

证券代码: 002419

证券简称: 天虹股份

公告编号: 2021-050

天虹数科商业股份有限公司 2021 年半年度报告摘要

一、重要提示

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,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1. 公司简介

股票简称	天虹股份	股票代码	002419
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	万颖	黄晓丽	
办公地址	深圳市南山区中心路(深圳湾段)3019号 天虹大厦19楼	深圳市南山区中心路(深圳湾段)3019号 天虹大厦19楼	
电话	0755-23651888	0755-23651888	
电子信箱	ir@rainbowcn.com	ir@rainbowcn.com	

2. 主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增 减
营业收入(元)	6,195,255,820.40	5,889,516,891.11	5.19%
归属于上市公司股东的净利润(元)	143,272,131.23	35,721,552.94	301.08%
归属于上市公司股东的扣除非经常性 损益的净利润(元)	63,416,022.27	-63,483,818.18	不适用
经营活动产生的现金流量净额(元)	606,957,165.19	-533,317,567.63	不适用
基本每股收益(元/股)	0.1197	0.0298	301.68%
稀释每股收益(元/股)	0.1197	0.0298	301.68%

加权平均净资产收益率	3.34%	0.52%	上升 2.82 个百分点
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	29,985,893,159.21	17,805,774,838.62	68.41%
归属于上市公司股东的净资产（元）	4,182,855,599.10	6,693,800,191.40	-37.51%

主要会计数据和财务指标的说明：

财政部于 2018 年 12 月 7 日发布了《关于修订印发〈企业会计准则第 21 号—租赁〉的通知》（财会[2018]35 号，以下简称“新租赁准则”），根据上述会计准则执行期限的要求，公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，根据首次执行新租赁准则的累积影响数，调整首次执行日留存收益及财务报表其他相关项目金额，不调整可比期间信息。对于首次执行日前的经营租赁，公司在首次执行日根据剩余租赁付款额按首次执行日增量借款利率折现的现值计量租赁负债，按照假设自租赁期开始日即采用本准则的账面价值计量使用权资产。

新租赁准则对公司资产负债表、利润表、现金流量表中经营活动和筹资活动现金净流量的分配以及一系列财务指标产生重大的影响。

为了便于可比，2021 年数据按照上年同口径列示如下：

	本报告期（旧租赁准则）	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	6,195,255,820.40	5,889,516,891.11	5.19%
归属于上市公司股东的净利润（元）	298,976,250.03	35,721,552.94	736.96%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	219,120,141.07	-63,483,818.18	不适用
经营活动产生的现金流量净额（元）	-198,561,466.65	-533,317,567.63	62.77%
基本每股收益（元/股）	0.2499	0.0298	738.59%
稀释每股收益（元/股）	0.2499	0.0298	738.59%
加权平均净资产收益率	4.44%	0.52%	上升 3.92 个百分点

3. 公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	34,438	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
中国航空技术深圳有限公司	国有法人	43.40%	520,885,500	-	-	-
五龙贸易有限公司	境外法人	23.15%	277,852,709	-	-	-
香港中央结算有限公司	境外法人	1.63%	19,605,118	-	-	-
共青城奥轩投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.54%	18,444,164	-	-	-
中国银行—华夏大盘精选证券投资基金	其他	0.65%	7,766,902	-	-	-
基本养老保险基金—零零六组合	其他	0.51%	6,105,804	-	-	-

天虹商场股份有限公司—第二期员工持股计划	其他	0.40%	4,841,422	-	-	-
天虹商场股份有限公司—第一期员工持股计划	其他	0.37%	4,458,086	-	-	-
#武汉昭融汇利投资管理有限责任公司—昭融多策略 1 号私募基金	其他	0.30%	3,584,831	-	-	-
华泰证券股份有限公司—永赢双利债券型证券投资基金	其他	0.26%	3,171,185	-	-	-
上述股东关联关系或一致行动的说明	未知以上股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	上述股东中，武汉昭融汇利投资管理有限责任公司—昭融多策略 1 号私募基金通过华鑫证券有限责任公司客户信用交易担保证券账户购入 3,584,831 股。					

4. 控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5. 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。

6. 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

（一）公司经营情况概述

2021 年，经济持续稳定恢复，上半年全国 GDP 同比增长 12.7%，两年平均增长 5.3%。其中，二季度 GDP 同比增长 7.9%，两年平均增长 5.5%，比一季度平均增速加快 0.5 个百分点。消费市场持续复苏，由于同期基数较低，市场销售大幅反弹，上半年社会消费品零售总额同比增长 23%，比 2019 年同期增长 9%，两年平均增长 4.4%。从月份看，3 月份之后社会消费品零售总额开始回落，6 月份增速已经下降到 12.1%，增速比 5 月份回落 0.3 个百分点。

报告期内，公司进一步推进业态结构改变与门店内容调整，抓住结构性市场机会，开设 1 家购物中心与 5 家超市，公司购物中心门店数量与面积占比进一步提升；并推进重点中心型门店提档升级和定位年轻化，有条件的社区百货门店向社区生活中心转型。公司进一步发力线上销售与服务，扩大专柜商品上线比例及超市到家配送范围，创新线上营销服务方式。二季度，广东省深圳市、东莞市、佛山市出现疫情，线

下客流恢复受到阻碍。公司始终围绕消费者需求与差异化战略，科学创新应对，保持战略定力，克服多重不利因素影响，保证公司稳健经营和中长期可持续发展。

通过全体员工的努力及与各合作伙伴更加紧密的合作，报告期内公司实现销售额约 174 亿元、同比增长 34.2%，营业收入 61.95 亿元、同比增长 5.2%，归属于上市公司股东的净利润 1.43 亿元（新租赁准则）、同比增长 301.1%。

（二）重大经营事件回顾

1. 通过数字化与智能技术为顾客提供便利与高效的服务

2021 年上半年，公司线上销售继续保持增长，同比增长 57%；平台服务收入同比提升 49%。天虹整体数字化会员人数约 3370 万，数字化会员销售额占比达 79%，APP 和小程序月活会员逾 442 万，同比增长 47%。线上商品销售及数字化服务收入 GMV 逾 27 亿元。

公司持续优化超市数字化，在形成极速达+次日达+全国配业务矩阵的基础上，进一步优化超市线上网络覆盖全城的数字化能力，提高门店效能。超市到家销售同比增长 11%。

公司全面运营购百数字化，在线经营能力进一步加强，通过导购连接、社群运营、在线直播等多种方式沉淀、经营私域流量，并实现高效转化。购百专柜到家销售同比增长 120%，销售与订单量环比持续上升。购物中心运营上线餐饮外卖与服务预约。

2. 适应消费升级，持续调整门店内容，提升顾客体验

公司进一步推进门店品牌升级。其中，南昌中山路天虹、深圳龙华购物中心持续突破国际化妆品合作，南昌中山路天虹国际化妆品数量达到 15 个。

公司创新打造时尚穿搭、亲子玩乐、欢乐聚餐、食物探索、私人管家五大场景服务，完成超级客服“一键找天虹”入口的整合（APP/小程序/公众号、超市/百购门店的客服入口统一接入全国客服中心）。公司创新推出亲子 Mini 卡，六一期间开卡带来客单量同比增长 51.6%，销售增长 70.5%。

门店抓住各种节日契机，利用渠道融合，升级营销玩法。龙华购物中心《LONG LONG 鹅 GO》条鹅×天虹深圳首展等活动获得 2021 年金百合购物中心营销最佳实践案例；君尚中航城购物中心的黑科技体验装置全面落地，并打造强娱乐强社交的潮玩主题营销活动，给年轻消费者带来更多元化、个性化的体验和互动，领衔商圈繁荣。

3. 致力于打造品质更好、价格更低、速度更快的优质供应链

公司加强战略核心商品群的打造，进行业态优化与商品升级，商品汰换率达 13%。上半年，国际直采实现销售同比增长 10.7%；自有品牌销售同比增长 6.5%；3R 商品（Ready to eat、Ready to heat、Ready to cook），销售同比增长 12.8%。

4. 市场网络拓展

报告期内公司开设 1 家购物中心，5 家超市（其中含 4 家 sp@ce 独立超市）。

1 月 16 日，天虹在广东省揭阳市开设揭阳天虹购物中心。

1 月 31 日，天虹在江西省南昌市开设独立超市 sp@ce 南昌南天阳光店。

4 月 30 日，天虹在广东省惠州市开设独立超市 sp@ce 惠州翡翠山店。

6 月 18 日，天虹在江西省南昌市开设独立超市 sp@ce 南昌 699 生活空间店。

6 月 26 日，天虹在福建省厦门市开设独立超市 sp@ce 厦门西雅图店。

天虹数科商业股份有限公司

法定代表人：高书林

二〇二一年八月十七日