

证券代码：002419

证券简称：天虹商场

公告编号：2016-038

天虹商场股份有限公司 2016 年半年度报告摘要

1、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于巨潮资讯网或深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

公司简介

股票简称	天虹商场	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	
电话	0755-23651888	0755-23651888	
传真	0755-23652166	0755-23652166	
电子信箱	ir@rainbowcn.com	ir@rainbowcn.com	

2、主要财务数据及股东变化

(1) 主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等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）	8,543,638,126.18	8,893,997,561.21	-3.94%
归属于上市公司股东的净利润（元）	285,354,852.11	210,357,899.08	35.65%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	236,777,909.49	204,504,488.09	15.78%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-423,338,221.72	-287,575,088.88	-47.21%
基本每股收益（元/股）	0.36	0.26	38.46%
稀释每股收益（元/股）	0.36	0.26	38.46%
加权平均净资产收益率	5.11%	4.54%	上升 0.57 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）	12,994,048,907.10	13,884,448,452.48	-6.41%
归属于上市公司股东的净资产（元）	5,354,739,378.02	5,511,398,452.31	-2.84%

(2) 前 10 名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数	17,478				
前 10 名普通股股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例	持普通股数	持有有限售	质押或冻结情况

			量	条件的普通 股数量	股份状态	数量
中国航空技术深圳有限公司	国有法人	43.40%	347,257,000	0		
五龙贸易有限公司	境外法人	29.03%	232,294,900	0	质押	133,000,000
深圳市奥尔投资发展有限公司	境内非国有法人	2.46%	19,682,904	0		
前海人寿保险股份有限公司— 自有资金华泰组合	其他	1.98%	15,870,014	0		
中央汇金资产管理有限责任公 司	国有法人	1.54%	12,310,900	0		
中航国际投资有限公司	境内非国有法人	0.88%	7,004,753	0		
前海人寿保险股份有限公司— 海利年年	境内非国有法人	0.80%	6,365,705	0		
前海人寿保险股份有限公司— 自有资金	境内非国有法人	0.71%	5,704,865	0		
招商证券国际有限公司—客户 资金 ^[注]	境外法人	0.70%	5,598,699	0		
李婕	境内自然人	0.56%	4,499,955	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、中国航空技术深圳有限公司与中航国际投资有限公司构成一致行动人关系；2、前海人寿保险股份有限公司—自有资金华泰组合、前海人寿保险股份有限公司—海利年年与前海人寿保险股份有限公司—自有资金三者之间存在关联关系或一致行动人关系。除前述情形外，未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》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）	无					

注：五龙贸易有限公司通过招商证券国际有限公司—客户资金 RQFII 投资专户持有公司股份 5,598,699 股，占公司股份总数的 0.70%。

（3）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。

（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。

3、管理层讨论与分析

（1）经营情况概述

全球PMI指数持续下滑，发达国家进口金额下降显示贸易环境恶化，预计全球经济增速持续下行趋势。随着国家“十三五规划”以及“供给侧改革”的实施，中国经济增长方式由主要依靠投资和出口驱动转向以消费为主要驱动。国际经济增长缓慢，贸易环境的恶劣直接导致中国出口下滑，加上国内投资力度下降，

中国经济将长期保持低速增长。

上半年，国内GDP累计同比增长6.7%，增速较上年同期下降0.3个百分点；社会消费品零售总额同比增长10.3%，增速较上年同期下降0.1个百分点。随着经济增速的下滑，零售行业受到相应的冲击，零售企业逐步进入全面转型乃至变革中，全渠道、体验式、生活方式、场景化成为行业近年来工作重点的关键词。

在此环境下，公司顺应消费升级增强顾客购物体验，积极推动商品升级，并通过线上线下融合实现利润的增长。通过公司全体员工的努力，报告期内公司实现营业收入854,364万元，同比下降3.94%；归属于上市公司股东的净利润28,535万元，同比增长35.65%；可比店收入同比下降4.38%，利润总额同比增长5.16%。

区域	可比店收入同比增幅（%）	可比店利润总额同比增幅（%）
华南区	-3.01	-1.20
东南区	-11.73	-32.21
华中区	-1.24	14.19
华东区	-12.70	-8.70
北京	-15.95	-20.27
成都	-6.50	43.85
君尚	-4.57	57.37
购物中心	7.80	633.33
总计	-4.38	5.16

注：可比店指 2015 年 1 月 1 日以前开设的门店。

本报告期内，公司优化门店网络，新开 1 家“天虹”品牌门店（湖南湘潭天虹），新开 1 家加盟店（江西共青城天虹），进一步扩大公司在华中区的市场份额和影响力；为减少亏损，终止了 1 家“君尚”品牌门店（君尚深南店）的经营。（不含便利店）

截至报告期末，公司已进驻广东、江西、湖南、福建、江苏、浙江、北京、四川共计 8 省/市的 20 个城市。公司拥有综合百货共 61 家（含 3 家君尚门店），营业面积 175 万平方米；天虹特许经营门店 2 家；拥有购物中心 3 家，营业面积 22 万平方米；拥有便利店 181 家。

	华南区	华中区	东南区	华东区	北京	成都	合计
综合百货	36	14	5	4	3	1	63
“天虹”门店	33	14	5	4	3	1	60
“君尚”门店	3	0	0	0	0	0	3
购物中心	1	1	0	1	0	0	3
便利店	152	15	14	0	0	0	181
合计	189	30	19	5	3	1	247

（2）公司回顾总结前期披露的经营计划在报告期内的进展情况

2016年上半年，公司继续全力推进客户体验和商品升级，实现业务的全面增长。具体如下：

（1）客户体验

全渠道融合方面：全面实现全渠道会员身份统一，虹领巾开始尝试本地化生活服务功能运营和体验；达成了 31 个专柜品牌的全渠道合作，其中包含绫致集团、百丽集团，立足于构建“数字化门店”的全渠道业务场景，实现线上与线下商品同款同价、商品库存共享、导购与顾客绑定；公司完成了海外购电商系统的迭代升级，wap 版和微信也同步上线海外购业务，截至报告期末跨境电商体验店全国累计开店 35 家；截至报告期末，天虹到家上线门店共 48 家。

线下实体店方面：门店免排队收银项目在三家门店上线试运营，这种购物方式极大地方便了顾客，节省了顾客的排队买单时间，提升了收银员的工作效率；门店体验营销更加注重品质、成效，2016 上半年全国各门店共开展了生活文化空间 6100 余场；门店打造生活提案区“情景任务编辑”统一主题、线上线下图文呼应，受到顾客好评。

质量服务方面：公司于 4 月荣获第五届中国食品健康七星奖“品质卓越奖”；在全国门店陆续开展 ISO22000 质量体系认证工作，并组织食品安全顾客体验活动，包括“开放后厨”、“食品安全讲堂”、“食品安全知识普及二维码”、“播放食品安全视频宣传片”等，参与顾客众多；公司成立礼仪团队，开展礼仪培训及评比活动，员工在仪容仪表、礼仪方面有所提升；引入第三方基础服务验证，制定服务考核方案，进一步夯实基础服务。

（2）商品升级

百货门店按相应类型引进新兴零售内容，对联营专柜进行更替；百货门店按顾客生活方式进行品类关联组合和品牌配置，线上线下同步情景任务编辑提案；百货门店体验业态面积占比逐步提升，使得顾客体验更加丰富有效；品类集合馆店铺数增加至 21 家，探索跨品类融合店型，女杂集合馆升级为 rain&color，家居集合馆升级为 rain&home；品牌代理快速引进、规模化复制以 CACHE-CACHE 为代表的国际快时尚品牌，于君尚中心店开设首家多品牌集合店 RAIN&CO.，致力于为顾客提供新时代女性精致生活体验，探索搭建 RAIN 系列买手制百货平台。

超市拓展全球采购和生鲜直采，实现供应链升级。已初步搭建东南亚、日韩、欧洲、美洲四大区域直采网络，上半年实现全球直采销售增幅 12 倍；不断优化国内生鲜直采基地，截至报告期末生鲜直采销售额同比增长 15.6%；自有品牌完成商品精简，开拓优质供应链，销售同比增长 29.8%。

公司对会员管理体系进行调整，与百度大数据合作进行精准推送，选择门店测试不同类型精准营销活动效果；门店建设不同类型的社群，开展针对社群的文化活动及商品营销。各区域陆续开展积分换礼、VIP 专场等活动，提升销售同时，提高了会员忠诚度。

（3）全面增长

截至 2016 年 6 月底，线上业务销售同比增长 63%，移动端粉丝数达到 586 万，微品店主总数约 19 万；一大一小业态快速发展，购物中心上半年客流保持两位数增长，同时收入、利润同比稳健增长，便利店正式开启加盟业务，实现与深圳邮政合作新模式：零售+24 小时政务（粤通卡、社保等）+邮政业务，通过跨界联合实现低成本拓展突破；小额贷款业务稳步发展。

公司通过体验升级、体验营销、商品升级、营运挖潜等多种方式，提升亏损门店经营能力，同时，更

重视提升新开门店的选址质量，提高筹备店定位策划的质量和实现程度，积极控制亏损门店的数量。

4、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

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(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

本期纳入合并范围的子公司共 38 户，比上年度增加 2 户，包括深圳市天虹微品电子商务有限公司、珠海市天虹商场有限公司。同时注销潮州天虹百货有限公司，不再纳入合并范围。

(4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

天虹商场股份有限公司

法定代表人：高书林

二〇一六年八月二十五日