

公司代码：601010

公司简称：文峰股份

文峰大世界连锁发展股份有限公司
2018 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
本半年度报告未经审计。
- 4 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
无

二 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	文峰股份	601010	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王钺	程敏
电话	0513-85505666-8968	0513-85505666-8968
办公地址	江苏省南通市青年中路59号	江苏省南通市青年中路59号
电子信箱	wf@wfdsj.cn	wf@wfdsj.cn

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年 度末增减(%)
总资产	6,120,741,932.89	6,507,307,437.84	-5.94
归属于上市公司股东的净资产	4,430,289,714.95	4,358,059,205.13	1.66
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同 期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	89,204,119.59	189,351,862.94	-52.89
营业收入	3,459,520,424.80	3,598,981,861.38	-3.88
归属于上市公司股东的净利润	163,931,910.09	171,525,150.52	-4.43
归属于上市公司股东的扣除非经常 性损益的净利润	155,740,070.53	170,850,838.22	-8.84
加权平均净资产收益率(%)	3.69	4.07	减少0.38个百分点
基本每股收益(元/股)	0.0887	0.0928	-4.42
稀释每股收益(元/股)	0.0887	0.0928	-4.42

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)	138,283
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
前10名股东持股情况	

股东名称	股东性质	持股比例 (%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
江苏文峰集团有限公司	境内非国有法人	21.69	400,832,776	0	无	0
陆永敏	境内自然人	14.88	275,000,000	0	无	0
郑素贞	境内自然人	14.88	275,000,000	0	冻结	275,000,000
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.21	22,425,100	0	无	0
中国证券金融股份有限公司	国有法人	0.34	6,312,454	0	无	0
牟骐	境内自然人	0.25	4,612,444	0	无	0
汪杰	境内自然人	0.23	4,335,123	0	无	0
徐长江	境内自然人	0.18	3,283,165	0	无	0
香港中央结算有限公司	未知	0.15	2,790,545	0	无	0
段红鹰	境内自然人	0.14	2,642,800	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	江苏文峰集团有限公司为公司控股股东，陆永敏所持股份为代江苏文峰集团有限公司持有，徐长江先生为公司实际控制人。江苏文峰集团有限公司、徐长江先生及陆永敏与其余7名股东之间不存在关联关系，也不属于一致行动人；其余7名股东，本公司未知其之间是否存在关联关系也未知其是否属于一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

报告期内，公司实现营业收入 34.60 亿元，同比下降 3.88%；归属于上市公司股东的净利润 1.64 亿元，同比下降 4.43%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.56 亿元，同比下降 8.84%。

（一）百货业态：

2018 年上半年，由于受国内宏观经济持续低位运行，网上零售与购物中心分流等因素的综合影响，全国零售行业特别是线下实体店的增速仍继续维持放缓的态势。文峰百货认清形势，找准目标，突出长项，于年初提出了“以我为主、以购为上、匠心零售、做好自己”的经营工作方针，坚持“向市场争份额、向管理要效益”，在商品、营销和精细运营等方面持续发力，取得了显著成效，商品销售、毛利、其它业务收入、综合效益等主要经营指标全面实现超同期、超计划。

1、通过不断的布局调整，优化品类结构、提升品牌档次，引进高端、潮流品牌吸引顾客并拉开与其他商场的品牌档次，其中南通门店引进了国际轻奢饰品“潘多拉”，开业当天销售达 85 万元，刷新了该品牌全国开店的销售新纪录；启东文峰引进潮牌“LONDON BOY”并取得优异的业绩，一些高绩效品牌如女装“音儿”、“诗凡黎”在多家连锁店开柜。

2、增强营销活动的引流能力，除传统的话题、事件、场景营销来引起消费者的关注与参与外，还通过微信等平台提高线上向线下引流的能力，如“微粉购物节”期间推出的大众化、通俗化的“三局两胜--石头剪刀布真人互动秀”，吸引了众多顾客的积极参与。

3、强化营运管理挖潜增效，推行试衣间文化，给顾客营造舒适、私密的试衣空间；鼓励连单销售，提高销售的成交率与客单价，对高频、高额连单实行即时奖励和季度表彰；加强毛利管控，通过梳理差异合同（品牌间、门店间的扣率差与收费差）、控制促销折扣等多种方法，使实际毛利率较往年有明显提高，加上对费用的管控及扩大其它业务收入，综合效益增长较快。

（二）电器业态：

近年来，国家未有拉动内需的家电新政出台，整个家电行业一直处于低靡、萧条的状态。加之近几年电商的迅猛发展和壮大，对线下实体店构成了严峻的威胁。实体店普遍出现市场份额急剧下滑，运营成本快速上升、效益利润持续下行的困境。文峰电器主动出击，创新求变，上半年把差异化营销能力的提升作为突破口，专门成立了自营品牌事业部，利用文峰电器的市场号召力和美誉度，提升差异化营销，提高差异化利润。

1、优化供应链，提升企业获利能力。自营品牌事业部在飞利浦彩电、日立空调自主经营的基础上，上半年又增加了卡迪洗衣机、东芝冰箱、德意厨具的自主经营，进一步扩大规模和影响力，提升品牌获利能力。同时，优化销售结构，继续做好西门子 A 类机、博世、卡萨帝等品牌的销售导向，提升企业获利水平。

2、高标准、高起点做好新店筹建开业工作。上半年，全力以赴做好如皋文峰城市广场电器店的筹建工作，打造家电旗舰和标杆，进一步巩固和抢占如皋东区的市场份额。

3、推进大店攻略，抢占市场制高点。上半年，文峰电器继续抓好大店攻略，除做好文峰城市广场店、南大街店、启东江海路店等重量级门店卖场布局的提档升级改造外，在现场管理、促销资源、激励机制上予以更多关注、支持和督导，分区管理与职能专业化分工并存，确保大店、重点门店的运营更加稳健。

（三）超市业态：

进入 2018 年，超市业电商独大的局面出现扭转，文峰超市业态根据自身特点，主修内功，稳固提升门店经营质量，主抓改造后的精超门店，上半年实现销售同比增长 4.83%。

1、继续坚持精品化超市路线，在硬件和软件上进一步提升，持续引进增加优质顾客需求的高品质产品，增加商品总数，让顾客有更多的商品选择。

2、继续坚持蔬果生鲜自营的模式，强化培训员工通过公司长期的坚持与努力，蔬果生鲜自营上半年同比增长 21.82%，毛利额增长 246.51%。

3、结合各门店当地情况，梳理商品结构，增加适合当地需求的品种，提高进口产品在门店中的销售占比，从而提升门店整体高端客群的购买频率。

4、线上线下结合，在与美团、饿了么等线上公司合作后，上半年与阿里巴巴公司旗下的淘鲜达项目组达成了合作共识，千家惠超市将与阿里巴巴公司一起推广生鲜商品在线上销售的模式，预期三季度末第一家千家惠淘鲜达线上体验店就可以正式上线，通过线上线下的打通，对超市销售及曝光率都是一个极大的提升。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用