

股票简称：人人乐

股票代码：002336



人人乐连锁商业集团股份有限公司

RENRENLE COMMERCIAL GROUP CO.,LTD.

（广东省深圳市南山区前海路心语家园裙楼二楼）

非公开发行股票预案

二〇一五年八月

发行人声明

1、公司及董事会全体成员保证预案内容真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2、本次非公开发行股票预案（以下简称“本预案”）按照《上市公司证券发行管理办法》、《上市公司非公开发行股票实施细则》、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 25 号—上市公司非公开发行股票预案和发行情况报告书》等要求编制。

3、本次非公开发行股票完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责；因本次非公开发行股票引致的投资风险，由投资者自行负责。

4、本预案是公司董事会对本次非公开发行股票的说明，任何与之相反的声明均属不实陈述。

5、投资者如有任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

6、本预案所述事项并不代表审批机关对于本次非公开发行股票相关事项的实质性判断、确认或批准，本预案所述本次非公开发行股票相关事项的生效和完成尚待取得有关审批机关的批准或核准。

特别提示

1、本次非公开发行股票相关事宜已经公司第三届董事会第十五次会议（2015年8月4日）审议通过，但尚须公司股东大会审议批准及中国证监会核准。

2、本次非公开发行股票的发行对象为不超过10名（含10名）的特定投资者，包括符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者以及其他境内法人投资者、自然人。证券投资基金管理公司以其管理的2只以上基金认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终发行对象将在本次非公开发行股票取得中国证监会核准批文后，按照《上市公司非公开发行股票实施细则》等有关规定，根据竞价结果由公司董事会根据股东大会的授权与保荐机构（主承销商）协商确定。

3、本次发行股份的数量不超过13,211.85万股。具体发行数量将提请股东大会授权公司董事会根据实际情况与保荐机构（主承销商）协商确定。

若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项，本次发行数量将做相应调整。

4、本次发行不会导致公司控制权发生变化，且不会导致公司股权分布不具备上市条件。

5、本次发行的定价基准日为公司第三届董事会第十五次会议决议公告日（即2015年8月6日），发行价格不低于定价基准日前20个交易日公司股票交易均价的90%，即不低于17.56元/股（定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价=定价基准日前二十个交易日股票交易总额/定价基准日前二十个交易日股票交易总量）。最终发行价格将在公司取得中国证监会关于本次发行的核准文件后，由公司董事会根据股东大会的授权、有关法律、行政法规及其他规范性文件的规定及市场情况，并根据发行对象申购报价的情况，遵循价格优先原则，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

定价基准日至本次发行日期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本

等除权除息事项，本次发行价格下限将做相应调整。

6、本次非公开发行募集资金总额不超过 232,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额计划投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金拟投资金额
1	社区生活超市项目	139,078.40	139,000.00
2	“人人乐购”电商平台项目	40,731.00	40,000.00
3	供应链系统升级项目	53,451.30	53,000.00
合计		233,260.70	232,000.00

若本次非公开发行实际募集资金净额低于拟投入募集资金额，资金缺口将通过自筹方式解决。募集资金到位之前，为尽快推动项目的实施，公司可根据项目进展程度，先行以自筹资金进行投入，待募集资金到位后，将对前期投入资金予以置换。

7、本次非公开发行股票完成后，特定对象认购的公司股份自上市之日起 12 个月内不得转让。

8、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》（证监发[2012]37 号）和中国证监会深圳监管局《关于认真贯彻落实〈关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知〉有关要求的通知》（深证局公司字[2012]43 号）等文件的要求，公司于 2012 年 8 月 20 日召开的公司 2012 年第一次临时股东大会审议通过了《关于对〈人人乐连锁商业集团股份有限公司章程〉进行修订的议案》，修改后的《公司章程》明确了现金分红政策。

本公司最近三年（2012 年度至 2014 年度），由于不满足《公司章程》规定的实施现金分红的条件，未进行现金分红。

关于股利分配政策及决策程序、股东回报规划、未分配利润使用安排等情况请参见本预案“第四节 利润分配情况”。

9、根据有关法律法规的规定，本次非公开发行股票的方案尚需公司股东大会审议通过和中国证监会核准后方可实施。

目 录

发行人声明	1
特别提示	2
目 录	4
释 义	6
第一节 本次非公开发行股票方案概要.....	8
一、发行人基本情况	8
二、本次非公开发行的背景和目的.....	8
三、发行对象及其与公司的关系.....	12
四、发行股份的价格及定价原则、发行数量、限售期.....	12
五、募集资金数量及投向	14
六、本次发行是否构成关联交易.....	14
七、本次发行是否导致公司控制权发生变化.....	14
八、本次发行方案尚需呈报批准的程序.....	15
第二节 本次募集资金使用的可行性分析.....	16
一、本次募集资金投资计划.....	16
二、本次募集资金投资项目的的基本情况.....	16
三、本次发行对公司经营管理、财务状况等的影响.....	24
第三节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论和分析.....	25
一、本次发行后公司业务、公司章程、股东结构、高管人员结构、业务结构的变化.....	25
二、本次发行后上市公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况.....	26
三、公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化 情况	26
四、本次发行完成后，公司是否存在资金、资产被大股东及关联人占用的情形，或公司为 大股东及关联人提供担保的情形.....	27
五、上市公司负债结构是否合理，是否存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债） 的情况，是否存在负债比例过低、财务成本不合理的情况.....	27
六、本次股票发行相关的风险说明.....	27

第四节 利润分配情况	31
一、公司利润分配政策	31
二、公司最近三年股利实际分配情况.....	33
三、公司 2015 年-2017 年股东回报规划	34

释 义

在本发行预案中，除非特别说明，下列词语具有如下涵义：

公司、本公司、发行人、人人乐	指	人人乐连锁商业集团股份有限公司
本预案	指	公司本次非公开发行股票预案
本次非公开发行股票、本次非公开发行、本次发行	指	公司非公开发行不超过 13,211.85 万股人民币普通股（A 股）的行为
实际控制人	指	何金明、何浩和宋琦
定价基准日	指	人人乐第三届董事会第十五次会议决议公告日
股东大会	指	人人乐连锁商业集团股份有限公司股东大会
董事会	指	人人乐连锁商业集团股份有限公司董事会
监事会	指	人人乐连锁商业集团股份有限公司监事会
《公司章程》	指	《人人乐连锁商业集团股份有限公司章程》
《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》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所、交易所	指	深圳证券交易所
最近三年	指	2012 年度、2013 年度及 2014 年度
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
O2O	指	Online To Offline（在线离线/线上到线下），是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台。
超市	指	开架售货，集中收款，满足消费者日常生活需要的零售业态，根据营业面积和目标顾客不同，可以分为便利超市、社区超市、综合超市和大型超市。
大卖场	指	经营面积 5,000m ² 以上，品种齐全，满足顾客日常生活必需品一次性购齐的零售业态。经营品种在 15,000—30,000 种左右，辐射半径 1—3km，目标顾客以居民、流动顾客为主。
浓缩型大卖场	指	经营面积 1,000—5,000m ² ，品种比较齐全，以经营食品（包括生鲜和包装食品）为主，满足社区居民日常生活必需品为主的零售业态。辐射半径 1km 以内，经营品种在 8,000-15,000 左右。
社区超市	指	经营面积小于 1,000m ² ，以购买频率高的食品、烟酒、日用百货等商品和便民服务为主，为社区居民提供一站式便利购物服务的零售业态；辐射半径多在 300-500m，顾客步行 5—10 分钟内到达，经营品种在 1,000-8,000 种左右。

人人乐购	指	公司线上零售平台，以互联网零售为经营业态，通过移动端应用、人人乐购网上商城、电子货架等形式为顾客提供商品和服务。
电子货架	指	通过自助购物终端的形式为顾客提供线上商品，电子货架将配置生鲜商品储存功能放置于社区、营业厅、超市等公众场合。
大数据	指	IT 用语，指无法在可承受的时间范围内用常规软件工具进行捕捉、管理和处理的数据集合。大数据技术除了掌握庞大的数据信息，其战略意义还在于对这些含有意义的数据进行专业化处理，并以此为基础的各种应用。
冷链	指	指为了保持食品、药品等产品的品质，从生产到消费过程中，始终使其处于恒定低温状态的一系列整体冷藏解决方案、专门的物流网络和供应链体系。
冷链物流	指	指冷藏冷冻类食品在生产、贮藏运输、销售，到消费前的各个环节中始终处于规定的低温环境下，以保证食品质量，减少食品损耗的一项系统工程。

注：本预案中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异，该等差异系因四舍五入造成。

第一节 本次非公开发行股票方案概要

一、发行人基本情况

中文名称	人人乐连锁商业集团股份有限公司
英文名称	RENRENLE COMMERCIAL GROUP CO.,LTD.
公司住所	深圳市南山区前海路心语家园裙楼二层
注册资本（万元）	40,000.00
法定代表人	何金明
股票简称	人人乐
股票代码	002336
股票上市地	深圳证券交易所
联系电话	0755-86058141
公司网址	http://www.renrenle.cn
经营范围	一般经营项目：农副产品的购销及其它国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；企业管理咨询。 许可经营项目：普通货运，货物专用运输（集装箱运输，以上业务均不含危险物品运输）（证件有效期至2014年9月30日）；信息服务业务（仅限互联网信息服务业务，不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械、电子公告以及其他按法律、法规规定需前置审批或专项审批的服务项目，《增值电信业务经营许可证》有效期至2016年10月11日）。

二、本次非公开发行的背景和目的

（一）本次非公开发行的背景

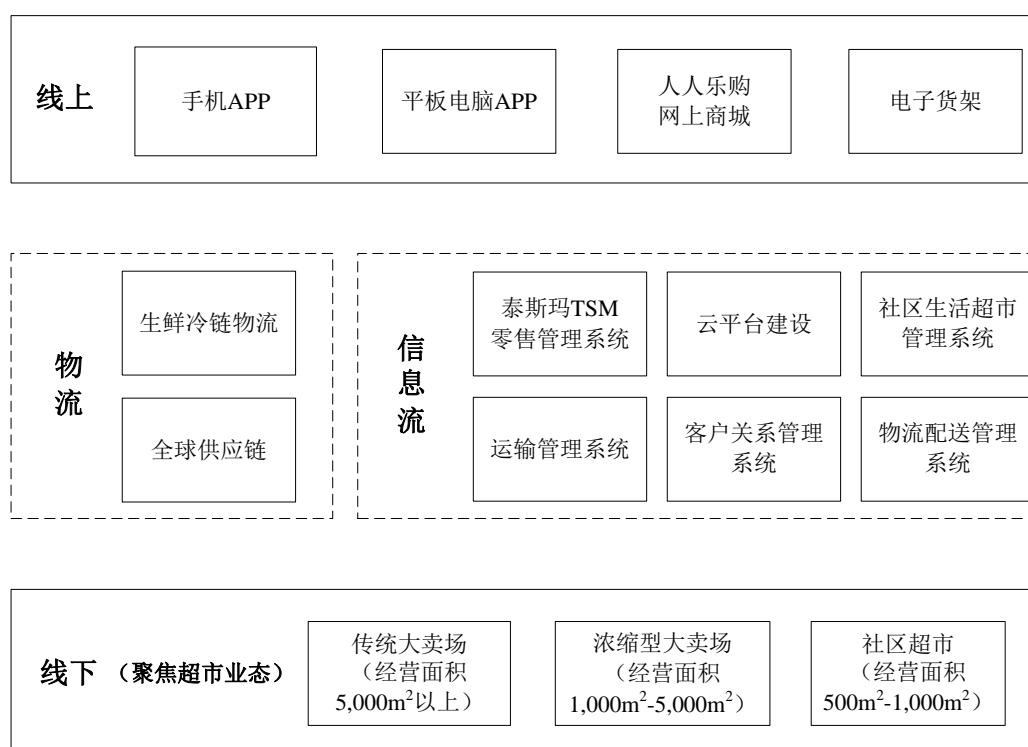
2015年5月，商务部发布《“互联网+流通”行动计划》，提出加快互联网与流通产业的深度融合，推动流通产业转型升级，提高流通效率，努力打造新的经济增长点，培育新产业，释放消费潜力。2015年6月，国务院办公厅发布《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》，提出多方面措施支持促进跨境电子商务加快发展。随着“互联网+”时代的到来，以及社会消费升级、大数据云应用、全球化商品流通加速、供应链和仓储物流快速发展，零售行业未来转型发展的空间巨大。

公司顺应行业的发展趋势，积极推进战略转型，以物流（冷链物流、全球采购）和信息流（“云平台”大数据、客户关系管理系统）为支撑，快速布局完善线下渠道（社区生活超市）和线上服务平台（“人人乐购”电商平台），打造符合新经济发展趋势的全球化、多元化商品流通服务新型 O2O 生态圈，最终实现向“轻资产、低成本、高效率”零售运营模式的转型。

未来三年内，公司计划全面发展“人人乐购”电商平台，快速提升线上商品零售经营能力；在已有的全国零售门店网络基础上，快速布局社区生活超市，形成以社区为依托的密集门店集群；对现有华南、华北、西南、西北四大物流中心生鲜冷链系统升级，形成强大的生鲜经营后台支持能力，以支持社区门店集群有效实施生鲜全品类经营；联合国外有实力的供货商，共同打造跨境商品供应链，实现全球优质资源直采，支持公司未来的商品经营转型；最终推动人人乐由单一的大卖场业态，向线上线下全面融合发展的 O2O 经营模式全面转型。

与此同时，公司将推出线下门店“合伙人”管理机制，激活内部团队的主人翁精神，深化内部管理体制变革，并加快收购兼并等资本运作步伐，整合市场资源，支持和助力公司经营转型。

人人乐O2O生态圈



1、快速发展社区生活超市。公司将在全国范围内加快布局新型业态的社区生活超市，推进轻型化的线下运营模式，为社区居民提供全品类生鲜商品、日常便利商品、线上零售最后一公里服务和社区增值服务，并作为新型 O2O 生态圈的线下渠道和线下体验店，实现吸引客流及线上销售最后一公里物流配送的终端功能；社区化的生活超市将主打“生鲜+便利+服务”经营，基于公司自身线上电商平台、大零售经营全品类、冷链物流和全球供应链优势，为社区提供全品类生鲜商品和大品类商品零售服务，生鲜商品实行全过程条码追溯管理，保证商品具备“可溯源、高品质、安全认证”的特点；为进一步提高员工积极性，公司将加快内部管理模式深化改革，推出线下社区生活超市“合伙人”管理机制。

2、建设电商平台，打造特色信息流。公司将建设新型 O2O 生态圈的线上“人人乐购”电商平台，通过移动端应用、人人乐购网上商城和电子货架为顾客提供超市商品、全球商品和平台化商品，并通过社区生活超市和“电子货架”为顾客提供“人人乐购”电商平台的最后一公里配送服务，其中电子货架将配置生鲜商品储存功能并放置于公共场所；信息流方面，公司将建设“云平台”、社区生活超市管理系统、客户关系管理系统、物流配送管理系统和运输管理系统，通过“云平台”大数据分析和客户关系管理系统进行精准营销，为顾客提供订制服务，最终实现客户分层、精准推送和其他高品质衍生服务，通过建设物流配送管理系统和运输管理系统打造一个全数据化管理的高效物流供应链系统。

3、生鲜冷链物流系统升级。将对现有华南、华北、西南、西北四大物流中心进行升级改造，升级改造后，四大物流中心将全面配置生鲜商品的集中分拣、储存、加工、配送功能，覆盖全国范围冷链配送，提升公司生鲜商品整体竞争力，全面满足社区顾客的每日必需品需求，提升社区门店顾客粘性，为快速发展社区生活超市打下坚实基础；同时，公司、门店和顾客可以通过信息系统追溯生鲜商品采购来源和储存配送时效。

4、加快全球供应链整合。公司将联合国外有实力的供货商，布局全球高端商品代理权资源，重点完善全球供应链建设，并利用自身独特地理优势加强保税仓及跨境物流系统建设；未来公司也将通过自营、收购兼并等形式逐步打造全球化采购供应链，并向供应链金融、消费金融等领域拓展；围绕商品运营、数据信

息采集、供应链管理与境内外物流仓储建设,促进境内外商品进出口交互式流通,融入全球化零售体系,打造符合自身发展特色的跨境电商综合服务平台。

(二) 本次非公开发行的目的

1、加快实现战略转型,促进线上线下融合发展,建设新型 O2O 生态圈

公司希望通过此次非公开发行股票募集资金,加快推进战略转型,线上线下融合发展,打造新型 O2O 生态圈。未来三年将通过以下几个项目实施:

社区生活超市项目:在全国范围内快速发展 500 家面积在 500-1,000m²、主打“生鲜+便利+服务”的新业态小型社区生活超市,打造全新的人人乐社区服务板块。

“人人乐购”电商平台项目:通过移动设备(手机、平板电脑等)、人人乐购网上商城、电子货架等形式为顾客提供超市商品、全球商品和平台化商品,将“人人乐购”电商平台打造成集购物、消费、金融为一体的互联网零售平台;通过建设“云平台”、社区生活超市管理系统、客户关系管理系统、物流配送管理系统和运输管理系统来构建新型 O2O 生态圈的信息流。

供应链系统升级项目:对现有华南、华北、西南、西北四大物流中心进行升级改造。升级改造后,四大物流中心将全面配置生鲜商品集中分拣、储存、加工、配送功能,覆盖全国范围冷链配送。布局全球高端商品代理权资源,重点完善全球供应链建设,并利用自身独特地理优势加强保税仓建设以提升全球采购方面的物流能力。

新型 O2O 生态圈的成功运行,将有利于人人乐快速由传统零售商向“互联网+零售”模式转型,最终形成销售在线上、服务在线下的“轻资产、低成本、高效率”零售运营模式,通过线下业务和线上业务协同发展的 O2O 模式,实现公司整体盈利能力的提升。

2、增强公司资本实力,实现股东利益最大化

通过本次非公开发行,公司的资本实力将进一步增强,公司将获得充裕的资金用于主营业务发展。本次募集资金投资项目实施完成后,公司将通过推动战略

转型实现业务模式的优化和核心竞争力的提升，公司盈利能力将得到进一步增强，进而实现股东利益最大化。

三、发行对象及其与公司的关系

（一）发行对象

本次非公开发行股票的发行为不超过 10 名（含 10 名）的特定投资者，包括符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者以及其他境内法人投资者、自然人。证券投资基金管理公司以其管理的 2 只以上基金认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终发行对象将在本次非公开发行股票取得中国证监会核准批文后，按照《上市公司非公开发行股票实施细则》等有关规定，根据竞价结果由公司董事会根据股东大会的授权与保荐机构（主承销商）协商确定。

（二）发行对象与公司的关系

目前公司尚无确定的发行对象，故无法确定发行对象与公司的关系。发行对象与公司之间的关系将在发行结束后公告的《发行情况报告暨上市公告书》中披露。

四、发行股份的价格及定价原则、发行数量、限售期

（一）股票类型及面值

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

（二）发行方式和发行时间

本次发行通过向特定对象非公开发行的方式进行并在中国证监会核准批文有效期内选择适当时机发行。

（三）定价基准日、发行价格及定价原则

1、定价基准日

本次非公开发行股票董事会决议公告日，即 2015 年 8 月 6 日。

2、发行价格

本次非公开发行股票价格不低于 17.56 元/股，不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%（注：定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日公司股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日公司股票交易总量）。具体发行价格将在本次发行获得中国证监会发行核准批文后，按照《上市公司非公开发行股票实施细则》等有关规定，根据竞价结果由公司董事会根据股东大会的授权与保荐机构（主承销商）协商确定。

若公司股票在本次发行定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项的，本次发行价格将进行相应调整。

（四）发行数量

本次发行股份的数量不超过 13,211.85 万股。具体发行数量将提请股东大会授权公司董事会根据实际情况与保荐机构（主承销商）协商确定。

若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项，本次发行数量将做相应调整。

（五）认购方式

发行对象以现金认购本次非公开发行股票。

（六）限售期安排

本次非公开发行股票完成后，特定对象认购的公司股份自上市之日起 12 个月内不得转让。

（七）上市地点

本次非公开发行的股票将申请在深圳证券交易所上市交易。

（八）本次发行前的滚存利润安排

本次发行完成后，公司新老股东共同享有本次发行前公司滚存的未分配利润。

（九）本次发行决议的有效期

本次发行决议有效期为自股东大会审议通过之日起 12 个月。

五、募集资金数量及投向

本次非公开发行募集资金总额不超过 232,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额计划投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金拟投资金额
1	社区生活超市项目	139,078.40	139,000.00
2	“人人乐购”电商平台项目	40,731.00	40,000.00
3	供应链系统升级项目	53,451.30	53,000.00
合计		233,260.70	232,000.00

若本次非公开发行实际募集资金净额低于拟投入募集资金额，资金缺口将通过自筹方式解决。募集资金到位之前，为尽快推动项目的实施，公司可根据项目进展程度，先行以自筹资金进行投入，待募集资金到位后，将对前期投入资金予以置换。

六、本次发行是否构成关联交易

截至本预案公告日，无公司关联方有意愿向购买本次发行的股份，最终是否存在因其他关联方认购公司本次非公开发行股份构成关联交易的情形，将在发行结束后公告的《发行情况报告暨上市公告书》中披露。

七、本次发行是否导致公司控制权发生变化

本次非公开发行前，公司股份总数为 40,000.00 万股，其中何金明、何浩和宋琦通过深圳市浩明投资管理有限公司、新余众乐通投资有限公司和深圳市人人乐咨询服务有限公司合计间接持股 29,769.00 万股，占本次发行前公司股份总数的 74.42%，为公司实际控制人。

本次非公开发行股票数量不超过 13,211.85 万股，按照发行上限测算，本次发行完成后，何金明、何浩和宋琦通过深圳市浩明投资管理有限公司、新余众乐通投资有限公司和深圳市人人乐咨询服务有限公司合计持有公司股份的比例为

55.94%，仍为公司实际控制人。本次发行不会导致公司控股股东、实际控制人及其控制权发生变化。本次非公开发行的实施亦不会导致股权分布不具备上市条件。

八、本次发行方案尚需呈报批准的程序

本次发行方案已经公司第三届董事会第十五次会议审议通过，待公司股东大会审议通过本次发行方案后，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司证券发行管理办法》等相关法律、法规和规范性文件的规定，需向中国证监会进行申报。在获得中国证监会核准批复后，公司将向深圳证券交易所和中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司申请办理股票发行和上市事宜，履行本次非公开发行股票相关批准和登记程序。

第二节 本次募集资金使用的可行性分析

一、本次募集资金投资计划

本次非公开发行募集资金总额不超过 232,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额计划投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金拟投资金额
1	社区生活超市项目	139,078.40	139,000.00
2	“人人乐购”电商平台项目	40,731.00	40,000.00
3	供应链系统升级项目	53,451.30	53,000.00
合计		233,260.70	232,000.00

若本次非公开发行实际募集资金净额低于拟投入募集资金额，资金缺口将通过自筹方式解决。募集资金到位之前，为尽快推动项目的实施，公司可根据项目进展程度，先行以自筹资金进行投入，待募集资金到位后，将对前期投入资金予以置换。

在上述募集资金投资项目范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，按照相关法规规定的程序对上述项目的募集资金投入金额进行适当调整。

二、本次募集资金投资项目的的基本情况

（一）社区生活超市项目

1、项目概况

公司拟以租赁店面的方式在深圳、广州、成都、西安、天津等地区新开 500 家社区生活超市。

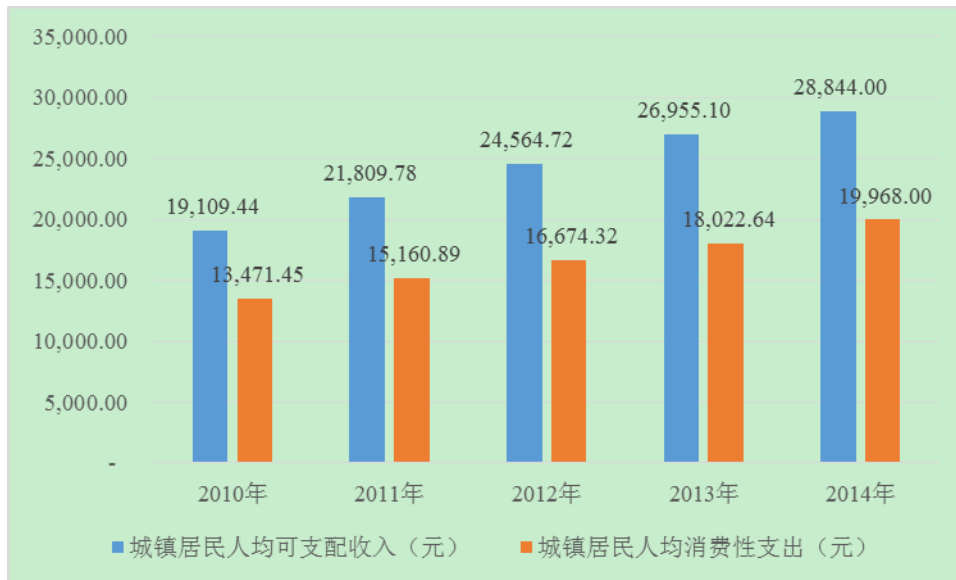
社区生活超市单店面积约为 500-1,000m²，以所在社区居民为主要服务对象，为其提供全品类生鲜商品、日常便利商品、线上零售最后一公里服务、社区增值服务等，并作为新型 O2O 生态圈的线下渠道和线下体验店，实现吸引客流及线上销售最后一公里物流配送终端功能。社区生活超市将主打“生鲜+便利+服务”经营，为社区居民提供全品类生鲜商品及日常便利商品，保证商品具备“可溯源、

高品质、安全认证”的特点；为用户提供便捷的商品配送服务及其他定制化采购服务；根据不同社区环境提供，差异化的产品和包括购物、休闲、餐饮、家政、物业、金融、通信等在内的便利服务，打造一站式社区综合性服务平台。

2、项目建设的必要性

(1) 社区超市具有广阔的市场空间

近年来，我国居民人均收入保持着较高的增长速度。截至 2014 年底，城镇居民人均可支配收入达到 28,844 元。人均可支配收入的不断提高将进一步激发消费者的消费能力，从而扩大了零售行业的市场空间。同时，城镇居民人均消费性支出也呈现不断上升态势，有力地保障了城镇居民的消费能力，其在直接促进商业零售行业发展的同时，直接地提升了以城市为定位的社区超市的市场空间。



同时，2004 年至 2014 年，我国城镇化率由 41.76% 增长至 54.77%，城镇化水平的提高间接增加了城市社区的数量，极大地扩大了社区超市的市场容量；城市人口密度不断提升的人口环境也让更多地区满足社区超市的经营条件。社区超市未来具有广阔的市场空间。

(2) 社区超市发展趋于功能专业化、服务多样化和消费便利化

随着城镇居民生活水平的不断提高，尤其是大型现代化社区的不断涌现，社区居民的消费水平不断提升，高端消费需求和便利化消费需求日益显现，代保管、代收、代缴、代送货等新的服务需求日益强烈。随着互联网电商和各类网购

平台快速发展，社区居民大部分传统零售消费品都能通过网购得以满足，但其对生鲜商品的消费需求仍需要通过实体店得以满足。

在此背景下，公司提出了发展社区生活超市概念。人人乐社区生活超市作为区别传统社区超市的新形态，功能定位于满足社区全品类生鲜商品和日常便利商品的消费需求，提供社区居民日常所需生活服务，同时，结合线上人人乐购电商平台，为社区居民提供全品类零售体验和线上销售最后一公里配送服务。

(3) 扩大线下业务规模，为线上业务发展提供支撑

公司社区生活超市主打“生鲜+便利+服务”经营，全品类的生鲜商品、极致的便利和丰富的服务是社区店得以快速扩张的根本。通过在全国范围快速发展500-1,000m²的社区生活超市，可以合理布局线下零售渠道，丰富公司超市经营业态，进一步形成公司区域化门店集群规模优势、扩大区域市场占有率，从而提升整体线下客流的增长。同时，单个覆盖面小、密度更大的小型社区店由于更加接近居民生活区，凭借其便利性、便捷性，增强了门店对顾客的粘性，提高了门店自身的生存竞争能力。

凭借线下顾客快速增长，实现线下客流导流线上客流，线上客流又反过来支持线下客流，最终实现提升“人人乐购”电商平台的销售量；另一方面线下社区生活超市通过生鲜经营、体验式服务、线上零售最后一公里服务和增值服务，解决线上业务所需的线下基础，为“人人乐购”电商平台快速发展提供支撑。

3、项目建设内容

社区生活超市门店主要采取租赁物业方式。

本项目根据门店不同的区域位置和社区环境进行定制化设计，对租赁物业进行改造、装修，并购置相应的设备设施。

装修工程投资部分包括装饰装修、给排水、供配电、通风空调安装、消防工程、保安监控等。

设备购置及安装投资主要包括各类中央空调、冷藏和冷冻库、熟食加工设备、冷柜、冰柜、货架、计量设备、收银台、通讯设备、中央巡店系统、中央防损系统等。

本项目拟投入一定金额的铺底流动资金，主要用于商品采购之资金周转等，从而保障货源，以顺利开展经营。

4、项目建设期

本项目建设期为3年。

5、项目投资安排

本项目投资总体安排如下：

序号	项目	投资总额（万元）	占比
1	装修工程	34,625.00	24.90%
2	设备购置及安装	72,453.40	52.10%
3	铺底流动资金	32,000.00	23.00%
合计		139,078.40	100.00%

本项目总投资 139,078.40 万元，拟使用募集资金 139,000.00 万元。项目投资所需资金除以本次非公开发行股票募集资金投入外，其余部分将以自有资金解决。

6、项目经济效益分析

根据测算，本项目建成后，项目正常年年营业总额为 524,903.64 万元，年利润总额为 26,076.99 万元。

根据现金流量分析，项目税后内部收益率 15.11%，税后投资回收期 7.48 年。本项目具有良好收益，在财务上合理可行。

（二）“人人乐购”电商平台项目

1、项目概况

公司拟构建“人人乐购”电商平台。“人人乐购”电商平台将通过移动端应用、人人乐购网上商城和电子货架的形式为顾客提供超市商品、全球商品和平台化商品，并通过社区生活超市和“电子货架”为顾客提供电商平台的最后一公里配送服务，其中电子货架将配置生鲜商品储存功能并放置于公共场所；信息流后台支撑方面，公司将建设“云平台”、社区生活超市管理系统、客户关系管理系统、物流

配送管理系统和运输管理系统，通过“云平台”大数据分析和客户关系管理系统进行精准营销，为客户提供订制服务，最终实现客户分层、精准推送和其他高品质衍生服务，通过建设物流配送管理系统和运输管理系统打造一个全数据化管理的高效物流供应链系统。

2、项目建设的必要性

(1) 互联网零售市场规模庞大

近年来，我国互联网零售呈现高速增长的趋势，且网购渗透率仍有上升空间。截至 2014 年底，我国的网民规模持续上升至 6.5 亿人，互联网普及率持续上升至 47.9%，2014 年，网络消费对社会消费品零售总额的占比首次超过 10%，同比增速 48.7%；同时，随着移动网络基础设施的完善以及移动互联网用户的增加，移动互联网用户逐渐拓宽到三四线城市和低收入人群，各大电商纷纷向移动端拓展市场空间，2014 年移动端网购规模占比已达 30%，增速超过 200%，远高于网购规模的增速水平。总体来说，互联网零售市场未来增长空间较大。

(2) 传统零售企业加快发展线上电商平台转型 O2O

在互联网技术快速发展的趋势下，传统零售企业面临较大压力的局面仍将继续，主动转型、积极寻求变革的进程也正向纵深发展。近年来，全国重点大型零售企业也在纷纷探索转型，将线下零售实体通过互联网营销与消费者建立联系、发展线上平台，甚至与电商合作、再造企业组织与资源，零售业的发展进入线上、线下全面融合的 O2O 模式。

在 O2O 时代渠道革命中，线上线下供应链的融合，将实体门店网点布局、物流网络分布与电商品类丰富、订单密度、信息技术等结合起来，可以真正实现两条供应链的优势互补。同时，人人乐作为传统零售企业，经过长期经营，物流系统、供应链等优势明显，可以有效补充电商的物流配送，为人人乐带来转型良机和增量价值。

3、项目建设内容

(1) 系统研发投资

系统研发投资部分的建设内容包括：“云平台”建设、“人人乐购网”购物系统的研究与开发、电子货架的研究与开发、移动端购物系统的研究与开发、社区生活超市管理系统的研究与开发、客户关系管理系统的研究与开发、物流配送管理系统和运输管理系统的研究与开发、消费信贷及供应链金融等。

(2) 电子货架

公司将在社区生活超市、超市大卖场、社区、营业厅等公众场合放置“电子货架”，通过“云平台”大数据分析开展精准营销，为顾客提供 24 小时便捷购物和线下自提服务。

另外，“人人乐购”电商平台项目需投入一定流动资金进行营销推广，以迅速拓展客户占领市场，具体构成包括交易平台宣传推广、品牌形象宣传推广、商品营销活动等。

4、项目建设期

本项目建设期为 3 年。

5、项目投资安排

本项目投资总体安排如下：

序号	项目	投资总额（万元）	占比
1	信息化设备及软件投资	5,181.00	12.72%
2	系统研发人员投资	22,650.00	55.61%
3	电子货架	4,900.00	12.03%
4	铺底流动资金	8,000.00	19.64%
合计		40,731.00	100.00%

本项目总投资 40,731.00 万元，拟使用募集资金 40,000.00 万元。

6、项目经济效益分析

根据测算，本项目建成后，项目正常年年营业总额为 498,582.00 万元，年利润总额为 24,340.49 万元。

根据现金流量分析，项目税后内部收益率 17.64%，税后投资回收期 7.09 年。本项目具有良好收益，在财务上合理可行。

（三）供应链系统升级项目

1、项目概况

本项目拟对公司现有供应链系统进行升级，涉及生鲜冷链物流系统升级和全球供应链系统升级两个方面。项目建成后主要服务于社区生活超市、大卖场和“人人乐购”电商平台。

生鲜冷链物流系统升级方面：对华南、华北、西南、西北四大物流中心进行升级改造，升级改造后，四大物流中心将全面提升蔬菜、水果、鲜肉、水产、面包、熟食、干货的集中分拣、储存、加工、配送功能；以华南、华北、西南、西北四大物流中心为基地，建立冷链配送车队，实现生鲜商品的全程冷链配送。

全球供应链系统升级方面：公司将布局全球高端商品代理权资源，并通过建设保税仓提升全球采购的物流能力。

2、项目建设的必要性

为了顺应行业发展趋势，公司将积极推进战略转型。在线下渠道建设方面，在全国快速发展 500-1,000m² 的以“生鲜+便利+服务”为特色的社区生活超市；在线上将打造和完善可以为顾客提供全品类、全球化、高品质商品的“人人乐购”电商平台。一个强大而完善的物流体系（生鲜冷链物流+全球采购）将是公司线下和线上经营业态转型的必要支撑。

公司社区生活超市以全品类生鲜商品经营为主导，而生鲜经营能力关键在集中采购、集中加工储存、集中冷链配送三大能力。集中统一采购有利于降低采购成本，减少采购环节的漏洞。集中采购后需要有与之相适应的加工储存能力和冷链配送能力与之相配套。三大能力的形成反过来能够简化门店的生鲜经营操作，提高生鲜商品品质，提升生鲜营运效率，降低门店营运成本。同时，通过升级公司全球采购能力，可以丰富跨境商品品类，迎合消费升级的趋势。

为此，供应链系统升级项目，是公司新业态转型的需要，也是满足消费者对高品质的生鲜商品需求和跨境商品需求、提升公司零售服务能力和核心竞争力、适应零售行业发展趋势的重要措施。

3、项目建设内容

生鲜冷链物流系统升级方面建设内容：

(1) 生鲜冷链分拣库，主要用于蔬菜、水果、冻品、海产的集中分拣与配货功能。新增冷链分拣库、集中冷链系统、自动发货分拣系统、自动清洗系统等；

(2) 生鲜冷链储存库，主要用于农副产品批量采购后的储存和周转，确保生鲜商品在储存期间品质的稳定和鲜度维护；

(3) 生鲜冷链加工区，主要用于鲜肉、水产、净菜系列产品的前序集中分割与分拣、半成品加工和配货功能。采购设备包括集中冷链系统、自动分割系统、自动净菜切配系统、搅拌系统等；

(4) 生鲜冷链运输系统，主要用于生鲜商品从生鲜物流中心到达各店的全程冷链配送服务。采购设备包括冷链运输车箱、冷冻冷藏转运箱等；

(5) 生鲜中央食品加工中心，主要集中生产面包、熟食、面食品。采购设备包括自动化生产加工流水线等；

(6) 生鲜干货仓，主要用于生鲜干货类的集中分拣与配送，包括五谷杂粮、南北干货、米面制品等。

全球供应链系统升级方面建设内容：通过租赁保税仓库、购置与租赁仓库设备等方面提升全球供应链物流能力。

4、项目建设期

本项目建设期为3年。

5、项目投资安排

本项目投资总体安排如下：

序号	项目	投资总额（万元）	占比
1	冷链升级建设工程	14,495.85	27.12%
2	冷链升级设备购置及安装	30,190.45	56.48%
3	全球供应链建设	8,765.00	16.40%
合计		53,451.30	100.00%

本项目总投资 53,451.30 万元，拟使用募集资金 53,000.00 万元。

6、项目经济效益分析

本项目为对现有供应链系统进行升级改造，建成后可提高公司整体的生鲜加工配送能力和全球采购能力，但因不直接产生效益，故不单独进行经济效益测算。

三、本次发行对公司经营管理、财务状况等的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次发行募集资金投资项目符合国家产业政策、行业发展趋势及公司整体战略发展方向。本次募集资金的运用合理可行，有助于公司提升零售业务的经营能力，提高盈利水平，提升人人乐的品牌价值。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司的资产规模将迅速提升，资金实力将得到显著增强，公司流动比率和速动比率将有效提高，公司的资产结构将进一步优化，财务风险降低，同时公司主营业务的盈利能力也将得以加强，公司总体现金流状况将得到进一步优化，为公司后续发展提供有力保障。

第三节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论和分析

一、本次发行后公司业务、公司章程、股东结构、高管人员结构、业务结构的变化

（一）本次发行对公司业务的影响

本次发行募集资金总额在扣除相关发行费用后将全部用于本次募集资金投资项目，上述募集资金投资项目的实施可进一步提升公司的市场占有率及核心竞争力，有利于公司总体战略目标的实现。本次发行完成后，公司的主营业务范围保持不变。

（二）本次发行对公司章程的影响

本次非公开发行完成后，公司将根据股东大会授权，根据相关约定、规定和发行的实际情况修改《公司章程》涉及股本及其他与本次非公开发行有关的条款，并办理工商变更手续。

（三）本次发行对股权结构的影响

本次发行前，公司实际控制人何金明、何浩和宋琦间接持有公司 74.42% 的股份。本次发行对象为符合法律、法规规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者以及其他境内法人投资者和自然人等不超过 10 名的特定对象。

本次发行完成后，何金明、何浩和宋琦的间接持股比例虽然有所下降，但仍为公司实际控制人，公司控制权不会发生变化。

（四）本次发行对高管人员结构的影响

截至本预案公告日，公司尚无对高管人员结构进行调整的计划。本次发行不会对高管人员结构造成重大影响。若公司拟调整高管人员结构，将根据有关规定，履行必要的法律程序和信息披露义务。

（五）本次发行对业务结构的影响

本次募集资金投资项目实施后，公司主营业务仍为商品零售，经营业态进一步优化，形成集社区生活超市、“人人乐购”电商平台、大卖场和购物中心为一体的综合零售业务模式。

二、本次发行后上市公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况

本次发行募集资金到位后，公司的总资产和净资产规模都将相应增加，资本实力将进一步提升，有利于公司扩大经营规模。

（一）本次发行对财务状况的影响

本次发行募集资金到位后，公司的资产负债率和财务风险将有较大幅度降低，公司的财务结构将进一步改善，资本实力得到增强。此外，将有效提高公司的利润水平，进一步改善公司的财务状况。

（二）本次发行对盈利能力的影响

本次发行完成后，公司通过募集资金提高资金实力，用于公司的主营业务发展，进一步提升公司的核心竞争力和盈利能力，扩大公司收入和利润规模。

与此同时，本次发行后公司总股本增加，但募集资金使用产生效益尚需一定周期，因此短期内可能会导致净资产收益率、每股收益等财务指标出现一定程度的下降。

（三）本次发行对现金流量的影响

本次发行募集资金到位后，公司筹资活动现金流入将大幅增加，公司资本实力将进一步提升，公司主营业务的盈利能力将得以加强，未来经营活动现金流入和投资活动现金流出将有所增加，公司总体现金流状况将得到进一步优化。

三、公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化情况

公司是经营管理体系完整、人员配置完整的经济实体和企业法人，具有完全的自主经营权。公司在业务、人员、资产、机构、财务等方面均独立，不受控股股东及其关联人的影响。

同时，公司将严格按照证券监管机构、深圳证券交易所关于上市公司关联交易的规章、规则和政策，督促股东认真履行职责和应尽的义务，确保上市公司依法运作，保护上市公司及其他股东权益不会因此而受影响。本次发行将严格按照规定程序由上市公司董事会、股东大会进行审议，进行及时完整的信息披露。

本次非公开发行不会导致公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系等情况发生变化，不会产生同业竞争及新的关联交易。

四、本次发行完成后，公司是否存在资金、资产被大股东及关联人占用的情形，或公司为大股东及关联人提供担保的情形

截至本预案公告日，公司不存在资金、资产被控股股东、实际控制人及其关联人占用的情形，也不存在为控股股东、实际控制人及其关联人提供担保的情形。

公司不会因本次发行产生资金、资产被控股股东、实际控制人及其关联人占用的情形，也不会产生为控股股东、实际控制人及其关联人提供担保的情形。

五、上市公司负债结构是否合理，是否存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况，是否存在负债比例过低、财务成本不合理的状况

本次发行后，公司的资产负债率将有所下降，偿债能力进一步提高，本次非公开发行不会导致公司负债增加。公司从事大卖场、综合超市及百货的连锁经营，销售回款及时，且一向坚持稳健的财务管理政策，目前的负债比例符合行业特点和公司自身经营特点，公司负债结构合理。

六、本次股票发行相关的风险说明

（一）宏观经济波动的风险

零售业受宏观经济周期性波动的影响。宏观经济周期性波动将直接影响消费者实际可支配收入水平、消费者信心指数以及消费者支出结构，从而影响零售业的市场需求。近年来，我国经济增速有所放缓，宏观经济和企业的经营环境受到较大冲击，企业和消费者信心受到一定的影响。未来经济发展不确定性的增加及人们对可支配收入预期的变化将有可能影响居民消费信心的提升，抑制社会消费需求，进而影响零售业的市场需求，对行业和公司的发展带来不利影响。

（二）市场竞争的风险

零售业是市场进入门槛较低、市场化程度较高，竞争较为激烈的行业之一。近几年，零售业销售增长放缓、成本高企已成为行业常态，一、二线城市零售业竞争日趋激烈，一些区域零售市场趋于饱和，单店销售增长难度加大，经营成本持续上涨。很多已经形成一定规模的零售企业已开始进行转型升级，扩大经营范围，涉足超市、百货、购物中心、便利店、电子商务等多种业态。但是，随着未来更多外部竞争者进入零售领域，零售企业间的市场竞争将可能进一步加剧，进而可能影响公司未来的市场占有率和盈利能力。

（三）募投项目的实施风险

公司本次募集资金投资项目的可行性分析是基于对当前经济发展水平及发展速度、市场环境、行业发展趋势、消费者消费习惯、消费品价格趋势等因素，并结合公司多年的经营经验做出的。募集资金项目的顺利实施可以扩大公司的经营规模、进一步提高公司的经营效率和盈利能力、重塑公司的品牌价值。由于市场情况不断发展变化，如果募集资金不能及时到位、市场环境突变、行业竞争加剧或募投项目实施过程中不可预见因素等情况的发生，都将会给募集资金投资项目的实施和预期效果的实现带来一定的不利影响。

（四）公司未来转型发展面临的管理风险

公司积极推进战略转型，确定了“线上线下融合发展，打造新型 O2O 生态圈”的战略方向。随着公司战略转型过程不断推进，在资源整合、资本运作、市场开拓、物流配送等环节将对公司管理提出更高的要求。如果公司管理层的业务素质

及管理水平不能适应公司规模迅速扩大的需要，组织模式和管理制度未能随着公司规模的扩大而做及时、相应的调整和完善，将给公司经营带来较大的管理风险。

（五）成本控制风险

大型连锁综合超市商品采购数量巨大，但因零售业的充分竞争而使毛利率低，价格回旋余地较小，能否有效控制采购成本和降低商品损耗率将直接影响公司的经营成本，影响公司的价格竞争力和销售收入，从而影响到公司的盈利能力。虽然本公司采取了诸多措施尽量降低采购成本，但目前国内零售业均面临着房屋场地租金成本上升和因社会平均工资上涨、人口红利渐失带来的人力成本持续上升的普遍问题。预期未来公司仍将面临上述经营成本上升的持续压力。

（六）门店选址风险

零售连锁企业的发展一方面要通过提高现有门店的经营管理水平和现有门店每平方米房产的使用效率，从而促进经营业绩的内涵式增长；另一方面通常会选择新建门店来扩大经营规模，从而实现规模效益的外延式扩张。在外延式扩张中，门店选址极为重要，需要综合考虑目标消费群的构成、居民消费支付能力、预期客流量、交通便利条件和商业辐射能力以及可选用的门店面积及附近已有或潜在的商业竞争程度，是否能以合适的价格购买或租赁经营场地等多种因素。门店选址一旦失当，不仅会使既定的目标市场地位难以实现，而且也会因开店前期产生的装修费等资本性支出和筹办费不能收回等因素而给公司带来一定的经营损失。

（七）净资产收益率下降的风险

本次发行完成后，公司净资产规模将比发行前有显著增加，股本也将相应增加。由于募集资金使用后的效益可能需要较长时间才能体现，公司存在短期内净资产收益率下降的风险。

（八）股市风险

本次发行将对公司的生产经营和财务状况产生重大影响，公司基本面的变化将影响股票价格波动。另外，国家宏观经济形势、重大政策、国内外政治形势、股票市场的供求变化以及投资者的心理预期都会影响股票的价格，给投资者带来

风险。中国证券市场尚处于发展阶段，市场风险较大，股票价格波动幅度比较大，有可能会背离公司价值。

（九）与本次非公开发行相关的风险

本次发行尚需提交公司股东大会审议批准，并需取得中国证监会的核准。能否取得相关的批准或核准，以及最终取得批准和核准的时间存在不确定性。

第四节 利润分配情况

一、公司利润分配政策

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》（证监发[2012]37号）和中国证监会深圳监管局《关于认真贯彻落实〈关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知〉有关要求的通知》（深证局公司字[2012]43号）等文件的要求，公司于2012年8月20日召开的公司2012年第一次临时股东大会审议通过了《公司章程修订案》，修改后的《公司章程》明确了现金分红政策。

公司现行有效的《公司章程》第一百五十五条明确了公司利润分配政策及具体工作安排，具体条款如下：

“第一百五十五条 公司利润分配政策。

（一）利润分配原则

公司实行持续、稳定的利润分配政策，利润分配应重视对投资者的合理回报，并兼顾公司的可持续发展。公司采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。公司利润分配不得超过累计可供分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

（二）在满足现金分红条件情况下，公司将积极采取现金方式分配股利，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利情况、资金需求状况及累计可供分配利润情况提议公司进行中期现金分红。

（三）公司拟实施现金分红时应同时满足以下条件：

- 1、当年每股收益不低于0.1元，实施中期现金分红时，上半年每股收益不低于0.05元；
- 2、最近一个财务报告期合并口径资产负债率不超过80%；
- 3、审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

4、公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金投资项目除外）。

重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产的累计现金支出达到或者超过公司最近一期经审计总资产的 30%，且超过 5,000 万元人民币。

（四）公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可供分配利润的 10%，且任意三个连续年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可供分配利润的 30%。

（五）公司在累计可供分配利润不低于公司股本的 30%时，可以根据公积金及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公司股本规模合理的前提下，采用股票股利方式进行利润分配。

（六）公司每年的利润分配预案由公司董事会根据盈利情况、资金需求和股东回报规划拟定，经董事会审议通过后提交股东大会批准。独立董事应对利润分配预案发表独立意见并公开披露。

董事会审议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、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。董事会在决策和形成利润分配预案时，要详细记录管理层建议、参会董事的发言要点、独立董事意见、董事会投票表决情况等内容，并形成书面记录作为公司档案妥善保存。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过深交所上市公司投资者关系互动平台、电话、传真、邮件、实地接待等多种渠道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，并及时答复中小股东关心的问题。

监事会应对董事会和管理层拟定和执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

（七）公司年度盈利并满足现金分红条件但董事会未提出现金分红预案的，公司应在当年的年度报告中披露未进行现金分红的原因以及未用于现金分红的

资金留存公司的用途和使用计划等，独立董事应对此发表独立意见，监事会应针对当年不实施现金分红是否符合公司利润分配政策及股东回报规划发表意见。

(八)公司应按照有关规定在年度报告和半年度报告中披露利润分配预案和现金分红政策的制定及执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用，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充分维护等。如对现金分红政策进行调整或变更，还应在年度报告和半年度报告中详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

(九)公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，以及中国证监会和证券交易所相关规定，确需调整或者变更利润分配政策的，应经过详细论证后，履行相应的决策程序，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过，调整后的利润分配政策不得违反相关法律法规、规范性文件、章程的有关规定。”

二、公司最近三年利润分配情况

(一) 公司最近三年利润分配情况

公司最近三年利润分配情况如下：

1、2012 年年度权益分派方案为：不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

2、2013 年年度权益分派方案为：不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

3、2014 年年度权益分派方案为：不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

(二) 公司最近三年现金分红情况

分红年度	现金分红金额(元)	归属于上市公司股东的净利润(元)	占归属于上市公司股东的净利润的比率(%)
2014 年度	0.00	-460,520,283.82	0.00

2013 年度	0.00	7,262,028.76	0.00
2012 年度	0.00	-186,546,281.09	0.00

公司最近三年（2012 年度至 2014 年度），由于不满足《公司章程》规定的实施现金分红的条件，未进行现金分红。

三、公司 2015 年-2017 年股东回报规划

为进一步明确及完善公司分红机制，增强利润分配决策机制的透明度和可操作性，切实保护中小股东的合法权益，公司根据《中华人民共和国公司法》、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37 号）及《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》（中国证券监督管理委员会公告[2013]43 号）和其他相关文件的精神以及《公司章程》的规定。2015 年 8 月 4 日，公司第三届董事会第十五次会议审议通过了《关于公司未来三年（2015-2017 年）股东回报规划的议案》，该议案尚需提交股东大会审议通过。主要内容如下：

（一）制定本规划考虑的因素

公司着眼于长远和可持续发展，在综合分析公司经营发展实际情况、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发展所处阶段、未来盈利规模、现金流量状况、项目投资资金需求、银行信贷等情况，并统筹考虑股东的短期利益和长期利益，对利润分配作出制度性安排，旨在建立对投资者持续、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。

（二）本规划的制定原则

公司的分红回报规划应严格执行《公司章程》所规定的利润分配政策。公司制定股东分红回报规划时应充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见。分红回报规划的制定应充分考虑投资者回报，合理平衡地处理好公司自身可持续发展和回报股东的关系，实施持续、稳定的利润分配政策。公司优先采用现金分红的利润分配方式，在具备现金分红条件时，应当采用现金分红进行利润分配。

（三）未来三年（2015 年-2017 年）的股东回报规划

公司利润分配的形式主要包括股票、现金、股票与现金相结合三种方式。在满足现金分红条件的情况下，公司将优先采用现金方式分配股利。在满足利润分配的条件下，公司每年度进行一次利润分配，公司可以进行中期现金分红。

1、现金分红的条件和比例

在 2015 年-2017 年期间，如满足以下条件，公司将实施现金分红，且以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 10%，且任意三个连续年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可供分配利润的 30%：

(1) 当年每股收益不低于 0.1 元，实施中期现金分红时，上半年每股收益不低于 0.05 元；

(2) 最近一个财务报告期合并口径资产负债率不超过 80%；

(3) 审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

(4) 公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金投资项目除外）。

重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产的累计现金支出达到或者超过公司最近一期经审计总资产的 30%，且超过人民币 5,000 万元。

如果未来三年公司净利润保持持续、稳定增长且现金流状况良好，公司将考虑酌情提高现金分红比例，加大对投资者的回报力度。每年现金分红占比的具体比例由董事会根据中国证监会的规定、公司盈利水平及经营发展计划提出，报股东大会批准。

2、发放股票股利的条件和比例

在累计可供分配利润不低于公司股本的 30%时，公司可以根据公积金及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公司股本规模合理的前提下，实施股票股利分配。

公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

股票股利分配可以单独实施，也可以结合现金分红同时实施。在采取股票与现金相结合的利润分配方式时，应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金支出安排等因素，并符合如下要求：

（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）股东回报规划的制定周期和相关决策机制

1、董事会拟定利润分配预案

公司每年的利润分配预案由董事会根据盈利情况、资金需求和股东回报规划拟定。

在制定现金分红具体方案时，董事会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、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事应对利润分配预案发表独立意见并公开披露。

董事会审议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、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。董事会在决策和形成利润分配预案时，要详细记录管理层建议、参会董事的发言要点、独立董事意见、董事会投票表决情况等内容，并形成书面记录作为公司档案妥善保存。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，公司应当通过深交所上市公司投资者关系互动平台、电话、传真、邮件、实地接待等多种渠道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，并及时答复中小股东关心的问题。

公司召开股东大会时，除现场会议外，还应向股东提供网络投票渠道。

2、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

在股东大会召开前，独立董事可向公司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权，但独立董事行使上述投票权应当取得全体独立董事 1/2 以上同意。独立董事在征集投票权时应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息，且不得以有偿或者变相有偿的方式征集投票权。

3、监事会监督董事会执行

公司监事会对董事会拟定和执行利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

监事会发现董事会存在以下情形之一的，应当发表明确意见，并督促其及时改正：

- (1) 未严格执行现金分红政策和股东回报规划；
- (2) 未严格执行现金分红相应决策程序；
- (3) 未能真实、准确、完整披露现金分红政策及其执行情况。

4、利润分配政策的调整

(1) 根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要以及中国证监会和证券交易所相关规定，确需调整或者变更利润分配政策的，应当由董事会制定新的利润分配政策，并提请股东大会审议，独立董事应当对利润分配政策的调整发表独立意见。

(2) 调整利润分配政策的议案提交股东大会时应经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。在审议调整利润分配政策的议案时，公司应当提供网络投票方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。

人人乐连锁商业集团股份有限公司

董 事 会

2015 年 8 月 4 日