

沈阳商业城股份有限公司 2006 年年度报告摘要

§1 重要提示
1.1 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

二、关联方关系及其关联方
1. 实际控制人
2. 控股股东
3. 实际控制人控制的其他企业

§2 公司基本情况简介
2.1 基本情况简介
2.2 联系人及联系方式

4.2 股东数量和持股情况
单位：股
前10名无限售条件流通股股东持股情况

§3 会计数据和财务指标摘要
3.1 主要会计数据
单位：元 币种：人民币

前10名无限售条件流通股股东持股情况
单位：股

主要会计数据
2006年 2005年 本年比上年增减(%) 2004年

前10名无限售条件流通股股东持股情况
单位：股

主要财务指标
单位：元
2006年 2005年 本年比上年增减(%) 2004年

前10名无限售条件流通股股东持股情况
单位：股

非经常性损益项目
单位：元 币种：人民币

前10名无限售条件流通股股东持股情况
单位：股

§4 股本变动及股东情况
4.1 股份变动情况表
单位：股

前10名无限售条件流通股股东持股情况
单位：股

§5 董事、监事和高级管理人员
5.1 董事、监事和高级管理人员持股变动及报酬情况

前10名无限售条件流通股股东持股情况
单位：股

§1 重要提示
1.1 本公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

前10名无限售条件流通股股东持股情况
单位：股

沈阳商业城股份有限公司 2007 年第一季度报告
主要会计数据
主要财务指标

前10名无限售条件流通股股东持股情况
单位：股

沈阳商业城股份有限公司 三届七次董事会会议决议暨召开 2006 年年度股东大会通知公告

前10名无限售条件流通股股东持股情况
单位：股

沈阳商业城股份有限公司 关于召开 2006 年年度股东大会的通知

前10名无限售条件流通股股东持股情况
单位：股

沈阳商业城股份有限公司 关于召开 2006 年年度股东大会的通知
(一)会议时间:2007 年 5 月 22 日(周二)上午 9:00
(二)会议地点:沈阳市沈河区中街路 212 号公司五楼会议室

前10名无限售条件流通股股东持股情况
单位：股

单位:股 币种:人民币
姓名 职务 性别 年龄 任职起止日期 期初持股数 期末持股数 变动原因

§6 董事会报告
6.1 管理层讨论与分析
报告期内,面对市场机遇、挑战与发展并存的多元化市场,公司以“和谐进步”为主题,以创新变革为动力,在市场竞争异常激烈的形势下,实现了经营、管理、服务和企业文化、队伍建设的和谐进步。

6.2 主要财务指标
报告期内,公司实现营业收入 732 万元,比同期增加 11.1%,净利润 209 万元,下降幅度 35.28%。主要原因是报告期内费用增加,其中:管理费用同比增加 1716 万元,增加幅度 35.12%;财务费用同比增加 872 万元,增加幅度 76.42%。

6.3 董事会决议事项
报告期内,公司召开 2006 年年度股东大会,审议通过了《关于 2006 年度利润分配的议案》,决定以 2006 年 12 月 31 日总股本 10,000 万股为基数,向全体股东派发现金股利 10,000 万元。

6.4 利润分配
报告期内,公司按照《公司章程》的规定,提取法定盈余公积、任意盈余公积,并派发现金股利。

沈阳商业城股份有限公司 2007 年第一季度报告
非经常性损益项目 年初至报告期末(元)

§3 重要事项
3.1 报告期内重大事件回顾
3.2 报告期内重大诉讼、仲裁事项

沈阳商业城股份有限公司 2007 年第一季度报告
非经常性损益项目 年初至报告期末(元)

沈阳商业城股份有限公司 关于为控股子公司沈阳铁西百货大楼有限公司提供担保的公告
(一)会议时间:2007 年 5 月 18 日(周五)上午 8:30-11:30,下午 13:30-4:30

继续开展服务品牌提升活动,2006 年按照“创品牌,出精品”的服务工作目标,以品牌商品专柜为重点开展“迎接顾客,诚信伴您”主题活动,加大了品牌商品的选优、培育与管理。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。

OC 小组又实现了服务品牌升级,2006 年,结合现场服务管理工作实际,对 OC 或活动进行了全方位的交流和探讨,组建 28 个 OC 攻关小组,明确攻关目标,解决现场管理和服务升级工作中的难点问题。