

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不會就本公告全部或任何部份內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



(1) 公佈截至二零二一年六月三十日止半年度業績；
及
(2) 有關截至二零二零年十二月三十一日止年度之年度報告之
補充資料

財務摘要

截至二零二一年六月三十日止，本集團：

- 營業額約為人民幣132.38億元，同比下降約5.7%。同店銷售同比下降約7.90%，其中大型綜合超市業態下降約9.64%，超級市場業態約下降8.28%，便利店業態增長約32.99%。
- 毛利額約為人民幣16.19億元，同比下降約20.0%，毛利率約12.23%。綜合收益率約22.71%。
- 經營盈利約為人民幣1.07億元，經營利潤率約為0.81%。歸屬於本公司的股東應佔盈利約為人民幣0.20億元。每股基本盈利約為人民幣0.02元。
- 擁有門店達3,254家。回顧期內，本集團新開門店161家，其中大型綜合超市新開3家；超級市場業態新開門店91家，其中直營門店25家，加盟門店66家；便利店新開門店67家，其中直營門店6家，加盟門店61家。

註1： 綜合收益=毛利+其他收益+其他收入及其他利得(損失)

註2： 綜合收益率=(毛利+其他收益+其他收入及其他利得(損失))/營業額

註3： 經營盈利=稅前盈利-應佔聯營公司盈利

註4： 經營利潤率=(稅前盈利-應佔聯營公司盈利)/營業額

簡明綜合損益及其他綜合收益表

截至二零二一年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零二一年 (未經審計) 人民幣千元	二零二零年 (未經審計) 人民幣千元
營業額	3	13,238,371	14,036,644
銷售成本		<u>(11,619,642)</u>	<u>(12,012,937)</u>
毛利		1,618,729	2,023,707
其他收益	3	1,134,883	958,714
其他收入及其他利得(損失)	5	252,639	262,991
分銷及銷售成本		(2,325,440)	(2,363,034)
行政開支		(423,219)	(415,634)
預期信用損失模式下信貸損失，扣除撥回		(4,196)	(3,124)
其他經營開支	6	(4,329)	(71,791)
應佔聯營公司盈利		18,238	19,891
財務成本	7	<u>(142,481)</u>	<u>(148,708)</u>
稅前盈利	8	124,824	263,012
所得稅費用	9	<u>(64,704)</u>	<u>(116,982)</u>
本期盈利		<u><u>60,120</u></u>	<u><u>146,030</u></u>
本期綜合收益合計		<u><u>60,120</u></u>	<u><u>146,030</u></u>
本期盈利歸屬於：			
本公司股東		20,077	58,327
非控制性權益		<u>40,043</u>	<u>87,703</u>
		<u><u>60,120</u></u>	<u><u>146,030</u></u>
本期綜合收益合計歸屬於：			
本公司股東		20,077	58,327
非控制性權益		<u>40,043</u>	<u>87,703</u>
		<u><u>60,120</u></u>	<u><u>146,030</u></u>
每股盈利—基本	11	<u><u>人民幣0.018元</u></u>	<u><u>人民幣0.052元</u></u>

簡明綜合財務狀況表
於二零二一年六月三十日

	附註	於二零二一年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二零年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
非流動資產			
物業、機器及設備		3,404,287	3,407,002
在建工程		18,763	10,234
使用權資產		6,851,870	6,968,377
商譽		127,953	127,953
無形資產		129,108	133,643
於聯營公司的權益		678,643	660,405
按公允價值計量且其變動 計入損益的金融資產		50,185	57,684
應收融資租賃款		222,693	254,528
定期存款		4,230,450	4,685,800
預付租金		586	1,376
遞延稅項資產		8,822	7,883
其他非流動資產		154,389	209,693
		<u>15,877,749</u>	<u>16,524,578</u>
流動資產			
存貨		2,205,674	2,677,659
應收融資租賃款–流動		41,049	37,291
應收賬款	12	381,041	183,464
按金、預付款及其他應收款		872,541	613,834
按公允價值計量且其變動 計入損益的金融資產		1,991	59,958
應收同系附屬公司款		25,772	43,617
應收聯營公司款		170	77
定期存款		1,430,700	1,070,000
現金及現金等價物		1,252,747	2,010,276
		<u>6,211,685</u>	<u>6,696,176</u>
資產合計		<u><u>22,089,434</u></u>	<u><u>23,220,754</u></u>

		於二零二一年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二零年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
	附註		
資本及儲備			
股本		1,119,600	1,119,600
儲備		353,144	333,067
本公司股東權益		1,472,744	1,452,667
非控制性權益		314,640	302,427
權益合計		1,787,384	1,755,094
非流動負債			
遞延稅項負債		100,395	101,947
租賃負債		6,075,951	6,247,684
		6,176,346	6,349,631
流動負債			
應付賬款	13	3,232,441	3,889,797
銀行借款		–	20,000
其他應付款及預提費用		1,636,485	1,974,422
租賃負債–流動		946,874	856,082
合約負債		8,126,173	8,138,152
遞延收益		3,696	5,916
應付百聯股份款(定義見附註1)		18,417	36,234
應付同系附屬公司款		60,794	28,131
應付聯營公司款		1,059	1,394
應付其他關聯方款		–	2
應付稅項		99,765	165,899
		14,125,704	15,116,029
負債合計		20,302,050	21,465,660
流動負債淨額		(7,914,019)	(8,419,853)
權益和負債合計		22,089,434	23,220,754

1. 主營業務

聯華超市股份有限公司(「**本公司**」)為一家股份有限公司，在中國註冊成立。註冊地址為中國上海市普陀區真光路1258號7樓713室。本公司在香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)主板上市。

本公司董事視在中國成立的上海百聯集團股份有限公司(「**百聯股份**」)為本公司的直接控股公司，該公司為上海證券交易所上市的公司。本公司的最終控股公司為百聯集團有限公司(「**百聯集團**」)，該公司為在中國成立的國有企業。

本公司及其附屬公司(在此情況下，本公司及其附屬公司合稱「**本集團**」)及其聯營公司主要業務活動包括經營連鎖超級市場、大型綜合超市和便利店，主要經營地點在中國的華東地區。

於二零二一年六月三十日，本集團淨流動負債達人民幣7,914,019,000元(二零二零年十二月三十一日：人民幣8,419,853,000元)。考慮到本集團非流動無限制定期存款可直接提取的款項人民幣2,410,300,000元，憑證負債(列示於合約負債中)的歷史結算及增加模式，本公司董事相信本集團流動資金風險已被有效地監控，本集團能夠持續經營。

綜合財務報表以人民幣列示，與本公司及其附屬公司的功能貨幣相同。

2. 重大會計政策

這份簡明綜合財務報表依據歷史成本法編製，惟若干金融工具乃按適用情況按公允價值列賬。

除因應用新訂及經修訂香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）所產生之會計政策變動外，編製此截至二零二一年六月三十日止六個月之簡明綜合財務報表所採用之會計政策及計算方法與編製本集團截至二零二零年十二月三十一日止年度之年度財務報表所依循者相同。

應用經修訂香港財務報告準則

於本中期期間，本集團已首次應用香港會計師公會發佈並於二零二一年一月一日或之後開始的年度期間強制生效的經修訂香港財務報告準則中對概念框架的提述及以下經修訂香港財務報告準則，以編製本集團簡明綜合財務報表：

香港財務報告準則第16號之修訂	新冠病毒疫情相關租金減免
香港財務報告準則第9號、香港會計準則第39號、	利率基準改革—第二階段
香港財務報告準則第7號、香港財務報告準則第4號及	
香港財務報告準則第16號之修訂	

本期間採納香港財務報告準則之修訂並無對本集團本期間及過往期間之財務狀況及表現及／或載於該等簡明綜合財務報表之披露造成重大影響。

3. 營業額及其他收益

本集團主要經營連鎖式大型綜合超市、超級市場及便利店。於本期間確認之收益如下：

與客戶簽訂合同的收入分解

收益類型

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 (未經審計) 人民幣千元	二零二零年 (未經審計) 人民幣千元
營業額		
銷售商品	<u>13,238,371</u>	<u>14,036,644</u>
服務		
從供應商取得的收入	837,165	757,436
從加盟店取得之加盟金收入	21,163	19,307
因預付憑證於其他零售店使用而取得之佣金收入	<u>553</u>	<u>1,015</u>
	<u>858,881</u>	<u>777,758</u>
	<u>14,097,252</u>	<u>14,814,402</u>

營業額確認時間

在某一時間點確認	<u>13,238,924</u>	<u>14,037,659</u>
在某一時段按履約進度確認	<u>858,328</u>	<u>776,743</u>
	<u>14,097,252</u>	<u>14,814,402</u>

以下列出的是與客戶簽訂合同的收入及分部資料中披露金額的對賬。

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 (未經審計) 人民幣千元	二零二零年 (未經審計) 人民幣千元
與客戶簽訂合同的收入	14,097,252	14,814,402
出租商舖租金收入	<u>276,002</u>	<u>180,956</u>
總營業額及其他收益	<u><u>14,373,254</u></u>	<u><u>14,995,358</u></u>

4. 分部資料

以下為經過本集團首要經營決策者之總經理的審閱，用作資源配置及業績評估之依據的主要業務及經營分部分析之本集團收益(包括營業額及其他收益)及業績：

	分部收益(註)		分部業績	
	截至六月三十日止六個月		截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 (未經審計) 人民幣千元	二零二零年 (未經審計) 人民幣千元	二零二一年 (未經審計) 人民幣千元	二零二零年 (未經審計) 人民幣千元
大型綜合超市	7,982,073	8,634,011	136,311	250,670
超級市場	5,465,778	5,439,866	67,044	104,524
便利店	824,775	822,742	8,621	(34,699)
其他業務	<u>100,628</u>	<u>98,739</u>	<u>(10,961)</u>	<u>1,984</u>
	<u><u>14,373,254</u></u>	<u><u>14,995,358</u></u>	<u><u>201,015</u></u>	<u><u>322,479</u></u>

註：兩期的分部收益均包括營業額和其他收益。

分部業績總額與綜合稅前盈利對賬如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 (未經審計) 人民幣千元	二零二零年 (未經審計) 人民幣千元
分部業績	201,015	322,479
不可分配利息收入	26,001	25,154
不可分配收入及其他利得(損失)	(7,500)	1,874
不可分配開支	(112,930)	(106,386)
應佔聯營公司盈利	<u>18,238</u>	<u>19,891</u>
稅前盈利	<u><u>124,824</u></u>	<u><u>263,012</u></u>

上述所報告的一切分部收益乃源自外部客戶。

所有本集團之收益及分部業績乃歸因於中國客戶。

分部業績不包括應佔聯營公司盈利及公司收入、其他利得(損失)及開支之分配(包括總部管理資金產生之利息收入)。此乃向本集團首要經營決策者匯報用以資源配置及分部表現評估之報告。

由於首要經營決策者並無使用有關分部資產及負債的資料評估可報告分部的表現，因而並無披露有關資料。

5. 其他收入及其他利得(損失)

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 (未經審計) 人民幣千元	二零二零年 (未經審計) 人民幣千元
因銀行存款及定期存款而產生的利息收入	141,845	136,488
政府補貼(註i)	38,801	38,173
按公允價值計量且其變動計入損益之		
金融資產之公允價值變化	(7,988)	10,264
出售使用權資產及物業、機器及設備所得收益	26,913	15,549
廢品及物料銷售收入	15,258	15,900
折損收入(註ii)	5,746	13,813
手續費收入	7,732	8,100
違約金收入	8,198	3,758
會員卡收入	6,105	–
其他	10,029	20,946
	<u>252,639</u>	<u>262,991</u>
合計	<u>252,639</u>	<u>262,991</u>

註：

- (i) 本集團受到來自中國地區政府的無條件補貼，以鼓勵本集團內各有關公司在各地的業務開展。
- (ii) 參考歷史資料中本集團發出但已超過五年未使用的憑證比例，本集團計算確認該金額。根據香港財務報告準則第15號，將折損金額從合約負債確認為收入。

6. 其他經營開支

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 (未經審計) 人民幣千元	二零二零年 (未經審計) 人民幣千元
確認使用權資產之減值準備	-	40,000
確認物業、廠房及設備之減值準備	-	8,000
關店費用	199	19,782
其他	4,130	4,009
	<u>4,329</u>	<u>71,791</u>

7. 財務成本

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 (未經審計) 人民幣千元	二零二零年 (未經審計) 人民幣千元
租賃負債之利息費用	142,379	148,508
借款之利息費用	102	200
	<u>142,481</u>	<u>148,708</u>

8. 稅前盈利

稅前盈利計算：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 (未經審計)	二零二零年 (未經審計)
	人民幣千元	人民幣千元
<i>已扣除下列項目：</i>		
攤銷及折舊		
無形資產—軟體之攤銷(已包括在分銷及 銷售成本／行政開支內)	9,857	8,419
物業、機器及設備折舊	161,108	170,552
使用權資產折舊	554,088	531,928
	<u>725,053</u>	<u>710,899</u>
存貨成本中確認之費用	11,619,642	12,012,937
計提信貸虧損準備	4,196	3,124
員工成本	1,191,348	1,226,714
存貨(轉回)跌價準備	(977)	430
<i>經計入下列項目：</i>		
應佔聯營公司盈利		
應佔稅前盈利	24,731	30,157
減：應佔稅項	6,493	10,266
	<u>18,238</u>	<u>19,891</u>

9. 所得稅費用

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 (未經審計) 人民幣千元	二零二零年 (未經審計) 人民幣千元
中國企業所得稅當期稅項	67,195	134,455
遞延稅項費用	<u>(2,491)</u>	<u>(17,473)</u>
	<u>64,704</u>	<u>116,982</u>

由於本集團於兩個期間並無應課香港利得稅盈利，故並無就香港利得稅作出撥備。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》以及企業所得稅法實施條例的規定，中國境內的附屬公司適用25%的企業所得稅稅率。至二零二零年，若干位於中國西部特定省份的附屬公司執行15%的優惠稅率。此外，部分符合小型微利企業條件的附屬公司還可享受2.5%至7.5%不等的優惠企業所得稅稅率。

於二零二一年六月三十日，本集團未動用稅項虧損人民幣3,554,242,000元（二零二零年十二月三十一日：人民幣3,420,557,000元）。由於本集團內部附屬公司未來能否獲得足夠的應納稅所得額具有不確定性，因此對其可抵扣虧損未進一步確認遞延稅項資產。

10. 股息

於兩個中期期間內，董事建議不派付中期股息。

11. 每股盈利-基本

本公司股東應佔每股基本盈利乃根據下列資料計算：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 (未經審計) 人民幣千元	二零二零年 (未經審計) 人民幣千元
<i>盈利</i>		
本公司股東應佔本期內盈利	<u>20,077</u>	<u>58,327</u>
<i>股份數目</i>		
計算每股基本盈利的普通股股份加權平均數	<u>1,119,600,000</u>	<u>1,119,600,000</u>

稀釋每股盈利與每股基本盈利一致，於兩個期間內均未發行潛在普通股。

12. 應收賬款

報告期末的應收賬款減信貸虧損撥備後的淨額主要來自銷貨予加盟店及批發商，信貸期介乎30至60日，其賬齡分析列示如下：

	於二零二一年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二零年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
0至30日	377,188	178,780
31至60日	1,554	1,252
61至90日	1,372	3,255
91日至1年	927	177
	<u>381,041</u>	<u>183,464</u>

附註：賬齡根據商品或服務的控制權轉移至客戶之日起至報告期末而定。

13. 應付賬款

於報告期末之應付賬款主要源自信貸期介乎30至60日(二零二零年十二月三十一日：30至60日)之商品採購，其賬齡分析如下：

	於二零二一年 六月三十日 (未經審計) 人民幣千元	於二零二零年 十二月三十一日 (經審計) 人民幣千元
0至30日	1,297,998	1,886,322
31至60日	584,544	706,511
61至90日	276,037	394,111
91日至1年	1,073,862	902,853
	<u>3,232,441</u>	<u>3,889,797</u>

附註：賬齡根據商品或服務的控制權轉移至本集團之日起至報告期末而定。

管理層討論與分析

經營環境

二零二一年上半年，面對複雜多變的國內外環境，中國持續鞏固拓展疫情防控和經濟社會發展成果，精準實施宏觀政策，經濟持續穩定恢復，生產需求繼續回升，就業物價總體穩定，新動能快速成長，質量效益穩步提高，市場主體預期向好，主要宏觀指標處於合理區間，經濟發展呈現穩中加固、穩中向好態勢。根據中國國家統計局公佈的數據，二零二一年上半年中國國內生產總值(GDP)同比增長12.7%，兩年平均增長5.3%。分季度看，一季度同比增長18.3%，兩年平均增長5.0%；二季度同比增長7.9%，兩年平均增長5.5%。

二零二一年上半年，中國通過多措並舉穩定和擴大消費，消費市場總體呈現穩步恢復、持續回暖的發展態勢。根據中國國家統計局公佈的數據，二零二一年上半年，全國社會消費品零售總額同比增長23.0%，兩年平均增速為4.4%。二零二一年上半年消費對經濟增長的貢獻率達61.7%，對經濟穩定恢復起到重要支撐作用，同時消費市場呈現諸多發展亮點。受去年上半年低基數影響，二零二一年上半年全國居民人均可支配收入實際增長12.0%，兩年平均實際增長5.2%，略低於同期經濟增速，居民收入增長與經濟增長基本同步。全國居民人均消費支出實際增長17.4%。隨著收入水平的提高，居民的消費結構持續升級，其中一個最大的特點是從商品消費向服務消費升級，服務消費的比重越來越高。二零二一年上半年，中國居民消費中服務消費佔比達52.5%，在居民消費支出中佔比提升3.2個百分點。二零二一年上半年，全國居民消費價格(CPI)溫和上漲，同比增長0.5%。

二零二一年上半年，隨著後疫情時代的到來和消費者需求的恢復，不同的消費理念、消費方式不斷湧現，消費與渠道向多元碎片化趨勢發展。根據中國國家統計局公佈的數據，二零二一年上半年，全國網上零售額同比增長23.2%，兩年平均增長15.0%。其中，實物商品網上零售額增長18.7%，兩年平均增長16.5%，佔社會消費品零售總額的比重為23.7%。

在「零售即全渠道」的當下，年輕消費群體強勁崛起，消費多樣化、個性化、小眾化發展趨勢顯著，社交互動消費需求逐漸凸顯，加速消費者對數字化消費的使用和依賴，包括本集團在內的實體零售企業加快數字化轉型，著力打造以消費者為中心的供應鏈體系，探索消費體驗，以引領新零售時代的消費增長。

財務回顧

營業額

回顧期內，本集團營業額約人民幣132.38億元，同比減少約人民幣7.99億元，下降約為5.7%。同店銷售同比下降約7.90%。主要受二零二零年同期，因新冠疫情爆發，居民日常消費渠道受限，本公司線上線下業務均有較大幅度增長。二零二零年下半年以來，受疫情及其他複雜因素的影響，居民收入增速放緩，同時，居民消費進一步向線上遷移，實體零售行業遭受進一步承壓。在本集團的三個業態中，大型綜合超市業態所受的影響尤為明顯，營業額由去年同期約人民幣80.17億元減少至約人民幣72.50億元，同比減少約人民幣7.67億元。

毛利額

回顧期內，本集團的毛利額約人民幣16.19億元，同比減少約人民幣4.05億元，下降約為20.0%。主要因後疫情時期，線下實體零售業經營壓力加大，本公司為促進銷售，進一步加大了促銷力度，商品毛利額受到一定的影響。二零二一年上半年本集團整體毛利率約為12.23%，較去年同期的毛利率14.42%下降約2.19個百分點。在加大促銷的同時，本公司與供應商協商，增加了促銷補貼收費，因此，二零二一年上半年從供應商取得的收入較去年同期增加約人民幣0.80億元。

其他收益

回顧期內，本集團的其他收益約人民幣11.35億元，同比增加約人民幣1.76億元，同比上升約為18.4%。二零二零年同期，本公司的招商收入因疫情期間招商戶撤場及免租政策受到較大影響，自二零二零年下半年開始，因疫情得到有效緩解，本公司招商滿鋪率逐步提升，二零二一年上半年招商收入較去年同期增加約人民幣0.95億元。另外，因營促銷活動增加，本公司從供貨商取得的收入較去年同期增加約人民幣0.80億元。

其他收入及其他利得(損失)

回顧期內，本集團的其他收入及其他利得約人民幣2.53億元，同比減少約人民幣0.10億元，下降約為3.9%。

分銷及銷售成本

回顧期內，本集團的分銷及銷售成本約人民幣23.25億元，同比減少約人民幣0.38億元，同比減少約為1.6%。分銷及銷售成本佔營業額約為17.57%，同比上升約0.73個百分點。

行政開支

回顧期內，本集團的行政開支約人民幣4.23億元，同比增加約人民幣0.08億元，上升約為1.8%。行政開支佔營業額約為3.20%，同比上升約0.24個百分點。

其他經營開支

回顧期內，本集團的其他經營開支約人民幣0.04億元，同比減少支出約人民幣0.68億元，同比下降約為94.0%。主要是去年同期關閉網點損失撥備約人民幣0.70億元所致。

應佔聯營公司盈利

回顧期內，本集團應佔聯營公司盈利約人民幣0.18億元，同比減少約人民幣0.02億元。

稅前盈利

回顧期內，本集團稅前盈利約人民幣1.25億元，同比減少約人民幣1.38億元，下降約為52.5%。

所得稅

回顧期內，本集團的所得稅費用約人民幣0.65億元，同比減少約人民幣0.52億元，下降約為44.7%。

歸屬於本公司股東的盈利

回顧期內，本集團歸屬於本公司股東的盈利約人民幣2,007.7萬元，同比減少約人民幣3,825.1萬元，下降約為65.6%。回顧期內，淨利潤率約為0.15%，同比下降0.26個百分點。按照本集團已發行股本11.196億股計算，每股基本盈利約人民幣0.02元。

流動資金及財務資源

回顧期內，本集團現金淨流出約人民幣75,752.9萬元，主要受業務推廣需要短期的應收及預付賬款增長帶來的現金淨流出，及支付前期購建物流基地和回顧期內新店拓展等投資現金淨流出的影響。於二零二一年六月三十日，現金及各項銀行結餘約人民幣691,389.7萬元。

截至二零二一年六月三十日止六個月，本集團的應付賬款周轉期為53天。存貨周轉期約為39天。

回顧期內，本集團並無運用任何金融工具作對沖風險。於二零二一年六月三十日，本集團並無在外發行任何套利保值金融工具。

各零售業務增長情況

大型綜合超市

回顧期內，本集團大型綜合超市業態繼續升級迭代賣場2.0小區鄰里中心，深化3.0PLUS模式的定型，打造市集與餐飲多元場景的客戶體驗，加快對數字化門店系統的建設步伐，同時積極提升在線經營能力。但因受後疫情時期居民消費傾向的影響，及二零二零年和本回顧期內的關店影響，本集團大型綜合超市業態錄得營業額約人民幣725,045.2萬元，同比下降約為9.6%，佔本集團營業額約為54.8%。同店銷售同比下降約為9.64%。回顧期內，大型綜合超市業態錄得毛利額約人民幣88,735.5萬元，同比減少約人民幣30,640.9萬元。因促銷增加，從供貨商取得之收入同比增加人民幣4,013.8萬元。出租商舖租金收入同比增加人民幣7,446.8萬元。綜合收益約人民幣178,848.5萬元，同比減少約人民幣19,096.4萬元。分銷及銷售成本和行政成本合計約人民幣154,413.0萬元，同比減少約人民幣327.6萬元。財務成本同比減少人民幣739.5萬元。分部經營盈利約為人民幣13,631.1萬元，同比減少約人民幣11,435.9萬元，經營利潤率同比下降1.25個百分點約為1.88%。

截至六月三十日

二零二一年 二零二零年

毛利率(%)	12.24	14.89
綜合收益率(%)	24.67	24.69
經營利潤率(%)	1.88	3.13

超級市場

回顧期內，本集團超級市場業態著力於轉型提升，圍繞小區生鮮超市穩固既有基礎並不斷嘗試創新。通過品類規劃與品牌煥新，打造差異化、有特色的小區型生鮮購物體驗，基於場景和品類優化，空間重構，提高坪效。但受疫情後社區團購減少及消費者購買意願下降的影響，整體銷售及開店增速放緩。本集團超級市場業態錄得營業額約人民幣509,864.8萬元，同比減少約人民幣3,760.4萬元，同比下降約為0.7%，佔本集團營業額約38.5%。其中，同店銷售同比下降約為8.28%。受營銷力度加大的影響，二零二一年上半年超級市場業態錄得毛利額約人民幣63,581.0萬元，毛利率同比下降1.37個百分點至12.47%；從供貨商取得之收入同比增加人民幣4,069.3萬元。出租商舖租金收入同比增加人民幣2,121.0萬元。綜合收益約人民幣105,429.0萬元，同比減少約人民幣243.5萬元，綜合收益率約為20.68%，同比上升0.11個百分點。分部經營盈利約人民幣6,704.4萬元，同比減少約人民幣3,748.0萬元，經營利潤率下降0.73個百分點約為1.31%。

截至六月三十日

二零二一年 二零二零年

毛利率(%)	12.47	13.84
綜合收益率(%)	20.68	20.57
經營利潤率(%)	1.31	2.04

便利店

回顧期內，便利業態整體受益於二零二零年以來，以「集約、降本、加速減虧」為引導，加速對各地區的虧損網點進行梳理，多維度精簡人員，控制經營成本；同時，在浙江區域內，便利業態加速與其他業態供應鏈及運營管理的整合，有效提升商品力及運營效率。便利店業態有效扭轉了近幾年來的整體虧損趨勢，錄得營業額約人民幣79,057.0萬元，同比上升約為0.4%，佔本集團營業額約為6.0%。其中：同店銷售同比上升約為32.99%。便利店業態毛利額約為人民幣8,711.8萬元，毛利率下降3.24個百分點約為11.02%。綜合收益約為人民幣12,811.3萬元，綜合收益率同比下降3.72個百分點約為16.21%。分銷及銷售成本和行政開支合計約人民幣11,901.6萬元，同比減少約為人民幣6,894.0萬元。回顧期內，便利店業態經營盈利約為人民幣862.1萬元，較去年同期同比增加約為人民幣4,332.0萬元，經營利潤率上升5.50個百分點約為1.09%。

截至六月三十日

二零二一年 二零二零年

毛利率(%)	11.02	14.26
綜合收益率(%)	16.21	19.93
經營利潤率(%)	1.09	-4.41

財務業績分析

	截至六月三十日止六個月		
	人民幣百萬元		
	二零二一年	二零二零年	同比轉變(%)
營業額	13,238	14,037	-5.7
毛利	1,619	2,024	-20.0
綜合收益	3,006	3,245	-7.4
經營盈利	107	243	-56.2
所得稅費用	65	117	-44.7
歸屬於本公司股東的本期盈利	20	58	-65.6
每股基本盈利(人民幣元)	0.018	0.052	-65.6
每股股息(人民幣元)	不派發	不派發	不適用

資本架構

於二零二一年六月三十日，本集團的現金及現金等價物主要以人民幣持有，無其他任何銀行借款。

回顧期內，本集團的股東權益由約人民幣145,266.7萬元增加至約人民幣147,274.4萬元，主要為期間盈利約人民幣2,007.7萬元所致。

本集團已質押資產的詳情

截至二零二一年六月三十日止，本集團並無質押任何資產。

外匯風險

本集團收支項目大多以人民幣計價。回顧期內，本集團並無因匯率波動而遇到任何重大困難或自身的營運或流動資金因此受到影響。本集團並無訂立任何協議或購買金融工具，以對沖本集團的匯率風險。本公司董事(「董事」)相信，本集團能夠滿足其外匯需要。

股本

截至二零二一年六月三十日止，本公司已發行股本如下：

已發行股份類別	股份數目	百分比
內資股	715,397,400	63.90
非上市外資股	31,602,600	2.82
H股	<u>372,600,000</u>	<u>33.28</u>
合計	<u><u>1,119,600,000</u></u>	<u><u>100.00</u></u>

網點發展：業態和終端模型及拓展

回顧期內，本集團聚焦核心區域和核心業態，立足長三角，佈局社區網點資源，強化加盟業務，穩步推進網點新開與續簽工作。本集團新開門店161家，其中新開直營店34家，新開加盟店127家，新開門店中，128家位於長三角地區，佔比達到79.5%；另一方面，本集團順應市場環境變化，繼續謹慎梳理門店，提高整體實體網點的整體質量，關閉門店99家，其中關閉直營門店23家，關閉加盟店76家。

回顧期內，大型綜合超市業態在穩固現有規模的基礎上，以增盈為導向，繼續升級迭代賣場2.0社區鄰里中心，著力打造賣場2.0社區中心小店版本。優化招商佈局，提升招商區域附加社區功能，以社區生活中心及「生活的煙火之地」為理念，強化社區服務，實現從「傳統大賣場」向「社區商業中心」的轉型與升級。聚焦「最後一公里」社區商業契機，加快對前置倉的建設，打磨經營模式，提升運營效率。二零二一年上半年，大型綜合超市業態新開門店3家，均位於浙江省；關閉門店3家，其中上海市1家，江蘇省1家，河南省1家。

回顧期內，超級市場業態作為本集團核心發展業態，持續推進網點拓展和門店轉型增效，直營門店繼續深化社區生鮮轉型門店品類模塊打造，將基地直采、網紅潮流、營養健康等主題融入場景，打造具有個性化品類場景的社區生鮮門店。加盟門店擇優拓展緊密性加盟模式，將符合條件的鬆散型加盟店升級為半緊密型，保持規模優勢。二零二一年上半年，超級市場業態新開門店91家，其中直營門店25家，加盟門店66家；關閉門店51家，其中直營門店8家，加盟門店43家。網點數淨增加40家。

回顧期內，便利店業態在降本、減虧的指導方針下，通過對各地區虧損門店的梳理，整合既有優質門店，關注用戶體驗，賦能餐飲模式，增加服務功能，加快對門店經營能力的提升。同時，協同其它業態的供應鏈優勢，依照消費者購物喜好，積極調整門店品類結構，提升經營業績。二零二一年上半年，便利店業態新開門店67家，其中直營門店6家，加盟門店61家，關閉門店45家，其中直營門店12家，加盟門店33家。網點數淨增加22家。

截至二零二一年六月三十日止，本集團共擁有門店3,254家，約85.3%的門店位於華東地區。

	大型			合計
	綜合超市	超級市場	便利店	
直營	140	735	333	1,208
加盟	—	1,436	610	2,046
合計	<u>140</u>	<u>2,171</u>	<u>943</u>	<u>3,254</u>

註：上述數據為截至二零二一年六月三十日。

品類規劃及供應鏈打造

回顧期內，本集團通過高效整合供應鏈，完善品類結構，全面打造「品質生鮮」。加強基地源頭直采，引進頭部基地資源，升級地域性採購體系；加強內部供應鏈協同，提升優勢產品績效；加強全國聯合集采，打通生鮮價值鏈，深挖品類資源，明確品質標準，一品一標，樹立企業清晰的產品價值觀，促進生鮮品類的持續發展。

回顧期內，本集團繼續品類配置的優化與品類固化，繼續加快新品引進及舊品汰換，提升單品效率。受後疫情時代消費習慣轉移的影響，日配、民生、消殺品類的業績相較去年走弱。通過對現有商品品類的梳理及對消費者觸達的數據調研，本集團積極調整品類結構，同時控制商品缺貨率、縮短周轉天數，加速實現核心品類的消費者感知和銷售提升，實現企業的品牌價值。

回顧期內，本集團不斷增強自控供應鏈的能力，打造強控供應鏈模式，戰略佈局優質資源，通過JBP (Joint Business Plan, 聯合生意計劃) 戰略合作，形成JBP協同機制，引進品類頭部供應商，共同打造專屬的營銷活動。本集團借助供應商及第三方資源，獲得更好的資源，增加品牌聯營優勢；與品牌商在大數據賦能、體驗創新等多個新零售領域開展全方位戰略合作模式，提升整體採購能力，改善百貨類場景，優化商品品類，打通供應鏈落地模型，打造企業差異化商業優勢。

自有品牌

回顧期內，本集團從企業發展戰略的角度出發，不斷優化和提升自有品牌，固化全國自有品牌的組織和工作模式。從訂貨、陳列、線上線下促銷、SOP (Standard Operation Procedure, 標準作業流程) 規範等多維度提升自有品牌的組織銷售能力，建立自有品牌商品的選品、對標、評價、汰換機制和流程，創建及完善更多品牌應用落地項。

回顧期內，本集團依據不同目標客戶群的消費潛力和特質，積極推進自有品牌建設，著重打造了具備市場核心競爭力的「聯華質造」、「優饗」及「優品生活」自有品牌系列，並在超級市場業態先行推動百貨品類自有品牌化，逐步擴大聯華自有品牌對消費者的影響力。同時，本集團定期梳理自有品牌供應鏈，搭建自有品牌全國採購架構，建立生鮮自有品牌團隊，不斷拓展、新增源頭供應商，整合發展區域資源，達成資源共享。分析市場潛力，開發、創新品種清單，豐富上海、浙江及其他地區自有品牌的產品結構，打造全渠道優質品類。

回顧期內，本集團不斷提升自有品牌品類的營銷策略，結合品牌定位，將品牌視覺要素融入自有品牌的營銷及傳播推廣。基於品牌化視覺風格，設計到家服務宣傳畫面，提升聯華自有品牌在消費者心目中的知曉度。借力具有上海特色的「五五購物節」活動，線下、線上同步開啟自有品牌品類的優惠活動，吸引不同年齡層的消費者對聯華自有品牌的關注，讓消費者感受到聯華自有品牌用心、優質的陪伴。

卓越執行，提升營運能力

回顧期內，本集團全面提升營銷規劃及活動機制，創造豐富的銷售場景和氛圍，積極推進業態全域銷售。圍繞消費者心智，以目標成果為導向，持續迭代營銷模式，與JBP供應商合作舉辦主題營銷活動，強計劃、重執行，持續深化「品牌經濟」，提升活動成效。本集團全鏈路深耕會員體系，全面發展社群、拼購業務，打造自媒體生態圈，沉澱私域流量池，提升客流、客單，賦能經營業績。持續推進線上、線下一體化改革進程，強化數字化履約能力，重構數字化SOP，以系統流程優化為切入點，對操作流程進行梳理、完善和調整，對上架率、揀缺率、揀貨時長等核心指標進行重點提升，不斷完善到家業務。

回顧期內，本集團協同內部供應鏈流程優化，提升優勢產品績效。完善線上生鮮品類結構，結合時令和節氣進行選品創新，兼顧線上、線下產品的共同性及差異性，打造聯華品質生鮮。本集團加大對屬地內社區團購的關注力度，利用市場機會和頭部廠商資源，發力線上銷售，提升生鮮商品整體動銷效率。

回顧期內，本集團以高效整合聯華內部供應鏈為抓手，提升物流運營績效。進一步發揮江橋倉的優勢，全面服務好門店和供應商物流需求，全力支持主營業務發展。以高效整合聯華現有線下門店網絡為抓手，實施O2O（Online To Offline，線上到線下）一體化運作，實現庫存、信息、配送共享，為本集團內外企業和政府機關團體提供服務。不斷提升倉儲配送效率，全力做好直轉配業務，持續降低庫存周轉天數，大力拓展第三方物流業務，積極探索新零售物流，通過數字賦能重塑業務流程，推進市場化運營績效。

品牌煥新

回顧期內，本集團秉持「讓消費者更喜愛我們」的品牌願景，立足消費者角度，不斷煥新品牌體系，以統一的品牌策略為核心，結合營運需求，健全全國範圍內的品牌管理流程，加速品牌體系規劃的落地執行，全方位打造品牌聲量，以嶄新的面貌向消費者傳達企業對品牌的定位，帶給消費者耳目一新的購物體驗，同時讓消費者與聯華實現更有意義、更具溫度的聯結。

回顧期內，本集團從消費者的消費心理與行為邏輯出發，推進以消費者為導向的S級營銷一體化，構建以用戶體驗為核心的營銷模式。本集團重點聚焦聯華30周年，打造30周年品牌印記，對產品賦能進行傳播。創新運營模式，打造聯華好物直播間，舉辦「五五購物節」、「點亮夢想晚餐」等一系列主題活動，吸引年輕消費群體的參與。引進熱點話題與新聞，培養粉絲閱讀習慣，增加閱讀量與整體曝光量，擴大商品宣傳及營促銷推廣效果。

回顧期內，本集團加強會員體系和私域流量運營，找尋多元觸達機會。順應消費者線上化的趨勢，大力發展線上渠道，通過第三方平台引流增加新會員來源，利用開卡禮和「人人惠」大力推廣Plus會員。試點超級市場新會員3個月運營計劃，定義會員生命週期，對會員進行分群運營。深度運營三方支付平台，與支付寶、銀聯、銀行平台建立緊密合作關係，打通全國微信會員卡，為會員營銷提供更多工具與可能性，鎖定用戶粘性，開拓流量以提升銷售。

僱傭培訓與發展：機制、組織與企業文化

截至二零二一年六月三十日，本集團共有29,358名員工，回顧期內減少2,010名，人工總開支約為人民幣119,135萬元。

回顧期內，本集團圍繞公司戰略發展要求，繼續整合組織架構，推動組織變革。進一步優化市場營銷、流程優化、財務管理、生鮮採購等職能架構，完善和強化組織功能，提升組織效能。

回顧期內，本集團持續推動薪酬福利標準化工作，有序完成總部部長助理以上及業態公司班子年薪制調整與執行，同時制定總部員工月薪制調整標準和計劃，分步實施。倡導業績文化，調整本公司激勵模式，制定總部各部門及業態業績考核激勵辦法。持續推動門店合夥人項目，調動一線員工積極性和能動性。

回顧期內，本集團圍繞數字化門店轉型，聚焦核心業務，助力一線人才關鍵能力成長。配合本公司數字化門店項目計劃推進，實施數字化門店系統應用培訓。打造卓越一線戰鷹團隊，針對合夥人、加盟店長，開展以「運營技巧、數據分析、管理能力」等內容為主的賦能。

數字化驅動

回顧期內，本集團著力於推進數字化門店系統的建設及落地。通過對數字化門店系統的研發、一品一碼及前置倉項目的實施、軟硬件設備的升級，提高了門店履約效率，加強了「有層次、可發展」的門店數字化體系建設，實現線上服務、線下體驗及現代物流的深度融合。

本集團著力於推動數字化管理與運營。以互聯網為依托，運用大數據，人工智能等先進技術，推進供應鏈系統「一體化、可視化」的整合提升，支撐新零售數字化運營能力。加快供應鏈系統一體化的整合，建立一體化集成、互聯網架構的供應鏈信息系統，涵蓋商品、營運、物流、B2B、協同補貨、結算和賬務等供應鏈全流程。持續優化聯華大數據平台，實現業務數據的全程可視化和實時性，提升數據增值服務能力。

策略與計劃

二零二一年是中國經濟持續復蘇並走向常態化的一年，是「十四五」規劃開局之年、兩個百年目標交匯與戰略轉換之年。展望二零二一年下半年，隨著中國經濟內生動力進一步增強、常規性擴張政策效應的延後顯化、中長期發展戰略的佈局和項目落地、全球疫情及經濟形勢的逐漸明朗，中國宏觀經濟有望加快完成常態化進程。

二零二一年下半年，隨著中國經濟持續穩定恢復，疫情防控更加精準有效，各項政策措施落地見效，居民消費信心逐步增強，預計消費市場總體將會繼續朝著回暖向好方向發展。

二零二一年下半年，隨著消費結構升級的動力持續增強，新的消費亮點將不斷湧現。在消費品零售行業數字化趨勢下，網絡零售對國內消費市場的貢獻作用持續提升。在數字化的推動下，消費品零售行業在求新的道路上不斷探索與突破，也推動著國內消費市場的提質與擴容。

為此，二零二一年下半年，本集團將繼續秉承「立足長三角，發展全中國，通過高效整合供應鏈，提供全品類優質商品，是具有當地精神的全渠道生活零售商」的願景，堅持以「全域銷售與經營能力提升、供應鏈打造與商品力提升、消費者體驗與營銷力提升、費用管控與效率提升、流程再造與強執行保證」為年度工作重點，以「組織與激勵機制優化」和「數智化與系統優化」為雙輪驅動支撐體系，打贏年度三大戰役，即「全面推進業態全域銷售」戰役、「加速實現核心品類的消費者感知和銷售提升」戰役以及「組織變革，流程再造，數字化運營」戰役。

二零二一年下半年，本集團將繼續著力於全域銷售與經營能力的提升。持續推進網點拓展，優化續租成本，加強網點質量管控；推動大型綜合超市業態轉型聚焦生鮮及民生品類，借鑒社區服務理念，招商轉型自帶流量，增加對社區服務類租戶的招商力度。超級市場業態將繼續提高品類自營能力，通過數字化提高單店運作效率。轉型工作將重點推進模塊化、場景化；大力發展線上銷售與緊密型加盟，強化全域營銷、全域品類管理，提升商品力。便利店業態將繼續加強減虧力度，採用多元營銷方式，提升商品成效。

二零二一年下半年，本集團將繼續加強對供應鏈的打造，推動品類優化與核心商品相結合的商品力提升。生鮮品類深耕源頭直采，深挖優質資源，尋找頭部供應商，啟動全國聯合集采，建立生鮮供應鏈閉環優勢。推行JBP戰略合作，梳理重點合作商品資源，多渠道聯動採購，助力門店商品品質升級，豐富消費者的購物選擇。加強對自有品牌的開發、設計及汰換，圍繞消費者對品質升級和品質差異化的要求，不斷提升自有品牌的開發速度，打造具有聯華特色的自有商品優勢。

二零二一年下半年，本集團將繼續著力於消費者體驗與營銷能力的提升。結合消費者購物動線及行為習慣，營、採、銷三方將繼續優化營銷工具與觸達方式，不斷創新、賦能營銷活動，突出對重點信息的曝光，確保營銷效果更為聚焦、高效。加強會員體系和流量運營，發展異業合作，打通、開放外部生態流量入口，與多元平台合作引流。深化會員分析，借助中秋、國慶、雙十一、雙十二等節假日契機，結合S級營銷檔期，強化不同業態營銷活動創新，進行分群式精準營銷，培養消費者心智，提升消費者體驗，逐步實現會員沉澱及銷售轉化。

二零二一年下半年，本集團將繼續加強對費用的管控與效率提升。通過梳理門店標準化流程和應用數字化工具優化用工模式，通過合理設計，確定標準，降低成本，實現人效提升、人工費用可控以及費率達標。引入新技術，新系統，持續優化數字化迭代系統，推進數字化履約，持續提高顧客滿意度。推進倉儲資源集約化運作，加快直轉配進度，拓展第三方運作業務，加大對智能技術的投入，跑通幹線物流，提升物流運作效率，打造屬於聯華的數智化新零售物流體系。

二零二一年下半年，本集團將繼續推進組織架構整合，優化總部組織能力。通過梳理總部跨部門之間、部門內部流程，進一步明確各部室組織架構、職能、人員編制，聚焦經營，逐層分解經營目標；通過系統與數字化的前置，提升總部組織機制運作效率，打造服務型、高績效的總部。本集團將持續推進統一的薪酬制度。制訂並實施關鍵崗位經營與管理人才契約化管理辦法，考核目標明確，正負激勵並舉。合夥人門店將在穩固「強店&品類裂變」模型的基礎上，試點「內外部托管」模式，實行有質量的迭代與推廣。

二零二一年下半年，本集團將繼續推進數智化建設與系統優化的進程。全面部署營、採、銷、配、財務的一體化系統流程。優化大型綜合超市業態的數字化系統，完善數字化SOP，提高運營效率。鞏固超級市場業態數字化門店推進的既有成果，保持效率提高的紅利，並逐步覆蓋至全國門店。推進上海地區江橋物流半自動化管控系統的順暢運行，通過數字化系統操作和營運流程培訓，不斷為門店賦能，實現企業新零售數字化管理與運營能力的全面提升。

期後事項

自二零二一年七月一日至本業績公告發佈之日，概無任何對本公司業績形成重大影響的非財務事件須予披露。

中期股息

本公司董事會（「董事會」）建議不派發截至二零二一年六月三十日止六個月的中期股息。

購買、出售或贖回股份

截至二零二一年六月三十日止六個月，本公司及附屬公司並無購買、出售或贖回任何本公司之上市證券。

審核委員會

本公司之審核委員會(「**審核委員會**」)已與管理層考慮及審閱本集團所採納之會計原則及方法，並已討論內部監控及財務呈報等事宜，包括審閱本集團二零二一年未經審計的簡明中期賬目。審核委員會認為本集團的截至二零二一年六月三十日止六個月中期賬目符合適用的會計標準、香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)及香港法律規定，並已做出足夠披露。

遵守聯交所證券上市規則(「**上市規則**」)附錄十所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》

本公司已採納上市規則附錄十所載之《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「**證券交易標準守則**」)作為本公司全體董事和監事進行證券交易之守則。經向所有董事和監事作出特定查詢後，董事會欣然宣佈所有董事和監事於回顧期內全面遵守證券交易標準守則所載之條文。

符合上市規則附錄十四《企業管治守則》

董事會欣然確認，除下文所述事項以外，本公司於回顧期內符合上市規則附錄十四《企業管治守則》(「**守則**」)之所有守則條文。除了下列偏離事項，概無董事知悉有任何資料合理地顯示，本公司於現時或回顧期內任何時候存在不符合守則的情況。有關偏離事項如下：

守則條文第A.4.2條規定，每名董事（包括有指定任期的董事）應輪流退任，至少每三年一次。根據本公司章程規定，本公司董事由股東大會任免，任期不超過三年，且可連選連任。本公司考慮到本公司經營管理決策實施的連續性，故本公司章程內暫無明確規定董事輪流退任機制，故對上述守則條文有所偏離。

守則條文第A.6.7條有關非執行董事在董事會及股東大會的出席情況及參與情況：

本公司於二零二一年三月二十九日召開第七屆董事會第四次會議，非執行董事張申羽女士因其他工作原因未出席該次董事會會議。

本公司於二零二一年六月十七日召開第七屆董事會第五次會議，非執行董事張申羽女士及獨立非執行董事李國明先生因其他工作原因未出席該次董事會會議。

本公司於二零二一年八月三十日召開第七屆董事會第六次會議，非執行董事葉永明先生因其他工作原因未出席該次董事會會議。

彼等均在收到相關董事會會議材料後，委託本公司其他董事代為出席會議並行使表決權。董事會會議審議有關事項，並順利通過各項決議案。董事會會議會後，本公司亦將相關會議記錄發送至董事會所有董事以便未出席會議的董事了解會議上決議的事項。

此外，本公司於二零二一年六月十七日召開二零二零年度股東周年大會（「股東周年大會」），非執行董事張申羽女士及獨立非執行董事李國明先生因其他工作原因未出席股東周年大會。本公司已於股東周年大會召開前向董事會所有董事提供了會議相關材料。股東周年大會順利通過各項普通決議案。股東周年大會會後，本公司亦將相關會議記錄發送至董事會所有董事，以便未出席會議的董事了解會議上決議的事項。

有關截至二零二零年十二月三十一日止年度之年度報告之補充資料

茲提述本集團截至二零二零年十二月三十一日止年度之年度報告（「二零二零年年報」）。下文披露之資料乃二零二零年年報之補充材料，並應與二零二零年年報一併閱覽。

除二零二零年年報所提供之資料外，董事會謹此提供與本集團截至二零二零年十二月三十一日止年度之「其他收入及其他利得與損失」有關之進一步資料及明細（連同二零一九年之比較數字）。

其他收入及其他利得與損失

	截至 二零二零年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一九年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元
因銀行存款及定期存款而產生的利息收入	279,694	220,674
政府補貼	96,394	56,622
按公允價值計量且其變動計入損益之 金融資產之公允價值變化	(3,822)	91,751
收到的按公允價值計量且其變動計入 損益的金融資產之股息	769	530
出售使用權資產及物業、廠房及設備所得收益	288,435	153,771
廢品及物料銷售收入	30,680	35,020
折損收入	21,944	34,796
手續費收入	15,439	17,729
違約金收入	9,354	9,822
其他	30,424	31,067
	769,311	651,782

本公告提供的補充資料並無影響二零二零年年報的其他資料，除上文所披露者外，二零二零年年報的內容保持不變。

承董事會命
聯華超市股份有限公司
董事長
葉永明

中華人民共和國，上海，二零二一年八月三十日

於本公告日期，本公司董事如下：

執行董事： 種曉兵；

非執行董事： 葉永明、徐子瑛、徐宏、張申羽、董小春及王德雄；

獨立非執行董事： 夏大慰、李國明、陳瑋及趙歆晟。