路东侧同心路北侧1幢三层	2052.9.1	903.11	出让	抵押
28	无为安德利	无国用(2014)第0245号	无为县无城镇凤河北路东侧同心路北侧1幢四层	2052.9.1	903.11	出让	抵押
29	无为安德利	无国用(2014)第0246号	无为县无城镇凤河北路东侧同心路北侧1幢五层	2052.9.1	903.11	出让	抵押
30	无为安德利	无国用(2014)第0247号	无为县无城镇凤河北路东侧同心路北侧1幢六层	2052.9.1	116.60	出让	抵押
31	无为安德利	无国用(2014)第0248号	无为县无城镇凤河北路东侧2幢1#-1、1#-2号商业房	2053.3.30	103.31	出让	-
32	无为安德利	无国用(2014)第0249号	无为县无城镇凤河北路东侧2幢2#-1、2#-2号商业房	2053.3.30	113.15	出让	-
33	无为安德利	无国用(2014)第0250号	无为县无城镇凤河北路东侧2幢3#-1、3#-2号商业房	2053.3.30	72.20	出让	-
34	无为安德利	无国用(2014)第0251号	无为县无城镇凤河北路东侧2幢三、四、五层商业房	2053.3.30	517.43	出让	-
35	无为安德利	无国用(2014)第0252号	无为县无城镇凤河北路东侧3幢一、二、三层商业房	2053.3.30	590.23	出让	-
36	无为安德利	无国用(2014)第0253号	无为县无城镇凤河北路东侧3幢四、五层商业房	2053.3.30	402.77	出让	-
37	无为安德利	无国用(2014)第0254号	无为县无城镇凤河北路东侧4幢1#-1、1#-2商业房	2052.9.1	78.12	出让	抵押
38	无为安德利	无国用(2014)第0255号	无为县无城镇凤河北路东侧4幢2#-1、2#-2号商业房	2052.9.1	39.81	出让	抵押
39	无为安德利	无国用(2014)第0256号	无为县无城镇凤河北路东侧4幢3#-1号商业房	2052.9.1	24.73	出让	抵押
40	无为安德利	无国用(2014)第0257号	无为县无城镇凤河北路东侧4幢4#-1号商业房	2052.9.1	4.69	出让	抵押
41	无为安德利	无国用(2014)第0258号	无为县无城镇凤河北路东侧4幢5#-1、5#-2号商业房	2052.9.1	61.43	出让	抵押
42	无为安德利	无国用(2014)第0259号	无为县无城镇凤河北路东侧4幢6#-1、6#-2号商业房	2052.9.1	84.01	出让	抵押
43	无为安德利	无国用(2014)第0260号	无为县无城镇凤河北路东侧4幢7#-1号商业房	2052.9.1	44.78	出让	抵押
44	无为安德利	无国用(2014)第0261号	无为县无城镇凤河北路东侧4幢7#-2号商业房	2052.9.1	35.89	出让	抵押
45	无为安德利	无国用(2014)第0262号	无为县无城镇凤河北路东侧4幢三层商业房	2052.9.1	239.86	出让	抵押
46	无为安德利	无国用(2014)第0263号	无为县无城镇凤河北路东侧4幢四层办公房	2052.9.1	105.32	出让	抵押
47	无为安德利	无国用(2014)第0264号	无为县无城镇凤河北路东侧4幢5至12层办公房	2052.9.1	920.37	出让	抵押
48	无为安德利	无国用(2014)第0265号	无为县无城镇凤河北路东	2052.9.1	231.17	出让	-

		号	侧 5 幢一层商业房				
49	无为安德利	无国用(2014)第 0266 号	无为县无城镇凤河北路东侧 5 幢二、三层商业房	2052.9.1	626.75	出让	-
合计					199,492.65		

3、软件

公司拥有的软件系公司通过购买的方式取得，包括富基融通 mySHOP R5 零售业务系统、百货 V7.1 系统、家电连锁专业版 V1.0 信息系统软件和用友财务软件。

(三) 租赁资产

截至本招股书签署之日，发行人租赁的资产情况如下：

序号	出租人	承租人	房屋座落	面积(m ²)	用途	租赁期限
1	庐江县房地产管理局	发行人	庐江县黄山路与塔山路交叉口	1,116.43	经营	2014.01.18-2017.01.17
2	聂德敬	发行人	庐江县庐城镇文昌路 60 号 1 幢	700.00	经营	2009.07.16-2017.07.15
3	潘贤仁	发行人	庐江县郭河镇郭河街道郭福东路北侧	650.00	经营	2010.07.01-2020.06.30
4	彭卫国	发行人	庐江县石头镇石头街道合铜公路西侧	900.00	经营	2012.08.28-2020.08.27
5	王兴翠	发行人	庐江县白山镇白山街道中街	980.00	经营	2014.12.01-2024.11.30
6	徐冬梅	发行人	庐江县盛桥镇中兴街	583.00	经营	2012.09.12-2019.09.12
7	朱晓云	发行人	庐江乐桥镇兴华东路北侧	650.00	经营	2012.04.01-2022.03.31
8	吴业平、郑为宴	发行人	庐江县白湖镇裴岗街道军二路南侧	800.00	经营	2011.09.07-2017.09.06
9	饶德龙、饶德虎	发行人	庐江县罗河镇庐纵路	980.00	经营	2013.05.01-2023.04.30
10	李敏	发行人	庐江县庐城镇黄山北路 196 号 4 幢 1 层	514.15	经营	2013.10.18-2021.10.17
11	聂小彭	发行人	矾山镇刘墩街道	860.00	经营	2015.1.8-2025.1.8
12	刘兴民、焦自祥、杨刚、薛卓福、魏树同、许明康、凌其祥	巢湖安德利	巢湖市东风路与巢湖中路交叉口	253.40	经营	2009.01.01-2018.10.17
13	何刚、郭斌霞	巢湖安德利	巢湖市烔炀镇北街	1,000.00	经营	2007.05.01-2017.04.30

14	朱家兴	巢湖安德利	巢湖市坝镇大转盘	800.00	经营	2011.09.01-2021.08.31
15	孙伟	巢湖安德利	巢湖市世纪新都D区商铺103号	260.00	经营	2012.08.01-2022.07.31
16	程孝春	巢湖安德利	含山县林头镇合裕路新街	75.00	经营	2007.05.01-2017.04.30
17	彭德武、彭龙	巢湖安德利	含山县清溪镇上彭村清巢宁南路	140.00	经营	2010.10.01-2018.09.30
18	巢湖伟华置业有限公司	巢湖安德利	巢湖市半汤路与凤凰山路交口凤凰名城	1,216.61	经营	2013.03.30-2023.03.30
19	陈菊红	巢湖安德利	巢湖市西门政府广场安德楼5栋	1,100.00	经营	2015.07.01-2025.06.30
20	张久华	和县安德利	和县历阳镇迎江西路北侧	1,300.00	经营	2011.11.10-2021.11.09
21	陆宇、汤信发、马燕	和县安德利	和县望江西路	235.00	经营	2012.07.21-2020.07.20
22	汤维兵	和县安德利	和县西埠镇农贸市场	400.00	经营	2012.10.11-2020.10.10
23	林莉	和县安德利	和县历阳镇龙潭北庄	199.52	经营	2012.12.01-2020.12.31
24	张悠贵、周逢霞	和县安德利	和县历阳镇富康路493、495号	150.00	经营	2013.05.10-2021.05.09
25	吴修华、吴明华	无为安德利	无为县无城镇皖东小区1-2幢	1,640.00	经营	2012.09.01-2022.08.30
26	汪志福	无为安德利	无为县襄安镇新街9号	2,700.00	经营	2012.10.01-2022.09.30
27	谢永刚	无为安德利	无为县无城镇十字街新百商厦精品商城	4,100.00	经营	2013.08.16-2018.08.15
28	缪立中、邢恩乐、郝晓东	无为安德利	无为县红庙镇徐岗社区红庙商业街1号楼	500.00	经营	2015.3.1-2025.2.28
29	安徽千城置业集团有限责任公司	无为安德利	无为县石涧镇新城华府小区1号楼1层	1,400.00	经营	2015.07.01-2025.06.30
30	无为星都置业有限公司	无为安德利	无为县陡沟镇星都嘉园	1,080.00	经营	2015.08.01-2025.07.31
31	钱广荣、郭桂兰	无为安德利	无为县开城镇华城新都2号楼1层	900.00	经营	2015.08.01-2025.09.30
32	钱广荣、郭桂兰	无为安德利	无为县开城镇华城新都1号楼1层	515.00	经营	2015.08.01-2025.09.30
33	马拥军、马祖能	发行人	庐江县万山镇长岗社区军二路南侧拥军号1、2层	750.00	经营	2015.11.1-2025.10.31
34	谢玉梅	无为安德利	无为县西大街君临四季花都小区沿街一层	1700.00	经营	2016.3.1-2026.2.28

合计	31,148.11
----	-----------

上述租赁房产中尚有 2 处面积合计 1,700 m² 房产的出租方未能提供房屋所有权证书，占发行人全部租赁房产面积的 5.46%，具体情况如下：

(1) 巢湖坝镇店

巢湖坝镇店位于巢湖市坝镇大转盘，出租方为朱家兴，租赁房产总面积约 800 m²。根据巢湖市坝镇人民政府于 2011 年 6 月 28 日出具的《证明》，该处土地系拍卖竞得，建设符合规划要求。

(2) 无为开城店

无为开城店位于无为县开城镇华城新都 2 号楼 1 层，出租方为钱广荣、郭桂兰，租赁面积约 900 m²，该房产原业主无为县华城房地产有限公司尚未办理产权证书，钱广荣、郭桂兰受让该处房产后，无为县华城地产有限公司承诺由其代办。

上述租赁房产权属存在不确定性以及因此导致相关租赁合同无法正常履行的风险。为防范风险，发行人与出租方签订了书面租赁合同，明确了双方的权利和义务。上述租赁房产占发行人全部租赁房产的面积比相对较小，对发行人的正常生产经营和本次发行不构成实质性障碍。

七、发行人市场准入情况

发行人从事百货零售业务，除取得营业执照外，还取得了相应的经营资质和业务许可，具体包括：食品流通许可证、音像制品经营许可证、烟草专卖零售许可证、出版物经营许可证、增值电信业务经营许可证、保健食品经营许可证、食品卫生许可证、卫生许可证、全国工业产品生产许可证等。

八、信息技术

信息管理水平的精细化程度与公司综合业务的经营发展和企业规模的扩张息息相关，发行人一直关注信息系统的升级和改造，并根据公司整体战略框架和业务创新水平，配合公司业务优化能力规划信息化建设路径。本公司于 2008 年 6 月份进行选型，最终选取北京富基融通科技有限公司的零售管理解决方案，整个系统根据超市、家电、百货业态特点分成三个独立的分系统，整个系统在 2008 年底顺利运营，目前运行状况良好。

（一）家电业态系统

家电业态系统主要有如下功能：对管理层次和组织结构、管理模式、主要经营方式、主要业务流程、核算制度和核算方法、系统构架、物价管理、物流配送管理、售后服务、采购管理、结算管理、供应商管理等基本业务活动进行简单描述，同时对家电经营特定业务的系统处理进行描述。主要以经销、成本代销、联营业务单品经营管理为主，对部分特殊商品经许可后可采用专柜经营模式，分类别、分品牌统码销售，分类、分品牌核算为辅，完成电器公司整体日常经营管理、核算活动。以类别、品牌、商品、门店经营管理为主线，对经营活动进行分析和统计。

（二）百货业态系统

百货业态系统主要功能如下：对管理层次和组织结构、管理模式、主要经营方式、主要业务流程、核算制度和核算方法、系统构架、物价管理、采购管理、结算管理、供应商管理等基本业务活动进行简单描述，同时对百货经营特定业务的系统处理描述。主要以经销、成本代销、联营业务单品经营管理为主，对部分特殊商品经许可后可采用专柜经营模式，分类别、分品牌统码销售，分类、分品牌核算为辅，完成百货公司整体日常经营管理、核算活动。以类别、品牌、商品、门店经营管理为主线，对经营活动进行分析和统计。管理原则为统一编码，总部为编码中心。

建立数据资料库，包括：组织机构、商品分类、供应商、商品编码等，进行统一编码，对地区性供应商和商品，采用申报、审批完成编码管理。百货公司总部统一合同、可以统一采购、可以统一调拨。对商品在总部统一采购的原则下，允许供应商直送商品至门店以及柜组。

统一价格带售价管理，满足门店主导经营，统一权限管理，总部为权限制定中心，所有系统权限统一管理，由信息部门在总部制定和维护，统一核算口径，统一结算平台，提高资金利用效率，建立完善的考核体系，对门店、采购、售后服务部门进行严格考核。

（三）超市业态系统

超市业态由公司总部直接管辖，公司总部主要负责规则制定、信息规范、市场开拓、经营计划、决策分析等职能。总部下面可以管理多个业务管理中心。总部是企业的核心业务管理中心，决策管理中心，主要负责供应商引入、商品引入、合同谈判、采购、库存调度、结算、核算、经营分析等职能。每个业务管理中心下面可以管理多个门店和一个配送中心，门店和配送中心是零售企业的操作场所，负责商品的存储、商品的供应、商品的销售、顾客服务和店内管理等职能。

1、编码中心管理系统

统一整个信息系统的编码数据和报表数据汇总查询，全面统一企业数据管理，搭建畅顺信息流通平台，是总部统一管理、业务分析和智能决策的坚实基础。

2、业务中心管理系统

支持零售业务的经营管理，单据化的信息管理和业务进程控制，强化企业业务和信息管理的标准化、规范化，保障精细化管理的顺利实施。

3、门店管理系统

支持门店的业务运作和管理，细化管理经营实体，延伸高层管理的视角；不同业态的分类支持，全面保障集团化和多元化经营的实践要求。

4、前台销售管理系统

支持门店商品的销售及销售的促销方式和收银，智能化的联机/单机切换、收银操作动作全程记录，以及断电数据自动保护，成就零售现场永不停歇的顾客服务承诺和无懈可击的收银管理。

5、配送中心管理系统

支持配送调度，可有主动配送和被动配送两种模式，单据化的配送管理指令，将信息流和物流全面整合为一体，刻意优化商业流通，精简物流转移接口，合理配置运载负荷，强化流通成本控制。

公司ERP管理系统的规划遵守统筹规划原则、可行性原则、投资保护原则、持续优化原则、灵活性原则等5项原则，建设有可持续发展和优化的IT系统，实

现了标准化连锁经营管理模式；建立具有动态伸缩的多业态跨区域百货连锁零售业务管理应用框架，可支持多种连锁管理模式的组织架构体系、业务流程和业务规则逻辑，实现了总部、门店、配送中心等之间的信息往来和业务促进；建立具有动态伸缩的百货连锁零售业务管理应用框架，支持多层次连锁管理模式的组织架构体系（如本部-大区事业部-门店等）、业务流程和业务规则逻辑，实现业务经营体系、组织管理体系、财务法人体系和信息系统部署结构的分离；建立用友财务信息管理平台，对财务进行集中监控和集中结算、核算管理，严格保证结算数据和帐务数据精确，并实现财务核算工作自动化；支持市场竞争环境加剧后必须的各种营销手段的创新，包括支持灵活多变的促销方式；加强品牌管理思想，对品类和商品的结构优化管理，可进行诸如：门店商品结构配置，类别SKU数控制，商品的完整生命周期管理，供应商生命周期管理等内容的支持；支撑顾客管理体系，可进行会员信息管理、会员营销管理、会员消费偏好分析，支持客户管理和一对一的会员营销；建立快捷、知识型的报表体系，准确体现经营KPI指标和统计分析数据。

九、境外经营活动情况

发行人不存在境外经营活动的情形。

十、质量控制情况

（一）质量控制标准

公司重视商品质量控制，在引进商品、采购、配送、销售等环节控制商品数量和服务质量，接受消费者监督，在所在区域积累了良好的商业信誉。

公司制定了一系列质量控制制度，主要包括《合同管理制度》、《商品质量、物价和服务投诉管理规定》、《供应商管理制度》、《阳光工程实施办法》、各类《商品采购制度》、《仓库保管制度》、《安德利监督员实施监督和购物优惠管理办法》等。

（二）质量控制措施

1、从供货源头抓起，实行供应商准入制度

采购人员在选择供应商和商品时，严格审核供应商的各项资质证书（营业执照、税务登记证、生产许可证、质量检验报告书等），并报公司审批。公司根据供应商的重要程度、忠诚度、贡献率，定期对供应商进行考评。

2、强化内部监管，实施阳光工程

公司实行阳光工程，规范采购与销售活动。严禁采购人员接受供应商的饭局招待、馈赠、回扣，严禁销售人员（柜组成员）私自代销非公司引进商品。违规行为一经发现，视严重程度予以处罚。

3、注重在商品的验收、配送和仓储的商品检验

公司在商品验收时执行严格的检验过程，发现有质量问题的商品，当场退给供应商；配送过程注意对商品的保护；门店柜组人员定期对商品进行检查，发现的临期、破损商品及时向供应商退换货；根据商品特点，采取密封、透风、晾晒、吸潮等措施，进行商品的养护和储存。

4、接受外部监督，实施监督员办法

公司在经营发展过程中聘请了 20 万名社会监督员，对安德利的商品质量和服务质量进行全面的监督。监督员制度已经成为安德利文化中的重要元素。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人独立经营情况

本公司自成立以来，按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在业务、资产、人员、机构、财务等方面与现有股东完全分开，具有完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。

（一）业务独立

公司主要从事百货零售业务，已建立了较为完整的职能部门架构，拥有独立完整的采购、物流配送和销售体系及其他辅助系统，具有独立面向市场自主经营的能力，并独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

（二）资产完整

公司系由安德利有限整体变更设立，安德利有限的各项资产权利由公司依法承继，并办理了相应的产权主体变更手续，公司保持了完整的经营性资产。公司具备了与经营有关的采购、销售营运管理系统和物流配套设施，合法拥有与经营有关的房产、土地以及商标等资产的所有权或使用权。公司与控股股东及其他股东之间的资产权属明晰，资产完全独立于股东，不存在股东违规占用公司的资金、资产以及其它资源的情况。

（三）人员独立

公司的董事、监事均严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生，履行了合法程序；公司聘用的总经理、副总经理等高级管理人员均专职在本公司工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。本公司已建立独

立的劳动、人事、社会保障体系及工资管理体系，与员工签订了劳动合同，并按国家规定办理了社会保险。

（四）机构独立

公司通过股东大会、董事会、监事会以及独立董事制度，强化了公司分权制衡和相互监督，形成了有效的公司治理结构。在内部机构设置上，公司建立了适应自身发展需要的组织机构，明确了各机构职能，定员定岗，并制定了相应的内部管理和控制制度，独立开展经营活动。公司生产、办公场所与股东单位的办公机构及生产经营场所分开，不存在与股东单位混合经营、合署办公的情况。

（五）财务独立

公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员，按照有关会计准则和会计制度的要求进行会计核算，建立了独立的财务会计制度和财务核算体系，拥有有效的财务管理和内部控制体系。公司在银行单独开立账户，基本存款账户开户银行为中国农业银行股份有限公司庐江县支行（账号为 12150001040012706），不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户及将资金存入股东单位的情况；公司作为独立的纳税人，依法独立纳税，公司的统一社会信用代码为 913401001536645616；公司独立做出财务决策，不存在股东干预其资金使用情况。

经核查，保荐机构认为，公司已达到发行监管对公司独立性的基本要求。

二、同业竞争

（一）与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的同业竞争情况

本公司控股股东、实际控制人为陈学高先生，其控制的其他企业未从事与本公司相同或类似的业务，与公司不存在同业竞争或潜在的同业竞争。

公司实际控制人控制的其他企业的经营范围情况如下表：

公司名称	经营范围
------	------

安德利投资	许可经营项目：汽车维修（仅限分支机构经营）。一般经营项目：（汽车贸易、餐饮服务、房地产）投资与管理
安德利汽车	汽车、货车、农用车销售；汽车装潢；为车辆代购、车辆按揭、车辆保险提供代理服务。（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）
安德利商务	机电设备、电器仪表、网络通信产品、金属材料销售；企业营销策划、中介服务、科技信息咨询与服务
无为汽车	汽车销售；汽车租赁；汽车装潢；保险代理服务。（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）拟投资项目的同业竞争情况

本次募集资金拟投资的项目均围绕本公司现有主营业务开展，用于提升市场竞争能力，而本公司主要股东均不从事与本公司拟投资项目相同或相近的业务。因此，本公司拟投资项目与主要股东不存在潜在的同业竞争关系。

（三）避免同业竞争的承诺

为避免今后与公司之间可能出现同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东及实际控制人陈学高先生于 2012 年 11 月 5 日出具了《避免同业竞争的承诺函》，作出如下承诺：“

（1）本人确认及保证目前与股份公司之间不存在直接或间接的同业竞争，将来也不直接或间接从事与股份公司经营范围所含业务相同或相类似的业务或项目，以避免与股份公司的生产经营构成直接或间接的竞争；

（2）本人保证将努力促使与本人关系密切的家庭成员不直接或间接从事、参与或投资与股份公司的生产、经营相竞争的任何经营活动；

（3）本人保证将不利用对股份公司的控股关系进行损害或可能损害股份公司及股份公司其他股东利益的经营行为；本人将不利用对股份公司的了解和知悉的信息协助第三方从事、参与或投资与股份公司相竞争的业务或项目。

（4）本人保证将赔偿股份公司因本人违反本承诺而遭受或产生的任何损失或开支。”

三、关联方与关联关系

根据《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》及《上海证券交易所

上市规则》等规定，公司的关联方和关联关系如下表所示：

1、直接或者间接持有公司 5% 以上股份的自然人

姓名	关联关系类型
陈学高	公司控股股东、实际控制人

2、关联自然人直接或者间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人

企业名称	关联关系类型
安德利投资	公司实际控制人控制的法人
安德利汽车	公司实际控制人控制的法人
安德利商务	公司实际控制人控制的法人
无为汽车	公司实际控制人控制的法人
马鞍山市农业生产资料有限公司	公司董事奚桂意控制的法人

3、持有上市公司 5% 以上股份的法人或者一致行动人

企业名称	关联关系类型
银瑞投资	持有公司 5% 以上股份的法人

4、公司控制的法人

企业名称	关联关系类型
巢湖安德利	公司全资子公司
无为安德利	公司全资子公司
安徽电子商务	公司全资子公司
和县安德利	巢湖安德利全资子公司
巢湖长江百货	巢湖安德利全资子公司
巢湖电子商务	安徽电子商务全资子公司

5、公司董事、监事及高级管理人员

姓名	关联关系类型
陈学高	2013 年 1 月 1 日至今为发行人董事长、总经理
姚忠发	2013 年 1 月 1 日至今为发行人董事、副总经理、董事会秘书
姚明	2013 年 1 月 1 日至今为发行人董事、副总经理
钱元报	2013 年 1 月 1 日至今为发行人董事
朱春花	2013 年 1 月 1 日至今为发行人董事
奚桂意	2013 年 1 月 1 日至今为发行人董事

丁栋虹	2013年1月1日至今为发行人独立董事
周学民	2013年1月1日至今为发行人独立董事
陈立平	2014年5月16日至今为发行人独立董事
陈伟	2013年1月1日至今为发行人监事会主席
叶贵芝	2013年1月1日至今为发行人监事
徐济霞	2014年7月28日至今为发行人职工监事
周元灿	2013年1月1日至今为发行人财务总监
李立东	2013年1月1日至今为发行人副总经理
刘章宏	2013年1月1日至今为发行人副总经理
周同江	2013年1月1日至今为发行人副总经理

6、公司实际控制人、董事、监事及高级管理人员关系密切的家庭成员

公司实际控制人、董事、监事及高级管理人员的配偶、父母、年满18周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母。

7、其他关联法人

企业名称	关联关系类型
国元小贷	发行人全资子公司参股的法人

8、其他关联自然人

姓名	关联关系类型
刘敏	陈学高之妻
胡国财	2013年1月1日至2014年5月15日期间内为发行人独立董事
范晓玲	2013年1月1日至2014年7月27日期间内为发行人职工监事

四、关联交易

（一）经常性关联交易

1、出租情况

(1) 2012年8月20日，公司与安德利汽车签订《房屋租赁协议》，公司将其名下坐落于庐城军二西路南侧、合铜路西侧，面积约1,600 m²的房产提供给安德利汽车作为经营用房，租金为64,000元/年，租赁期限自2012年9月1日起至2014年8月31日止。2014年9月1日，公司与安德利汽车签订《房屋租赁协议》，公司将该房产出租给安德利汽车，租金为64,000元/年，租赁期限自2014年9

月 1 日起至 2017 年 8 月 31 日止。

(2) 2012 年 8 月 20 日，公司与安德利投资签订《房屋租赁协议》，公司将其名下面积约 50 m²的房产出租给安德利投资，租金为 2,000 元/年，租赁期限自 2012 年 9 月 1 日起至 2014 年 8 月 31 日止。上述房产位于庐江县合铜公路与军二路交叉处，处于城郊，属于公司自建房，建成时间较短，相关配套设施尚不完善，且尚未取得房产权属证书。因此，在公司取得上述房产权属证书之前，公司只收取临时占用费。2012 年 8 月，公司取得上述租赁房产权属证书后，与上述租赁方签订了正式的租赁协议。2014 年 9 月 1 日，公司与安德利投资签订《房屋租赁协议》，公司将坐落于庐城合铜路西侧，面积约 50 m²房产出租给安德利投资，租金为 2,000 元/年，租赁期限自 2014 年 9 月 1 日起至 2017 年 8 月 31 日止。

(3) 2013 年 12 月 16 日，无为汽车与无为安德利签订《房屋租赁协议》，无为汽车向无为安德利租赁位于无为安德利购物中心广场 5 号楼面积约为 600 平方米的房屋，租赁期限自 2013 年 12 月 20 日至 2017 年 12 月 19 日止，前二年年租金为 20 万元，后二年年租金为 21.6 万元。

2、向关键管理人员支付薪酬

公司 2013 年度、2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-6 月支付给关键管理人员报酬合计分别为 106.28 万元、134.74 万元、176.10 万元和 39.84 万元，具体情况详见本招股说明书“第八节董事、监事和高级管理人员”之“四、董事、监事和高级管理人员薪酬及兼职情况”相关内容。

(二) 偶发性关联交易

关联方为公司提供担保

序号	担保人	贷款银行	借款人	担保金额 (万元)	担保期限	担保方式	是否履行完毕
1	陈学高、刘敏	招商银行合肥经开区支行	发行人	8,000.00	2012.02.23~ 2013.02.22	最高额保证	是
2	陈学高、刘敏	招商银行合肥经开区支行	发行人	8,000.00	2013.04.11~ 2014.04.10	最高额保证	是
3	陈学高、刘敏	招商银行合肥经开支行	巢湖安德利	7,000.00	2013.8.5~2016. 8.4	保证	否
4	陈学高、刘敏	招商银行合肥经开支行	发行人	8,000.00	2015.5.29-2016 .5.28	最高额保证	是

5	陈学高、刘敏	光大银行合肥支行	发行人	5,000.00	具体授信项目 债务到期后两年	最高额保证	是
6	安德利商务	光大银行合肥支行	发行人	5,000.00	具体授信项目 债务到期后两年	最高额抵押	是
7	陈学高	徽商银行巢湖支行	发行人	3,500.00	2012.07.04~ 2015.07.04	最高额保证	是
8	陈学高	徽商银行巢湖支行	发行人	4,000.00	2013.10.30~ 2016.10.30	最高额保证	否
9	陈学高	徽商银行巢湖支行	发行人	9,000.00	2015.9.7-2016. 9.7	最高额保证	否
10	陈学高	建设银行庐江支行	发行人	3,000.00	2013.06.19~ 2014.06.18	保证	是
11	陈学高	建设银行庐江支行	发行人	2,000.00	2013.07.25~ 2014.07.25	保证	是
12	陈学高	建设银行庐江支行	发行人	6,000.00	2014.6.25~201 5.7.30	最高额保证	是
13	陈学高、刘敏	建设银行庐江支行	发行人	6,000.00	2015.6.25~201 7.6.25	最高额保证	否
14	陈学高、刘敏	兴业银行合肥分行	发行人	13,000.00	2012.12.27~ 2013.12.26	最高额保证	是
15	陈学高、刘敏	兴业银行巢湖支行	发行人	15,000.00	2013.12.26~ 2014.12.26	最高额保证	是
16	陈学高、刘敏	兴业银行巢湖支行	发行人	20,000.00	2014.10.15~20 15.9.21	最高额保证	是
17	陈学高、刘敏	兴业银行巢湖支行	发行人	19,000.00	2015.11.27-201 6.11.27	最高额保证	否
18	陈学高、刘敏	合肥科技银行 庐江支行	发行人	5,500.00	2015.4.27~201 6.4.26	最高额保证	是
19	陈学高、刘敏	合肥科技银行 庐江支行	发行人	8,000.00	2016.4.20--201 9.4.20	最高额保证	否

报告期内，公司未对关联方的银行借款提供担保。

（三）关联方应收应付款项期末余额

报告期内不存在本公司与关联方应收应付款项的期末余额。

（四）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

本公司具有完整的业务体系以及直接面向市场经营的能力。报告期内，本公司与关联方发生的关联交易不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。

五、规范关联交易的制度安排

公司已建立了完善的公司治理制度，在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易决策制度》等制度中，规定了有关关联交易的回避表决制度、决策权限、决策程序等，以保证公司关联交易的公允性，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。主要规定如下：

（一）公司章程中有关关联交易的制度安排

《公司章程》规定：“公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”

公司控股股东及实际控制人对公司和公司其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。”

《公司章程》规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。有关关联股东的回避和表决程序为：

（1）拟提交股东大会审议的事项如构成关联交易，召集人应及时事先通知该关联股东，关联股东亦应及时事先通知召集人。

（2）在股东大会召开时，关联股东应主动提出回避申请，其他股东也有权向召集人提出关联股东回避。召集人应依据有关规定审查该股东是否属关联股东及该股东是否应当回避。

（3）关联股东对召集人的决定有异议，可就是否构成关联关系、是否享有表决权事宜提请人民法院裁决，但在人民法院作出最终有效裁定之前，该股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

（4）应予回避的关联股东可以参加讨论涉及自己的关联交易，并可就该关联交易产生的原因、交易基本情况、交易是否公允及合法等事宜向股东大会作出解释和说明。”

《公司章程》规定：“董事会关于公司购买或者出售资产、对外投资、资产抵押、对外担保、委托理财、关联交易等事项的权限为：

审议批准公司拟与关联人达成的金额低于 3000 万元或占公司最近一期经审

计净资产值绝对值低于 5%的关联交易（公司提供担保、获赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外）”

《公司章程》规定：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的,不得对该项决议行使表决权,也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行,董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的,应将该事项提交股东大会审议。”

（二）独立董事工作制度中的有关关联交易的制度安排

《独立董事工作制度》第十八条规定：“为了充分发挥独立董事的作用,独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外,还享有以下特别职权:

(1) 重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后,提交董事会讨论;独立董事作出判断前,可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告,作为其判断的依据;

- (2) 向董事会提议聘用或解聘会计师事务所;
- (3) 向董事会提请召开临时股东大会;
- (4) 提议召开董事会;
- (5) 独立聘请外部审计机构和咨询机构;
- (6) 可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。如上述提议未被采纳或上述职权不能正常行使,公司应将有关情况予以披露。”

（三）关联交易管理制度关于关联交易的主要制度安排

《关联交易决策制度》第十四条规定：“公司与关联人之间发生的经常性关联交易,应遵循《公司章程》规定的决策程序执行;

(1) 当交易金额未达到董事会权限时,由董事会授权董事长审核、批准,事后向董事会报备。

(2) 当交易金额在董事会权限以内的交易应该遵循：

①召开董事会进行审议并由独立董事发表独立意见，关联董事予以回避表决；

②审议关联交易的董事会决议，必须有半数以上独立董事同意后方为有效；

③董事会形成决议后，公司与关联方签署交易事项的总协议；

④董事会作相关披露。

(3) 当交易金额超出董事会权限时，交易应该遵循：

①召开董事会进行审议并由独立董事发表独立意见，关联董事予以回避；

②审议关联交易的董事会决议，必须有半数以上独立董事同意后方为有效；

③当独立董事和非关联董事在董事会的人数不到二分之一时，独立董事享有一票否决权；

④董事会将形成的有效决议向年度股东大会提交审议；

⑤年度股东大会对关联交易进行审议，关联股东予以回避表决；

⑥年度股东大会形成决议后，公司与关联方签署交易事项的总协议。”

《关联交易决策制度》第十五条规定：“公司与关联人之间发生的非经常性关联交易，应遵循如下的决策程序：

(1) 当交易金额未达到董事会权限时，由董事会授权董事长审核、批准，事后向董事会报备。

(2) 当交易金额在董事会权限以内的交易应该遵循：

①提交独立董事审查并形成独立意见；

②董事会审议关联交易，经半数以上独立董事同意后方能形成有效决议；

③与交易对方签署协议；

④董事会作相关披露。

(3) 当交易金额超出董事会权限时，交易应该遵循：

①提交独立董事审查并形成独立意见；

②当独立董事和非关联董事在董事会的人数不到1/2 时，独立董事享有一票否决权；

③聘请各中介机构（如有必要）和独立财务顾问出具意见；

④董事会审议关联交易，经半数独立董事同意后方能形成有效决议，提交股东大会审议；

⑤股东大会审议通过后实施。”

《关联交易决策制度》第十九条规定：“公司与关联人签署涉及关联交易的协议，应当采取必要的回避措施：

（1）任何个人只能代表一方签署协议；

（2）关联人不得以任何方式干预公司的决定；

（3）公司董事会就关联交易表决时，有利害关系的董事具有下列情形之一的，不得参与表决：

①交易对方；

②在交易对方任职，或在能直接或间接控制该交易对方的法人单位或者该交易对方直接或间接控制的法人单位任职的；

③拥有交易对方的直接或间接控制权的；

④交易对方或者其直接或间接控制人的关系密切的家庭成员；

⑤交易对方或者其直接或间接控制人的董事、监事和高级管理人员的关系密切的家庭成员；

⑥中国证监会、上海证券交易所或公司认定的因其他原因使其独立的商业判断可能受到影响的人士。

上述有关联关系的董事有权参与该关联事项的审议讨论，并提出自己的意见。”

《关联交易决策制度》第二十二条规定：“股东大会审议关联交易事项时，下列股东应当回避表决：

（1）交易对方；

（2）拥有交易对方直接或间接控制权的；

（3）被交易对方直接或间接控制的；

（4）与交易对方受同一法人或自然人直接或间接控制的；

(5) 因与交易对方或者其关联人存在尚未履行完毕的股权转让协议或者其他协议而使其表决权受到限制或影响的；

(6) 中国证监会或上海证券交易所认定的可能造成公司对其利益倾斜的法人或自然人。”

《关联交易决策制度》第二十七条规定：“公司与关联人就同一标的或者公司与同一关联人在连续12个月内达成的关联交易累计金额达到本制度第五章相关标准的，应按相应标准履行程序。”

《关联交易决策制度》第二十八条规定：“由本公司控制或持有50%以上股权的子公司发生的关联交易，视同本公司行为，其交易行为适用本制度；本公司的参股公司发生关联交易，以其交易标的乘以参股比例或协议分红比例后的数额，适用本制度。”

(四) 防范资金占用、强化公司治理的相关安排

1、“占用即冻结”制度

公司于2014年4月16日召开2014年第三次临时股东大会，通过《公司章程》(草案)，该《公司章程》(草案)在公司发行上市后自动生效。

《公司章程》(草案)规定：“公司控股股东或者实际控制人不得利用控股地位侵占公司资产。公司对控股股东所持股份建立“占用即冻结”的机制，即发现控股股东侵占资产的，公司应立即申请司法冻结，凡不能以现金清偿的，通过变现股权偿还侵占资产。”

公司财务总监为“占用即冻结”机制的具体责任人。公司财务总监一旦发现公司控股股东或者实际控制人及其附属企业侵占公司资产，应立即启动以下程序：

(1) 公司财务总监在发现控股股东侵占公司资产的当天，应以书面形式报告公司董事长，同时抄送董事会秘书；若发现同时存在公司董事、高级管理人员协助、纵容控股股东及其附属企业侵占公司资产情况的，财务总监在书面报告中还应当写明所涉及的董事或高级管理人员姓名、协助或纵容控股股东及其附属企业侵占公司资产的情节；

(2) 董事长在收到财务总监的报告后，应立即召集、召开董事会会议，审

议要求控股股东清偿的期限、向相关司法部门申请办理控股股东股份冻结等相关事宜；若存在公司董事、高级管理人员协助、纵容控股股东及其附属企业侵占公司资产的情形，公司董事会应视其情节轻重对直接责任人给予处分和对负有严重责任的董事提请股东大会予以罢免；

(3) 董事会秘书根据董事会决议向控股股东发送限期清偿通知，执行对相关董事或高级管理人员的处分决定、向相关司法部门申请办理控股股东股份冻结等相关事宜，并做好相关信息披露工作；

(4) 若控股股东无法在规定期限内清偿，公司应在规定期限到期后 30 日内向相关司法部门申请将冻结股份变现以偿还侵占资产，董事会秘书做好相关信息披露工作”

2、实际控制人出具的承诺

2012 年 11 月 5 日，实际控制人陈学高出具《承诺函》，承诺：“本人保证不以任何方式违法违规占用股份公司资金。”

3、发行人全体董事、高级管理人员出具的承诺

发行人全体董事、高级管理人员于 2012 年 11 月 5 日出具了《承诺函》，承诺：“本人声明并承诺，在公司任职期间，本人不存在、未来也不发生如下行为：

(1) 挪用公司资金；

(2) 将公司资金以其个人名义或者以其他个人名义开立账户存储；

(3) 违反公司章程的规定，未经股东会、股东大会或者董事会同意，将公司资金借贷给他人或者以公司财产为他人提供担保。”

六、公司独立董事对关联交易事项的意见

公司独立董事对公司报告期内的关联交易决策程序及前述关联交易事项进行了核查，认为：“公司关联交易是在一般普通业务往来及基于普通的商业条件或交易有关的协议基础上进行的；公司发生的关联交易，严格遵守《公司章程》的规定，严格按照关联交易协议进行，交易公平合理；报告期内公司重大关联交易公允，履行了法定的批准程序，不存在损害公司和股东利益的行为。”

第八节 董事、监事和高级管理人员

一、董事、监事和高级管理人员简历

(一) 董事会成员

1、董事简要情况

本公司现任董事会由9名董事组成，其中独立董事3人，公司的董事任期为3年，任期届满可连选连任。公司董事的基本情况如下：

姓名	公司任职	提名人	任职期间
陈学高	董事长、总经理	股东	2015年2月8日—2018年2月7日
姚忠发	董事、常务副总经理	股东	2015年2月8日—2018年2月7日
	董事会秘书	董事会	2015年2月8日—2018年2月7日
姚明	董事、副总经理	股东	2015年2月8日—2018年2月7日
钱元报	董事	股东	2015年2月8日—2018年2月7日
朱春花	董事	股东	2015年2月8日—2018年2月7日
奚桂意	董事	股东	2015年2月8日—2018年2月7日
丁栋虹	独立董事	董事会	2015年2月8日—2018年2月7日
陈立平	独立董事	董事会	2015年2月8日—2018年2月7日
周学民	独立董事	董事会	2015年2月8日—2018年2月7日

上述董事简历如下：

陈学高：男，1959年出生，中国国籍，无永久境外居留权，研究生学历，经济师。曾任贸易中心副主任、主任、总经理，庐江县商务局副局长，庐江县人民政府县长助理、副县长，庐江县政协副主席，原巢湖市政协常委，原巢湖市工商联副会长，安德利有限董事长、总经理，巢湖安德利执行董事，安德利商务董事长。现任本公司董事长、总经理，安德利投资董事长，巢湖安德利执行董事、经理，合肥市工商联副会长。

姚忠发：男，1964年出生，中国国籍，无永久境外居留权，大学专科学历，注册会计师。曾任贸易中心主办会计、财务负责人，安德利有限审计部经理、监事会主任、董事、副总经理，巢湖安德利董事，原巢湖市居巢区第七届政协常委。现任本公司董事、常务副总经理、董事会秘书，安德利投资董事，和县安德利执

行董事兼经理，无为安德利执行董事，巢湖市第八届人大常委，巢湖市工商联副主席。

姚明：男，1956 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，高中学历。曾任贸易中心家电部主任，安德利有限监事、董事、副总经理，巢湖安德利监事。现任本公司董事、副总经理，安德利投资董事，巢湖安德利监事。

钱元报：男，1969 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，大学专科学历。曾任贸易中心主办会计，安德利有限主办会计、财务部经理、董事，巢湖安德利财务部副经理。现任本公司董事、财务部经理。

朱春花：女，1972 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，高中学历。曾任贸易中心钟表化妆品部主任，巢湖安德利服装部经理，安德利有限钟化部副经理、经理、针纺羊毛衫部经理、服装部经理、董事。现任本公司董事。

奚桂意：女，1959 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，大专学历。曾任马鞍山市慈湖供销社副主任、主任，马鞍山市农业生产资料公司总经理，马鞍山江东种业服务中心负责人，马鞍山霍里供销社负责人。现任本公司董事，马鞍山市农业生产资料有限公司董事长。

丁栋虹：男，1964 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，博士研究生学历，教授。曾任上海财经大学国际工商管理学院教授、博士生导师，复旦大学管理学院教授、博士生导师。现任本公司独立董事，中国科学技术大学管理学院教授、博士生导师。

陈立平：男，1961 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，博士研究生学历，教授。曾任北京财贸管理干部学院讲师、助教，首都经济贸易大学工商管理学院副教授。现任本公司独立董事，首都经济贸易大学工商管理学院教授、市场营销系主任，九三学社北京市经济委员会委员，中国商业经济学会常务理事，中国质量协会常务理事，中国商业企业协会营销分会常务理事，中国商业联合会专家委员会委员，清华大学经济管理学院中国零售研究中心研究员，北京京客隆商业集团股份有限公司独立董事，昆明百货大楼（集团）股份有限公司独立董事。

周学民：男，1965 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历，注册会计师。曾任安徽财贸学院（现为安徽财经大学）会计系教师，安徽永诚会计师事务所所长。现任本公司独立董事，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）合伙

人、副主任会计师、安徽分所所长，安徽省注册会计师协会常务理事、自律委员会委员，安徽省会计学会常务理事，合肥市资产评估协会常务理事。科大国创软件股份有限公司、奇瑞徽银汽车金融股份有限公司和惠而浦（中国）股份有限公司独立董事。

2、董事选聘情况

2012年2月8日，发行人召开创立大会，选举陈学高、姚忠发、姚明、钱元报、朱春花、奚桂意、丁栋虹、胡国财、李永中为第一届董事会董事，其中丁栋虹、胡国财、李永中为独立董事。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举陈学高为第一届董事会董事长。

2012年6月10日，李永中辞去独立董事一职，本公司召开2012年第三次临时股东大会，补选周学民为独立董事。

2014年5月16日，胡国财辞去独立董事一职，本公司召开2014年第四次临时股东大会，补选陈立平为独立董事。

2015年2月8日，发行人召开2015年第一次临时股东大会，选举陈学高、姚忠发、姚明、钱元报、朱春花、奚桂意、丁栋虹、陈立平、周学民为第二届董事会董事，其中丁栋虹、陈立平、周学民为独立董事。同日，公司召开第二届董事会第一次会议，选举陈学高为第二届董事会董事长。

（二）监事会成员

1、监事简要情况

本公司监事会由3名监事组成，其中职工代表监事1名，公司的监事任期为3年，任期届满可连选连任。公司监事的基本情况如下：

姓名	公司任职	提名人	任职期间
陈伟	监事会主席	股东	2015年2月8日—2018年2月7日
叶贵芝	监事	股东	2015年2月8日—2018年2月7日
徐济霞	监事	职工代表大会	2015年2月8日—2018年2月7日

上述监事简历如下：

陈伟：女，1974年出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。曾任贸易中心营业员、柜长、女装部副经理，安德利有限钟表化妆品部经理、针纺部

经理、人力资源部经理。现任本公司监事会主席、庐江超市部经理。

叶贵芝：女，1974年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学专科学历，会计师。曾任贸易中心部门主办会计，安德利有限主办会计、超市部财务负责人、财务部副经理。现任本公司监事、审计监察部副经理。

徐济霞：女，1970年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾任安德利有限鞋业柜组长、鞋业商场部经理，现任本公司职工监事、鞋业分公司商场部经理。

2、监事选聘情况

2012年2月7日，安德利有限召开职工代表大会选举范晓玲为公司第一届监事会职工代表监事。

2012年2月8日，发行人召开创立大会，选举陈伟、叶贵芝为第一届监事会监事，与职工代表监事范晓玲共同组成公司第一届监事会。同日，公司第一届监事会第一次会议选举陈伟为监事会主席。

2014年7月28日，公司召开职工代表大会同意范晓玲辞去职工监事职务，并选举徐济霞为公司第一届监事会职工代表监事。

2015年2月7日，发行人召开职工代表大会选举徐济霞为第二届监事会职工代表监事。

2015年2月8日，发行人召开2015年第一次临时股东大会，选举陈伟、叶贵芝为第二届监事会监事，与职工代表监事徐济霞共同组成公司第二届监事会。同日，公司第二届监事会第一次会议选举陈伟为监事会主席。

（三）高级管理人员

1、高级管理人员简要情况

姓名	公司任职
陈学高	董事长、总经理
姚忠发	董事、常务副总经理、董事会秘书
姚明	董事、副总经理
李立东	副总经理
刘章宏	副总经理

周同江	副总经理
周元灿	财务总监

上述高管简历如下：

陈学高： 详见“董事会成员”简历部分。

姚忠发： 详见“董事会成员”简历部分。

姚明： 详见“董事会成员”简历部分。

李立东： 男，1973 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，在职研究生在读。曾任贸易中心总经理秘书、服装部主任、售后部主任、企管部经理、食品部副经理，巢湖安德利企划部经理、服装部经理、总经理助理、副总经理，安德利有限监事。现任本公司副总经理，和县安德利监事，《安德利人报》主编。

刘章宏： 男，1973 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，在职研究生在读。曾任贸易中心服装部柜组长、男装部主任，安德利有限服装部经理、总经理助理、监事。现任本公司副总经理。

周同江： 男，1972 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾任贸易中心主办会计，巢湖安德利办公室主任、企管股股长、日化商场经理助理，安德利有限食品部经理、超市部经理、监事会主任。现任本公司副总经理。

周元灿： 男，1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，会计师。曾任贸易中心主办会计，巢湖安德利财务部负责人，安德利有限财务副总经理。现任本公司财务总监。

2、高级管理人员选聘情况

2012 年 2 月 8 日，发行人召开第一届董事会第一次会议，聘任陈学高为公司总经理，聘任姚忠发、姚明、周同江、李立东和刘章宏为公司副总经理，聘任汪华为公司副总经理兼董事会秘书，聘任周元灿为公司财务总监。

2012 年 3 月 12 日，汪华辞去公司副总经理、董事会秘书职务，公司董事会召开一届二次会议，聘任姚忠发为公司董事会秘书。

2015 年 2 月 8 日，发行人召开第二届董事会第一次会议，聘任陈学高为公司总经理，聘任姚明、周同江、李立东和刘章宏为公司副总经理，聘任姚忠发为公司副总经理兼董事会秘书，聘任周元灿为公司财务总监。

二、公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属近三年一期直接或间接持有本公司股份情况

姓名	2016年6月30日		2015年12月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	持股数 (万股)	比例(%)	持股数 (万股)	比例(%)	持股数 (万股)	比例(%)	持股数 (万股)	比例 (%)
陈学高	4,009.86	66.83	4,009.86	66.83	4,009.86	66.83	4,009.86	66.83
姚忠发	187.20	3.12	187.20	3.12	187.20	3.12	187.20	3.12
姚明	187.20	3.12	187.20	3.12	187.20	3.12	187.20	3.12
钱元报	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51
朱春花	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51
陈伟	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51
叶贵芝	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51
周元灿	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51
李立东	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51
刘章宏	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51
周同江	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51	30.78	0.51

截至本招股说明书签署日，上述董事、监事和高级管理人员均直接持有本公司股份，所持股份不存在质押或冻结以及其他争议或潜在纠纷的情况。

除上述情况外，本次发行前无其他董事、监事和高级管理人员及其近亲属以任何方式直接或间接持有本公司股份的情况。

三、董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况

姓名	企业名称	主营业务	认缴出资额(万元)	持股比例(%)
陈学高	安德利投资	股权投资	742.54	74.25
姚忠发			34.68	3.47
姚明			34.68	3.47
钱元报			5.70	0.57
朱春花			5.70	0.57
陈伟			5.70	0.57
叶贵芝			5.70	0.57
周元灿			5.70	0.57

李立东			5.70	0.57
刘章宏			5.70	0.57
周同江			5.70	0.57
奚桂意	马鞍山农资	农资、化工产品销售	344.30	94.07

公司董事、监事和高级管理人员的对外投资企业与公司不存在直接或间接利益冲突。除上述情况之外，公司董事、监事和高级管理人员无其他对外投资。

四、董事、监事和高级管理人员薪酬及兼职情况

(一) 董事、监事和高级管理人员薪酬及其在关联企业领取收入情况

上述人员 2015 年度从本公司及子公司领取薪酬情况见下表：

姓名	公司任职	薪酬收入（元）
陈学高	董事长、总经理	226,000.00
姚忠发	董事、常务副总经理、董事会秘书	176,000.00
姚明	董事、副总经理	155,000.00
钱元报	董事	114,000.00
朱春花	董事	137,000.00
奚桂意	董事	-
丁栋虹	独立董事	30,000.00
陈立平	独立董事	30,000.00
周学民	独立董事	30,000.00
陈伟	监事会主席	93,000.00
叶贵芝	监事	93,000.00
徐济霞	监事	64,000.00
周元灿	财务总监	161,000.00
李立东	副总经理	167,000.00
刘章宏	副总经理	140,000.00
周同江	副总经理	145,000.00

在本公司领取薪酬的董事（不含独立董事）、监事及高级管理人员，本公司依法为其办理了养老、失业、医疗、工伤、生育等社会保险，并交纳了住房公积金。此外，不存在其它特殊待遇和退休金计划。

（二）董事、监事和高级管理人员对外兼职情况

姓名	兼职单位	兼职职务	兼职单位与发行人的关系
陈学高	安德利投资	董事长	同一实际控制人
	巢湖安德利	执行董事、经理	子公司
	合肥市工商业联合会	副会长	无关联关系
姚忠发	安德利投资	董事	同一实际控制人
	无为安德利	执行董事	子公司
	和县安德利	执行董事、经理	孙公司
	巢湖市第八届人大常委会	常委	无关联关系
	巢湖市工商业联合会	副主席	无关联关系
姚明	安德利投资	董事	同一实际控制人
	巢湖安德利	监事	子公司
奚桂意	马鞍山市农业生产资料有限公司	董事长	无关联关系
李立东	和县安德利	监事	孙公司
陈立平	首都经济贸易大学工商管理学院	教授、市场营销系主任	无关联关系
	九三学社北京市经济委员会	委员	无关联关系
	中国商业经济学会	常务理事	无关联关系
	中国质量协会	常务理事	无关联关系
	中国商业企业协会营销分会	常务理事	无关联关系
	中国商业联合会	专家委员会委员	无关联关系
	清华大学经济管理学院中国零售研究中心	研究员	无关联关系
	北京京客隆商业集团股份有限公司	独立董事	无关联关系
	昆明百货大楼（集团）股份有限公司	独立董事	无关联关系
周学民	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）	合伙人、副主任会计师、安徽分所所长	无关联关系
	安徽省注册会计师协会	常务理事、自律委员会委员	无关联关系
	安徽省会计学会	常务理事	无关联关系
	合肥市资产评估协会	常务理事	无关联关系
	科大国创软件股份有限公司	独立董事	无关联关系
	奇瑞徽银汽车金融股份有限公司	独立董事	无关联关系
	惠而浦（中国）股份有限公司	独立董事	无关联关系
丁栋虹	中国科学技术大学管理学院	教授、博士生导师	无关联关系

除上述已披露的兼职情况外，本公司董事、监事和高级管理人员未在其他单位兼任职务。

五、报告期内公司董事、监事和高级管理人员发生变动的情况

（一）关于董事、高级管理人员变化情况

1、报告期内，发行人董事、高级管理人员变动情况

2014年5月16日，胡国财辞去独立董事职务，公司召开2014年第四次临时股东大会，补选陈立平为独立董事。2015年2月8日，公司召开2015年第一次临时股东大会，选举陈学高、姚忠发、姚明、钱元报、朱春花、奚桂意、丁栋虹、陈立平、周学民为第二届董事会董事，其中丁栋虹、陈立平、周学民为独立董事。同日，发行人召开第二届董事会第一次会议，聘任陈学高为公司总经理，聘任姚明、周同江、李立东和刘章宏为公司副总经理，聘任姚忠发为公司副总经理兼董事会秘书，聘任周元灿为公司财务总监。

2、报告期内，发行人董事、高级管理人员变动的主要原因及对公司经营的影响

报告期内，公司独立董事人员辞职人数为1名，系因个人原因退出公司，为公司正常的人员变动。

报告期内，公司股权结构及实际控制人均未发生重大变化，公司及下属子公司核心管理团队也保持稳定。公司董事、高级管理人员的上述变动不构成重大变化，未对公司的经营产生重大影响。公司高级管理人员均来自于公司各业务部门管理岗位，熟悉公司业务，具有丰富的经营和管理经验，从而保证了公司经营和发展战略的一致性和连贯性，并增强了公司管理团队的经营管理能力和凝聚力，使公司治理结构进一步优化，为公司未来发展聚集了管理力量，有利于公司持续经营和发展。

（二）关于监事变化情况

2014年7月28日，公司召开职工代表大会同意范晓玲辞去职工监事职务，并选举徐济霞为公司第一届监事会职工代表监事。

2015年2月7日，公司召开职工代表大会选举徐济霞为第二届监事会职工代表监事。

2015年2月8日，公司召开2015年第一次临时股东大会，选举陈伟、叶贵芝为第二届监事会监事，与职工代表监事徐济霞共同组成公司第二届监事会。

六、其他说明

（一）董事、监事、高级管理人员的任职资格

本公司董事、监事、高级管理人员均符合法律法规的要求，具备担任相应职务的资格。

（二）董事、监事和高级管理人员之间的亲属关系

上述公司董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

（三）公司与董事、监事和高级管理人员签订的协议

除奚桂意、陈立平、丁栋虹、周学民之外，本公司与其他董事、监事及高级管理人员均签订了《劳动合同》。

（四）董事、监事和高级管理人员作出的承诺

除本招股说明书之“重大事项提示”披露的内容之外，公司董事、监事与高级管理人员未作出其他重要承诺。

第九节 公司治理

本公司根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规的要求，建立健全了由公司股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间的相互协调和相互制衡机制，保障了公司经营管理的有序进行。2012年2月8日，本公司于召开了创立大会，选举产生了公司第一届董事会、监事会成员，审议通过了《公司章程》及三会议事规则。经发行人律师核查，发行人历次股东大会、董事会、监事会的召开程序、决议内容等符合《公司法》和《公司章程》的有关规定，签署的决议与会议记录真实、有效。

本公司成立后，先后制定了《总经理工作细则》、《董事会秘书工作制度》、《独立董事工作制度》、《董事会战略与投资委员会工作细则》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》、《关联交易决策制度》、《内部控制制度》、《内部审计制度》、《预算管理制度》、《内部信息保密制度》、《信息披露制度》、《重大信息内部报告制度》、《投资者权益保护制度》、《募集资金管理办法》等有关制度，上述制度符合有关上市公司治理的规范性要求，不存在差异。股东大会、董事会、监事会以及独立董事和董事会秘书能够按照《公司法》等相关法律法规、《公司章程》和公司内部制度的规定规范运作，依法履行各自的权利和义务，没有违法违规情况的发生。

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书履行职责情况

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东的权利和义务

根据《公司章程》规定，公司股东享有下列权利：（1）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（2）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（3）对公司的经营进

行监督，提出建议或者质询；（4）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（5）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（6）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（7）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（8）法律、行政法规、部门规章及本章程规定的其他权利。

根据《公司章程》规定，公司股东承担下列义务：（1）遵守法律、行政法规和本章程；（2）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；（3）除法律、法规规定的情形外，不得退股；（4）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任；（5）法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

2、股东大会的职权

根据《公司章程》规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

（1）决定公司的经营方针和投资计划；（2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（3）审议批准董事会的报告；（4）审议批准监事会报告；（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（8）对发行公司债券作出决议；（9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（10）修改本章程；（11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；（12）审议批准第四十一条规定的担保事项；（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；（14）审议批准变更募集资金用途事项；（15）审议股权激励计划；（16）审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

3、股东大会议事规则

根据《股东大会议事规则》第四条规定：股东大会分为年度股东大会和临时

股东大会。年度股东大会每年召开 1 次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。临时股东大会不定期召开，出现《公司法》第一百零一条规定的应当召开临时股东大会的下列情形时，临时股东大会应当在 2 个月内召开。

根据《股东大会议事规则》第十三条规定：单独或者合计持有公司 3% 以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，告知临时提案的内容。除前款规定外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。股东大会通知中未列明或不符合本规则第十二条规定的提案，股东大会不得进行表决并作出决议。

根据《股东大会议事规则》第十四条规定：召集人应当在年度股东大会召开 20 日前以书面通知方式通知各股东，临时股东大会应当于会议召开 15 日前以书面通知方式通知各股东。股东大会通知中应当列明会议召开的时间、地点和审议的事项。

4、股东大会运行情况

股份公司设立以来，股东大会按照《公司章程》、《股东大会议事规则》及相关规定规范运作，严格履行有关法律规定的召集程序。截至本招股说明书签署之日，本公司共计召开了二十二次股东大会，就对公司有重大影响的事项进行了审议。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

董事会由九名董事组成，设董事长 1 人，由全体董事的过半数选举产生，公司董事包括 3 名独立董事。董事由股东大会选举或更换，任期 3 年。董事任期届满，可连选连任。

1、董事会的职责

根据《公司章程》规定，董事会行使下列职权：（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（2）执行股东大会的决议；（3）决定公司的经营计划和投资方案；（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券

及上市方案；（7）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保、委托理财、关联交易、贷款等事项；（9）决定公司内部管理机构的设置；（10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司财务总监等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（11）制订公司的基本管理制度；（12）制订本章程的修改方案；（13）管理公司信息披露事项；（14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（15）听取公司经理的工作汇报并检查经理的工作；（16）法律、行政法规、部门规章及本章程规定和股东大会授予的其他职权。

2、董事会议事规则

董事会会议分为定期会议和临时会议。董事会每年应当至少在上下两个半年度各召开一次定期会议，由董事长召集，应于会议召开 10 日以前书面通知全体董事和监事。代表 1/10 以上表决权的股东、1/3 以上董事和监事提议、董事长认为必要、1/2 以上独立董事、证券监督管理部门要求，可以提议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后 10 日内，召集和主持董事会会议。董事会召开临时董事会会议的，应于会议召开日五日前以直接送达、传真、电子邮件或者其他方式通知全体董事和监事以及董事会秘书。

董事会会议由董事长召集和主持。董事长不能履行职务或者不履行职务的，由副董事长召集和主持，副董事长不能履行职务或不履行职务的，由半数以上董事共同推举一名董事履行职务。

董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事原则上应亲自出席董事会会议，因故不能参加出席会议，应事先审阅会议材料，形成明确的意见，书面委托其他董事代为出席。

董事会会议的表决实行一人一票，以举手、计名和书面等方式进行。董事会会议应当有记录，董事会会议记录作为公司档案由董事会秘书负责保存，保管期限为十年以上。

3、董事会运行情况

股份公司设立以来，董事会按照《公司章程》、《董事会议事规则》及相关规

定，规范运作，严格履行有关法律规定的召集程序。截至本招股说明书签署之日，本公司共计召开了二十六次董事会会议，就对公司有重大影响的事项进行了审议。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

公司监事会由3名监事组成，监事会设主席1人，监事会主席由全体监事过半数选举产生。公司监事会任期3年，任期届满，可连选连任。

1、监事会的职责

根据《公司章程》规定，监事会行使下列职权：（1）对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（2）检查公司财务；（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求其予以纠正；（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》和本章程规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（6）向股东大会提出提案；（7）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

2、监事会议事规则

监事会每6个月至少召开一次会议。监事可以提议召开临时监事会会议。监事会决议应当经全体监事过半数通过。

监事会主席召集和主持监事会会议；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持监事会会议。

3、监事会运行情况

股份公司设立以来，监事会依照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自身的权利。截至本招股说明书签署之日，公司共计召开十四次监事会会议，公司监事会规范运行。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事情况

公司独立董事共 3 人，分别为丁栋虹、陈立平和周学民，其中周学民先生为会计专业人士，占董事总人数的 1/3。

2、独立董事的职权

根据《独立董事工作制度》的规定，公司独立董事除应当具有公司法和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还应当履行以下特别职权：（1）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近一期经审计净资产值的 5% 的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；（3）向董事会提请召开临时股东大会；（4）提议召开董事会；（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构；（6）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事除履行上述职责外，还应对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：（1）提名、任免董事；（2）聘任或解聘高级管理人员；（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；（4）公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近一期经审计净资产值的 5% 的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；（5）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；（6）《公司章程》规定的其他事项。

公司应当保证独立董事享有与其他董事同等的知情权。凡须经董事会决策的事项，公司必须按法定的时间提前通知独立董事并同时提供足够的资料，独立董事认为资料不充分的，可以要求补充。当 2 名或 2 名以上独立董事认为资料不充分或论证不明确时，可联名书面向董事会提出延期召开董事会会议或延期审议该事项，董事会应予以采纳。独立董事行使职权时，公司有关人员应当积极配合，不得拒绝、阻碍或隐瞒，不得干预其独立行使职权。

3、独立董事制度运行情况

公司引入独立董事，建立独立董事制度后，对完善公司治理结构起了良好的

促进作用。公司董事会做出重大决策前，向独立董事提供足够的材料，充分听取独立董事的意见，独立董事对于促进公司规范运作，谨慎把握募集资金投资项目、经营管理、发展方向及发展战略的选择将起到良好的作用。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书制度的建立及职责

董事会设董事会秘书 1 名，是公司高级管理人员，对董事会负责。

根据公司《董事会秘书工作制度》的规定，董事会秘书履行如下职责：（1）负责公司和相关当事人与上海证券交易所及其他证券监管机构之间的沟通和联络；（2）负责处理公司信息披露事务，督促公司制定并执行信息披露管理制度和重大信息的内部报告制度，促使公司和相关当事人依法履行信息披露义务，并按照有关规定向上海证券交易所办理定期报告和临时报告的披露工作；（3）协调公司与投资者之间的关系，接待投资者来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司信息披露资料；（4）按照法定程序筹备股东大会和董事会会议，准备和提交有关会议文件和资料；（5）参加董事会会议，制作会议记录并签字；（6）负责与公司信息披露有关的保密工作，制订保密措施，促使董事、监事和其他高级管理人员以及相关知情人员在信息披露前保守秘密，并在内幕信息泄露时及时采取补救措施，同时向上海证券交易所报告；（7）负责保管公司股东、董事、监事及高级管理人员名册，控股股东及董事、监事和高级管理人员持有本公司股票的资料，以及股东大会、董事会会议文件和会议记录等；（8）协助董事、监事和其他高级管理人员了解信息披露相关法律、行政法规、部门规章、《上海证券交易所股票上市规则》、上海证券交易所其他规定和公司章程，以及上市协议中关于其法律责任的内容；（9）促使董事会依法行使职权；在董事会拟作出的决议违反法律、行政法规、部门规章、《上海证券交易所股票上市规则》、上海证券交易所其他规定或者公司章程时，应当提醒与会董事，并提请列席会议的监事就此发表意见；如果董事会坚持作出上述决议，董事会秘书应将有关监事和其个人的意见记载于会议记录，同时向上海证券交易所报告；（10）《公司法》和上海证券交易所要求履行的其他职责。

2、董事会秘书履行职责的情况

本公司董事会设董事会秘书一名，董事会秘书为公司高级管理人员，对公司和董事会负责。董事会秘书负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。

公司董事会秘书按照《公司章程》的有关规定开展工作，出席了公司历次董事会、股东大会；并按照《公司章程》的有关规定安排完成历次会议记录；历次董事会、股东大会召开前，董事会秘书均按照《公司章程》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等相关文件，较好地履行了相关职责。

（六）董事会专门委员会的设置情况

2012年5月8日，公司第一届董事会第三次会议审议通过公司设立战略与投资委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会，并选举产生了各专门委员会成员和各专门委员会的工作细则。公司各专门委员会成员全部由董事组成，其中薪酬和考核委员会、审计委员会、提名委员会中独立董事占多数并担任召集人。

2015年2月8日，公司第二届董事会第一次会议选举产生了战略与投资委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会委员。公司各专门委员会成员全部由董事组成，其中薪酬和考核委员会、审计委员会、提名委员会中独立董事占多数并担任召集人。

董事会专门委员会人员构成如下表所示：

委员会	主任委员	委员
战略与投资委员会	陈学高	陈立平、丁栋虹
审计委员会	周学民	陈立平、钱元报
提名委员会	陈立平	丁栋虹、姚忠发
薪酬与考核委员会	丁栋虹	周学民、朱春花

1、战略与投资委员会

（1）人员组成

战略与投资委员会由三名董事组成，其中，战略与投资委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一以上提名，并由董事会选举产生。战略与投资委员会设主任委员一名，由公司董事长担任。

（2）职责权限

战略与投资委员会的主要职责：①对公司的长期发展规划、经营目标、发展方针进行研究并提出建议；②对公司的经营战略包括但不限于产品战略、市场战略、营销战略、研发战略、人才战略进行研究并提出建议；③对公司重大战略性投资、融资方案进行研究并提出建议；④对公司重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；⑤对其他影响公司发展战略的重大事项进行研究并提出建议；⑥对以上事项的实施进行跟踪检查；⑦公司董事会授权的其他事宜。

2、审计委员会

（1）人员组成

审计委员会成员由三名董事组成，独立董事应占多数，且至少有一名独立董事为专业会计人士。审计委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一以上提名，并由董事会选举产生。审计委员会设主任委员（召集人）一名，由独立董事担任，负责主持委员会工作，主任委员在委员内选举产生。

（2）职责权限

审计委员会的主要职责权限：①提议聘请或更换外部审计机构；②监督公司的内部审计制度及其实施；③负责内部审计与外部审计之间的沟通；④审查公司财务信息及其披露；⑤审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；⑥公司董事会授予的其他事宜。

3、提名委员会

（1）人员组成

提名委员会成员由三名董事组成，独立董事占多数。提名委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一提名，并由董事会选举产生。提名委员会设主任委员（召集人）一名，由独立董事委员担任，负责主持委员会工作，主任委员在委员内选举产生。

（2）职责权限

提名委员会的主要职责权限：（1）根据公司经营情况、资产规模和股权

结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；（2）根据相关法律法规，研究董事、总裁人员的选择标准和程序,并向董事会提出建议；（3）广泛搜寻合格的董事、总裁人员的人选；（4）对董事、总裁人员的候选人进行审查并提出建议；（5）董事会授权的其他事宜。

4、薪酬与考核委员会

（1）人员组成

薪酬与考核委员会成员由三名董事组成，独立董事应占多数。薪酬与考核委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一以上提名，并由董事会选举产生，并设主任委员（召集人）一名，由独立董事委员担任，负责主持委员会工作，主任委员在委员内选举产生。

（2）职责权限

薪酬和考核委员会的主要职责权限：①根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；②薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；③审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；④负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；⑤董事会授权的其他事宜。

二、发行人报告期内违法违规行为情况

1、报告期内，发行人及其下属子公司不存在因违法违规被处罚的情形。

2、发行人（包括安德利有限）2009年至报告期受到的行政处罚具体情况如下：

（1）工商处罚

编号	处罚日期	行政处罚决定书编号	处罚事由	具体处罚措施
1	2009.8.6	庐工商市处字[2009]225号	所销售商品抽样检验不合格。	责令停止违法行为；罚款600元。
2	2010.2.9	庐工商市处字[2010]7号	所销售商品抽样检验不合格。	责令停止违法行为；没收不合格产品1件；罚款15600元。
3	2010.5.12	庐工商广处字[2010]138号	未经备案登记发布户外广告。	责令补办登记手续；罚款5000元。

4	2011.8.2	庐工商消处字 [2011]506号	所销售商品抽样检 验不合格。	责令改正违法行为；没收不合格商 品一件；没收违法所得 144 元；罚 款 1356 元。
---	----------	----------------------	-------------------	--

安德利有限已就相关事项进行整改；2012年12月7日，合肥市工商行政管理局出具《证明》，证明安德利有限及其分店上述行为不属于重大违法行为，相应处罚亦不属于重大行政处罚。据此，保荐机构、发行人律师和申报会计师认为，安德利有限及其分店上述行为不属于重大工商违法行为，不会对发行人本次公开发行股票构成实质性障碍。

(2) 质监处罚

编号	处罚日期	行政处罚决定书 编号	处罚事由	具体处罚措施
1	2009.12.9	(庐)质技监罚字 [2009]第 109 号	所销售商品印有未经核 准注册商品条码	责令改正；罚款 4800 元。
2	2009.12.10	(庐)质技监罚字 [2009]第 112 号	所销售商品印有未经核 准注册商品条码	责令改正；罚款 8000 元。
3	2011.7.28	(庐)质技监罚字 [2011]第 018 号	所销售商品印有未经核 准注册商品条码	责令改正；罚款 4000 元。
4	2011.7.28	(庐)质技监罚字 [2011]第 022 号	所销售商品印有未经核 准注册商品条码	责令改正；罚款 4000 元。

安德利有限已就相关事项进行整改；2012年11月8日，庐江县质量技术监督局出具《证明》，证明安德利有限及其分店上述行为不属于重大违法行为，相应处罚亦不属于重大行政处罚。据此，保荐机构、发行人律师和申报会计师认为，安德利有限及其分店上述行为不属于重大质监违法行为，不会对发行人本次公开发行股票构成实质性障碍。

(3) 消防处罚

① 安德利有限于2010年1月6日因消防设施未保持完好有效受到庐江县公安消防大队行政处罚（《行政处罚决定书》编号：庐公（消）决字[2010]第 001号），被处罚款 3 万元；安德利有限裴岗分店于2011年10月12日因未经消防安全检查擅自投入使用、营业受到庐江县公安消防大队行政处罚（《行政处罚决定书》编号：庐公（消）决字[2011]第 034号），被处责令停止使用并罚款 3 万元。安德利有限已就相关事项进行整改；2012年11月13日，庐江县公安消防大队出具《证明》，证明上述 2 项违法行为不属于重大违法行为，相应处罚亦不属于重大行政处罚。据此，保荐机构、发行人律师和申报会计师认为安德利有限及其

分店上述行为不属于重大消防违法行为，不会对发行人本次公开发行股票构成实质性障碍。

②安德利有限肥西分店于 2011 年 10 月 9 日因未进行消防设计备案，未进行竣工消防备案及未经消防安全检查擅自投入使用、营业受到肥西县公安局消防大队行政处罚（《行政处罚决定书》编号：合西公（消）决字[2011]第 60 号、61 号、62 号），分别被处罚款 5,000 元、罚款 5,000 元及责令停产停业并罚款 3 万元。安德利有限已就相关事项进行整改；2012 年 12 月 7 日，肥西县公安局消防大队出具《证明》，证明上述违法行为不属于重大违法行为，相应处罚亦不属于重大行政处罚。据此，保荐机构、发行人律师和申报会计师安德利有限肥西店上述行为不属于重大消防违法行为，不会对发行人本次公开发行股票构成实质性障碍。

3、巢湖安德利及其分店 2009 年至今受到的行政处罚具体情况如下：

（1）工商处罚

① 巢湖安德利及其分店 2009 年至今受到巢湖市工商行政管理局及其前身原巢湖市居巢区工商行政管理局行政处罚如下：

编号	处罚日期	行政处罚决定书编号	处罚事由	具体处罚措施
1	2009.10.26	居工商市处字[2009]315 号	1、所销售食品未标明贮存条件；2、所销售食品超过保质期。	1、没收违法所得 208.7 元、没收剩余不合格食品并处罚款 2091.3 元；2、没收剩余不合格食品并处罚款 2000 元。
2	2009.11.4	居工商市处字[2009]346 号	所销售商品抽样检测不合格。	没收违法所得 525 元；没收剩余不合格商品；罚款 19475 元。
3	2010.1.8	居工商市处字[2010]6 号	所销售商品抽样检测不合格。	没收违法所得 7899 元；没收剩余不合格商品；罚款 59700 元。
4	2010.3.11	居工商市处字[2010]91 号	所销售食品未标明生产日期。	责令改正；没收违法所得 1.1 元；没收剩余不合格食品；罚款 15000 元。
5	2010.3.12	居工商商处字[2010]117 号	所销售商品侵犯他人商标专用权。	责令停止侵权行为；没收剩余侵权商品；罚款 1000 元。
6	2010.5.24	居工商市处字[2010]191 号	所销售食品未标明贮存条件。	没收违法所得 11 元；没收剩余不合格食品；罚款 14989 元。
7	2010.12.20	居工商市处字[2010]357 号	所销售食品已变质。	责令停止违法行为；没收违法所得 16.39 元；没收剩余变质食品；罚款 2000 元。
8	2011.5.17	居工商商处字[2011]254 号	所销售商品侵犯他人商标专用权。	责令停止侵权行为；罚款 500 元。

9	2011.6.15	居工商公处字[2011]260号	所销售商品抽样检测不合格。	责令停止违法行为；罚款4000元。
10	2011.7.26	巢居工商经处字[2011]362号	1、所销售食品标示不符合规定；2、所销售食品添加非食品原料。	1、没收违法所得120元、罚款4880元； 2、没收违法所得105.6元、罚款4894.4元。
11	2011.10.8	巢工商市处字[2011]476号	所销售商品抽样检测不合格。	责令停止违法行为；没收违法所得1232元；罚款4768元。
12	2012.5.2	巢工商市处字[2012]234号	所销售商品抽样检测不合格。	没收违法所得252元；罚款828元。

巢湖安德利已就相关事项进行整改；2012年11月19日，巢湖市工商行政管理局出具《证明》，证明巢湖安德利及其分店上述行为不属于重大违法行为，相应处罚亦不属于重大行政处罚。据此，保荐机构、发行人律师和申报会计师认为，巢湖安德利及其分店上述行为不属于重大工商违法行为，不会对发行人本次公开发行股票构成实质性障碍。

② 巢湖安德利林头分店于2011年4月14日因销售无标签预包装食品受到含山县工商行政管理局行政处罚（《行政处罚决定书》编号：含工商市处字[2011]第22号），被处责令停止销售违规食品并罚款8,000元；巢湖安德利清溪分店于2011年11月8日因所销售食品抽样检测不合格收到含山县工商行政管理局行政处罚（《行政处罚决定书》编号：含工商市处字[2011]第274号），被处没收不合格食品、没收违法所得并罚款2,000元。巢湖安德利已就相关事项进行整改；2012年11月20日，含山县工商行政管理局出具《证明》，证明上述违法行为不属于重大违法行为，相应处罚亦不属于重大行政处罚。据此，保荐机构、发行人律师和申报会计师认为巢湖安德利林头分店上述行为不属于重大工商违法行为，不会对发行人本次公开发行股票构成实质性障碍。

（2）消防处罚

① 巢湖安德利炯炆分店于2011年6月2日因消防设施、器材、消防安全标示未保持完好有效受到原巢湖市居巢区公安消防大队行政处罚（《行政处罚决定书》编号：居公（消）决字[2011]第1号），被处罚款5000元。巢湖安德利已就相关事项进行整改；2012年11月15日，巢湖市公安消防大队出具《证明》，证明上述违法行为不属于重大违法行为，相应处罚亦不属于重大行政处罚。据此，保荐机构、发行人律师和申报会计师认为巢湖安德利炯炆分店上述行为不属于重

大消防违法行为，不会对发行人本次公开发行股票构成实质性障碍。

②和县安德利于 2011 年 12 月 15 日因销售变质食品受到和县工商行政管理局行政处罚（《行政处罚决定书》编号：和工商市处字 [2011]422 号），被处罚款 8,000 元。和县安德利已就相关事项进行整改；2012 年 11 月 26 日，和县工商行政管理局出具《证明》，证明上述违法行为不属于重大违法行为，相应处罚亦不属于重大行政处罚。据此，保荐机构、发行人律师和申报会计师认为和县安德利上述行为不属于重大工商违法行为，不会对发行人本次公开发行股票构成实质性障碍。

4、发行人就相应处罚存在的内控缺陷及相应整改工作

（1）工商、质监处罚相关内控缺陷及相应整改工作

①内控缺陷

A. 2009 年至今发行人及其子公司受到工商处罚共 19 次，其中 3 项处罚原因为销售商品超过保质期或变质，系发行人自身商品销售管理缺陷导致；其余 16 项处罚原因为抽检商品不合格、商品标示不合格、所售商品侵犯他人商标、宣传不符合规定等供应商因素，系发行人供应商、供货管理缺陷导致。

B. 2009 年至今发行人及其子公司受到质监处罚共 4 次，处罚原因均为所销售商品印有未经核准注册商品条码，属于供应商因素，系发行人供应商、供货管理缺陷导致。

②整改工作

为杜绝此类处罚再次发生，发行人对相关责任人员进行了处罚和索赔，对存在相对薄弱环节的商品质量管理体系进行了整改和完善。发行人及其子公司已从以下方面加强商品质量管理：

A. 商品准入管理

a. 在签订合同时，要审查供货方的资信情况和资质证书等有关手续，供货方须提供生产许可证、产品合格证、经营许可证、税务登记证（已通过当年年检）、营业执照（已通过当年年检）等证照复印件，复印件须加盖公章，食品行业还须有卫生许可证，特殊商品还要有授权委托书。供应商提供的相关资料在业务存续期间妥善保管，以备检查。

b. 必须按规定建立进货台账，进货台账由专人负责登记保管。进货台账要如实登记厂商合同编号、进货日期、商品名称、数量、规格、发票号码及进货单号码等内容。属市场安全准入商品，必须按顺序保存进货商品复印件。

B. 商品验收管理

a. 验收人员对到货商品实行严格检查，防止伪劣商品入库，保证销售正常进行，验收时要坚持“五查”制度：A、查货物名称与发货单是否相称；B、查商品产地、品名、规格、等级是否与所订合同相符；C、查商品包装是否完好；D、查商品质量，鉴别假冒伪劣商品；E、查到货数量是否准确无误。

b. 验收人员对商品进行逐件验收，确定所进商品合格后入库，并认真填写商品验收单、签字等手续必须完备。对验收不合格的商品应妥善保管，并通知部门负责人和厂方有关人员退货。验收过程中，如发现厂家有以次充好、掺杂使假现象，对厂家处以 500 元以上罚款，并没收其商品。

c. 上柜销售的商品，由柜组长负责上柜前检查，按件验收的，柜组实物负责人应特别注意拆件点验是否与包装标准相符，如有不符，及时向部门负责人汇报处理。未反馈到部门负责人，发生的责任由柜组自负。

C. 商品销售预警机制

对有保质期的商品，各储存单位、柜组必须建立商品保质期备查簿。分批次详细登记商品名称、进货渠道、进货时间，保持期限、生产日期、到期日、处理情况等，柜长每天要检查商品保质期，对超过保质期二分之一的商品要做预警登记。对超过保质期三分之二的商品，要及时向所在部门负责人汇报，请求处理，并记录处理情况。

D. 建立责任追究机制，对违法违规的供应商和内部主要责任人员实行一票否决制

对确实因供应商违法违规产生质量问题使发行人蒙受处罚的供应商，坚决予以淘汰，这一点要求在供销合同中予以明确，同时对不履行规定程序，把关不严，购进、销售假冒伪劣商品（包括超过保质期的商品），顾客发现经有关部门确认或被有关部门查处的，各部门主要责任人、直接责任人承担全部损失，并从严处理。

E. 加强员工培训

加大内部宣传，引入工商、质监部门，对员工进行商品质量、标准、法律法规培训；编印《员工手册》，普及商品管理、食品安全知识和公司重要的相关制度；不定期地对员工的业务知识进行考核，奖优罚劣，提高员工素质，提升员工商品鉴别能力，使员工有能力、有动力自发地维护企业品牌。

F. 引入全员监督和社会监督

a. 公司鼓励全体员工对公司经营的商品质量进行监督，对违反商品质量管理规定的行为，凡举报者，一经查实，公司给予奖励，并严格保密。

b. 充分利用安德利现有的 20 万名监督员社会监督作用，开通举报热线，在各商场设举报箱，定期召集监督员代表开座谈会，将每年 11 月 11 日定为监督员日，组织会员活动等，将监督员制度发展成为安德利文化中的重要元素之一。

c. 主动邀请工商、质监、物价、卫生等部门到公司来开展商品质量检查，开展座谈，提高公司的质量控制水平

G. 强化内部监管，实施阳光工程，确保商品质量

公司实行阳光工程，规范采购与销售活动，确保商品质量。严禁采购人员接受供应商的饭局招待、馈赠、回扣，严禁销售人员（柜组成员）私自代销非公司引进商品。违规行为一经发现，视严重程度予以处罚。

为切实保证商品质量管理制度的深入落实，发行人及其子公司成立由公司高级管理人员组成的业务监管工作组，对包括商品准入管理制度、商品验收管理制度等在内的商品质量管理体系落实情况制定了明确的监督检查制度，并制定了明确可行的奖惩赏罚处理措施。

经核查，上述整改措施已充分实施，效果良好。

(2) 消防相关内控缺陷及相应整改工作

①内控缺陷

2009 年至今发行人及其子公司受到消防处罚共 6 次，其中 4 项处罚原因为未取得消防验收合格文件前抢先开业，系发行人新开门店管理缺陷导致；其余 2 项处罚原因为消防设施等未保持完好，系发行人经营场所消防安全管理缺陷。

②整改工作

A.建立了《开店手册》，明确了消防相关手续完成后为新店方能开业，包括

但不限于：

- a. 办理建设工程消防设计审核并取得审核意见。
- b. 办理建设工程消防验收并取得验收意见。
- c. 提前培训三班制具有消防安全资质的安保人员并安排妥当日常巡查及值班。
- d. 申报消防检查并取得消防检查合格证。
- e. 明确新店店长或其他主要负责人为开业前消防事项责任人。

B.开展安全经营规范化达标工作：

a. 确立安全第一的指导思想：树立以人为本、安全发展理念，坚持“安全第一，预防为主、综合治理”的安全方针为指导思想。

b. 建立规范的消防管理制度，消防设施检查制度。认真贯彻落实国家、地方和和行业有关安全生产工作的法律、法规规章和标准，建立健全安全生产管理制度，切实抓好安全生产管理工作，确保实现公司下达的安全生产管理目标。

c. 加强安全培训，做到人人了解消防，人人重视消防。新员工必须经过三级安全教育后，才能上岗工作。转岗员工必须接受安全培训。

d. 经费保障，配套设施添置齐全。

e. 公司确立专门机构负责消防规范化管理工作。明确董事长作为安全生产的第一责任人。

三、发行人报告期内资金占用和对外担保情况

（一）资金占用情况

本公司已建立严格的资金管理制度，截至本招股书签署日，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。

（二）对外担保情况

本公司《公司章程》中已明确对外担保的审批权限和审议程序。报告期内，本公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情况。

四、公司管理层对内部控制的自我评估及注册会计师的鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

本公司根据《公司法》、《证券法》、《公司章程》等有关法律法规的规定，制订了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作细则》、《董事会战略与投资委员会实施细则》、《审计委员会实施细则》、《提名委员会实施细则》、《薪酬与考核委员会实施细则》等重大规章制度，明确了股东大会、董事会、监事会及经理层的权责范围和工作程序。股东大会、董事会、监事会的召开、重大决策等行为合法、合规、真实、有效。

本公司制订的内部管理与控制制度以公司的基本管理制度为基础，涵盖了财务会计、安全生产、环境保护、库存商品采购、产品销售、人事管理、关联交易、投资决策等整个生产经营过程，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。本公司在内部控制建立过程中，充分考虑了行业的特点和公司多年管理经验，保证了内控制度符合公司经营的需要，对经营风险起到了有效的控制作用。本公司制订内部控制制度以来，各项制度均得到有效的执行，对于公司加强管理、规范运行、提高经济效益以及公司的长远发展起到了积极有效的作用。

发行人管理层认为：本公司制订的各项内部控制制度完整、合理、有效，执行情况良好，能够合理地保证公司内部控制目标的达成，促进了公司经营的正常、有效进行。随着国家法律法规的逐步深化完善和公司的不断发展，公司将根据业务发展和内部机构调整的需要，及时完善和补充内部控制制度，提高内部控制制度的可操作性，使其更好地发挥在公司生产经营中的促进、监督、制约的作用。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

众华所对公司的内部控制制度进行了审核，并出具了众会字（2016）第 5422 号《内部控制鉴证报告》，认为：“公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规

范于 2016 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表编制相关的有效的内部控制。”

第十节 财务会计信息

本节的财务会计数据及有关的分析反映了公司报告期的财务状况、经营成果和现金流量情况，以下引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报告。

本公司提醒投资者关注本公司披露的财务报告和《审计报告》全文，以获取详细的财务会计信息。

一、简要财务报表

(一) 合并财务报表

1、资产负债表

单位：元

资产	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
流动资产：				
货币资金	75,424,712.79	67,115,409.58	90,534,905.34	80,003,553.51
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	4,509,660.03	3,484,938.04	5,709,725.54	4,941,564.48
预付款项	82,372,636.42	79,289,817.65	67,494,110.41	65,261,923.13
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	11,955,086.54	11,309,969.42	13,533,570.96	15,814,526.55
存货	262,196,725.62	307,767,099.83	317,163,987.12	320,293,874.71
划分为持有待售的资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	-	-	-	-
流动资产合计	436,458,821.40	468,967,234.52	494,436,299.37	486,315,442.38

非流动资产:				
可供出售金融资产	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
投资性房地产	108,403,850.44	110,069,582.47	104,206,351.91	33,641,727.77
固定资产	527,790,277.55	532,238,318.43	473,916,510.83	404,159,932.24
在建工程	40,949,852.11	32,459,453.26	31,935,642.68	102,792,119.95
工程物资	-	-	-	-
固定资产清理	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	106,200,287.34	107,717,431.86	108,713,126.61	121,225,956.55
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	4,740,645.67	4,904,618.44	5,946,964.03	5,057,896.91
递延所得税资产	3,312,745.70	3,201,685.75	3,686,366.42	2,240,553.65
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	801,397,658.81	800,591,090.21	738,404,962.48	679,118,187.07
资产总计	1,237,856,480.21	1,269,558,324.73	1,232,841,261.85	1,165,433,629.45
负债和股东权益				
流动负债:				
短期借款	485,000,000.00	480,000,000.00	416,000,000.00	394,290,000.00
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	83,350,000.00	96,820,000.00	179,360,000.00	110,410,000.00
应付账款	233,590,907.79	253,483,439.96	200,708,468.08	242,198,419.81
预收款项	31,336,688.62	30,749,681.39	37,641,872.19	55,358,944.44
应付职工薪酬	6,677,630.34	8,453,315.68	7,856,965.39	6,938,191.37
应交税费	9,608,954.10	14,137,750.78	13,349,241.33	11,911,334.52
应付利息	16,409.16	54,743.45	24,675.65	31,862.85
应付股利	-	-	-	-

其他应付款	8,798,662.77	8,111,583.05	11,403,849.41	13,420,212.20
划分为持有待售的负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	20,000,000.00	40,000,000.00	34,000,000.00	9,000,000.00
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	878,379,252.78	931,810,514.31	900,345,072.05	843,558,965.19
非流动负债：				
长期借款	-	-	40,000,000.00	65,000,000.00
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
专项应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	3,904,995.77	3,952,674.23	4,391,781.15	4,862,138.07
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	3,904,995.77	3,952,674.23	44,391,781.15	69,862,138.07
负债合计	882,284,248.55	935,763,188.54	944,736,853.20	913,421,103.26
所有者权益：				
股本	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	59,575,746.29	59,575,746.29	59,575,746.29	59,575,746.29
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	4,380,397.07	4,380,397.07	3,280,322.10	2,020,975.54
未分配利润	231,616,088.30	209,838,992.83	165,248,340.26	130,415,804.36

归属于母公司所有者权益合计	355,572,231.66	333,795,136.19	288,104,408.65	252,012,526.19
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	355,572,231.66	333,795,136.19	288,104,408.65	252,012,526.19
负债和所有者权益总计	1,237,856,480.21	1,269,558,324.73	1,232,841,261.85	1,165,433,629.45

2、利润表

单位：元

项目	2016 年度 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	768,058,976.62	1,456,913,593.10	1,378,322,751.57	1,290,007,731.98
减：营业成本	606,378,124.18	1,152,804,127.82	1,104,869,633.74	1,043,837,106.53
营业税金及附加	6,139,528.71	12,594,534.14	13,667,306.83	14,521,394.57
销售费用	92,160,321.09	164,951,637.52	161,033,719.30	131,498,695.90
管理费用	20,628,578.79	37,103,208.20	37,605,545.61	30,372,604.55
财务费用	15,202,884.30	35,199,482.71	33,427,668.74	28,153,134.57
资产减值损失	1,501,165.70	1,504,311.17	1,183,809.33	712,067.58
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	1,000,000.00	1,200,000.00	1,506,000.00	1,450,000.00
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	27,048,373.85	53,956,291.54	28,041,068.02	42,362,728.28
加：营业外收入	1,924,088.46	6,589,298.10	20,007,942.16	28,560,217.76
其中：非流动资产处置利得	-	-	2,189,575.53	14,108,531.28
减：营业外支出	-	24,959.95	235,000.00	54,984.11
其中：非流动资产处置损失	-	4,959.95	-	13,319.11
三、利润总额	28,972,462.31	60,520,629.69	47,814,010.18	70,867,961.93
减：所得税费用	7,195,366.84	14,829,902.15	11,722,127.72	17,584,533.64
四、净利润	21,777,095.47	45,690,727.54	36,091,882.46	53,283,428.29
归属于母公司所有者的净利润	21,777,095.47	45,690,727.54	36,091,882.46	53,283,428.29
少数股东损益	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后				

净额				
归属于公司所有者的其他综合收益税后净额	-	-	-	-
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1.重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动	-	-	-	-
2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-	-	-
2.可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-	-
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-	-
4.现金流量套期损益的有效部分	-	-	-	-
5.外部财务报表折算差额	-	-	-	-
6.其他	-	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	21,777,095.47	45,690,727.54	36,091,882.46	53,283,428.29
归属于母公司所有者的综合收益总额	21,777,095.47	45,690,727.54	36,091,882.46	53,283,428.29
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
七、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.36	0.76	0.60	0.89
（二）稀释每股收益	0.36	0.76	0.60	0.89

3、现金流量表

单位：元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	840,063,294.27	1,641,032,325.29	1,568,709,817.10	1,482,692,110.80

收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	15,684,387.49	37,823,071.49	47,129,884.22	41,676,347.45
经营活动现金流入小计	855,747,681.76	1,678,855,396.78	1,615,839,701.32	1,524,368,458.25
购买商品、接受劳务支付的现金	641,975,464.34	1,288,954,135.30	1,304,905,989.36	1,117,658,388.92
支付给职工以及为职工支付的现金	63,376,065.24	112,841,379.85	113,526,038.21	96,132,935.23
支付的各项税费	41,053,029.32	66,805,414.93	59,970,246.95	70,758,957.24
支付其他与经营活动有关的现金	45,864,102.56	91,994,624.84	91,200,746.94	84,973,647.83
经营活动现金流出小计	792,268,661.46	1,560,595,554.92	1,569,603,021.46	1,369,523,929.22
经营活动产生的现金流量净额	63,479,020.30	118,259,841.86	46,236,679.86	154,844,529.03
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	1,000,000.00	1,200,000.00	1,506,000.00	1,450,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	7,000.00	2,509,997.00	22,969,414.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	1,000,000.00	1,207,000.00	4,015,997.00	24,419,414.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	25,771,623.00	61,515,246.49	107,267,545.51	224,411,955.70
投资支付的现金	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	25,771,623.00	61,515,246.49	107,267,545.51	224,411,955.70
投资活动产生的现金流量净额	-24,771,623.00	-60,308,246.49	-103,251,548.51	-199,992,541.70
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东	-	-	-	-

投资收到的现金				
取得借款收到的现金	198,000,000.00	494,961,850.00	450,000,000.00	470,290,000.00
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	413,820.00	35,000,000.00	218,424,393.57	78,491,370.00
筹资活动现金流入小计	198,413,820.00	529,961,850.00	668,424,393.57	548,781,370.00
偿还债务支付的现金	213,000,000.00	464,961,850.00	428,290,000.00	370,590,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	13,496,236.09	31,361,710.28	31,256,972.87	28,736,830.19
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	2,315,678.00	115,009,380.85	141,331,200.22	81,849,500.00
筹资活动现金流出小计	228,811,914.09	611,332,941.13	600,878,173.09	481,176,330.19
筹资活动产生的现金流量净额	-30,398,094.09	-81,371,091.13	67,546,220.48	67,605,039.81
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	8,309,303.21	-23,419,495.76	10,531,351.83	22,457,027.14
加：期初现金及现金等价物余额	67,115,409.58	90,534,905.34	80,003,553.51	57,546,526.37
六、期末现金及现金等价物余额	75,424,712.79	67,115,409.58	90,534,905.34	80,003,553.51

(二) 母公司财务报表

1、资产负债表

单位：元

资产	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
流动资产：				
货币资金	68,331,640.14	55,867,500.83	75,052,956.11	67,117,930.01
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	1,082,796.33	1,464,112.14	3,477,779.54	2,895,781.09
预付款项	37,096,350.76	36,290,467.11	29,993,656.57	18,847,310.57
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	1,238,569,897.58	1,127,479,822.64	720,936,866.81	438,769,793.97
存货	79,236,133.56	108,311,226.04	115,167,223.77	117,464,316.42
划分为持有待售的资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	-	-	-	-
流动资产合计	1,424,316,818.37	1,329,413,128.76	944,628,482.80	645,095,132.06
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	50,000,000.00	50,000,000.00	45,000,000.00	45,000,000.00
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	74,625,146.96	76,573,443.58	80,044,606.56	84,625,671.11
在建工程	8,772,892.82	8,772,892.82	8,772,892.82	8,751,066.82
工程物资	-	-	-	-
固定资产清理	-	-	-	-

生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	19,452,728.49	19,703,108.57	20,294,492.29	20,945,055.05
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	1,597,539.24	1,734,056.77	2,340,516.12	1,887,743.99
递延所得税资产	1,485,686.27	1,412,075.62	1,268,675.18	1,635,428.83
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	155,933,993.78	158,195,577.36	157,721,182.97	162,844,965.80
资产总计	1,580,250,812.15	1,487,608,706.12	1,102,349,665.77	807,940,097.86
负债和股东权益				
流动负债：				
短期借款	485,000,000.00	480,000,000.00	396,000,000.00	314,290,000.00
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	81,750,000.00	95,760,000.00	176,710,000.00	108,850,000.00
应付账款	42,579,067.99	57,464,156.09	66,406,005.20	62,996,455.44
预收款项	8,455,984.20	8,407,868.83	9,514,661.23	18,796,806.74
应付职工薪酬	1,837,630.00	2,607,630.00	2,487,630.00	2,426,896.00
应交税费	4,831,977.39	5,035,475.36	4,254,019.38	6,089,742.86
应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	778,026,845.82	657,956,429.67	257,505,596.55	83,516,552.12
划分为持有待售的负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	10,000,000.00	20,000,000.00	20,000,000.00	9,000,000.00
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	1,412,481,505.40	1,327,231,559.95	932,877,912.36	605,966,453.16
非流动负债：				
长期借款	-	-	20,000,000.00	65,000,000.00
应付债券	-	-	-	-

其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
专项应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	3,904,995.77	3,952,674.23	4,048,031.15	4,143,388.07
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	3,904,995.77	3,952,674.23	24,048,031.15	69,143,388.07
负债合计	1,416,386,501.17	1,331,184,234.18	956,925,943.51	675,109,841.23
所有者权益：				
股本	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	52,620,501.24	52,620,501.24	52,620,501.24	52,620,501.24
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	4,380,397.07	4,380,397.07	3,280,322.10	2,020,975.54
未分配利润	46,863,412.67	39,423,573.63	29,522,898.92	18,188,779.85
所有者权益合计	163,864,310.98	156,424,471.94	145,423,722.26	132,830,256.63
负债和所有者权益总计	1,580,250,812.15	1,487,608,706.12	1,102,349,665.77	807,940,097.86

2、利润表

单位：元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
一、营业收入	306,373,758.41	580,563,738.26	519,399,925.21	550,346,615.98
减：营业成本	248,297,315.39	470,532,531.88	419,082,733.60	447,285,448.10
营业税金及附加	2,328,682.70	4,364,839.63	4,841,621.95	6,532,411.68
销售费用	27,582,947.66	50,516,755.50	50,164,189.90	49,285,491.30

管理费用	4,165,487.67	8,652,404.39	8,161,654.19	9,677,823.21
财务费用	13,534,954.86	31,905,720.22	27,983,441.96	25,994,139.24
资产减值损失	543,134.36	257,002.49	396,598.76	91,776.22
加：公允价值变动收益 (损失以“-”号填列)	-	-	-	-
投资收益(损失以“-”号 填列)	-	-	-	-
其中：对联营企业和合 营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	9,921,235.77	14,334,484.15	8,769,684.85	11,479,526.23
加：营业外收入	47,678.46	386,356.92	8,247,932.45	4,016,547.98
其中：非流动资 产处置利得	-	-	2,189,575.53	791.07
减：营业外支出	-	4,959.95	200,000.00	9,779.46
其中：非流动资产处 置损失	-	4,959.95	-	4,779.46
三、利润总额	9,968,914.23	14,715,881.12	16,817,617.30	15,486,294.75
减：所得税费用	2,529,075.19	3,715,131.44	4,224,151.67	3,934,533.82
四、净利润	7,439,839.04	11,000,749.68	12,593,465.63	11,551,760.93
五、其他综合收益的税 后净额				
(一)以后不能重分类 进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1.重新计量设定受益 计划净负债或净资产的 变动	-	-	-	-
2.权益法下在被投资 单位不能重分类进损益 的其他综合收益中享有 的份额	-	-	-	-
(二)以后将重分类进 损益的其他综合收益	-	-	-	-
1.权益法下在被投资 单位以后将重分类进损 益的其他综合收益中享 有的份额	-	-	-	-
2.可供出售金融资产 公允价值变动损益	-	-	-	-
3.持有至到期投资重 分类为可供出售金融资 产损益	-	-	-	-
4.现金流量套期损益	-	-	-	-

的有效部分				
5.外部财务报表折算差额	-	-	-	-
6.其他	-	-	-	-
六、综合收益总额	7,439,839.04	11,000,749.68	12,593,465.63	11,551,760.93

3、现金流量表

单位：元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	280,057,479.84	559,898,407.07	567,739,515.92	624,117,667.03
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	1,665,537.46	5,351,812.12	10,803,595.05	9,764,644.02
经营活动现金流入小计	281,723,017.30	565,250,219.19	578,543,110.97	633,882,311.05
购买商品、接受劳务支付的现金	189,648,809.91	437,593,707.86	438,461,300.51	518,167,081.09
支付给职工以及为职工支付的现金	21,579,445.79	36,877,817.79	37,146,018.05	36,426,337.65
支付的各项税费	13,842,288.68	27,628,953.51	22,838,578.14	21,816,927.73
支付其他与经营活动有关的现金	10,620,917.81	20,404,922.47	18,343,805.26	27,455,417.09
经营活动现金流出小计	235,691,462.19	522,505,401.63	516,789,701.96	603,865,763.56
经营活动产生的现金流量净额	46,031,555.11	42,744,817.56	61,753,409.01	30,016,547.49
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	7,000.00	2,509,997.00	5,968,214.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	7,000.00	2,509,997.00	5,968,214.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	947,420.00	2,537,572.00	2,859,951.00	6,776,992.20

投资支付的现金	-	5,000,000.00	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	947,420.00	7,537,572.00	2,859,951.00	6,776,992.20
投资活动产生的现金流量净额	-947,420.00	-7,530,572.00	-349,954.00	-808,778.20
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	198,000,000.00	494,961,850.00	396,000,000.00	390,290,000.00
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	247,277,958.95	673,083,544.33	728,039,072.30	516,041,692.00
筹资活动现金流入小计	445,277,958.95	1,168,045,394.33	1,124,039,072.30	906,331,692.00
偿还债务支付的现金	203,000,000.00	430,961,850.00	348,290,000.00	370,590,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	13,055,749.94	29,556,526.51	24,837,992.45	28,191,962.40
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	261,842,204.81	761,926,718.66	804,379,508.76	496,721,946.60
筹资活动现金流出小计	477,897,954.75	1,222,445,095.17	1,177,507,501.21	895,503,909.00
筹资活动产生的现金流量净额	-32,619,995.80	-54,399,700.84	-53,468,428.91	10,827,783.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	12,464,139.31	-19,185,455.28	7,935,026.10	40,035,552.29
加：期初现金及现金等价物余额	55,867,500.83	75,052,956.11	67,117,930.01	27,082,377.72
六、期末现金及现金等价物余额	68,331,640.14	55,867,500.83	75,052,956.11	67,117,930.01

二、注册会计师的审计意见

本公司聘请众华所对公司 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 6 月 30 日的资产负债表和合并资产负债表，2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年度 1-6 月的利润表、合并利润表和现金流量表、合并现金流量表及股东权益变动表、合并股东权益变动表，以及财务报表附注进行了审计，众华所为此出具了标准无保留意见的众会字[2016]第 5421 号《审计报告》。

三、财务报表的编制基准

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则—基本准则》和其他各项会计准则的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

根据财政部《关于印发修订〈企业会计准则第 2 号——长期股权投资〉的通知》等 7 项通知（财会[2014]6~8 号、10~11 号、14 号、16 号）等规定，本公司自 2014 年 7 月 1 日起执行财政部 2014 年发布的前述 7 项企业会计准则。

根据财政部《中华人民共和国财政部令第 76 号——财政部关于修改〈企业会计准则——基本准则〉的决定》，本公司自 2014 年 7 月 23 日起执行该决定。

根据财政部《关于印发修订〈企业会计准则第 37 号--金融工具列报〉的通知》（财会[2014]23 号的规定，本公司自 2014 年度起执行该规定。

四、合并财务报表范围及变化情况

1、截止 2016 年 6 月 30 日，纳入合并报表范围的子公司、孙公司情况如下：

序号	公司名称	子公司类型	注册地	注册资本 (万元)	业务性质	公司实际投资额 (万元)	投资比例
1	巢湖安德利	全资子公司	巢湖市	500.00	零售百货	500.00	100%
2	无为安德利	全资子公司	无为县	4,000.00	零售百货	4,000.00	100%
3	和县安德利	全资孙公司	和县	2,700.00	零售百货	2710.00	100%
4	巢湖长江百货	全资孙公司	巢湖市	500.00	零售百货	500.00	100%
5	安徽电子商务	全资子公司	无为县	500.00	电子商务	500.00	100%
6	巢湖电子商务	全资孙公司	巢湖市	500.00	电子商务	500.00	100%

2、报告期内新纳入合并范围的公司情况

(1) 通过收购取得的子公司

无。

(2) 通过投资设立的子公司

公司名称	子公司类型	取得日期	纳入合并报表时点
巢湖长江百货	全资孙公司	2013年5月	2013年5月
安徽电子商务	全资子公司	2015年8月	2015年8月
巢湖电子商务	全资孙公司	2015年10月	2015年10月

3、报告期内不再纳入合并范围的公司情况

无。

五、主要会计政策和会计估计

(一) 收入确认的方法和原则

收入的金额按照本公司在日常经营活动中销售商品和提供劳务时，已收或应收合同或协议价款的公允价值确定。与交易相关的经济利益能够流入本公司，相关的收入能够可靠计量且满足下列各项经营活动的特定收入确认标准时，确认相关的收入。

1、商品销售收入

自营、联营是公司销售商品的两种模式，本公司商品销售在商品所有权上的主要风险和报酬已转移给买方，本公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，与交易相关的经济利益很可能流入企业，并且与销售该商品相关的收入和成本能够可靠地计量时，确认营业收入的实现。

营业成本的确认方法为：自营模式下，公司预先向供应商付款或按信用期付款给供应商购入商品，商品销售时，采用先进先出法或零售价法，在确认销售收入的同时，结转销售成本。联营模式下，公司与供应商签订联营协议，在确认商品销售收入的同时，按照约定的毛利比例确认销售成本，该销售成本即是公司与供应商结算的货款。

2、提供劳务收入

提供的劳务在同一会计年度开始并完成的，在劳务已经提供，收到价款或取得收取价款的证据时，确认营业收入的实现；劳务的开始和完成分属不同会计年度的，在劳务合同的总收入、劳务的完成程度能够可靠地确定，与交易相关的价款能够流入，已经发生的成本和为完成劳务将要发生的成本能够可靠地计量时，按完工百分比法确认营业收入的实现；长期合同工程在合同结果已经能够合理地预见时，按结账时已完成工程进度的百分比法确认营业收入的实现。

3、让渡资产使用权收入

让渡资产使用权取得的利息收入和使用费收入，在与交易相关的经济利益能够流入企业，且收入的金额能够可靠地计量时，确认收入的实现。

（二）金融资产和金融负债的核算方法

1、金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

- （1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止；
- （2）该金融资产已转移，且符合《企业会计准则第23号—金融资产转移》

规定的金融资产终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。

2、金融资产的分类

金融资产于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、应收款项、可供出售金融资产和持有至到期投资。金融资产的分类取决于本公司对金融资产的持有意图和持有能力。

- （1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括持有目的为短期内出售的金融资产，该资产在资产负债表中以交易性金融资产列示。

- （2）应收款项

应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融

资产，包括应收账款、其他应收款和长期应收款等。

（3）可供出售金融资产

可供出售金融资产包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产及未被划分为其他类的金融资产。自资产负债表日起12个月内将出售的可供出售金融资产在资产负债表中列示为一年内到期的非流动资产。

（4）持有至到期投资

持有至到期投资是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且管理层有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。自资产负债表日起12个月内到期的持有至到期投资在资产负债表中列示为一年内到期的非流动资产。

3、金融资产的计量

金融资产于本公司成为金融工具合同的一方时，按公允价值在资产负债表内确认。以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，取得时发生的相关交易费用直接计入当期损益。其他金融资产的相关交易费用计入初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和可供出售金融资产按照公允价值进行后续计量，但在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，按照成本计量；应收款项以及持有至到期投资采用实际利率法，以摊余成本计量。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的公允价值变动计入公允价值变动损益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利以及在处置时产生的处置损益，计入当期损益。

除减值损失及外币货币性金融资产形成的汇兑损益外，可供出售金融资产公允价值变动计入股东权益，待该金融资产终止确认时，原直接计入权益的公允价值变动累计额转入当期损益。可供出售债务工具投资在持有期间按实际利率法计算利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益。

4、金融资产的转移

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认

该金融资产。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

(1) 所转移金融资产的账面价值；

(2) 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

因金融资产转移获得了新金融资产或承担了新金融负债的，在转移日按照公允价值确认该金融资产或金融负债（包括看涨期权、看跌期权、担保负债、远期合同、互换等），并将该金融资产扣除金融负债后的净额作为上述对价的组成部分。

公司与金融资产转入方签订服务合同提供相关服务的（包括收取该金融资产的现金流量，并将所收取的现金流量交付给指定的资金保管机构等），就该服务合同确认一项服务资产或服务负债。服务负债应当按照公允价值进行初始计量，并作为上述对价的组成部分。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分（在此种情况下，所保留的服务资产视同未终止确认金融资产的一部分）之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

(1) 终止确认部分的账面价值；

(2) 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额，按照金融资产终止确认部分和未终止确认部分的相对公允价值，对该累计额进行分摊后确定。

5、金融负债的分类

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益

的金融负债。

6、金融负债的计量

金融负债于本公司成为金融工具合同的一方时，按公允价值在资产负债表内确认。以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，取得时发生的相关交易费用直接计入当期损益；其他金融负债的相关交易费用计入初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值后续计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用。其他金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

7、金融资产和金融负债公允价值

存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用活跃市场中的报价确定其公允价值。金融工具不存在活跃市场的，采用估值技术确定其公允价值，估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

8、金融资产减值

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，按预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值低于账面价值的差额，计提减值准备。如果有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

当可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度或非暂时性下降，原直接计入所有者权益的因公允价值下降形成的累计损失计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，在期后公允价值上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，直接计入所有者权益。在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资

发生的减值损失，如果在以后期间价值得以恢复，也不予转回。

可供出售金融资产-权益工具投资减值认定标准：

公允价值发生“严重”或“非暂时性”下跌的具体量化标准	该金融资产期末公允价值相对于成本的下跌幅度已达到或超过 50%，或持续下跌时间达到或超过 12 个月。
成本的计算方法	本公司金融资产按取得时支付的对价和相关交易费用初始确认为投资成本。
期末公允价值的确定方法	存在活跃市场的，以资产负债表日活跃市场中的报价确定其公允价值；如不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的期末公允价值的确定方法市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融资产的当前公允价值、现金流量折现法等。采用估值技术时，优先最大程度使用市场参数，减少使用与本公司及其子公司特定相关的参数。
持续下跌期间的确定依据	持续下跌或在下跌趋势持续期间反弹上扬幅度低于 20%，反弹持续时间未超过 6 个月的均作为持续下跌期间

（三）存货的核算方法

1、存货的分类

存货包括库存商品、低值易耗品等，按成本与可变现净值孰低列示。

2、发出存货的计价方法

公司的百货类库存商品、超市类的精品烟酒柜组等、家电类的小生活电器等库存商品日常流转计价采用零售价计量，期末分摊商品购销差价确定发出存货的实际成本。其他家电类和超市类库存商品采用实际成本法进行初始计量，发出采用先进先出法确定发出存货的实际成本。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

本公司于每年中期期末及年度终了在对存货进行全面盘点的基础上，对遭

受损失，全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本的存货，根据存货成本与可变现净值孰低计量，按单个存货项目对同类存货项目的可变现净值低于存货成本的差额计提存货跌价准备，并计入当期损益。确定可变现净值时，除考虑持有目的和资产负债表日该存货的价格与成本波动外，还需要考虑未来事项的影响。

4、存货的盘存制度

存货盘存制度采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品在领用时采用五五摊销法核算成本。

（四）长期股权投资的核算方法

1、共同控制、重大影响的判断标准

按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，则视为共同控制。如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不视为共同控制。

对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，则视为对被投资单位实施重大影响。

2、长期股权投资成本确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

①同一控制下的企业合并

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制且该控制并非暂时性的，认定为同一控制下的企业合并。

合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

合并方以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

合并方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

②非同一控制下的企业合并

参与合并的各方在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，认定为非同一控制下的企业合并。

购买方通过一次交换交易实现的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益；购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

购买方的合并成本和购买方在合并中取得的可辨认净资产按购买日的公允价值计量。合并成本大于合并中取得的被购买方于购买日可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

③因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的

在编制个别财务报表时，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。购买日之前持有的股权投资按照《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。

在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，

与其相关的其他综合收益等应当转为购买日所属当期收益。

(2) 除企业合并形成的长期股权投资以外, 其他方式取得的长期股权投资, 按照下列规定确定其投资成本:

①以支付现金取得的长期股权投资, 应当按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。

②以发行权益性证券取得的长期股权投资, 应当按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。与发行权益行证券直接相关的费用, 应当按照《企业会计准则第37号——金融工具列报》的有关规定确定。

③在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下, 非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值为基础确定其初始投资成本, 除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠; 不满足上述前提的非货币性资产交换, 以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

④通过债务重组取得的长期股权投资, 其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

3、后续计量及损益确认方法

(1) 成本法后续计量

公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算, 长期股权投资按照初始投资成本计价。追加或收回投资调整长期股权投资的成本。被投资单位宣告分派的现金股利或利润, 确认为当期投资收益。

(2) 权益法后续计量

公司对联营企业和合营企业的长期股权投资, 采用权益法核算, 长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的, 不调整长期股权投资的初始投资成本; 长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的, 其差额计入当期损益, 同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法核算时, 投资方取得长期股权投资后, 按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额, 分别确认投资收益和其他综合收

益，同时调整长期股权投资的账面价值；投资方按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；投资方对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。投资方在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与投资方不一致的，按照投资方的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益等。

投资方确认被投资单位发生的净亏损，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限，投资方负有承担额外损失义务的除外。被投资单位以后实现净利润的，投资方在其收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

投资方计算确认应享有或应分担被投资单位的净损益时，与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于投资方的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益。投资方与被投资单位发生的未实现内部交易损失，按照《企业会计准则第8号——资产减值》等的有关规定属于资产减值损失的，全额确认。

投资方对联营企业的权益性投资，其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的，无论以上主体是否对这部分投资具有重大影响，投资方都按照金融工具政策的有关规定，对间接持有的该部分投资选择以公允价值计量且其变动计入损益，并对其余部分采用权益法核算。

(3) 因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的处理

按照《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》确定的原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

(4) 处置部分股权的处理

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按本附注“金融工具”的政策核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按本附注“金融工具”的有关政策进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。在编制合并财务报表时，按照本附注“合并财务报表的编制方法”的相关内容处理。

(5) 对联营企业或合营企业的权益性投资全部或部分分类为持有待售资产的处理

分类为持有待售资产的对联营企业或合营企业的权益性投资，以账面价值与公允价值减去处置费用孰低的金额列示，公允价值减去处置费用低于原账面价值的金额，确认为资产减值损失。对于未划分为持有待售资产的剩余权益性投资，采用权益法进行会计处理。已划分为持有待售的对联营企业或合营企业的权益性投资，不再符合持有待售资产分类条件的，从被分类为持有待售资产之日起采用权益法进行追溯调整。分类为持有待售期间的财务报表作相应调整。

(6) 处置长期股权投资的处理

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。

(五) 投资性房地产及折旧的核算方法

投资性房地产包括已出租持有并准备增值后转让的土地使用权以及已出租的建筑物，以实际成本进行初始计量。与投资性房地产有关的后续支出，在相关的经济利益很可能流入本公司且其成本能够可靠的计量时，计入投资性房地产成

本；否则，在发生时计入当期损益。

本公司采用成本模式对所有投资性房地产进行后续计量，按其预计使用寿命及净残值率对建筑物和土地使用权计提折旧或摊销。投资性房地产的预计使用寿命、净残值率及年折旧（摊销）率列示如下：

类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧（摊销）率（%）
房屋	35.00	5.00	2.71
土地使用权	受益年限	-	-

（六）固定资产及折旧的核算方法

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产同时满足下列条件的，才能予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、各类固定资产的折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	直线法	10.00-35.00	0-5.00	2.71-10.00
运输工具	直线法	8.00	5.00	11.88
电子设备及其他	直线法	5.00	5.00	19.00

（七）无形资产的核算方法

1、计价方法、使用寿命及减值测试

无形资产包括土地使用权、外购软件等。无形资产以实际成本计量。公司改制时国有股股东投入的无形资产，按国有资产管理部门确认的评估值作为入账价值。

土地使用权按使用年限平均摊销。外购土地及建筑物的价款难以在土地使用权与建筑物之间合理分配的，全部作为固定资产。外购软件按5年平均摊销。

当无形资产的公允价值减去处置费用后的净额和资产预计未来现金流量的现值均低于无形资产账面价值时，确认无形资产存在减值迹象。无形资产存在减

值迹象的，其账面价值减记至可收回金额。可收回金额根据无形资产的公允价值减去处置费用后的净额与无形资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。

2、内部研究、开发支出会计政策

根据内部研究开发项目支出的性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性，分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：

- (1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- (2) 管理层具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- (3) 能够证明该无形资产将如何产生经济利益；
- (4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；
- (5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。前期已计入损益的开发支出不在以后期间确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产。

当开发支出的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

(八) 长期资产减值准备的确认方法

在财务报表中单独列示的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少每年进行减值测试。固定资产、无形资产、以成本模式计量的投资性房地产及长期股权投资等，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组

确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

前述资产减值损失一经确认，如果在以后期间价值得以恢复，也不予转回。

（九）股份支付的会计处理方法

1、股份支付的种类

根据结算方式分为以权益结算的涉及职工的股份支付、以现金结算的涉及职工的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

以权益结算的涉及职工的股份支付，授予后立即可行权的，按照授予日权益工具的公允价值计入成本费用和资本公积；授予后须完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。

以现金结算的涉及职工的股份支付，授予后立即可行权的，按照授予日本公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用和相应负债；授予后须完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应负债。

（十）借款费用的会计处理方法

发生的可直接归属于需要经过相当长时间的购建活动才能达到预定可使用状态之固定资产的购建的借款费用，在资产支出及借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用状态所必要的购建活动已经开始时，开始资本化并计入该资产的成本。当购建的资产达到预定可使用状态时停止资本化，其后发生的借款费用计入当期损益。如果资产的购建活动发生非正常中断，并且中断时间连续超过3个月，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建活动重新开始。

在资本化期间内，专门借款（指为购建或者生产符合资本化条件的资产而专门借入的款项）以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后确定应予资本

化的利息金额；一般借款则根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

借款存在折价或者溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或者溢价金额，调整每期利息金额。

（十一）政府补助的会计处理方法

1、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

区分与资产相关政府补助和与收益相关政府补助的具体标准为政府拨款文件，若政府文件未明确规定补助对象，则该政府补助划分为与资产相关或与收益相关的判断依据为申请文件的具体内容或与政府部门签订的合同；对于综合性项目的政府补助，需要将其分解为与资产相关的部分和与收益相关的部分，分别进行会计处理；难以区分的，将政府补助整体归类为与收益相关的政府补助，视情况不同计入当期损益，或者在项目期内分期确认为当期收益。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与政府补助相关的递延收益的摊销方法以及摊销期限的确认方法为长期资产可供使用时起，按照长期资产的预计使用期限，将递延收益平均分摊转入当期损益。

2、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

与收益相关的政府补助，用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿公司已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（十二）所得税的会计处理方法

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（包括应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异）计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损，视同可抵扣暂时性差异。对于商誉的初始确认产生的暂时性差异，不确认相应的递延所得税负债。对

于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异，不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

递延所得税资产的确认以本公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限。

对子公司、联营企业及合营企业投资相关的暂时性差异产生的递延所得税资产和递延所得税负债，予以确认。但本公司能够控制暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回的，不予确认。

（十三）报告期内的会计政策或会计估计变更

1、会计政策的变更

2014 年初，财政部分别以财会[2014]6 号、7 号、8 号、10 号、11 号、14 号及 16 号发布了《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》、《企业会计准则第 30 号——财务报表列报（2014 年修订）》、《企业会计准则第 9 号——职工薪酬（2014 年修订）》、《企业会计准则第 33 号——合并财务报表（2014 年修订）》、《企业会计准则第 40 号——合营安排》、《企业会计准则第 2 号——长期股权投资（2014 年修订）》及《企业会计准则第 41 号——在其他主体中权益的披露》，要求自 2014 年 7 月 1 日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行，鼓励在境外上市的企业提前执行。同时，财政部以财会[2014]23 号发布了《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（2014 年修订）》（以下简称“金融工具列报准则”），要求在 2014 年年度及以后期间的财务报告中按照该准则的要求对金融工具进行列报。

本公司于 2014 年 7 月 1 日开始执行前述除金融工具列报准则以外的 7 项新颁布或修订的企业会计准则，在编制 2014 年年度财务报告时开始执行金融工具列报准则。

本公司管理层认为上述会计准则的采用未对本公司的财务报表产生重大影响。

2、会计估计的变更

本报告期主要会计估计未发生变更。

六、分部信息

(一) 营业收入及营业成本按业务类别划分

单位：万元

类别	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本
主营业务	74,372.04	60,197.41	140,958.34	114,527.18	132,830.94	109,826.63	124,922.79	103,856.90
其他业务	2,433.86	440.40	4,733.02	753.23	5,001.34	660.33	4,077.98	526.81
合计	76,805.90	60,637.81	145,691.36	115,280.41	137,832.28	110,486.96	129,000.77	104,383.71

(二) 主营业务收入及主营业务成本按地区划分

单位：万元

类别	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
合肥	27,263.81	22,001.75	50,156.63	40,225.64	48,780.76	39,934.65	53,114.36	43,982.96
巢湖	24,161.66	19,626.43	45,905.29	37,727.71	46,638.30	39,425.73	47,065.11	39,195.02
马鞍山	9,626.87	8,083.51	19,491.65	16,303.02	18,438.78	15,456.49	17,847.14	14,883.73
芜湖	13,319.70	10,485.72	25,404.77	20,270.81	18,973.09	15,009.76	6,896.18	5,795.19
合计	74,372.04	60,197.41	140,958.34	114,527.18	132,830.94	109,826.63	124,922.79	103,856.90

七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

单位：元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
1.非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-4,959.95	2,189,575.53	14,095,212.17
2.越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-	-
3.计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	1,924,088.46	6,584,580.95	17,802,862.92	14,449,460.48

4.计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
5.企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
6.非货币性资产交换损益	-	-	-	-
7.委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-
8.因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
9.债务重组损益	-	-	-	-
10.企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
11.交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
12.同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
13.与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
14.除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
15.单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
16.对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
17.采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
18.根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
19.受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
20.除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-	4,717.15	-219,496.29	-39,439.00
21.其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-
小计	1,924,088.46	6,584,338.15	19,772,942.16	28,505,233.65
减：所得税影响数	481,022.12	1,646,084.54	4,834,394.81	7,103,822.94

少数股东损益影响数				-
非经常损益净额	1,443,066.34	4,938,253.61	14,938,547.35	21,401,410.71
扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润	20,334,029.13	40,752,473.93	21,153,335.11	31,882,017.58

八、最近一期末主要资产情况

(一) 固定资产

截止 2016 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

类别	折旧年限（年）	原值（元）	净值（元）
房屋及建筑物	10.00-35.00	576,661,207.94	495,142,922.38
运输工具	8.00	10,820,373.03	5,140,463.51
电子设备及其他	5.00	60,989,446.20	27,506,891.66
合计		648,471,027.17	527,790,277.55

(二) 对外投资

截止 2016 年 6 月 30 日，公司对外投资为国元小贷，具体情况如下：

被投资单位	核算方法	投资成本（元）	期末余额（元）	在被投资单位持股比例（%）	在被投资单位表决权比例（%）
国元小贷	成本法	10,000,000.00	10,000,000.00	10.00	10.00

(三) 无形资产

截止 2016 年 6 月 30 日，公司无形资产情况如下：

项目	取得方式	原值（元）	净值（元）
土地使用权	购买	121,798,602.82	105,385,168.04
软件	购买	2,068,641.79	815,119.30
合计		123,867,244.61	106,200,287.34

九、最近一期末主要债项

(一) 银行借款

截止 2016 年 6 月 30 日，公司的银行借款情况如下：

项目	金额（元）
短期借款	
抵押借款	485,000,000.00
长期借款	
抵押借款	-
一年内到期的长期借款	
抵押借款	20,000,000.00
合计	505,000,000.00

（二）公司对内部人员和关联方负债

1、公司对内部人员的负债

截止 2016 年 6 月 30 日，公司对内部人员的负债主要为已提取尚未发放的短期薪酬等，具体情况如下：

项目	金额（元）
短期薪酬	6,677,630.34
合计	6,677,630.34

2、应付关联方款项

截止 2016 年 6 月 30 日，本公司无应付关联方款项。

十、所有者权益情况

报告期内，公司所有者权益变动情况如下：

单位：元

项目	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
股本	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00
资本公积	59,575,746.29	59,575,746.29	59,575,746.29	59,575,746.29
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	4,380,397.07	4,380,397.07	3,280,322.10	2,020,975.54
未分配利润	231,616,088.30	209,838,992.83	165,248,340.26	130,415,804.36

归属于母公司 所有者权益合 计	355,572,231.66	333,795,136.19	288,104,408.65	252,012,526.19
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合 计	355,572,231.66	333,795,136.19	288,104,408.65	252,012,526.19

十一、现金流量情况

报告期内，公司现金流量变动情况如下：

单位：元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
一、经营活动产生的现金流量净额	63,479,020.30	118,259,841.86	46,236,679.86	154,844,529.03
二、投资活动产生的现金流量净额	-24,771,623.00	-60,308,246.49	-103,251,548.51	-199,992,541.70
三、筹资活动产生的现金流量净额	-30,398,094.09	-81,371,091.13	67,546,220.48	67,605,039.81
四、汇率变动对现金流量的影响额	-	-	-	-
净现金流量	8,309,303.21	-23,419,495.76	10,531,351.83	22,457,027.14

报告期内，本公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动事项。

十二、期后事项、或有事项及其他重大事项

（一）期后事项

无。

（二）或有事项

无。

（三）其他重大事项

无。

十三、主要财务指标

（一）基本财务指标

财务指标	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
资产负债率（母公司）	89.63%	89.48%	86.81%	83.56%
流动比率	0.50	0.50	0.55	0.58
速动比率	0.20	0.17	0.20	0.20
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	0.23%	0.27%	0.16%	0.27%
财务指标	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
息税折旧摊销前利润（万元）	6,006.06	12,521.53	10,389.12	11,245.64
利息保障倍数（倍）	3.15	2.98	2.78	4.00
应收账款周转率（次）	186.06	306.61	249.42	406.82
存货周转率（次）	2.11	3.67	3.45	3.42
每股经营活动产生的现金净流量（元）	1.06	1.97	0.77	2.58
每股净现金流量（元）	0.14	-0.39	0.18	0.37

上述指标的计算公式如下：

- 1、资产负债率=总负债/总资产
- 2、流动比率=流动资产/流动负债
- 3、速动比率=速动资产/流动负债
- 4、无形资产占净资产比例=无形资产（土地使用权除外）/期末净资产
- 5、息税折旧摊销前利润=税前利润+利息+折旧支出+待摊费用摊销额+长期待摊费用摊销额+无形资产摊销
- 6、利息保障倍数=（税前利润+利息费用）/利息费用
- 7、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额
- 8、存货周转率=营业成本/存货平均余额
- 9、每股经营活动产生的现金净流量=经营活动产生的现金流量净额/期末普通股份总数
- 10、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末普通股份总数

（二）净资产收益率和每股收益

期间	报告期利润	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
2016年 1-6月	归属于公司普通股股东的净利润	6.32%	0.36	0.36
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	5.90%	0.34	0.34

2015 年度	归属于公司普通股股东的净利润	14.69%	0.76	0.76
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	13.10%	0.68	0.68
2014 年度	归属于公司普通股股东的净利润	13.36%	0.60	0.60
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	7.83%	0.35	0.35
2013 年度	归属于公司普通股股东的净利润	23.64%	0.89	0.89
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	14.15%	0.53	0.53

注：上述指标的计算公式如下：

1、净资产收益率

加权平均净资产收益率(ROE)的计算公式如下：

$$\text{加权平均净资产收益率} = P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

2、每股收益

基本每股收益的计算公式如下：

$$\text{基本每股收益} = P \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀ 为报告期月份数；M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

稀释每股收益的计算公式如下：

$$\text{稀释每股收益} = [P + (\text{已确认为费用的稀释性潜在普通股利息} - \text{转换费用}) \times (1 - \text{所得税})]$$

率) $\div (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股的影响，直至稀释每股收益达到最小。

十四、历次验资情况

本公司历次验资情况详见本招股说明书第五节“四、发行人历次验资情况及设立时投入资产的计量属性”相关内容。

十五、历次评估情况

1、2002 年 11 月安德利有限整体收购贸易中心的评估

2002 年 9 月 20 日，庐江县人民政府出具《关于庐江县安德利贸易中心改革方案的批复》(庐政秘[2002]80 号)，同意庐江县安德利贸易中心按“零资产”改制，退出国有序列，建立规范的股份制企业。

2002 年 11 月 6 日，庐江县潜川会计师事务所出具《安徽省庐江县安德利贸易中心资产评估报告书》(庐潜会评字[2002]49 号)，评估基础日为 2002 年 8 月 20 日。

(1) 资产评估结果

经评估，贸易中心全部资产评估值为 3,478.37 万元，负债评估值为 4,280.24 万元，净资产评估值为-801.87 万元，较清查调整数-1,017.05 万元，增值 215.18 万元，增值率为 21.16%。评估情况见下表：

单位：元

项目	账面价值	清查调整数	评估价值	评估增减值	评估增值率(%)
流动资产	20,153,589.21	15,215,665.29	15,184,446.01	-31,219.28	-0.21
固定资产	13,030,666.16	13,030,666.16	11,973,278.27	-1,057,387.89	-8.11
无形资产	4,385,620.00	4,385,620.00	7,626,000.00	3,240,380.00	73.89
资产总计	37,569,875.37	32,631,951.45	34,783,724.28	2,151,772.83	6.59
流动负债	28,211,858.25	26,386,160.14	26,386,160.14	-	-
长期负债	16,623,546.15	16,416,261.65	16,416,261.65	-	-
负债总计	44,835,404.40	42,802,421.79	42,802,421.79	-	-

净资产	-7,265,529.03	-10,170,470.34	-8,018,697.51	2,151,772.83	21.16
-----	---------------	----------------	---------------	--------------	-------

(2) 评估方法

主要采用重置成本法进行评估。

本次评估全部资产发生评估增值 215.18 万元，增值率为 21.16%，增值主要系公司庐江土地评估增值 324.04 万元所致。

2、股份公司设立时的评估

本公司由有限公司整体变更为股份公司时，为确定原有限公司整体资产价值参考依据而进行评估，根据审计净资产额折合股份。

2012 年 1 月 18 日，北京国友大正资产评估有限公司出具《安徽省庐江安德利贸易中心有限公司拟股份制改制项目资产评估报告》(国有大正评报字[2012]第 22C 号)，评估基准日为 2011 年 12 月 31 日。

(1) 资产评估结果

经评估，有限公司净资产账面价值 11,262.05 万元，评估价值 30,251.62 万元，评估增值 18,989.57 万元，增值率 168.62%。评估情况见下表：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	评估增减值	评估增值率 (%)
流动资产	39,734.41	41,209.73	1,475.32	3.71
非流动资产	10,996.23	28,510.48	17,514.25	159.28
其中：长期股权投资	550.00	13,741.61	13,191.61	2,398.47
固定资产	7,870.85	12,460.33	4,589.48	58.31
在建工程	1,318.54	1,318.54	-	-
无形资产	825.89	558.39	-267.50	-32.39
长期待摊费用	146.65	147.31	0.66	0.45
递延所得税资产	284.30	284.30	-	-
资产总计	50,730.64	69,720.21	18,989.57	37.43
流动负债	29,737.95	29,737.95	-	-
非流动负债	9,730.64	9,730.64	-	-
负债总计	39,468.59	39,468.59	-	-
净资产	11,262.05	30,251.62	18,989.57	168.62

(2) 评估方法

采用资产基础法进行评估。

本次评估全部资产发生评估增值 18,989.57 万元，增值率 168.62%，增值主要系公司对巢湖安德利的长期股权投资以及公司房屋的建筑物评估增值所致。

第十一节 管理层讨论与分析

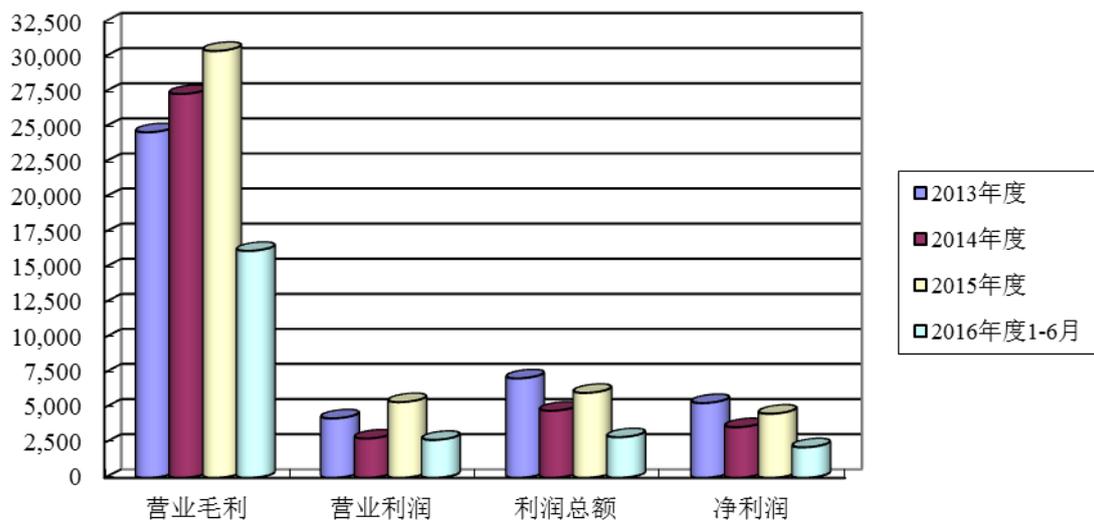
公司董事会和管理层结合公司最近三年经审计的的财务报表、经营情况和行业状况对公司的财务状况分析如下：

一、发行人盈利能力分析

公司系专业服务于国内三、四线城市及农村市场的零售百货企业，是国家实施“万村千乡市场工程”中深入城镇、农村从事商品流通服务的商贸零售企业代表。公司零售业态包括购物中心、超市、家电专业店等。同时，公司也是国内少数以自营模式为主的零售百货企业。公司选择实施的自营业务模式，其具有经营控制能力强、更加符合县乡级市场消费特点的明显优势，也顺应了国家实施万村千乡市场工程构建农村现代流通体系的举措。凭借公司业务模式上的鲜明优势，并伴随着公司经营网点分布范围的逐渐扩展以及营业面积不断的扩张，公司的销售规模及盈利能力得到大幅提升。

报告期内，公司基本盈利数据如下：

公司报告期盈利变动情况（单位：万元）



单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
----	-----------	--------	--------	--------

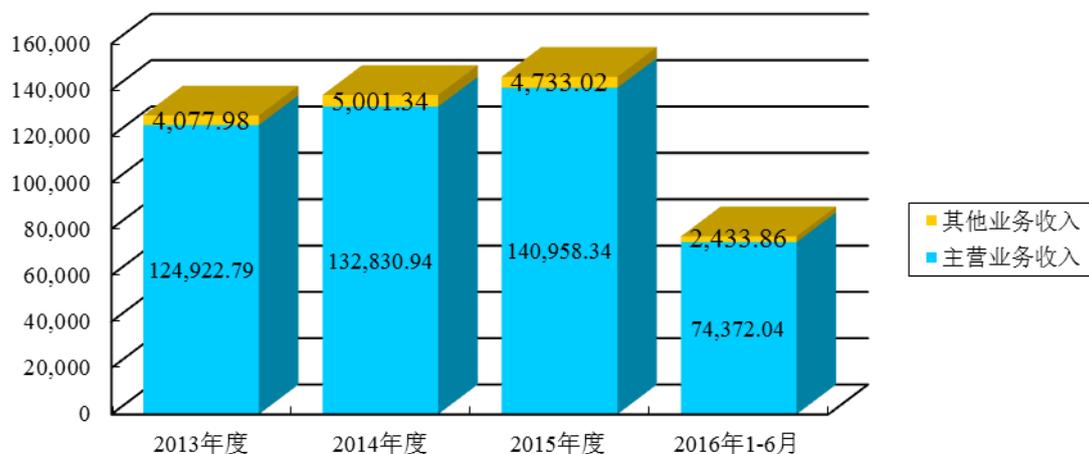
营业收入	76,805.90	145,691.36	137,832.28	129,000.77
营业毛利	16,168.09	30,410.95	27,345.31	24,617.06
营业利润	2,704.84	5,395.63	2,804.11	4,236.27
利润总额	2,897.25	6,052.06	4,781.40	7,086.80
净利润	2,177.71	4,569.07	3,609.19	5,328.34

报告期内，随着经营规模的扩大及盈利能力的提升，公司各业务指标均保持较良好的水平，营业收入由 2013 年度的 129,000.77 万元增长至 2015 年度的 145,691.36 万元，近三年复合增长率达 6.27%，保持了较快的增长速度。公司总体呈现出良好的增长态势与发展前景。

（一）公司报告期内营业收入构成及变动分析

1、营业收入构成分析

公司营业收入构成图（单位：万元）



报告期内，公司主营业务收入与其他业务收入的明细如下：

类别	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
主营业务收入	74,372.04	96.83	140,958.34	96.75	132,830.94	96.37	124,922.79	96.84
其他业务收入	2,433.86	3.17	4,733.02	3.25	5,001.34	3.63	4,077.98	3.16
总计	76,805.90	100.00	145,691.36	100.00	137,832.28	100.00	129,000.77	100.00

公司营业收入包括商品购销自营收入、联营收入和其他业务收入。其中，商品购销自营收入和联营收入构成公司的主营业务收入。报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比重分别为 96.84%、96.37%、96.75% 及 96.83%。其他业务收入主要包括管理服务、物业出租等收入。

2、主营业务收入分析

2014 年度和 2015 年度公司主营业务收入分别较上年度增加 7,908.14 万元和 8,127.40 万元，同比增幅为 6.33% 和 6.12%，主要原因系：(1) 子公司无为安德利购物中心广场百货商场部分于 2013 年度顺利建成并投入试营运，2014 年 5 月正式运营以来，主营业务收入持续增长；(2) 孙公司和县安德利购物中心大楼于 2011 年度顺利建成并投入营运以来，主营业务收入持续增长；(3) 2014 年和 2015 年公司经营网络进一步扩大，经营网点分布的数量与规模呈现稳步增长，新开门店分别达到 0 家和 7 家，新增经营面积 610.58 平方米和 6,191.39 平方米，同比增幅为 0.53% 和 5.33%；(4) 公司 2013 年以前已开业的门店的内生性增长。

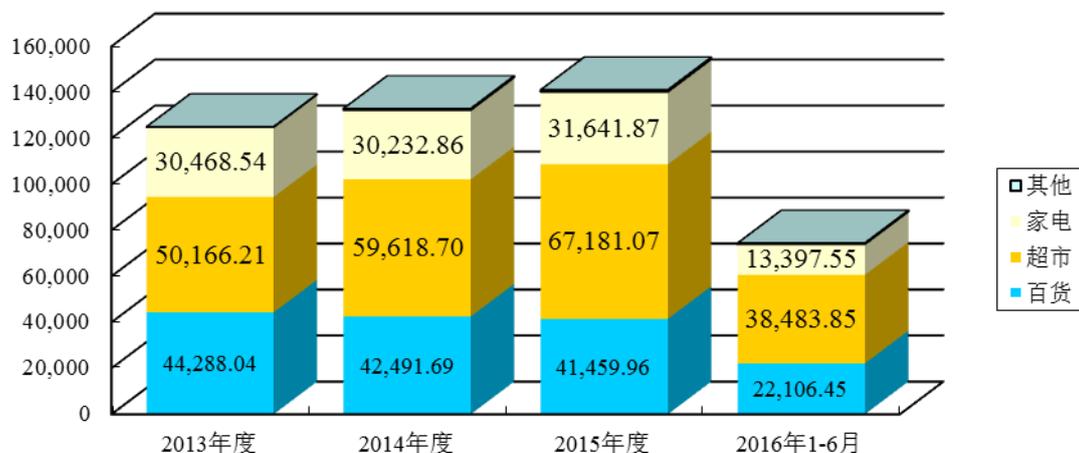
2012 年以来，国内外经济形势愈加复杂，全球经济复苏缓慢、欧洲债务危机不断，市场信心下降，在国内，企业经营的困难不断增加，经济下行压力不断加大，居民消费信心受到一定程度影响，我国百货零售行业亦受到一定程度的冲击，行业景气度在低位运行，公司在此大背景下，公司采取了一系列有针对性的营销策略，包括品牌与品牌内部、品牌之间的结构调整以及举行合理的促销活动，使销售收入增长依然稳健。

2016 年上半年度，公司主营业务保持平稳发展，继续坚持以自营为主的经营模式，在各大销售业态下均保持良好发展态势，在主要销售区域亦保持良好的发展势头。公司坚持客户需求为导向，深入推进服务体系建设，加速品牌引进与整合，继续优化品类结构，深度挖掘消费需求，并进行重点特色营销，组织策划了“破冰行动”、“闺蜜节”、“爆棚双休”等多业态联动活动，全面提升了销售业绩和经营能力。

报告期内，从商品业态划分角度来看，百货、超市和家电三大业态是公司主营业务收入实现的主要业态；从商品销售模式划分角度来看，自营模式是公司主营业务收入实现的主要模式；从地区分布划分角度来看，合肥、巢湖、马鞍山和芜湖下属的县乡级市场是公司主营业务收入实现的主要市场。

(1) 主营业务收入按商品业态划分

主营业务收入按商品业态划分图（单位：万元）



报告期内，公司主营业务收入按商品业态划分的明细如下：

类别	2016年度1-6月		2015年度			2014年度			2013年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
百货	22,106.45	29.72	41,459.96	29.41	-2.43	42,491.69	31.99	-4.06	44,288.04	35.45
超市	38,483.85	51.75	67,181.07	47.66	12.68	59,618.70	44.88	18.84	50,166.21	40.16
家电	13,397.55	18.01	31,641.87	22.45	4.66	30,232.86	22.76	-0.77	30,468.54	24.39
其他	384.19	0.52	675.44	0.48	38.50	487.69	0.37	-	-	-
合计	74,372.04	100.00	140,958.34	100.00	6.12	132,830.94	100.00	6.33	124,922.79	100.00

报告期内，公司的主营业务收入主要来源于百货、超市和家电三大业态的销售。从商品业态销售结构比重来看，超市业态和百货业态在销售收入中所占比重分列前两位；家电业态所占比重较前两者低，位列第三位，三大业态结构比重特征与公司零售百货的行业定位相吻合。

公司百货业态下销售的商品主要分为五大类，包括服装、日化、黄金珠宝、针纺、鞋类。其中，服装类商品主要包括男装、女装、羊毛衫、休闲装等；日化类商品主要包括化妆品、护肤品等；黄金珠宝类商品主要包括黄金、珠宝、玉器等；针纺类商品主要包括床上用品、内衣、针织品；鞋类商品主要包括男鞋、女鞋、童鞋。公司超市业态下销售的商品主要为食品类和非食类，主要包括食品、粮油、调味品、乳制品、生鲜、熟食、水果、干货、香烟、酒、日化用品、生活用品等。公司家电业态下销售的商品主要为家电类，主要包括彩电、空调、冰箱、洗衣机、数码产品、手机、电脑、生活电器等。

报告期内，百货、家电业态下实现的销售收入呈稳定趋势，超市业态下实现的销售收入增幅较大。

①百货业态

报告期内，百货业态下实现的销售收入一直维持在相对较高水平，具体原因如下：A. 随着公司经营门店不断扩张，公司有更多的经营面积投入到服装销售中，公司加大对知名品牌的引进，如波司登、报喜鸟等，市场反映良好，迅速带动了消费人气；B. 公司于每年农历十一月十八日举办一年一度“庐江服装节”，服装节的知名度逐渐扩大，服装销售带动百货业态整体销售收入日益增加；C. 公司持续优化百货门店布局结构调整，突出对市场反映良好商品的营销；D. 公司积极推广会员卡制度，以消费积分优惠奖励形式吸引消费者。

2014年度和2015年度，百货业态下实现的销售收入较前期下降1,796.35万元和1,031.73万元，降幅为4.06%和2.43%，主要因黄金珠宝类商品销售收入下滑较大所致，但扣除黄金珠宝类商品销售收入的影响，其他百货大类，如服装、针纺、鞋类等商品，其销售收入较前期均实现增长。2014年度以来，国际金价银价等贵金属价格继续走低，但消费者“抢黄金，闹金慌”的消费热情已不复存在，国内黄金珠宝消费逐步恢复理性，受此因素影响，公司黄金珠宝类商品销售收入下滑较大。

②超市业态

2014年度和2015年度，超市业态下实现的销售收入分别较前期增长9,452.49万元和7,562.36万元，增幅为18.84%和12.68%，主要原因如下：A. 近年来，国内整体物价水平普遍上涨，作为生活必需品的粮油等食品零售价格亦稳步提升，销售收入也随之增长；B. 公司历来高度重视商品质量安全问题，尤其是食品质量，制定了《食品安全准入系列制度》，有效地保证了食品质量，在消费者中树立了良好的形象和口碑，既保留了老客户也拓展了潜在的新客户；C. 公司加大对各大食品品牌的业务拓展，报告期内新拓展的代理品牌有雀巢、卡夫食品、旺旺食品等十几种；D. 公司超市各门店不仅在各节假日定期推出促销活动，还不定期推出各种促销活动，包括“美食节”和“爱酒日”等，极大地促进了消费需求；E. 公司花大力气美化超市购物环境，包括对超市货架的优化布局，从而吸引更多的顾客消费。

③家电业态

报告期内，家电业态下实现的销售收入保持小幅增长趋势，且一直维持在相对较高水平，具体原因如下：A.2008年全球金融危机以来，国家陆续出台“家电下乡”政策、“以旧换新”政策、“节能家电补贴”等一系列刺激家电消费的相关政策，在全国范围内极大的调动了农民购买家电的积极性，直接拉动了农村家电市场的消费；B.公司紧紧抓住国家刺激政策和市场机遇，在各地的购物中心及直营家电分店展开相对应的促销政策，拉动公司家电业态销售收入增长。

④其他

2014年度，公司无为安德利购物中心广场商务酒店部分建成竣工完毕，并正式投入营业，由于酒店相关装修配套设施在当地处于领先水平，酒店宾客入住率一直维持在较高水平，酒店全年销售收入近500万元。2015年度，酒店销售收入呈继续增长态势，全年销售收入近700万元。

(2) 主营业务收入按销售模式划分

①自营模式和联营模式收入确认

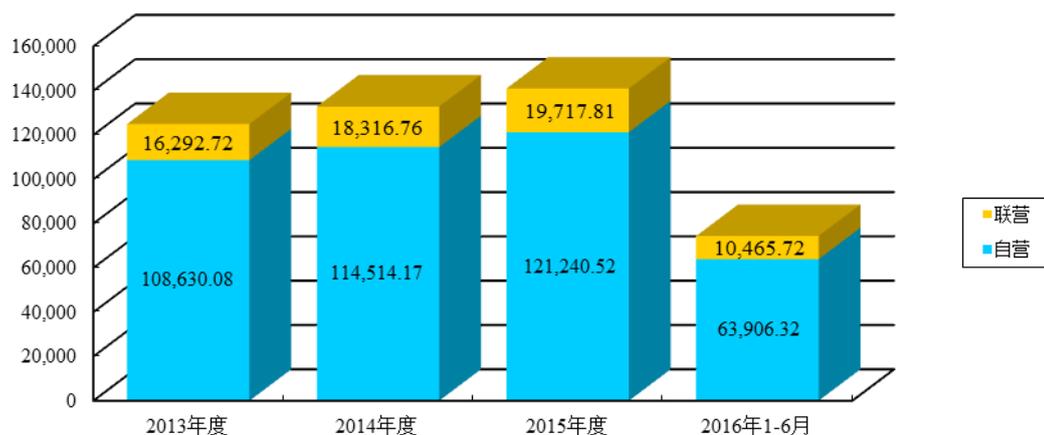
公司采用自营模式和联营模式两种方式进行产品销售，两种方式收入确认的依据和时点具体如下：

自营模式下，公司在货物已经出售，取得销售货款或者收取货款的相关凭据后确认收入。公司根据所销售商品的对应存货价值确认主营业务成本。

联营模式下，商品在未售出前不作为公司存货，所有权仍然属于供应商，风险也由供应商承担。在货物已经出售，取得销售货款或者收取货款的相关凭据后确认收入。供应商按售价扣除事先商定的分成比例后，向公司开具增值税专用发票。公司将售价扣除分成比例后的款项支付给供应商。公司的利润来源于公司与供应商约定的联营销售毛利。

②自营模式和联营模式收入分析

主营业务收入按销售模式划分图（单位：万元）



报告期内，公司按自营模式和联营模式划分销售收入情况明细如下：

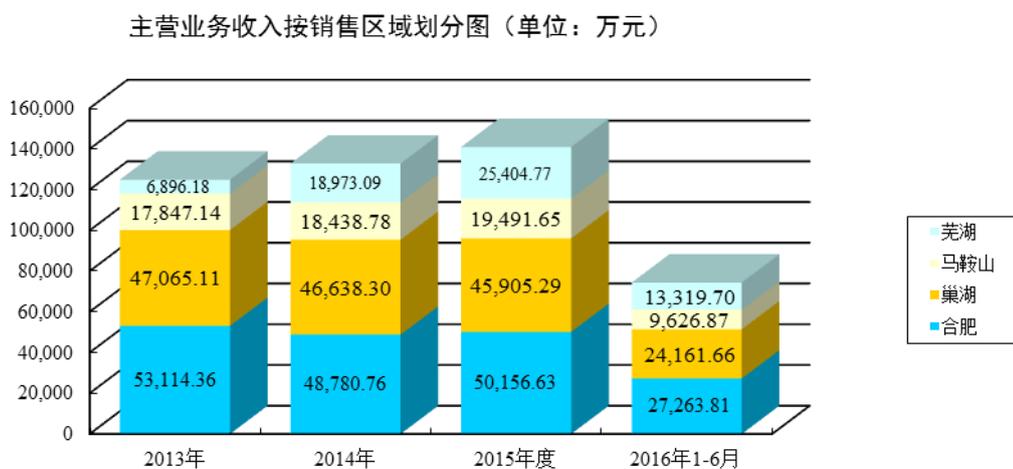
类别	2016年1-6月		2015年度			2014年度			2013年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
自营	63,906.32	85.93	121,240.52	86.01	5.87	114,514.17	86.21	5.42	108,630.08	86.96
联营	10,465.72	14.07	19,717.81	13.99	7.65	18,316.76	13.79	12.42	16,292.72	13.04
合计	74,372.04	100.00	140,958.34	100.00	6.12	132,830.94	100.00	6.33	124,922.79	100.00

报告期内，公司在自营模式下实现的销售收入占主营业务收入的比重分别为86.96%、86.21%、86.01%和85.93%，这与公司自身的定位以及自营购销为主的经营特点相吻合。公司在自营模式下销售的商品几乎涵盖了三大业态下的各类商品。2014年和2015年度，公司在自营模式下实现的销售收入较上年度分别增长5,884.10万元和6,726.35万元，增幅分别为5.42%和5.87%。收入增长主要系自营模式下公司形成的市场竞争优势所引起：A.拥有定价权：公司可以直接从厂家、从省级供应商进货，这样就大大减少了中间环节，享受到许多其他商家享受不到的政策，从而在商品销售价格上比同行平均低。由于国内三、四线城市及县乡级市场对商品价格因素比较敏感，公司商品的价格优势对收入增长至关重要；B.便于把控质量：自营模式因为需要买断商品，公司建立严格的质量把控体系，制定了《商品质量管理规定》等系列制度对商品质量进行保障，良好的质量信誉为公司赢得了市场上消费者的信任；C.避免同质化竞争：公司有更大的空间实行差异化经营策略，所销售的商品除黄金、化妆品、食品和家用电器外与同行业公司同质化率较低，能够较大程度地避免千店一面的同质化竞争；D.快速满足消费

者需求：公司员工既是采购员同时也是一线销售人员，能够快速捕捉市场信息，通过判断消费者的偏好和对不同层次商品的需要来较大程度地满足消费者的需求。

报告期内，公司在联营模式下实现的销售收入占主营业务收入的比重较低，分别为13.04%、13.79%、13.99%和14.07%。公司在联营模式下销售的商品主要为百货业态下服装类和黄金珠宝类商品。

(3) 主营业务收入按销售区域划分



报告期内，公司主营业务收入按销售区域划分明细如下：

类别	2016年1-6月		2015年度			2014年度			2013年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
合肥	27,263.81	36.66	50,156.63	35.58	2.82	48,780.76	36.72	-8.16	53,114.36	42.52
巢湖	24,161.66	32.49	45,905.29	32.57	-1.57	46,638.30	35.11	-0.91	47,065.11	37.68
马鞍山	9,626.87	12.94	19,491.65	13.83	5.71	18,438.78	13.88	3.32	17,847.14	14.29
芜湖	13,319.70	17.91	25,404.77	18.02	33.90	18,973.09	14.28	175.12	6,896.18	5.52
合计	74,372.04	100.00	140,958.34	100.00	6.12	132,830.94	100.00	6.33	124,922.79	100.00

注：巢湖安德利购物中心有限公司林头分店、清溪分店虽属于马鞍山市含山县，但统计时一并计入巢湖地区计算。

报告期内，公司主营业务收入主要来源于合肥、巢湖、马鞍山和芜湖四大区域的下属县乡级消费市场，这与公司主要服务于国内三、四线城市及农村市场的市场定位相吻合。具体来看：合肥市场实现的销售收入位列第一，巢湖市场次之；2011年以来，马鞍山市场实现的销售收入随着和县安德利购物中心大楼及下属分店的开业呈稳定增长趋势。2012年以来，芜湖市场实现的销售收入随着无为安德利购物中心广场商场部分及下属分店的开业呈快速增长趋势。

2015年度，合肥市场是公司主营业务收入实现的最大消费市场，这种格局形成的原因是：①公司业务发源于合肥庐江县地区，在当地消费者中有较高的市场占有率和品牌号召力；②合肥地区经济在皖中地区名列前茅，消费能力较强，是公司非常看重的区域市场。

公司发源于庐江，目前已经初步完成了对安徽中部皖江流域的经营网点布局，未来公司将继续着眼于皖江领域三、四线城市及广大农村市场的需求，紧紧抓住国家万村千乡市场工程构建现代商品流通服务体系的政策机遇。2012年7月，公司成立子公司无为安德利购物中心有限公司，逐步进入和拓展芜湖市场。

随着国家将皖江城市带纳入中部地区崛起战略重点发展区域，并且在《皖江城市带承接产业转移示范区规划》等地方政策的推动下，该区域的经济水平和居民收入水平将大幅提高，对当地居民的消费结构和消费需求的升级具有明显促进作用，因此公司在该区域具有良好的发展前景。随着公司募集资金投资项目在该类地区的建成达产后，预计公司主营业务收入的区域集中程度将下降。

(4) 主营业务收入具体变动分析

①主营业务收入增长与门店数量、门店经营面积增长趋势分析

单位：个、万元、平方米

项目	2013 末/度	2014 末/度	2015 末/度	2014VS2013	2015VS2014
门店数量	38	37	43	-2.63%	16.22%
门店经营面积 (加权平均)	90,542.27	116,117.49	119,904.14	28.25%	3.26%
主营业务收入	124,922.79	132,830.94	140,958.34	6.33%	6.12%

2014年和2015年度，公司门店总数量较上一年度分别净增-1家和6家，增幅为-2.63%和16.22%，门店经营面积较上一年度分别增加25,575.23平方米和3,786.65平方米，增幅为28.25%和3.26%。伴随着公司门店数量和门店经营面积（加权平均）稳步增加，主营业务收入亦逐步增长，三者之间呈现正相关性。

②主营业务收入增长坪效（收入/经营面积）分析

单位：平方米、万元、元/平方米

项目	经营面积 (加权平均)	主营业务收入	坪效	坪效增长率
2013 年度	90,542.27	124,922.79	13,797.18	-
2014 年度	116,117.49	132,830.94	11,439.36	-17.09%

2015 年度	119,904.14	140,958.34	11,755.92	2.77%
2016 年 1-6 月	123,079.76	74,372.04	-	-

报告期内，公司主营业务收入经营坪效分别为13,797.18元/平方米、11,439.36元/平方米和11,755.92元/平方米；2014年度和2015年度，公司主营业务收入经营坪效增长率分别为-17.09%和2.77%，经营坪效均在11,000元/平方米以上，整体保持在较好水平上。公司2014年度主营业务收入经营坪效下降17.09%，主要系受无为安德利购物中心广场百货部分坪效较低影响所致，无为安德利购物中心广场百货部分于2013年11月投入试营业，2014年5月正式营业，2014年度仍处于经营坪效培育期。

③购物中心主体店主营业务收入增长分析

单位：万元、平方米、元/平方米

中心店	年度	主营业务收入	收入占比	主营业务收入增长率	经营面积 (加权平均)	坪效	坪效增长率
合肥地区	2013 年度	25,790.57	20.65%	-	7,500.00	34,387.42	-
	2014 年度	21,573.19	16.24%	-16.35%	7,500.00	28,764.26	-16.35%
	2015 年度	21,836.24	15.49%	1.22%	7,500.00	29,114.99	1.22%
	2016 年 1-6 月	11,038.10	14.84%	-	7,500.00	-	-
巢湖地区	2013 年度	36,913.78	29.55%	-	22,168.00	16,651.83	-
	2014 年度	34,955.61	26.32%	-5.30%	22,168.00	15,768.50	-5.30%
	2015 年度	33,675.94	23.89%	-3.66%	22,168.00	15,191.24	-3.66%
	2016 年 1-6 月	17,392.28	23.39%	-	22,168.00	-	-
马鞍山地区	2013 年度	16,750.00	13.41%	-	18,500.00	9,054.06	-
	2014 年度	17,098.30	12.87%	2.08%	18,500.00	9,242.32	2.08%
	2015 年度	18,008.37	12.78%	5.32%	18,500.00	9,734.26	5.32%
	2016 年 1-6 月	8,895.92	11.96%	-	18,500.00	-	-
芜湖地区	2013 年度	1,996.11	1.60%	-	2,037.24	9,798.08	-
	2014 年度	11,128.94	8.38%	457.53%	24,446.90	4,552.29	-53.54%
	2015 年度	16,064.25	11.40%	44.35%	24,446.90	6,571.08	44.35%
	2016 年 1-6 月	7,162.83	9.63%	-	24,446.90	-	-
合计	2013 年度	81,450.45	65.20%	-	50,205.24	16,223.50	-
	2014 年度	84,756.04	63.81%	4.06%	72,614.90	11,671.99	-28.06%
	2015 年度	89,584.80	63.55%	5.70%	72,614.90	12,336.97	5.70%

2016年1-6月	44,489.13	59.82%	-	72,614.90	-	-
-----------	-----------	--------	---	-----------	---	---

注：上述表格中芜湖地区无为县购物中心店主营业务收入指无为购物中心广场百货商场部分即1号楼的主营业务收入，无为购物中心广场2-5号楼用于对外租赁及酒店经营业务。

报告期内，合肥、巢湖、马鞍山和芜湖四大地区购物中心店主营业务收入占公司主营业务收入近65%，主营业务收入增长较快，2014年度和2015年度分别较上年度增长4.06%和5.70%；四大地区购物中心总体经营坪效加权平均计算在11,000元/平方米以上，整体保持在较好水平上。

A. 合肥庐江县地区购物中心店

2014年度和2015年度，合肥地区购物中心店主营业务收入占公司主营业务收入16.24%和15.49%，分别较上年度增长-16.35%和1.22%，经营坪效为28,764.26元/平方米和29,114.99元/平方米，经营坪效均在28,000元/平方米以上，整体保持在较好水平上。2014年度销售收入下降主要系受消费者对于黄金珠宝类商品消费热情逐步恢复理性所致。2014年度，虽然国际金价银价仍然处于下降通道当中，但消费者2013年度那种“抢黄金、闹金荒”等对黄金珠宝类商品高涨的消费热情已经不复存在。

B. 巢湖地区购物中心店

2014年度和2015年度，巢湖地区购物中心店主营业务收入占公司主营业务收入26.32%和23.89%，分别较上年度增长-5.30%和-3.66%，经营坪效为15,768.50元/平方米和15,191.24元/平方米，经营坪效均在15,000元/平方米以上，整体保持在较好水平上。2014年度和2015年度销售收入小幅下降主要系受巢湖市“撤市”因素影响所致。原居巢区（即新设的县级巢湖市）内的一些居民和流动人口有向合肥市和其他地区迁移流动的迹象，公司巢湖地区的购物中心店受消费群体变动影响出现营业收入等降低的情况。

C. 马鞍山和县地区购物中心店

和县地区购物中心店于2011年5月投入营运，当年度即取得8,882.87万元主营业务收入，2014年度和2015年度，和县地区购物中心店主营业务收入占公司主营业务收入12.87%和12.78%，分别较上年度增长2.08%和5.32%，经营坪效为9,242.32元/平方米和9,734.26元/平方米，经营坪效均在9,000元/平方米以上，整体保持在较好水平上，目前仍处于经营坪效的培育上升期。

D. 芜湖无为县地区购物中心店

无为县地区购物中心店于2013年11月底投入试营运，2014年5月正式营业，2013年试营运当年度即取得1,996.11万元主营业务收入，2014年度无为县地区购物中心店主营业务收入11,128.94万元，经营坪效为4,552.29万元/平方米，为该购物中心完整运营的第一个会计年度，目前仍处于经营坪效的培育上升期。2015年度无为县地区购物中心店主营业务收入16,064.25万元，经营坪效为6,571.08万元/平方米，经营坪效较上一会计年度大幅上升。

3、其他业务收入分析

报告期内，公司其他业务收入分类明细情况如下：

类别	2016年1-6月		2015年度			2014年度			2013年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长 率(%)	金额 (万元)	占比 (%)	增长率 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
管理服务收入	1,624.50	66.75	3,332.96	70.42	-12.83	3,823.63	76.45	10.57	3,458.13	84.80
租赁收入	809.36	33.25	1,400.06	29.58	18.88	1,177.71	23.55	90.00	619.85	15.20
合计	2,433.86	100.00	4,733.02	100.00	-5.36	5,001.34	100.00	22.64	4,077.98	100.00

公司其他业务收入主要包括管理服务收入和租赁收入，其中管理服务收入所占比重较大，报告期各期占其他业务收入的比例分别为84.80%、76.45%、70.42%和66.75%。

(1) 管理服务收入

管理服务收入主要是公司为供应商提供商品服务管理、广告宣传、促销服务等服务而向供应商收取的收入，与公司主营业务密切相关。

纵观目前我国的商品流通业现状，商品流通企业在商品从制造阶段到实现最终销售的过程起到重要作用，企业自身的价值不断增加，消费者在购买商品的过程中，也会更加注重商家的品牌。在这种状况下，供应商在对产品的服务管理、宣传、促销的过程中，一定会更倚重终端销售能力更强的零售商，从而使管理服务收入成为我国零售连锁行业供应商与零售商长期合作过程中形成的普遍的业务模式。

报告期内，管理服务收入占公司营业总收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
营业总收入	76,805.90	145,691.36	137,832.28	129,000.77

其中：管理服务收入	1,624.50	3,332.96	3,823.63	3,458.13
占比	2.12%	2.29%	2.77%	2.68%

报告期内，公司管理服务收入一直保持在较高水平，主要原因系：①随着公司销售份额的稳步提升和门店数量的不断扩大，供应商越来越注重在公司各门店商品所带来的广告促销效应，从而加大对本公司的促销投入；②公司主要采用自营模式进行销售，能够直接从厂家采购商品，这样使得供应链体系得到不断优化，从而争取到厂家对公司更多的促销投入；③公司陆续出台了《商品服务管理办法》等一系列内部管理措施，加大了对各经营分店资源的整合，同时各分店统一谈判增加了与供应商的谈判能力；④供应商之间为应对激烈的市场竞争而增加服务促销费用预算。

公司近年来一系列促销资源整合和管理服务起到了良好的效应，在这种效应的带动下，未来，商品服务管理、广告宣传、促销服务费等其他业务收入将随着公司门店的增加和向供应商采购商品数量的增加而保持稳定、持续增长的态势。

结合同行业可比公司情况，发行人管理服务收入的收取标准和确认依据如下：

项目	管理服务收入项目	收取标准	确认依据	说明
合肥百货	未披露	未披露	未披露	未披露
步步高	服务促销等收入	未披露	在公司与供应商的协议约定的事项满足并能收到有关款项时确认。	向供应商提供促销服务、商品管理等服务而从供应商处所取得的收入，如收取的商品管理服务费、促销费、促销员管理费、陈列费等。
新华都	促销服务费收入	未披露	未披露	主要是向供应商收取的印刷费、促销活动费及广告宣传费等
	信息咨询费收入	未披露	未披露	主要是子公司向供应商收取的信息服务费
发行人	管理服务收入	按供应商合同约定按月或年收取，一般按销售规模的大小收取。	合同、对账结算单据等	发行人为供应商提供商品服务管理、广告宣传、促销服务等服务而向供应商收取的收入。
	促销员工资	主要是向联营供应商收取，由联营供应商承担厅房员工的工资及五险一金。		促销员为安德利员工，供应商承担全部或部分薪酬。

发行人管理服务费收入的确认基本要点、结算方式和流程

主要项目	每年度常规收取	特定节日活动促销时收取
------	---------	-------------

基本要点	在每年初，发行人与供应商进行谈判，签署一份年度框架性协议，协议中规定了本年度管理服务收入收取金额	在“五一”、“十一”、“周年庆”、“美食节”等特定的节日促销前，发行人与供应商进行谈判，签署本次活动管理服务收入收取协议，协议中规定了本次活动管理服务收入收取金额
结算方式	在每年初，向供应商按照双方谈判结果，按固定金额或固定比例，一次性收取，以现金或银行转账形式收取	在特定节日促销活动后，向供应商按照双方谈判结果，按照固定金额或固定比例，以现金或银行转账形式收取
结算单据	发行人向供应商开具管理服务费用发票	发行人向供应商开具管理服务费用发票
经营模式	自营或联营下商品均有，无特殊区别	自营或联营下商品均有，无特殊区别

发行人向供应商收取的管理服务收入，通常在与供应商签署的合同中直接约定采用固定金额收取或按照向供应商采购金额的一定比例收取，上述按固定金额或者一定的采购比例收取的管理服务收入（该比例一般在1%-3%范围内）系处于动态变化当中，系发行人与供应商不断谈判的结果，其取决于以下多重因素共同影响：①发行人当年度向供应商的采购规模、过往累计采购规模。一般情况下，发行人向供应商当年度以及历史年度累计采购规模越大，向供应商收取管理服务收入绝对金额越大，向供应商收取的固定比例（按采购金额计算得来）则越低；②发行人与供应商在商品供应链条上各自地位，以及双方谈判强势地位。例如某供应商商品品牌在市场因其品质独特，其商品在市场上处于垄断地位，发行人成功引入该品牌有利于提升商场整体人气，则发行人在向该品牌供应商收取管理服务费用时，则按照较低的比例收取。

结合上述，发行人管理服务收入有其单独的确认依据，其独立于发行人主营业务收入确认过程，亦独立于发行人向供应商进行商品采购程序，但其与向供应商商品当年度或历史累计采购金额有一定的关联（通常在一定比例范围内）。

综合上述，保荐机构和申报会计师认为：发行人其他业务收入-管理服务收入确认符合准则，管理服务收入并不影响发行人主营业务收入和成本的确认，不影响发行人存货成本和减值准备计提。

（2）租赁费收入

公司租赁费收入主要系无为安德利购物中心广场部分大楼对外租赁收取租金收入，租赁对象包括无为影尚文化传媒有限公司、好声音量贩式KTV等，以及巢湖安德利购物中心大楼部分经营面积对外租赁收取的租金收入，租赁的对象包括清沐酒店、南京肯德基有限公司等。

2014年度和2015年度，公司租赁收入比上一年度分别增长557.86万元和222.35万元，增幅为90.00%和18.88%，2014年度和2015年度租赁收入增长幅度较大的原因系：随着无为安德利购物中心广场2014年度全部建成投入使用，广场部分大楼首次对外出租，新增租赁对象包括无为影尚文化传媒有限公司、好声音量贩式KTV等。

4、销售结算方式

发行人现金、银行 POS 机刷卡、安德利储值卡和积分销售等结算方式的收入金额及比例如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
现金结算	54,497.54	61.83	105,512.91	62.96	105,322.30	66.41	97,102.97	65.12
银行 POS 机刷卡结算	23,068.63	26.17	45,987.20	27.44	38,350.59	24.18	35,656.63	23.91
安德利储值卡结算	10,517.14	11.93	16,062.24	9.58	14,593.45	9.20	16,356.03	10.97
会员积分结算注1	-	-	-	-	-	-	-	-
其他结算注2	56.48	0.06	31.38	0.02	333.03	0.21	-	-
合计	88,139.78	100.00	167,593.73	100.00	158,599.37	100.00	149,115.63	100.00
减：增值税销项税	11,333.88		21,902.37		20,767.10		20,114.85	
营业收入	76,805.90		145,691.36		137,832.28		129,000.77	

注1：会员积分结算是先兑换成安德利储值卡，消费时再按安德利储值卡结算方式处理，会员积分结算金额合并并在安德利储值卡结算金额中。

注2：其他结算主要为支付宝及零钱包。

5、销售积分及促销券、优惠卡发放及使用数量、金额

(1) 安德利监督员积分政策

发行人于2011年12月20日更新《安德利社会监督员消费积分奖励办法》(庐贸中字(2011)55号)，并于2012年1月1日开始执行，具体内容如下：

①积分办法

A.安德利社会监督员凭卡在安德利购物除享受优惠外，均可参加消费积分活动。

B. 监督员在安德利及连锁直营店购买商品均可获得固定积分。购买大家电商品（彩电、空调、冰箱、冰柜、洗衣机、电脑）、热水器（电、太阳能）、油烟灶具、手表、数码产品、手机、香烟、名酒、黄金、珠宝每消费 8 元积 1 分,其他商品每消费 4 元积 1 分, 当日交款积分, 事后不补积分。消费积分以实际付款金额计算; 退货时, 购买该商品时所获得的积分从卡中扣除。

C. 参加消费积分的监督员在购物付款时, 应主动出示监督员卡, 提示收银员予以刷卡积分。

D. 监督员积分年度考核起止期限为: 每年 10 月 1 日至次年 9 月 30 日。

②积分奖励

监督员消费积分奖励分为年度分值返利、年度积分排名奖励两种, 监督员可重复享受。监督员兑奖时必须携带监督员卡和办卡人身份证。

A. 年度分值返利:

a. 监督员消费积分分值返利标准为分值的 1%。

b. 监督员年度分值返利以 1000 分为倍数兑现单位, 分值返利形式为现金券或现金购物卡, 积分奖励兑现同时, 系统自动从卡中扣除已兑积分。

c. 年度分值返利每年兑现一次, 时间为每年 10 月 8 日-11 月 11 日, 逾期不兑现, 视为自动放弃, 卡中 1000 整数倍积分由系统自动扣除。

B. 年度积分排名奖励:

对当年累计积分排名前 300 名的监督员在享受分值返利基础上, 再予奖励, 具体为:

a. 积分排名前 10 名的监督员, 奖励价值 4000 元的国际国内旅游。

b. 积分排名在 11-20 名的监督员, 奖励价值 1000 元的商品。

c. 积分排名在 21-30 名的监督员, 奖励价值 500 元的商品。

d. 积分排名在 31-100 名的监督员, 奖励价值 200 元的商品。

e. 积分排名在 101-300 名的监督员, 奖励价值 100 元的商品。

年度排名奖励每年兑现一次, 时间为每年 10 月 8 日-11 月 11 日, 逾期不兑奖, 视为自动放弃。

③积分管理

A. 监督员卡为本人使用, 不得转借他人。

B. 禁止安德利员工持监督员卡传递积分和虚假积分。

C.安德利门店批发类业务（含团购工程）不参加积分。

④服务监督员

A.每半年举行一次监督员座谈会，邀请半年度和上年度积分前 30 名的监督员参加，并赠送礼品。

B.确定每年 11 月 11 日为安德利社会监督员日，联手厂家、新闻部门为监督员提供丰富多彩的活动。

C.每年“五一”、“十一”、“监督员日”、“店庆”、“服装节”等重大节日不定期开展监督员不购物抽奖活动。

(2) 安德利监督员积分、兑换、作废情况

数量单位：万分 金额单位：万元

项目		2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
销售积分	数量	5,316.56	12,326.78	11,995.06	11,613.69
兑换积分	数量	434.25	6,444.90	5,506.20	5,746.20
	金额	4.34	64.45	55.06	57.46
作废积分	数量	-	5,089.88	5,950.40	5,463.55

(3) 促销券、优惠卡发放、使用、作废数量、金额

数量单位：人次 金额单位：万元

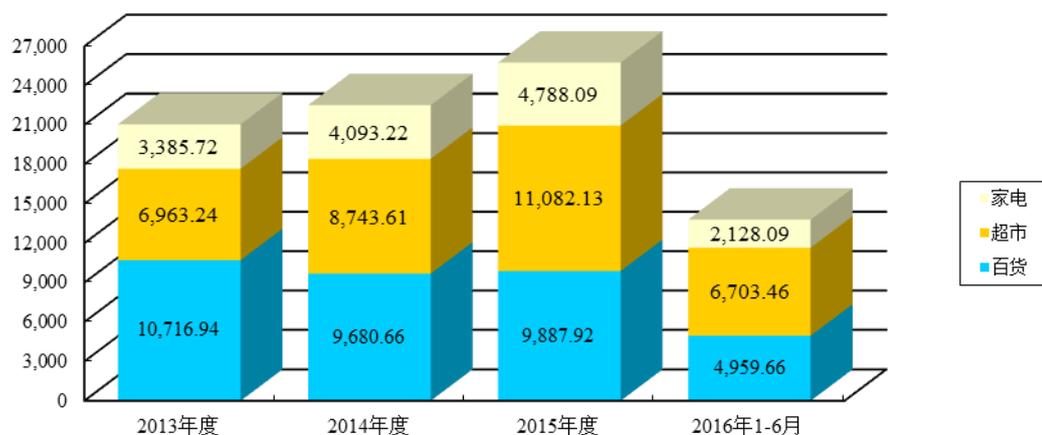
项目	2016年1-6月		2015年		2014年		2013年	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
发放	33,146	128.36	57,653	204.09	34,842	155.72	34,356	149.32
使用	31,055	108.72	53,871	177.82	32,672	149.53	33,737	146.09
作废	2,091	19.64	3,782	26.28	2,170	6.20	619	3.22

促销券及优惠卡的使用有效期限一般比较短，通常不存在跨年度使用的情况。

(二) 公司报告期内主营业务销售毛利分析

1、主营业务毛利构成分析

主营业务毛利结构变动趋势（单位：万元）



报告期内，公司主营业务毛利构成具体情况如下：

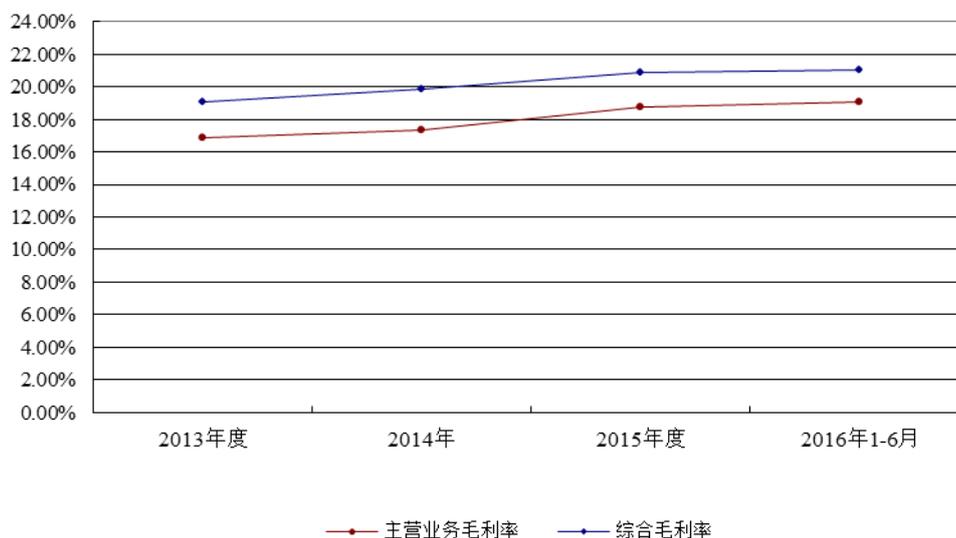
产品分类		2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
		金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
百货	自营	3,230.88	22.79	6,542.73	24.75	6,505.16	28.28	7,711.08	36.60
	联营	1,728.78	12.20	3,345.19	12.66	3,175.50	13.80	3,005.85	14.27
	小计	4,959.66	34.99	9,887.92	37.41	9,680.66	42.08	10,716.94	50.87
超市	自营	6,640.73	46.85	10,967.64	41.50	8,598.05	37.38	6,809.66	32.33
	联营	62.73	0.44	114.50	0.43	145.57	0.63	153.58	0.73
	小计	6,703.46	47.29	11,082.13	41.93	8,743.61	38.01	6,963.24	33.05
家电	自营	2,039.54	14.39	4,601.66	17.41	3,904.05	16.97	3,184.76	15.12
	联营	88.55	0.62	186.43	0.71	189.16	0.82	200.97	0.95
	小计	2,128.09	15.01	4,788.09	18.12	4,093.22	17.79	3,385.72	16.07
其他	小计	383.42	2.70	673.00	2.55	486.81	2.12	-	-
合计		14,174.63	100.00	26,431.15	100.00	23,004.30	100.00	21,065.89	100.00

报告期内，随着孙公司和县安德利购物中心大楼、子公司无为安德利购物中心广场商场部分投入运营及各分店数量和规模的扩张以及内生性增长，公司盈利能力得到大幅提升，主营业务毛利呈稳步上升态势，由2013年度的21,065.89万元增长至2015年度的26,431.15万元，近三年复合增长率达12.01%。公司主营业务毛利主要来源于百货、超市、家电三大销售业态，2013年度和2014年度，百货业态下的销售对公司主营业务毛利的贡献最大，2015年度和2016年1-6月，超市业态

下的销售对公司主营业务毛利的贡献最大。

2、主营业务毛利率与综合毛利率及差异分析

主营业务毛利率与综合毛利率分析图



报告期内，公司主营业务毛利率与综合毛利率差异情况如下表所示：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
主营业务毛利率	19.06%	0.31%	18.75%	1.43%	17.32%	0.46%	16.86%
综合毛利率	21.05%	0.18%	20.87%	1.03%	19.84%	0.76%	19.08%
差异	1.99%	-0.13%	2.12%	-0.40%	2.52%	0.30%	2.22%

报告期内，公司与同行业公司的主营业务毛利率与综合毛利率及差异情况如下：

公司名称	项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
合肥百货 000417	主营业务毛利率	-	17.25%	17.92%	15.35%
	综合毛利率	-	19.87%	20.42%	18.01%
	差异	-	2.61%	2.50%	2.66%
步步高 002251	主营业务毛利率	-	15.74%	15.91%	16.53%
	综合毛利率	-	21.92%	22.47%	22.31%
	差异	-	6.18%	6.56%	5.78%
新华都	主营业务毛利率	-	14.93%	15.39%	15.19%

002264	综合毛利率	-	20.47%	21.21%	19.71%
	差异	-	5.54%	5.82%	4.53%
安德利	主营业务毛利率	19.06%	18.75%	17.32%	16.86%
	综合毛利率	21.05%	20.87%	19.84%	19.08%
	差异	1.99%	2.12%	2.52%	2.22%

【注】：上述资料来源于各上市公司已公开披露的年报信息和招股说明书等资料

综合毛利包含了主营业务收入毛利和其他业务收入毛利，由于商业零售连锁企业其他业务收入基本上无法对其成本进行匹配，所以其他业务收入占营业收入的比例基本上决定了主营业务毛利率与综合毛利率差异的大小。

报告期内，公司主营业务毛利率与综合毛利率差异不大，其他业务收入对公司综合毛利率的贡献稳定在1.99—2.52个百分点之间，处于相对较低水平，表明公司主营业务相对突出。

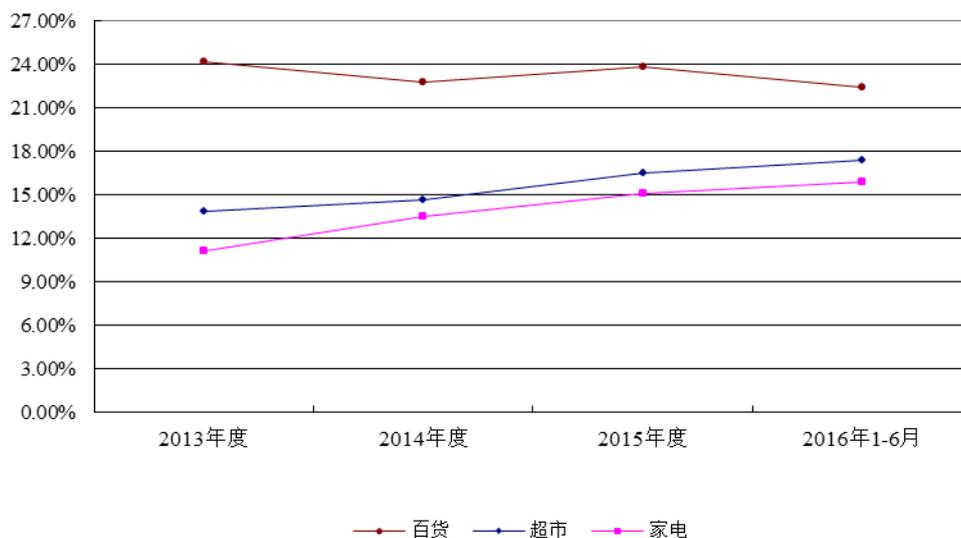
由于其他业务贡献相对较低，我们以下将对主营业务毛利率进行重点分析。

3、主营业务毛利率分析

公司报告期内主营业务毛利率处于较高水平的原因是：①宏观经济健康稳定发展，国内人均可支配收入和生活水平不断提高，消费观念的不断升级；②公司已经完成了对皖中地区的经营布局，形成了明显的区域性规模优势，边际效用已经逐渐体现出来；③通过多年坚持自营经营模式，公司经营控制能力不断加强，既提高了与供应商之间的采购议价能力，也提高了商品销售的自主定价权；④公司不断优化、调整品牌升级，也有助于公司毛利率的稳定。

（1）主营业务毛利率按销售业态分析

各销售业态下主营业务毛利率分析图



报告期内，公司各销售业态下主营业务毛利率具体情况如下所示：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
百货	22.44%	-1.41%	23.85%	1.07%	22.78%	-1.42%	24.20%
超市	17.42%	0.92%	16.50%	1.83%	14.67%	0.79%	13.88%
家电	15.88%	0.75%	15.13%	1.59%	13.54%	2.43%	11.11%
其他	99.80%	0.16%	99.64%	-0.18%	99.82%	99.82%	-
合计	19.06%	0.31%	18.75%	1.43%	17.32%	0.46%	16.86%

报告期内，从整体上看，公司主营业务毛利率处于较高水平，并基本保持稳定。报告期内，公司百货业态下的主营业务毛利率呈小幅下降趋势，公司超市、家电业态下的主营业务毛利率呈上升趋势。

①百货业态毛利率

报告期内，公司业务毛利率分别为24.20%、22.78%、23.85%和22.44%，百货业态下各分类商品主营业百货业态下主营业毛利率具体情况如下所示：

项目	2016年1-6月			2015年度			2014年度			2013年度	
	毛利占比	毛利率	变动	毛利占比	毛利率	变动	毛利占比	毛利率	变动	毛利占比	毛利率
服装	44.36%	24.61%	-3.63%	44.55%	28.25%	1.19%	41.79%	27.06%	-2.46%	38.73%	29.52%
黄金珠宝	9.41%	14.36%	1.90%	9.61%	12.46%	-0.81%	14.57%	13.27%	-4.06%	24.71%	17.33%
鞋类	25.33%	23.37%	-0.93%	23.20%	24.30%	-0.96%	22.36%	25.26%	-1.28%	19.20%	26.54%
针纺	15.88%	28.79%	-4.09%	17.89%	32.88%	1.08%	16.89%	31.80%	-0.90%	13.96%	32.70%

日化	5.02%	13.79%	0.05%	4.75%	13.74%	0.48%	4.39%	13.26%	-0.63%	3.40%	13.89%
合计	100.00%	22.44%	-1.41%	100.00%	23.85%	1.07%	100.00%	22.78%	-1.42%	100.00%	24.20%

2014年、2015年和2016年上半年度，主营业务毛利率较2013年度相比小幅下降，主要系受服装、黄金珠宝、鞋类、针纺等商品销售毛利率均有所下降的综合影响所致，其中服装类、黄金珠宝类商品影响最大。虽然受宏观经济整体下行压力加大，百货行业景气度持续在低位运行的影响，但公司积极调整策略应对，更进一步加大了营业促销的力度，采取了重点节日、重点阶段、以及组织创意活动寻找市场新的空白商机的灵活营销手段，在实现百货业态（扣除黄金珠宝外）整体销售收入稳步增长的同时，也造成公司百货业态下的销售毛利率小幅下滑。

A.2013年、2014年、2015年和2016年上半年，服装类商品销售的毛利占百货业态销售毛利比重分别为38.73%、41.79%、44.55%和44.36%，而服装类商品销售的毛利率分别为29.52%、27.06%、28.25%和24.61%，公司服装部积极整合各方资源，统一策划方案，不仅在“春节”、“周年店庆”、“元宵情人节”、“三八妇女”、“五一”、“十一”等各大基本节日，还先后开展了“春雷行动”、“闺蜜节”、“破冰活动”、“歌莉亚首届会员专场”、“夏日风暴”等多场服装专场营销促销活动，在服装销售收入增长的同时，销售毛利率呈现小幅下滑。

B.2013年、2014年、2015年和2016年上半年度，黄金珠宝类商品销售的毛利占百货业态销售毛利比重分别为24.71%、14.57%、9.61%和9.41%，而黄金珠宝类商品销售的毛利率分别为17.33%、13.27%、12.46%和14.36%。2013年度以来，公司黄金珠宝销售受国际、国内金银售价等持续走低因素影响，尽管公司采取一系列补救措施，对市场形势判断较为敏感，但该类商品整体销售的毛利率依然下滑较为明显。2016年上半年，黄金珠宝类商品销售毛利率较2015年度上升1.90%，主要系国际、国内金银等售价有所反弹所致。

C.2013年、2014年、2015年和2016年度上半年度，鞋类销售的毛利占百货业态销售毛利比重分别为19.20%、22.36%、23.20%和25.33%，而鞋类销售的毛利率从26.54%小幅下降至23.37%，主要系受百丽、沙驰等为代表的相对高端的鞋业品牌在县乡级市场销售价格有所回落影响，公司针对上述情况，进行了有针对性的营销，使报告期内鞋业整体销售毛利率依然处于较高水平。

D.2013年、2014年、2015年和2016年度上半年度，针纺销售的毛利占百货业态销售毛利比重分别为13.96%、16.89%、17.89%和15.88%，而针纺销售的

毛利率销售的毛利率分别为 32.70%、31.80%、32.88%和 28.79%，2016 年度上半年度，针纺销售毛利率比 2015 年下降 4.09%，主要原因系公司在春节期间开展促销活动，床上用品和内衣用品，例如，相关品牌“圣夫岛”、“古今”等促销力度较大导致毛利率下降。

②超市业态毛利率

报告期内，公司超市业态下主营业务毛利率分别为13.88%、14.67%、16.50%和17.42%，公司超市业态下主营业务保持较高的毛利率主要原因系：A.近年来，国内整体物价水平普遍处于较高水平，作为生活必需品的粮油等食品零售价格亦稳步提升，有助于毛利率的提升；B.公司加大对各大食品品牌的业务拓展，报告期内新拓展的代理品牌有雀巢、卡夫食品、旺旺食品等十几种，品牌的调整亦有助于毛利率的提升；C.随着新增超市门店的开业，超市业态的规模逐步扩大，从而实现一定的规模效应；2013年度下半年公司开始对于合肥、巢湖、马鞍山、芜湖等四地的主要超市供应商进行统一采购安排，公司向超市供应商集中统一采购的规模优势逐渐发挥出来，整体采购价格逐年降低，显著提升毛利率。

超市业态下主营业务毛利率具体情况如下表：

表一：2015年度及2014年度超市业态下各分类商品主营业务毛利率情况

单位：万元

年度	类别	收入	成本	毛利	毛利率	收入占比	成本占比	毛利占比
2015年	食品	43,875.30	36,971.20	6,904.10	15.74%	65.31%	65.90%	62.30%
	非食	9,829.65	7,490.08	2,339.57	23.80%	14.63%	13.35%	21.11%
	生鲜	13,476.11	11,637.65	1,838.46	13.64%	20.06%	20.74%	16.59%
	合计	67,181.07	56,098.93	11,082.13	16.50%	100.00%	100.00%	100.00%
2014年	食品	37,762.24	32,638.51	5,123.73	13.57%	63.34%	64.15%	58.60%
	非食	10,683.47	8,359.37	2,324.10	21.75%	17.92%	16.43%	26.58%
	生鲜	11,173.00	9,877.22	1,295.78	11.60%	18.74%	19.41%	14.82%
	合计	59,618.70	50,875.09	8,743.61	14.67%	100.00%	100.00%	100.00%

对2015年度及2014年度两年的超市业态各分类商品毛利率情况进行对比，得出如下数据：

表二：2015年度较2014年度超市业态下各分类商品毛利率变动情况

单位：万元

年度	类别	收入	成本	毛利	毛利率	收入占比	成本占比	毛利占比
2015年度	食品	6,113.06	4,332.69	1,780.37	2.17%	1.97%	1.75%	3.70%

VS	非食	-853.81	-869.29	15.47	2.05%	-3.29%	-3.08%	-5.47%
2014年度	生鲜	2,303.12	1,760.44	542.68	2.04%	1.32%	1.33%	1.77%
变动	合计	7,562.36	5,223.84	2,338.52	1.83%	0.00%	0.00%	0.00%

注：表中各项目2015年度相较于2014年度变动幅度公式为：

收入=2015年度收入-2014年度收入；

成本=2015年度成本-2014年成本；

毛利=2015年度毛利-2014年度毛利；

毛利率=2015年度毛利率-2014年度毛利率；

收入占比=2015年度收入占比-2014年度收入占比；

成本占比=2015年度成本占比-2014年度成本占比；

毛利占比=2015年度毛利占比-2014年度毛利占比。

针对超市业态下各子业态展开进一步分析，选取食品、非食、生鲜三个子业态中大额采购供应商进行比较，

表三：2015年度较2014年度超市各子业态下大额采购供应商销售毛利率比较情况

类别	供应商	2015年				2014年				两年比较			
		收入	成本	毛利	毛利率	收入	成本	毛利	毛利率	收入	成本	毛利	毛利率
食品	漯河双汇食品销售有限公司	3,614.97	3,116.70	498.27	3.78%	3,609.67	3,208.27	401.39	11.12%	5.31	-91.57	96.88	2.66%
	安徽省烟草公司合肥市公司	3,032.85	2,783.75	249.10	8.21%	3,201.06	2,969.02	232.05	7.25%	-168.21	-185.27	17.06	0.96%
	安徽亿森经贸有限公司（金龙鱼油）	798.03	743.87	54.16	6.79%	727.85	684.46	43.40	5.96%	70.18	59.42	10.76	0.82%
	巢湖市昊源商贸有限公司	758.24	628.33	129.91	17.13%	704.42	596.78	107.64	15.28%	53.82	31.55	22.27	1.85%
	巢湖市永翠商贸有限责任公司	721.38	621.94	99.44	13.78%	697.43	617.97	79.47	11.39%	23.94	3.97	19.97	2.39%
	其他	34,949.83	29,076.61	5,873.22	16.80%	28,821.80	24,562.01	4,259.79	14.78%	6,128.03	4,514.60	1,613.43	2.02%
	小计	43,875.30	36,971.20	6,904.10	15.74%	37,762.24	32,638.51	5,123.73	13.57%	6,113.06	4,332.69	1,780.37	2.17%
非食	联合利华服务（合肥）有限公司	2,218.07	1,738.76	479.30	21.61%	2,002.86	1,603.47	399.40	19.94%	215.20	135.30	79.91	1.67%
	合肥合鑫商贸有限公司巢湖销售分公司	1,296.87	1,147.39	149.48	11.53%	1,201.26	1,074.56	126.69	10.55%	95.61	72.83	22.78	0.98%
	合肥俊彩商贸有	389.16	277.36	111.81	28.73%	330.29	237.86	92.42	27.98%	58.88	39.49	19.38	0.75%

	限责任公司												
	和县昀晖百货商贸有限公司	227.99	203.57	24.42	10.71%	188.10	169.14	18.95	10.08%	39.89	34.43	5.46	0.63%
	巢湖市丰晋经贸有限公司	222.51	172.83	49.69	22.33%	208.48	165.09	43.39	20.81%	14.03	7.74	6.30	1.52%
	其他	5,475.05	3,950.17	1,524.88	27.85%	6,752.49	5,109.24	1,643.25	24.34%	-1,277.44	-1,159.07	-118.37	3.52%
	小计	9,829.65	7,490.08	2,339.57	23.80%	10,683.47	8,359.37	2,324.10	21.75%	-853.82	-869.28	15.47	2.05%
生 鲜	合肥市包河区惠达种植农民专业合作社	1,679.33	1,546.97	132.36	7.88%	180.11	165.49	14.62	8.12%	1,499.22	1,381.48	117.74	-0.24%
	安徽五星果品有限公司	1,120.27	959.04	161.23	14.39%	242.91	212.44	30.47	12.54%	877.36	746.60	130.76	1.85%
	合肥万润食品有限公司	804.20	739.94	64.27	7.99%	414.18	386.18	28.00	6.76%	390.02	353.76	36.26	1.23%
	合肥兴公果品贸易有限公司	479.63	426.51	53.12	11.08%	177.83	160.15	17.68	9.94%	301.80	266.36	35.44	1.13%
	巢湖市中埠镇昌政养殖专业合作社	415.80	398.05	17.76	4.27%	278.00	266.86	11.15	4.01%	137.80	131.19	6.61	0.26%
	其他	8,976.88	7,567.15	1,409.73	15.70%	9,879.96	8,686.11	1,193.85	12.08%	-903.08	-1,118.96	215.88	3.62%
	小计	13,476.11	11,637.65	1,838.46	13.64%	11,173.00	9,877.22	1,295.78	11.60%	2,303.12	1,760.42	542.68	2.04%
	大合计	67,181.06	56,098.93	11,082.13	16.50%	59,618.71	50,875.10	8,743.61	14.67%	7,562.35	5,223.83	2,338.52	1.83%

结合表一、二、三来看，超市业态2015年度较2014年度主营业务毛利率上升的主要原因系：2013年度下半年公司开始对于合肥、巢湖、马鞍山、芜湖等四地的主要超市供应商进行统一采购安排，公司向超市供应商集中统一采购的规模优势逐渐发挥出来，整体采购价格逐年降低，提升了毛利率。

表四：2015年度和2014年度同一供应商相同商品采购单价

类别	供应商	品牌	2015年采购 含税单价	入帐凭证号	2014年采购 含税单价	入帐凭证号	单价变动 原因
食品	漯河双汇食品销售有限公司	仙板油	10.90	2015.3.29#	12.50	2014.11-30#	规模优势，大批量采购，成为优质客户，给予价格政策优惠
	漯河双汇食品销售有限公司	仙板油	10.90	2015.3.29#	12.50	2014.11-30#	
	漯河双汇食品销售有限公司	尾骨	23.60	2015.3.29#	24.50	2014.11-30#	
	漯河双汇食品销售有限公司	猪大肠	26.90	2015.3.29#	27.60	2014.11-30#	
	漯河双汇食品销售有限公司	带皮白条 B	25.30	2015.3.29#	26.80	2014.11-30#	
	漯河双汇食品销售有限公司	带皮白条中段	29.40	2015.5.28#	30.20	2014.12-29	

漯河双汇食品销售有限公司	带皮白条后段	25.00	2015.5.28#	26.50	2014.12-29		
漯河双汇食品销售有限公司	带肉后腿骨	22.40	2015.5.28#	23.20	2014.12-29		
漯河双汇食品销售有限公司	无颈前排	33.20	2015.5.28#	34.50	2014.12-29		
漯河双汇食品销售有限公司	猪蹄	30.50	2015.6.30#	32.00	2014.12-29		
漯河双汇食品销售有限公司	板油	13.90	2015.6.30#	14.10	2014.12-29		
巢湖市永翠商贸有限公司	伊利中老年奶粉 900 克	65.00	2015.2-50#	75.00	2014.7-69#	受进口奶粉冲击，伊利奶粉厂家降价提升终端环节毛利空间	
巢湖市永翠商贸有限公司	伊利女士营养奶粉 400 克	24.50	2015.3-60#	28.80	2014.10-62#		
巢湖市永翠商贸有限公司	绿箭口香糖	1.10	2015.2-34#	1.30	2014.2-40#		
巢湖市永翠商贸有限公司	伊利中老年奶粉 400g	24.00	2015.6-39#	26.00	2014.3-38#		
巢湖市永翠商贸有限公司	伊利高钙高铁奶粉 900 克	86.20	2015.6-39#	90.25	2014.4-22#		
巢湖市永翠商贸有限公司	伊利金装 1 段奶粉 400 克	56.00	2015.6-39#	57.86	2014.6-28#		
巢湖市永翠商贸有限公司	伊利孕妇奶粉 900 克	135.00	2015.6-39#	148.00	2014.6-28#		
巢湖市永翠商贸有限公司	大大卷草莓味 12G	2.80	2015.7-39#	3.20	2014.6-28#		
巢湖市永翠商贸有限公司	伊利高蛋白高钙脱脂奶粉 400G	34.50	2015.9-26#	36.88	2014.6-28#		
巢湖市永翠商贸有限公司	益达木糖醇清凉薄荷 56G	8.90	2015.10-26#	9.54	2014.6-28#		
巢湖市永翠商贸有限公司	益达口香糖 13.5G	2.30	2015.11-26#	2.56	2014.7-69#		
巢湖市永翠商贸有限公司	伊利中老年奶粉 900 克	65.00	2015.11-26#	75.00	2014.7-69#		
巢湖市永翠商贸有限公司	伊利女士营养奶粉 400 克	24.50	2015.11-26#	28.80	2014.10-62#		
巢湖市昊源商贸有限公司	徐福记香芝麻沙琪玛 311 克	7.70	2015.1-42#	8.50	2014.7-67#		统采，价格下调
巢湖市昊源商贸有限公司	徐福记香芝麻沙琪玛 311 克	7.70	2015.1-42#	8.50	2014.1-38#		
巢湖市昊源商贸有限公司	喜之郎香橙味果冻爽 150 克	1.70	2015.2-43#	1.88	2014.1-38#		
巢湖市昊源商贸有限公司	好丽友注心蛋黄派 138G	8.60	2015.3-40#	9.20	2014.1-38#		

	公司						
	巢湖市昊源商贸有限公司	徐福记蛋黄萨琪玛 311g	8.50	2015.3-40#	8.92	2014.2-38#	
	巢湖市昊源商贸有限公司	奥特曼多嘴鱼 38g	2.80	2015.3-40#	2.96	2014.3-15#	
	巢湖市昊源商贸有限公司	铠甲勇士脆士饼干-新鲜蔬菜味 50g	2.80	2015.3-40#	2.96	2014.4-42#	
	巢湖市昊源商贸有限公司	熊博士热带水果橡皮糖	2.70	2015.5-48#	2.85	2014.6-38#	
	巢湖市昊源商贸有限公司	呀土豆牛排 130g	7.80	2015.6-36#	9.80	2014.7-42#	
	巢湖市昊源商贸有限公司	港荣蒸蛋糕	36.00	2015.7-38#	39.50	2014.9-50#	
	巢湖市昊源商贸有限公司	30 巨神多嘴鱼番茄	3.50	2015.7-38#	3.86	2014.10-39#	
	联合利华服务（合肥）有限公司	金纺纯净温和 2LX6 瓶装 (SKYlinechina)	107.33	2015.12.38#	122.08	2014.4.185#	2015 年被评为 RKA 客户，在畅销品提供和价格政策上都给予优惠
	联合利华服务（合肥）有限公司	金纺清新柔顺 2LX6 瓶装 (SKYlinechina)	107.33	2015.12.38#	122.08	2014.4.185#	
	联合利华服务（合肥）有限公司	金纺水清莲香 2LX6 瓶装	107.33	2015.12.38#	122.08	2014.4.185#	
	联合利华服务（合肥）有限公司	力士新活炫亮洗发乳 12X200ML	168.96	2015.11.99#	190.04	2014.5.289#	
	联合利华服务（合肥）有限公司	奥妙净蓝全效高浓度洗衣液 6X2KG	131.92	2015.12.136#	160.88	2014.5.289#	
非食	巢湖市丰晋经贸有限公司	索芙特汉方养护清爽去屑洗发露	12.32	2015.1-27#	12.80	2014.4-45#	统采，价格下调
	巢湖市丰晋经贸有限公司	索芙特汉方养护黑亮柔顺洗发露	12.32	2015.1-27#	12.80	2014.1-59#	
	巢湖市丰晋经贸有限公司	索芙特汉方养护清爽去屑洗发露	12.32	2015.1-27#	12.80	2014.4-45#	
	巢湖市丰晋经贸有限公司	索芙特汉方养护黑亮柔顺洗发露	12.32	2015.1-27#	12.80	2014.4-45#	
	巢湖市丰晋经贸有限公司	免洗护发素	67.68	2015.1-27#	78.00	2014.4-45#	
	巢湖市丰晋经贸有限公司	去屑型洗护发产品	12.32	2015.1-27#	13.50	2014.4-45#	
	巢湖市丰晋经贸有限公司	柔顺滋养型洗护发	26.82	2015.1-27#	28.00	2014.4-45#	
	巢湖市丰晋经贸有限公司	美白洗面乳	19.86	2015.1-27#	22.50	2014.4-45#	
	巢湖市丰晋经贸有限公司	保湿滋润洗面乳	16.55	2015.1-27#	18.50	2014.6-38#	

	巢湖市丰晋经贸有限公司	焗油膏	22.17	2015.1-27#	23.50	2014.7-40#	
	巢湖市丰晋经贸有限公司	香浴油	15.25	2015.2-34#	16.35	2014.8-39#	
	巢湖市丰晋经贸有限公司	沐浴露	22.17	2015.2-34#	24.20	2014.8-28#	
	巢湖市丰晋经贸有限公司	乳液护肤品	41.58	2015.2-34#	45.00	2014.9-68#	
	巢湖市丰晋经贸有限公司	BB 霜	36.96	2015.2-34#	38.68	2014.10-35#	
	南京安努娅商贸有限公司	雪中飞保暖内衣	132.00				
生鲜	安徽五星果品有限公司	香蕉	4.12	2015.8-48#	5.00	2014.11-71#	统采，价格 下调
	安徽五星果品有限公司	柚子	6.00	2015.8-48#	6.60	2014.11-71#	
	安徽五星果品有限公司	哈密瓜	2.80	2015.8-48#	4.60	2014.11-69#	
	安徽五星果品有限公司	精品橙	10.67	2015.8-49#	12.05	2014.11-70#	
	安徽五星果品有限公司	山竹	25.33	2015.8-49#	28.50	2014.11-70#	
	合肥万润食品有限公司	猪肚	35.30	2015.1-50#	36.80	2014.11-80#	
	合肥万润食品有限公司	猪油	8.60	2015.1-50#	8.80	2014.11-80#	
	合肥万润食品有限公司	带白皮条	17.60	2015.1-50#	18.70	2014.11-80#	
	合肥兴公果品贸易有限公司	火龙果	5.00	2015.8-48#	9.00	2014.5-39#	
	合肥兴公果品贸易有限公司	皇冠梨	4.07	2015.8-52#	5.00	2014.3-82#	
	合肥兴公果品贸易有限公司	甜瓜	4.20	2015.6-20#	4.60	2014.5-39#	
	合肥兴公果品贸易有限公司	青提	6.90	2015.7-28#	8.00	2014.5-39#	
	合肥兴公果品贸易有限公司	琵琶	11.32	2015.9-35#	12.00	2014.5-39#	

保荐机构核查了超市业态下2015年度较2014年度主营业务毛利率提升较大的供应商，并进行了详尽的细节抽凭测试，包括会计记账和原始凭证（采购入库单、采购合同、内部审批单据等），重点核查同一供应商相同型号商品在两个年度的采购入库单价情况，发现食品、非食、生鲜类超市采购金额较大的供应商同

一型号的超市商品在2015年采购入库单价明显低于2014年度，该种情形系发行人在超市业态下陆续展开的四地统一采购进而对供应商的议价空间加大，使得相同商品采购单价降低所造成的，具体情况见上表四所列示。

③家电业态毛利率

报告期内，公司家电业态下主营业务毛利率分别为11.11%、13.54%、15.13%和15.88%。家电业态销售毛利率的提升主要得益于：A.2008年全球金融危机以来，国家陆续出台“家电下乡”政策、“以旧换新”政策、“节能家电补贴”等一系列刺激家电消费的相关政策，在全国范围内极大的调动了农民购买家电的积极性，直接拉动了农村家电市场的消费；B.2013年度下半年公司开始对于合肥、巢湖、马鞍山、芜湖等四地的主要家电供应商进行统一采购安排，公司向供应商集中统一采购的规模优势逐渐发挥出来，家电整体采购价格逐年降低，并能够更有利于取得供应商的返利；同时公司还通过与供应商签订适当的回款政策降低进货成本；另外，公司通过强大的物流中心和配送体系不断完善售后服务体系能够充分满足中高端客户的需求，上述措施均有效的提升了家电业态整体销售的毛利率。

家电业态下主营业务毛利率具体情况如下表：

表一：2015年度及2014年度家电业态下各分类商品主营业务毛利率情况

单位：万元

年度	类别	收入	成本	毛利	毛利率	收入占比	成本占比	毛利占比
2015年	彩电	5,437.32	4,633.94	803.38	14.78%	17.18%	17.26%	16.78%
	冰洗	6,485.30	5,493.67	991.63	15.29%	20.50%	20.46%	20.71%
	空调	12,970.00	11,328.38	1,641.62	12.66%	40.99%	42.19%	34.29%
	其他家电	6,749.25	5,397.78	1,351.47	20.02%	21.33%	20.10%	28.23%
	合计	31,641.87	26,853.77	4,788.09	15.13%	100.00%	100.00%	100.00%
2014年	彩电	5,258.26	4,680.79	577.47	10.98%	17.39%	17.91%	14.11%
	冰洗	5,669.71	5,011.33	658.38	11.61%	18.75%	19.17%	16.08%
	空调	12,717.27	11,166.11	1,551.16	12.20%	42.06%	42.72%	37.90%
	其他家电	6,587.62	5,281.41	1,306.21	19.83%	21.79%	20.20%	31.91%
	合计	30,232.86	26,139.64	4,093.22	13.54%	100.00%	100.00%	100.00%

对2015年度及2014年度两年的家电业态各分类商品毛利率情况进行对比，得出如下数据：

表二：2015年度较2014年度家电业态下各分类商品毛利率变动情况

单位：万元

年度	类别	收入	成本	毛利	毛利率	收入占比	成本占比	毛利占比
2015年度 VS 2014年度 变动	彩电	179.07	-46.85	225.91	3.79%	-0.21%	-0.65%	2.67%
	冰洗	815.58	482.33	333.25	3.68%	1.74%	1.29%	4.63%
	空调	252.73	162.27	90.46	0.46%	-1.07%	-0.53%	-3.61%
	其他家电	161.63	116.38	45.26	0.20%	-0.46%	-0.10%	-3.69%
	合计	1,409.01	714.13	694.88	1.59%			

注：表中各项目2015年度相较于2014年度变动幅度公式为：

收入=2015年度收入-2014年度收入；

成本=2015年度成本-2014年成本；

毛利=2015年度毛利-2014年度毛利；

毛利率=2015年度毛利率-2014年度毛利率；

收入占比=2015年度收入占比-2014年度收入占比；

成本占比=2015年度成本占比-2014年度成本占比；

毛利占比=2015年度毛利占比-2014年度毛利占比。

针对家电业态下各子业态展开进一步分析，选取彩电、冰洗、空调三个子业态中大额采购供应商进行比较，

表三：2015年度较2014年度家电各子业态下大额采购供应商销售毛利率比较情况

类别	供应商	2015年				2014年				两年比较			
		收入	成本	毛利	毛利率	收入	成本	毛利	毛利率	收入	成本	毛利	毛利率
彩电	青岛海信电器营销股份有限公司合肥分公司	2,261.50	1,919.21	342.29	15.14%	2,100.47	1,865.44	235.03	11.19%	161.03	53.77	107.26	3.95%
	深圳创维-RGB电子有限公司芜湖分公司	985.62	846.18	139.44	14.15%	756.33	668.41	87.92	11.62%	229.30	177.78	51.52	2.52%
	合肥TCL电器销售有限公司	1,025.58	880.66	144.91	14.13%	1,019.40	889.70	129.70	12.72%	6.18	-9.04	15.22	1.41%
	康佳集团股份有限公司合肥分公司	274.09	233.13	40.96	14.95%	256.20	230.15	26.05	10.17%	17.89	2.98	14.91	4.78%
	其他	890.54	754.76	135.78	15.25%	1,125.87	1,027.10	98.77	8.77%	-235.33	-272.34	37.01	6.47%
	小计	5,437.32	4,633.94	803.38	14.78%	5,258.26	4,680.79	577.47	10.98%	179.07	-46.85	225.91	3.79%
冰洗	合肥美菱白色家电营销有限公司	696.95	590.71	106.24	15.24%	789.87	695.47	94.40	11.95%	-92.93	-104.77	11.84	3.29%
	合肥宏金家电有限公司	396.62	333.46	63.16	15.92%	373.92	331.86	42.06	11.25%	22.70	1.60	21.10	4.68%
	重庆新日日顺家	1,503.25	1,276.11	227.14	15.11%	1,452.74	1,270.63	182.11	12.54%	50.51	5.48	45.03	2.57%

电销售有限公司												
惠尔浦（中国）股份有限公司	260.21	218.27	41.94	16.12%	249.38	216.35	33.04	13.25%	10.82	1.93	8.90	2.87%
广东海信营销股份有限公司合肥分公司	476.75	399.03	77.72	16.30%	463.17	410.34	52.83	11.41%	13.58	-11.31	24.90	4.90%
其他	3,151.52	2,676.09	475.43	15.09%	2,340.63	2,086.69	253.94	10.85%	810.90	589.41	221.49	4.24%
小计	6,485.30	5,493.67	991.63	15.29%	5,669.71	5,011.33	658.38	11.61%	815.58	482.33	333.25	3.68%
安徽天香制冷设备有限公司	10,899.56	9,513.86	1,385.70	12.71%	10,525.07	9,225.44	1,299.63	12.35%	374.50	288.42	86.08	0.37%
合肥宏盛美的空调销售有限公司	898.82	792.06	106.77	11.88%	1,376.40	1,222.14	154.26	11.21%	-477.58	-430.08	-47.50	0.67%
重庆新日日顺家电销售有限公司	994.01	856.81	137.20	13.80%	699.22	609.29	89.93	12.86%	294.80	247.52	47.27	0.94%
其他	177.60	165.65	11.94	6.72%	116.58	109.25	7.33	6.29%	61.01	56.40	4.61	0.43%
小计	12,970.00	11,328.38	1,641.62	12.66%	12,717.27	11,166.11	1,551.16	12.20%	252.73	162.27	90.46	0.46%
大合计	24,892.62	21,455.99	3,436.63	13.81%	23,645.24	20,858.23	2,787.00	11.79%	1,247.38	597.76	649.62	2.02%

结合表一、二、三来看，家电业态2015年度较2014年度主营业务毛利率上升的主要原因系：2013年度下半年发行人开始对于合肥、巢湖、马鞍山、芜湖等四地的主要家电供应商陆续进行统一采购安排，公司向供应商集中统一采购的规模优势逐渐发挥出来，家电整体采购价格逐年降低，提升了毛利率。

表四：2015年度和2014年度同一供应商相同商品采购单价

供应商	商品名称及型号	2015年度单价	凭证号	2014年度单价	凭证号	单价变动原因
青岛海信电器营销股份有限公司合肥分公司	海信彩电 50K380U	3,500.00	2015.11 电 30#	3,740.00	2014.12.电 29#	统采
青岛海信电器营销股份有限公司合肥分公司	海信彩电 32K370	2,068.00	2015.11 电 30#	2,491.00	2014.07.电 18#	统采
青岛海信电器营销股份有限公司合肥分公司	海信彩电 42K20JD	2,618.00	2015.11 电 30#	2,999.00	2014.12.电 29#	统采
青岛海信电器营销股份有限公司合肥分公司	海信彩电 50K220	2,980.00	2015.12 电 43#	3,879.00	2014.12.电 29#	统采
青岛海信电器营销股份有限公司合肥分公司	海信彩电 55XT900X3DU	11,000.00	2015.10 电 15#	11,280.00	2014.12.电 29#	统采
深圳创维-RGB 电子有限公司芜湖分公司	创维彩电 49E710U	4,999.00	2015.8 电 23#	5,699.00	2014.11.电 20#	统采
深圳创维-RGB 电子有限公司芜湖分公司	创维彩电 40E510E	2,799.00	2015.7 电 23#	2,999.00	2014.09.电 23#	统采
深圳创维-RGB 电子有限公司芜湖分公司	创维彩电 42E710U	3,999.00	2015.9 电 15#	4,599.00	2014.09.电 23#	统采
深圳创维-RGB 电子有限公司	创维彩电 58E690U	5,999.00	2015.8 电 23#	7,999.00	2014.09.电 23#	统采

芜湖分公司						
深圳创维-RGB 电子有限公司 芜湖分公司	创维彩电 40E360E	1,876.00	2015.5 电 25#	1,999.00	2014.12.电 29#	统采
合肥 TCL 电器销售有限公司	TCL 彩电 42A71C	3,290.00	2015.2 电 14#	3,300.00	2014.06.电 23#	统采
合肥 TCL 电器销售有限公司	TCL 彩电 40F3302B	1,700.00	2015.9 电 15#	1,750.00	2014.12.电 29#	统采
合肥 TCL 电器销售有限公司	TCL 彩电 40F3700A	1,920.00	2015.12 电 43#	2,190.00	2014.09.电 23#	统采
合肥 TCL 电器销售有限公司	TCL 彩电 40M90	3,399.00	2015.8 电 23#	3,876.00	2014.11.电 20#	统采
合肥 TCL 电器销售有限公司	TCL 彩电 50M90	3,999.00	2015.12 电 43#	4,388.00	2014.11.电 20#	统采
康佳集团股份有限公司合肥 分公司	康佳彩电 LED32M1200AF	1,820.00	2015.10 电 15#	1,999.00	2014.01.电 13#	统采
康佳集团股份有限公司合肥 分公司	康佳彩电 LED50X9500UF	6,300.00	2015.1 电 8#	6,399.00	2014.05.电 30#	统采
康佳集团股份有限公司合肥 分公司	康佳彩电 LED50X1200AF	3,699.00	2015.1 电 8#	3,799.00	2014.05.电 30#	统采
康佳集团股份有限公司合肥 分公司	康佳彩电 LED40M1200AF	2,417.00	2015.2 电 14#	2,599.00	2014.05.电 30#	统采
康佳集团股份有限公司合肥 分公司	康佳彩电 LED32F1500N	1,463.00	2015.8 电 23#	1,599.00	2014.12.电 29#	统采
合肥美菱白色家电营销有限 公司	美菱冰箱 418WP9B	7,916.00	2015.10 电 15#	9,569.00	2014.12.电 29#	统采
合肥美菱白色家电营销有限 公司	美菱冰箱 356WPT	3,599.00	2015.11 电 30#	4,871.00	2014.04.电 30#	统采
合肥美菱白色家电营销有限 公司	美菱冰箱 180LC	1,079.00	2015.11 电 30#	1,259.00	2014.08.电 18#	统采
合肥美菱白色家电营销有限 公司	美菱冰箱 450ZP9CN	4,001.00	2015.9 电 15#	4,175.00	2014.05.电 30#	统采
合肥美菱白色家电营销有限 公司	美菱冰箱 560WEC	3,914.00	2015.3 电 18#	4,349.00	2014.01.电 13#	统采
合肥宏金家电有限公司	小天鹅洗衣机 TG80-1411LPID(S)	5,830.00	2015.7 电 23#	6,850.00	2014.09.电 23#	统采
合肥宏金家电有限公司	小天鹅洗衣机 TB75-8168HR	1,098.00	2015.12 电 43#	1,598.00	2014.08.电 18#	统采
合肥宏金家电有限公司	小天鹅洗衣机 TG53-8029ES	1,498.00	2015.6 电 28#	1,999.00	2014.09.电 23#	统采
合肥宏金家电有限公司	小天鹅洗衣机 TB65-8168H	850.00	2015.12 电 43#	1,190.00	2014.12.电 29#	统采
合肥宏金家电有限公司	小天鹅洗衣机 TB55-8168H	820.00	2015.12 电 43#	870.00	2014.12.电 29#	统采
重庆新日日顺家电销售有限 公司	海尔洗衣机 XQS75-BZ1318	2,099.00	2015.12 电 43#	2,599.00	2015.06.电 23#	统采
重庆新日日顺家电销售有限 公司	海尔洗衣机 MS70-BZ1528	3,119.00	2015.12 电 43#	3,199.00	2014.12.电 29#	统采
重庆新日日顺家电销售有限	海尔洗衣机	5,000.00	2015.12 电 43#	6,955.00	2014.12.电 29#	统采

公司	C1HDU75G3					
重庆新日日顺家电销售有限公司	海尔洗衣机 XQG70-BX12288Z	2,599.00	2015.12 电 43#	2,799.00	2014.12.电 29#	统采
重庆新日日顺家电销售有限公司	海尔洗衣机 C1D75G3	4,499.00	2015.12 电 43#	5,475.00	2014.12.电 29#	统采
惠尔浦（中国）股份有限公司	三洋洗衣机 XQB60-S808N	1,195.00	2015.4 电 33#	1,248.00	2014.01.电 13#	统采
惠尔浦（中国）股份有限公司	三洋洗衣机 DB70699ES	1,753.00	2015.2 电 14#	2,050.00	2014.09.电 23#	统采
惠尔浦（中国）股份有限公司	三洋洗衣机 DB6035BXS	2,306.00	2015.12 电 43#	2,392.00	2014.04.电 30#	统采
惠尔浦（中国）股份有限公司	三洋洗衣机 DG-L7533BXG	4,000.00	2015.12 电 43#	4,200.00	2014.12.电 29#	统采
惠尔浦（中国）股份有限公司	三洋洗衣机 DB7057BXS	2,100.00	2015.1 电 8#	2,221.00	2014.12.电 29#	统采
广东海信营销股份有限公司 合肥分公司	海信冰箱 BCD-202DG	1,300.00	2015.12 电 43#	1,738.00	2014.12.电 29#	统采
广东海信营销股份有限公司 合肥分公司	海信冰箱 BCD-378WDGV	4,650.00	2015.11 电 30#	7,039.00	2014.02.电 23#	统采
广东海信营销股份有限公司 合肥分公司	海信冰箱 BCD-210DGU/D	2,052.00	2015.3 电 18#	2,232.00	2014.01.电 13#	统采
广东海信营销股份有限公司 合肥分公司	海信冰箱 BCD-225U/A	1,460.00	2015.7 电 23#	1,995.00	2014.09.电 23#	统采
广东海信营销股份有限公司 合肥分公司	海信冰箱 BCD-256WDGVBPA	3,610.00	2015.2 电 14#	3,610.00	2014.09.电 23#	统采

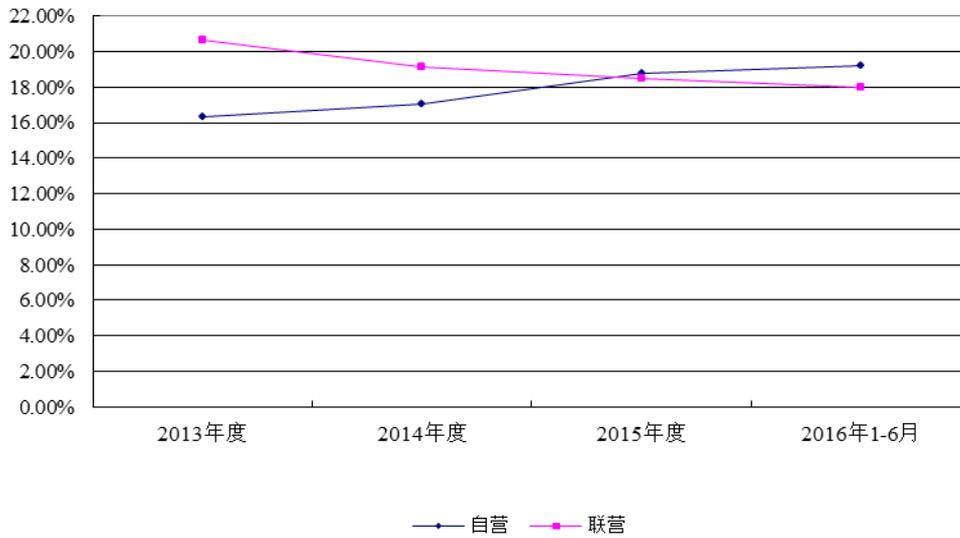
保荐机构核查了家电业态下2015年度较2014年度主营业务毛利率提升较大的供应商，并进行了详尽的细节抽凭测试，包括会计记账和原始凭证（采购入库单、采购合同、内部审批单据等），重点核查同一供应商相同型号商品在两个年度的采购入库单价情况，发现彩电、冰洗类家电采购金额较大的供应商同一型号的家电商品在2015年采购入库单价明显低于2014年度，该种情形系发行人在家电业态下陆续展开的内地统一采购进而对供应商的议价空间加大，使得相同商品采购单价降低所造成的，具体情况见上表四所列示。

④其他

2014年度，公司无为安得利购物中心广场商务酒店部分建成竣工完毕，并正式投入营业，由于酒店相关装修配套设施在当地处于领先水平，酒店宾客入住率一直维持在较高水平，而酒店行业普遍有较高的毛利率。

(2) 主营业务毛利率按销售模式分析

各销售模式下主营业务毛利率分析图



报告期内，公司各销售模式下主营业务毛利率具体情况如下所示：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
自营	19.24%	0.45%	18.79%	1.77%	17.02%	0.72%	16.30%
联营	17.96%	-0.53%	18.49%	-0.67%	19.16%	-1.46%	20.63%
合计	19.06%	0.31%	18.75%	1.43%	17.32%	0.46%	16.86%

报告期内，自营模式和联营模式下公司主营业务毛利率整体来看保持在较高的水平，这与公司对采购和销售业务两端拥有更强的控制力度密切相关。

① 自营模式毛利率

报告期内，公司自营模式下主营业务毛利率分别为16.30%、17.02%、18.79%和19.24%。

该模式下公司主营业务毛利率整体保持在较高水平，主要体现在公司对同质化商品经营以及差异化商品经营不同的竞争策略和竞争优势上面。同质化商品经营竞争策略：**A.更低的进货成本优势**：公司可以直接从品牌商（厂家）或省级供应商进货，从而省去了很多中间环节，享受到许多供应商的低价优惠政策；**B.较强的价格竞争优势**：公司对商品所有权已经买断，对商品的销售价格有相对主动的定价权，为更好的提升市场占有率，公司商品销售价格普遍比同行业平均价格低。差异化商品经营竞争策略：公司员工，尤其是柜组长，既是采购人员同时也是一线销售人员，能够快速捕捉市场信息，通过了解掌握消费者的不同偏好制

定差异化采购和营销策略,针对差异化经营的商品,由于市场上竞争者相对较少,公司可以稳步提升购销差价率。

另外,由于发行人主要定位在三、四线城市,而自营模式更契合三、四线城市市场的消费特点。首先,市场需要的是价廉物美的商品。同样的商品在三、四线城市的价格敏感程度更高。但三、四线城市本身的商品传递路线较长,如果仍以联营模式为主,则会导致向下传递的成本更高。因此,发行人的自营模式更加适合该类市场的需求特征。其次,三、四线城市的消费者相对于一、二线城市消费者更加需要引导和服务。该类市场的消费者文化程度不高,对商品的理解程度不高。因此,有效的营销引导将对商品的销售构成很大的影响。而以联营模式为主的大型百货企业,已经形成了依赖供应商营销人员,等客上门的营销习惯。到了三、四线城市,一方面供应商派驻人员的跨度不断扩大,服务能力难以支持,另一方面只对本供应商产品负责,对其他商品不关注,甚至店内竞争,都将对引导该类区域的消费者构成影响。此外,越向深远处传递,服务的跟进能力如果仅依赖供应商越难实现。因此进入越为深远的市场,就更加需要具备向发行人这样具有自身大量人才队伍的自营和服务能力。因此,该类市场的介入完全并非取决于资金、规模、豪华程度的投入。

未来,对三、四线城市市场而言,在自营模式下,只要营销措施得当(调整品牌适销对路、商品进销差价控制合理),并且能够控制住资金占用大、库存余额大等相关风险,该种模式会持续体现出相对于联营模式的毛利率优势。

②联营模式毛利率

联营模式下毛利率变化的影响因素主要包括:A、联营的具体品牌变化和商定的联营利润率情况变化,将导致毛利率的变化;B、同品牌的联营商品,从以特价商品为起点开始联营时,到转为正价商品开始联营时,所收取的保底利润提高导致毛利率变化;C、供应商举办或相应促销活动时,由于促销活动对价格空间和销售额的影响,会导致相应调低保利利润空间,进而影响毛利率的情形。

报告期内,公司联营模式下主营业务毛利率分别为20.63%、19.16%、18.49%和17.96%,联营模式下各分类商品主营业务毛利率具体情况如下所示:

项目	2016年1-6月			2015年度			2014年度			2013年度	
	毛利占比	毛利率	变动	毛利占比	毛利率	变动	毛利占比	毛利率	变动	毛利占比	毛利率

服装	52.25%	21.25%	-1.29%	52.81%	22.55%	1.46%	49.97%	21.08%	-2.71%	51.92%	23.80%
黄金珠宝	10.59%	17.03%	-0.09%	11.22%	17.12%	-4.39%	13.65%	21.51%	-1.51%	17.43%	23.02%
鞋类	17.31%	15.24%	-0.51%	15.80%	15.74%	-2.66%	16.69%	18.40%	-1.87%	13.00%	20.27%
针纺	6.47%	22.58%	-2.28%	6.21%	24.86%	1.51%	4.54%	23.35%	1.06%	3.96%	22.29%
日化	5.34%	11.32%	-0.57%	5.71%	11.89%	-0.50%	5.61%	12.39%	-1.39%	3.13%	13.78%
超市	3.34%	13.96%	0.72%	3.14%	13.24%	-2.78%	4.15%	16.02%	2.76%	4.57%	13.26%
家电	4.71%	13.31%	1.67%	5.11%	11.64%	-1.83%	5.39%	13.47%	1.93%	5.98%	11.54%
合计	100.00%	17.96%	-0.53%	100.00%	18.49%	-0.67%	100.00%	19.16%	-1.46%	100.00%	20.63%

2016年上半年主营业务毛利率较2015年相比小幅下降0.53%，2014年主营业务毛利率较2013年相比下降1.46%，主要系受服装类商品销售影响所致。2015年和2016年上半年度，联营模式下服装类商品销售的毛利占联营模式下销售毛利比重分别为52.81%和52.25%，而服装销售的毛利率分别为22.55%和21.25%；2013年和2014年，联营模式下服装类商品销售的毛利占联营模式下销售毛利比重分别为51.92%和49.97%，而服装销售的毛利率分别为23.80%和21.08%。公司服装部门积极整合各方资源，统一策划方案，公司联营品牌商与公司自有品牌共同推出促销活动，不仅在“春节”、“周年店庆”、“元宵情人节”、“五一”、“十一”等各大基本节日，还先后开展了“春雷行动”、“破冰活动”、“闺蜜节”、“歌莉亚首届会员专场”、“夏日风暴”等多场服装专场营销促销活动，在服装销售收入整体增长的同时，联营服装品牌的保底利润受降价因素影响有所下降，从而致使联营服装销售的毛利率呈现一定幅度的下滑。

2015年主营业务毛利率较2014年相比小幅下降0.67%，主要系受黄金珠宝类商品销售影响所致。2014年和2015年，联营模式下黄金珠宝销售的毛利占联营模式下销售毛利比重分别为13.65%和11.22%，而黄金珠宝销售的毛利率从21.51%下降至17.12%，降幅为4.39%，公司黄金珠宝销售受2013年以来国际、国内金银售价等大幅下挫的影响，尽管公司采取一系列补救措施，对市场形势判断较为敏感，但联营黄金珠宝品牌的保底利润受降价因素影响大幅下降，公司同时也和联营品牌商共同推出促销活动，使整体联营毛利率出现较大程度下降。

③ 发行人自营与联营模式毛利率差异

报告期内，发行人主营业务毛利率、毛利额占比在不同的经营模式、经营业态下具体情况如下：

经营模式、业态	2016年1-6月		2015年度		2014年		2013年	
	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比

自营模式	百货	25.33%	22.79%	27.03%	24.75%	24.56%	28.28%	24.96%	36.60%
	超市	17.46%	46.85%	16.54%	41.50%	14.64%	37.38%	13.89%	32.33%
	家电	16.02%	14.39%	15.32%	17.41%	13.54%	16.97%	11.09%	15.12%
	酒店	99.80%	2.70%	99.64%	2.55%	99.82%	2.12%	-	-
	小合计	19.24%	86.74%	18.79%	86.21%	17.02%	82.62%	16.30%	84.05%
联营模式	百货	18.49%	12.20%	19.39%	12.66%	19.84%	13.80%	22.44%	14.27%
	超市	13.96%	0.44%	13.24%	0.43%	16.02%	0.63%	13.26%	0.73%
	家电	13.31%	0.62%	11.64%	0.71%	13.47%	0.82%	11.54%	0.95%
	小合计	17.96%	13.26%	18.49%	13.79%	19.16%	15.26%	20.63%	15.95%
综合	百货	22.44%	34.99%	23.85%	37.41%	22.78%	42.08%	24.20%	50.87%
	超市	17.42%	47.29%	16.50%	41.93%	14.67%	38.01%	13.88%	33.05%
	家电	15.88%	15.01%	15.13%	18.12%	13.54%	17.79%	11.11%	16.07%
	酒店	99.80%	2.70%	99.64%	2.55%	99.82%	2.12%	-	-
	大合计	19.06%	100.00%	18.75%	100.00%	17.32%	100.00%	16.86%	100.00%

报告期前两年，发行人自营模式下主营业务毛利率低于联营模式下主营业务毛利率，主要原因系：A.发行人联营模式下主营业务毛利额的构成主要体现在百货业态下，超市和家电销售业态主营业务毛利额占比均较小，也即发行人联营模式下总体毛利率水平将主要取决于百货业态下的销售毛利率；B.发行人自营模式下主营业务毛利额由百货、超市、家电三大销售业态共同决定影响，其中百货、超市两大销售业态毛利额对其影响较大，家电业态也有一定的占比；也即发行人自营模式下总体毛利率水平由百货、超市、家电三大业态下的销售毛利率共同影响决定；C.发行人百货业态下自营模式主营业务毛利率明显高于联营模式主营业务毛利率；D.发行人自营模式下超市和家电业态主营业务毛利率明显低于联营模式下百货业态的主营业务毛利率。

综上所述，因不同大类销售业态之间毛利率水平差异直接影响决定了发行人自营模式下总体毛利率低于联营模式下总体毛利率水平，该种情形与发行人实际经营状况相吻合，发行人两种经营模式下毛利率均处于正常范畴内。

报告期内，发行人两种经营模式在不同销售下业态的主营业务毛利率情况分析如下：

A.百货业态。发行人百货业态下自营模式主营业务毛利率明显高于联营模式，百货业态下主营业务毛利率差值充分体现了自营模式较联营模式的诸多竞争优势：具有更高的自主定价权、能够更好的把控商品质量、在市场竞争中容易形成差异化的竞争优势、能够更好的满足市场的消费需求等。

B.超市业态。2014 年度，发行人超市业态下自营模式主营业务毛利率低于

联营模式，主要原因系：发行人超市业态下联营模式销售收入主要体现为熟食和面点类商品，其销售收入绝对金额较小，销售毛利率较高；而超市业态下自营模式销售收入则由粮油、香烟、酒、调味品、乳制品、生鲜、熟食、面点、水果、干货、生活用品等若干大类构成，其中粮油、香烟等商品的销售收入占比较大，但其毛利率水平明显低于熟食和面点类，故以粮油、香烟为代表的超市业态下自营销售毛利率水平总体低于以熟食和面点类销售为主的联营销售毛利率。2015年度，发行人超市业态下自营模式主营业务毛利率已经高于联营模式，主要原因系：随着新增超市门店的开业，超市业态的自营规模逐步扩大，规模效应开始显现；2013年度下半年公司开始对于合肥、巢湖、马鞍山、芜湖等四地的主要超市供应商进行统一采购安排，公司向超市供应商集中统一采购的规模优势逐渐发挥出来，整体采购价格逐年降低，显著自营提升毛利率。

C.家电业态。2013年度，发行人家电业态下自营模式主营业务毛利率略低于联营模式，2014年度和2015年度，发行人家电业态下自营模式主营业务毛利率已高于联营模式，主要原因系受益于2013年度下半年公司开始对于合肥、巢湖、马鞍山、芜湖等四地的主要家电供应商进行统一采购安排，公司向供应商集中统一采购的规模优势逐渐发挥出来，家电整体采购价格较上一年度明显降低。

(3) 主营业务毛利率与同行业上市公司对比分析

报告期内，发行人不同业务类别毛利率与同行业可比上市公司对比分析如下：

公司名称	经营模式、业态	2016年 1-6月	2015年	2014年	2013年	
发行人 主营业务毛利率	自营模式	百货	25.33%	27.03%	24.56%	24.96%
		超市	17.46%	16.54%	14.64%	13.89%
		家电	16.02%	15.32%	13.54%	11.09%
		酒店	99.80%	99.64%	99.82%	-
		小合计	19.24%	18.79%	17.02%	16.30%
	联营模式	百货	18.49%	19.39%	19.84%	22.44%
		超市	13.96%	13.24%	16.02%	13.26%
		家电	13.31%	11.64%	13.47%	11.54%
		小合计	17.96%	18.49%	19.16%	20.63%
	综合	百货	22.44%	23.85%	22.78%	24.20%
		超市	17.42%	16.50%	14.67%	13.88%
		家电	15.88%	15.13%	13.54%	11.11%
		酒店	99.80%	99.64%	99.82%	-

		大合计	19.06%	18.75%	17.32%	16.86%
合肥百货 营业毛利率	自营模式	超市	-	19.08%	19.19%	18.91%
	联营模式	百货（含家电）	-	16.00%	16.55%	16.60%
步步高 主营业务毛利率	自营模式	超市	-	16.27%	16.22%	18.04%
	联营模式	百货	-	15.62%	16.40%	15.66%
		家电	-	12.33%	12.24%	11.61%
新华都 主营业务毛利率	自营模式	生鲜类	-	8.21%	9.98%	11.07%
		食品类	-	15.78%	15.08%	13.47%
		日用品	-	18.93%	20.53%	18.53%
		超市合计	-	14.14%	14.67%	13.90%
	联营模式	百货	-	17.01%	17.14%	18.62%

注：上述数据均取自于同行业可比上市公司年度报告，合肥百货仅披露了不同业务类别下营业收入毛利率，并未披露主营业务毛利率，而步步高和新华都两公司均披露了不同业务类别下主营业务毛利率。

①发行人百货业态下主营业务毛利率与同行业可比上市公司对比

报告期内，发行人百货业态下主营业务毛利率分别为 24.20%、22.78%、23.85%和 22.44%，而发行人自营模式下百货业态主营业务毛利率分别为 24.96%、24.56%、27.03%和 25.33%；报告期内，同行业可比上市公司百货业态营业/主营业务毛利率介于 15.62%-18.62%。

发行人百货业态下主营业务毛利率明显高于同行业可比上市公司，主要原因系发行人百货业态下经营模式与可比公司明显不同，发行人主要采用自营模式，同行业其他可比三家上市公司合肥百货、步步高、新华都均主要采用联营模式，发行人自营模式下经营优势明显，主要体现在对同质化商品经营以及差异化商品经营不同的竞争策略和竞争优势。

发行人百货行业自营、联营的毛利率均明显高于同行业上市公司的原因：

A.市场定位不同形成的单位百货销售均价差异，使得毛利率计算的收入基数存在较大差异，拉低了一二线城市百货行业的毛利率水平。

发行人从事的百货产品销售系在三、四线城市及农村市场，百货产品的销售单价水平是明显低于一二线城市的水平的。以百货行业的服装为例，发行人在庐江等三四线相对核心地带的服装的平均销售价格大概在 300-500 元每件，而合肥百大所在的合肥、芜湖等城市地区的服装品均销售价格大约在 1000-2000 元每件。上述商品及定价的不同主要系所属市场的需求特征不同所致。但上述单位平均商

品价格的不同将导致对毛利率水平形成自然的影响。

以联营模式为标的，发行人和可比上市公司均存在联营模式的百货商品销售行为。站在百货公司的角度，联营模式的核心收益定价要素包括场地租赁费、进场管理费和扣点（其中场地租金水平和扣点实际反映了浮动租金的水平）。以商铺租赁（我爱铺网等）网站公布的租金价格为例，合肥百大在合肥网点区域内的场地租金水平大约在 500 元/m²/月，庐江县发行人商场的租金水平大约在 250 元/m²/月左右。假设联营商同时入驻合肥及庐江的市场，均租赁 100m²的经营场地，每月均销售服装 200 件（预计销售效率），发行人按服装销售高限 500 元/件，合肥百大按相对底线平均水平 1000 元/件进行计量。则一个月经营后，在合肥地区的百货公司收益率水平为 20%（ $[100\text{m}^2 \times 500 \text{元/m}^2/\text{月}] \div [200 \text{件} \times 1000 \text{元/件}]$ ），而庐江地区的百货公司收益水平为 25%（ $[100\text{m}^2 \times 250 \text{元/m}^2/\text{月}] \div [200 \text{件} \times 500 \text{元/件}]$ ）。上述分析实际反映了联营模式下实际对发行人和可比上市公司百货业态销售毛利率的影响。主要系在区域市场内的商品销售价格水平、租金价格水平不同所导致。除此以外，入驻联营品牌经销商自身销售效率会对上述毛利率的基数构成影响。

上述可比公司中合肥百货、新华都和步步高均属于一、二线城市定位中高档商品的百货经销企业。

B. 自营模式本身承担较多工作和风险，但带来较低成本、差异化和规模化的优势使得发行人的自营业务和综合毛利率会高于同行业可比上市公司。

发行人主要采用自营模式，同行业其他可比上市公司均主要采用联营模式，发行人自营模式下经营优势主要体现在对同质化商品经营以及差异化商品经营不同的竞争策略和竞争优势。同质化商品经营竞争策略：**a. 更低的进货成本优势：**公司可以直接从品牌商（厂家）或省级供应商进货，从而省去了很多中间环节，享受到许多供应商的低价优惠政策；**b. 较强的价格竞争优势：**公司对商品所有权已经买断，对商品的销售价格有相对主动的定价权，为更好的提升市场占有率，公司商品销售价格普遍比同行业平均价格低。差异化商品经营竞争策略：公司员工，尤其是柜组长，既是采购人员同时也是一线销售人员，能够快速捕捉市场信息，通过了解掌握消费者的不同偏好制定差异化采购和营销策略，针对差异化经营的商品，由于市场上竞争者相对较少，公司可以稳步提升购销差价率。

②发行人超市业态下主营业务毛利率与同行业可比上市公司对比

报告期内，发行人超市业态下主营业务毛利率分别为 13.88%、14.67%、16.50%和 17.42%，而发行人自营模式下超市业态主营业务毛利率分别为 13.89%、14.64%、16.54%和 17.46%；报告期内，同行业可比上市公司新华都在超市业态下主营业务毛利率介于 13.90%-14.67%之间，步步高在超市业态下主营业务毛利率介于 16.22%-18.04%之间，合肥百货仅披露超市业态下营业毛利率，对比口径不一致，其数据不具有可比性。

随着发行人超市业态门店数量、规模不断扩大，发行人自营模式下统一采购的优势将更将得以体现，该业态下销售的毛利率将会进一步提升。

百货零售企业经营效率的高低与一般生产制造企业的体现不同。一般生产制造型企业的经营效率主要体现为存货周转率、应收账款周转率等指标。但百货零售企业除自营模式外，联营模式会形成较大的收入但存货并不属于百货公司，因此，以下将发行人与可比上市公司超市业态的自营业务存货周转率（ $\text{自营营业成本} \div \text{自营存货平均余额}$ ）进行比较（因可比上市公司仅超市有自营业务，存货中也可辨认超市的存货库存，并且百货、家电业态的产品基础价值不同，因此选择同口径比较）：

公司名称	自营种类	2015 年	2014 年	2013 年
发行人	超市	6.49	6.16	6.02
合肥百货	超市	3.91	4.09	3.77
步步高	超市	4.64	3.77	3.74
新华都	超市	5.25	5.54	6.17

由上表可知，发行人存货的周转速度是超过同期可比上市公司水平的。百货零售企业经营周转的速度越快，说明销售的能力越强。销售的能力越强，越容易让供应商对百货企业形成依赖和提供更多的优惠政策。最终上述销售能力将转化为采购价格、折扣折让、返利、活动参与程度等多方面的优惠政策支持，从而从根本上提高百货零售企业的毛利率水平。而上述发行人销售周转速度相对较高的原因，主要系发行人拥有规模相对较大、能力相对较强的销售团队，以及长期从事自营业务以来所形成的一整套管理体系、销售办法等。

③发行人家电业态下主营业务毛利率与同行业可比上市公司对比

报告期内，发行人家电业态下主营业务毛利率分别为 11.11%、13.54%、15.13%和 15.88%，而发行人自营模式下家电业态主营业务毛利率分别为 11.09%、13.54%、15.32%和 16.02%；报告期内，同行业可比上市公司合肥百货、新华都均未单独披露家电业态的营业/主营业务毛利率，步步高在家电业态下主营业务毛利率介于 11.61%-12.33%之间。

发行人家电业态的毛利率水平在 2013 年与可比上市公司步步高基本相当，2014 年和 2015 年发行人家电业态的毛利率均保持增长趋势，使得该项业态下的毛利率水平高于步步高的水平。发行人家电业务毛利率上升，并高于步步高的主要原因为：A.2013 年度下半年发行人开始对于合肥、巢湖、马鞍山、芜湖等四地的主要家电供应商陆续进行统一采购安排，公司向供应商集中统一采购的规模优势逐渐发挥出来，家电整体采购价格逐年降低，提升了毛利率；B.2014 年和 2015 年发行人在家电业态中增加小家电业务的品牌引进和销售（包括联营）。经核查，相对于 2013 年而言，2014 年和 2015 年发行人小家电销售收入的增幅分别为 4.16%和 6.72%，新增小家电供应商共计 8 家。经核查，上述小家电业务在自营和联营中的毛利率水平高于其他大中型家电产品的水平。2014 年、2015 年小家电业务的毛利率水平分别为 19.83%和 20.02%。该产品毛利率水平较高，主要系其市场平均水平较高、单位售价相对较低所致；C.发行人家电业态下销售主要也采用自营模式，而步步高公司家电业态下销售主要采用联营模式；且发行人采购模式中大多数采购金额来自于自采模式，即发行人通过该种采购模式可以直接从家电供应商处进货，省去很多中间环节，通过对家电商品存货的持续不断的优化管理，使该业态下主营业务毛利率保持在较高的水平。随着发行人门店数量、规模不断扩大，发行人自营模式将进一步体现出优势，该业态下销售的毛利率将会进一步提升。

④发行人百货、家电业态主营业务毛利率的未来变动趋势和合理性

综合上述发行人百货、家电业态毛利率水平与同行业可比上市公司的比较分析可知，影响发行人毛利率未来变动趋势的核心要素为：A.发行人所属市场的总体商品价格水平。如果发行人所属三四线城市及农村市场随着社会的发展，需求层次的提高，总体商品价格的水平上升时，会导致发行人的整体销售收入增加，毛利率相对降低，将构成对实际盈利水平的重大影响；B.发行人自营业务的运营

情况。如果发行人在自营模式下商品的选择、市场的判断、销售的预算、存货管理、配套服务的整体体系不能得到有效发挥，将最终导致不利于发行人从供应商获得优惠的价格和其他支持，将不利于毛利率的稳定和提升；C.发行人的运转效率或销售能力。发行人的运转效率越高，销售能力越强，将有利于提高供应商对发行人的依赖，从而获得超额的返利、更优惠的价格、促销的支持等，有利于毛利率的提升。反之则不利；D.发行人商品结构的调整。商品结构的调整将对毛利率的变化呈现不确定性的影响。如果发行人选择毛利率空间相对较大，或单位价值相对较低的品种时，将有利于毛利率的提升。反之，当选择单位价值较高，但毛利率水平相对较低的商品品种时，可能会导致收入的增加，但毛利率呈下降效应。

总体而言，鉴于发行人从事自营模式下的百货零售业务已经历了30年的历史，目前积累了相对完善的销售人才体系、配套管理体系和运营经验。因此，在上述自营业务模式发挥正常的前提下，随着发行人经营网点的进一步开拓和增加，销售规模的提升，将有利于更大程度的发挥自营模式下的规模采购、市场占有率、差异化、供应商依赖和支持等竞争优势。上述经营规模的提升，将最终保障发行人主营业务毛利率的稳定和上升。

(4) 供应商返利对主营业务毛利率影响分析

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
	金额(万元)	金额(万元)	金额(万元)	金额(万元)
返利净额	1,326.13	2,754.71	2,435.56	1,720.09
冲减主营业务成本	1,326.13	2,754.71	2,435.56	1,720.09
主营业务收入	74,372.04	140,958.34	132,830.94	124,922.79
占比	1.78%	1.95%	1.83%	1.38%
对主营业务毛利率的影响	-0.17%	0.12%	0.46%	-

报告期内，公司收取供应商返利净额冲减主营业务成本金额分别为1,720.09万元、2,435.56万元、2,754.71万元和1,326.13万元，该部分金额分别占各年度主营业务收入的比例为1.38%、1.83%、1.95%和1.78%，报告期内，由返利净额所引起的主营业务毛利率变动的影响分别为0.46%、0.12%和0.17%。

(5) 同行业可比上市公司综合毛利率对比分析

上市公司	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
合肥百货 000417	-	19.87%	20.42%	18.01%
步步高 002251	-	21.92%	22.47%	22.31%
新华都 002264	-	20.47%	21.21%	19.71%
安德利	21.05%	20.87%	19.84%	19.08%

【注】：上述资料来源于各上市公司已公开披露的年报信息和招股说明书等资料

合肥百货系安徽省龙头商贸企业，有超市、百货和家电三大业态，主要布局定位于安徽市场，与发行人在业态模式、经营市场区域均有相似程度；步步高销售业态与发行人有相似之处，主要有超市、百货和家电三大业态；新华都销售业态与发行人也有相似之处，主要有超市和百货两大业态。

报告期内，发行人综合毛利率与上述三家公司综合毛利率变动趋势保持一致。针对零售百货企业而言，规模效应是体现整体毛利率水平的一项重要因素，规模效应将导致整体采购价格降低、折扣或返利水平的提高，这些都将导致综合毛利率水平的变化，随着企业规模的不断扩张，企业综合毛利率水平可得到相应的提升；又由于发行人是以自营模式为主进行经营的，所以发行人经营规模的不断扩大对综合毛利率的影响应当比以联营保底稳定利润为主的经营模式对综合毛利率的影响更大，因此，规模的不断提升将导致发行人综合毛利率空间的提升幅度会大于同行业公司水平。总体来看，公司具有相对较高的盈利能力。

综上所述，公司主营业务突出，毛利率高，盈利能力强，具备较为突出的核心竞争力。

3、其他业务毛利、毛利率分析

报告期内，公司其他业务毛利分类明细情况如下：

分类	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度		
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	
管理服务	毛利	1,350.67	67.76%	2,938.40	73.83%	3,402.29	78.38%	3,046.62	85.79%
	毛利率	83.14%		88.16%		88.98%		88.10%	
租赁服务	毛利	642.79	32.24%	1,041.40	23.81%	938.72	19.71%	504.55	12.73%
	毛利率	79.42%		74.38%		79.71%		81.40%	
合计	毛利	1,993.46	100.00%	3,979.80	100.00%	4,341.01	100.00%	3,551.17	100.00%
	毛利率	81.91%		84.09%		86.80%		87.08%	

报告期内，管理服务成本，按照性质主要分为宣传促销费成本和工资薪酬成本，因公司管理服务收入一直保持在较高水平，故该部分管理服务收入毛利率保持在较高水平。

报告期内，其他业务中租赁服务毛利额由504.55万元增长至1,041.40万元，主要系无为购物中心广场2014年度全部建成投入使用，广场部分大楼首次对外出租取得新增租赁收入所致。由于租赁服务收入单价较高，而成本为房屋和土地折旧、摊销等固定支出，故租赁服务毛利率水平较高，达到70%以上。

（三）公司报告期内三项费用分析

报告期内，公司期间费用情况如下表所示：

类别	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	占收入 比例 (%)	金额 (万元)	占收入 比例 (%)	金额 (万元)	占收入 比例 (%)	金额 (万元)	占收入 比例 (%)
销售费用	9,216.03	12.00	16,495.16	11.32	16,103.37	11.68	13,149.87	10.19
管理费用	2,062.86	2.69	3,710.32	2.55	3,760.55	2.73	3,037.26	2.35
财务费用	1,520.29	1.98	3,519.95	2.42	3,342.77	2.43	2,815.31	2.18
合计	12,799.18	16.66	23,725.43	16.28	23,206.69	16.84	19,002.44	14.73

【注】：比例=有关费用/相应期间营业收入

报告期内，公司三项期间费用占相应期间营业收入比例分别为14.73%、16.84%、16.28%和16.66%，呈上升趋势。

2015年度，公司期间费用率为16.28%，公司对期间费用总体控制较好，与同行业上市可比公司比较，具体情况如下：

公司代码	公司名称	期间费用率 (2015年)
000417.SZ	合肥百货	12.73%
002251.SZ	步步高	19.79%
002264.SZ	新华都	23.96%
	安德利	16.28%

【注】：上述资料来源于各上市公司已公开披露的年报信息和招股说明书等资料

1、销售费用

报告期内，公司销售费用金额分别为13,149.87万元、16,103.37万元、16,495.16

万元及9,216.03万元，占各年营业收入的比重分别为10.19%、11.68%、11.32%及12.00%，公司销售费用明细如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
工资、福利、保险等应付职工薪酬费用	5,508.48	9,861.06	9,815.66	8,330.96
折旧费	1,197.49	2,295.93	1,860.04	1,257.94
水电费	439.47	1,083.06	1,316.97	921.67
租赁费	460.40	880.88	842.23	703.65
运杂费	697.78	769.91	527.06	515.97
业务宣传费	118.94	228.81	203.99	200.13
包装费	118.23	125.56	231.94	68.64
差旅费	82.29	190.61	190.85	161.57
广告费	36.54	69.30	91.33	66.22
修理费	109.08	160.20	189.74	171.73
邮电费	39.73	101.87	96.86	58.92
业务招待费	31.22	63.76	59.45	71.36
售后服务费	36.06	40.49	51.49	86.45
办公费及其他	340.33	623.74	625.76	534.66
合计	9,216.03	16,495.16	16,103.37	13,149.87

公司销售费用主要为工资、社保及折旧等费用，报告期内，公司销售费用金额的上升，与营业收入变动趋势基本一致，销售费用占营业收入的比例呈小幅上升趋势。

销售费用在报告期内的增加主要由工资及社保、固定资产折旧、水电费和租赁费等所引起，具体原因系：（1）公司员工总数由2013年初的不足3,000人增长至近3,100人，主要因为子公司无为安德利购物中心广场商场正式营业招募了大量的销售营业员；（2）子公司无为安德利购物中心广场商场部分投入使用所引起的折旧增加；（3）公司门店的增加引起相应水电、租赁等费用增加。

2016年销售费用中运杂费发生金额较大，主要原因系超市业态商品由巢湖物流中心进行统一配送而增加相应运送费用所致。2015年度销售费用中水电费较2014年度减少233.91万元，下降17.76%，主要原因系公司2015年度实施了节能照明改造项目，将所有灯具全部更新换为节能灯所致。2015年度广告费2014年年度下降主要原因是2014年无为安德利购物广场开业第一个完整会计年度，年广告投入较多所致。

报告期内，发行人与同行业上市公司销售费用率比较如下：

类别	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
合肥百货	-	3.95%	3.65%	3.30%
步步高	-	17.47%	16.33%	14.84%
新华都	-	16.77%	16.79%	16.97%
安德利	12.00%	11.32%	11.68%	10.19%

发行人与同行业上市公司各年度销售费用占营业收入比例具体明细如下：

(1) 2015年度

单位：万元

序号	费用明细	发行人		合肥百货		步步高		新华都	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	薪酬支出	9,861.06	6.77%	26,356.08	2.70%	71,896.13	4.65%	45,094.42	6.43%
2	折旧费	2,295.93	1.58%			54,642.81	3.54%	6,259.40	0.89%
3	水电费	1,083.06	0.74%			25,202.46	1.63%	16,155.14	2.30%
4	租赁费	880.88	0.60%					32,362.09	4.61%
5	运杂费	769.91	0.53%	1,153.33	0.12%			3,284.06	0.47%
6	业务宣传费	228.81	0.16%						
7	包装费	125.56	0.09%					1,150.41	0.16%
8	差旅费	190.61	0.13%	1,227.96	0.13%			-	-
9	广告费	69.30	0.05%						
10	修理费	160.20	0.11%						
11	邮电费	101.87	0.07%						
12	业务招待费	63.76	0.04%						
13	售后服务费	40.49	0.03%						
14	办公费及其他	623.74	0.43%	1,914.40	0.20%	38,413.37	2.49%	4,333.84	0.62%
1	广告宣传费			7,451.89	0.76%			5,100.80	0.73%
2	保险费			308.13	0.03%				
3	仓储费			138.47	0.01%				
4	保洁费							3,992.23	0.57%
5	广告促销费					18,311.44	1.19%		
6	租金及物业管理费					61,494.84	3.98%		
	合计	16,495.16	11.32%	38,550.27	3.95%	269,961.05	17.47%	117,732.39	16.77%

(2) 2014年度：

单位：万元

序号	费用明细	发行人		合肥百货		步步高		新华都	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	薪酬支出	9,815.66	7.12%	24,161.08	2.42%	55,861.76	4.54%	41,913.87	5.97%
2	折旧费	1,860.04	1.35%			40,240.62	3.27%	6,313.89	0.90%
3	水电费	1,316.97	0.96%			18,888.54	1.54%	16,851.63	2.40%
4	租赁费	842.23	0.61%					34,846.59	4.96%
5	运杂费	527.06	0.38%	1,219.37	0.12%			2,972.87	0.42%
6	业务宣传费	203.99	0.15%						
7	包装费	231.94	0.17%					1,549.86	0.22%
8	差旅费	190.85	0.14%	1,010.30	0.10%				
9	广告费	91.33	0.07%						
10	修理费	189.74	0.14%						
11	邮电费	96.86	0.07%						
12	业务招待费	59.45	0.04%						
13	售后服务费	51.49	0.04%						
14	办公费及其他	625.76	0.45%	1,650.04	0.17%			4,579.89	0.65%
1	广告宣传费			5,078.45	0.51%			5,341.81	0.76%
2	促销费			2,531.62	0.25%				
3	保险费			579.91	0.06%				
4	仓储费			136.80	0.01%				
5	保洁费							3,504.24	0.50%
6	广告促销费					11,831.01	0.96%		
7	租金及物业管理费					43,751.10	3.56%		
	合计	16,103.37	11.68%	36,367.57	3.65%	200,793.98	16.33%	117,874.64	16.79%

(3) 2013 年度：

单位：万元

序号	费用明细	发行人		合肥百货		步步高		新华都	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	薪酬支出	8,330.96	6.46%	21,160.50	2.14%	47,985.43	4.21%	43,240.99	5.86%
2	折旧费	1,257.94	0.98%			32,675.23	2.87%	7,444.14	1.01%
3	水电费	921.67	0.71%			16,575.98	1.46%	17,563.88	2.38%
4	租赁费	703.65	0.55%					36,422.94	4.94%

5	运杂费	515.97	0.40%	1,061.35	0.11%			2,786.91	0.38%
6	业务宣传费	200.13	0.16%						
7	包装费	68.64	0.05%					2,892.98	0.39%
8	差旅费	161.57	0.13%	968.17	0.10%				
9	广告费	66.22	0.05%						
10	修理费	171.73	0.13%						
11	邮电费	58.92	0.05%						
12	业务招待费	71.36	0.06%						
13	售后服务费	86.45	0.07%						
14	办公费及其他	534.66	0.41%	2,706.92	0.27%	26,743.99	2.35%	4,632.47	0.63%
1	广告宣传费			4,279.04	0.43%			7,122.26	0.97%
2	促销费			2,182.52	0.22%				
3	保险费			256.22	0.03%				
4	仓储费			83.48	0.01%				
5	保洁费							3,137.94	0.43%
6	广告促销费					11,576.66	1.02%		
7	租金及物业管理费					33,482.03	2.94%		
	合计	13,149.87	10.19%	32,698.21	3.30%	169,039.33	14.84%	125,244.52	16.97%

报告期内，公司销售费用率高于合肥百货，低于步步高和新华都。以 2015 年度为例，发行人销售费用中关键科目与同行业上市公司对比

序号	费用科目	发行人	步步高	新华都	发行人与步步高差异	发行人与新华都差异
		费用占收入比	费用占收入比	费用占收入比		
		A	B	C	D=A-B	E=A-C
1	薪酬支出	6.77%	4.65%	6.43%	2.12%	0.34%
2	折旧、租赁费 2 项合计	2.18%	7.52%	5.50%	-5.34%	-3.32%
3	水电费	0.74%	1.63%	2.30%	-0.89%	-1.56%
	三项合计	9.69%	13.80%	14.23%	-4.11%	-4.54%
4	因经营效率 等引起差异				2.04%	0.92%
	总合计	11.32%	17.47%	16.77%	-6.15%	-5.45%

发行人主要采用“自营+自有物业”经营模式，合肥百货主要采用联营模式，步步高与新华都在超市业态下主要采用自营模式经营，在百货业态下主要采用联营模式经营，发行人与上述同行业可比上市公司经营模式上的差异集中体现在销售

费用中工资薪酬、租金费用以及折旧费用、水电费三个科目。

①工资薪酬：与联营模式下销售人员大部分是供应商的员工不同，在自营模式下，销售人员大部分为发行人自己的员工，发行人销售费用中工资薪酬费用发生额占营业收入比例较高，分别为 6.46%、7.12%和 6.77%，高于同行业可比上市公司，符合发行人自身的经营特点。

②租金费用、折旧费用：

A.发行人所持物业多为自有权属，租赁物业经营面积占总体经营面积比较低，且发行人所处的县乡级市场单位面积租赁价格较低，因此销售费用中租赁费用发生额占营业收入比例较低，分别为 0.55%、0.61%和 0.60%，明显低于同行业可比上市公司；合肥百货销售费用未披露租金费用，步步高与新华都租赁物业经营面积占比相对较多，所以销售费用中租赁费用占营业收入比例也较高，分别达到 2.94%、3.56%、3.98%和 4.94%、4.96%、4.61%。

B.发行人销售费用中折旧费用占营业收入分别为 0.98%、1.35%和 1.58%；合肥百货销售费用未披露折旧费用，步步高与新华都销售费用中折旧费用占营业收入比例分别达到 2.87%、3.27%、3.54%和 1.01%、0.90%、0.89%。发行人折旧费用占营业收入比例与新华都公司接近，低于步步高公司。主要原因如下：发行人自有物业多处于三、四线城市及农村市场区域，合肥百货、步步高、新华都自有物业多处于二、三线城市，相较于同行业可比上市公司，发行人自有物业单位建造成本相对较低。

租赁费和折旧费用两项指标综合来看，实际上系不同地域房地产价格水平以及人口商业等多项指标的综合反映，系对当地整体商业水平繁荣程度地综合反映。以发行人所在区域的巢湖市和庐江县为例，参考巢房网（ch.ahhouse.com）给出的 2016 年 1 月份巢湖市房地产成交价格均价为 5,247 元/平方米；参考庐江房产信息网（www.ljfcxxw.com）给出的庐江罗河镇 2015 年 12 月新楼盘住宅成交价为 2,000 元/平方米。以新华都上市公司所在区域福州市为例，参考福州房产信息网（newhouse.fz.fang.com）给出 2016 年 1 月份福州市房地产成交价格均价为 12,008 元/平方米。

③水电费：发行人建立完善的内部控制程序，对费用支出履行了严格的审批手续与管理措施；发行人报告期内亦通过对商场传统灯具全部进行节能改造更新

换代；发行人部分商场因经营年限较长，电梯中央空调等配备不完善，上述几点使得发行人水电费保持在较低费用率水平，低于同行业可比上市公司。保荐机构对于发行人水电费用发生额进行了详尽地抽凭测试和截止性测试，核查其真实性和完整性，并对当地自来水公司和供电公司相关负责人进行了实地走访和访谈，经过上述核查，未发现异常情况。

④不同百货零售企业经营效率的差异会对销售费用率构成影响

百货零售企业经营效率的高低与一般生产制造企业的体现不同。一般生产制造型企业的经营效率主要体现为存货周转率、应收账款周转率等指标。但百货零售企业除自营模式外，联营模式会形成较大的收入但存货并不属于百货公司，因此，以下将发行人与可比上市公司超市业态的自营业务存货周转率（ $\text{自营营业成本} \div \text{自营存货平均余额}$ ）进行比较（因可比上市公司仅超市有自营业务，存货中也可辨认超市的存货库存，并且百货、家电业态的产品基础价值不同，因此选择同口径比较，同样以2015年度为例）：

自营各类	发行人	合肥百货	步步高	新华都	发行人与步步高差异	发行人与新华都差异
超市	6.49	3.91	4.64	5.25	1.85	1.24

由上表可知，发行人存货的周转速度是超过同期可比上市公司水平的。百货零售企业经营周转的速度越快，说明销售的能力越强。销售的能力越强，越容易让供应商对百货企业形成依赖和提供更多的优惠政策，越容易在广宣、仓储等固定销售费用基础上实现更多的销售收入。最终上述销售能力将转化为采购价格、折扣折让、返利、活动参与程度等多方面的优惠政策支持，从而从根本上提高百货零售企业的毛利率以及降低销售费用率水平。而上述发行人销售周转速度相对较高的原因，主要系发行人拥有规模相对较大、能力相对较强的销售团队，以及长期从事自营业务以来所形成的一整套管理体系、销售办法等。

经核查，保荐机构认为：发行人费用核算符合会计准则，销售费用率与同行业可比上市公司的差异系与公司之间不同经营模式、所在地域商业繁荣发达程度、经营周转效率等均有关系，该差异符合发行人经营的实际情况。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用金额分别为3,037.26万元、3,760.55万元、3,710.32万元及2,062.86万元，占各年营业收入的比重分别为2.35%、2.73%、2.55%及

2.69%，公司管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
工资、福利、保险等应付职工薪酬费用	779.58	1,340.17	1,401.86	1,125.28
税费	367.32	742.17	542.80	361.44
折旧费	172.84	327.45	364.63	149.93
无形资产摊销	157.71	306.17	308.44	221.76
水电费	92.61	182.09	182.06	162.20
业务宣传费	21.45	81.10	119.99	87.73
修理费	49.13	105.95	84.48	101.35
业务招待费	53.90	51.50	75.22	166.10
差旅费	28.12	46.44	60.55	73.83
邮电费	24.07	55.30	39.75	54.18
财产保险费	29.31	52.48	33.08	43.27
运杂费	5.49	48.87	29.31	66.15
办公费及其他	281.32	370.62	518.39	424.05
合计	2,062.86	3,710.32	3,760.55	3,037.26

公司管理费用主要为工资、社保、税费和水电费等费用，报告期内，公司管理费用金额呈上升趋势，管理费用占营业收入的比例基本保持稳定趋势。

2014年度，公司管理费用较上一年度增长较大，主要由工资及社保、税费、折旧和摊销费用等所引起：（1）公司管理人员薪酬水平普遍提升；（2）子公司无为安德利购物中心广场商场部分于2013年底试营业，于2014年5月正式营业，相应的管理人员人数增加较多；（3）子公司无为安德利购物中心广场（除商场部分外）全部建成并投入使用所引起的折旧和摊销增加以及相应房产税费的增加。

2015年度，公司管理费用较上一年度小幅下降，主要由工资及社保和折旧费用等所引起：（1）公司加强内部管理，进一步调动员工积极性，将一部分原来不参与销售的管理人员转变成为市场一线销售人员；（2）公司将一部分管理用场地转变成为市场经营场所引起折旧费用的减少。

3、财务费用

报告期内，公司财务费用金额分别为2,815.31万元、3,342.77万元、3,519.95万元及1,520.29万元，占各年营业收入的比重分别为2.18%、2.43%、2.42%及1.98%。

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
利息支出	1,345.79	3,050.86	2,683.20	2,365.58
减：利息收入	42.68	139.56	141.41	104.00
利息净额	1,303.11	2,911.30	2,541.79	2,261.58
银行手续费	217.18	608.65	800.98	553.74
合计	1,520.29	3,519.95	3,342.77	2,815.31

公司财务费用主要为利息支出，报告期内，公司财务费用金额呈上升趋势，财务费用占营业收入的比例保持基本稳定趋势。

2014年和2015年度公司财务费用较上一年度增长527.45万元和177.18万元，主要系利息支出增长所致；随着公司经营规模不断扩大，公司银行借款本金增加。

（四）公司报告期内其他影响利润项目分析

结合公司实际情况，除上述所分析因素外，影响公司利润的其他主要项目包括如下（根据利润表顺序列示）：

1、资产减值损失

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
坏账损失	150.12	150.43	118.38	71.21
合计	150.12	150.43	118.38	71.21

报告期内公司资产减值损失金额分别为71.21万元、118.38万元、150.43万元和150.12万元，主要系计提应收款项坏账准备以及应收款项余额减少导致坏账准备转回所致。

2、投资收益

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
可供出售金融资产等取得的投资收益	100.00	120.00	150.60	145.00
处置可供出售金融	-	-	-	-

资产取得的投资收益				
合计	100.00	120.00	150.60	145.00

2013 年度，公司投资收益共计 145 万元，系收到国元小贷的现金股利分红。
2014 年度，公司投资收益共计 150.60 万元，系收到国元小贷的现金股利分红。
2015 年度，公司投资收益共计 120.00 万元，系收到国元小贷的现金股利分红。
2016 年 1-6 月，公司投资收益共计 100.00 万元，系收到国元小贷的现金股利分红。

3、营业外收入

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置利得合计	-	-	218.96	1,410.85
其中：固定资产处置利得	-	-	218.96	1,410.85
无形资产处置利得	-	-	-	-
政府补助	187.64	614.55	1,733.25	1,432.29
递延收益转入	4.77	43.91	47.04	12.66
其他	-	0.47	1.55	0.22
合计	192.41	658.93	2,000.79	2,856.02

2013 年度，公司固定资产处置利得主要为出售巢湖市东山头仓库收到的利得。2013 年 1 月 6 日，巢湖安德利与巢湖市亚父街道安城路房屋征收办公室就征收巢湖安德利位于巢湖市东山头的仓库之土地使用权及其上房屋征收补偿事宜签订《巢湖市国有土地上房屋征收补偿协议书》，补偿金额合计为 17,469,617 元。

(1) 报告期内，公司营业外收入主要为收到的政府补助，其具体明细如下：

期间	依据文件	金额（万元）
2016 年 1-6 月	《关于支付电子商务进农村工作补助资金的公示》	37.64
	马鞍山市商务局《关于拨付农村商品流通服务体系建设项目专项资金的通知》	150.00
2015 年度	庐江县人民政府庐政办[2014]152 号《关于印发庐江县推进企业安全生产标准化奖励办法的通知》	4.2
	合肥市经济和信息化委员会合经信节能函[2014]39 号《关于 2014 年省节能与生态建设专项资金分配意见的函》	3

	中共巢湖市委文件巢发[2015]5号《中共巢湖市委巢湖市人民政府关于2014年度全市岗制目标考评结果的通报》	8
	和县人民政府和政秘[2014]65号《关于给予和县安德利购物中心有限公司市场建设基金奖励的决定》	50
	合肥市财政局合财企[2015]939号《关于兑现2014年度中国驰名商标和安徽省著名商标奖励资金的请示》	10
	合肥市人力资源和社会保障局、合肥市财政局合人社秘[2015]73号《关于进一步加强企业职工岗位技能提升培训管理有关工作的通知》	11.9
	安徽省商务厅、财政厅皖商建[2015]32号《关于加强电子商务进农村综合示范中央财政补助资金管理的通知》	8.76
	安徽省商务厅、安徽省财政厅皖商流通[2015]58号《关于2015年省级流通业发展专项资金使用与管理的通知》	20
	合肥市发展和改革委员会发改贸服[2015]63号《关于下达2014年安徽省服务业发展引导资金(合肥市切块部分)的通知》	100
	巢湖市人民政府办公室巢政[2014]74号《关于印发巢湖市促进商贸服务业发展若干政策(试行)的通知》	31
	无为县人民政府《关于对无为安德利购物中心有限公司进行奖励的通知》	86.96
	和县人民政府和政秘[2015]45号《关于给予和县安德利购物中心有限公司商业企业发展基金奖励的决定》	129
	和县人民政府和政秘[2015]65号《关于给予和县安德利购物中心有限公司市场建设基金奖励的决定》	30
	和县人民政府和政秘[2015]68号《关于授予和县安德利购物中心有限公司税收突出贡献奖的决定》	121.73
2014年度	和县人民政府和政秘[2014]63号《关于给予和县安德利购物中心有限公司商业企业发展基金奖励的决定》	95
	和县人民政府和政秘[2014]64号《关于授予和县安德利购物中心有限公司税收突出贡献奖的决定》	17.40
	和县人民政府和政秘[2014]65号《关于给予和县安德利购物中心有限公司市场建设基金奖励的决定》	30
	巢湖市人民政府巢政[2014]107号《关于对巢湖安德利购物中心有限公司进行表彰奖励的决定》	970
	安徽省商务厅《关于清算2013年市场体系建设、万村千乡市场工程建设以及农产品现代流通综合试点整改项目补助资金的通知》	102
	庐江县安全生产监督管理局庐安监管函[2014]15号《关于申请拨付第四批工贸企业安全生产标准化奖励资金的函》	1
	安徽省商务厅安徽省财政厅皖商建[2014]171号《关于2014年市场体系建设专项资金使用与管理的通知》	180
	安徽省财政厅财企[2013]1776号《关于预拨2013年农村商品流通服务体系建设项目补助资金的通知》	290

	合肥市人力资源和社会保障局、合肥市财政局、合肥市地方税务局、合肥市经济和信息化委员会合人社秘[2014]169号《关于继续做好我市促进经济持续健康较快发展工作有关问题的通知》	22.75
	庐江县人力资源和社会保障局庐人社秘[2013]104号《关于进一步加强庐江县企业职工岗位技能提升培训管理有关工作的通知》	11.5
	巢湖市商务局《关于兑现商贸服务业奖励资金的公示》	3
	庐江县财政局、庐江县商务局庐商[2011]122号《关于印发庐江县促进商贸服务业发展专项资金管理暂行办法的通知》	0.6
	合肥市人民政府合政[2013]66号《关于印发合肥市促进服务业发展若干政策（试行）的通知》	10
2013年度	安徽省财政厅财企[2013]2269号《关于拨付2013年促进商贸服务业发展专项资金的通知》	10
	财政部、商务部财办建[2011]33号《关于2011年开展农产品现代流通综合试点有关问题的通知》及安徽省财政厅、安徽省商务厅皖商建函[2013]27号《关于2011年农产品现代流通综合试点项目验收及清算情况的通知》	30
	庐江县人力资源和社会保障局庐人社秘[2013]104号《关于进一步加强庐江县企业职工岗位技能提升培训管理有关工作的通知》	8.7
	安徽省财政厅财企[2013]1781号《安徽省财政厅关于清算2012年万村千乡市场工程项目资金的通知》	0.6
	合肥市人民政府合政[2012]51号《合肥市承接产业转移促进服务业发展若干政策（试行）》	100
	合肥市人民政府办公厅合政办秘[2013]2号《合肥市促进工业和商业企业增产增销奖励办法》	87.5
	巢湖市人民政府巢政[2013]104号《关于授予巢湖安德利购物中心有限公司优秀商贸流通企业奖的决定》	200
	巢湖市人民政府巢政[2013]105号《关于授予巢湖安德利购物中心有限公司纳税大户奖的决定》	4
	巢湖市人民政府巢政[2013]106号《关于授予巢湖安德利购物中心有限公司和谐企业建设奖的决定》	25
	巢湖市人民政府巢政[2013]107号《关于给予巢湖安德利购物中心有限公司专项基金奖励的决定》	180
	巢湖市人民政府巢政[2013]108号《关于给予巢湖安德利购物中心有限公司市场建设基金奖励的决定》	150
	巢湖市人民政府巢政[2013]109号《关于给予巢湖安德利购物中心有限公司商业发展引导基金奖励的决定》	140
	巢湖市人民政府巢政[2013]110号《关于给予巢湖安德利购物中心有限公司产业引导基金奖励的决定》	160
和县人民政府和政秘[2013]56号《关于给予和县安德利购物中心有限公司商业企业发展基金奖励的决定》	70	

和县人民政府和政秘[2013]57号《关于授予和县安德利购物中心有限公司税收突出贡献奖的决定》	5.75
和县人民政府和政秘[2013]58号《关于给予和县安德利购物中心有限公司市场建设基金奖励的决定》	85
中共巢湖市委、巢湖市人民政府巢发[2013]2号《关于表彰奖励2012年度全市目标考评先进集体和先进个人的决定》	8
安徽省财政厅财金[2013]485号《安徽省财政厅关于下达2012年度中小企业和服务业企业上市及债务融资省级奖励资金的通知》	100
安徽省商务厅皖商建函[2013]6号《安徽省商务厅关于万村千乡市场工程配送车安排及领取有关事项的通知》	27.64
庐江县财政局、庐江县商务局庐商[2011]122号《关于印发庐江县促进商贸服务业发展专项资金管理暂行办法的通知》	20.1
财政部、商务部财办建[2011]33号《财政部、商务部关于2011年开展农产品现代流通综合试点有关问题的通知》及安徽省财政厅、安徽省商务厅皖商建函[2013]27号《安徽省商务厅、安徽省财政厅关于2011年农产品现代流通综合试点项目验收及清算情况的通知》	20

(2) 报告期前三年，公司营业外收入主要为收到的政府补助，收到的政府补助具体内容如下：

单位：万元

类别	明细	2013 年文件	2014 年文件	2015 年文件	金额		
					2013 年度	2014 年度	2015 年度
持续性的政府补助	促进商贸服务业发展	安徽省财政厅财企[2013]2269 号《关于拨付 2013 年促进商贸服务业发展专项资金的通知》、庐江县财政局、庐江县商务局庐商[2011]122 号《关于印发庐江县促进商贸服务业发展专项资金管理暂行办法的通知》	巢湖市商务局《关于兑现商贸服务业奖励资金的公示》、庐江县财政局、庐江县商务局庐商[2011]122 号《关于印发庐江县促进商贸服务业发展专项资金管理暂行办法的通知》、合肥市人民政府合政[2013]66 号《关于印发合肥市促进服务业发展若干政策（试行）的通知》	巢湖市人民政府办公室巢政[2014]74 号《关于印发巢湖市促进商贸服务业发展若干政策（试行）的通知》、合肥市发展和改革委员会发改贸服[2015]63 号《关于下达 2014 年安徽省服务业发展引导资金（合肥市切块部分）的通知》	30.10	13.60	131.00
	促进农产品市场流通体系建设	财政部、商务部财办建[2011]33 号《关于 2011 年开展农产品现代流通综合试点有关问题的通知》及安徽省财政厅、安徽省商务厅皖商建函[2013]27 号《关于 2011 年农产品现代流通综合试点项目验收及清算情况的通知》	安徽省商务厅安徽省财政厅皖商建[2014]171 号《关于 2014 年市场体系建设专项资金使用与管理的通知》、安徽省财政厅财企[2013]1776 号《关于预拨 2013 年农村商品流通服务体系建设试点项目补助资金的通知》	安徽省商务厅、安徽省财政厅皖商流通[2015]58 号《关于 2015 年省级流通业发展专项资金使用与管理的通知》	50.00	470.00	20.00
	加快企	庐江县人力资源和社会保障局	庐江县人力资源和社会保障局	合肥市人力资源和社会保障局、合肥	8.70	11.50	11.90

业技能 人才队 伍建设	障局庐人社秘[2013]104号 《关于进一步加强庐江县 企业职工岗位技能提升培 训管理有关工作的通知》	保障局庐人社秘 [2013]104号《关于进一 步加强庐江县企业职工 岗位技能提升培训管理 有关工作的通知》	市财政局合人社秘[2015]73号《关于 进一步加强企业职工岗位技能提升 培训管理有关工作的通知》			
万村千 乡工程	安徽省财政厅财企 [2013]1781号《安徽省财政 厅关于清算2012年万村千 乡市场工程项目资金的通知》、安徽省商务厅皖商建 函[2013]6号《安徽省商务 厅关于万村千乡市场工程 配送车安排及领取有关事 项的通知》	安徽省商务厅《关于清算 2013年市场体系建设、万 村千乡市场工程建设以 及农产品现代流通综合 试点整改项目补助资金 的通知》		28.24	102.00	-
电子商 务进农 村综合 示范奖 励			安徽省商务厅、财政厅皖商建 [2015]32号《关于加强电子商务进农 村综合示范中央财政补助资金管理的 通知》	-	-	8.76
纳税大 户奖(税 收突出 贡献奖)	巢湖市人民政府巢政 [2013]105号《关于授予巢 湖安德利购物中心有限公 司纳税大户奖的决定》、和 县人民政府和政秘 [2013]57号《关于授予和县 安德利购物中心有限公司	和县人民政府和政秘 [2014]64号《关于授予和 县安德利购物中心有限 公司税收突出贡献奖的 决定》、巢湖市人民政府 巢政[2014]107号《关于 对巢湖安德利购物中心	和县人民政府和政秘[2015]68号《关于 授予和县安德利购物中心有限公 司税收突出贡献奖的决定》	9.75	197.40	121.73

		税收突出贡献奖的决定》	有限公司进行表彰奖励的决定》				
	市场建设基金奖(推动城乡流通体系建设)	巢湖市人民政府巢政[2013]108号《关于给予巢湖安德利购物中心有限公司市场建设基金奖励的决定》、和县人民政府和政秘[2013]58号《关于给予和县安德利购物中心有限公司市场建设基金奖励的决定》	和县人民政府和政秘[2014]65号《关于给予和县安德利购物中心有限公司市场建设基金奖励的决定》	和县人民政府和政秘[2014]65号《关于给予和县安德利购物中心有限公司市场建设基金奖励的决定》、和县人民政府和政秘[2015]65号《关于给予和县安德利购物中心有限公司市场建设基金奖励的决定》	235.00	30.00	80.00
	小计				361.79	824.5	373.39
非持续性的政府补助	上市辅导奖励	合肥市人民政府合政[2012]51号《合肥市承接产业转移促进服务业发展若干政策(试行)》、安徽省财政厅财金[2013]485号《安徽省财政厅关于下达2012年度中小企业和服务业企业上市及债务融资省级奖补资金的通知》			200.00	-	-
	推动区域经济发展补贴	合肥市人民政府办公厅合政办秘[2013]2号《合肥市促进工业和商业企业增产增销奖励办法》	合肥市人力资源和社会保障局、合肥市财政局、合肥市地方税务局、合肥市经济和信息化委员会合人社秘[2014]169号	合肥市财政局合财企[2015]939号《关于兑现2014年度中国驰名商标和安徽省著名商标奖励资金的请示》	87.50	22.75	10.00

			《关于继续做好我市促进经济持续健康较快发展有关问题的通知》				
巢湖市目标考核奖励	中共巢湖市委、巢湖市人民政府巢发[2013]2号《关于表彰奖励2012年度全市目标考评先进集体和先进个人的决定》			中共巢湖市委文件巢发[2015]5号《中共巢湖市委巢湖市人民政府关于2014年度全市岗制目标考评结果的通报》	8.00	-	8.00
安全标准化奖励		庐江县安全生产监督管理局庐安监管函[2014]15号《关于申请拨付第四批工贸企业安全生产标准化奖励资金的函》		庐江县人民政府庐政办[2014]152号《关于印发庐江县推进企业安全生产标准化奖励办法的通知》	-	1.00	4.20
节能生态建设奖励				合肥市经济和信息化委员会合经信节能函[2014]39号《关于2014年省节能与生态建设专项资金分配意见的函》	-	-	3.00
优秀商贸流通企业奖	巢湖市人民政府巢政[2013]104号《关于授予巢湖安德利购物中心有限公司优秀商贸流通企业奖的决定》	巢湖市人民政府巢政[2014]107号《关于对巢湖安德利购物中心有限公司进行表彰奖励的决定》		无为县人民政府《关于对无为安德利购物中心有限公司进行奖励的通知》	200.00	300.00	86.96
和谐企业建设奖	巢湖市人民政府巢政[2013]106号《关于授予巢湖安德利购物中心有限公司和谐企业建设奖的决定》	民政府巢政[2014]107号《关于对巢湖安德利购物中心有限公司进行表彰奖励的决定》			25.00	30.00	-

	定》					
专项基金奖	巢湖市人民政府巢政[2013]107号《关于给予巢湖安德利购物中心有限公司专项基金奖励的决定》	巢湖市人民政府巢政[2014]107号《关于对巢湖安德利购物中心有限公司进行表彰奖励的决定》		180.00	280.00	-
商业发展引导基金奖	巢湖市人民政府巢政[2013]109号《关于给予巢湖安德利购物中心有限公司商业发展引导基金奖励的决定》			140.00	-	-
产业引导基金奖励	巢湖市人民政府巢政[2013]110号《关于给予巢湖安德利购物中心有限公司产业引导基金奖励的决定》	巢湖市人民政府巢政[2014]107号《关于对巢湖安德利购物中心有限公司进行表彰奖励的决定》		160.00	180.00	-
商业企业发展基金奖	和县人民政府和政秘[2013]56号《关于给予和县安德利购物中心有限公司商业企业发展基金奖励的决定》	和县人民政府和政秘[2014]63号《关于给予和县安德利购物中心有限公司商业企业发展基金奖励的决定》	和县人民政府和政秘[2015]45号《关于给予和县安德利购物中心有限公司商业企业发展基金奖励的决定》	70.00	95.00	129.00
小计				1070.50	908.75	241.16
合计				1,432.29	1,733.25	614.55

历年来，国家高度重视以百货零售业为代表的商品流通领域，以激发市场活力，促进居民消费为目的出台了大量的扶持政策，特别是以安德利为代表的专注三四线城市及农村市场商品流通企业，更是国家大力鼓励发展的对象。

鉴于目前三四线城市及农村居民需求日益增长，市场潜力巨大，但受制于三四线城市及农村市场基础设施落后、市场机制不健全、消费者需求偏好差异、物流体系落后等诸多因素，众多大型商贸企业不敢贸然对三四线城市及农村市场进行投资。

在上述市场背景下，国家出台多项政策对三四线城市及农村市场流通体系建设予以鼓励。2015年10月，党中央十八届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》明确“加强农产品流通设施和市场建设”；2015年11月，国务院出台《国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》指出，优化城市流通网络，畅通农村商贸渠道，加强现代批发零售服务体系建设；2016年1月，中共中央及国务院出台的中央1号文件也明确要加强农村市场流通体系建设，促进农村电子商务发展。

安德利积极响应政府号召，自公司成立伊始，专注商贸流通领域，深耕三四线城市及农村市场，稳健经营，在三四线城市及农村市场开拓出属于自己的市场天地。报告期内，2013年公司新增门店5家；2014年无新增门店；2015年新增门店7家；2016年1-6月新增门店1家。根据公司2012年拟定的本次首次公开发行并上市的募投项目，公司计划未来新建城乡零售分店50家，其中超市49家，家电专业店1家，公司未来城乡流通网点大幅增加，促进该地区城乡流通体系建设，满足该地区城乡居民消费需求。

报告期内，公司收到的持续性政府补助主要包括“促进商贸服务业发展”、“促进农产品市场流通体系建设”、“加快企业技能人才培养”、“万村千乡工程”、“电子商务进农村综合示范奖励”、“纳税大户奖（税收突出贡献奖）”以及“市场建设基金奖（推动城乡流通体系建设）”等类别。在党中央、国务院决策部署下，地方政府未来将陆续出台具体扶持政策对推动商贸服务业发展及城乡流通体系建设的企业进行补助。比如2016年1月，安徽省委常委会议通过了《关于推进商贸流通创新发展转型升级的实施意见》，指出要统筹城乡流通网络布局，合理布局流通节点城市，培育多元化农村电子商务市场主体；又如巢湖市刚出台

的《巢湖市“十三五”商贸服务业发展规划》，明确“十三五”期间要推进落实惠民利民服务网络、新型农村服务网络、电商综合服务网络、现代物流服务网络和特色商业街区网络工程建设，推动商贸服务业做大做强，保持持续健康较快发展。

在上述国家政策持续性引导下，公司积极响应政府号召，充分利用国家补助资金，经营规模将进一步扩大，大力促进该地区城乡流通体系建设，在可预期范围内，公司获得的城乡流通体系建设、商贸服务业发展及税收奖励政府补助具有稳定性，公司将能持续性的获得相应的政府补助。

报告期内，公司收到的持续性政府补助金额分别为361.79万元、824.50万元、373.39万元和187.64万元。其中，2014年度持续性政府补助为824.50万元，较2015年度相比金额较大，主要原因系“农村商品流通服务体系建设”补助主要针对公司新开网点进行补贴，且当年新开网点的补助，一般在次年予以兑现。由于2013年新开门店5家，特别是2013年11月无为安德利购物中心试营业，导致2014年度收到470万元新开网点补贴，且2014年没有新开网点，致使2015年度收到的“农村商品流通服务体系建设”补助金额较小，从而导致2014年度政府补助金额较大，致使报告期内持续性政府补助金额波动较大。

此外，需要说明的是和县县政府补贴的事项实际为县政府招商引资、促进辖区规模以上商贸流通企业建设而给予的补贴政策，具体内容为：和县安德利购物中心项目系和县人民政府确定的城市建设重点工程，项目建成后，发行人在经营期间享受各项税收“五免三减半”政策，上述税收优惠政策享受期间为2011-2018年。

报告期内，公司收到的非持续性政府补助金额分别为1,070.5万元、908.75万元、241.16万元和0万元，其主要为公司收到的上市奖励、巢湖市目标考核奖励以及节能生态建设奖励等与公司自身相关，与行业关系不大的偶尔发生的政府补助，且该等非持续政府补助金额呈下降趋势。

(3) 报告期前三年，发行人盈利能力及政府补助情况如下：

单位：万元

项目	2013 年度	2014 年度	2015 年度
营业毛利	24,617.06	27,345.31	30,410.95

营业利润	4,236.27	2,804.11	5,395.63
利润总额	7,086.80	4,781.40	6,052.06
净利润	5,328.34	3,609.19	4,569.07
营业利润占净利润比例	79.50%	77.69%	118.09%
扣除非经常性损益后的归属于 母公司所有者的净利润	3,188.20	2,115.33	4,075.25
政府补助合计	1,432.29	1,733.25	614.55
持续性的政府补助	361.79	824.5	373.39
持续性政府补助（扣税后）占净 利润比例	5.09%	17.13%	6.13%
非持续性的政府补助	1,070.50	908.75	241.16
非持续性政府补助（扣税后）占 净利润比例	15.07%	18.88%	3.96%

报告期内，受制于市场行情变化等因素影响，公司经营业绩出现较大波动，但净利润驱动因素主要来自于公司营业利润，公司净利润的提高主要依靠公司内生效益的发挥，获得政府补助不会对公司盈利能力构成重大影响。

发行人报告期内收到政府补助分为持续性政府补助和非持续性政府补助，持续性政府补助（扣税后）占净利润的比例分别为5.09%、17.13%、6.13%和6.46%，该类补助受国家宏观政策鼓励，在预期范围内具有稳定性，其占净利润的比例也较小。非持续性政府补助大部分为收到政府或相关部门的奖励，在未来不具有可持续性，其在报告期内也呈下降趋势，其所占净利润的比例在报告期内呈下降态势。而且公司收到的政府补助主要是计入当期损益的补助款，政府补助的获得与否不会影响公司正常的生产经营，不会构成公司重大经营决策的依据，发行人不会对政府补助存在重大依赖。

（4）除本节前述相关政府补助外，发行人报告期内享受税收减免政策为：根据财政部、国家税务总局下发的财税[2011]137号《关于免征蔬菜流通环节增值税有关问题的通知》，自2012年1月1日起免征蔬菜流通环节增值税；根据财政部、国家税务总局下发的财税[2012]75号《关于免征部分鲜活肉蛋产品流通环节增值税政策的通知》，自2012年10月1日起免征部分鲜活肉蛋产品流通环节增值税。

2014年11月27日，国务院出台国发〔2014〕62号《国务院关于清理规范税收等优惠政策的通知》，要求全面清理已有的各类税收等优惠政策。2015年5月10

日，国务院出台国发〔2015〕25号《国务院关于税收等优惠政策相关事项的通知》，通知内容如下：

“一、国家统一制定的税收等优惠政策，要逐项落实到位。

二、各地区、各部门已经出台的优惠政策，有规定期限的，按规定期限执行；没有规定期限又确需调整的，由地方政府和相关部门按照把握节奏、确保稳妥的原则设立过渡期，在过渡期内继续执行。

三、各地与企业已签订合同中的优惠政策，继续有效；对已兑现的部分，不溯及既往。

四、各地区、各部门今后制定出台新的优惠政策，除法律、行政法规已有规定事项外，涉及税收或中央批准设立的非税收入的，应报国务院批准后执行；其他由地方政府和相关部门批准后执行，其中安排支出一般不得与企业缴纳的税收或非税收入挂钩。

五、《国务院关于清理规范税收等优惠政策的通知》（国发〔2014〕62号）规定的专项清理工作，待今后另行部署后再进行。”

通过对发行人获得的政府补助及税收减免相关文件进行逐一核查并根据本节前述补贴具体内容，保荐机构及发行人律师认为发行人获得税收减免和政府补助均符合国务院出台的国发〔2015〕25号《国务院关于税收等优惠政策相关事项的通知》相关规定，不存在违反国务院相关规定与要求的情形。

根据《证监会公告〔2008〕43号—公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号》（简称“解释性公告第1号”）规定，非经常性损益是指公司发生的与生产经营无直接关系，以及虽与生产经营相关，但由于其性质、金额或发生频率，影响了真实、公允地评价公司当期经营成果和获利能力的各项收入、支出。公司获得的政府补助主要来自于政府部门对商贸流通企业以及企业发展对地方做出贡献的一种补贴或奖励，其中，除了2013年度获得的200万元上市辅导奖励与公司生产经营无直接关系之外，其他项目均与公司生产经营相关，但根据相关政府文件政策，其不能按照一定标准定额或者定量持续享受，根据解释性公告第1号规定列入了非经常性损益。

保荐机构、律师及会计师经过核查认为，报告期发行人获得的大额政府补助具有合法依据，在预期范围内具有可持续性；发行人获得政府补助不会对公司的

盈利能力造成重大影响，发行人对政府补助不存在重大依赖；发行人享受的税收减免和政府补助符合国务院的相关规定和要求，不存在被追缴清偿的风险；相关政府补助鉴于其性质、金额与发生的频率应当计入非经常性损益。

2014年9月20日，巢湖市人民政府出具巢政[2014]107号《关于对巢湖安德利购物中心有限公司进行表彰奖励的决定》，决定授予巢湖安德利巢湖市商业发展引导基金奖，奖金175万元；巢湖市产业引导基金奖，奖金180万元；巢湖市优质商贸流通企业奖，奖金300万元；巢湖市平抑物价专项基金奖，奖金280万元；巢湖市和谐企业建设奖，奖金30万元；巢湖市纳税大户奖，奖金5万元。

根据2003年8月26日巢湖市居巢区人民政府办公室出具的第18期《关于庐江安德利贸易中心来我区投资有关事宜协调会议纪要》，明确“我区将给予其一定的税费优惠政策。”；“在国税方面，将增值税地方留成部分的50%奖励给企业，企业所得税全额奖励。”；“在地税方面，每年征缴额5万元以上的部分由区政府奖励给企业。上述税费优惠政策的优惠期限为五年”。

根据2007年11月23日巢湖市居巢区人民政府办公室出具的第22期《关于扩建后巢湖安德利购物中心税费优惠问题专题会议纪要》，明确“国税方面，将增值税地方留成部分50%奖励给企业，企业所得税全额奖励。地税方面，比照招商引资政策，实行年度包干的办法，每年30万元，超收部分全额奖励”；“以上税费优惠政策自上一轮优惠政策到期日执行，优惠期限为五年”。

根据上述2003年及2007年两份会议纪要精神，巢湖安德利于2014年获得巢湖市政府税费优惠与奖励970万元，故该奖励与人员安置无关，为巢湖市政府对巢湖安德利招商引资的税收优惠政策。

保荐机构、律师及会计师经过核查认为，2014年，根据巢湖市人民政府巢政[2014]107号《关于对巢湖安德利购物中心有限公司进行表彰奖励的决定》，发行人获得补助970万元，该奖励系巢湖市人民政府对巢湖安德利招商引资的税收优惠政策，与人员安置无关。

4、营业外支出

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
非流动资产处置利得合计	-	0.50	-	1.33

其中：固定资产处置利得	-	0.50	-	1.33
捐赠支出	-	2.00	23.50	4.17
合计	-	2.50	23.50	5.50

5、会计利润、所得税费用与净利润关系表

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
利润总额	2,897.25	6,052.06	4,781.40	7,086.80
所得税费用	719.54	1,482.99	1,172.21	1,758.45
其中：当期所得税	730.64	1,434.52	1,316.79	1,707.46
递延所得税	-11.11	48.47	-144.58	50.99
净利润	2,177.71	4,569.07	3,609.19	5,328.34

报告期内公司利润总额、所得税费用及净利润保持了相应的匹配关系。

(五) 公司报告期内主要利润指标分析

报告期内，公司主要利润数据及占相应年度营业收入比例如下：

类别	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	占营业收入比 (%)	金额 (万元)	占营业收入比 (%)	金额 (万元)	占营业收入比 (%)	金额 (万元)	占营业收入比 (%)
营业毛利	16,168.09	21.05	30,410.95	20.87	27,345.31	19.84	24,617.06	19.08
营业利润	2,704.84	3.52	5,395.63	3.70	2,804.11	2.03	4,236.27	3.28
利润总额	2,897.25	3.77	6,052.06	4.15	4,781.40	3.47	7,086.80	5.49
净利润	2,177.71	2.84	4,569.07	3.14	3,609.19	2.62	5,328.34	4.13

报告期内，公司营业收入绝大部分来自主营业务，公司营业利润率分别为3.28%、2.03%、3.70%及3.52%，公司净利润率分别为4.13%、2.62%、3.14%及2.84%。总体看来，公司具有较强的盈利能力。

公司营业利润率与同行业可比上市公司比较情况如下：

公司代码	公司名称	营业利润率（2015年）
000417.SZ	合肥百货	4.60%
002251.SZ	步步高	1.31%
002264.SH	新华都	-3.88%

	安德利	3.70%
--	-----	-------

【注】：上述资料来源于各上市公司已公开披露的年报信息和招股说明书等资料

（六）公司报告期内非经常性损益和不能合并报表的投资收益分析

报告期内，公司非经常性损益和不能合并报表的投资收益金额如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
非经常性损益净额	144.31	493.83	1,493.85	2,140.14
不能合并报表的投资收益	-	-	-	-
非经常性损益净额/净利润	6.63%	10.81%	41.39%	40.17%

【注】：报告期内公司非经常性损益具体内容详见本招股书第十节之“七、非经常性损益”。

从上表可以看出，报告期内归属于母公司所有者非经常性损益净额占相应期间净利润的比例分别为40.17%、41.39%、10.81%及6.63%。2013年度，公司非经常性损益净额占净利润的比重较高，主要原因系出售巢湖市东山头仓库收到的利得较大所致。2014年度，公司非经常性损益净额占净利润的比重较高，主要原因系收到相关政府补助金额较大所致。

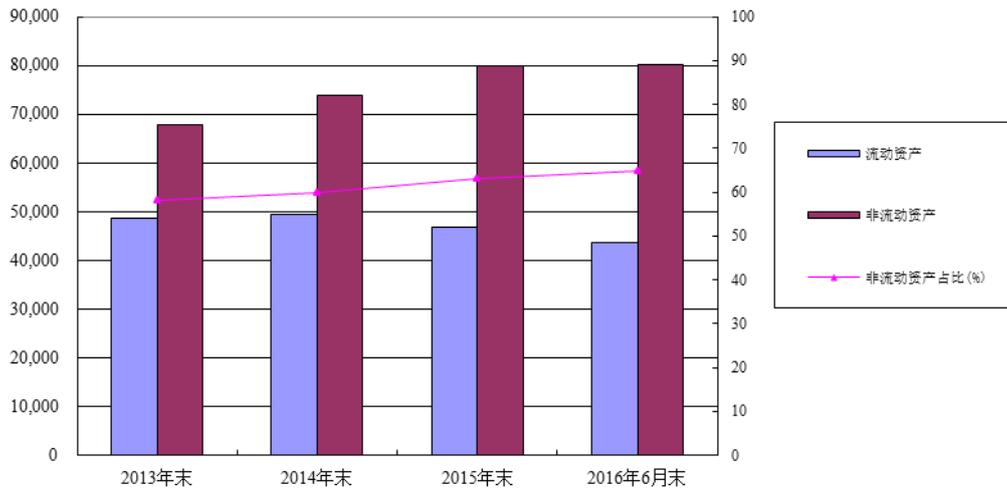
（七）结论

综上，公司管理层认为：公司主营业务突出，业务发展前景广阔；主营业务保持快速成长，毛利率水平较高，同时费用控制有效，公司具有较强的获取经常性收益的能力和比较突出的综合盈利能力，净资产收益率和每股收益均处于较高水平。

二、发行人财务状况分析

（一）资产结构和质量分析

公司报告期资产构成及变动情况（单位：万元）



类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
流动资产:	43,645.88	35.26	46,896.72	36.94	49,443.63	40.11	48,631.54	41.73
非流动资产:	80,139.77	64.74	80,059.11	63.06	73,840.50	59.89	67,911.82	58.27
资产总计	123,785.65	100.00	126,955.83	100.00	123,284.13	100.00	116,543.36	100.00

报告期内，公司资产规模逐年增长，主要系公司子公司无为安德利购物中心广场投入营业，以及公司各分店数量和规模的扩大，公司以固定资产、无形资产为代表的非流动资产保持稳步增长。从资产结构来看，公司非流动资产占比呈小幅上升趋势。

公司资产总额的增长主要源自于历年留存收益的循环投入及新股东投入的资金。报告期内，公司累计实现净利润 15,684.31 万元，由于公司各购物中心店及分店数量和规模的扩大需要大量资金支持，所以公司主要选择运用留存收益资金继续扩大经营规模；同时，为优化公司股权结构、进一步提升公司治理水平以及为公司快速发展筹措资金，公司于 2011 年 8 月引进创投公司银瑞投资，获得货币资金 5,000 万元。

1、流动资产构成及其变化分析

类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
流动资产:	43,645.88	35.26	46,896.72	36.94	49,443.63	40.11	48,631.54	41.73
非流动资产:	80,139.77	64.74	80,059.11	63.06	73,840.50	59.89	67,911.82	58.27
资产总计	123,785.65	100.00	126,955.83	100.00	123,284.13	100.00	116,543.36	100.00

货币资金	7,542.47	17.28	6,711.54	14.31	9,053.49	18.31	8,000.36	16.45
应收账款	450.97	1.03	348.49	0.74	570.97	1.15	494.16	1.02
预付款项	8,237.26	18.87	7,928.98	16.91	6,749.41	13.65	6,526.19	13.42
其他应收款	1,195.51	2.74	1,131.00	2.41	1,353.36	2.74	1,581.45	3.25
存货	26,219.67	60.07	30,776.71	65.63	31,716.40	64.15	32,029.39	65.86
流动资产合计	43,645.88	100.00	46,896.72	100.00	49,443.63	100.00	48,631.54	100.00

公司流动资产主要包括货币资金、预付款项、其他应收款及存货等，报告期内上述四项占公司相应期间流动资产的比重分别为 98.98%、98.85%、99.26% 及 98.97%，对公司流动资产的规模及变动趋势具有重要影响。

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 8,000.36 万元、9,053.49 万元、6,711.54 万元、7,542.47 万元，占流动资产的比重分别为 16.45%、18.31%、14.31% 及 17.28%。

报告期各期末，公司货币资金余额变动不大，且占流动资产比重不高，主要原因是：①公司的业务模式多采用自营模式，对货币资金需求量较高；②公司正处于快速发展阶段，公司将账面流动的货币资金均投入到快速发展的业务需求中。

2015 年末，公司货币资金余额较 2014 年末减少-2,341.95 万元，降幅为 -25.87%，主要原因系公司支付国内信用证减少而引起信用证保证金减少所致。

（2）应收账款

报告期各期末，公司应收账款净额分别为 494.16 万元、570.97 万元、348.49 万元及 450.97 万元，占流动资产的比重分别为 1.02%、1.15%、0.74% 及 1.03%。

报告期各期末，公司应收账款金额较小，公司商品销售基本为现金交易，符合零售百货行业销售的一般特征。形成期末应收账款主要原因是：在少数情况下，客户会选择在商场团购，因赊销而形成应收账款。2015 年末，公司账龄在一年内的应收账款占应收账款总额比例为 61.37%。2016 年 6 月末，公司账龄在一年内的应收账款占应收账款总额比例为 68.81%。

（3）预付款项

报告期各期末，公司预付账款余额分别为 6,526.19 万元、6,749.41 万元、7,928.98 万元及 8,237.26 万元，占流动资产的比重分别为 13.42%、13.65%、16.91%

及 18.87%。公司预付账款主要为预付货款。

2014 年末和 2015 年末公司预付账款余额分别较上一年末增加 223.22 万元和 1,179.57 万元，增幅分别为 3.42% 和 17.48%，主要原因系随着公司销售收入不断增加，公司对库存商品的采购量也加大，根据合同约定预付的货款金额也随之增加。

截止 2016 年 6 月 30 日，公司预付款项前五名单位情况如下：

单位名称	与本公司关系	金额 (万元)	占比 (%)	预付时间	性质
安徽天香制冷设备有限公司	非关联方	2,130.99	25.87	1 年以内	预付货款
巢湖市会计核算中心	非关联方	660.00	8.01	3 年以上	预付停车场拆迁安置保证金
众华会计师事务所(特殊普通合伙)	非关联方	368.68	4.48	1 年以内 84.91 万元， 1-2 年 86.03 万元，2-3 年 39.44 万元，3 年以 上 158.30 万元	预付上市费用
合肥美菱白色家电营销有限公司	非关联方	220.21	2.67	1 年以内	预付货款
合肥 TCL 电器销售有限公司	非关联方	204.02	2.48	1 年以内	预付货款
合计		3,583.89	43.51		

报告期各期末预付款项余额中无预付持本公司 5%(含 5%)以上表决权股份的股东单位的款项。

(4) 其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款净额分别为 1,581.45 万元、1,353.36 万元、1,131.00 万元及 1,195.51 万元，占流动资产的比重分别为 3.25%、2.74%、2.41% 及 2.74%。公司其他应收款主要为缴付的各类保证金等，发生坏账损失的风险较小。

截止 2016 年 6 月 30 日，公司前五名其他应收款情况如下：

欠款单位	与本公司关系	金额 (万元)	占比 (%)	账龄	性质
无为县土地储备中心	非关联方	300.00	17.87	3-4 年	保证金
今晚捌点娱乐发展有限公司	非关联方	110.67	6.59	4-5 年	租赁费
庐江县财政局	非关联方	109.70	6.53	2-3 年 9.7 万元, 5	保证金

				年以上 100 万元	
南京美迪尔珠宝首饰有限公司	非关联方	100.00	5.96	1 年以内	保证金
巢湖电力实业总公司	非关联方	70.25	4.18	1 年以内	其他
合计		690.61	41.13		

(5) 存货

报告期各期末，公司存货净额分别为 32,029.39 万元、31,716.40 万元、30,776.71 万元及 26,219.67 万元，占公司相应期末流动资产比重分别为 65.86%、64.15%、65.63% 及 60.07%。公司存货主要为库存商品，占各期末存货余额的 99% 以上。报告期各期末，公司存货构成明细情况如下：

类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
低值易耗品	258.57	0.99%	258.57	0.84	245.11	0.77	244.55	0.76
库存商品	25,961.10	99.01%	30,518.14	99.16	31,471.29	99.23	31,784.84	99.24
合计	26,219.67	100.00%	30,776.71	100.00	31,716.40	100.00	32,029.39	100.00

2016 年 6 月末，公司存货净额较 2015 年末减少 4,557.04 万元，降幅为 14.81%，主要原因系公司营业旺季为每年的四季度和次年一季度，公司于 2015 年末储备了大量存货以迎接销售旺季，经过一季度的销售高峰，公司存货有较明显的下降；另外，相对而言，二季度为公司经营淡季，公司根据市场情况，合理适当地减少对存货的储备。

报告期各期末存货余额维持在较为稳定的水平上，各期期末余额较大的主要原因为：①公司主要采用自营模式，这种模式区别于联营模式，公司将大部分商品从供应商处购入，入库后形成公司账面存货；②孙公司和县安德利购物中心于 2011 年度顺利建成并投入营运，和县安德利的营业收入呈现大幅增长，相对应的存货规模较大；③随着子公司无为安德利购物中心广场商场部分于 2013 年 11 月底投入试营运，无为安德利的营业收入呈现大幅增长，与之相应的存货规模也较大；④公司各分店的数量与规模呈现大幅增长，各分店期末形成的存货也相应增加；⑤公司于每年农历十一月十八日举办一年一度“庐江服装节”，服装节的知名度逐渐扩大，服装销售带动公司整体销售收入日益增加，公司每年末为服装节储备大量库存商品；⑥公司销售收入受元旦节和农历春节影响于每年一季度达到

销售高峰，相应的，公司于每年年末都会加大对库存商品的储备以迎接次年一季度的销售高峰。

与国内普遍采用的联营模式相比，公司为适应县乡级市场的需要采用了自营业务的主要经营模式。相对于国内同行业企业而言，公司需要自备和买断存货，使得公司主要资产中的存货占比规模要比国内同行业企业偏大。公司发挥在自营模式下经营的优势，因为有一线柜组长、柜组员的直接参与，“买手”的市场价值发现功能能够得到较好的体现，以销售为导向的采购模式本身会带来公司的库存商品保持在较高的适销性水平，公司亦通过积极组织各种营销策划活动提高存货的周转、降低库存金额；同时，公司按照经营面积计算的单位配比库存金额在报告期内呈配比趋势，并且发行人已建立了自身的存货监管体系和制度，并针对经营中可能出现的商品降价、过季、毁损等情形建立了与供应商之间和公司相应管理人员之间的避险、考核措施。

(1) 报告期内，公司各期末存货余额变动的原因及合理性分析如下：

① 库存商品余额按商品业态类别与主营业务收入增长趋势对比

报告期各期末，公司库存商品（不含低值易耗品）按商品业态类别如下：

单位：万元

商品业态	科目	2015.12.31 2015 年度	增长率	2014.12.31 2014 年度	增长率	2013.12.31 2013 年度
百货	库存商品	17,324.05	-1.12%	17,519.46	-1.43%	17,773.56
	主营业务收入	41,459.96	-2.43%	42,491.69	-4.06%	44,288.04
超市	库存商品	8,942.88	7.02%	8,356.61	2.50%	8,153.07
	主营业务收入	67,181.07	12.68%	59,618.70	18.84%	50,166.21
家电	库存商品	4,251.21	-24.02%	5,595.21	-4.49%	5,858.21
	主营业务收入	31,641.87	4.66%	30,232.86	-0.77%	30,468.54
合计	库存商品	30,518.14	-3.03%	31,471.29	-0.99%	31,784.84
	主营业务收入	140,282.89	6.00%	132,343.25	5.94%	124,922.79

2014 年较 2013 年，三大业态下总体主营业务收入增长幅度为 5.94%，库存商品余额增长幅度为-0.99%，2015 年较 2014 年，三大业态下总体主营业务收入增长幅度为 6.00%，库存商品余额增长幅度为-3.03%；2015 年公司主营业务收入较 2013 年增长了 12.30%，复合增长率为 5.97%，2015 年末公司库存商品余额较 2013 年末增长了 -3.99%，复合增长率为-2.01%。报告期内，在公司主营业务收入

保持继续增长的情况下，公司年末库存商品余额保持在合理范围内，主要原因系经过前期良好的市场培育和库存商品管理控制，该种情况也与发行人采取自营为主的经营的的优势相吻合，在自营模式下，发行人可以购进最适合于市场消费者的存货，加强存货余额管理、考核，加速存货流转，从而实现公司库存商品余额增长幅度小于主营业务收入增长幅度。

②存货坪效（存货/经营面积）分析

单位：平方米、万元、元/平方米

项目	经营面积 (加权平均)	年平均存货 (期初+期末) /2	坪效
2013 年度	90,542.27	30,330.45	3,349.87
2014 年度	116,117.49	31,872.89	2,744.88
2015 年度	119,904.14	31,246.55	2,605.96

注：2013 年 11 月，无为安德利购物中心广场商场部分试营业，于 2014 年 5 月正式营业，2013 年度坪效较高原因系经营面积（加权平均）中无为安德利购物中心广场商场部分的经营面积（加权平均）仅为 $24,446.9/12=2,037.24$ 平方米，从而拉高了坪效整体水平。

报告期内，公司年平均存货余额各期金额分别为 3,349.87 元/平方米、2,744.88 元/平方米和 2,605.96 元/平方米，随着经营面积不断增加，公司对存货的管理依然良好，使其总额和坪效均控制在合理范围内。

总体看来，报告期内，在公司主营业务收入增长较大的情况下，公司对存货规模的管理和控制仍在合理范围内，未出现对存货管理和整体经营状况相背离的情况。

（2）报告期内发行人不存在存货减值的情形，具体情况如下：

①报告期内发行人总体存货水平与经营面积变化、经营商品品种变化、自营模式特征相符。存货的总体规模和库存商品水平均系发行人根据实际进行情况而确定。此外，发行人库存商品的库龄基本均在半年以内，加之近年来受到国内通货膨胀、物价上涨的影响，百货、超市类商品的物价水平处于上升阶段。因此，不存在减值。

②发行人针对价格易下降、存在换季、保鲜等情况的商品设置了相应的保价措施，避免了库存商品减值的风险。发行人以自营业务模式为主，由于自营业务中存在买断商品、自行定价、承担价格波动风险的特征，发行人在对待上述易减值商品的采购、经营过程中采取了有效、适当的保价措施。具体包括：A.退货、

换货条款。公司在与供应商之间的采购协议或商务谈判中即约定：若公司库存周转期超过合同约定时间，公司有权要求供应商为公司进行退换货。上述合作条款在实际执行过程中对于换季、过期的商品一般采用换货的方式予以调整；对于超过预期销售期、滞销的商品采用退货的方式处理。由于上述退换货政策实际在供应商自身的经销过程中普遍存在，尤其是在国内主要以联营模式进行商品销售的百货公司，实际均由供应商承担了所有的商品减值风险，因此，几乎所有的供应商均对上述商务约定保持肯定的态度。即使是大品牌的供应商也提供了相应的保护措施。例如：联合利华、康佳、雅戈尔等。

B、保价条款。对于易降价、供应商做促销的商品，公司与供应商之间建立了商品的保价条款。如相关合同条款约定：若商品价格下调时，按照合同相关约定，供应商将对公司在其处采购的商品进行价格补差等。该类商品主要体现在家电行业，如 TCL、长虹等。

a、报告期各期百货、超市、家电业业态的存货退换货的金额、占当期采购金额的比例，涉及退换货供应商的数量、占当期供应商总数量的比例

单位：万元

业态	项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
百货	金额	6,830.29	7,887.74	7,026.13
	占采购净额比例	21.77%	24.23%	20.34%
家电	金额	1,092.06	593.22	851.37
	占采购净额比例	4.28%	2.29%	3.09%
超市	金额	2,997.86	2,895.52	3,119.15
	占采购净额比例	5.29%	5.67%	6.91%
合计	金额	10,920.21	11,376.48	10,996.65
	占采购净额比例	9.61%	10.39%	10.25%

注：上表中，退换货系指发行人将商品换出至供应商的过程。采购净额即扣除退、换货以后的采购额。

业态	项目	百货	家电	超市	小计
2015 年	供应商家数	587	155	733	1,475
	可以退货供应商家数	548	138	703	1,389
	占比（%）	93.36	89.03	95.91	94.17
2014 年	供应商家数	531	151	689	1,371
	可以退货供应商家数	495	115	652	1,262
	占比（%）	93.22	76.16	94.63	92.05
2013 年	供应商家数	498	146	652	1,296

可以退货供应商家数	447	125	633	1,205
占比 (%)	89.76	85.62	97.09	92.98

b、报告期各期退换货金额前十名的供应商、金额，占当期退换货总金额的比例

2015 年百货退换货情况

单位：万元

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
1	安徽金琪龙商贸有限公司	437.63	6.41	服装	冰洁羽绒服季节性、滞销商品全部退回，调剂当季商品
2	浙江报喜鸟服饰股份有限公司	411.51	6.02	服装	报喜鸟春秋季节休闲系列、冬季羽绒服等季节性商品退回供应商，调剂当季商品；节日活动促销品余品退回
3	东莞市搜于特服装股份有限公司	307.56	4.50	服装	潮流前线等季节性商品换季退回供应商，调剂当季商品
4	浙江高氏杰服饰有限公司	109.65	1.61	服装	高氏杰季节性商品换季退回供应商，调剂当季商品
5	合肥百盛逍遥广场有限公司	102.57	1.50	服装	秋之歌服装季节性商品换季退回供应商，调剂当季商品
6	海宁鼎森服饰有限公司	91.43	1.34	服装	巴妮日记皮草季节性商品换季退回供应商，调剂当季商品
7	上海柯罗芭服饰有限公司	83.91	1.23	服装	topfeeling 快时尚四季装着季节性商品换季退回供应商，调剂当季商品
8	郑州领秀服饰有限公司	83.31	1.22	服装	梦舒雅女裤季节性退回供应商，调剂当季商品
9	合肥波司登贸易有限公司	64.79	0.95	服装	波司登羽绒服季节性商品退回供应商，调剂当季商品
10	海宁市戈兰服饰有限公司	54.50	0.80	服装	陆小旭皮草季节性商品退回供应商，调剂当季商品
	小计	1,746.86	25.58	服装	
1	合肥蔚翔商贸有限公司	392.01	5.74	鞋业	佰纳鞋季节性商品退回供应商(含原厂家更名退货 218 万)，调剂当季商品
2	杭州啄木鸟鞋业皮具有限公司	186.92	2.74	鞋业	该商品经营业绩不达预期，撤销该品牌供应商，库存商品全部退回给供应商
3	合肥伯特利贸易有限公司	173.56	2.54	鞋业	犀牛鞋经营业绩不达预期，巢湖、庐江区域撤销该品牌供应商，库存商品

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
					全部退回给供应商
4	合肥杰克王子皮具有限公司	171.03	2.50	鞋业	该商品经营业绩不达预期, 撤销该品牌, 库存商品全部退回给供应商
5	江苏凯森鞋业有限公司	167.68	2.45	鞋业	贵派季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
6	成都达亨奴鞋业有限公司	152.98	2.24	鞋业	铿锵玫瑰季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
7	百丽鞋业(上海)有限公司	109.63	1.61	鞋业	新品上柜(退货率 12%)滞销品退回供应商; 大型特卖会活动后余品退回
8	浙江日泰鞋业股份有限公司	78.05	1.14	鞋业	撤销该品牌, 库存商品全部退回给供应商
9	福建省晋江市东方蜻蜓鞋业有限公司	66.78	0.98	鞋业	RD 红蜻蜓运动鞋季节性商品退回供应商
10	安徽省一通工贸发展有限公司	58.73	0.86	鞋业	骆驼品牌大型特卖会, 活动后余品退回
	小计	1,557.37	22.80	鞋业	
1	合肥市春竹服饰有限公司	55.31	0.81	针纺	春竹内衣、线衫等季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
2	江苏三联家用纺织品有限公司	49.94	0.73	针纺	三联家纺做大型促销活动, 促销活动结束后, 余品退回
3	合肥万总商贸有限公司	33.31	0.49	针纺	花雨伞内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
4	安徽省葛帝商贸有限公司	31.44	0.46	针纺	鹿王保暖内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
5	安徽好波国际内衣有限公司	22.49	0.33	针纺	好波内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
6	蚌埠星利城商业有限公司	11.71	0.17	针纺	新 1 系内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
7	广东霞黛芳内衣有限公司	11.53	0.17	针纺	霞黛芳纹胸换季退回供应商, 调剂当季商品
8	合肥银贝商贸公司	11.51	0.17	针纺	猫人内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
9	嘉兴市银河纺织有限公司	8.91	0.13	针纺	季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
10	合肥浩源百货有限公司	8.50	0.12	针纺	安徒生家纺做大型促销活动, 促销活动结束后, 余品退回
	小计	244.65	3.58	针纺	

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
1	上海豫园黄金珠宝集团有限公司	56.41	0.83	黄金	以旧换新, 换货
2	安徽省鑫原珠宝有限公司	39.03	0.57	黄金	以旧换新, 换货
3	南京宝庆首饰总公司	24.22	0.35	黄金	以旧换新, 换货
4	深圳市德诚珠宝有限公司	20.21	0.30	黄金	以旧换新, 换货
5	安徽省鑫原珠宝有限公司	19.57	0.29	黄金	以旧换新, 换货
6	深圳市金嘉福珠宝有限公司	14.97	0.22	黄金	以旧换新, 换货
7	深圳市粤豪珠宝有限公司	13.67	0.20	黄金	以旧换新, 换货
8	深圳市翠绿珠宝首饰有限公司	12.69	0.19	黄金	以旧换新, 换货
9	合肥明钻首饰有限公司(柒好)	10.64	0.16	黄金	以旧换新, 换货
10	周大生珠宝股份有限公司	7.60	0.11	黄金	以旧换新, 换货
	小计	219.01	3.22	黄金	
1	合肥创智贸易有限责任公司	2.14	0.03	日化	临近日期退回供应商
2	合肥天成化妆品有限公司	1.90	0.03	日化	临近日期退回供应商
3	合肥怡商贸易有限公司	1.57	0.02	日化	临近日期退回供应商
4	合肥市怡商贸易有限公司	0.38	0.01	日化	临近日期退回供应商
5	合肥合鑫商贸有限公司	0.32	-	日化	临近日期退回供应商
6	南京巴黎贝利丝香水有限公司	0.29	-	日化	临近日期退回供应商
7	合肥申晨贸易有限公司	0.11	-	日化	临近日期退回供应商
	小计	6.71	0.09	日化	
	上述供应商合计	3,774.60	55.27	百货	

2014年百货退换货情况

单位：万元

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
1	浙江报喜鸟服饰股份有限公司	338.74	4.29	服装	报喜鸟春秋季节休闲系列、冬季羽绒服等季节性商品退回供应商，调剂当季商品；节日活动促销品余品退回
2	安徽金瑞龙商贸有限公司	306.51	3.89	服装	厂家变更，库存商品全退回
3	安徽金琪龙商贸有限公司	231.95	2.94	服装	冰洁羽绒服季节性商品全部退回，调剂当季商品
4	东莞市搜于特服装股份有限公司	207.12	2.63	服装	潮流前线等季节性商品换季退回供应商，调剂当季商品
5	安徽晶波贸易有限公司	195.58	2.48	服装	雪暖羽绒服等季节性商品退回供应商，调剂当季商品
6	合肥祥迪贸易有限公司	155.53	1.97	服装	千姿夫人皮草季节性商品退回供应商，调剂当季商品
7	西安孝恒商贸有限公司	120.54	1.53	服装	新狄氏服装季节性商品换季退回供应商，调剂当季商品
8	浙江高氏杰服饰有限公司	114.86	1.46	服装	高氏杰服装季节性商品换季退回供应商，调剂当季商品
9	伊美依格服装有限公司	99.39	1.26	服装	史努比童装羽绒服季节性商品全部退回，调剂当季商品
10	六安市境界服饰有限公司	85.07	1.08	服装	金狐狸毛衫、绝色天骄休闲装等季节性商品换季退回供应商，调剂当季商品
	小计	1,855.29	23.53	服装	
1	佰纳鞋业有限公司	125.95	1.60	鞋业	佰纳季节性商品退回供应商，调剂当季商品
2	永嘉县东方日泰鞋业有限公司	103.15	1.31	鞋业	日泰季节性商品退回供应商，调剂当季商品
3	福建省晋江市东方蜻蜓鞋业有限公司	98.30	1.25	鞋业	RD 红蜻蜓运动鞋季节性商品退回供应商，调剂当季商品
4	江苏凯森鞋业有限公司	93.00	1.18	鞋业	贵派季节性商品退回供应商，调剂当季商品
5	合肥伯特利贸易有限公司	90.51	1.15	鞋业	VOLO 季节性商品退回供应商，调剂当季商品
6	扬州金自豪鞋业有限公司	75.56	0.96	鞋业	厂家变更，商品全退回
7	丹阳开发区善仕	74.48	0.94	鞋业	花王季节性商品退回供应商，调剂

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
	达皮鞋厂				当季商品
8	广州宝兔鞋业有限公司	72.31	0.92	鞋业	花花公子皮鞋大型特卖会, 活动后余品退回
9	杭州啄木鸟鞋业皮具有限公司	69.56	0.88	鞋业	啄木鸟季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
10	安徽省一通皮具贸易有限公司	65.29	0.83	鞋业	骆驼品牌大型特卖会, 活动后余品退回
	小计	868.11	11.02	鞋业	
1	江苏三联家用纺织品有限公司	46.53	0.59	针纺	三联家纺做大型促销活动, 促销活动结束后, 余品退回
2	合肥万总商贸有限公司	39.13	0.50	针纺	花雨伞内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
3	杭州赛尔美服饰有限公司	33.09	0.42	针纺	雨夜花睡衣品牌淘汰, 库存商品全部退回
4	合肥合众商贸有限公司	27.57	0.35	针纺	季节性商品蚊帐退回供应商, 调剂当季商品
5	圣夫岛(南通)纺织品科技有限公司	25.47	0.32	针纺	圣夫岛家纺系列等季节性商品换季退回供应商, 调剂当季商品
6	合肥丝润商贸有限公司	22.30	0.28	针纺	季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
7	安徽省葛帝商贸有限公司	22.01	0.28	针纺	鹿王保暖内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
8	蚌埠星利城商业有限公司	17.91	0.23	针纺	新1系内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
9	浪莎针织有限公司	16.00	0.20	针纺	浪莎保暖内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
10	泉州简艾服装有限公司	15.65	0.20	针纺	艾艾屋童装季节性商品换季退回供应商, 调剂当季商品
	小计	265.66	3.37	针纺	
1	深圳市金瑞麒珠宝首饰有限公司	457.03	5.79	黄金	以旧换新, 换货
2	浙江明牌珠宝股份有限公司	52.37	0.66	黄金	以旧换新, 换货
3	南京宝庆首饰总公司	25.04	0.32	黄金	以旧换新, 换货
4	上海豫园黄金珠宝集团有限公司	4.69	0.06	黄金	以旧换新, 换货

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
	(老庙)				
	小计	539.13	6.83	黄金	
1	河南碧佳实业有限公司	5.55	0.07	日化	临近日期退回供应商
2	安徽省传美美容连锁有限责任公司	3.99	0.05	日化	临近日期退回供应商
3	合肥浩源百货有限责任公司	2.56	0.03	日化	临近日期退回供应商
4	合肥天成化妆品有限责任公司	2.84	0.04	日化	临近日期退回供应商
5	合肥怡商贸易有限公司	0.85	0.01	日化	临近日期退回供应商
6	北京伊藤忠华糖综合加工有限公司南京分公司	0.64	0.01	日化	临近日期退回供应商
7	合肥合鑫商贸有限公司	0.50	0.01	日化	临近日期退回供应商
8	合肥创智贸易有限公司	0.50	0.01	日化	临近日期退回供应商
9	合肥美锋商贸有限公司	0.31	-	日化	该商品经营业绩不达预期, 撤销该品牌, 库存商品全部退回给供应商
10	芜湖美博商贸有限公司	0.18	-	日化	该商品经营业绩不达预期, 撤销该品牌, 库存商品全部退回给供应商
	小计	17.92	0.23%	日化	
	上述供应商合计	3,546.11	44.98%	百货	

2013 年百货退换货情况

单位：万元

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
1	浙江报喜鸟服饰股份有限公司	684.35	9.74	服装	报喜鸟春秋季节休闲系列、冬季羽绒服等季节性商品退回供应商, 调剂当季商品; 节日活动促销品余品退回
2	安徽金瑞龙商贸有限公司	401.33	5.71	服装	冰洁羽绒服季节性商品全部退回, 调剂当季商品
3	安徽凯普贸易有限公司	371.62	5.29	服装	意尔康运动装季节性商品退回供应

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
	司				商, 调剂当季商品
4	伊美依格国际服饰 (北京)有限公司	123.53	1.76	服装	史努比童装羽绒服季节性商品全部 退回, 调剂当季商品
5	安徽百衣百力商贸有 限公司	120.17	1.71	服装	光磊、香江名媛等老年装季节性商 品退回供应商, 调剂当季商品
6	安徽晶波贸易有限责 任公司	108.84	1.55	服装	雪暖羽绒服等季节性商品退回供应 商, 调剂当季商品
7	合肥祥迪贸易有限公 司	94.65	1.35	服装	千姿夫人皮草季节性商品退回供应 商, 调剂当季商品
8	常州强品物资有限公 司	89.01	1.27	服装	雪强羽绒内衣季节性商品退回供应 商, 调剂当季商品
9	杭州赛尔美服饰有限 公司	86.16	1.23	服装	兰婷鸟女裤、双全中老年装等季节 性商品换季退回供应商, 调剂当季 商品
10	宁波雅戈尔服饰有限 公司安徽分公司	82.16	1.17	服装	雅戈尔等季节性商品换季退回供应 商, 调剂当季商品
	小计	2,161.82	30.77	服装	
1	佰纳鞋业有限公司	229.76	3.27	鞋业	佰纳季节性商品退回供应商, 调剂 当季商品
2	浙江大自然鞋业有限 公司	139.08	1.98	鞋业	自营转联营库存商品全部退给供应 商
3	扬州金自豪鞋业公司	124.81	1.78	鞋业	贵派季节性商品退回供应商, 调剂 当季商品
4	永嘉县东方日泰鞋业 有限公司	109.11	1.55	鞋业	日泰季节性商品退回供应商, 调剂 当季商品
5	广州犀牛发展有限公 司	95.32	1.36	鞋业	季节性商品退回供应商, 调剂当季 商品
6	杭州啄木鸟鞋业皮具 有限公司	88.94	1.27	鞋业	啄木鸟季节性商品退回供应商, 调 剂当季商品
7	嘉兴芭妮鞋业有限公 司	84.35	1.20	鞋业	撤柜, 商品全部退供应商
8	石狮市舞出我天地鞋 服有限公司	74.22	1.06	鞋业	撤柜, 商品全部退供应商
9	丹阳市开发区善仕达 皮鞋厂	73.87	1.05	鞋业	花王季节性商品退回供应商, 调剂 当季商品
10	广州宝兔鞋业有限公 司	60.70	0.86	鞋业	花花公子皮鞋大型特卖会, 活动后 余品退回
	小计	1,080.16	15.38	鞋业	

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
1	合肥市春竹服饰有限公司	90.47	1.29	针纺	春竹内衣、线衫等季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
2	上海雪中飞实业有限公司合肥分公司	47.90	0.68	针纺	雪中飞羽绒内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
3	安徽鸿润(集团)股份有限公司	32.34	0.46	针纺	鸿润羽绒被季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
4	圣夫岛(南通)纺织品科技有限公司	30.27	0.43	针纺	圣夫岛家纺系列等季节性商品换季退回供应商, 调剂当季商品
5	安徽好波国际内衣有限公司	29.47	0.42	针纺	好波内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
6	上海波顺纺织品有限公司	22.00	0.31	针纺	波司登保暖内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
7	浙江娅茜品牌管理有限公司	17.17	0.24	针纺	娅茜纹胸季节性商品季节性商品换季退回供应商, 调剂当季商品
8	合肥万总商贸有限公司	17.10	0.24	针纺	花雨伞内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
9	汕头市豪族制衣有限公司	16.56	0.24	针纺	升派内衣更换品牌供应商, 商品全部退回
10	中山市小榄镇金龙制衣厂	12.52	0.18	针纺	三枪内衣季节性商品退回供应商, 调剂当季商品
	小计	315.80	4.49	针纺	
1	深圳市金嘉福珠宝有限公司	7.76	0.11	黄金	以旧换新, 换货
2	鑫万源珠宝有限责任公司	4.79	0.07	黄金	试销不理想, 退货
3	浙江明牌珠宝股份有限公司	2.32	0.03	黄金	以旧换新, 换货
4	上海豫园黄金珠宝集团有限公司	0.75	0.01	黄金	以旧换新, 换货
5	扬州市宏民银饰工艺品厂	0.39	0.01	黄金	以旧换新, 换货
6	深圳市七度银匠世家实业有限公司	0.17	-	黄金	以旧换新, 换货
	小计	16.18	0.23	黄金	
1	安徽盛锦化妆品有限公司	79.16	1.13	日化	该商品经营业绩不达预期, 撤销该品牌, 库存商品全部退回给供应商
2	合肥创智贸易有限责任公司	11.25	0.16	日化	临近日期退回供应商
3	合肥合鑫商贸有限公司巢湖销售分公司	10.72	0.15	日化	临近日期退回供应商

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
4	广州赞誉化妆品有限公司	3.21	0.05	日化	临近日期退回供应商
5	合肥济峰商贸有限公司	1.94	0.03	日化	该商品经营业绩不达预期, 撤销该品牌, 库存商品全部退回给供应商
	小计	106.29	1.51	日化	
	上述供应商合计	3,680.26	52.38	百货	

2015 年家电退换货情况

单位: 万元

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
1	安徽天香制冷设备有限公司、安徽欣兴格力空调销售有限公司、安徽盛世欣兴格力贸易有限公司	77.66	7.11	家电	换型号及部分滞销品
2	青岛海信电器股份有限公司合肥经营分公司	60.73	5.56	家电	换型号及部分滞销品
3	四川长虹电器股份有限公司合肥销售分公司	55.02	5.04	家电	换型号及部分滞销品
4	巢湖市阳光电器有限责任公司	53.39	4.89	家电	换型号及部分滞销品
5	合肥腾进电子有限公司(百胜电子)	39.8	3.64	家电	换型号及部分滞销品
6	合肥巨科电子有限公司	39.38	3.61	家电	换型号及部分滞销品
7	合肥 TCL 电器销售有限公司	37.5	3.43	家电	换型号及部分滞销品
8	巢湖市宏基伟业商贸有限公司	29.89	2.74	家电	供应商清场产品退货
9	巢湖市九州商贸有限公司	29.67	2.72	家电	换季退货
10	巢湖雨诺伟业商贸有限公司	25.03	2.29	家电	换季退货
	上述供应商合计	448.07	41.03	家电	

2014 年家电退换货情况

单位：万元

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
1	安徽天香制冷设备有限公司、安徽欣兴格力空调销售有限公司、安徽盛世欣兴格力贸易有限公司	111.93	18.87	家电	换型号及部分滞销品
2	四川长虹电器股份有限公司合肥销售分公司	102.83	17.33	家电	换型号及部分滞销品
3	青岛海信电器股份有限公司合肥经营分公司	76.18	12.84	家电	换型号及部分滞销品
4	合肥 TCL 电器销售有限公司	73.54	12.40	家电	换型号及部分滞销品
5	合肥百事达电子有限公司	60.37	10.18	家电	换型号及部分滞销品
6	重庆新日日顺家电销售有限公司合肥分公司	35.87	6.05	家电	换型号及部分滞销品
7	康佳集团股份有限公司合肥分公司	29.48	4.97	家电	换型号及部分滞销品
8	浙江星星家电合肥营销有限公司	26.21	4.42	家电	换型号及部分滞销品
9	合肥市宏金家电有限公司	18.12	3.05	家电	换型号及部分滞销品
10	合肥环艺商贸有限公司	9.72	1.64	家电	滞销品换季退货
	上述供应商合计	544.25	91.75	家电	

2013 年家电退换货情况

单位：万元

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
1	安徽天香制冷设备有限公司、安徽欣兴格力空调销售有限公司、安徽盛世欣兴格力贸易有限公司	460.9	54.14	家电	换型号及部分滞销品
2	合肥 TCL 电器销售有限公司	88.16	10.36	家电	换型号及部分滞销品
3	深圳创维—RGB 电子有限公司安徽分公司	33.19	3.90	家电	换型号及部分滞销品
4	四川长虹电器股份有限公司合肥销售分公司	25.11	2.95	家电	换型号及部分滞销品
5	惠而浦（中国）股份有限公司	24.35	2.86	家电	换型号及部分滞销品
6	康佳集团股份有限公司合肥分公司	18.3	2.15	家电	换型号及部分滞销品
7	青岛海信电器股份有限公司合肥经营分公司	17.21	2.02	家电	换型号及部分滞销品
8	浙江星星家电合肥营销有限公司	14.47	1.70	家电	换型号及部分滞销品
9	巢湖市百邦商贸有限公司	11.54	1.36	家电	滞销品换季退货
10	安庆市华光电器有限公司	9.87	1.16	家电	滞销品换季退货
	上述供应商合计	703.10	82.60	家电	

2015 年超市退换货情况

单位：万元

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
1	合肥海阳食品有限公司	95.18	3.17	食品	飞鹤奶粉等做大型促销，活动结束后，地堆商品退回
2	巢湖市协力商贸有限公司	94.48	3.15	食品	卡夫、金丝猴、乐事系列节日做大型促销，活动结束后，地堆商品退回
3	合肥恒定商贸有限公司	86.24	2.88	食品	雀巢、贝因美奶粉等做大型促销，活动结束后，地堆商品退回
4	巢湖市永翠商贸有限公司	51.18	1.71	食品	巢湖伊利奶粉等做大型促销，活动结束后，地堆商品退回
5	安徽亿森经贸有限公司	42.61	1.42	食品	低价促销商品，门店打形象地堆，活动结束后，多余商品退回
6	南京双子食品有限公司	37.41	1.25	食品	节日糕点礼盒，节日后退回
7	和县红国鲜奶供应站	37.19	1.24	食品	猛牛牛奶系列做大型促销，活动结束后，地堆商品退回
8	巢湖市昊源商贸公司	27.98	0.93	食品	好丽友、喜之郎等等做大型促销，活动结束后，地堆商品退回
9	庐江县宝权商贸有限公司	25.13	0.84	食品	庐江伊利奶粉等做大型促销，活动结束后，地堆商品退回
10	安徽省桐城青草香米业集团有限公司	23.81	0.79	食品	青草香米部分批次品质不好，退货
	小计	521.21	17.38	食品	
1	安徽盛锦化妆品有限公司	74.41	2.48	非食	该商品经营业绩不达预期，撤销该品牌供应商，库存商品全部退回给供应商
2	合肥合鑫商贸有限公司	64.92	2.17	非食	海飞丝、潘婷洗发水等做大型促销，活动结束后，地堆商品退回
3	和县昀晖百货商贸有限公司	54.35	1.81	非食	心相印、七度空间等生活用品等做大型促销，活动结束后，地堆商品退回
4	巢湖盛源商贸有限公司	42.15	1.41	非食	超威蚊烟、蚊香等季节性商品退货，调剂当季商品
5	和县海旭百货商贸有限公司	41.82	1.39	非食	雕牌、超能系列、百年润发等做大型促销，活动结束后，地堆商品退回
6	合肥杰俊商贸有限公司	39.78	1.33	非食	凯达蚊烟、蚊香，青蛙王子花露水等季节性商品退货，调剂当季商品
7	芜湖市锦久辰商贸有	32.62	1.09	非食	该商品经营业绩不达预期，撤销该品

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
	有限公司				牌供应商, 库存商品全部退回给供应商
8	庐江县银宇商贸有限公司	24.53	0.82	非食	彩虹蚊烟、蚊香等季节性商品退货, 调剂当季商品
9	合肥市晨风纸品有限责任公司	23.43	0.78	非食	小宝贝、日相月纸品等做大型促销活动, 结束后促销品退回
10	合肥德威经贸有限责任公司	19.21	0.64	非食	史努比婴幼儿用品做大型专场结束后商品退回
	小计	417.22	13.92	非食	
1	合肥市包河区惠达种植农民专业合作社	49.29	1.64	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
2	漯河双汇食品销售有限公司	23.16	0.77	生鲜	双汇鲜肉品质、新鲜度不佳, 退货
3	安徽五星果品有限公司	17.19	0.57	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
4	安徽省雷氏农业科技有限公司	13.95	0.47	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
5	砀山县大海水果种植专业合作社	11.78	0.39	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
6	山东太合食品有限公司	9.10	0.30	生鲜	滞销冷冻品退回供应商
7	合肥市大山蔬菜瓜果产销专业合作社	7.71	0.26	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
8	栖霞德丰食品有限公司	7.35	0.25	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
9	上海六和勤强食品有限公司	6.30	0.21	生鲜	滞销冷冻品退回供应商
10	合肥皖和食品有限公司	6.21	0.21	生鲜	滞销冷冻品退回供应商
	小计	152.04	5.07	生鲜	
	上述供应商合计	1,090.47	36.37	超市	

2014 年超市退换货情况

单位: 万元

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
1	巢湖市协力商贸有限公司	74.35	2.57	食品	卡夫、金丝猴、乐事系列节日做大型促销, 活动结束后, 地堆商品退回

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
2	巢湖市永翠商贸有限责任公司	54.55	1.88	食品	伊利奶粉等做大型促销, 活动结束后, 地堆商品退回
3	合肥恒定商贸有限公司	54.35	1.88	食品	雀巢、贝因美奶粉等做大型促销, 活动结束后, 地堆商品退回
4	合肥徽香缘绿色食品有限公司	47.94	1.66	食品	坚果、葡萄干等季节性商品退回, 调剂当季商品
5	安徽亿森经贸有限公司	47.48	1.64	食品	低价促销商品, 门店打形象地堆, 活动结束后, 多余商品退回
6	巢湖市恒兴贸易有限公司	41.18	1.42	食品	脑白金、太太口服液等节后大库存商品退货, 调剂当季商品
7	庐江县庐州食品有限责任公司	40.36	1.39	食品	桂圆、荔枝等季节性商品退回, 调剂当季商品
8	巢湖市昊源商贸有限公司	40.36	1.39	食品	好丽友、喜之郎等等做大型促销, 活动结束后, 地堆商品退回
9	合肥海阳食品有限公司	36.27	1.25	食品	飞鹤奶粉等做大型促销, 活动结束后, 地堆商品退回
10	巢湖市东方乳业有限公司	34.32	1.19	食品	贝因美、荷兰乳牛节日做大型促销, 活动结束后, 地堆商品退回
	小计	471.16	16.27	食品	
1	合肥环艺商贸有限公司	42.23	1.46	非食	该商品经营业绩不达预期, 清场, 库存商品全部退回给供应商
2	合肥合鑫商贸有限公司	33.60	1.16	非食	海飞丝、潘婷洗发水等做大型促销, 活动结束后, 地堆商品退回
3	合肥杰俊商贸有限公司	31.31	1.08	非食	凯达蚊烟、蚊香, 青蛙王子花露水等季节性商品退货, 调剂当季商品
4	安徽盛锦化妆品有限公司	28.88	1.00	非食	六神花露水等季节性商品退回, 调剂当季商品
5	合肥天成化妆品有限责任公司	25.25	0.87	非食	香宜本草品牌供应商更名, 库存商品全部退回
6	巢湖盛源商贸有限公司	23.74	0.82	非食	超威蚊烟、蚊香等季节性商品退货, 调剂当季商品
7	安庆市华光电器有限公司	20.63	0.71	非食	爱德小家电电火锅、电炖锅、电火桶等季节性商品退货, 调剂当季商品
8	合肥安红生活用品有限公司	20.44	0.71	非食	安红系列塑料制品大型订货会商品, 滞销品退回
9	巢湖市中奥商贸有限公司	20.29	0.70	非食	小浣熊、金盾蚊烟、蚊香等季节性商品退货, 调剂当季商品
10	合肥市晨风纸品有限责任公司	19.74	0.68	非食	猫王、币贝纸品等做大型促销活动, 结束后促销品退回

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
	小计	266.11	9.19	非食	
1	漯河双汇食品销售有限公司	94.63	3.27	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
2	安徽五星果品有限公司	78.67	2.72	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
3	江苏润德副食品有限公司	18.70	0.65	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
4	安徽青松食品有限公司	11.73	0.41	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
5	合肥市大山蔬菜瓜果产销专业合作社	10.33	0.36	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
6	安徽丰原食品股份有限公司	5.43	0.19	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
7	平和裕宏果业有限公司	5.12	0.18	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
8	合肥龙海公司周谷堆蔬菜批发部	3.51	0.12	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
9	江苏腾久工贸实业有限公司	3.24	0.11	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
10	砀山县大海水果种植专业合作社	2.51	0.09	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
	小计	233.87	8.10	生鲜	
	上述供应商合计	971.14	33.56	超市	

2013 年超市退换货情况

单位：万元

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
1	绵阳市酒鑫鑫商贸有限公司	276.74	8.87	食品	直营商品, 库存大, 退回供应商
2	合肥旺旺食品有限公司	108.62	3.48	食品	代理旺旺饼干、果冻系列品牌, 单品存量, 厂家调配商品, 退回厂家
3	巢湖市协力商贸有限公司	72.46	2.32	食品	卡夫、金丝猴、乐事系列节日做大型促销, 活动结束后, 地堆商品退回
4	巢湖市东方乳业有限公司	49.76	1.60	食品	贝因美、荷兰乳牛节日做大型促销, 活动结束后, 地堆商品退回

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
5	安徽省广兴粮油贸易有限公司	48.93	1.57	食品	金巢湖大米经营业绩不达预期, 清场, 库存商品全部退回给供应商
6	安徽光明槐祥工贸集团有限公司	46.85	1.50	食品	槐祥大米部分批次品质不好, 退货
7	安徽华禹食品有限公司	45.74	1.47	食品	地方特产伊长思菜籽油, 做大型促销, 活动结束后, 地堆商品退回
8	合肥海阳食品有限公司	38.53	1.24	食品	飞鹤奶粉等做大型促销, 活动结束后, 地堆商品退回
9	沈阳融禾商贸有限公司	36.46	1.17	食品	英格水、岛上草等临期商品退货
10	巢湖市永翠商贸有限责任公司	33.08	1.06	食品	伊利奶粉等做大型促销, 活动结束后, 地堆商品退回
	小计	757.17	24.28	食品	
1	巢湖日晨商贸有限公司	33.53	1.07	非食	美的小家电更新换代退货
2	巢湖市建宇商贸有限公司	29.26	0.94	非食	苏泊尔小家电做大型促销活动, 结束后促销品退回
3	合肥杰俊商贸有限公司商贸有限公司	28.31	0.91	非食	凯达蚊烟、蚊香, 青蛙王子花露水等季节性商品退货, 调剂当季商品
4	南京哈莱博工贸有限公司.	28.20	0.90	非食	七匹狼保暖内衣等季节性商品退货, 调剂当季商品
5	合肥市晨风纸品有限责任公司	28.09	0.90	非食	猫王、币贝纸品等做大型促销活动, 结束后促销品退回
6	合肥浩源百货有限责任公司	26.77	0.86	非食	浩源床上用品夏季凉席、蚊帐, 冬季棉被等季节性商品退货, 调剂当季商品
7	合肥合鑫商贸有限公司巢湖销售分公司	26.15	0.84	非食	海飞丝、潘婷洗发水等做大型促销, 活动结束后, 地堆商品退回
8	安庆市华光电器有限公司	25.21	0.81	非食	爱德小家电电火锅、电炖锅、电火桶等季节性商品退货, 调剂当季商品
9	巢湖盛源商贸有限公司	22.12	0.71	非食	超威蚊烟、蚊香等季节性商品退货, 调剂当季商品
10	合肥天成化妆品有限责任公司	20.48	0.66	非食	美即面膜换季季节性商品退回, 调剂当季商品, 丝蕴洗发水等做大型促销活动, 结束后促销品退回
	小计	268.12	8.60	非食	
1	漯河双汇食品销售有	18.49	0.59	生鲜	双汇鲜肉品质、新鲜度不佳, 退货

序号	供应商名称	退货金额 (不含税)	占比 (%)	类别	退货原因
	限公司				
2	临沂市太合食品有限公司	15.64	0.50	生鲜	滞销冷冻品退回供应商
3	巢湖市中埠镇昌政养殖专业合作社	12.23	0.39	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
4	合肥市大山蔬菜瓜果产销专业合作社	3.93	0.13	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
5	赵平安	4.60	0.15	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
6	安徽果果食品有限公司	4.19	0.13	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
7	江苏腾久工贸实业有限公司	3.94	0.13	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
8	吴小兵	3.19	0.10	生鲜	品质、新鲜度不佳, 退货
9	北辰汽车贸易	2.98	0.10	生鲜	地方鲜肉品质、新鲜度不佳, 退货
10	山东太合食品有限公司	2.41	0.08	生鲜	滞销冷冻品退回供应商
	小计	71.60	2.30	生鲜	
	上述供应商合计	1,096.89	35.18	超市	

c、报告期各期，发行人百货、超市、家电业态的存货获得供应商保价补偿的金额，报告期各期获得保价补偿前十大供应商、金额、占当期获得保价补偿总金额的比例

发行人百货、超市、家电业态的存货获得供应商保价补偿金额

单位：万元

业态	2015 年度	2014 年度	2013 年度	说明
百货	-	-	-	1、百货一般无保价补偿，但大多能进行退换货，极少部分不能退换货的滞销品由公司进行打折销售，打折销售低于采购价的损失由公司承担。
家电	1,723.68	1,409.83	740.87	2、2015 年度 54 家家电供应商采购金额占 2015 年度家电采购金额 93.70%，合同均约定了保价或退换货条款。
超市	504.48	585.85	497.11	3、2015 年度超市供应商共计 733 家，2015 年度超市享受保价补偿的供应商共有 462 家，占超市总供应商数量的 63.03%。
合计	2,228.16	1,995.68	1,237.98	

注：上表中，退换货系指发行人将商品换出至供应商的过程。

报告期各期获得保价补偿前十大供应商、金额、占当期获得保价补偿总金额的比例

2015年家电保价补偿情况

单位：万元

序号	供应商名称	金额	占比 (%)	类别	备注
1	青岛海信电器营销股份有限公司 合肥分公司	338.59	19.64	家电	海信彩电
2	合肥 TCL 电器销售有限公司	277.40	16.09	家电	TCL 彩电
3	深圳创维—RGB 电子有限公司安 徽分公司	226.51	13.14	家电	创维彩电
4	四川长虹电器股份有限公司合肥 销售分公司	224.31	13.01	家电	长虹彩电
5	合肥荣事达三洋电器股份有限公 司	133.83	7.76	家电	三洋洗衣机
6	安徽天香制冷设备有限公司	84.42	4.90	家电	格力空调
7	广东海信冰箱营销股份有限公司 合肥分公司	80.99	4.70	家电	海信冰洗
8	合肥市宏金家电有限公司	67.89	3.94	家电	小天鹅洗衣机
9	康佳集团股份有限公司合肥分公 司	62.16	3.61	家电	康佳电视
10	合肥美菱白色家电营销有限公司	56.85	3.30	家电	美菱冰箱
	小计	1,552.95	90.09	家电	

2014年家电保价补偿情况

单位：万元

序号	供应商名称	金额	占比 (%)	类别	备注
1	青岛海信电器营销股份有限公司 合肥分公司	443.17	31.43	家电	海信电视
2	深圳创维—RGB 电子有限公司 安徽分公司	360.87	25.60	家电	创维电视
3	四川长虹电器股份有限公司合肥 销售分公司	133.34	9.46	家电	长虹电视
4	合肥 TCL 电器销售有限公司	126.31	8.96	家电	TCL 电视
5	浙江星星家电合肥营销有限公司	93.71	6.65	家电	星星冰箱
6	合肥市宏金家电有限公司	79.61	5.65	家电	小天鹅洗衣机
7	康佳集团股份有限公司合肥分公	58.82	4.17	家电	康佳电视

序号	供应商名称	金额	占比 (%)	类别	备注
	司				
8	安徽乐胜商贸有限公司	42.00	2.98	家电	LG 冰洗
9	巢湖美菱电器营销有限公司	34.74	2.46	家电	美菱冰箱
10	合肥荣事达三洋电器股份有限公司	21.61	1.53	家电	三洋洗衣机
	小计	1,394.18	98.89	家电	

2013年家电保价补偿情况

单位：万元

序号	供应商名称	金额	占比 (%)	类别	备注
1	深圳创维—RGB 电子有限公司 安徽分公司	316.55	42.73	家电	创维电视
2	青岛海信电器营销股份有限公司 合肥分公司	188.11	25.39	家电	海信电视
3	四川长虹电器股份有限公司合 肥销售分公司	54.95	7.42	家电	长虹电视
4	合肥 TCL 电器销售有限公司	54.04	7.29	家电	TCL 电视
5	浙江星星家电合肥营销有限公 司	26.70	3.60	家电	星星冰箱
6	巢湖美菱电器营销有限公司	23.87	3.22	家电	美菱冰箱
7	合肥百事达电子有限责任公司	20.63	2.78	家电	美的小家电
8	合肥荣事达三洋电器股份有限 公司	19.57	2.64	家电	三洋洗衣机
9	康佳集团股份有限公司合肥分 公司	19.22	2.59	家电	康佳电视
10	合肥市宏金家电有限公司	9.18	1.24	家电	小天鹅洗衣机
	小计	732.82	98.90	家电	

2015年超市保价补偿情况

单位：万元

序号	供应商名称	金额	占比 (%)	类别	备注
1	合肥杰俊商贸有限公司	23.98	4.75	超市	青蛙王子儿童系列
2	巢湖永翠商贸有限公司	11.38	2.26	超市	伊利奶粉等
3	漯河双汇食品销售有限公司	10.58	2.10	超市	双汇肉

序号	供应商名称	金额	占比 (%)	类别	备注
4	巢湖市昊源商贸公司	10.58	2.10	超市	好丽友、徐福记等
5	巢湖盛源商贸有限公司	9.92	1.97	超市	立白洗涤系列
6	合肥俊彩商贸有限公司	9.78	1.94	超市	洛可可塑料制品等
7	合肥合鑫商贸有限公司巢湖销售分公司	8.65	1.71	超市	宝洁系列
8	无为明梅商贸有限责任公司	7.96	1.58	超市	盼盼食品、白象方便面等
9	巢湖市瑞昇商贸有限责任公司	7.53	1.49	超市	青青宝贝儿童系列
10	合肥德威经贸有限公司	7.28	1.44	超市	史努比儿童系列
	小计	107.64	21.34		

2014年超市保价补偿情况

单位：万元

序号	供应商名称	金额	占比 (%)	类别	备注
1	漯河双汇食品销售有限公司	24.26	4.14	超市	双汇肉
2	巢湖永翠商贸有限公司	14.87	2.54	超市	伊利奶粉等
3	巢湖市昊源商贸公司	14.78	2.52	超市	好丽友、徐福记等
4	巢湖市丰晋经贸有限公司	11.40	1.95	超市	索肤特洗发水等
5	巢湖盛源商贸有限公司	9.48	1.62	超市	立白洗涤系列
6	合肥海阳商贸有限公司	9.47	1.62	超市	飞鹤奶粉等
7	芜湖锦久辰商贸有限公司	8.35	1.43	超市	雕牌系列
8	合肥俊彩商贸有限公司	7.18	1.23	超市	洛可可塑料制品等
9	合肥合鑫商贸有限公司巢湖销售分公司	7.12	1.22	超市	宝洁系列
10	合肥杰俊商贸有限公司	6.70	1.14	超市	青蛙王子儿童系列
	小计	113.61	19.41		

2013年超市保价补偿情况

单位：万元

序号	供应商名称	金额	占比 (%)	类别	备注
1	巢湖永翠商贸有限公司	19.73	3.97	超市	伊利奶粉等
2	巢湖市昊源商贸公司	15.80	3.18	超市	好丽友、徐福记等
3	巢湖市丰晋经贸有限公司	15.53	3.12	超市	索肤特洗发水等
4	巢湖中奥有限公司	13.79	2.77	超市	丹姿护肤品
5	巢湖盛源商贸有限公司	12.63	2.54	超市	立白洗涤系列
6	巢湖市子远商贸有限公司	9.03	1.82	超市	洛华依护肤品
7	合肥市晨风纸品有限责任公司	8.51	1.71	超市	小宝贝纸品等
8	合肥德威经贸有限公司	7.65	1.54	超市	史努比儿童系列
9	合肥海阳商贸有限公司	7.19	1.45	超市	宝洁系列
10	合肥杰俊商贸有限公司	7.15	1.44	超市	青蛙王子儿童系列
	小计	117.01	23.54		

d、发行人与同行业上市公司存货跌价准备计提比较情况

单位：万元

序号	股票代码	名称	年度	存货跌价准备	当期损失消化	存货总额	占存货比	占净利润比	占收入比
1	002697	红旗连锁	2013	-	-	64,405.34	-	-	-
			2014	-	-	64,279.83	-	-	-
			2015	-	-	83,647.81	-	-	-
2	600697	欧亚集团	2013	-	-	143,892.59	-	-	-
			2014	-	-	247,690.02	-	-	-
			2015	-	-	315,764.06	-	-	-
3	600785	新华百货	2013	-	-	53,190.38	-	-	-
			2014	-	-	57,806.31	-	-	-
			2015	-	-	69,790.30	-	-	-
4	000759	中百集团	2013	-	-	223,392.65	-	-	-
			2014	-	-	191,492.94	-	-	-
			2015	69.30	-	181,109.29	0.04%	20.69%	0.00%
5	600628	新世界	2013	-	-	17,020.50	-	-	-
			2014	-	-	18,176.60	-	-	-
			2015	-	-	20,285.82	-	-	-
6	601933	永辉超市	2013	1,613.67	-	334,853.34	0.48%	2.24%	0.05%
			2014	1,569.73	-	369,909.67	0.42%	1.84%	0.04%
			2015	1,378.70	-	425,006.24	0.32%	2.30%	0.03%
7	002264	新华都	2013	855.57	-	69,913.60	1.22%	-4.70%	0.12%
			2014	780.72	-	72,635.06	1.07%	21.28%	0.11%
			2015	1,156.42	-	70,088.01	1.65%	-2.93%	0.18%

8	002251	步步高	2013	314.96	-	156,801.88	0.20%	0.76%	0.03%
			2014	299.62	-	148,263.93	0.20%	0.87%	0.02%
			2015	324.35	-	181,993.36	0.18%	1.51%	0.02%
9	002561	徐家汇	2013	0.00	-	2,357.00	0.00%	0.00%	0.00%
			2014	14.17	-	2,302.49	0.62%	0.05%	0.01%
			2015	14.93	-	2,621.79	0.57%	0.06%	0.01%
10	000417	合肥百货	2013	1,096.79	-	69,006.35	1.59%	2.51%	0.11%
			2014	719.10	-	82,514.37	0.87%	1.96%	0.07%
			2015	828.37	-	102,210.12	0.81%	2.49%	0.08%
11	835433	商之都	2013	362.19	-	20,789.19	1.74%	6.35%	0.12%
			2014	393.76	-	23,144.24	1.70%	39.28%	0.14%
			2015	367.33	-	24,451.41	1.50%	124.71%	0.14%
12	-	安德利百货	2013	-	360.23	32,029.39	1.12%	7.88%	0.25%
			2014	-	541.92	31,716.40	1.71%	15.02%	0.39%
			2015	-	690.41	30,776.71	2.24%	12.96%	0.54%

上表共选取10家同类上市公司及1家同类挂牌公司进行对比，其中5家上市公司于2013年度、2014年度及2015年度未计提跌价准备，另5家上市公司及1家挂牌公司计提了部分跌价准备。

发行人期末虽然未计提存货跌价准备，但当期损失消化报告期内分别为360.23万元、541.92万元和690.41万元，当期损失消化/存货总额的比例分别为1.12%、1.71%和2.24%，该比例超过选取的同行业上市公司存货跌价准备计提的比例。综上所述，发行人存货跌价准备情况与同行业上市公司及挂牌公司相比并无重大差异。

e、报告期各期，发行人的存货在既不退换货又不能保价补偿情况下，存货报损由发行人承担损失的情况

单位：万元

业态	2015年度	2014年度	2013年度	说明
百货	49.79	46.87	38.83	除上述退换货和保价补偿情况之外，在极少数情况下部分商品既不能退换货，又不能获得保价补偿，公司对此部分商品进行打折销售，由公司承担该部分销售损失。该销售损失全年发生额较小，该销售损失由财务部定期与销售柜组、采购部、监察部确认商品不能退换货，也不能保价补偿时即确认当期损益。
家电	33.12	33.70	28.62	
超市	607.5	461.35	292.78	

合计	690.41	541.92	360.23	
----	--------	--------	--------	--

从会计处理谨慎性的角度考虑，发行人当期损失消化过程实际系将年末存货跌价准备计提过程前置，之所以采取该种形式，系发行人所处行业与一般传统制造业有所不同。

一般传统制造业公司计提存货跌价准备过程受产品售价、大宗原材料采购进价等影响较大，例如铜材加工业，原材料大宗铜的采购进价受国内外市场价格影响巨大，且呈现很强的周期性，因而已经计提的存货跌价准备可能会随着产品售价进入上升周期或原材料等价格下降周期而出现可逆性。

但发行人所处行业为零售百货业，因其主要出售商品为日常消耗用品，其商品价格基本不会上调，故已经计提的存货跌价准备不具备可逆性。

③公司设置了完善的存货管理内控制度

为了加强库存商品的管理、降低流动资金的占用和存货减值的风险。公司制定了详尽的存货管理制度，针对商品采购准入、入库验收、仓储保管、定期盘点、出库等全部流程进行规范，具体制度包括《商品准入实施办法》、《供应商管理制度》、《“阳光工程”实施办法》、《商品验收管理制度》、《仓库保管制度》、《商品库存监督制度》等；针对食品部分，公司还特别制定了《食品安全准入系列制度》。上述制度的设置与实施对公司库存的管理和风险控制起到了重要的作用。

2、非流动资产构成及其变化分析

类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
可供出售金融资产	1,000.00	1.25	1,000.00	1.25	1,000.00	1.35	1,000.00	1.47
投资性房地产	10,840.39	13.53	11,006.96	13.75	10,420.64	14.11	3,364.17	4.95
固定资产	52,779.03	65.86	53,223.83	66.48	47,391.65	64.18	40,415.99	59.51
在建工程	4,094.99	5.11	3,245.95	4.05	3,193.56	4.32	10,279.21	15.14
无形资产	10,620.03	13.25	10,771.74	13.45	10,871.31	14.72	12,122.60	17.85
长期待摊费用	474.06	0.59	490.46	0.61	594.70	0.81	505.79	0.74
递延所得税资产	331.27	0.41	320.17	0.40	368.64	0.50	224.06	0.33
非流动资产合计	80,139.77	100.00	80,059.11	100.00	73,840.50	100.00	67,911.82	100.00

报告期内，公司非流动资产呈稳步增长态势，2016年6月末较2013年末增长12,227.95万元，增幅为18.01%。公司非流动资产主要由固定资产、无形资产、投资性房地产、在建工程及可供出售金融资产构成，报告期内上述五项占公司相应期间非流动资产的比重分别为98.92%、98.68%、98.98%及99.00%，对公司非流动资产的规模及变动趋势具有重要影响。

（1）可供出售金融资产

报告期各期末，公司可供出售金融资产金额分别为1,000.00万元、1,000.00万元、1,000.00万元及1,000.00万元，占非流动资产的比重分别为1.47%、1.35%、1.25%及1.25%。

截止2016年6月末，公司的可供出售金融资产为持有国元小贷10%的股权，采取成本法核算。

报告期内，可供出售金融资产的变动情况如下表所示：

单位：万元

被投资企业	国元小贷	合计
2013年12月31日	1,000.00	1,000.00
2014年12月31日	1,000.00	1,000.00
2015年12月31日	1,000.00	1,000.00
2016年6月30日	1,000.00	1,000.00

（2）投资性房地产

报告期各期末，公司投资性房地产账面价值分别为3,364.17万元、10,420.64万元、11,006.96万元及10,840.39万元，占非流动资产的比重分别为4.95%、14.11%、13.75%及13.53%。

报告期各期末，公司投资性房地产账面价值具体构成情况如下：

类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
房屋及建筑物	8,052.74	74.28	8,177.68	74.30	7,508.11	72.05	1,684.63	50.08
土地使用权	2,787.65	25.72	2,829.27	25.70	2,912.53	27.95	1,679.54	49.92
合计	10,840.39	100.00	11,006.96	100.00	10,420.64	100.00	3,364.17	100.00

公司拥有的投资性房地产主要系巢湖安德利购物中心大楼商务楼部分的房产以及无为安德利购物中心广场部分房产，用于对外经营租赁，均采用成本法计

量。2014年末和2015年末投资性房地产较上一年度末分别增加7,056.46万元和586.32万元，主要原因系公司将无为安德利购物中心广场新建成的部分房产转为对外经营租赁所致。

(3) 固定资产

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为40,415.99万元、47,391.65万元、53,223.83万元及52,779.03万元，占非流动资产的比重分别为59.51%、64.18%、66.48%及65.86%。

报告期各期末，公司固定资产账面价值具体构成情况如下：

类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
房屋及建筑物	49,514.29	93.81	49,842.57	93.65	44,380.35	93.65	38,106.98	94.29
运输设备	514.05	0.97	574.95	1.08	514.45	1.09	537.45	1.33
电子设备及其他	2,750.69	5.21	2,806.31	5.27	2,496.85	5.27	1,771.56	4.38
合计	52,779.03	100.00	53,223.83	100.00	47,391.65	100.00	40,415.99	100.00

2014年末公司固定资产账面价值为47,391.65万元，较2013年末固定资产账面价值增加6,975.66万元，增幅为17.26%，主要是由于无为安德利购物中心广场新建成的部分房产由在建工程转为固定资产所致。

2015年末固定资产账面价值为53,223.83万元，较2014年末固定资产账面价值增加5,832.18万元，增幅为12.31%，主要是由于巢湖安德利物流中心全部由在建工程转为固定资产所致。

截止2016年6月30日，公司固定资产成新率如下：

单位：万元

项目	原值	净值	成新率
房屋及建筑物	57,666.12	49,514.29	85.86%
运输设备	1,082.04	514.05	47.51%
电子设备及其他	6,098.94	2,750.69	45.10%
合计	64,847.10	52,779.03	81.39%

公司固定资产总体成新率较高，截止2016年6月30日，固定资产净值占固定资产原值的比例为81.39%。

报告期内发行人固定资产折旧政策与同行业上市公司对比情况如下：

单位	类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
发行人	房屋及建筑物	直线法	10-35	0-5.00	2.71-10.00
	运输工具	直线法	8	5.00	11.88
	电子设备及其他	直线法	5	5.00	19.00
合肥百货	房屋及建筑物	年限平均法	20-35	4.00	4.80-2.74
	机器设备	年限平均法	7-15	4.00	13.70-6.40
	运输设备	年限平均法	8-12	4.00	12.00-8.00
	电子设备及其他	年限平均法	5-8	4.00	19.20-12.00
	固定资产装修费	年限平均法	5-15		20.00-6.67
步步高	房屋建筑物		30	5.00	3.17
	机器设备		6-10	5.00	9.5-15.83
	运输设备		5-8	5.00	11.88-19
	信息设备		3-5	5.00	19-31.67
	其他办公设备		6	5.00	15.83
新华都	房屋及建筑物	年限平均法	40		2.375-2.425
	专用设备	年限平均法	5-10		9.5-19.4
	运输工具	年限平均法	5-10		9.5-19.4
	通用设备	年限平均法	5		19-19.4

注：发行人房屋及建筑物中房屋折旧年限为 35 年，残值率为 5%，自建房屋装修改造折旧年限为 10 年，残值率为零。

从上表可以看出，发行人的固定资产折旧政策与可比上市公司的折旧政策比较无重大不一致。

(4) 在建工程

报告期各期末，公司在建工程余额分别为 10,279.21 万元、3,193.56 万元、3,245.95 万元及 4,094.99 万元，占非流动资产的比重分别为 15.14 %、4.32%、4.05% 及 5.11%。

报告期各期末，公司在建工程明细如下：

单位：万元

项目	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
物流配送中心	877.29	877.29	877.29	875.11
无为安德利购物中心有限公司广场	-	-	-	7,892.71
巢湖物流中心	-	-	1,875.83	1,511.39

和县物流中心	3,217.70	2,368.66	440.45	-
合计	4,094.99	3,245.95	3,193.56	10,279.21

2014 年末公司在建工程金额较上一年度末明显减少，主要系无为安德利购物中心广场在建工程建设部分已经全部完工，转为固定资产或投资性房地产科目列示所致。2015 年末及 2016 年 6 月末公司在建工程金额较上一年度末增加，主要系和县安德利物流中心正在建设过程中所致。

(5) 无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为12,122.60万元、10,871.31万元、10,771.74万元及10,620.03万元，占非流动资产的比重分别为17.85%、14.72%、13.45%及13.25%。

报告期各期末，公司无形资产账面价值具体构成情况如下：

类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
土地使用权	10,538.52	99.23	10,680.99	99.16	10,825.94	99.58	12,055.69	99.45
软件	81.51	0.77	90.75	0.84	45.37	0.42	66.90	0.55
合计	10,620.03	100.00	10,771.74	100.00	10,871.31	100.00	12,122.60	100.00

2014年末公司无形资产账面价值较2013年末减少1,251.28万元，主要系无为安德利购物中心广场部分房产转为外经营租赁，相应的该部分土地使用权转为投资房地产列示所致。

报告期内发行人无形资产摊销政策与同行业上市公司对比情况如下：

单位	项目	摊销年限(年)
发行人	土地使用权	使用年限
	软件	5
合肥百货	土地使用权	按取得权证后剩余年限
	应用软件使用权	5-10 年
	商标使用权	10 年
步步高	土地使用权	40-50
	软件	3-10
新华都	土地使用权	40
	办公及财务软件	5

从上表可以看出，发行人的无形资产摊销政策与可比上市公司的摊销政策比较无重大不一致。

关于公司上述土地使用权详细情况见本招股书第六节之“五、发行人的主要固定资产和无形资产”。

（6）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用账面价值分别为505.79万元、594.70万元、490.46万元及474.06万元，占非流动资产的比重分别为0.74%、0.81%、0.61%及0.59%。长期待摊费用占非流动资产比重较小，主要为公司租赁门店的装修费用。

（7）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为224.06万元、368.64万元、320.17万元及331.27万元，占非流动资产的比重分别为0.33%、0.50%、0.40%及0.41%。递延所得税资产主要系公司计提应收款项坏账准备及计提应付职工薪酬等负债所产生的会计和税法时间性差异所形成。

报告期各期末，公司递延所得税资产余额具体构成情况如下：

类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
资产减值准备	135.25	40.83	97.72	30.52	60.11	16.31	30.52	13.62
应付职工薪酬等负债	191.24	57.73	222.26	69.42	208.03	56.43	193.54	86.38
当期可抵扣亏损	4.78	1.44	0.18	0.06	100.49	27.26	-	-
合计	331.27	100.00	320.17	100.00	368.64	100.00	224.06	100.00

3、资产减值准备的提取情况

报告期内，公司严格执行企业会计准则相关规定，并根据公司资产实际情况制定了较为谨慎的资产减值准备计提政策，各期末均对各项资产进行减值测试并根据各项资产的可收回金额（可变现净值）与账面价值的差额相应地足额计提减值准备。截止2016年6月30日，公司所提取的资产减值准备为根据公司会计政策对应收款项提取的坏账准备，其他资产不存在减值的情形。公司董事会和管理层认为，公司资产整体质量优良，资产减值准备计提符合资产质量的实际情况，计提金额充分、合理。

（二）负债结构及其变动分析

报告期内，公司负债总体构成情况如下：

类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
流动负债	87,837.93	99.56	93,181.05	99.58	90,034.51	95.30	84,355.90	92.35
非流动负债	390.50	0.44	395.27	0.42	4,439.18	4.70	6,986.21	7.65
负债总计	88,228.43	100.00	93,576.32	100.00	94,473.69	100.00	91,342.11	100.00

报告期内，公司负债规模随着业务规模的扩张而不断增长。公司负债主要为以短期借款、应付票据、应付账款以及预收账款为代表的流动负债，其占相应期末公司负债总额的比例约90%以上，这符合零售百货行业的特点。公司非流动负债主要为长期借款。

1、流动负债结构及其变化分析

类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
短期借款	48,500.00	55.22	48,000.00	51.51	41,600.00	46.20	39,429.00	46.74
应付票据	8,335.00	9.49	9,682.00	10.39	17,936.00	19.92	11,041.00	13.09
应付账款	23,359.09	26.59	25,348.34	27.20	20,070.85	22.29	24,219.84	28.71
预收款项	3,133.67	3.57	3,074.97	3.30	3,764.19	4.18	5,535.89	6.56
应付职工薪酬	667.76	0.76	845.33	0.91	785.70	0.87	693.82	0.82
应交税费	960.90	1.09	1,413.78	1.52	1,334.92	1.48	1,191.13	1.41
应付利息	1.64	0.00	5.47	0.01	2.47	0.00	3.19	0.00
其他应付款	879.87	1.00	811.16	0.87	1,140.38	1.27	1,342.02	1.59
一年内到期的非流动负债	2,000.00	2.28	4,000.00	4.29	3,400.00	3.78	900.00	1.07
流动负债合计	87,837.93	100.00	93,181.05	100.00	90,034.51	100.00	84,355.90	100.00

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款余额分别为39,429.00万元、41,600.00万元、48,000.00万元及48,500.00万元，占相应期末流动负债比重分别为46.74%、46.20%、51.51%及55.22%。公司短期借款均为抵押借款。

类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
抵押借款	48,500.00	100.00	48,000.00	100.00	41,600.00	100.00	39,429.00	100.00
合计	48,500.00	100.00	48,000.00	100.00	41,600.00	100.00	39,429.00	100.00

2014年末和2015年末公司短期借款余额分别较上期末增加2,171.00万元和6,400.00万元，增幅为5.51%和15.38%，主要系公司经营规模扩大和业务扩张需要，流动资金需求量增加，相应增加银行借款所致。

(2) 应付票据

报告期各期末，公司应付票据余额分别为11,041.00万元、17,936.00万元、9,682.00万元及8,335.00万元，占相应期末流动负债比重分别为13.09%、19.92%、10.39%及9.49%。公司应付票据为采购商品所支付的银行承兑汇票。

2014年末应付票据较上一年末增加6,895.00万元，增幅为62.45%，主要原因为公司的银行承兑汇票结算额度的增加和新增国内信用证结算所致。2015年末，应付票据期末余额比期初减少-8,254.00元，减少比例为-46.02%，主要原因为支付国内信用证减少所致。

(3) 应付账款

报告期各期末，公司应付账款余额分别为24,219.84万元、20,070.85万元、25,348.34万元及23,359.09万元，占相应期末流动负债比重分别为28.71%、22.29%、27.20%及26.59%。截至2016年6月30日，公司账龄在一年以内的应付账款占比为89.52%。

公司2015年末应付账款余额较上一年末分别增加5,277.50万元，增幅为26.29%，主要系伴随着营业规模不断扩大，公司相应扩大采购规模导致应付供应商货款增加所致。

截止2016年6月30日，公司账龄超过一年的重要应付账款情况如下：

单位名称	与本公司关系	金额(万元)	性质
安徽建工第四工程有限公司	非关联方	515.90	按工程进度付款
安徽盛世欣兴格力贸易有限公司	非关联方	177.30	未到约定付款期限
安徽新兴格力空调销售有限公司	非关联方	59.53	未到约定付款期限
合计		752.73	

(4) 预收账款

报告期各期末，公司预收账款余额分别为 5,535.89 万元、3,764.19 万元、3,074.97 万元及 3,133.67 万元，占应期末流动负债比重分别为 6.56%、4.18%、3.30%及 3.57%。报告期各期末，公司预收账款主要为安德利储值卡预售款，占比近 80%以上。公司账龄在一年以内的预收账款占比达 97%以上。

报告期各期末，公司预收账款余额具体构成如下：

类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
储值卡	2,386.56	76.16	2,426.65	78.92	3,389.92	90.06	4,684.66	84.62
客户	442.69	14.13	427.87	13.91	230.81	6.13	784.45	14.17
其他	304.42	9.71	220.45	7.17	143.46	3.81	66.78	1.21
合计	3,133.67	100.00	3,074.97	100.00	3,764.19	100.00	5,535.89	100.00

报告期末，公司预收账款主要为消费者购买的安德利储值卡，随着零售百货行业的快速发展以及本公司所经营门店的增加、经营规模逐渐扩大，公司加强了针对团体和大额消费客户的营销力度、加大了安德利储值卡的销售量，储值卡的销售能够为团体和大额消费顾客提供更好的消费便利。

报告期各期末，公司预收大客户款项金额分别为 784.45 万元、230.81 万元、427.87 万元及 442.69 万元，2013 年末预收大客户款项较大，主要系 2013 年末工商银行巢湖分行向公司支付预收款项近 250 万元用于采购商品。

报告期各期末，公司预收房租金额逐年上升，系受无为购物中心广场正式建成并投入营运，广场部分大楼对外租赁收取租金收入，新增租赁对象包括无为影尚文化传媒有限公司、好声音量贩式 KTV 等。

(5) 应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 693.82 万元、785.70 万元、845.33 万元及 667.76 万元，占应期末流动负债比重分别为 0.82%、0.87%、0.91%及 0.76%。公司各期末应付职工薪酬余额为部分已计提但尚未发放的薪酬，不存在拖欠性质的应付职工薪酬。

(6) 应交税费

报告期各期末，公司应付税费余额分别为 1,191.13 万元、1,334.92 万元、1,413.78 万元及 960.90 万元，占应期末流动负债比重分别为 1.41%、1.48%、1.52%及 1.09%。

单位：万元

项目	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
企业所得税	395.29	582.58	443.28	505.16
增值税	50.49	264.22	112.93	122.16
营业税	-	52.41	59.18	63.86
消费税	16.06	19.48	21.42	61.78
土地使用税	59.43	59.43	50.65	10.05
房产税	344.22	338.93	279.09	41.21
水利基金	77.24	79.98	78.72	79.13
城市维护建设税	-0.17	4.72	5.80	-1.14
教育费附加	0.34	1.72	3.79	0.72
地方教育费附加	0.22	1.15	2.53	0.48
代扣代缴个人所得税	14.25	3.16	274.77	274.37
印花税	3.53	5.99	2.78	2.83
代扣代缴营业税	-	-	-	30.53
合计	960.90	1,413.78	1,334.92	1,191.13

2014 年末公司应交税费较 2013 年末增加 143.79 万元，系无为安德利购物中心广场新增部分房产应交房产税所致。

2015 年末公司应交税费较 2014 年末增加 78.85 万元，系 2015 年度四季度公司预缴所得税较多所致。

报告期内，公司代扣代缴个人所得税期末余额系公司于 2011 年度清偿了全部内部员工存款的本金和利息而增加的代扣缴个人所得税。

2016 年 6 月末应交税费期末数比期初数减少 452.88 元，减少比例为 32.03%，主要原因为公司待抵扣增值税进项税增加所致。

(7) 应付利息

报告期各期末，公司应付利息余额分别为 3.19 万元、2.47 万元、5.47 万元及 1.64 万元，占应期末流动负债比重分别为 0.00%、0.00%、0.01% 及 0.00%。

报告期各期末，公司应付利息余额系计提的分期付息的借款利息。

(8) 其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 1,342.02 万元、1,140.38 万元、811.16 万元及 879.87 万元，占相应期末流动负债总额比重分别为 1.59%、1.27%、

0.87%及 1.00%。

2013 年末，公司其他应付款余额主要为工程保证金。2015 年 12 月末，公司其他应付款余额主要为工程保证金。

截止2016年6月30日，公司账龄超过一年的重要其他应付款情况如下：

欠款单位	与本公司关系	金额 (万元)	占比(%)	性质
徐霞坤	非关联方	200.00	22.73	工程保证金
合计		200.00	22.73	

(9) 一年内到期的非流动负债

截止2016年6月末，公司一年内到期的非流动负债2,000.00万元系公司从中国农业银行庐江支行借入以及招商银行合肥经济开发区支行的长期借款按照合同规定于一年内到期偿还的金额。关于该两笔长期借款详细情况请参见本招股书第十一节之“二、发行人财务状况分析（二）负债结构及其变动分析2、非流动负债结构及其变化分析（1）长期借款”处分析。

2、非流动负债结构及其变化分析

类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
长期借款	-	-	-	-	4,000.00	90.11	6,500.00	93.04
递延收益	390.50	100.00	395.27	100.00	439.18	9.89	486.21	6.96
非流动负债合计	390.50	100.00	395.27	100.00	4,439.18	100.00	6,986.21	100.00

(1) 长期借款

报告期各期末，公司长期借款余额分别为6,500.00万元、4,000.00万元、0.00万元及0.00万元，占相应期末非流动负债比重分别为93.04%、90.11%、0.00%及0.00%。公司长期借款为抵押借款和委托借款两种。

报告期各期末，公司长期借款余额明细如下：

类别	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
抵押借款	-	-	-	-	4,000.00	100.00	6,000.00	92.31
委托借款	-	-	-	-	-	-	500.00	7.69

长期借款合计	-	-	-	-	4,000.00	100.00	6,500.00	100.00
--------	---	---	---	---	----------	--------	----------	--------

2014年，公司与招商银行股份有限公司合肥经济开发区支行签订的固定资产借款合同，借款金额3400万元，用于巢湖安德利物流中心项目建设工程，期限为2年，由和县安德利拥有的房产及土地作为抵押担保。

2011年9月，公司因万村千乡市场工程-龙桥等五个直营配送中心项目建设筹措资金需要，与中国农业银行股份有限公司庐江县支行签订固定资产借款合同，借款7,000万元，期限为5年。公司以巢湖安德利购物中心大楼1-5层及其土地作为抵押担保，产权证号为：房地权证字第107014号，房地权证字第107015号，房地权证字第107016号，巢国用（2010）第03360号。

2010年，公司（借款人）因庐江物流配送中心工程项目建设筹措资金需要，与中国银行股份有限公司庐江支行（受托人）、庐江县城市建设投资有限公司（委托人）签订人民币委托贷款合同，委托人将其向国家开发银行安徽省分行以统借统还方式融入的资金委托给受托人，借款人民币3,000万元，期限为5年。

（2）递延收益

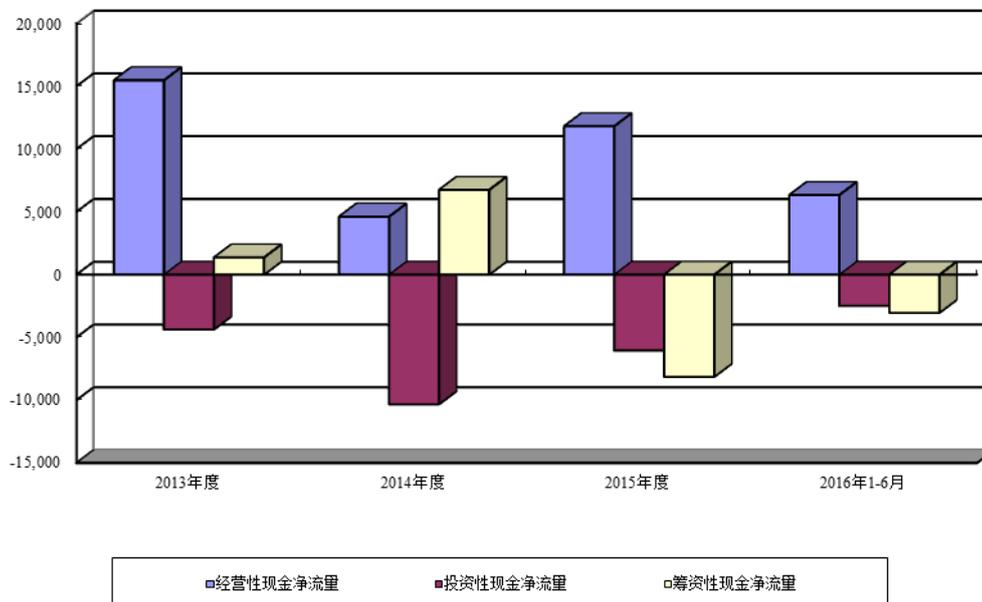
报告期各期末，公司递延收益余额分别为486.21万元、439.18万元、395.27万元及390.50万元，占期末非流动负债比重分别为6.96%、9.89%、100.00%及100.00%。

根据安徽省财政厅下发文件财企（2013）1776号，和县安德利获得奖励75万元，该资金专项用于和县农村商品流通服务体系建设项目，截止2015年12月31日，按该项目累计转入营业外收入科目的递延收益共计75.00万元，计入递延收益科目金额为0.00万元。

根据庐江县政府下发文件《关于给予庐江安德利贸易中心有限公司投资奖励的通知》（庐政秘[2006]169号）、《关于给予安徽安德利百货股份有限公司超收奖励的通知》（庐政秘[2012]36号文）、《关于给予安徽安德利百货股份有限公司农业产业化建设奖励的通知》（庐政秘[2012]49号）和《关于给予安徽安德利百货股份有限公司专项奖励的通知》（庐政秘[2012]50号），为支持公司庐江物流配送中心项目的土地购建，公司分别获得198.17元、25.45万元、115万元和110万元奖励。截止2016年6月30日，该项土地按尚可使用年限平均计算，各年度累计转入营业外收入科目的递延收益共计58.13万元，计入递延收益科目金额为390.50万元。

(三) 现金流量分析

公司现金流量结构及变化情况 (单位: 万元)



单位: 万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
一、经营活动产生的现金流量净额	6,347.90	11,825.98	4,623.67	15,484.45
二、投资活动产生的现金流量净额	-2,477.16	-6,030.82	-10,325.15	-19,999.25
三、筹资活动产生的现金流量净额	-3,039.81	-8,137.11	6,754.62	6,760.50
四、汇率变动对现金流量的影响额	-	-	-	-
净现金流量	830.93	-2,341.95	1,053.14	2,245.70

1、经营活动产生的现金流量分析

报告期内, 公司经营活动产生的现金流量基本情况如下:

单位: 万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
1、现金流入				
销售商品、提供劳务收到的现金	84,006.33	164,103.23	156,870.98	148,269.21
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	1,568.44	3,782.31	4,712.99	4,167.63
经营活动现金流入小计	85,574.77	167,885.54	161,583.97	152,436.85
2、现金流出				

购买商品、接受劳务支付的现金	64,197.55	128,895.41	130,490.60	111,765.84
支付给职工以及为职工支付的现金	6,337.61	11,284.14	11,352.60	9,613.29
支付的各项税费	4,105.30	6,680.54	5,997.02	7,075.90
支付其他与经营活动有关的现金	4,586.41	9,199.46	9,120.07	8,497.36
经营活动现金流出小计	79,226.87	156,059.56	156,960.30	136,952.39
经营活动产生的现金流量净额	6,347.90	11,825.98	4,623.67	15,484.45

经营性现金流量与公司收入、利润之间的匹配性分析

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
销售商品、提供劳务收到的现金	84,006.33	164,103.23	156,870.98	148,269.21
营业收入	76,805.90	145,691.36	137,832.28	129,000.77
经营活动产生的现金流量净额	6,347.90	11,825.98	4,623.67	15,484.45
净利润	2,177.71	4,569.07	3,609.19	5,328.34

报告期内，随着公司营业收入规模的不断扩大，公司销售商品收到的现金和经营性现金净流量亦随之增加。总体而言，公司销售商品收到的现金与实现的营业收入、经营活动产生的现金流量净额与实现的净利润保持着较好的匹配关系，说明公司主营业务在具有较高的获利能力的同时保持着良好的盈利质量（即获取现金的能力），这为公司的持续稳定经营和规模扩张提供了良好的资金流支持。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
1、现金流入				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	100.00	120.00	150.60	145.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	0.70	251.00	2,296.94
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	100.00	120.70	401.60	2,441.94
2、现金流出				
购建固定资产、无形资产和其他	2,577.16	6,151.52	10,726.75	22,441.20

长期资产支付的现金				
投资支付的现金	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	2,577.16	6,151.52	10,726.75	22,441.20
投资活动产生的现金流量净额	-2,477.16	-6,030.82	-10,325.15	-19,999.25

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额均为负数，主要系公司正处于快速发展期，为适应市场发展的需要，扩大营业规模，公司不断投入资金进行建设所致。报告期内，无为安德利购物中心广场建成并投入营业、和县安德利物流中心建设以及各分店数量和规模的快速扩张，上述因素导致报告期内公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金金额分别为 22,441.20 万元、10,726.75 万元、6,151.52 万元以及 2,577.16 万元。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
1、现金流入				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	19,800.00	49,496.19	45,000.00	47,029.00
收到其他与筹资活动有关的现金	41.38	3,500.00	21,842.44	7,849.14
筹资活动现金流入小计	19,841.38	52,996.19	66,842.44	54,878.14
2、现金流出				
偿还债务支付的现金	21,300.00	46,496.19	42,829.00	37,059.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,349.62	3,136.17	3,125.70	2,873.68
支付其他与筹资活动有关的现金	231.57	11,500.94	14,133.12	8,184.95
筹资活动现金流出小计	22,881.19	61,133.29	60,087.82	48,117.63
筹资活动产生的现金流量净额	-3,039.81	-8,137.11	6,754.62	6,760.50

报告期内，公司筹资活动现金流量主要为借入、偿还银行贷款所产生的现金流量影响。报告期内，公司收到和支付其他与筹资活动有关的现金主要为国内信

用证的贴现、支付国内信证和顾问费以及公司与非金融机构借款的资金拆借行为。

（四）偿债能力分析

财务指标	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
资产负债率（母公司）	89.63%	89.48%	86.81%	83.56%
资产负债率（合并）	71.28%	73.71%	76.63%	78.38%
流动比率	0.50	0.50	0.55	0.58
速动比率	0.20	0.17	0.20	0.20
财务指标	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
息税折旧摊销前利润（万元）	6,006.06	12,521.53	10,389.12	11,245.64
利息保障倍数（倍）	3.15	2.98	2.78	4.00

报告期各期末，公司资产负债率（合并）分别为78.38%、76.63%、73.71%及71.28%。资产负债率变化受公司从银行等金融机构融资借入资金形成的流动负债和长期负债影响较大。报告期各期末，公司从银行融资借入的短期、长期借款余额分别为：46,829万元、49,000万元、52,000万元及50,500.00万元，占期末总负债比例分别为51.27%、51.87%、55.57%及57.24%。具体来看：（1）公司在经营上主要采取自营模式，这种经营模式不同于联营模式和收取租金收入模式，由于要对采购的商品买断其所有权，因此对资金的需求规模相对较大；（2）无为安德利购物中心广场的顺利竣工，公司亦需要不断投入大量资金；（3）公司经营网络的继续扩大，物流中心的建设、各分店的开张及老门店的扩建翻新亦需要大量资金支持。

公司与同行业可比上市公司资产负债率的比较情况如下：

公司代码	公司名称	资产负债率 （合并） （2015年末）	资产负债率 （合并） （2014年末）	资产负债率 （合并） （2013年末）
000417.SZ	合肥百货	53.08%	53.27%	54.09%
002251.SZ	步步高	59.30%	61.56%	60.48%
002264.SH	新华都	82.31%	71.91%	73.48%
	安德利	73.71%	76.63%	78.38%

【注】：上述资料来源于各上市公司已公开披露的年报信息和招股说明书等资料

从上述对比可以看出，公司资产负债率高于同行业可比上市公司，若公司此

次发行股票获得批准并成功募集资金，在募集资金到位后，将给公司提供更充足的流动资金，公司的资产负债率将会出现下降，偿债能力将进一步得到加强。

报告期各期末，公司流动比率分别为0.58、0.55、0.50及0.50，速动比率分别为0.20、0.20、0.17及0.20。2015年末流动比率、速动比率较2014年末略有下降，主要原因系公司流动负债增长较多：（1）伴随着营业规模不断扩大，公司年末加大了对库存商品的采购力度，导致应付供应商货款增加从而引起应付账款增加；（2）公司将长期借款全部都重分类至一年内到期的非流动负债增加所致。

（五）资产周转能力分析

财务指标	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
应收账款周转率（次）	186.06	306.61	249.42	406.82
存货周转率（次）	2.11	3.67	3.45	3.42

报告期各期末，公司应收账款周转率分别为406.82、249.42、306.61及186.06，周转率较快，这符合零售百货行业的总体特征；公司存货周转率分别为3.42、3.45、3.67及2.11，整体保持稳定趋势。

公司与同行业可比上市公司2015年度应收账款周转率和存货周转率比较情况如下：

公司代码	公司名称	应收账款周转率（次）	存货周转率（次）
000417.SZ	合肥百货	219.88	8.47
002251.SZ	步步高	171.02	7.31
002264.SH	新华都	476.95	7.23
	安德利	306.61	3.67

【注】：上述资料来源于各上市公司已公开披露的年报信息和招股说明书等资料

从上述对比可以看出，公司应收账款周转率与同行业可比上市公司基本持平；公司存货周转率低于同行业可比上市公司，主要系公司与上表所提到的已上市公司之间业务经营模式不同所致。公司在经营上主要采取自营模式，这种经营模式不同于联营模式和收取租金收入模式，由于要对所采购的商品买断其所有权，因此账面存货会较其他经营模式偏多，导致存货周转率相对略低。

三、资本性支出分析

（一）发行人报告期内资本性支出情况及其影响

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金分别为 22,441.20 万元、10,726.75 万元、6,151.52 万元及 2,577.16 万元，累计支出达 41,896.63 万元，公司的资本性支出主要用于无为安德利购物中心广场建设、巢湖与和县物流中心建设以及各分店的开立和扩张。

（二）未来可预见的资本性支出及对公司的影响

截至本招股说明书签署之日，除本次发行募集资金投资 29,040.20 万元外，发行人无可预见的重大资本性支出计划。募集资金到位后，公司将按拟定的投资计划投入，具体情况详见本招股说明书第十三节“募集资金运用”。

四、报告期内重大或有事项对发行人的影响

报告期内或有事项详情请参见招股说明书第十节之“十二、期后事项、或有事项及其他重大事项（二）或有事项”。

五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

公司目前已牢牢占据安徽中部皖江流域，未来将逐步扩大市场占有率，继续着眼于皖江流域三、四线城市及广大农村市场的需求，以百货零售业为核心，灵活运用购物中心、超市、家电专业店等不同业态模式积极扩大销售网点和市场网络的建设，将公司建设成为皖中地区县乡市场百货零售企业的领军企业。未来几年，下列因素决定了公司仍将具有持续盈利能力和良好的财务状况：

（一）国家政策的大力支持

公司隶属于百货零售业，近年来，我国政府出台了一系列推动消费、鼓励和支持商业零售行业发展的相关政策，扩大了国内消费需求，促进了百货零售行业的健康发展。2012 年 1 月，商务部发布《商务部关于“十二五”时期促进零售业发展的指导意见》（商流通发[2012]27 号）文件，指出：零售业发展目标是使结构布局更趋完善，城乡、区域间协调发展。增强中低端百货店竞争力，拓宽品牌商品销售渠道，满足不同层次消费需求。鼓励百货、超市等零售企业提高自主经

营比重。2012年9月，国务院发布《国内贸易发展“十二五”规划》（国办发[2012]47号）文件，提出：在“十二五”时期，我国内贸的发展目标，即总体规模指标实现翻番、城乡区域发展趋于协调、流通现代化水平显著提升、市场应急调控能力增强、国内市场环境明显改善。2013年2月，商务部发布《商务部关于贯彻落实〈中共中央、国务院关于加强发展现代农业进一步增强农村发展活力的若干意见〉的实施意见》（商建发[2013]51号）文件，指出：将深入贯彻中央一号文件精神，全面推进农产品市场体系建设；以实施万村千乡市场工程为重点，健全城乡网络服务；以强化流通基础设施为支撑，完善市场功能增效益；以创新流通方式为载体，密切产销衔接提效率；以构建应急体系为核心，强化运行调控稳市场；以进出口调剂为手段，统筹内外贸市场促平衡；以完善追溯体系为抓手，加强质量管理保安全；以推动标准应用为突破，优化流通环境促发展。2014年10月，国务院办公厅发布《关于促进内贸流通健康发展的若干意见》（国办发[2014]51号）文件，指出：大力发展连锁经营。以电子商务、信息化及物流配送为依托，推进发展直营连锁，规范发展特许连锁，引导发展自愿连锁。支持连锁经营企业建设直采基地和信息系统，提升自愿连锁服务机构联合采购、统一分销、共同配送能力，引导便利店等业态进社区、进农村，规范和拓展其代收费、代收货等便民服务功能。鼓励超市、便利店、机场等相关场所依法依规发展便民餐点。

上述产业及相关优惠政策不仅有利于行业的稳定持续发展，也为业内企业提供了一个稳定优良的发展环境，公司未来将从中受益良多。

（二）坚持以自营为主的经营模式将使公司在竞争扩大优势

目前，公司自营模式下的收入占总营业收入的80%以上，近几年，凭借自营经营模式上的竞争优势，公司销售毛利率得到稳步提升。未来，公司在控制好自营模式经营下的相关风险后，将继续利用并扩大该模式在自主定价权、保障商品质量、形成差异化的竞争、快速满足市场消费需求等方面具有的诸多优势，进一步扩大市场份额，稳定并提升销售毛利率，更好地服务于三、四线城市以及乡村市场。

（三）股票发行上市加快公司发展步伐

公司通过发行股票，成为上市公司后，将明显提高公司的品牌影响力，有利于公司获得更好的供应商渠道、良好的客户口碑和更多的社会资源，有利于公司与国内外竞争对手进行市场竞争。公司将所募集的资金可用于经营网络的扩张，新建物流配送中心，提高公司整体运营效率；同时，将会吸引更多优秀管理人才加入，从而为公司稳健、快速扩张提供有效保障。此外，公司通过发行上市将拥有自己的资本平台，使得未来参与行业内收购兼并的手段更加多样化。

（四）公司主要财务困难

未来随着公司行业地位的稳固和提升，公司销售规模不断扩大，需要投入较大的资金支持公司的新门店开设与布局。如果仅依靠公司自身积累，将很难满足企业发展的需要。若本次股票能成功发行，可为公司扩大业务规模提供宝贵的建设资金，从而有力提升公司的竞争能力和盈利能力。

六、本次募集资金到位当年发行人每股收益相对上年度每股收益的变动趋势

（一）本次发行摊薄即期回报对发行人每股收益的影响

本次发行前公司总股本为 6,000 万股，本次发行股份数量为 2,000 万股，发行完成后公司总股本将增至 8,000 万股，由于募集资金到位后。从投入募集资金项目建设至产生效益需要一定周期，公司发行当年每股收益相比 2015 年将出现下降，即期回报存在摊薄风险。

（二）本次公开发行摊薄即期回报的风险提示

本次发行前公司总股本为 6,000 万股，本次发行股份数量为 2,000 万股，发行完成后公司总股本将增至 8,000 万股，由于募集资金到位后，从投入募集资金项目建设至产生效益需要一定周期，公司发行当年每股收益相比 2015 年将出现下降，即期回报存在摊薄风险。

特此提醒投资者关注本次公开发行可能摊薄即期回报的风险。

（三）董事会选择本次融资的必要性和合理性

截至 2016 年 6 月 30 日，公司资产总额为 123,785.65 万元，公司具有管理较大规模资产及投资项目的经验和能力，本次募集资金主要投资于“无为安德利购物中心建设项目”和“新建城乡零售分店项目”，募集资金总额为 29,040.20 万元，占公司资产总额的 23.46%，与公司的现有经营规模相适应。募集资金项目完成后有助于进一步扩大公司经营规模、延伸销售网络、优化区域布局及保证未来利润增长。

本次发行的必要性和合理性详见本招股说明书第十三节“三、募集资金运用的具体情况”之“(一)无为安德利购物中心建设项目”和第十三节“三、募集资金运用的具体情况”之“(二)新建城乡零售分店项目”。

(四) 本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，公司从事募投项目在人员、市场资源等方面的储备情况

1、本次募集资金项目与公司现有业务的关系

本次募集资金项目是在发行人现有营业网点的基础上，结合公司业务发展和周边经济环境，谨慎考虑和可行性研究后确定的。公司现有业务和经营情况是该募投项目的基础，有利于增强公司现有服务市场的渗透能力和业务范围，为公司带来长期和稳定的收益，产生新的利润增长点，产生更大的经济效益和社会效益。

公司募投项目的实施必将大大提高公司整体竞争实力，为公司规模化和品牌化的持续发展提供源动力，实现公司主营业务稳健快速发展，为公司可持续发展提供坚实的基础。本次募集资金投资项目旨在夯实现有业务，直接关系到业务发展计划的进程，是实现业务发展计划的有力保障。公司的发展规划和投资项目与现有业务具有十分紧密的一致性和延续性。

2、公司从事募投项目在人员、市场资源等方面的储备情况

通过二十多年在百货零售行业的运营及管理经验的累积，发行人已经完全融入当地市场、融入城镇农村消费群体，对当地消费者的消费偏好及需求变化有着较深的了解和把握，能够针对该消费群体提供更加符合其风俗习惯、价值观念和消费习惯的商品与服务。

（1）人员储备

发行人经过二十多年的发展，已经积累和储备了多达 800 人的管理和销售骨干团队，公司的经营人才遍布管理、采购、销售，包括一线柜组等各项工作岗位，并且绝大多数的员工在公司任职超过 10 年的历史，积累了丰富的管理、营销经验，并且具备高度的敬业、服务精神和道德品格。公司也一贯积极通过内部培养与外部选聘提拔人才，并提出“传帮带”、安德利学院和大学生培训计划等人才储备计划，并通过有效的激励制度留住人才。

（2）市场资源储备

公司发源于庐江，立足皖江城市带，深耕细作当地县乡市场。截至目前，公司共拥有包括购物中心、超市等在内的零售百货营业网点 43 个，主要分布在庐江、巢湖、和县、无为、含山等县城及其下辖乡镇，营业面积合计达 123,246.43 平方米。公司积极参与国家于 2005 年启动的“万村千乡市场工程”建设，已在 5 个县市、23 个乡镇建有网点，销售覆盖面积近 6,000 平方公里。

2006 年，国家将皖江城市带纳入中部地区崛起战略重点发展区域，同时在国家《皖江城市带承接产业转移示范区规划》等地方政策的推动下，该区域的经济水平和居民收入水平将大幅提高，并对当地居民的消费结构和消费需求的升级具有明显促进作用。

如皖江城市带的马鞍山和芜湖，目前该地区下属县区域市场暂时没有较大的百货零售企业，其中马鞍山位于安徽省东部，毗邻巢湖市，下设当涂县、和县、含山县三个县，是“皖江城市带”门户城市、南京都市圈“核心层”城市、“长三角城市群”成员城市、“全国科技兴市试点城市”、“国家 863 新材料产业化基地”。2014 年度全年实现社会消费品零售总额 340.34 亿元，比上年增长 13.3%。

芜湖市位于安徽省东南部，下辖无为、芜湖、繁昌、南陵 4 县，是安徽省经济、文化、交通、政治次中心城市，安徽省第二大城市，是国务院批准的沿江重点开放城市、皖江城市带承接产业转移示范区核心城市、南京都市圈成员城市，合芜蚌自主创新试验区城市。全市总面积 5,988 平方公里。2014 年实现地区生产总值 2,307.90 亿元，较上年增长 10.7%。

因此公司在该区域具有良好的市场资源储备和发展前景。

（五）公司对本次公开发行摊薄即期回报及提高未来回报能力采取的措施

为降低本次公开发行可能导致的对公司即期回报摊薄的风险，公司拟通过大力发展主营业务提高公司整体市场竞争力和盈利能力、加强募集资金管理、完善利润分配等措施，以提高对股东的即期回报。

1、加强募集资金管理，确保募集资金规范和有效使用

公司已按照《公司法》、《证券法》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定制定《募集资金管理办法》，对募集资金的专户存储、使用、投向变更、管理和监督进行了明确的规定。为保障公司规范、有效的使用募集资金，本次公开发行募集配套资金到账后，公司董事会将持续监督公司对募集资金进行专项存储、保障募集资金用于指定的投资项目、配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

2、继续开拓县乡村市场，将企业建成区域第一、省内领先的商贸龙头企业

公司将继续以商品零售为主，拓展县乡级农村市场，坚持自营为主联营为辅的经营战略，立足皖江地区，两大业态（百货、超市）并举，连锁经营，区域领先”的总体发展规划，在持续提高管理技术水平、逐步拓展信息化网络管理的基础上，结合中国未来流通市场，特别是县以下农村市场特点，进一步完善和发展安德利的“百货+超市”模式，并逐步向农产品流通、电子商务等方面拓展。通过3至5年的发展，将企业建成区域第一、省内领先的商贸龙头企业。

3、进一步完善利润分配政策，注重投资者回报及权益保护

公司为进一步完善和健全利润分配政策，建立科学、持续、稳定的分红机制，增加利润分配决策透明度、维护公司股东利益，根据中国证监会《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》等相关文件规定，结合公司实际情况和公司章程的规定，制定了公司《安徽安德利百货股份有限公司首次公开发行股票并上市后分红回报规划》，并经2014年4月16日召开2014年第三次临时股东大会审议通过，公司通过以上

程序进一步明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了公司利润分配的决策机制和利润分配政策的调整原则。

本次公开发行实施完成后，公司将严格执行现行分红政策，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，加大落实对投资者持续、稳定、科学的回报，从而切实保护公众投资者的合法权益。

4、进一步加强经营管理及内部控制，提升经营业绩

公司将进一步优化治理结构、加强内部控制，完善并强化投资决策程序，合理运用各种融资工具和渠道，控制资金成本，提升资金使用效率，在保证满足公司业务快速发展对流动资金需求的前提下，节省公司的各项费用支出，全面有效地控制公司经营和资金管控风险。

（六）公司董事及高级管理人员对填补回报措施能够得到切实履行作出承诺

根据《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）、《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）和《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》（中国证券监督管理委员会公告[2015]31号）要求，公司的董事、高级管理人员将忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益。为贯彻执行上述规定和文件精神，公司全体董事、高级管理人员作出以下承诺：

1、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、本人承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况

相挂钩。

6、自本承诺出具日至公司本次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

7、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

七、财务报告审计截止日后经营情况的说明

本公司财务报告审计截止日为2016年6月30日，根据众华所出具的众会字(2016)第5421号《审计报告》，2016年1-6月实现营业收入76,805.90万元，归属于母公司所有者的净利润为2,177.71万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为2,033.40万元，分别较上年同期增长1,98%、7.58%和3.88%。

公司2016年仍将保持稳健经营，发行人预计2016年1-9月营业收入较去年同期变化幅度将在-10%至10%之间，归属于母公司股东的净利润变化幅度将在-10%至10%之间，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润变化幅度将在-10%至10%之间。预计公司2016年全年不会出现相比上年业绩下滑超过50%的情况（本次业绩预测未经注册会计师审计）。

公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员已出具专项声明，保证公司出具的财务报表及所载资料，包括公司审计截止日后出具的财务报表及所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已出具专项声明，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

截至本招股说明书签署日，公司主要经营状况正常，经营业绩保持稳定。此外，公司经营模式、主要原材料的采购规模及采购价格，主要产品的生产、销售规模及销售价格，主要客户及供应商的构成，税收政策及其他可能影响投资者判断的重大事项方面未发生重大变化，不存在可能影响投资者判断的重大事项。

第十二节 未来发展与规划

一、公司发展战略

本公司将按照“坚持以商品零售为主业不动摇，坚持以县乡级农村市场不动摇，坚持自营为主联营为辅不动摇，立足皖江地区，两大业态（百货、超市）并举，连锁经营，区域领先”的总体发展规划，在持续提高管理技术水平、逐步拓展信息化网络管理的基础上，结合中国未来流通市场，特别是县以下农村市场特点，进一步完善和发展安德利的“百货+超市”模式，并逐步向农产品流通、电子商务等方面拓展。以“安徽商人，德行天下，利及万家”为愿景，以“一切为了员工、为员工创造机会、实现自我价值、让员工自豪”为公司战略使命，进一步丰富“善待员工、善待供应商、善待消费者”的企业核心价值，市场最大化与效益最大化兼顾，经济效益与社会效益兼顾。通过3至5年的发展，将企业建成区域第一、省内领先的商贸龙头企业。

根据发展战略，公司制订了三步走战略目标，第一步，在巩固现有根据地基础上，在未来3年内利用市场融资手段快速完成合肥以南至沿江（庐江、巢湖、含山、和县、无为）的布局，完善公司现有营销网络布局，继续完善购物中心及城乡零售店的布点，在上述五个县市市场占有率达到第一。同时，集中采购、统一配送、连锁经营的模式全面走向成熟；生鲜经营规模逐渐扩大，农超对接水平不断提高，成为安徽省农业产业化龙头企业。第二步，用1至2年时间，继续加强在上述区域的投资密度，达到网点全面覆盖，强化企业在本区域的垄断地位。同时，在经营管理上，持续应用新理论、新技术，不断提高经济效益，使公司知名度和美誉度进一步提高，年销售收入达到50亿元。第三步，发挥资本市场融资功能，依托合肥、马鞍山、芜湖，实现跨江发展，向铜陵、池州等区域拓展，成为皖江区域首屈一指的县乡级农村流通市场的主渠道，年实现销售收入85亿元。

二、当年和未来三年的具体计划

1、网点布局计划

（1）为适应和支持公司制定“连锁经营，区域领先”的发展目标，公司计划

在未来3年内，完善其在庐江、巢湖、含山、和县、无为的现有营销网络的布局。

(2) 在市场调研和论证分析的基础上，公司将依托皖中地区布点及经营管理经验，进一步巩固已经布点的皖中市场；以无为安德利购物中心为中心店，未来几年继续完善在无为的城乡零售分店的网络布局；计划完成另外一家大型购物中心建设，并在其辐射区域内建设城乡零售分店；在未来3年内，以购物中心和城乡零售分店为触点，初步实现对庐江、巢湖、含山、和县、无为区域的覆盖。

(3) 网点建设作为公司发展的重点战略，将遵循百货先行、超市跟进、物流配套的基本原则，自建、租赁并重。坚持以科学严谨的规划为指导、以深入广泛的调查研究为基础，既抢抓机遇，又杜绝盲动，避免恶性的市场竞争。引入公司经营理念和管理模式，将社会资源最大化地转换为公司的增量，以达到快速启动市场、发挥规模化经营优势、确保市场竞争优势地位。

2、信息化建设计划

公司将把信息化建设作为一项长期核心战略规划，并计划分阶段实施，逐步形成全面利用信息化手段实施数字化、信息化管理的企业。公司已与北京富基融通科技有限公司签署长期战略合作关系协议，将持续不断的升级和优化公司采购、销售、服务、办公、客户关系信息系统，形成集人、财、物于一体的网络信息化管理系统。

3、服务增值计划

(1) 坚持安德利的经营理念：发展大于一切，创新重于一切，利民高于一切。坚守安德利的经营目标：同等的商品，安德利的价格最低，同等的价格，安德利的质量最好，同等的质量，安德利的服务最优。进一步优化公司的服务业务，特别是在售后服务及延伸服务产品加大投入力度，改善现有服务产品和开发新的服务产品，提高服务质量，向用户提供更多的增值服务。

(2) 利用公司已经启动的信息化平台建设项目，构建统一的服务后台，推行连锁网络的服务联保业务，形成快速反应的服务体系，保持行业领先地位。

(3) 引入先进行业服务质量控制体系，通过自身的完善和优先建立行业内领先的服务质量控制体系，从而保障和提高服务质量。

(4) 利用全公司总数达20万人的监督员队伍，加强与消费者的沟通与互动，

将每个地方的公司商场都建成当地人民自己的商场。

4、人力资源建设计划

人力资源是公司最重要的资源之一，是构成公司核心竞争力的源泉，加强人力资源的开发和管理是实现公司战略目标的前提和保证，随着公司规模扩大和业务领域的扩张，对各类专业人才的需求将越来越紧迫。

(1) 公司将一直坚持持续的股权激励、绩效挂钩、培训提升、考核约束多重机制，作为吸引、激励、约束人才的重要手段，持续吸引、稳定、激励核心经营管理团队和技术服务人才。若公司首次公开发行股票成功，期权计划的适时推出和实施，也将成为保障公司人才战略目标顺利完成的重要手段之一。

(2) 坚持外部引进和内部培养双重措施并举的人力资源引进培养方针，组建企业培训机构，建立健全员工培训提升体系，不断引进、培养在企业管理、市场开发、财务核算和技术服务等方面业务骨干，分批输送业务骨干参加在职提升培训，挖掘、培养、储备一批实践经验丰富、专业知识扎实和具有现代经营管理理念的复合型中高层人才，满足公司快速发展对各类专业人才的需求，不断提高企业的核心竞争力。

(3) 坚持团队建设，切实抓好经营班子建设工作，固化例会的沟通机制，倡导跨部门、跨区域、跨层级的“三跨”透明沟通文化，营造“诚信和谐”的人际关系文化。同时，进一步优化和完善管理制度体系建设工作，不断总结和梳理标准管理流程，持续推动公司各层级管理体系及员工建立“树立规范意识，强化流程执行，注重管理结果”的行为理念。

5、筹资计划

公司将根据业务发展的实际需要，对法律法规允许的各种直接、间接融资方式，从融资效率、融资成本、资本结构、资金的运用周期等方面进行综合分析，选择适当的股权融资和债权融资组合，满足公司可持续发展所需要的资金，在控制公司运营风险的同时，实现公司整体发展目标。

三、拟定计划依据的假设条件

1、国家产业转移步伐加快。随着皖江城市带承接产业转移示范区的建设，

第三产业将长足发展。

2、皖中加快崛起。随着一二产业的振兴，城市居民和广大农民收入的节节攀升，社会购买力将不断增强，公司将赢得一个巨大的市场空间。

3、国家政策支持。国家重视消费促进经济，鼓励国内大型零售商业建设农村市场体系。公司是全省重点流通企业，各级党委政府十分重视和支持公司的发展。

4、企业具备持续发展的动力。公司经过近十年的高速发展，具备了加快发展的物质条件；全体员工渴望企业快速发展为他们提供新的舞台；公司的品牌知名度和美誉度可以支撑企业的扩张。

5、农村市场蕴含巨大发展空间。国内外大型零售企业短期内仍无暇顾及县乡级农村市场，留给公司这样的本土企业宝贵的发展时间和空间。公司几十年耕耘县乡级农村市场，现有的人员、网点、渠道更有利于公司捷足先登，更深、更广地经营农村市场。

四、实施发展计划的主要困难

1、资金缺口大。要实现规划目标，需投入资金20亿元，仅靠企业自身积累无法解决。

2、企业在体制和机制上需进一步创新。随着规模的不断发展，上述体制和机制仍待进一步加强。

3、城市商业竞争下移压力日渐加大。国内外大型零售连锁企业开始涉足县乡级农村市场，留给公司的时间不多。

4、人才缺乏。一方面是企业自身人才储备不足，另一方面是地处县乡级农村市场，对人才的吸引力有限，不利于企业人力资源建设。

总之，对于公司来说，既有有利条件，也有不利因素，扬长避短，趋利避害，才能提高实现目标的把握性。

五、发展计划与现有业务的关系

公司业务发展计划是在现有业务的基础上，结合公司实际情况，根据行业的发展趋势，经过审慎考虑和可行性研究后确定的。公司现有业务是该发展计划的基础，发展计划则有利于增强公司现有服务的市场渗透能力和业务范围，为公司

带来长期和稳定的收益,产生新的利润增长点,产生更大的经济效益和社会效益。公司业务发展计划的实施必将大大提高公司整体竞争实力,为公司规模化和品牌化的持续发展提供源动力,实现公司主营业务稳健快速发展,为公司可持续发展提供坚实的基础。本次募集资金投资项目旨在夯实现有业务,直接关系到业务发展计划的进程,是实现业务发展计划的有力保障。公司的发展规划和投资项目与现有业务具有十分紧密的一致性和延续性,公司现有管理经验、人才储备、技术条件、客户基础和营销网络,将成为新投资项目成功的保障。

六、确保实现上述发展计划的主要途径

1、明确市场定位

- (1) 坚持以县乡级及以下广大农村为目标市场。
- (2) 坚持以自营为主的模式。
- (3) 坚持以零售业为主业,做到主业突出,围绕主业适当开展多元化经营。

2、体制与机制创新

- (1) 整合公司的综合资源和能力,实施分路出击,形成总部到主体店到分店三层管理架构。
- (2) 整合配送能力,发挥物流配送中心作用,建成采购、配送、营运三个中心。

3、积极筹划公司上市

通过上市,筹集建设资金,规范公司治理结构,吸引人才,打造安德利品牌。

4、开拓新的业务

以零售业为核心,向上下游拓展,向相关行业拓展。主要有农副产品加工、第三方物流服务,网上商城的建设。

5、加强人力资源建设

- (1) 加强对员工的培训,提高员工业务技术水平,进一步增强员工的责任感和凝聚力。
- (2) 创新内部分配体制,建立完备的业绩考核体系。

(3) 广泛吸纳各类人才。

6、加强企业文化建设

在公司持续不断发展中，进一步丰富“善待员工、善待供应商、善待消费者，回报社会，得利及人”这一核心价值内涵，进一步明确“一切为了员工、为员工创造机会、实现自我价值、让员工自豪”这一企业发展的战略使命，增强员工对公司核心理念的认同感。

第十三节 募集资金运用

一、本次募集资金规模及拟投资项目概览

(一) 预计募集资金数额

1、本次发行预计募集资金总额为【】万元，扣除发行费用后，预计募集资金净额为【】元。

2、公司募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。开户银行为【】，账号为【】。

(二) 募集资金使用计划

1、募集资金项目投资计划

本次发行所募集资金具体投资情况如下：

序号	项目名称	投资金额 (万元)	拟使用募集 资金额 (万元)	建设周期	备案情况
1	无为安德利购物中心建设项目	19,650.22	19,650.22	2年	无为县发改委发改投字[2012]435号
2	新建城乡零售分店项目	9,389.98	720.88	3年	庐江县发改委发改项[2012]11号、[2014]167号、庐发项[2016]235号
合计		29,040.20	20,371.10		

若因经营需要或市场竞争等因素导致上述募集资金投向中的全部或部分项目在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入的，本公司拟以自筹资金先期进行投入，待本次发行募集资金到位后，本公司可选择以募集资金置换先期已投入的自筹资金。

如本次发行募集资金扣除发行费用后不能满足募集资金投资项目的需求，不足部分本公司将通过自有资金、银行借款等途径解决。

2、本次募集资金项目的年度投资计划

序号	项目名称	募集资金使用计划(万元)	合计(万元)
----	------	--------------	--------

		第 1 年	第 2 年	第 3 年	
1	无为安德利购物中心建设项目	9,401.05	10,249.17	-	19,650.22
2	新建城乡零售分店项目	2,471.07	988.43	5,930.49	9,389.98
	合计	11,872.12	11,237.60	5,930.49	29,040.20

3、董事会和股东大会对本次募集资金投资项目的意见

公司 2012 年第一届董事会第六次会议和 2012 年度第五次临时股东大会审议通过了公司关于本次发行募集资金运用方案的议案；2014 年第三次临时股东大会对公司本次发行募集资金运用方案进行了第一次调整；2015 年第二届董事会第一次临时会议和 2016 年第一次临时股东大会对公司本次发行募集资金运用方案进行了第二次调整；2016 年第二届董事会第六次会议和 2016 年第二次临时股东大会对募集资金运用方案有效期进行了延长，审议通过了本次发行募集资金拟运用于上述项目。

（三）募集资金投向符合国家产业政策等法规的说明

百货零售行业是国民经济的重要行业之一。我国《国民经济和社会发展规划纲要》提出：将经济结构战略性调整作为加快转变经济发展方式的主攻方向，着重强调了扩大内需，刺激消费的重要作用，有利于扩大我国零售行业的市场容量，使行业景气度持续向好。

公司本次公开发行股票募集资金均将用于公司的主营业务——百货零售，是在公司目前经营区域的基础上进一步扩大经营规模、延伸销售网络、优化区域布局及保证未来利润增长的举措。公司本次发行募集资金投向的建设项目已经安徽省无为县发展和改革委员会或安徽省庐江县发展和改革委员会备案，项目的环境影响报告表已经安徽省无为县环境保护局备案，其中无为安德利购物中心建设项目已在公司已取得的出让地上建设完成并取得土地证及房产证，不涉及新增用地的情况

保荐机构及律师认为：发行人本次募集资金投资项目不存在违反国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。

（四）募集资金专项存储制度

公司于2012年第五次临时股东大会审议通过了《募集资金管理办法》。根据该项制度规定，公司通过公开发行证券（包括首次公开发行股票、配股、增发、发行可转换公司债券、发行分离交易的可转换公司债券、发行权证等）以及非公开发行股票向投资者募集并用于特定用途的资金应当存放于经董事会批准设立的专项账户中管理。

公司募集资金专项储备制度将于公司首次公开发行股票上市之日起生效并实施。

（五）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

截至2016年6月30日，公司资产总额为123,785.65万元，公司具有管理较大规模资产及投资项目的经验和能力，本次募集资金主要投资于“无为安德利购物中心建设项目”和“新建城乡零售分店项目”，募集资金总额为29,040.20万元，占公司资产总额的23.46%，与公司的现有经营规模相适应。募集资金项目完成后有助于进一步扩大公司经营规模、延伸销售网络、优化区域布局及保证未来利润增长。

公司自成立以来，始终重视服务质量和品牌建设，在近二十年的经营过程中，积累了良好的声誉和知名度。公司的零售业务涵盖购物中心、超市和家电专业店，广布安徽巢湖市、庐江县、和县等县城和乡镇。2007年，公司被安徽省连锁经营协会授予“AAA信用企业”称号；2011年，跻身安徽省政府重点扶持的十大商业企业及中国百货行业效益百强之列。公司的市场影响力、品牌形象及所获得的荣誉，有助于公司赢得供应商、顾客及其他合作方的信任，为公司的经营和发展提供强有力的支撑。

在流程标准化方面，公司建立了规范的门店运营和管理体系，以及严格的标准化连锁经营管理流程，从而具备了快速复制和扩张的能力；在公司经营层面，公司实行集中的经营管理模式与门店分散经营相结合，从门店拓展、门店建设、信息系统、人事培训、财务、采购、供应商管理等运营的各环节均实现标准化、专业化、精细化管理，有利于降低开店成本，提升公司的品牌形象，缩短门店的开业时间和培育期；在单个门店的运营方面，公司对供应商及其商品质量进行及时管理和监督，对商品的进、销、存灵活调配，通过内部专业化分工与协作，提

高了门店的快速复制能力，使整体经营管理不断向系统化、精细化、效率化提升。通过集中化、标准化的管理，有利于快速高效地复制门店，提升公司的整体实力和抗风险能力。

公司董事会经分析后认为，公司本次募集资金数额和投资项目与公司现有经营规模、财务状况和管理能力等相适应，投资项目具有较好的市场前景和盈利能力，公司能够有效防范投资风险，提高募集资金使用效益。

(六)募集资金投资项目不产生同业竞争且对发行人的独立性不产生影响

公司专注于百货零售行业，本次募集资金的运用，将进一步扩大公司经营规模、延伸销售网络、优化区域布局，为公司逐步发展为一流的零售企业奠定基础。本次募集资金投资项目实施不会导致公司与控股股东、实际控制人及其下属企业之间产生同业竞争，亦不会对公司独立性产生不利影响。

二、本次募集资金投资项目与公司发展战略的关系

公司是安徽省重点商贸流通企业，专业服务于国内三、四线城市及农村市场，是国家实施“万村千乡市场工程”中深入城镇、农村从事商品流通服务的商贸零售企业代表。公司业务以自营百货零售为主，具体的零售业态包括购物中心、超市、家电专业店等。

为了进一步扩大经营规模，公司制定了详细的募集资金使用计划。本次募集资金投资如下项目：无为安德利购物中心建设项目及新建城乡零售分店项目。无为安德利购物中心建设项目是公司扩大现有经营规模及市场占有率的重要举措，也是未来公司销售新的增长点；新建城乡零售分店项目是公司现有营销网络的扩大和延伸，也是优化区域布局结构、未来利润增长的重要保障。上述两个项目有机结合，共同推进公司“立足安徽中部皖江流域，将公司建设成为皖中地区县乡市场百货零售领军企业，并成为区域第一、省内领先的商贸龙头企业”的发展战略。

三、募集资金运用的具体情况

本次募集资金投资项目为“无为安德利购物中心建设项目”、“新建城乡零售分店项目”，其中“无为安德利购物中心建设项目”（即无为安德利购物中心广场1号楼商场部分，无为安德利购物中心广场2-5号楼主要用于对外租赁及酒店业务，不属于本次募投项目范畴）已经顺利建成，于2013年11月投入试运营，于2014年5月正式开业，具体情况如下：

（一）无为安德利购物中心建设项目

1、项目背景

近年来，我国国民经济发展保持稳定较快增长，社会消费品零售总额呈现出高速增长态势，整个宏观经济形势发展态势良好。随着城乡居民收入持续增长，购买力水平不断提升，居民消费需求日益扩大，消费能力逐步提高，带动了百货零售行业快速发展。

我国的沿海地区和主要省会城市经济较为发达，居民收入水平较高，购买力旺盛，成为国内外百货零售企业争先抢占的市场，行业发展水平较高，竞争激烈。相对于一、二线城市百货零售行业，县乡级百货零售行业的发展水平偏低，门店数量较少、覆盖面窄、经营面积小；另外，由于国内外大型百货零售企业尚处在一、二线城市激烈的布局竞争中，尚未展开对县乡市场的有效渗透，县乡市场的竞争程度较弱。随着我国经济快速增长，县乡居民的收入水平稳步增长，对消费的需求日益旺盛，加之城镇化进程加速，县乡市场未来发展空间巨大。

2、项目概况

2012年11月19日，本项目已经取得安徽省无为县发改委发改投字[2012]435号文件备案批复。本项目主要包括：拟新建购物中心一栋，建筑面积36,712.5平方米，共6层，并配套给排水、供电、消防系统。项目建成后，公司将进一步扩大营业规模，提高整体盈利能力。

3、项目建设的必要性

（1）满足无为县日益增长的市场需求

扩大经营面积是商贸零售企业扩大经营规模、提高盈利水平的重要途径。该项目选择在无为县城建设一个较大型的现代化综合百货商场，使公司经营面积迅

速扩大，销售辐射范围也将得到进一步延伸和扩展，有利于提升公司在该地区的社会影响力，提前抢占市场，提高市场份额，获得先发优势，在无为日益激烈的市场竞争中处于优势地位。同时，项目的建成也能满足该地区日益扩大的市场消费需求，形成公司新的利润增长点，有利于公司长期可持续发展。

（2）无为县百货零售行业发展前景预期良好

拟投资项目位于安徽省芜湖市无为县，根据 2011 年《中国城市协调发展及综合实力研究报告》，芜湖市居中部地区第一位，综合实力相对较强。根据《2015 年无为县国民经济和社会发展统计公报》，2015 年无为县地区生产总值为 355.6 亿元，比 2014 年增长 9.0%；2014 年社会消费品零售总额为 97.5 亿元，比 2014 年增长 10.9%；全年城镇常住居民人均可支配收入 27,232 元，比上年增长 9.0%；全年农村常住居民人均可支配收入 14,171 元，同比增长 9.1%。随着广大城乡居民收入水平大幅提高，城乡居民的购买力得到进一步释放，市场消费需求不断扩大，为该项目提供了广阔的市场空间。

4、项目建设的可行性

（1）交通便利，位置优越

无为县地理位置优越，作为安徽省东向发展的前沿地带，位于国家级皖江城市带承接产业转移示范区的“一轴”之上、“两核”之间，处于南京都市圈、合肥经济圈和“马芜铜”经济圈的共同腹地。芜湖港口毗邻县境，芜湖、铜陵两座长江大桥横跨两翼，随着京福高铁已经建设完成，庐铜等 4 条铁路“十二五”开工建设，北沿江高速、芜湖长江二桥等一批重大交通基础设施规划建设，必将使无为与长三角地区实现无缝对接。

（2）利用自有物业进行项目建设优势明显

近年来，商业物业价格不断升高，自有物业经营已经成为百货零售行业经营的趋势之一，本项目是公司顺应行业发展趋势，增强抵御风险能力的具体体现。自建物业具有一次性资金投入大，而后每年不再支付租金的特点，项目建成并投入正常的生产运营后，每月支付的成本主要源于自有物业的折旧额。而利用租赁物业的形式进行生产运营，每月支付的成本是该租赁物业的租金。一般来说，自有物业的年折旧额会远远低于租赁物业的租金水平，项目建成后，每月支付的折旧额为 5.96 元/平方米，2012 年无为县每月的租金水平为 38 元/平方米左右。因

此，该项目的建设不仅能够有效地节约运营成本，而且可以避免物业租金上涨、租赁到期后不能续租的风险，保证公司经营的稳定性和可持续性。

此外，和外来竞争者相比，该项目在自用物业建设方面具有明显的本地优势，安徽省政府及各地政府对本土企业的大力扶持并在政策上给予了一些优惠，公司可以获得具有良好区位优势的土地，而外来竞争者很难获得与公司同样的物业，从而使公司在市场竞争中占据有利的位置。

(3) 公司的品牌影响力和美誉度以及较成熟的经营管理体系是项目成功实施的保障

在二十多年的经营过程中，公司已在安徽皖中地区积累了良好的声誉，建立了较高的品牌影响力。公司的经营管理团队具备极高的忠诚度和丰富的管理经验，对在县乡市场经营零售连锁有深入的见地，对连锁经营的各个环节都有清晰的了解。公司运用先进的现代经营管理理念，根据市场发展趋势，创建了合乎市场规律的经营模式和管理体制，使其在激烈的市场竞争中保持了较强的竞争力。同时，公司具有较为完善的现代信息管理系统，实现了采购、配送、库存、销售、供应商管理和财务核算的信息化管理，提高了运营效率、资源调配能力、管理控制能力和集中度，为项目的顺利实施提供了保障。

5、项目经营模式和经营业态

本项目拟以现有的庐江、巢湖、和县购物中心为蓝本，结合具体的营商环境和市场定位，充分发挥本公司现有经营模式和业态组合的可复制性，保障项目的成功实施。

本项目采用购物中心业态模式，以百货吸引客流，提升经营档次，衍生出消费者对辅助项目的需求。超市可与百货商场共享客户群体，满足消费者一站式购物需求。餐饮、金融、娱乐等，既可以作为购物活动的辅助消费项目，也可以作为独立功能吸引客流，提升商圈氛围。概括而言，本项目为消费者提供的不仅仅是购物场所，更是消费者体验时尚休闲生活的环境。

本项目采用自营、联营、租赁三种模式，以自营为主。自营模式凭借其质量保证优势、商品价格优势、市场竞争优势、市场定位优势和团队优势得到公司的大力推崇并得到广泛采用，自营为主一直以来就是公司独特的经营模式。联营只是自营模式下的一种辅助模式，采取联营经营的主要为部分知名品牌化妆品、珠

宝黄金、钟表、生鲜等。租赁模式主要为引进银行、电影院、KTV、餐馆等入住，可以通过商家自行装修商铺、自负盈亏，减少投资压力，使公司获得稳定的租金收益。

6、项目品牌组合和经营布局

(1) 品牌组合

针对目标消费群体的需求特征以及项目运营环境，本项目市场定位为城镇及农村市场。因此，商品定位以实用、热销品牌为主，在对本公司现有品牌组合进行复制的基础上，针对当地市场的特点做适当调整，在品牌组合上采用国产各类档次品牌的组合方式。项目拟引进的品牌大部分是本公司现有门店已有的自营品牌和联营品牌，同时准备引进部分新的自营品牌进入。具体的商品品牌设置情况将根据公司以往在县乡级市场的消费经验，并且根据地方的具体情况制定。

(2) 经营布局

综合百货商场规划各层功能分区如下：地下一层为地下超市和停车场；地上一层经营黄金、珠宝、钟表、化妆品等；二层、三层经营服装、鞋帽等；四层为家电商场，主要经营电视、洗衣机、空调、冰箱、电动车等；五层为电影院、KTV、自助餐等。

楼层	经营内容	使用情况
地下一层	超市、停车场	自用
地上一层	黄金、珠宝、钟表、化妆品等	自用
地上二层	经营服装、鞋帽等	自用
地上三层		自用
地上四层	家电商场，主要经营电视、洗衣机、空调、冰箱、电动车	自用
地上五层	电影院、KTV、自助餐等娱乐	租赁

7、项目选址

本项目占地面积 24,510 平方米，发行人已取得无国用（2013）第 0209 号国有土地使用权证。建设地位于无为县无城镇凤河北路（凤河北路与同心路交叉口东北侧），该地区水、电、供热、通讯、交通等设施齐全，建筑施工条件良好。

8、项目的组织和实施

为了保证项目实施的质量和进度，公司将项目实施时期各个不同阶段的多个工作环节进行统一规划、综合平衡，以便对项目实施进度表作出合理又切实可行的安排。

项目建设应按国家基本建设程序的有关法规和实施指南要求进行，建设周期为两年。具体内容步骤和周期参照如下：

时间进度（月）	项目安排
T~T+2	完成可行性研究报告的立项和报批
T+3~T+4	完成本项目及相关工程的初步设计和审批
T+5~T+6	完成设计招标与施工图设计
T+7~T+21	进行土建及相关工程的施工
T+18~T+22	设备招标、采购及安装
T+22~T+23	完成土建施工验收、设备安装与验收
T+20~T+23	人员培训
T+24	项目整体竣工、投入运营

注：T为项目募集资金到位时间，截止招股说明书签署日，无为安德利购物中心建设项目（系无为安德利购物中心广场商场部分）已正式营业。

项目建成后，新增定员 800 人，其中营业人员 670 人，后勤人员 70 人，管理人员 60 人。

为了做好对项目的实施和管理工作，公司将成立由总经理为组长的项目领导小组，成员包括公司项目主管、柜组长、其他相关部门负责人等，负责项目的内部协调、管理和对外联系，确保项目按照公司的预定计划和步骤有序进行，使项目早日发挥出应有的效益。

9、项目建设内容

（1）建筑安装工程

建设综合百货商场一栋，建筑面积 36,712.50 m²，共 6 层。其中：地上 5 层每层建筑面积 5,095.78 m²，共计 25,478.50 m²；地下 1 层 11,234.00 m²；各类展台、展柜制作，各类吊顶、吊眉装饰装修；门店内各类梁柱包饰装修；门店外立面幕墙或贴面制作安装；吸顶空调的安装与调试。

（2）装修装饰工程

新增墙体及各类零星设施施工，系统改造、房屋结构改造；安装设备过程中

所需要的基础类施工等；墙体涂料装饰；铝合金、门帘、柜台等装修；地面各类面砖铺贴；广告、店招等其他零星材料装饰。

（3）设备购置安装工程

购置商场所需的各种设施设备，包括自动扶梯、货梯安装与调试；电容量扩容及后备发电机安装；商场信息系统（含电脑、打印机、条码机、传真机、电子秤、路由器、交换机、电源设备、线路材料等一系列配套设备）的购置安装；商场广播监视系统、商场防盗设备、商场收银设备以及办公设备的调试与安装；商场冷藏设备，仓库、收货工具设备，顾客存储与购物设备的购置。

（4）消防系统配置与安装工程

消防施工；消防器材等设备安装；喷淋、探烟器及自动报警系统；消防供水系统；室内消防栓系统。

10、投资估算

本项目投资总额为 19,650.22 万元，其中固定资产投资 13,002.10 万元，无形资产投资 2,900.00 万元，流动资金 3,748.12 万元。

序号	项目名称	金额（万元）	比重
1	固定资产投资	13,002.10	66.17%
1.1	建筑工程	9,678.64	
1.2	设备购置及安装	3,323.46	
2	无形资产投资	2,900.00	14.76%
2.1	土地	2,900.00	
3	流动资金	3,748.12	19.07%
3.1	铺底流动资金	3,748.12	
4	总投资	19,650.22	100%

项目经营设备购置安装工程投资如下：

序号	名称	单位	数量	单价（万元）	总价（万元）
1	座式广播麦克风	个	10	0.2564	2.56
2	吸顶天花扬声器	只	200	0.0513	10.26
3	后级广播功放	只	6	1.2821	7.69
4	广播室音响	个	4	0.2564	1.03
5	冷冻冷藏柜	节	4	0.1282	0.51
6	三门冰柜	个	4	1.3248	5.30
7	冷库（80M ³ ）	座	1	17.0940	17.09

8	收银机（电脑）	个	80	0.4274	34.19
9	收银系统	套	1	42.7350	42.74
10	解码器	只	100	0.1026	10.26
11	解码板	只	100	0.0427	4.27
12	开锁器	只	100	0.0128	1.28
13	电源	只	200	0.0342	6.84
14	进出口器	个	50	0.1368	6.84
15	防盗器	个	50	0.4274	21.37
16	电脑	个	60	0.3419	20.51
17	打印机	个	10	0.0855	0.85
18	复印机	个	10	0.5128	5.13
19	传真机	个	20	0.0855	1.71
20	UPS 备用电源	组	50	3.4188	170.94
21	自动人行道	部	2	21.3675	42.74
22	自动扶梯	部	14	17.0940	239.32
23	货梯	部	2	12.8205	25.64
24	客梯	部	3	21.3675	64.10
25	观光电梯	部	2	25.6410	51.28
26	中央空调主机	台	2	51.2821	102.56
27	音频线	米	15000	0.0005	7.69
28	单面货架（超市）	节	500	0.1282	64.10
29	仓储货架	组	792	0.4274	338.46
30	副架	组	800	0.3419	273.50
31	手推车	辆	600	0.0427	25.64
32	特价台	套	200	0.0171	3.42
33	硬标	只	50	0.4274	21.37
34	普通收银台	个	50	0.0684	3.42
35	办公桌	张	50	0.0427	2.14
36	消防报警处理系统	套	1	213.6752	213.68
37	EPS	个	50	1.7094	85.47
38	人防设施（含人防门、密备器等）	套	1	12.8205	12.82
39	空调风系统（含吊顶空气处理器、静压箱、管道、风口风阀等）	套	1	153.8462	153.85
40	空调水系统（含泵、冷却塔、管道、阀门管件等）	套	1	170.9402	170.94
41	发电机	台	2	17.0940	34.19
42	安装费合计（万元）				230.77
	合计（万元）				2,538.46

11、经济效益分析

无为安德利购物中心建设项目的实施在财务方面具有较为充分的可行性。在

本公司现有经营数据的基础上，结合对宏观经济走势和百货零售行业发展预测，本项目主要的经济指标如下：

序号	项目名称	单位	指标值	备注
1	营业收入	万元	45,882.56	正常年份
2	营业成本	万元	37,513.39	正常年份
3	销售费用	万元	4,382.03	正常年份
4	管理费用	万元	978.83	正常年份
5	利润总额	万元	2,860.92	正常年份
6	净利润	万元	2,145.69	正常年份
7	投资回收期	年	6.46	静态，含建设期，税后
8	财务内部收益率	%	10.03	税后
9	总投资收益率	%	13.77	

从上述表格可以看出，本项目从财务角度分析是可行的，项目具有较强的盈利能力。

12、环境保护

本项目属于商业流通环节建设，运营期间仅产生生活污水，不会对环境产生重大污染。

2012年11月30日，无为县环境保护局出具无环审[2012]82号文件，对公司编制的《无为安德利购物中心有限公司无为安德利购物中心建设项目环境影响表》进行了批复，批准本项目建设。

13、募投项目报告期内效益及预测差异情况

项目名称	正常年度		2015年		2014年		2015年度 占正常年 度比例	2014年度 占正常年 度比例
	金额 (万元)	占营业收 入比例	金额 (万元)	占营业收 入比例	金额 (万元)	占营业收 入比例		
营业收入	45,882.56		16,495.33		11,612.02		35.95%	25.31%
其中：主营业务收入	45,748.04	99.71%	16,064.25	97.39%	11,128.94	95.84%	35.11%	24.33%
其他业务收入	134.52	0.29%	431.09	2.61%	483.08	4.16%	320.46%	359.11%
营业成本	37,513.39	81.76%	12,915.11	78.30%	8,754.10	75.39%	34.43%	23.34%
其中：主营业务成本	37,479.83	81.69%	12,872.84	78.04%	8,721.41	75.11%	34.35%	23.27%

其他业务成本	33.56	0.07%	42.26	0.26%	32.69	0.28%	125.94%	97.39%
主营业务毛利率	18.07%	-	19.87%	-	21.63%	-	-	-
销售费用	4,382.03	9.55%	2,220.04	13.46%	2,557.04	22.02%	50.66%	58.35%
管理费用	978.83	2.13%	371.44	2.25%	413.53	3.56%	37.95%	42.25%
利润总额	2,860.92	6.24%	879.90	5.33%	-176.25	-1.52%	30.76%	-6.16%
净利润	2,145.69	4.68%	718.20	4.35%	-111.86	-0.96%	33.47%	-5.21%

(1) 正常年度的含义

上述表格中正常年度指无为安德利购物中心广场 1 号楼商场部分正式开业后第三年。公司选取正式开业后第三年作为正常年度所考虑的因素如下：

①综合公司历年新店经营业绩发展情况及百货零售行业特性，新店一般至少需要 2-3 年的经营培育期，培育期内公司需通过投入大量广告宣传、举办节假日打折促销等活动，培养固定的消费群体，提升品牌影响力，树立企业形象，进而逐步占领市场；

②公司采取自营模式，新店开业初期需要招募、培训大量基层员工，建设稳定的人才队伍，虽然发行人拥有多年百货零售行业从业经验、成熟的人才培养计划和稳固的管理架构，但人才培养仍需随着购物中心店的开业运行发展逐步完成。

③公司成熟的购物中心店通常自第三年开始进入稳定期，销售情况趋于平稳。如和县安德利购物中心店，2011 年度试运营，2012 年度正式营业，自开业后四年 2011-2014 年度分别实现主营业务收入 8,882.87 万元，14,041.71 万元、16,750.00 万元，17,098.30 万元，2012 年度、2013 年度及 2014 年度较前一年增长 58.08%、19.29%、2.08%，分别占和县 2012 年、2013 年、2014 年社会零售消费总额 4.51%，4.05%，3.66%，2012-2014 年度主营业务收入坪效分别为 8,259.83 元/平方米、9,054.06 元/平方米、9,242.32 元/平方米，呈平稳上升趋势。

综合考虑上述因素，公司将无为购物中心广场 1 号楼商场部分开业第三年度确定为正常年度。

(2) 差异原因

①2014 和 2015 年度，无为安德利购物中心广场 1 号楼商场部分主营业务收入分别为 11,128.94 万元和 16,064.25 万元，分别占正常年度主营业务收入 24.33%、35.11%，较正常年度预测存在较大差异原因如下：

A.时间缩短。为抢占元旦、春节消费市场，公司将1号楼商场部分于2013年11月投入试运营，商场工作人员的招募、培训及商品铺设均在试运营期间陆续进行，试运营期间仅超市业态达到营业状态，百货、家电业态实际均未达到营业状态，直至2014年5月，1号楼商场部分才全部进入正式运营，全年营业时间的缩短对1号楼商场部分2014年度整体经营效益造成了很大影响。

B.培育上升期。新店开业初期，发行人需要不断通过市场调研、核查门店销售系统与库存系统的统计数据、调查商品销售变动情况，确定当地消费者的消费倾向及品牌定位，从而调整商品配置，优化商品结构，以满足当地消费者的消费需求，不断适应市场的发展变化；目前1号楼商场部分尚处于培育期上升阶段，公司正在逐步占据消费市场，培养忠实的消费群体，扩大市场占有率，随着发行人不断加大宣传力度，通过广告宣传、节假日的促销活动，扩大公司影响力，并不断改善购物环境，提供良好的售后服务，逐步占领市场并进入正常年度后，项目效益将逐渐提高；

②2014和2015年度无为安德利购物中心广场1号楼商场部分主营业务毛利率分别为21.63%、19.87%，高于正常年度预测的18.07%，主要原因如下：

A.消费观念升级。近年来，宏观经济健康稳定发展，国内人均可支配收入和生活水平不断提高，消费观念不断升级；具体到无为县来看，2014年无为县地区生产总值为337.1亿元，比2013年增长9.0%；2014年社会消费品零售总额为92.4亿元，比2013年增长11.3%；全年城镇常住居民人均可支配收入24,995元，比上年增长9.7%；全年农村常住居民人均可支配收入12,989元，同比增长12.2%。公司正常年度预测的主营业务毛利率18.07%系发行人于2011年进行的预测，至今已经过去3完整年度，居民收入不断增长、消费观念不断升级会带动百货零售行业销售毛利率有所上升。

B.动态定位。公司在新店开业初期，会根据客户的消费需求，确定当地消费者的消费倾向及品牌定位，从而调整商品配置，优化商品结构，以满足当地消费者的消费需求，不断适应市场的发展变化。公司在1号楼商场部分开业初期，针对当地客户消费需要，引进了一些相对中高端的百货品牌，对整体经营毛利率有一定拉动作用。

C.成本降低。发行人自2013年度下半年开始对于合肥、巢湖、马鞍山、芜

湖等四地的主要供应商进行统一采购安排，整体采购价格较上一年度有所降低；同时公司还通过与供应商签订适当的回款政策降低进货成本。

③2014年和2015无为安德利购物广场1号楼商场部分以销售、管理费用为主的期间费用分别为2,970.57万元和2,591.47万元，分别占当年营业收入的25.58%和15.71%，明显高于正常年度销售、管理费用占营业收入的比例11.68%，主要原因系：A.公司主要采取自营经营模式，培育期内，商场新招了大量一线销售人员，人员流动性较强，以培训费用为代表的员工薪酬费用支出大幅增加；B无为安德利购物中心店商场部分为公司自持物业，商场投入使用后固定和无形资产折旧、摊销费用大幅上升。

14、募集资金到位被置换后的用途

无为安德利购物中心项目计划使用资金为19,650.22万元，公司实际通过外部借款与自有资金累计共筹集资金19,331.00万元，实际使用资金19,256.70万元。

(1) 公司筹集资金详细情况如下：

序号	项目名称	金额（万元）	占比
1	专项银行借款	14,950.00	77.34%
1.1	兴业银行专项借款	10,000.00	51.73%
1.2	农业银行专项借款	4,950.00	26.51%
2	自有资金	4,381.00	22.66%
3	合计	19,331.00	100.00%

(2) 公司实际使用资金与计划使用资金差异情况如下：

序号	项目名称	计划使用资金（万）	实际使用资金（万元）	实际 VS 计划占
1	固定资产投资	13,002.10	12,556.70	96.57%
1.1	建筑工程	9,678.64	9,717.00	100.40%
1.2	设备购置及安装	3,323.46	2,839.71	85.44%
2	无形资产投资	2,900.00	2,900.00	100.00%
2.1	土地	2,900.00	2,900.00	100.00%
3	流动资金	3,748.12	3,800.00	101.38%
3.1	铺底流动资金	3,748.12	3,800.00	101.38%
4	总投资	19,650.22	19,256.70	98.00%

公司实际使用资金与计划使用资金情况总体差异较小。

(3) 募集资金置换后的用途

本次募集资金置换后将用于偿还银行贷款 19,650.22 万元，这将改善公司财务结构，节约财务费用，缓解财务压力并提高盈利能力。

(二) 新建城乡零售分店项目

1、项目背景

根据《中华人民共和国 2015 年国民经济和社会发展统计公报》，2015 年全年国内生产总值 676,708 亿元，比上年增长 6.9%；全年社会消费品零售总额 300,931 亿元，比上年增长 10.7%，扣除价格因素，实际增长 10.6%。其中，城镇消费品零售额 258,999 亿元，增长 10.5%；乡村消费品零售额 41,932 亿元，增长 11.8%；城镇居民人均可支配收入 31,195 元，比上年增长 8.2%，扣除价格因素，实际增长 6.6%；城镇居民人均可支配收入中位数为 29,129 元，增长 9.4%。农村居民人均可支配收入 11,422 元，比上年增长 8.9%，扣除价格因素，实际增长 7.5%。我国宏观经济形势整体呈现出稳定向上发展的态势：国内生产总值稳定较快增长，社会消费品零售总额增长迅速，城乡居民收入水平大幅提升，消费能力不断提高，带动了零售连锁行业的快速发展。随着中国经济快速发展，以连锁为组织特征的超级市场、便民连锁店逐渐成为我国零售业主体结构模式中很重要的一环。尤其是中小型综合零售超级市场和覆盖范围广泛的社区便利店，已逐渐成为我国零售业中规模扩张迅速、颇具影响力的重要经营业态。

2、项目概况

2012 年 6 月 12 日，本项目已经取得庐江县发改委发改项[2012]11 号文件备案批复。项目计划在庐江县、巢湖市、和县、含山县、无为县、沈巷镇采用租赁的方式新建城乡零售分店 50 家，其中超市 49 家，家电专业店 1 家。

本项目投资总额为 9,389.98 万元，其中建设投资 4,447.92 万元，流动资金 4,942.06 万元。项目建设期 3 年，计划第一年新开 30 家，第 2 年新开 12 家，第三年新开 8 家城乡分店。

3、项目建设的必要性

(1) 拓展门店营销网络，完善网点布局体系，开拓新的利润增长点

零售连锁市场竞争不断加剧的表现之一就是优质门店逐渐成为一种稀缺资源，抢占优质门店资源不仅是提高现阶段销售规模的需要，更关系到企业的持续发展。本项目主要选择在安徽境内区域位置良好的“四县一市一镇”进行门店网络建设，有利于扩大公司经营销售范围，完善在皖江城市带地区网点布局体系，增强连锁经营规模，形成新的利润增长点，有效提升公司未来的市场竞争力，有利于公司长久可持续发展。

（2）现有的营销网络规模已不能满足销售规模扩张的需要

随着县乡居民收入水平的提高，购买力不断增强，公司现有的经营规模已满足不了县乡消费市场不断扩张的需求。本项目将通过对公司营销渠道的进一步建设和完善，使公司在竞争激烈的市场中逐步提高市场营销能力和水平，增强销售渠道管理能力，提升对市场动向的反应速度；同时，本项目的实施有助于公司进一步挖掘市场潜力，扩大销售规模、提高市场占有率。

4、项目建设的可行性

（1）国家政策的大力支持

商务部《关于“十二五”时期促进零售业发展的指导意见》中明确指出“增强中低端百货店竞争力，拓宽品牌商品销售渠道，满足不同层次消费需求。合理布局零售业结构，促进城乡、区域间经济的协调发展。”

商务部、财政部、中国人民银行《关于“十二五”时期做好扩大消费工作的意见》中提到“完善农村流通网络，加强规划引导，形成以县城为中心，乡镇为主体，村级为基础的农村市场流通体系；加大对商贸流通企业的信贷支持力度；鼓励消费信贷产品和管理模式创新，支持扩大农村消费；积极推动直接融资工具创新，拓宽商业企业多元化融资渠道。”

（2）区位条件优越，交通便捷

项目所在区域地处皖江开发开放的中心地带，是合芜宁“金三角”的腹地，是安徽省经济最具活力的地区。淮南铁路、合九铁路及合裕、合浦、合铜、军二高等等级公路和沪蓉、合巢芜、合黄高速公路穿境而过；芜湖公铁两用长江大桥、合福铁路铜陵长江大桥及南京长江三桥和马鞍山长江大桥进一步拉近了巢湖与江、浙、沪等长江三角洲地区发达省市之间的时空距离；合肥机场、南京机场、芜湖外贸码头更是巢湖便捷的空中、水上外联通道；境内长江岸线长 182 公里，

系皖江的“黄金地段”。优越的区位条件和便捷的交通环境为该项目的顺利实施提供了外部条件。

（3）县乡市场消费需求巨大，市场广阔

社会消费品零售总额高速增长和城乡居民收入水平的显著提高将带动下游消费市场的需求。项目建设地点在庐江县、巢湖市、和县、含山县、无为县、沈巷镇，辐射区域总面积 9,210 平方公里，人口 454 万，市场需求巨大，前景广阔。

庐江县，隶属于合肥市，面积 2,348 平方公里，下属 17 个镇。北接省会合肥滨湖新区，东临中国第五大淡水湖—巢湖，南近“黄金水道”长江，地处多条高速公路、铁路交汇点，交通十分便捷。庐江县是国家级产业转移示范区—皖江城市带的成员和合肥市南部副中心。2015 年庐江县地区生产总值为 211.14 亿元，和 2014 年相比，按可比价格计算，增长率为 10.2%；2015 年社会消费品零售总额为 82.14 亿元，比 2014 年增长 11%；2015 年，全县居民可支配收入 18,638 元，增长 9.7%。其中，城镇居民可支配收入 24,248 元，增长 9.2%；农村居民可支配收入 14,312 元，增长 9.2%。

巢湖市位于安徽省中部、合肥的南部，区位优势，交通便捷。巢湖市总面积 2,063 平方公里，下辖 12 个乡镇、6 个街道办事处。2014 年巢湖市地区生产总值为 255.5 亿元，按可比价格计算，比 2013 年增长 8.4%；2014 年社会消费品零售总额为 65.0 亿元，比 2013 年增长 8.3%；2014 年农村居民人均可支配收入 13,860 元，比 2013 年增长 12.1%。

和县位于安徽省东部，现属于马鞍山市管辖，与南京、马鞍山、芜湖三大城市隔江相望、东北与南京市浦口区一桥相隔、南临芜湖市鸠江区、西与含山县接壤、西北与全椒县毗邻，总面积为 1,319 平方公里，下辖 9 个乡镇。2015 年和县地区生产总值为 135.2 亿元，比 2014 年增长 12.7%；2015 年社会消费品零售总额为 54.39 亿元，比 2014 年增长 14.2%；2015 年农村居民人均可支配收入 14138 元，比上年增长 9.1%。

含山县位于长江中下游北岸，皖中东部、巢湖之滨，现属于马鞍山市管辖，全县辖 8 个镇，96 个村、21 个社区，总面积 1,047 平方公里。含山县 2015 年地区生产总值为 123 亿元，比上年增长 13.3%；社会消费品零售总额 40.60 亿，比上年增长 14.1%。

无为县地处皖中，临江滨湖，承东启西，现属于芜湖市管辖，现辖 23 个乡镇、2 个省级经济开发区，全县总面积 2,433 平方公里。2015 年无为县地区生产总值为 355.6 亿元，比 2014 年增长 9.0%；2014 年社会消费品零售总额为 97.5 亿元，比 2013 年增长 10.9%；全年城镇常住居民人均可支配收入 27,232 元，比上年增长 9.0%；全年农村常住居民人均可支配收入 14,171 元，同比增长 9.1%。

“四县一市”2015 年度具体的经济指标，如下表所示：

项目所在市/县	地区生产总值 (亿元)	社会消费品零售总额 (亿元)	全市/县人口 (万人)	农村居民人均可 支配收入(元)
庐江县	211.14	82.14	119.79	14,312
巢湖市	255.50	65.00	86.01	-
和县	135.20	54.39	54.22	14,138
含山县	123.00	40.60	44.52	17,501
无为县	355.60	97.50	121.3	14,171

数据来源：巢湖市 2014 年国民经济和社会发展统计公报、

各县市 2015 年国民经济和社会发展统计公报

(4) 良好的声誉和品牌影响力为项目建设提供保障

公司以“同等的商品，安德利的价格最低，同等的价格，安德利的质量最好，同等的质量，安德利的服务最优”为经营目标，以自营为主的经营模式，保证商品的质量，向消费者承诺坚决不卖假货。在二十多年的经营过程中，积累了良好的声誉，建立了较高的品牌影响力，为该项目的建设提供了有力保障。

5、项目的组织和实施

公司计划三年内在合肥市的庐江县、巢湖市，马鞍山市的和县、含山县，芜湖市的无为县、沈巷镇，开设 50 家城乡零售分店。具体计划如下：第一年开设 30 家；第二年开设 12 家；第三年开设 8 家。

项目计划新增 530 人员，其中营业人员 450 名，后勤人员 40 名，管理人员 40 名。

具体区域规划如下：

序号	所在城市/县城	项目地址	预计开业时间(年)	网点面积(m ²)	业态
1	巢湖市	巢湖市铁路小区	T+1	270	超市
2		巢湖市名仕嘉苑	T+1	150	超市
3		巢湖市世纪新都	T+1	300	超市

4		巢湖市太阳岛	T+1	400	超市
5		巢湖市东风西路	T+1	150	超市
6		巢湖市凤凰名城	T+1	300	超市
7		巢湖市半汤街道	T+1	200	超市
8		巢湖市车站	T+1	200	超市
9		巢湖市城南	T+1	200	超市
10		巢湖黄麓	T+2	500	超市
11		巢湖柘皋	T+2	400	超市
12		巢湖中庙	T+2	600	超市
13		巢湖夏阁	T+2	500	超市
14		巢湖中埠	T+2	500	超市
15	庐江县	庐城文昌路	T+1	500	超市
16		庐城沙溪路	T+1	500	超市
17		庐城环城路	T+1	500	超市
18		庐城军二路	T+1	500	超市
19		庐城迎松路	T+1	500	超市
20		庐江罗河镇	T+1	500	超市
21		庐江陈埠	T+1	500	超市
22		庐江长岗	T+1	500	超市
23		庐江代桥	T+1	500	超市
24		庐江店桥	T+1	500	超市
25		庐江县城	T+2	400	超市
26		庐江县城	T+2	400	超市
27		庐江县城	T+3	1000	超市
28	和县	和县县城	T+1	500	超市
29		和县县城	T+1	500	超市
30		和县县城	T+1	500	超市
31		和县姆桥镇	T+1	500	超市
32		和县乌江镇	T+1	500	超市
33		和县善后镇	T+1	500	超市
34		和县香泉镇	T+3	500	超市
35		和县功桥镇	T+3	500	超市
36		和县历阳镇	T+3	600	超市
37	含山县	含山城一店	T+2	300	超市
38		含山城二店	T+3	500	超市
39		含山城三店	T+3	700	超市
40		含山运漕	T+3	1000	超市
41		含山仙踪	T+3	700	超市
42	无为县	无为县城	T+1	500	超市
43		无为蜀山	T+1	600	超市
44		无为黄姑	T+1	500	超市
45		无为泥汊镇	T+2	500	超市
46		无为白茆镇	T+2	600	超市

47		无为严桥镇	T+2	300	超市
48		无为襄安	T+1	2600	超市
49		无为县城	T+1	1700	家电专业店
50	芜湖市	沈巷镇	T+2	1000	超市

注：T为募集资金到账时间，截止招股说明书签署日，下列各城乡零售分店已经开业。

序号	所在城市/县城	分店名称	开业时间	业态
1	巢湖市	巢湖安德利购物中心有限公司世纪新都分店	2012年7月13日	超市
2		巢湖安德利购物中心有限公司凤凰名城店	2013年4月9日	超市
3		巢湖安德利购物中心有限公司西门广场店	2015年6月8日	超市
4	庐江县	安徽省安德利百货股份有限公司罗河商贸中心	2013年5月9日	超市
		安徽安德利百货股份有限公司庐江长岗商贸中心	2015年9月18日	超市
5	和县	和县安德利购物中心有限公司城西分公司	2012年12月10日	超市
6		和县安德利购物中心有限公司富康分公司	2013年4月12日	超市
7	无为县	无为安德利购物中心有限公司红星店	2012年7月30日	家电专业店
8		无为安德利购物中心有限公司襄安店	2012年11月27日	超市
9		无为安德利购物中心有限公司新百店	2013年7月1日	超市

6、新开门店的建设流程

根据各城乡分店建设需求的紧迫性以及店铺资源的可获得性合理控制店铺建设的进度，按租赁物业的方式，新开一个门店的建设期通常为6个星期（42天），主要包括项目总体方案设计、工程设计和招标、工程施工、设备安装调试、开业促销方案、货源准备及到位确定、人员招聘及培训、相关证明申领和竣工验收并试营业9个流程。具体实施进度如下表所示：

序号	项目	时间（周）					
		1	2	3	4	5	6
1	项目总体方案设计	▲	▲				

2	工程设计、招标	▲	▲	▲	▲		
3	工程施工	▲	▲	▲	▲	▲	
4	设备安装调试			▲	▲	▲	▲
5	开业促销方案确定			▲	▲	▲	▲
6	货源准备及到位			▲	▲	▲	▲
7	人员招聘及培训	▲	▲	▲	▲	▲	▲
8	相关证明申领	▲	▲	▲	▲	▲	▲
9	竣工验收并试营业					▲	▲

7、项目建设内容

(1) 装修工程

租赁场地中新增墙体及各类零星设施施工，系统改造、房屋结构改造；安装设备过程中所需要的基础类施工等。

(2) 装饰工程

墙体涂料装饰；铝合金、门帘、柜台等装修；地面各类面砖铺贴；广告、店招等其他零星材料装饰。

(3) 安装工程

各类展台、展柜制作；各类吊顶、吊眉装饰装修；门店内各类梁柱包饰装修；门店外立面幕墙或贴面制作安装；抽排烟系统制作安装；室外金属雨棚制作安装；各类厨具、厨台的安装；其他制造安装。

(4) 超市系统设备、设施的配置

监控系统的改造和安装；中央空调、制冷系统或其他方式的空调改造和安装；超市配电系统的改造和安装；超市照明系统的改造和安装；超市冷库及生鲜设备的改造和安装；扶梯、电梯的改造与安装。

(5) 消防系统改造、配置与安装

消防施工；消防器材等设备安装；喷淋、探烟器及自动报警系统；消防供水系统；室内消防栓系统。

8、投资估算

本项目投资总额为 9,389.98 万元，其中建设投资 4,447.92 万元，流动资金

4,942.06 万元。

序号	项目名称	金额（万元）	比重
1	建设费用	4,447.92	47.37%
1.1	租赁费	883.32	
1.2	装修费用	1,294.00	
1.3	设备购置费	1,352.91	
1.4	工程建设其他费用	588.22	
1.5	预备费	329.48	
2	流动资金	4,942.06	52.63%
2.1	铺底流动资金	4,942.06	
3	总投资	9,389.98	100%

注：1、对于项目新开门店的租赁费用，公司进行充分的市场调研，根据当地租金市场价计算；2、项目建成后，公司仍采用自营的经营模式，因此铺底流动资金所占比例高，主要用来超市的铺货。

项目设备购置安装工程投资如下：

序号	设备名称	单位	数量	单价（万元）	合计（万元）
1	线缆	米	15000	0.0005	7.69
2	电缆	米	1000	0.0137	13.68
3	冷冻冷藏柜	节	250	0.1282	32.05
4	三门冰柜	个	50	1.3248	66.24
5	冰倒柜（小）	个	50	0.2222	11.11
6	冰倒柜（大）	个	50	0.6410	32.05
7	单面货架（超市）	节	500	0.1282	64.10
8	仓储货架	组	100	0.4274	42.74
9	办公桌	张	200	0.0427	8.55
10	EPS	个	50	1.7094	85.47
11	UPS 备用电源	组	50	3.4188	170.94
12	彩色高清晰摄像机	台	500	0.0556	27.78
13	16 路数字硬盘监控控制主机	台	100	0.4701	47.01
14	三星 22 英寸液晶显示器	台	100	0.1453	14.53
15	摄像机电源	个	200	0.0214	4.27
16	空调	台	250	0.5128	128.21
17	收银机（电脑）	个	400	0.4274	170.94
18	解码器	只	400	0.1026	41.03
19	解码板	只	400	0.0427	17.09
20	开锁器	只	400	0.0128	5.13
21	防盗器	个	400	0.4274	170.94

22	电脑	个	100	0.3419	34.19
23	打印机	个	50	0.0855	4.27
24	复印机	个	50	0.5128	25.64
25	传真机	个	50	0.0855	4.27
	安装费				122.99
	合计				1,352.91

9、经济效益分析

(1) 分析依据及说明

本项目财务分析计算期7年，新开城乡分店分3年采用滚动方式设立，即第一年开设30家，第二年开设12家，第三年开设8家。由于新开店需要一定的市场培育期，故根据公司的开店管理经验假设各店铺运营的第1年达到设计销售能力的80%，第2年达到设计销售能力的100%。

(2) 主要的经济指标

主要经济指标如下表：

序号	项目名称	单位	指标值	备注
1	营业收入	万元	41,321.00	正常年份
2	营业成本	万元	34,397.07	正常年份
3	销售费用	万元	3,239.12	正常年份
4	管理费用	万元	747.97	正常年份
5	利润总额	万元	2,824.69	正常年份
6	净利润	万元	2,118.52	正常年份
7	投资回收期	年	6.45	静态，含建设期，税后
8	财务内部收益率	%	11.22	税后
9	总投资收益率	%	23.32	

因此，本项目从财务角度分析是可行的，项目具有较强的盈利能力。

10、新开门店项目涉及相关物业情况

作为安徽中部下属的县乡地区中影响力较大的百货零售连锁企业，公司具备较高的品牌影响力和长期稳定的租金支付能力，保证了在和出租方谈判中处于相对有利的地位，公司品牌的美誉度也有利于提高相关物业的商业价值，有利于本公司在城乡分店开设前租赁相关物业。

11、环境保护

该项目属于商业流通环节建设，与生产型项目不同，对环境的影响很小。

（三）募集资金置换对公司经营业绩的影响

本次募集资金到位后，无为安德利购物中心项目募集资金置换后将用于偿还银行贷款19,650.22万元。

若公司于2016年6月末使用募集资金19,650.22万元偿还银行贷款，则2016年6月末公司的合并资产负债率将由71.28%降至55.40%，资产负债结构更为接近行业平均水平。以2015年10月24日调整后一年期人民币贷款基准利率4.35%作为参考水平测算，本次发行募集资金19,650.22万元用于偿还银行贷款后，公司每年可节省利息成本约为854.78万元。

四、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

本次发行募集资金运用对本公司的财务状况和经营成果的影响主要表现在：

（一）对公司财务状况的影响

募集资金到位后，公司净资产规模将大幅增加，有利于进一步优化公司资产负债结构，资本结构将更为稳健，有利于提高公司的间接融资能力，降低财务风险，从而保障公司业务的发展。本次募集资金到位后，公司的经营规模和实力将大幅增加，增强公司持续融资能力和抗风险能力。

（二）对公司经营成果的影响

1、将进一步提高核心竞争力

本次募集资金投资项目，紧密围绕本公司现有的核心业务，扩大公司现有经营规模，优化和完善公司现有的营销网络，提高市场份额，提升公司品牌形象，从而加强公司的市场竞争力。本次募集资金投资项目实施完成后，本公司业务的持续发展能力将得到有力增强，核心竞争力将进一步提高。

2、将进一步提升营业收入和盈利能力

本次募集资金投资项目建设完成后,公司在皖中地区的销售范围和规模将进一步扩大,销售能力将进一步增强,从而进一步提升公司的营业收入和盈利能力,并为后续发展打下坚实基础。

3、资本结构得到优化

本次募集资金到位后,公司的资产负债率将由大幅下降,资产负债结构更趋优化,公司偿债风险将大大降低,进一步利用财务杠杠融资的能力将得到提高。

五、募集资金投入对公司经营模式的影响

公司现有的经营模式主要为自营。本次募集资金投资项目为无为安德利购物中心建设项目、新建城乡零售分店项目。无为安德利购物中心建成后,仍将采取以自营为主的经营模式,自营比例将达80%以上,不会改变公司现有的经营模式。新建城乡零售分店项目全部是通过租赁的方式对公司现有的营销网络进行完善,此项目系在公司原有业务基础上对营销网络进行拓展,不会改变公司现有的经营模式。

第十四节 股利分配政策

一、公司报告期内股利分配政策

根据《公司法》及公司《公司章程》，公司股利分配方案由董事会制订，并须经股东大会审议批准。公司的所有股东对股利分配具有同等权利。公司股利分配形式包括现金和股份。公司净利润按下列顺序分配：

1、弥补以前年度的亏损。

2、提取法定公积金。公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

3、公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

4、支付股东股利。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但《公司章程》规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的公司股份不参与分配利润。

5、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。若股东存在违规占用公司资金的情况，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。公司根据财务状况和业务发展需要决定是否进行利润分配，并可采取现金或者股票方式分配股利。

二、公司报告期内股利分配情况

年度	股利分配情况
2013 年度	根据公司 2013 年度股东大会决议，暂不进行股利分配。
2014 年度	根据公司 2014 年度股东大会决议，暂不进行股利分配。

2015 年度	根据公司 2015 年度股东大会决议，暂不进行股利分配。
---------	------------------------------

近三年来公司业务规模快速发展，资金需求量较大，公司未进行现金或股票股利分配。

三、公司发行后的股利分配政策

(一) 本次发行后公司的股利分配政策

公司于 2014 年 4 月 16 日召开 2014 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于修订〈安徽安德利百货股份有限公司章程(草案)〉的议案》，本次发行后公司利润分配政策为：

1、公司的利润分配原则

公司重视对投资者的合理投资回报，将实行持续、稳定的股利分配政策，同时努力积极的履行现金分红的政策，但利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

2、公司的利润分配形式

公司采取现金、股票以及现金与股票相结合的方式分配股利。在公司盈利以及公司正常经营和长期发展的前提下，公司将积极采取现金方式分配股利。

3、公司现金、股票分红具体条件和比例

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%。如无重大投资计划或重大现金支出发生，公司应当首先采用现金方式分配股利。公司在实施上述现金分配股利的同时，可以同时派发红股。重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

(1) 公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50% 或超过 8,000 万元；

(2) 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 5%。

公司将根据当年经营的具体情况 & 未来正常经营发展的需要, 确定当年以现金方式分配的利润占当年实现的可供分配利润的具体比例及是否采取股票股利分配方式, 相关议案经公司董事会审议后提交公司股东大会审议通过。

在以下两种情况时, 公司将考虑发放股票股利:

- (1) 公司在面临现金流不足时可考虑采用发放股票股利的利润分配方式;
- (2) 在满足现金分红的条件下, 公司可结合实际经营情况考虑同时发放股票股利。

公司董事会还将综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资产支出安排等因素, 并按照公司章程规定的程序, 区分下列情形, 提出具体现金分红政策:

- (1) 公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%;
- (2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%;
- (3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

4、利润分配的期间间隔

公司每年度进行一次分红, 公司董事会可以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

5、利润分配政策的决策程序

董事会提交股东大会的股利分配具体方案, 应经董事会全体董事过半数以上表决通过, 并经全体独立董事三分之二以上表决通过, 由股东大会审议并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

独立董事应当对股利分配具体方案发表独立意见。

监事会应当对董事会拟定的股利分配具体方案进行审议, 并经监事会全体监事过半数以上表决通过。

公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、外部监事和公众投资者的意见。公司将通过多种途径 (电话、

传真、电子邮件、投资者关系互动平台等)听取、接受公众投资者对利润分配事项的建议和监督。

6、现金分红方案的决策程序

董事会在制定现金分红具体方案时,应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件等事宜,董事会提交股东大会的现金分红的具体方案,应经董事会全体董事过半数以上表决通过,并经全体独立董事三分之二以上表决通过,由股东大会审议并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见,提出分红提案,并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前,公司应当通过多种渠道(电话、传真、电子邮件、投资者关系互动平台)主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流,充分听取中小股东的意见和诉求,及时答复中小股东关心的问题。

7、利润分配方案的实施

公司利润分配具体方案由公司董事会提出,公司股东大会对利润分配方案作出决议后,公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利(或股份)的派发事项。出现派发延误的,公司董事会应当就延误原因作出及时披露。

8、利润分配政策的调整

公司将保持股利分配政策的连续性、稳定性,如因公司自身经营情况、投资规划和长期发展的需要,或者根据外部经营环境发生重大变化而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等的有关规定,有关调整利润分配政策议案由董事会根据公司经营状况和中国证监会的有关规定拟定,提交股东大会审议并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过,在股东大会提案时须进行详细论证和说明原因。

董事会拟定调整利润分配政策议案过程中,应当充分听取股东(特别是公众投资者)、独立董事和外部监事(如有)的意见。董事会审议通过调整利润分配政策议案的,应经董事会全体董事过半数以上表决通过,经全体独立董事三分之二以上表决通过,独立董事须发表独立意见,并及时予以披露。

监事会应当对董事会拟定的调整利润分配政策议案进行审议,充分听取不在公司任职的外部监事意见(如有),并经监事会全体监事过半数以上表决通过。

股东大会审议调整利润分配政策议案时,应充分听取社会公众股东意见,除设置现场会议投票外,还应当向股东提供网络投票系统予以支持。

9、利润分配政策的披露

公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况,并对下列事项进行专项说明:

- (1) 是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求;
- (2) 分红标准和比例是否明确和清晰;
- (3) 相关的决策程序和机制是否完备;
- (4) 独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用;
- (5) 中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会,中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的,还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

公司若当年不进行或低于本章程规定的现金分红比例进行利润分配的,公司董事会应当在定期报告中披露原因,独立董事应当对未分红原因、未分红的资金留存公司的用途发表独立意见,有关利润分配的议案需经公司董事会审议后提交股东大会批准,并在股东大会提案中详细论证说明原因及留存资金的具体用途。

10、存在股东违规占用公司资金情况的,公司应当扣减该股东所分配的现金红利,以偿还其占用的资金。

11、公司可以依法发行优先股、回购股份。公司在其股价低于每股净资产的情形下(亏损的情况除外)回购股份。

(二) 本次发行后的股利分配规划

为了明确本次发行后对新老股东权益分红的回报,增加政策透明度和可操作性,便于股东对公司经营和利润分配进行监督,结合公司实际情况,公司于2014年1月8日召开2014年第一次临时股东大会,同时也审议通过了《安徽安德利百货股份有限公司首次公开发行股票并上市后分红回报规划》,具体内容如下:

1、股东分红回报规划制定考虑因素

公司着眼于长远和可持续发展，在综合分析企业发展战略、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、银行信贷等情况，平衡股东的短期利益和长期利益，对利润分配作出制度性安排，从而建立对投资者持续、稳定、科学的分红回报机制，以保证公司利润分配政策的连续性和稳定性。

2、股东回报规划制定原则

公司实行持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展；董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑独立董事、监事和股东(特别是中小股东)的意见。公司股利分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

3、股东分红回报规划制定周期和相关决策机制

公司至少每三年重新审阅一次《股东分红回报规划》，根据股东（特别是社会公众股东）、独立董事和监事会的意见对公司正在实施的股利分配政策做出适当且必要的修改，确定该时间段的股东分红回报规划，并提交公司股东大会通过网络投票的形式进行表决。

公司董事会结合具体经营数据，在综合分析企业发展战略、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、银行信贷等情况，平衡股东的短期利益和长期利益，并结合股东（特别是社会公众股东）、独立董事和监事会的意见，制定年度或中期分红方案，并经公司股东大会表决通过后实施。

4、公司上市后股东分红回报计划

在公司盈利以及公司正常经营和长期发展的前提下，公司将积极采取现金方式分配股利。公司采取现金、股票以及现金与股票相结合的方式分配股利，可适当增加利润分配比例及次数，保证分红回报的持续、稳定。

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%。如无重大投资计划或重大现金支出发生，公司应当首先采用现金方式分配股利。公

公司在实施上述现金分配股利的同时，可以同时派发红股。重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

(1) 公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50% 或超过 8,000 万元；

(2) 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 5%。

公司将根据当年经营的具体情况 & 未来正常经营发展的需要，确定当年以现金方式分配的利润占当年实现的可供分配利润的具体比例及是否采取股票股利分配方式，相关议案经公司董事会审议后提交公司股东大会审议通过。

在以下两种情况时，公司将考虑发放股票股利：

(1) 公司在面临现金流不足时可考虑采用发放股票股利的利润分配方式；

(2) 在满足现金分红的条件下，公司可结合实际经营情况考虑同时发放股票股利。

公司董事会还将综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资产支出安排等因素，并按照公司章程规定的程序，区分下列情形，提出具体现金分红政策：

(1) 公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

(2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

(3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

四、滚存利润的分配安排

根据公司 2012 年 10 月 18 日第一届董事会第六次会议审议通过，并经 2012 年 11 月 5 日召开的 2012 年第五次临时股东大会批准，如果本公司向社会公众公开发行股票的申请获得批准并成功发行，则本公司发行之日前所滚存的可供股东分配的利润由新老股东按发行后的股权比例共同享有。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露及投资者关系管理

根据《公司法》、《证券法》等有关法律的要求，公司股票如果能成功发行并上市，将根据中国证监会和上海证券交易所的有关要求进一步完善和严格信息披露制度和投资人服务计划，更好地履行信息披露义务。

为了向投资者提供更好的服务，本公司已制订如下计划：

1、及时、真实、准确地在指定报刊向投资者公布定期报告、临时报告及有关重大信息，并备置于规定场所供投资者查阅；

2、设立专门的机构、人员、电话，负责投资者的接待工作，解答投资者提出的问题，加强与投资者的交流；

3、建立完善的资料保管制度，收集并妥善保管投资者有权获得的资料，保证投资者能够按照有关法律法规的规定，及时获得需要的信息；

4、加强对相关人员的培训工作，保证服务工作的质量；

5、本公司已建立网站，刊载有关本公司及本行业国内外信息，向广大投资者全面介绍公司基本情况和本行业、本公司最近发展动态，协助投资者如实、全面地了解本公司的投资价值；

6、建立完善的资料保管制度，收集并妥善保管投资者有权获得的资料，保证投资者在符合有关法律、法规规定的前提下，能够及时获得需要的信息；

7、加强对相关人员的培训，保证服务工作的质量。负责信息披露、为投资者服务的部门为证券部，日常工作由董事会秘书具体负责。

公司董事会秘书：姚忠发

对外咨询电话：0551-87399889

传真：0551-87322445

网址：<http://www.sinoadl.com/>

电子信箱：adl7322445@163.com

二、重大合同

截至本招股说明书签署日，发行人正在履行中的交易金额在 500 万元以上或者虽未达到前述标准但对生产经营活动、未来发展或财务状况具有重大影响的重要合同如下：

（一）采购合同

（1）2016 年 1 月 1 日，巢湖安德利与漯河双汇食品销售有限公司签订《双汇鲜冻产品购销合作协议书》，巢湖安德利向漯河双汇食品销售有限公司购买鲜、冻猪产品进行销售，合同期限自 2016 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日止，销售目标为不低于 2,800 吨的生鲜猪产品。

（2）2016 年 3 月 6 日，发行人与上海豫园黄金珠宝集团有限公司签订《商品购销合同》，上海豫园黄金珠宝集团有限公司向发行人提供产品供发行人销售，发行人承诺每年向上海豫园黄金珠宝集团有限公司选购黄金商品不低于 80 公斤，合同期限自 2016 年 5 月 1 日至 2017 年 4 月 30 日止。

（3）2016 年 6 月 3 日，巢湖安德利与合肥 TCL 电器销售有限公司签订《商品购销合同》，合肥 TCL 电器销售有限公司向巢湖安德利提供产品供巢湖安德利销售，合同期限自 2016 年 4 月 1 日至 2017 年 3 月 31 日止，销售目标每年 700 万元。

（4）2016 年 7 月 10 日，巢湖安德利与安徽盛世欣兴格力贸易有限公司、安徽天香制冷设备有限公司签订《2016 销售年度格力空调指定经销商销售协议书》，安徽盛世欣兴格力贸易有限公司指定巢湖安德利为经销商，安徽天香制冷设备有限公司向巢湖安德利提供产品供巢湖安德利销售，合同期限自 2015 年 8 月 1 日至 2016 年 7 月 31 日止，目标销售额 17,560 万元。

（二）建设施工合同

2014 年 3 月 22 日，和县安德利与江苏亘盛建设工程有限公司签订《建设工程施工合同》，约定江苏亘盛建设工程有限公司承包和县安德利物流配送中心施工图范围内的土建、安装（含消防）、装饰工程（含外墙门窗及二次装饰）、室外广场（含道路、停车场、景观、管网等）工程，承包方式为包工包料，合同暂估价为 4,500 万元，合同工期为一期工程 2014 年 3 月 20 日至 2014 年 12 月 20 日，

二期工程预计 2015 年 3 月 10 日至 2015 年 12 月 10 日。截至招股书签署日，合同款项尚未结算完毕，合同尚在执行。

(三) 重大借款及相关担保合同

1、借款合同

序号	贷款人	借款人	金额 (万元)	借款期限	年利率	担保方式
1	工商银行庐江支行	发行人	800.00	2015.10.27~2016.10.26	4.65%	最高额抵押
2	工商银行庐江支行	发行人	2,800.00	2016.3.22-2017.3.14	4.35%	最高额抵押
3	农业银行庐江支行	发行人	7,000.00	2011.09.09~2016.09.09	基准利率	最高额抵押
4	农业银行庐江支行	发行人	2,000.00	2015.8.27~2016.8.26	5.29%	最高额抵押
5	农业银行庐江支行	发行人	1,000.00	2015.10.14~2016.10.13	5.06%	最高额抵押
6	农业银行庐江支行	发行人	2,000.00	2015.10.22~2016.10.21	5.06%	最高额抵押
7	农业银行庐江支行	发行人	1,000.00	2015.10.29~2016.10.28	4.79%	最高额抵押
8	农业银行庐江支行	发行人	800.00	2015.11.6~2016.11.5	4.79%	最高额抵押
9	农业银行庐江支行	发行人	2,000.00	2016.2.29-2017.2.28	5.22%	最高额抵押
10	农业银行庐江支行	发行人	1,000.00	2016.6.3-2017.6.2	5.00%	最高额抵押
11	农业银行庐江支行	发行人	1,000.00	2016.6.7-2017.6.6	5.00%	最高额抵押
12	农业银行庐江支行	发行人	1,000.00	2016.6.30-2017.6.29	5.22%	最高额抵押
13	徽商银行巢湖支行	发行人	1,500.00	2015.9.8~2016.9.8	5.06%	最高额抵押、最高额保证注 ¹
14	徽商银行巢湖支行	发行人	1,500.00	2015.9.11~2016.9.11	5.06%	最高额抵押、最高额保证注 ²
15	徽商银行巢湖支行	发行人	1,000.00	2015.11.6~2016.11.6	4.79%	最高额抵押、最高额保证注 ³
16	徽商银行巢湖支行	发行人	1,000.00	2015.12.16~2016.12.16	4.79%	最高额抵押
17	徽商银行巢湖支行	发行人	2,000.00	2016.7.6-201	4.79%	最高额抵押、最

				7.7.6		高额保证注 ⁴
18	兴业银行巢湖支行	发行人	2,000.00	2015.8.28~2016.8.27	5.06%	最高额抵押、最高额保证注 ⁵
19	兴业银行巢湖支行	发行人	2,600.00	2015.9.14~2016.9.13	5.06%	最高额抵押、最高额保证注 ⁶
20	兴业银行巢湖支行	发行人	2,000.00	2015.9.17~2016.9.16	5.06%	最高额抵押、最高额保证注 ⁷
21	兴业银行巢湖支行	发行人	1,000.00	2015.12.18~2016.12.17	5.00%	最高额抵押、最高额保证注 ⁸
22	兴业银行巢湖支行	发行人	1,000.00	2016.1.13-2017.1.12	4.79%	最高额抵押、最高额保证注 ⁹
23	兴业银行巢湖支行	发行人	1,000.00	2016.1.22-2017.1.21	4.79%	最高额抵押、最高额保证注 ¹⁰
24	兴业银行巢湖支行	发行人	1,300.00	2016.5.6-2017.5.5	4.79%	最高额抵押、最高额保证注 ¹¹
25	兴业银行巢湖支行	发行人	2,200.00	2016.5.13-2017.5.12	4.79%	最高额抵押、最高额保证注 ¹²
26	兴业银行巢湖支行	发行人	1,500.00	2016.5.20-2017.5.19	4.79%	最高额抵押、最高额保证注 ¹³
27	兴业银行巢湖支行	发行人	2,000.00	2016.5.27-2017.5.26	4.79%	最高额抵押、最高额保证注 ¹⁴
28	招商银行合肥经开支行	巢湖安德利	3,400.00	2013.8.5~2016.8.4	7.07%	抵押、保证注 ¹⁵
29	建设银行庐江支行	发行人	2,000.00	2016.7.21-2017.7.20	4.35%	最高额抵押、最高额保证注 ¹⁶
30	浦发银行合肥分行	发行人	700.00	2015.11.19-2016.11.18	5.44%	最高额抵押
31	浦发银行合肥分行	发行人	1,300.00	2015.12.3-2016.12.2	5.00%	最高额抵押
32	合肥科技银行庐江支行	发行人	3,000.00	2016.4.21-2017.4.20	4.79%	最高额抵押、最高额保证注 ¹⁷
33	合肥科技银行庐江支行	发行人	2,000.00	2016.7.12-2017.7.11	4.79%	最高额抵押、最高额保证注 ¹⁸

注：

- (1) - (4) 该四笔借款由陈学高为发行人提供最高额保证担保。
- (5) - (14)、(16) - (18) 借款由陈学高、刘敏为发行人提供最高额保证担保。
- (15) 该笔借款由发行人、陈学高、刘敏为巢湖安德利提供保证担保。

2、担保合同

(1) 2013年8月23日，发行人与工商银行庐江支行签订《最高额抵押合同》，约定发行人以庐国用(2012)第0799号土地使用权及房地权证庐字第75944

号房产,为其与工商银行庐江支行自2013年8月23日至2016年8月22日发生的债务提供最高额抵押担保,最高担保金额为1,601万元。

(2) 2014年12月25日,发行人与工商银行庐江支行签订编号为0131500007-2014年庐江(抵)字0043号《贵金属租赁最高额抵押合同》,约定发行人以房地权证庐字第76115号、以房地权证庐字第76116号、以房地权证庐字第76117号、以房地权证庐字第76118号房产及庐国用(2012)第14029号、庐国用(2012)第14030号土地使用权,为发行人与工商银行庐江支行于2014年12月25日至2017年12月24日发生租赁债务提供最高额抵押担保,最高担保余额为Au99.99黄金37,000克。2014年12月25日,发行人与工商银行庐江支行签订编号为2014年庐江(抵融协)字0043号《最高额抵押融资协议》,约定发行人在2014年12月25日至2017年12月24日期间向工商银行庐江支行申请融资,发行人自愿提供财产设定最高额抵押,其抵押最高余额不超过884万元,具体抵押事项以0131500007-2014年庐江(抵)字0043号进行约定。

(3) 2015年3月13日,发行人与中国工商银行庐江支行签订编号为0131500007-2015年庐江(抵)字0013号《最高额抵押合同》约定发行人以房地权证庐房字第75943号、第75945号、第75946号、第75947号及庐国用(2012)字第0787号、庐国用(2012)字第0788号土地,为发行人与中国工商银行庐江支行于2015年3月13日至2018年3月12日发生的债务提供最高额抵押担保,最高额担保金额为4,738万元。

(4) 2015年9月19日,巢湖安德利与农业银行庐江支行签订编号为34100620150002364《最高额抵押合同》,约定巢湖安德利以房地权证巢湖市字第107013-107022号房产以及巢国用(2010)03360号土地使用权,为其与农业银行自2015年9月19日至2018年9月18日发生的借款债务提供最高额抵押担保,最高担保金额为22,693.20万元。

(5) 2015年9月24日,巢湖安德利与徽商银行巢湖支行签订编号为2015最高抵押字第0010号《最高额抵押合同》,约定巢湖安德利以房地权证巢湖市字第080253号房产,为发行人与徽商银行巢湖支行于2015年9月24日至2020年9月24日发生的债务提供最高额抵押担保,最高担保金额为7,166.57万元。

(6) 2013年9月18日,巢湖安德利与徽商银行巢湖支行签订《最高额抵

押合同》，约定巢湖安德利以房地权证巢湖市字第 038033 号及房地权证字第 271903 号房产，为发行人与徽商银行巢湖支行于 2013 年 9 月 18 日至 2016 年 9 月 18 日发生的债务提供最高额抵押担保，最高担保金额为 1,500 万元。

(7) 2015 年 7 月 29 日，巢湖安德利与徽商银行巢湖支行签订编号为 2015 最高抵押字第 0008 号《最高额抵押合同》，约定巢湖安德利以房地权证巢湖市字第 248883 号、248884 号、335362 号及 335363 号房产，为发行人与徽商银行巢湖支行于 2015 年 7 月 29 日至 2020 年 7 月 29 日发生的债务提供最高额抵押担保，最高担保金额为 10,359.17 万元。

(8) 2015 年 7 月 29 日，巢湖安德利与徽商银行巢湖支行签订编号为 2015 最高抵押字第 0009 号《最高额抵押合同》，约定巢湖安德利以巢国用（2013）第 2482 号土地使用权，为发行人与徽商银行巢湖支行于 2015 年 7 月 29 日至 2020 年 7 月 29 日发生的债务提供最高额抵押担保，最高担保金额为 817 万元。

(9) 2014 年 6 月 20 日，和县安德利与兴业银行巢湖支行签订编号为 1315 授 042B 号《最高额抵押合同》，约定和县安德利以房地权证历阳镇字第 00017595 号、房地权证历阳镇字第 00017597 号、房地权证历阳镇字第 00017598 号、房地权证历阳镇字第 00017753 号房产及其附属土地使用权，为发行人与兴业银行巢湖支行于 2014 年 6 月 20 日至 2017 年 6 月 20 日发生的债务提供最高额抵押担保，最高担保金额为 7,000 万元。

(10) 2014 年 10 月 9 日，无为安德利与兴业银行巢湖支行签订编号为 1415 授 053B 《最高额抵押合同》，约定无为安德利以房地权证无房字第 027999 号、房地权证无房字第 028000 号、房地权证无房字第 028001 号及房地权证无房字第 028002 号房产，为发行人与兴业银行巢湖支行发生的债务提供抵押担保，抵押额度最高为 10,000 万元，抵押额度有效期为 2014 年 10 月 9 日至 2017 年 10 月 9 日。

(11) 2016 年 5 月 10 日，巢湖安德利与兴业银行股份有限公司巢湖支行签订 1515 授 101B 号《最高额抵押合同》，巢湖安德利以其所有的房地权证巢湖市字第 C064679 号房产作为抵押，为发行人与兴业银行股份有限公司巢湖支行自 2016 年 5 月 10 日至 2019 年 5 月 10 日发生的不超过 6,000 万元的借款提供担保。

(12) 2014 年 7 月 14 日，发行人与建设银行庐江支行签订编号为保 Y201404

《最高额抵押合同》，约定发行人以房地权证庐字第 76996 号房产及庐国用（2012）第 1008 号、庐国用（2012）第 1010 号、庐国用（2012）第 1011 号、庐国用（2012）第 1012 号、庐国用（2012）第 1013 号土地使用权，为其与建设银行于 2014 年 7 月 14 日至 2017 年 7 月 14 日发生的债务提供最高额抵押担保，最高额担保金额为 2,700 万元。

（13）2014 年 6 月 24 日，发行人与招商银行合肥经开支行签订编号为 2014 年合经支保字第 11140701 号《不可撤销担保书》，约定发行人为巢湖安德利与招商银行签订的《固定资产借款合同》提供保证担保，担保金额为 7,000 万元。

（14）2014 年 10 月 27 日，无为安德利与浦发银行合肥分行签订编号为 ZD5806201400000005《最高额抵押合同》，约定无为安德利以房地权证无房字第 028003 号、房地权证无房字第 028004 号、房地权证无房字第 028005 号房产及无国用（2014）第 0245 号、无国用（2014）第 0246 号、无国用（2014）第 0247 号土地，为发行人与浦发银行合肥分行于 2014 年 10 月 27 日至 2017 年 10 月 27 日发生的债务提供最高额抵押担保，最高额担保金额为 3,800 万元。

（15）2015 年 4 月 24 日，无为安德利与合肥科技农村商业银行庐江支行签订编号为 D7943132015120001《最高额抵押合同》，约定无为安德利以其所有的房地权证无房字第 028329-028339 号房产及所在土地使用权作为抵押，为发行人与合肥科技农村商业银行庐江支行自 2015 年 4 月 27 日至 2018 年 4 月 26 日发生的债务提供最高额担保，最高担保金额 5,500 万元。

（16）2016 年 4 月 19 日，无为安德利与合肥农村商业银行庐江支行签订编号为 D7943131220160005 号《最高额抵押合同》，约定无为安德利以房地权证无房字第 028329 号-028339 号房产，为发行人与合肥农村商业银行庐江支行于 2016 年 4 月 20 日至 2019 年 4 月 20 日发生的债务提供最高额抵押担保，最高担保金额为 8,000 万元。

（四）其他重大合同

（1）2013 年 1 月 6 日，巢湖安德利与巢湖市亚父街道安城路房屋征收办公室就征收巢湖安德利位于巢湖市东山头的仓库之土地使用权及其上房屋征收补偿事宜签订《巢湖市国有土地上房屋征收补偿协议书》，补偿金额合计为

17,469,617 元，截止本招股书签署日，巢湖安德利共收到补偿款 1,700 万元。

(2) 2015 年 8 月 18 日，发行人与庐江县惠德商贸有限公司签订《合作框架协议》，发行人授权庐江县惠德商贸有限公司在建商业综合体命名为安德利广场，庐江县惠德商贸有限公司同意未来将广场内约 30,000 平方米房屋于建成后出租给发行人经营购物中心及超市，租赁期限为 15 年，第一年免租金，地下一层第二年按 0.4 元/平方/天计算，第三年起每 5 年递增 5%；地上 1-5 层第二年按 0.6 元/平方/天计算，第三年起每 5 年递增 5%，若庐江县惠德商贸有限公司有意出售该等房屋产权，在同等条件下发行人具有优先受让权。

(3) 2015 年 8 月 25 日，发行人与马鞍山银基置业有限公司签订《合作框架协议》，发行人授权马鞍山银基置业有限公司在建当涂阳光城中购物中心物业命名为安德利购物中心并在住宅楼销售及商业街招商宣传中自由使用，马鞍山银基置业有限公司同意未来以合理方式按照经评估并扣除土地成本后的价格将该等购物中心物业转让给发行人经营购物中心。

三、对外担保情况

截止本招股说明书签署之日，除为控股子公司提供担保之外，本公司不存在其他对外担保情形。

四、诉讼和仲裁事项

2013 年 3 月 5 日，巢湖安德利作为原告将巢湖市今晚捌点娱乐发展有限公司及其经营者杨娟娟诉至巢湖市人民法院，请求判令解除《房屋租赁合同》，判令被告支付拖欠租金、水电费及物业管理费合计 1,642,205.47 元（租金、水电费及物业管理费计算到 2013 年 2 月底，以后另算），判令被告支付违约金 48 万元并承担本案的诉讼费用。2013 年 4 月 10 日，巢湖市人民法院以（2012）巢民二初字第 00415 号《受理案件通知书》受理了本案。2013 年 11 月 27 日，巢湖市人民法院以（2013）巢民二初字第 00415 号《民事判决书》判决：解除双方房屋租赁合同关系，被告杨娟娟返还租赁物、支付违约金 92,000 元，两被告支付拖欠的房租、水电费及物业管理费合计 2,192,205.83 元，并承担各项诉讼费合计

24,580 元。截止本招股书签署日，该判决已经生效，正在执行中。

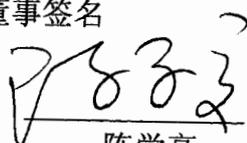
截至本招股说明书签署日，除上述诉讼之外，本公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及 有关中介机构声明

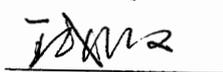
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

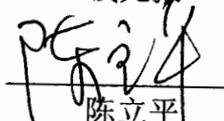
董事签名



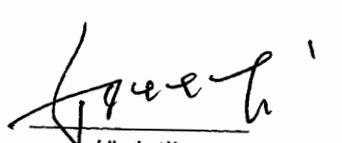
陈学高



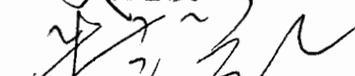
钱元报



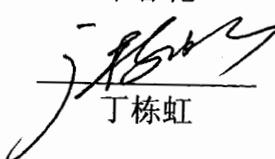
陈立平



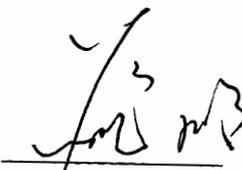
姚忠发



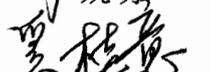
朱春花



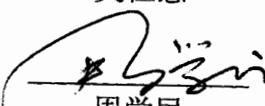
丁栋虹



姚明

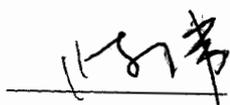


奚桂意



周学民

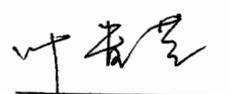
监事签名



陈伟

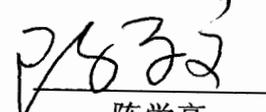


徐济霞



叶贵芝

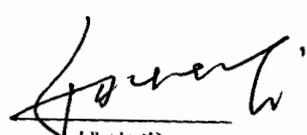
高级管理人员签名



陈学高



周同江



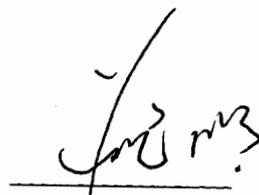
姚忠发



李立东



刘章宏



姚明



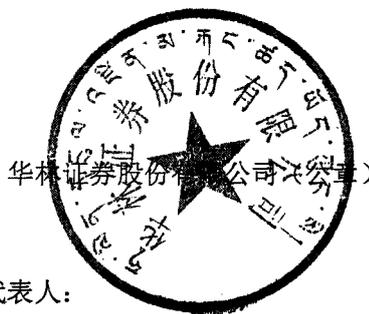
周元灿

安徽安德利百货股份有限公司 公章

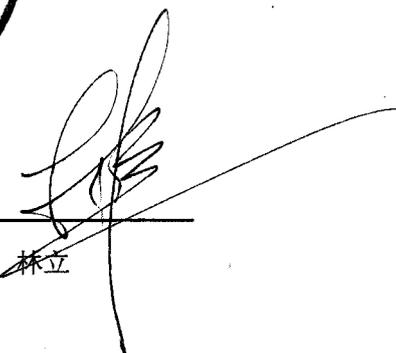


二、保荐机构（主承销商）声明

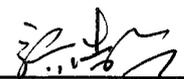
本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

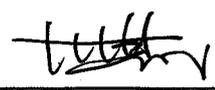


法定代表人：


林立

保荐代表人：


张浩淼


胡智慧

项目协办人：

2016年 7月 29日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读本招股说明书及其摘要，确认本招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在本招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。



国浩律师（上海）事务所（公章）

负责人：

黄宁宁

经办律师：

许航

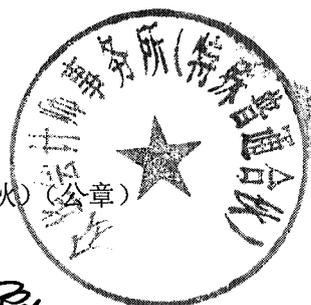
徐志豪

2016年7月29日

四、审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读本招股说明书及其摘要，确认本招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在本招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认本招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

众华会计师事务所（特殊普通合伙）（公章）



负责人：

孙勇

签字注册会计师：



2016年 7月29日

五、验资及验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告及验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告及验资复核报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。



众华会计师事务所(特殊普通合伙)(公章)

负责人:

孙勇

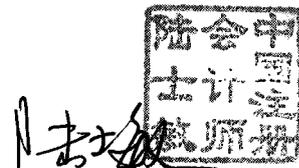
孙勇

签字注册会计师:

傅林生



傅林生



陆士敏

2016年7月29日

说明

上海众华沪银会计师事务所有限公司已于 2013 年 12 月 2 日变更为众华会计师事务所（特殊普通合伙），变更后相关业务资格以及权利义务由众华会计师事务所（特殊普通合伙）承继。

众华会计师事务所（特殊普通合伙）（公章）



2016年 7月 29日

六、资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。



北京大正海地人资产评估有限公司 (公章)

法定代表人:

陈冬梅

签字注册资产评估师:

李巨林

李辉

2016年 7月 29日

说 明

北京国友大正资产评估有限公司已于 2013 年 9 月 4 日变更为北京大正海地人资产评估有限公司，变更后相关业务资格以及权利义务由北京大正海地人资产评估有限公司承继。

由于目前李巨林、李辉二人已离职，故安徽安德利百货股份有限公司本次上市申请文件中，资产评估机构声明中未有签字注册资产评估师李巨林、李辉的签字，相关责任由北京大正海地人资产评估有限公司承担。



北京大正海地人资产评估有限公司（公章）

2016年 7月 29日

第十七节备查文件

以下备查文件于公司指定信息网站披露：

- 1、发行保荐书；
- 2、保荐工作报告；
- 3、财务报告及审计报告；
- 4、内部控制鉴证报告；
- 5、经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- 6、法律意见书及律师工作报告；
- 7、公司章程（草案）；
- 8、中国证监会核准本次发行的文件；
- 9、其它与本次发行有关的重要文件。