证券代码：000785　　证券简称：居然之家　　公告编号：2020-003

居然之家新零售集团股份有限公司 2020 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。

所有董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

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	居然之家	股票代码	000785
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	高娅绮	刘蓉	
办公地址	北京市东城区东直门南大街甲 3 号	武汉市武昌区中南路 9 号	
电话	010-84098738	027-87362507	
电子信箱	ir@juran.com.cn	ir@juran.com.cn	

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

追溯调整或重述原因

同一控制下企业合并

项目	本报告期	上年同期		本报告期比上年同期增减
		调整前	调整后	调整后
营业收入（元）	3,917,874,617.52	4,229,302,007.56	4,263,024,932.95	-8.10%
归属于上市公司股东的净利润（元）	406,732,902.39	948,173,040.71	958,568,577.58	-57.57%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	385,872,320.34	920,642,031.60	920,642,031.60	-58.09%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-558,029,383.81	1,024,978,596.56	659,213,382.54	-184.65%

基本每股收益（元/股）	0.07	0.16	0.17	-58.82%
稀释每股收益（元/股）	0.07	0.16	0.17	-58.82%
加权平均净资产收益率	2.61%	8.66%	8.25%	-5.64%

项目	本报告期末	上年度末		本报告期末比上年度末增减
		调整前	调整后	调整后
总资产（元）	34,052,317,593.46	33,785,947,304.10	34,799,022,401.28	-2.15%
归属于上市公司股东的净资产（元）	14,879,215,016.67	15,127,879,842.85	15,602,028,862.48	-4.63%

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	24,692	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	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
居然控股	境内非国有法人	42.68%	2,569,147,817	2,569,147,817		
慧鑫达建材	境内非国有法人	12.70%	764,686,721	764,686,721		
阿里巴巴	境内非国有法人	9.58%	576,860,841	576,860,841		
汪林朋	境内自然人	6.55%	394,572,826	394,572,826		
瀚云新领	境内非国有法人	4.79%	288,430,465	288,430,465		
上海云锋五新投资中心（有限合伙）	其他	4.79%	288,430,420	288,430,420		
泰康人寿保险有限责任公司	其他	3.83%	230,744,345	230,744,345		
天津睿通投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.83%	230,744,345	230,744,345		
青岛好荣兴多商业资产投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	2.11%	126,949,751	126,949,751	质押	126,900,000
武汉商联（集团）股份有限公司	国有法人	1.72%	103,627,794			
上述股东关联关系或一致行动的说明	控股、汪林朋、慧鑫达建材为一致行动人； 阿里巴巴和瀚云新领为一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

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、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，且在半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

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

（一）总体经营业绩情况

今年新冠疫情对公司所处的百货、家居行业影响较大。公司积极采取应对措施，认真贯彻落实国家“六稳六保”政策要求，积极履行社会责任，帮助商户渡过难关。通过积极贯彻“一个核心，三个融合”的发展战略，全力以赴应对疫情带来的冲击，在加快四、五线城市连锁发展和线上线下融合、加强企业内部精细化管理等方面开展了大量工作，进一步巩固了居然之家在行业内的领先地位。2020年上半年，公司实现营业收入39.18亿元，实现归属于上市公司股东的净利润4.07亿元。

（二）报告期主营业务发展情况

2020年上半年，公司主要开展以下方面工作：

1、积极应对疫情冲击，巩固家居行业领先优势

2020年上半年新冠疫情爆发，湖北成为疫情“重灾区”，作为注册于武汉的企业，公司上下齐心协力，调动自身资源，积极参与抗疫保供，旗下武汉中商超市坚持营业，3,000余名员工坚守岗位，服务武汉市2,000多个小区、100多万户家庭，被评为武汉疫情防控市场保供应突出贡献企业。

家居主业方面，为共同抗击疫情，帮扶卖场商户平稳经营，公司通过减租、免租、缓交等方式稳定商家，并通过全员营销、积极组织线上线下促销活动，积极落实“抢销售”举措。随着疫情趋稳，公司的家居门店销售正在迅速恢复。

2、做透家居主业，加快连锁拓展

2020年上半年，公司继续保持以运营能力为依托的“轻资产”连锁发展模式，在稳固核心城市、实现其他一二线城市的重点突破的前提下，加快四、五线城市，特别是县级城市的连锁布局，通过品牌和管理输出向竞争相对不充分的区域下沉市场，保持领先的布局深度和广度。2020年上半年，公司新增开业门店9家，在营门店358家。

在招商品类方面，公司围绕“设计家装、定制家居、智能家居和软体软装”四大新热点向家居主业“头”、“尾”两个方向拓展资源。公司通过走访新热点品类工厂和未合作品牌，邀请厂家组织线上招商推介会，助力新品类招商；在运营管理方面，公司修订《先行赔付实施办法》，进一步规范先行赔付制度和流程。

3、以“大数据平台”建设为核心，加快数字化变革和线上线下融合，领跑家居行业新零售

新零售是以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上引流、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式。公司自2018年年初提出由物业管理型向大数据驱动型转变的发展战略，与阿里巴巴进行战略合作，开启了线下智慧门店“人、货、场”的数字化转型、线上同城站以及大数据平台建设，这一系列动作使公司具有了新零售的行业先发优势，且已取得喜人成绩。

本次疫情给公司带来了挑战，但更多带来了机遇，疫情给公司向新零售转型升级带来了巨大推动作用，上半年成果主要有三个方面：

（1）同城站和直播规模迅速扩大，效果显著

2020年上半年，公司积极推动同城站建设，以同城站为核心，以淘宝直播为前端营销抓手，赋能本地经销商，成功打造最终转化线上消费者到线下实体店的线上线下融合的消费闭环。截至2020年6月30日，公司同城站覆盖城市从年初的5城迅速扩大至128城，上线商品数量从年初的1.2万件增加至近90万件，累计访客2,795万人次，日均访客15.4万人次，累计引导成交

31.02亿元。基于同城站平台开展的新零售门店直播项目，上半年累计316家门店开展了3.7万场直播活动，累计直播时长超过8.8万小时，为门店蓄客15.1万人。

（2）大数据平台建设顺利推进，各项应用系统如期上线

居然之家的新零售以大数据平台的建设为核心，随着大数据平台上线工具的广泛应用和推广，大数据战略更加清晰。公司通过与阿里巴巴合作开发大数据平台，拆除企业内部信息孤岛，形成云计算、人工智能等强大的技术研发能力。大数据平台致力于承接全域流量，全面向卖场管理人员、品牌商、经销商、导购等生态角色赋能，全面满足消费者过程服务需求。截至目前，在线营销平台、小程序、决策看板、零售参谋、数据大屏、招商运营、连锁管理和物业管理平台等各大应用系统已经陆续上线试运营，全面提升了居然之家的数字化能力和管理效能。

（3）重新定位新零售内容的内涵和外延，完善居然之家的新零售大图

公司着力于打通家装行业全链路，专门成立了家装研发中心，加强装饰公司战略发展研究和信息化、智能化建设；装饰公司施工平台上线ERP新系统和施工管理APP，努力实现线上预约量房、设计、工地管理、验收等数字化全链路和装修全周期的线上管理。

以解决家居服务“最后一公里”为核心，公司打造了线上线下合一的智能化到家服务平台——居然管家，居然管家平台对提升居然之家未来的品牌价值和竞争力具有重要的影响。上半年居然管家平台流量访问次数达到449.72万次，平台新增注册合作工程师13,380名，目前接近55,000人，新增签约合作品牌46个。

以“智能家居+宜家家居”的方式，公司打造线上线下合一的家居用品销售平台“尚屋智慧家”。公司上半年顺利取得苹果全国总代牌照，升级了渠道资源；比照买手制模式，着力于打造集智能家居家电、家纺床品、餐厨用品、养老用品等为一体的“尚屋智慧家”，目前金源店与十里河店合计6,000平米大店正在筹备中。

以施工队为主要服务对象，公司打造线上线下合一的装修辅料销售平台，向盒马鲜生学习，积极探索建材超市的商业模式，开发工长APP并提供配送服务。

4、加快“大家居”向“大消费”的转型升级，打造家庭消费生态圈

公司充分利用家居行业的流量入口优势和卖场跨界融合的优势，快马加鞭从小家居向大家居、大消费的转变，公司在家居卖场引进大潮品、精品零售、儿童教育娱乐、餐饮院线、体育健康等生活业态，引导低频家居消费向高频消费转变。公司采取家居卖场和购物中心双轮驱动模式，充分发挥新零售经验，加快推进大家居向大消费的融合发展。

5、推进物流、金融等产业链上下游融合工作，构建家居产业生态链

经过多轮研究和讨论，天津宝坻智慧物流园作为物流板块的第一个项目，明晰了以打造家居大件的仓储、定制加工、配送、安装以及售后服务的智慧物流服务平台的商业模式和发展战略；预计2020年11月底，天津居然之家宝坻智慧物流园将以加工业务为核心，仓配装一体化试运营工作的开展，园区可初步实现家居大件的仓储、定制加工、配送安装以及售后服务的有效结合，家居大件的一站式物流解决方案具备可实施性。

2020年上半年，公司收购居然保理、居然小贷、居然担保充分发挥核心主业与金融业务的协同效应，以风险防控为前提，延长公司产业链条，为上游合作方及商户提供金融服务，推动公司产业链上下游融合战略进一步落地。

2、涉及财务报告的相关事项

（1）与上一会计期间财务报告相比，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

财政部于2017年颁布了修订后的《企业会计准则第14号——收入》(以下简称“新收入准则”)，本集团已采用上述准则和通知编制截至2020年6月30日期间财务报表，2019年度的比较财务报表未重列。新收入准则对本集团合并财务报表股东权益不产生重大影响。本集团首次执行该准则对财务报表其他相关项目影响参见“财务报告五、重要会计政策和会计估计变更”。

（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）与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

合并财务报表的合并范围以控制为基础，本期变化情况参见“财务报告八、合并范围的变更”。

居然之家新零售集团股份有限公司董事会

2020年8月26日