

附件：

永辉超市股份有限公司

关于本次非公开发行股票募集资金运用的可行性研究报告

一、本次非公开发行股票募集资金运用的概况

为抓住行业发展契机、进一步保障本公司主营业务的健康快速发展，本次拟通过非公开发行股票募集资金总额（含发行费用）不超过 5,691,703,276 元，扣除发行费用后的募集资金净额全部用于补充流动资金。

二、本次募集资金用于补充流动资金的可行性和必要性分析

（一）超市门店的较快拓展，经营规模扩大带来日常运营资金的需求

近年来公司一直处于快速发展阶段，收入规模不断增长。公司营业收入由 2010 年度的 123.17 亿元增长到 2013 年度的 305.43 亿元，年复合增长率达到 35.35%。根据 2013 年报，公司已开业门店数量达到 288 家，已签约未开业门店数量达到 140 家，而根据公司的未来发展目标，公司计划未来三年年均新开店 60 家以上，未来三年新开店总数不超过 200 家。

随着公司销售规模的扩大、经营网点的增加以及老店的翻新改造，公司为维持日常经营需要大量资金支出，主要包括商品采购、新开门店、老店翻新改造、营销推广及员工薪酬等。

（二）满足公司信息化再升级以及发展电商业务平台的资金需求

信息化是连锁超市企业在发展中不可或缺的部分，在商贸零售企业做强做大、提高运营效率等方面至关重要。随着电脑、智能手机、智能终端机的普及以及消费者网络购物习惯的逐渐形成，公司需要不断地提高自身信息化管理水平，并借助信息技术对消费者的消费行为、消费偏好等建立数据库和分析，完善会员管理系统，提高客户体验，通过大数据分析和智能决策系统改善经营策略，力争在信息化方面达到国内一流、国际先进水平的程度。

此外，网络购物作为我国零售行业的新兴渠道，近几年呈现高速发展态势，并且未来仍将保持相对较快的增长，而随着移动互联网、移动支付快速发展，全渠道融合和 O2O 已经成为零售商的积极发展方向。目前公司正在进行电子商务特别是移动商务 O2O 营运模式及服务模式的探索和实践，未来将稳步在电商平台建设、O2O 业务发展等方面进行资金投入，推动公司电商业务的发展。

（三）满足建设食品加工/开发中心和食品安全检测体系的资金需要

一方面，随着社会的发展，消费者对食品的需求已经从最初的温饱阶段上升到食品安全健康阶段。同时，近年来的各种食品安全事件暴露出我国在食品安全管理链条中的不足，并且这些事件使得消费者对食品安全、绿色食品等提出更高需求。未来几年，公司计划通过资金投入，提高门店快速检验室或检验台和物流或采购点快速检测室或流动监测点的检验密度、增加多类别检验指标，并在大中型物流配送中心设立食品安全检测中心，从而全面构建和完善多层次的食品安全检测体系，为消费者提供安全放心的商品。

另一方面，自有品牌产品越来越成为零售企业参与市场竞争的关键手段。公司通过建设食品加工和开发中心，既能够更好地控制产品质量，又能够开发并生产出性价比高的产品，满足消费者需求，提升公司的竞争力。除此之外，食品加工和开发中心作为公司的“中央厨房”能够使得自有品牌产品更加标准化，突出集中生产的优势，同时又能减少各门店现场制作的工作量，降低门店运营成本，改善门店熟食区域的环境，提升人气。

（四）满足物流配送中心建设的资金需求

根据 2013 年报，公司已开业的 288 家门店分布在全国 17 个省和直辖市，而随着各区域市场门店数量的逐步增加和业务规模的扩大，公司有必要在区域市场投资建设物流配送中心。此外，通过建设和运营物流配送中心，既能满足公司不断扩大的商品采购品类和采购规模，又能满足公司对进一步挖掘供应链上游的优势资源的需求。公司通过资金投入支持物流配送中心的日常运营，不但能提高商品分拣配送效率、降低商品流通的成本，而且还能提高公司对供应链的管控能力。

（五）满足行业兼并收购或产业投资的需求

近年来，我国连锁超市行业竞争日趋激烈，行业内的兼并收购也日渐频繁。成功的兼并收购不仅能够在进入新市场的同时获得一定的网点规模、减少竞争对手，而且能够节约时间，减少机会成本。经过近几年的快速发展，公司已经发展成为全国性的超市龙头企业，未来计划通过兼并收购的方式进一步扩大规模，提高区域市场的市场份额，增加盈利规模。

此外，无论是传统零售企业还是电商企业，供应链管控是商贸零售企业的核心竞争力之一，公司未来几年将加大和深化与全国供应商、优秀供应商的合作，提高直采、统采的占比。为此，公司将适时通过投资参股等方式加强与中外供应商的合作，且存在资金支出需求。

（六）改善公司资本结构，降低财务费用，夯实公司的资本实力

截至 2013 年 12 月 31 日，公司的资产负债率达到 54.40%，再加上当前我国借贷的资金成本相对较高，相应的，公司的财务费用也相对较大。通过偿还银行贷款、补充流动资金等方式，公司既能够降低资产负债率、增加利息收入、降低财务费用，又能提高向银行等金融机构债务融资的能力，支持公司经营业务快速发展。

综上，运用募集资金补充流动资金，符合公司的未来发展规划和经营特点，可以抓住市场机遇发展主业，提高市场份额，扩大竞争优势，有利于公司的长远发展。

三、本次募集资金运用对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行将提高公司资本实力，有利于公司长远发展

本次非公开发行完成后，公司总资产和净资产均有所增加，公司的资本实力和抗风险能力将得到进一步增强。本次募集资金的运用，有利于公司抓住市场机遇快速扩大公司的经营规模，提升市场份额，提高盈利水平和持续发展能力。

（二）本次发行将引入境外战略投资者，有利于进一步完善公司治理

本次发行引入的境外战略投资者 The Dairy Farm Company, Limited (“牛奶有限公司”)系 Dairy Farm International Holdings Limited (“牛奶国际”或“Dairy Farm 集团”)的全资孙公司。牛奶国际(包括其关联公司及合营公司)是一家领先的泛亚零售企业,经营着超过 5,800 家店铺,包括超市、大卖场、便利店、药妆店、家居用品店及饭店,并拥有约 100,000 名雇员,其 2013 年的年销售额超过 120 亿美元,拥有先进的零售行业经营管理经验。通过双方的紧密合作,公司将进一步借鉴牛奶国际的零售经营、公司治理及内控管理等方面的经验。

除此之外,根据双方签署的《认购协议》,公司应促使:(1)提名和选举牛奶有限公司指定的两位人士担任公司的非执行董事,该等选举预计并计划于付款日起生效,但任何情况下不迟于发行日生效;(2)提名和选举牛奶有限公司指定的一位人士担任公司的监事,该等选举预计并计划于付款日起生效,但任何情况下不迟于发行日生效。因此,通过本次发行引入牛奶有限公司作为公司的战略投资者,将在公司董事会层面引入国际投资者和产业资本视角,从而优化完善公司的治理结构,更加有利于公司拓宽国际化管理和经营思路。

(三)本次发行将提升公司核心竞争力,进一步加快推进公司战略目标的实现

一方面,当前我国连锁超市行业存在较大的发展机遇和兼并收购机会,公司通过本次发行并获得资金,将进一步支撑公司未来几年的较快发展,并适时参与行业兼并收购,快速提升公司的市场份额,提高竞争门槛。

另一方面,通过本次发行引入牛奶有限公司作为境外战略投资者,双方将在全球采购、食品加工与安全、自有品牌产品的开发、高端超市、信息技术与电子商务、人员借调与培训等方面开展战略合作,进一步降低公司的采购成本、增强供应链管控能力、提高业务运营管理能力,提升公司的核心竞争力和盈利能力,加快推进公司战略目标的实现。