

北京华联商厦股份有限公司

2015 年度董事会工作报告

2015年，公司董事会依照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所主板上市公司规范运作指引》及《公司章程》等有关法律法规及公司相关制度的规定，严格依法履行董事会职责。公司董事以保障全体股东权益为目标，恪尽职守、积极有效的行使职权，认真贯彻落实股东大会的各项决议，勤勉尽责地开展董事会各项工作。

一、董事会日常工作情况

公司董事会依照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所主板上市公司规范运作指引》及《公司章程》等有关法律法规及公司相关制度的规定，严格依法履行董事会职责。公司第六届董事会现有董事9名，其中独立董事3名，独立董事占全体董事的三分之一。公司董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会及提名委员会，各委员会充分行使职能，提升公司内部管理质量。

报告期内，公司董事会严格按照相关法律法规开展工作。公司董事勤勉尽责，认真审议董事会议案、召集股东大会，积极参加有关培训。公司独立董事对责任范围内的议案已经事前认可并且公正客观地发表独立意见。2015年报告期内召开的董事会会议和股东大会信息如下：

（一）董事会会议召开情况

2015年度，公司董事会共召开了13次会议，所有会议召开严格按照程序及规定进行，所有会议决议合法有效。董事会会议召开的具体情况如下：

序号	时间	届次	议案审议情况
1	2015 年 1 月 20 日	六届十七次	审议通过了《关于选举独立董事候选人的议案》、《关于召开公司 2015 年第一次临时股东大会的议案》。
2	2015 年 2 月 6 日	六届十八次	审议通过了《关于对新加坡商业公司进行增资的议案》、《关于调整第六届董事会薪酬与考核委员会成员的议案》。

3	2015 年 4 月 28 日	六届十九次	审议通过了《2014 年年度报告全文及其摘要》、《2014 年度董事会工作报告》、《2014 年度总经理工作报告》、《2014 年度独立董事述职报告》、《2014 年度财务决算报告》、《2014 年度财务决算报告》、《2014 年度利润分配及资本公积金转增股本预案》、《关于调整公司高级管理人员的议案》、《关于选举公司董事长的议案》、《关于选举公司董事的议案》、《关于发行短期融资券的议案》、《关于与华联综超日常关联交易的议案》、《关于与第一太平公司日常关联交易的议案》、《关于与华联咖世家日常关联交易的议案》、《关于继续与华联集团签署<相互融资担保协议>的议案》、《2014 年度内部控制评价报告》、《2014 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》、《关于续聘公司 2015 年度财务报告和内部控制审计机构的议案》、《关于在华联财务有限责任公司关联存贷款风险的评估报告》、《2015 年第一季度报告》、《关于召开公司 2014 年年度股东大会的议案》。
4	2015 年 6 月 24 日	六届二十次	审议通过了《关于在成都设立物业管理公司的议案》、《关于转让华联鹏瑞股权的议案》
5	2015 年 8 月 19 日	六届二十一次	审议通过了《关于公司作为有限合伙人参与设立上海信磐的议案》。
6	2015 年 8 月 24 日	六届二十二次	审议通过了《关于对新加坡商业公司增资的议案》、《关于子公司新加坡商业公司对外投资的议案》。
7	2015 年 8 月 29 日	六届二十三次	审议通过了《2015 年半年度报告全文及其摘要》、《2015 年半年度募集资金存放与使用情况专项报告》、《关于在华联财务有限责任公司关联存贷款风险的评估报告》。
8	2015 年 10 月 10 日	六届二十四次	审议通过了《关于公司符合发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易条件的议案》、《关于公司本次发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易方案的议案》、《关于公司发行股份购买资产及募集配套资金构成关联交易的议案》、《关于公司发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易预案的议案》、《北京华联商厦股份有限公司与上海镭尚投资管理中心（有限合伙）和中信夹层（上海）投资中心（有限合伙）签订有关<发行股份购买资产协议>的议案》、《北京华联商厦股份有限公司分别与北京华联集团投资控股有限公司签订<附条件生效的非公开发行股份认购协议>的议案》、《关于提请股东大会授权董事会全权办理本次资产重组的议案》、《关于公司本次发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易符合<关于规范上市公司重大资产重组若干问题的规定>第四条规定的议案》、《关于公司本次发行股

			份购买资产并募集配套资金履行法定程序的完备性、合规性及提交法律文件的有效性的议案》。
9	2015 年 10 月 31 日	六届二十五次	审议通过了《2015 年第三季度报告全文及正文》、《关于调整第六届董事会提名委员会成员的议案》、《关于调整第六届董事会薪酬与考核委员会成员的议案》、《关于调整第六届董事会战略委员会成员的议案》、《公司及子公司向金融机构申请借款的议案》、《关于聘任公司证券事务代表的议案》。
10	2015 年 11 月 5 日	六届二十六次	审议通过了《关于修订<公司章程>的议案》、《关于召开公司 2015 年第二次临时股东大会的议案》。
11	2015 年 11 月 25 日	六届二十七次	审议通过了《新加坡商业公司对外投资的议案》、《新加坡商业公司的全资子公司担任 BHG Retail REIT 基金管理人的议案》、《新加坡商业公司的全资子公司担任 BHG Retail REIT 物业管理人的议案》、《公司子公司成都弘顺担任北京万贸物业管理人的议案》。
12	2015 年 11 月 27 日	六届二十八次	审议通过了《关于对新加坡商业管理公司增资的议案》、《关于在北京设立子公司的议案》、《关于公司对外投资中腾信的议案》。
13	2015 年 12 月 30 日	六届二十九次	审议通过了《关于聘任 COO 的议案》。

（二）董事会召集股东大会及执行股东大会决议的情况

2015年度，公司共召开了3次股东大会，全部由公司董事会召集，股东大会召开的具体情况如下：

序号	时间	届次	股东参与情况	议案审议情况
1	2015 年 2 月 4 日	2015 年第一次临时股东大会	本次参与表决的股东及股东授权委托人共 10 人，其中现场会议实到股东 3 人。	审议通过了《关于选举独立董事的议案》。
2	2015 年 5 月 22 日	2014 年年度股东大会	本次参与表决的股东及股东授权委托人共 91 人，其中现场会议实到股东 4 人。	审议通过了《2014 年年度报告及其摘要》、《2014 年度董事会工作报告》、《2014 年度监事会工作报告》、《2014 年度独立董事述职报告》、《2014 年度财务决算报告》、《2014 年度利润分配及资本公积金转增股本预案》、《关于选举公司董事的议案》、《关于发行短期融资券的

				议案》、《关于与华联综超日常关联交易的议案》、《关于与第一太平公司日常关联交易的议案》、《关于与华联咖世家日常关联交易的议案》、《关于继续与华联集团签署<相互融资担保协议>的议案》、《关于续聘公司 2015 年度财务报告和内部控制审计机构的议案》。
3	2015 年 11 月 20 日	2015 年第二次临时股东大会	本次参与表决的股东及股东授权委托人共 163 人，其中现场会议实到股东 3 人。	审议通过了《关于修订<公司章程>的议案》。

二、2015年度主营业务分析概述

1、公司所处行业概况

随着中国经济改革的深入推进，国内经济增长将面临低速增长的“新常态”，实体经济增长乏力的局面将一定程度影响零售行业的发展，经济形势虽不容乐观，但长期向好趋势不改，机遇与挑战并存；商业地产的投资开发，以及消费需求的演变，拉动了购物中心的快速增长，所以购物中心较其他传统零售渠道保持了较快的发展态势。2015年经济运行的总体特征是稳中趋缓、稳中有进、稳中有忧，各领域分化加剧，动力转换过程中有利因素和不利因素并存，2015年全年社会消费品零售总额300,931亿元，比上年名义增长10.7%（扣除价格因素实际增长10.6%），相比2014年12.0%的增速进一步下滑。

报告期内，面对国内经济下滑，商业市场环境持续不佳的新常态，公司管理层按照董事会年初制定的经营计划，紧抓企业发展的大局，积极应对各种挑战，在逆势中寻求突破，不断创新营销管理，积极寻求投资机会，不断优化资本结构，强化投资风险管控意识，细化控制流程，稳步推进公司新开店铺的工作。

2、公司现有业务板块的运营状况及发展态势

当前公司的核心主营业务为购物中心的运营管理，是国内市场唯一专注于社区型购物中心运营管理的专业运营商。2008年公司实现了主营业务由百货店经营向购物中心运营管理的战略转型。转型以来，公司通过购买、租赁等方式获得购物中心物业资源，在资产规模和项目数量上实现了快速发展。目前公司旗下经营

的已开业购物中心数量从2008年的2家增长至近40家，项目遍布北京、成都、合肥、南京、西宁、大连、沈阳、无锡、兰州等地区；运营管理的购物中心面积从2008年的3.62万平方米增长至185万平方米，随着经营规模和辐射市场的逐年扩大，公司的品牌形象与市场影响力逐步提升。近年来，公司在致力于提高对自有或租赁购物中心的运营与管理的同时，加强对外输出该运营与管理服务，培养新的利润增长点，以进一步增强上市公司的盈利能力。

3、公司的经营策略

购物中心行业现阶段的发展机遇与挑战并存。一方面，当前，我国经济发展处于转型阶段，加快经济发展方式的转变已成为当前经济发展的基本要求和首要任务，扩大内需特别是居民消费需求成为调整经济结构、推动经济发展的战略基点。随着国内重点城市的中心商业区与核心商圈逐渐饱和，社区型购物中心将成为居民日常消费的主要方式之一，并成为未来中国购物中心的主流发展方向，2015年，公司致力于社区型购物中心的运营与管理，同时随着在购物中心方面的运营管理水平不断提升，加强对外输出管理服务。

1) 面对互联网冲击，积极寻求与电商合作，以应对市场的变化

2015年新兴服务业发展势头强劲，服务新业态、新模式延续近两年高增长态势，电子商务、物流快递等行业表现尤为抢眼。随着电子商务的推陈出新，网络营销与移动技术结合，将使店商和电商融合发展的O2O模式更为普遍。2015年全年，全国网上零售额38773亿元，比上年增长33.3%。其中，实物商品网上零售额32424亿元，增长31.6%；非实物商品网上零售额6349亿元，增长42.4%。在实物商品网上零售额中，吃、穿和用类商品分别增长40.8%、21.4%和36.0%。公司在报告期内继续加强与电商的合作，在精准的市场需求数据支持下，推动线上线下供应链的一体化发展。

2) 尝试实施轻资产战略

公司通过资产证券化并对证券化资产提供管理服务输出的方式提高运营效率，报告期内，由公司作为发起人的BHG零售信托在新加坡证券市场成功上市发行，公司子公司或新加坡商业公司的子公司分别担任物业基金管理人及物业管理人并收取相应的管理费用。BHG零售信托的成功发行，为公司今后切实实施轻资产战略打下了坚实的基础。

随着公司自有物业项目不断增加，公司资产规模也急剧增加，不仅沉淀了大量的资金，也因承担较重的财务费用和折旧摊销影响了公司盈利水平。为平衡短期和长期利益，2014年，公司将所持的控股子公司北京华联万贸购物中心经营有限公司60%的股权、全资子公司合肥华联瑞安购物广场商业运营有限公司100%的股权、青海兴联置业有限公司100%的股权、成都海融兴达置业有限公司100%的股权、内江华联购物中心有限公司100%的股权及大连华联商用设施运营有限公司100%的股权，分别转让给新加坡公司，2015年完成交割。部分成熟商业物业的权益进行策略性的转让，有助于改善公司的现金流，优化公司的财务结构，并使中小股东在短期内切实分享到物业增值带来的收益。中长期来看，公司尝试轻资产的管理模式，有利于公司减轻财务负担，增加收益，提高管理能力。实现公司抓住机遇拓展优质项目，增强行业综合竞争力的目标。

3) 积极对外投资，提高公司的盈利能力

经过近几年的扩张，公司目前仍处于快速发展期。2015年6月公司拟通过发行股份购买资产的方式购买潜在标的公司股权，并安排配套募集资金，拟收购的各标的公司分别持有位于银川、青岛、太原、呼和浩特、合肥等城市物业，截止2015年12月31日，该事项在顺利进行中。为拓展公司海外业务，进一步增强公司国际市场竞争能力，根据公司总体发展战略及经营管理需要，公司对新加坡商业公司先后分别增资8000万新加坡元、6000万新加坡元和4000万美元。

报告期内，公司及公司子公司以直接或间接的方式对“唱吧”、“饿了么”等优质项目进行了投资，提高了公司的盈利能力。

4) 优化治理结构，加强信息与内部控制建设，提高风险防范能力

报告期内，公司严格履行上市公司信息披露、投资者关系、执行股东大会决议等重要职责，依托董事会各专业委员会和独立董事的作用，强化战略发展、重大投资等科学决策能力，为股东创造了更高的价值，推动了公司可持续性发展。

公司在报告期内，建设和完善了信息系统，健全内部控制机制，完善了企业内部控制规范体系，以提高风险防范能力，提升公司经营效率和效果；公司专门成立了内部控制建设领导小组和工作小组，每年对公司的内部控制进行自评并出具内部控制自评报告，另外，公司还聘请中介机构对公司内部控制建设进行专项审计，并出具内控审计报告。

5) 提升运营质量，强化竞争优势

公司在扩张的同时，重点强化购物中心运营质量：在门店拓展方面，北京区域始终是公司拓展的重中之重，要集整个集团优势保持北京区域的优势地位。而对外埠地区，则把发展重点聚焦于集团已形成的优势地区；报告期内公司推行“重质不重量”的策略，努力提高单店盈利水平，坚决关闭长期亏损及不符合公司发展战略的门店；在门店管理方面，公司提高专业化、精细化的管理水平，梳理并完善流程，降低经营成本，严格控制各项管理费用，凭借在购物中心开发运营以及零售行业的丰富经验，制定和完善了项目开发流程、门店稽核管理办法、诉讼管理流程等专业的项目管理体系。对于已开业门店，公司通过月度资产管理报告对项目进行日常运营的监督管理，通过采取因地制宜的租赁、市场与物业管理策略，优化租户组合，减少空置率，积极策划市场推广活动，提高购物中心的聚客能力；对于未开业门店，公司通过项目管理报告加强工作节点控制，重视开业前期各项工作，保障项目顺利开业，开业前期进行合理的规划与设计，促进资产价值提升。

6) 完善人才储备

专业化管理团队是公司运营的根本保障，报告期内，公司继续坚持引入高端管理人才和培养管理梯队相结合的方针，进一步加强人员培训，全面提升员工的专业技术能力和素质，完善绩效考评制度，充分调动了员工的积极性和创造性。

报告期内，公司实现营业收入119,174.84万元，同比下降20.54%，实现利润总额21,313.06万元，同比增长139%，归属于母公司股东的净利润22089.23万元，同比增长197.22%。主要原因是公司本期投资收益增加。

三、公司未来发展的展望

1、公司所处行业分析

随着中国经济改革的深入推进，国内经济将面临低速增长的“新常态”，实体经济增长乏力的局面将一定程度影响零售行业的发展，经济形势虽不容乐观，但长期向好趋势不改，机遇与挑战并存；商业地产的投资开发，以及消费需求的演变，拉动了购物中心的快速增长，所以购物中心较其他传统零售渠道保持了较快的发展态势。

目前我国品牌购物中心主要定位于市区商业中心，一般位于重点城市的中心

商业区或主流商圈，该类区域具有商圈范围较广、辐射面积较大、目标客源较多且消费水平较高、集客能力较强等特征，鉴于该类区域的消费潜力与稀缺性，各类零售业态及知名品牌均争相布局，市场竞争激烈；对于社区型购物中心而言，市场参与品牌较少、市场竞争程度较低，且主要定位于社区的日常消费、娱乐、休闲，对商圈半径、覆盖人口、区域经济水平等要求相对较低，因此其市场竞争相对较弱，但根据最新研究结果表明，社区型购物中心，是未来发展之重点，超区域型购物中心将退居到数量最少之地位，所以公司发展潜力巨大。具体表现在以下几个方面：

（1）国家政策扶持，促进零售业增长

国家通过促进消费来拉动国民经济增长的行业政策将会逐步细化实施，将会给零售行业未来带来较大的发展空间与机遇，同时伴随城镇化发展战略的深入施行，消费人口及收入的不断上升，将会带动消费结构的升级和消费需求的多样化，为未来实质推动消费市场的回升创造良好的局面。当前，我国经济发展处于转型阶段，扩大内需特别是居民消费需求成为调整经济结构、推动经济发展的战略基点，零售业作为扩大内需的重要工具，为鼓励刺激消费、促进商业流动，国家先后多次出台相关政策鼓励、促进其繁荣发展。2012年以来经济，我国政府开始逐步推进新型城镇化发展目标，为购物中心的中长期发展提供有力支撑。未来随着二、三线城市的城市化进程加快和消费升级，可为购物中心的发展带来较为广阔的前景。

（2）互联网冲击，促进购物中心转型

在中国经济增速放缓、商业地产整体供应过剩但购物中心竞争却日趋激烈、中国社会消费品零售总额增速放缓的大背景下，中国的购物中心受到不可忽视的压力——互联网的冲击。根据仲量联行的数据，中国已建成的购物中心已达8300万平方米，但购物中心的数量依旧在不断增加。在其统计的包括北上广深、成都、西安、厦门等20座城市中，自2011年至2017年，这些城市的购物中心面积持续扩大，与此同时，2014年，网上购物销售额占中国总销售额的近10%，预计截至2017年，网上购物销售额将占中国总销售额的16%（数据来自艾瑞咨询），可见电子商务的发展给实体购物中心带来了持续性影响。未来几年，我国电子商务应用总体规模将保持高增长态势，预计到2020年将达到43.8万亿元。同时，在中国

社会消费品零售总额增幅自2009年以来持续下降的情况下，网络零售交易额占社会消费品零售总额的百分比连年上升，2014年这一数字已达到10.0%，从阿里研究中心公布的预测数据可以得知，到2020年，中国网络零售交易额将突破10万亿元，在社会消费品零售总额中的比重将达到16.3%。在互联网影响的大背景下，购物中心要开始寻求新出路，探索差异化策略，以应对行业新的发展形势。

（3）零售业市场疲软，消费需求转变，促进零售业经营方式改变

2015年全年，根据国家统计局发布的信息，国内社会消费品零售总额比上年增长10.7%。其中城镇消费品零售额比上年增长10.5%；乡村消费品零售额增长11.8%。国内经济形势仍处在低速增长的调整期，中国经济结构调整持续深化，进入“新常态”时期。国内经济增长态势放缓，居民收入增速下降，导致国内消费需求疲软，居民消费意愿低落，零售市场景气不高；零售业未来一段时期仍将面临增速放缓，渠道竞争加剧，各项综合经营成本上升，毛利率不断收窄和利润下降的压力，实体商业寻求转型、寻找新的发展契机会进一步提速，特色化经营、更多形式的线上线下融合及全渠道会陆续涌现，并购的实施及行业集中度也会不断提升，店铺形式的多样化等均在展现着消费市场的发展变革。一方面，传统零售百货业态向高端百货、时尚百货、精品百货的方向发展，通过差异化定位为消费者提供不同的消费服务与感受；另一方面，针对消费者日趋多元化的消费需求，传统零售业态开始通过功能开发的方式升级购物体验，向集百货、餐饮、休闲、娱乐、购物体验为一体的购物中心模式转变。

（4）购物中心发展将成为商业发展的主流

未来，购物中心是一种生活方式，是人们一种消费形态，承载着经济性、社会性、文化性和精神性，消费者到购物中心，终极目的是体验；购物中心要迎合消费者更个性化的精神和文化需求。

（5）购物中心同质化竞争激烈，购物中心要实现差异化经营

目前购物中心同质化竞争异常激烈，消费需求的多元化和多样性必然要求购物中心实施差异化经营，不仅仅在品牌的选择上，而且还包括服务等细节，未来随着消费者拥有更多的选择权、比较权、淘汰权，购物中心需要引进更多的个性化、成长型的非连锁品牌，专注于细分市场，赢得长久的竞争活力。

2、公司发展战略

首先公司坚持实施轻资产的发展战略，社区型购物中心是未来的发展重点，公司又是社区型购物中心的专业运营商，公司积极实施轻资产战略，通过资产证券化并对证券化资产提供管理服务输出的方式提高运营效率。报告期内，由公司全资子公司BHG（新加坡）商业管理有限公司作为发起人的BHG零售信托在新加坡证券市场成功上市发行，公司子公司或新加坡商业公司的子公司分别担任物业基金管理人及物业管理人并收取相应的管理费用。BHG零售信托的成功发行，为公司今后切实实施轻资产战略打下了坚实的基础。

其次公司将通过购买、租赁等方式，快速展店，不断提升购物中心资产和店铺规模，并且积极寻求契机拓展新的发展区域，巩固提升现有成熟商圈，加快寻求新的发展商圈，同时公司将重点关注互联网冲击所带来的发展机遇，全面拥抱互联网，向线上线下融合的零售模式迈进，逐步建立线上线下融合的O2O全渠道运营平台体系；继续强化创新发展理念，提高运营管理水平，成为中国购物中心经营管理的领导者，实现向该领域做大做强的飞跃式发展。

3、2016年经营计划

（1）寻求新的发展商圈，扩大公司规模

公司将继续通过购买和租赁等多种方式，不断提升购物中心资产和店铺规模，并且积极寻求契机拓展新的发展区域，巩固提升现有成熟商圈，加快寻求新的发展商圈。

（2）继续实施轻资产战略

鉴于商业地产行业占用资金量大、培育时间相对较长、后期收益相对稳定的特点，公司积极实施轻资产战略，通过资产证券化并对证券化资产提供管理服务输出的方式提高运营效率。报告期内，由公司全资子公司BHG（新加坡）商业管理有限公司作为发起人的BHG零售信托在新加坡证券市场成功上市发行，公司子公司或新加坡商业公司的子公司分别担任物业基金管理人及物业管理人并收取相应的管理费用。BHG零售信托的成功发行，为公司今后切实实施轻资产战略打下了坚实的基础。

（3）积极对外投资，拓展盈利能力

2015年，公司及公司子公司以直接或间接的方式对“唱吧”、“饿了么”等项目进行了投资，提高了公司的盈利能力，2016年，公司将在专注于社区购物中心运

营的基础上，继续积极发掘投资机会，拓展公司的盈利能力，为公司实现投资收益打好基础，并为公司今后与主营业务的关联业态进行合作提供机会。

（4）提升运营与管理水平，强化竞争优势

公司将不断提高专业化管理水平，降低经营成本，控制各项管理费用；加强对项目的指导和监督，推行资产管理报告，逐渐减少空置率，并且跟踪评价租户质量；开业前期进行合理的规划与设计，促进资产价值提升；积极策划市场推广活动，提高购物中心的集客能力。

（4）应对互联网冲击，线上线下同步发展

随着电子商务的推陈出新，网络营销与移动技术结合，将使店商和电商融合发展的O2O模式更为普遍。移动消费顺应了现代快节奏生活中消费者时间日益“碎片化”的趋势，使得消费者可以随时随地获取产品信息、购买商品、进行支付并且网上分享购物体验。同时智能手机、平板电脑的普及，3G、4G、无线网络速度的加快以及支付宝、微信支付等线上支付便利性的提高都为移动消费的爆炸性增长奠定了基础。目前已经和阿里巴巴（中国）有限公司（简称“阿里巴巴”）签署合作框架协议，阿里巴巴为公司及下属公司提供企业O2O业务，逐步与公司在流量、营销、会员、数据、支付等层面探讨新的合作模式。公司将继续加强与电商的合作，在精准的市场需求数据支持下，实现线上线下同步发展，全面满足消费者的消费需求。

（5）进一步优化治理结构，加强信息与内部控制建设，促进公司规范运作

公司将继续严格履行上市公司信息披露、投资者关系管理、执行股东大会决议等重要职责，依托董事会各专业委员会和独立董事的作用，强化战略发展、重大投资等科学决策能力，努力为股东创造更高的价值，推动企业持续健康发展；公司将继续建设和完善信息系统，健全内部控制机制，完善企业内部控制规范体系，以提高风险防范能力，提升公司经营效率和效果。

（7）加强人员培训，完善人才储备机制

2016年公司的绩效考评和激励机制将进一步完善，通过积极创建学习型企业，增强危机感和进取意识，加强全员培训并对干部进行专项培养，以达到人才培养的整体计划，不断提高专业素质和执行力，针对性完善公司整体后备人才的培育与产生机制，为公司未来规模化发展提供充裕的人力资源保障。

4、风险因素分析

A、宏观经济增长放缓导致消费疲软的风险

当前我国国民经济增长已经驶离快车道。2008年金融危机以来，全球经济发展减速、国际消费市场低迷、国内经济结构转型等原因导致我国经济增速有所放缓，使得我国城镇居民人均可支配收入增速继续下降，消费需求相对疲软。

为了应对上述风险，公司将积极调整业态组合，大力增加“吃喝玩乐”等新兴体验式业态的占比，挖掘客户的“消费刚需”，从而巩固本公司在行业中的优势竞争地位，并利用资本市场寻求外延式增长的机会，扩大公司市场份额，以减少宏观经济增长放缓导致消费疲软的影响。

B、电商网购对传统零售业的分流风险

电商网购的分流是未来传统零售业发展面临的最大挑战。近年来电商网购总规模占社会消费品零售总额的比重快速上升，占比已从2009年的不足1%增加至2014年的10.63%。随着网购、移动电商等渗透率的进一步上升，未来电商网购对传统零售业的分流效应会进一步加剧。虽然公司的主营业务是体验式购物中心的运营，从消费者的体验和感受出发，强化“吃喝玩乐”的消费模式，涵盖餐饮、娱乐、购物、社区服务等多种消费内容，成为与电商网购竞争的一大利器，但传统零售业在公司旗下购物中心的业态结构中仍占有一定的比例，不能完全排除电商网购的分流影响，故电商网购对公司旗下购物中心传统零售业板块仍可能构成一定的挑战。

为了应对上述风险，公司一方面大力拓展线下体验式业态所占比例，另一方面积极开展与电商的合作，培育新的利润增长点。在精准的市场数据支持下，推动线上线下供应链的一体化发展。

C、行业竞争加剧及消费需求的升级导致成本攀升的风险

随着我国购物中心行业竞争的不断加大，稀缺而优质的物业资源的争夺也日趋激烈。优质商业物业的稀缺性导致租赁成本的不断攀升、人工成本的高企以及物业改造成本的不断增加均对购物中心运营商产生了较大压力。此外，随着居民消费需求的不断升级及消费结构的不断调整，消费者对购物中心的体验性、娱乐性以及购物中心的主题化、个性化、业态的多元化，提出了更高的要求，购物中心运营商需加大对购物中心的整体设计及装修投入、优化业态结构以进一步满足

客户的消费需求，故进一步增大了购物中心运营商的成本压力。

为了应对上述风险，公司将不断提高专业化管理水平，完善管理体系，降低经营成本，控制各项管理费用；同时，公司积极尝试拓展运营与管理服务的对外输出等毛利率较高的业务，培育新的利润增长点，进一步加强公司的竞争力。

北京华联商厦股份有限公司

董事会

2016年4月13日