

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 2016 年半年度报告摘要

一 重要提示

1.1 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上海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。

1.2 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	张凯	程敏
电话	0513-85505666-8968	0513-85505666-8968
传真	0513-85121565	0513-85121565
电子信箱	wf@wfdsj.cn	wf@wfdsj.cn

二 主要财务数据和股东情况

2.1 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	6,602,844,989.52	6,915,873,620.97	-4.53
归属于上市公司股东的净资产	4,028,189,696.73	3,961,818,982.13	1.68
	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	238,813,379.06	-103,489,915.19	330.76
营业收入	3,431,398,476.91	4,130,162,143.68	-16.92
归属于上市公司股东的净利润	148,670,812.53	204,725,380.76	-27.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	154,134,065.35	202,755,737.98	-23.98
加权平均净资产收益率(%)	3.68	5.17	减少1.49个百分点
基本每股收益(元/股)	0.08	0.11	-27.27
稀释每股收益(元/股)	0.08	0.11	-27.27

2.2 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数（户）				180,408		
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	21.62	399,523,876	0	无	
陆永敏	境内自然人	14.88	275,000,000	0	无	
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	
中国证券金融股份有限公司	国有法人	0.34	6,312,454	0	无	
中国农业银行股份有限公司－中证500 交易型开放式指数证券投资基金	未知	0.32	5,891,561	0	无	
徐长江	境内自然人	0.18	3,283,165	0	无	
李军	境内自然人	0.13	2,327,300	0	无	
陶建忠	境内自然人	0.11	2,100,000	0	无	
香港中央结算有限公司	未知	0.11	2,071,956	0	无	
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			

注：1、江苏文峰集团有限公司期末持股数量为 399,523,876 股为其自有普通证券账户和定向资产管理计划合并列示数据。截至报告期末，江苏文峰集团有限公司自有普通证券账户持有本公司股票为 382,970,700 股，通过定向资产管理计划持有 16,553,176 股。

2、郑素贞所持有的公司 27500 万股无限售流通股被冻结情况详见公司于 2015 年 11 月 10 日在上海证券交易所网站 www.sse.com.cn 发布的（临 2015-048 号）公告以及 2016 年 4 月 13 日发布的（临 2016-001 号）公告。

2.3 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
报告期，公司无优先股事项。

2.4 控股股东或实际控制人变更情况
☐适用 ☒不适用

三 管理层讨论与分析

报告期内，由于受宏观经济低迷、电商冲击、购物中心分流等众多不利因素的影响，全国百货行业继续处于“探底”之中。报告期内，公司实现营业收入 34.31 亿元，较上年同期下降 16.92%；利润总额 2.29 亿元，归属于母公司股东的净利润 1.49 亿元，比去年同期下降了 27.38%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.54 亿元，比去年同期下降了 23.98%。

一、公司百货业态总体经营业绩虽然较上年同期有所下滑，但全体干部职工不忘“初心”，认真贯彻落实股份公司的工作要求，不向困难低头，不向对手让步，抢市场、抓管理、夯基础、创效益，确保了在本地市场的份额不降。虽然上半年的总体业绩同比略有下滑，但二季度已开始呈现出良好的发展势头。

报告期内，百货业态共实现销售 24.40 亿元，同比减少 2.45 亿，下降 9.12%，11 家百货门店仅启东店增长 7.04%，其余各门店均有不同程度的下降，其中南通店和泰州店受当地新开购物中心分流的影响较大。在减少的 2.45 亿销售中，黄金销售减少了 1.6 亿，占 65.31%，主要受 2014 年黄金销售“疯长”及黄金价格的影响。

上半年百货业态的主要工作回顾：

1、启东店和海门店全面开业。

新海门店和新启东店分别于 2016 年 4 月 29 日和 6 月 9 日全面开业，两家店的建筑面积分别约 8.7 万和 6 万平米，在四线城市应属于体量巨大的购物中心型百货，经营品类齐全，服务设施完善，百货、家电、超市、影院、餐饮、观光电梯、地下停车场等齐备，是文峰股份在本地区进行全资覆盖的大项目，其中，海门店开业实现百货销售达 1800 多万元，超额完成了总部下达的计划指标；而启东店凭借其良好的地理位置和优良的品牌组合等有利因素，一开始就显露出峥嵘，销售、毛利和其它业务收入增长显著，上半年，已全部消化期间费用，综合效益与去年同期持平。

2、优化硬件设施和美化购物环境。

除了新开的两家门店以外，我们其它门店的物业及硬件设施已显陈旧或不全，与新近大量“井喷”的购物中心相比，差距明显，影响了门店形象和顾客体验。上半年，我们对部分门店加装空调暖气系统，其中，海门店已完工，海安店正在进行之中，启东店已经立项。我们投资约五百万元，对泰州店的外墙、内部的中庭和部分楼层的顶、地和动线等进行重装美化，以提升泰州店在当地市场的竞争力。对如皋店一至四层百货区域进行动线改变、地砖更换、卫生间升级，配合部分楼层的品类布局的调整，整个调整工作预计 9 月结束。另外，如东店还利用中央空调送风口每天固定时间段进行喷香水，以营造温馨清新的购物休闲氛围。

近年来，无论购物中心还是百货店，在商场美陈、布局和装饰中，十分注重“场景式”布置，以突出商场或专柜形象，烘托定位，诠释主题，增强顾客体验，文峰百货也紧跟时代潮流，今年新开的启东店运动区和儿童区、南通店七楼儿童区等，都得到了较好的运用。

3、大力发展微粉及微会员。

随着智能手机的普及微信“点对点”的功能，各门店大力发展微粉和微会员，我们自创的“5.25”微粉节，今年也特地由往年的历时两天，延长为今年的五天，不仅成为各门店微粉的“狂欢趴”，也是扩大微粉数的好机会，如通州店组织了 80 个小分队到城区和附近乡镇进行宣传，发展微粉及微会员达 8000 人。截止至 6 月 30 日，十一家门店共有微粉 44.51 万，较上年末净增 14.15 万，增长率高达 46.66%。其中微会员达 31.83 万，较上年末净增 6.71 万，增长率为 26.71%。各门店为增强微粉“粘性”，开展了形式多样的线上与线下活动，例如，如皋店与微盟合作，上半年在线上推出互动游戏近十次，而海安店则注重微信内容营销，话题新颖，可读性、实用性较强，力求以“图片吸引人、标题抓住人、内容留住人”，而不仅仅是商品促销，即使是促销信息，大多也是借助热点话题的“植入”。另外，百货总部也对各门店的掉粉率进行季度考核，是防止门店只重发展、不重维护的现象。

4、积极运用科技手段来实现管理创新和体验提升。

目前，我们各门店均有免费 WIFI，且连接顺畅，在此基础上，我们还在南通店、通州店、海门店、启东店等安装了顾客定位系统，并将此系统提供的数据用于客流分析和布局调整，将科技力转化为生产率。上半年，我们在各门店推广移动支付，实现了“不带钱包逛遍大世界”；在专柜使用移动 POS，免去顾客排队交款的烦恼；在部分电脑管理商品库存的专柜试行机打销售小票，既有助于品牌专柜实时管理库存商品，也减轻了营业员、收银员的工作量和差错率。

5、增收节支，挖潜增效。

市场不景气，众多新增商场的分流，作为传统百货，我们要想提升既有的市场份额，非常困难，因而增收节支、挖潜增效就成为了必然选择。一是我们充分利用现有场地，或联营，或租赁，努力扩大场地利用率；二是随着我们新开门店的经营面积较老店有了数倍扩大，部分老店也极力引进餐饮、娱乐等服务性租赁经营项目，其它业务收入成为门店利润的重要来源，为了进一步强化各门店的管理意识，我们将其它业务收入在门店总的绩效指标之外，再次进行单列和考核，各门店也广开渠道，分解指标，责任到人，奖惩到位，提高了大家的积极性，例如，各门店将室内电子屏、微信公众号的收费情况按季考核，效果明显，如东店半年室内 LED 屏的收入就达 7.21 万元，而如皋店微信公众号也创新 2.07 万元，上半年，11 家门店实现其它业务净收支近 3000 万，同比净增 632 万。

6、加强营运管理。

就总部来说，我们强化了考核管理，今年新增了对采批业务部和各门店商品部的季度 KPI 考评，一季度的考评结果已于 4 月中旬“新鲜出炉”；我们强化费用控管，可比三类费用总额（不含新开业的海门店和启东店）继续保持下降趋势，其中水电费、业务招待费、银行手续费等主要费用下降明显；我们加强了对经销商品的管理，各门店经销商品的库存和周转情况每月需报总部营运，督促各门店对前几年遗留下来的有问题商品加快处理；我们加强了对促销赠品的管理，摸清了各门店赠品的“家底”，核定了各门店全年赠品采购计划……

二、报告期内，电器业态坚持以“砍成本、抓大店、增效益”为工作主线，以提高“效率、效益、效果”为目标，突出“利润为中心”。2016 年 1-6 月份，公司实现销售 5.68 亿元，同比下降 21.00%，实现利润 3155.40 万元，同比下降 19.17%。

（一）提档升级、提质增效

上半年，文峰电器成功地对上海文峰广场文峰电器沪东店等重量级门店实施了终端卖场的提档升级工程。

文峰电器沪东旗舰店从布局规划、品牌竞标、工程施工等多方入手，高标准、高起点做好店面筹建。以打造上海滩家电超级旗舰店、样榜店为目标，以适应国际都市化的购物潮流，为文峰电器进一步立足华东市场，进一步提升企业市场影响力具有深远的战略意义。

文峰电器新海门文峰大世界 4 楼旗舰店 1 月 30 日盛大开业。简约亮丽的整体布局与崭新的开架出样相得益彰，规整的动线设计，通透的视觉效果，前卫与时尚尽显无遗。卖场以差异化、特色化、人性化为主导，以满足消费者购物体验为宗旨，突出舒适快捷、休闲娱乐的完美融合和互动体验，充分演绎了新文峰、新形象、新境界。

（二）强化基础管理，挖掘管理效益

2016 年上半年，文峰电器继续强化基础管理，苦练内功。注重售前、售中、售后的全过程管理，以数据论成败，以结果论好坏。售前，以精准对接、锁定客源为重点，大力开展家电顾问、家电咨询导购活动；售中，以销售导购技能，锁定客源。结合各类大型促销，大打价值战；售后以服务客户、让客户满意为重点，大力开展电话回访、“1+1”超值服务活动，提升客户满意度。

（三）加大技能培训，提升团队战斗力

文峰电器始终把提高员工综合素质作为一项战略投资，上半年，加大对各级各类人员的技能培训。大力引进和培训了一批终端店长、业务骨干等层面的人才，团队凝聚力和战斗力得到提升。进一步完善晋升、晋级激励制度，结合 KPI 绩效管理，与员工的薪酬、待遇相挂钩。

（四）构建差异化采购体系，掌控市场主动权

上半年，文峰电器始终把差异化营销能力的提升作为突破口，以实现差异化利润，提高获利能力。品牌结构进一步优化，加大独有、定制、买断、包销机型的比例。与此同时，强化高毛利品牌的主推策略和激励机制，优化销售结构，提升获取差异化利润的能力。

（五）厂商联动，高效促销

上半年，文峰电器与各大品牌供应商深度合作，增强活动的资源配备和活动的力度，取得了双赢的局面。文峰电器相继与 TCL、海尔、三星、美的等品牌开展了专题抢购会，工厂的商品资源、宣传资源与文峰电器高度结合，资源共享，抱团出击，专题活动引起了广泛关注，取得了不俗的销售业绩。

三、报告期内，超市业态在去年下半年大刀阔斧的改革和创新，并取得良好成效的前提下，今年继续紧紧围绕“练内功、打基础、促发展”这一主线，在不断提升产品、服务、管理以及团队的专业化、规范化上下功夫，但各项经营工作仍处于磨合和调整期。上半年文峰千家惠超市业态共计实现销售 3.24 亿元，同比下降 28.32%；剔除闭店、新店开幕等不可比因素，实际可比销售下降 3594 万元，同比下降率为 11%。销售下降的主要原因是 5 月和 6 月上海文峰广场超市闭店两个月重装，影响销售量达 2000 多万元。

面对复杂的市场环境，超市总部上半年重点推进了以下工作：(1)对营运流程的缺陷进行规范，重点落实在门店存货管理部分，主要是从订单审核、存货盘点、后场商品验收、出库等方面入手，确保了门店商品库存的准确性、有效性。(2)对供应链进行调整，针对一个供应商经营多个品牌的情况进行了梳理，将其中的一部分品牌更换合作商，合理规避经营风险。另外针对原供应商分布零散，一个地区一家代理商经营，又没有价格优惠的情况，对供应商进行了整合，借助物流平台，寻找到新的有竞争力的供应商。同时在对新年度合同进行后台返利规范要求的同时，采购上对商品的进价进行了下调，累计到六月份共计下调进价 2706 个。(3)针对蔬菜、水果等民生商品原专柜经营时的品质、价格方面的问题，我们在文峰千家惠吉星、南通文峰城市广场店进行了蔬菜自营的尝试，从来客数据看整个蔬果的来客 6 月份吉星增加了 36%，城市广场增加了 65%；对带动整体销售是有很大的帮助。(4)在 2015 年文峰城市广场千家惠超市成功开创南通精品超市先河的基础上，通过总结评估，公司从 5 月份开始对上海千家惠超市进行升级改造，这次改造以打造沪上精品超级旗舰店为目标，进一步优化采购配送体系，经营管理体系，突出文峰千家惠超市的鲜明特色和亮点，以及商品的丰富度和多样性，改造完成后，上海店将会以更优品质、更低价格回馈消费者，进一步提升企业的市场竞争力，提高企业的经济效益和社会效益。

财务报表相关科目变动分析表

单位:元 币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例（%）
营业收入	3,431,398,476.91	4,130,162,143.68	-16.92
营业成本	2,787,047,444.76	3,328,170,292.70	-16.26
销售费用	228,031,945.92	218,675,636.68	4.28
管理费用	155,773,136.34	161,670,071.15	-3.65
财务费用	23,766,035.57	18,813,535.96	26.32
经营活动产生的现金流量净额	238,813,379.06	-103,489,915.19	330.76
投资活动产生的现金流量净额	59,966,207.01	-219,131,221.68	127.37
筹资活动产生的现金流量净额	-296,233,371.48	115,125,862.39	-357.31

营业收入变动原因说明:主要是本期商品销售收入同比减少 69183 万元，其他业务收入同比减少

693 万元等。

营业成本变动原因说明:主要是受本期商品销售收入与其他业务收入减少的影响,其成本分别同比减少 54024 万元与 88 万元等。

销售费用变动原因说明:主要是固定资产的折旧费、租赁费、长期待摊费用的摊销等同比增加 1214 万元,而广告促销费、水电费同比减少 285 万元等。

管理费用变动原因说明:主要是 2015 年关停与新开公司以及大丰支付律师费等,使人工成本、长期待摊费用与其他费用分别同比减少 273 万元、437 万元与 295 万元;本期海门文峰、启东文峰、文景置业新增房产使房产税与固定资产折旧费分别同比增加 251 万元与 167 万元等。

财务费用变动原因说明:主要因借款增加造成利息支出同比增加 276 万元,利息收入同比减少 248 万元,以及手续费等其他支出同比减少 29 万元。

经营活动产生的现金流量净额变动原因说明:本期销售商品收到的现金与购买商品支付的现金分别同比减少 39888 万元与 59411 万元,支付各项税费与支付给职工以及为职工支付的现金分别同比减少 15346 万元与 240 万元,以及 2015 年文景置业收到退回的农民工保证金 872 万元等。

投资活动产生的现金流量净额变动原因说明:本期转让股权收到的现金同比增加 34895 万元,理财投资款收支现金同比增加支出 6599 万元,以及 2015 年收回兴化土地款 1000 万元与支付上海君欣工程投入款 500 万等。

筹资活动产生的现金流量净额变动原因说明:主要是本期银行借款同比减少 9078 万元,文峰集团借款同比减少 30000 万元与还款同比增加 20000 万元,以及分配股利同比减少 18295 万元与偿付利息同比增加 353 万元。

四 涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比,对财务报表合并范围发生变化的,公司应当作出具体说明。

本公司合并财务报表范围包括南通文峰商贸采购批发有限公司、江苏文峰电器有限公司、启东文峰大世界有限公司等 39 家公司。与 2015 年相比,本期清算注销盐城文峰电器销售有限公司 1 家。详见公司《2016 年半年报》“第十节 财务报告”中“八、合并范围的变更”及“九、在其他主体中的权益”相关内容。