

上年增长6.1%。全年社会消费品零售总额411649亿元，扣除价格因素实际增长6.0%，其中，限额以上单位消费品零售额148010亿元，增长3.9%。2019年限额以上零售业单位中的超市、百货店、专业店和专卖店零售额比上年分别增长6.5%、1.4%、3.2%和1.5%。

各电商巨头继续深耕中国零售市场，加大投资布局，随着物流配送体系的完善以及网购用户数量的增多，线上零售继续保持快速增长。为应对冲击，传统零售业态加速转型升级，线上线下融合快速发展，吃用类商品增长稳中有升，消费升级类商品增速加快。

公司积极应对外部环境变化，坚持稳中求进，加快改革创新，大力发展新业态，积极探索新零售，实现了营业收入和经营利润双增长的工作目标。

（3）行业竞争格局

公司是湖北超市连锁龙头企业，深耕本土市场多年，品牌、渠道、规模等优势显著。公司与时俱进，深度拥抱互联网，积极探索新型零售业态，旗下的大卖场、精品超市、中百罗森便利店、绿标邻里生鲜店、全球商品直销中心和食品超市等复合业态，契合了零售发展趋势，更小、更专、更灵活的吸引顾客，满足消费需求的服务能力较强。公司江夏生鲜物流园在生鲜食品加工和配送方面的独特优势更加显现，为多业态发展提供了持续稳定保障，不断提升公司区域竞争力。

根据相关排名，公司位列2018年中国零售百强第23名、中国连锁百强第18名，2019年湖北企业百强第22名、武汉企业百强第16名，市场份额、销售规模等指标继续保持行业领先。

（4）报告期公司经营情况

报告期内，公司实现营业收入155.48亿元，同比增长2.23%；扣非净利润0.33亿元，同比增长12.76%，归属于母公司的净利润0.10亿元，同比下降97.63%。

从区域分布看，湖北省内市场实现营业收入152.44亿元，同比增长2.12%，占公司总营业收入的98.04%；重庆市场实现营业收入3.04亿元，同比增长8.25%，占公司总营业收入的1.96%。

从业态划分看，超市实现营业收入145.01亿元，占公司总营业收入的93.27%；百货实现营业收入8.21亿元，占公司总营业收入的5.28%。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入	15,547,874,380.83	15,208,464,606.83	2.23%	15,206,093,491.25
归属于上市公司股东的净利润	10,196,510.39	430,946,836.68	-97.63%	67,646,166.44
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	33,219,237.59	29,460,941.70	12.76%	-47,397,240.24
经营活动产生的现金流量净额	845,288,713.83	591,493,422.84	42.91%	171,625,512.96

基本每股收益（元/股）	0.01	0.63	-97.63%	0.10
稀释每股收益（元/股）	0.01	0.63	-97.63%	0.10
加权平均净资产收益率	0.30%	13.51%	下降 13.21 个百分点	2.26%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
总资产	9,210,266,623.34	8,003,960,942.59	15.07%	7,755,078,743.49
归属于上市公司股东的净资产	3,354,591,082.02	3,388,214,437.86	-0.99%	2,998,173,329.50

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	4,415,640,281.84	3,538,030,684.93	3,783,950,569.37	3,810,252,844.69
归属于上市公司股东的净利润	26,625,644.95	9,748,017.53	1,112,294.47	-27,289,446.56
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	28,751,380.09	9,460,415.16	219,227.05	-5,211,784.71
经营活动产生的现金流量净额	434,713,177.42	77,800,177.25	171,892,519.61	160,882,839.55

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	20,363	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	20,553	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	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	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
武汉商联（集团）股份有限公司	国有法人	20.07%	136,684,090	64,741	质押	40,585,387	
重庆永辉超市有限公司	境内非国有法人	15.02%	102,284,543				
武汉华汉投资管理有限公司	国有法人	13.93%	94,853,195		质押	40,585,387	
永辉物流有限公司	境内非国有法人	9.84%	67,016,493				
新光控股集团有限公司	境内非国有法人	5.95%	40,528,928		冻结	40,528,928	
永辉超市股份有限公司	境内非国有法人	5.00%	34,051,090				
全国社保基金一零三组合	其他	2.20%	14,999,880				
长江证券—工商银行—长江证券超越理财宝 6 号集合资产管理计划	其他	1.53%	10,396,700				
必拓电子商务有限公司	境内非国有法人	0.97%	6,578,755				
武汉地产开发投资集团有限公司	国有法人	0.92%	6,296,831				
上述股东关联关系或一致行动的说明				武汉商联(集团)股份有限公司和武汉华汉投资管理有限公司的控股股东同为武汉国有资产经营有限公司。永辉超市股份有限公司及其全资子公司重庆永辉超市有限公司、永辉物流有限公司为一			

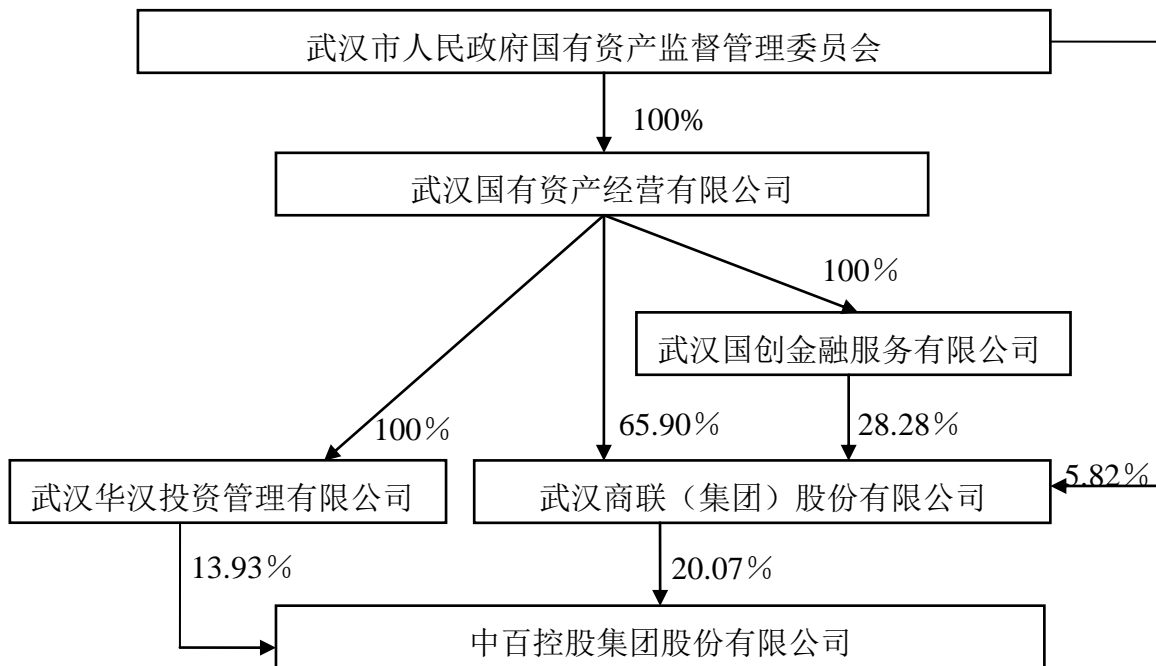
	致行动人。公司未知其他股东间是否存在关联关系或一致行动人的情况。
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2019年是公司坚持高质量发展，推动变革转型调整工作取得新突破的一年。一年来，面对宏观经济下行压力加大的严峻形势，全体干部员工以变革创新为动力，大力发展新业态，着力优化供应链，持续聚焦新零售，积极拓展全渠道，扎实抓好各项重点工作的落实，促进了公司主要经济指标稳中向好。

2019年，公司实现营业收入155.48亿元，较同期152.08亿元增长2.23%；实现扣非净利润0.33亿元，同比增长12.76%；新发展商业网点203家，网点总数达1341家，较2018年底净增86家。

全年重点工作主要体现在以下几方面：

①坚持网点扩张，筑牢公司在区域市场的规模优势。围绕市场消费新变化，创新发展仓储超市，全年新开16家大卖场，完成11家老旧卖场调整改造，在纯生鲜社区超市业态进行了探索尝试。加快升级便民超市，新开社区超市55家，发展改造邻里生鲜绿标店50家，绿标店总店数达160余家。加快拓展便利店，中百罗森立足武汉并以长沙为引擎辐射两湖地区，在湖北省内向荆门、黄石等地级市渗透，在湖南省以长沙为切入点拓展中百罗森15家，中百罗森总门店数增至415家，基本实现武汉主城区、主商圈和主要场景的全覆盖。

②坚持优化结构，提升公司经营品类的竞争能力。推进商品结构优化，中百仓储积极引进新品，商品汰换率32.86%，中百超市强化深度减品，新品更新率21%。推进垂直供应链建设，加大商品直采和自有品牌开发力度，全年开发的自有品牌销售同比增长380%。中百大厨房、古唐美膳和谷之田面包针对不同业态特点持续研发新品，开发和培育中式面点、便当、甜品等流量商品和拳头商品，进一步提升了各业态门店做优鲜食经营的特色。

③探索供应链共享，推进超市业态生鲜资源整合运营。整合中百仓储和中百超市生鲜业务，将两个公司的生鲜事业部合并运营，放大生鲜采购资源的规模优势，初步实现了“扩大销售、提高效率、降低成本、提升效益”的整合目标。加快生鲜商品寻源直采，新开发蔬菜产地、水果产地、干货加工厂13家，直采商品销售占比47.59%。推广完善生鲜精包装商品销售，扩大生鲜标品经营品种，精包和标品销售占比10.57%和16.67%。狠抓品种的扩展和规划，完善运营售卖标准，着力提升生鲜弱勢品类经营，熟食类别销售同比增长6.95%，牛羊肉销售同比增长11.18%，海冻产品销售同比增长512.95%。

④拓展新零售业务，线上线下融合发展实现新突破。以多点平台为主，其他平台为辅，大力拓展到家业务，公司有812家门店上线了到家业务，全年销售同比增长75%；自由购和自助购业务销售同比增长68.62%。线上会员也快速增长，多点到家、自助购、自由购新增会员同比增长57%，月活用户同比增长52%。智能收银业务得到进一步推广，自由购、自助购业务覆盖191家门店。与SAP合作，开发上线全渠道会员系统，实现会员管理全渠道数字化运营，推动会员精准营销的转型与突破。

⑤深耕团购市场，推进公司实物团购取得明显增量。各公司深挖团购业务潜力，中百仓储密切跟踪各类团购项目，全年参与竞标并中标近400家，中标率76%。开发线上团购，配送到家。中百大厨房围绕各类食堂、餐厅和团膳发展新客户，增加配送线路10多条，大客户业务量增长90%；瞄准会议餐、培训餐和工作餐市场需求，10月份开发上线“中百团膳”微信小程序，首推武汉团餐线上订餐业务，以便民超市200家门店为前置仓，覆盖市内核心商圈写字楼、厂区、学校等高流量白领群体。

⑥积蓄发展动能，推进公司重点项目建设有序实施。稳步推进江夏现代工业园中央仓和冷链物流三期扩建项目，全面统筹工程规划、施工建设、设备选型、信息系统、新仓作业流

程、作业模式规划等工作，两项目的主体结构施工年内已完成。青山商场、江汉路中心百货和江夏中心百货三家商场改造升级项目均抢在年内开业和试营业，经营格局与服务功能有较大提升。

⑦深化改革创新，激发企业调整转型的潜在动力。坚持推进合伙制，不断改进、创新经营管理体制机制。中百仓储优化门店新老合伙制方案及事业部合伙方案；中百超市以门店类别小组合伙为突破，实行“类别销售分成”；中百罗森推出“单店加盟、复数店加盟、中心加盟、大区加盟和内加盟”多维加盟体系，吸引了一批青年创业人才，外加盟店数达到门店总数50%以上。通过多种合伙制模式的不断探索，充分激发一线经营岗位经营活力，2019年，中百集团荣获湖北省第二届“企业改革奖”。

⑧勇于责任担当，高标准完成军运会保供服务。全力落实保供配送服务，确保了军运会赛事期间食品供应安全无事故。中百超市入驻军运村商业街贴近服务，中百仓储承担野战比赛场馆服务中心保供，中百罗森被指定为军运会特许商品经营商。军运会期间，公司共向军运村运动员餐厅提供28个大类、654个品种共3000余万元的优质食材，配送车次228次，配送总量900余吨，总仓服务运行“零投诉、零断供、零风险事故发生、零媒体负面炒作”，得到了国家、省、市、区各级领导的高度肯定，被市委推荐为军运会先进集体。

公司回顾总结前期披露的发展战略和经营计划在报告期内的进展情况

公司于2018年年报中曾披露“2019年公司新增网点目标215家，其中仓储大卖场15家，中百超市店50家，中百好邦店30家，便利店120家”。

报告期内，新增网点合计203家，其中仓储大卖场16家、中百超市55家、中百罗森131家、中百工贸电器1家。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10% 以上的产品情况

适用 不适用

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

公司本报告期与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况详见第十二节 财务报告 六。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

截至报告期末，纳入合并财务报表范围的子公司共计10家，详见第十二节 财务报告 十。
本报告期合并财务报表范围变化情况详见第十二节 财务报告 九。

中百控股集团股份有限公司董事会

负责人：杨晓红

二〇二〇年四月二十九日