

公司代码：600774

公司简称：汉商集团

武汉市汉商集团股份有限公司

2017 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
独立董事	魏明先	出差	叶欣
独立董事	郭月梅	出差	叶欣

- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
半年度不进行现金分红，也不以资本公积转增股本。

二 公司基本情况

2.1 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	汉商集团	600774	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	冯振宇	曾宪钢
电话	027-68849119	027-84843197
办公地址	湖北省武汉市汉阳大道134号	湖北省武汉市汉阳大道134号
电子信箱	fzy1219@126.com	hshsd@126.com

2.2 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	1,651,631,185.82	1,715,393,877.11	-3.72
归属于上市公司股东的净资产	574,655,767.65	574,256,585.93	0.07
	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	26,588,829.58	24,365,662.94	9.12
营业收入	485,996,276.24	477,049,052.56	1.88
归属于上市公司股东的净利润	7,301,964.19	5,352,209.41	36.43
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,839,010.94	5,330,772.76	28.29
加权平均净资产收益率(%)	1.27	0.94	增加0.33个百分点
基本每股收益(元/股)	0.042	0.031	35.48
稀释每股收益(元/股)	0.042	0.031	35.48

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数（户）				14,625		
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	
武汉市汉阳区国有资产监督管理委员会	国家	30.00	52,372,433		无	0
卓尔控股有限公司	境内非国有法人	16.66	29,087,282		质押	29,087,282
阎志	境内自然人	9.31	16,249,087		质押	14,700,000
江斌	境内自然人	4.58	8,001,310		质押	8,001,310
刘艳玲	境内自然人	2.03	3,538,200		质押	3,538,200
武汉君友置业投资管理有限公司	境内非国有法	0.96	1,674,489		无	0

	人					
陈武峰	境内自然人	0.74	1,287,419		无	0
张根昌	境内自然人	0.70	1,219,913		无	0
武汉致远市政建设工程有限公司	境内非国有法人	0.69	1,211,639		无	0
中国五环工程有限公司	境内非国有法人	0.67	1,170,646		无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		卓尔控股有限公司和阎志为一致行动人,江斌和刘艳玲为一致行动人。				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		不适用				

2.4 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

☐适用 ☒不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

☐适用 ☒不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

☐适用 ☒不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2017年是集团公司实现从追赶到超越目标的重要一年。上半年,面对市场挑战与机遇并存的复杂局面,集团公司继续遵循“优质资产+优秀团队=市场竞争力”的发展模式,紧紧围绕“提品质、强内功、抗击打、争上游”的工作主题,充分发挥资产优良、团队优秀、人员精干的比较优势,做精做优做强零售、会展、商业地产“三大主业”,稳步推进龟北路泛金融港建设、21世纪购物中心“提品质”工程、会展中心整体改造及东扩等项目,深度拓展配套业务,经营与发展“双轮驱动”,创新与创效“双力并举”,企业发展、经营管理品质又有新提升。1至6月,集团公司销售4.86亿元,同比增长1.88%,实现净利润730.20万元,同比增长36.43%,为完成全年各项目标任务打下坚实基础。

(一) 三大购物中心经营活力绽放,零售业特色名店展露新形象

三大购物中心立足“市场主导、需求引领、创新驱动”,面向都市主流家庭,精细打磨各自品类优势、业态优势、环境优势、服务优势、活动优势和专业优势,全力打造特色名店。

1、21世纪购物中心效益品质双提升。

21世纪购物中心以完美形象、完善功能、完全业态为基础,进一步“提品质,强内功”,以此推动经济效益、综合竞争力,以及时尚度、丰富度、舒适度、美誉度再上新台阶。上半年购物

中心销售、利润同比分别增长 6.75%和 21.82%。荣获“湖北省五一劳动奖状”、武汉市和谐企业称号。

一是品牌招商和品牌大户为经营添彩。四大经营公司围绕各自功能定位，展开新一轮迭代招商和布局调整，楼层特色更加鲜明。鞋包化妆数码休闲公司按化妆保健、皮鞋箱包、数码文化、家居生活重划区域，引进“潘达”“木林森”“百布堂”等 13 个品牌，对“沙驰”“玉兰油”等 35 个专柜升级店面形象，形成主题版块集中、区域责任明确、品类衔接紧密的新格局，数码区成长为市内最大手机卖场。女服休闲运动装公司坚持国内外名品为主导，时尚个性品牌为中坚的经营特色，引进“玛丝菲尔 SU”“h+”等品牌 15 家，重新装修“达衣岩”“谜底”等 24 家专柜，“太平鸟”“衣恋”等 36 家品牌销售力压商圈对手，进一步巩固了优势地位。男服黄金家居公司针对市场变化，积极调整招商品类，增设中老年服装区；引入“柒牌”旗下“SEVEN MODERN”“中华立领”等品牌，男装阵营更为丰盈；“东作云”红木馆继续在空间和品类上延伸，增加引流品，营造经营氛围和文化气息。儿童餐饮运动公司新进“苏格马克”“MOMO”等 5 家童装及“玛玛洛克少儿英语”“育德腾龙跆拳道”童教，加大新型娱乐体验业态比重，多种好玩益智项目与亲子活动相结合，既赚了人气，又形成良性客流循环。

二是业态引进和升级成效显著。着眼特色餐饮、健康生活、家居品味，进一步丰富体验业态，最大限度发挥多业态聚客优势。突出冰雪奇园旗帜引领作用，通过线上线下多渠道宣传推广；改造常温区，增添梦幻唯美及童话气息，吸引众多成人儿童慕名体验，“六一”当天创下开园来接待人数、单日销售两项新纪录。打造新的效益增长点，将原三号通道开辟成“简食街”，平方创效达 257 元，136 万元的年租金一次到位，实现当年投资当年回本创效。餐饮区“铁锅时代”“食上家厨”等提档升级，更具主题化的店内设计和特色化的餐品风味，让区域餐饮品牌呈现新生机。5 楼新区引入的“一号家装体验馆”和“锦绣花样年华浴足会所”，一举填补了业态空白，成为吸引人气新引擎。

三是经营促销有质有效。利用区位优势出重拳，创新运用“微营销”“体验式营销”等模式，坚持“有节造节，无节造势”，全场联动，上半年共开展整体营销 12 次，累计销售 1.4 亿元，占到半年总销售的一半以上。女服休闲运动装公司发挥领头雁作用，特卖、内卖、团购促销轮番上阵，172 场知名品牌大型特卖实现销售 440 万元；团购销售 90.45 万元，同比增长 176%。男服黄金家居公司确保成熟品牌商圈核心地位，“劲霸”“九牧王”“迪迪博尔”等几大主力销售大幅提升，创利水平居部门前列，“柒牌”更位列全省单店销售第一。黄金品类加大大品牌比价促销力度，“周大福”“六福”销售领跑商圈。联手武汉晚报等举办“东作云”促销内购会，活动期间创销逾 50 万元，成功打响业内知名度。鞋包化妆数码休闲公司以主力品牌热销带动全场，利用客户沙龙、员工内购、搭台展销、走秀路演等多重形式吸引消费，日化、皮鞋、数码区域强势地位加固。儿童餐饮运动公司全力塑造以“儿童剧场”为核心的业态促销体系，举办儿童表演竞技类活动 32 场，小舞台集聚大人气。

四是功能形象再度升级。外围全力展“颜值”，安装路灯、广告灯等辅助灯具，配备喷泉、花坛、绿植、座椅等，景观广场全新亮化，为文化路演、市民休憩提供了好去处；西广场建成象鼻垂直电梯，东、西大门改造完毕，立体停车场结构施工顺利完成，精品酒店进入内装修阶段。内部精心提“品质”，完善店内导视功能，添置顾客服务设施，有效增加顾客留店时间。完成西大门大堂顶部灯源亮化、墙面石材铺装，旧貌换新颜。对制冷、通讯线缆、排污、供水、照明等设施设备升级改造，提升舒适度。做好部分通道、梯间、顶灯改造翻新，彰显现代购物中心的精致、时尚品味。

2、银座购物中心销售利润双增长。

银座购物中心紧扣“创效、创新”主题，围绕“业绩增长、品牌招商，业态打造，管理出新”稳健发力，破局创新，整体经营呈现“销售利润双增长，招商调整双提升”的可喜局面，上半年销售、利润同比分别增长 7.01%和 5.34%，为冲刺全年目标创造了有利条件。

一是全力促销，确保销售上量。不断完善符合自身实际的促销机制，主题促销求活求新，部门促销品牌出彩，微信营销扩大影响。上半年 12 场整体营销，11 场实现同比增长，增幅全部超出两位数。三大经营公司新品、名品、季节商品、关联商品轮番出击，形成“爆点”从而带面。女装公司紧盯换季出货，“鄂尔多斯”“圣迪奥”“水星家纺”等的热卖掀起了各商品部销售高潮。综合公司按品类设计促销策略，黄金类贯穿节假日和双休的让利、鞋类的特卖会、化妆品的迷你走秀与美容课堂、烟酒部的时令花车皆收到不俗效果。男装公司主抓新品上柜，辅以花车特卖和团购销售，最大限度拉升了客流。

二是品牌经营突破，营造新亮点。上半年共引进 19 家品牌，调整升级 31 家。女装公司调整经营面积 2800 平方，新进“欧时力”“水星家纺”“紫涵”等 9 个品牌，提档“娅奴”等 10 个品牌，品牌更加丰满鲜活，布局更为精致紧凑。男装公司着力“提颜值、整动线、强品牌”，扮靓偏厅死角，招入“劲霸”等 6 个专柜，“骆驼”“耐克 360”“淘帝”等 14 个品牌新装升级。综合公司根据品类完善品牌组合，引进女鞋品牌“琬迪”，调整“达芙妮”集合店，与“COZY”“卓诗尼”等集合店整体风格统一；引入“植物养发馆”，将护理产品完美融于化妆区，带活了后区人气；梳理通道专柜，新进的“谭木匠”“美甲铺”，年租金可达 14 万元。

三是以知音站台调整升级为契机，带动业态提升。根据文体教育休闲的新定位，知音站台点招“巨龙教育”“深圳前海全民投资教育”，做好现有物业的稳商扶商工作，确保实现二楼满、三楼稳、四五楼活的目标。三大经营公司夯实物业版块。综合公司全新升级后的“小吃街”更名为“简食街”，店内引进西北风味“秦见面”，小吃区与烟酒、滋补品、进口食品区浑然一体，体现“食在银座”新特色。男装公司引进“多芬艺术学校”。女装公司以家喻户晓的餐饮品牌“老村长”替换原“橱窗”餐饮，引进的“信诺教育培训”盘活了偏角，均成为卖场新的利润增长点。

3、武展购物中心完成上半年利润计划。

武展购物中心坚持“实价、实惠”的经营定位，继续差异化发展策略，满足顾客多元体验式消费需求，经营档次、创效水平不断提升。1 至 6 月经营利润超同期 5.53%，完成半年利润计划。

一是拓新提档，经营品质再度攀高。坚持“人无我有，人有我优，人有我新”，重点攻克本商圈没有而适销对路的时尚品牌，上半年引进“太平鸟”“JAMOR”等 11 个新品，装修升级“三福百货”等 50 余个现有品牌，装饰风格与国内主流卖场同步，主力品牌向市场 A 类店看齐，新品上货率达 90%，进一步增强了卖场的客流吸附力。其中，“JAMOR”女装不仅自身经营效果良好，还对周边专柜销售拉动明显；“乐町”“拉夏贝尔”等品牌销售同比大幅上扬；黄金区引进的皮具配饰“皮匠坊”以其靓丽的特色聚集年轻客流，月租金较原专柜增长 4000 元。

二是发挥优势，以销促效彰显特色。坚持正价新款的同时加大特卖频次，上半年开展品牌特卖 116 场，销售 1190 万元。同期举行大型主题营销活动 11 次，节假日销售持续向好，“元旦”“妇女节”“母亲节”“520”“儿童节”销售增幅均超 20%。促销活动的火爆助推品牌成长，销售大户阵营不断壮大，半年销售过百万的品牌达 13 家，“圣迪奥”稳坐全省单店销售头把交椅。

三是深化整合，餐饮配套不断完善。全力打造“食在武展”营销主题，对现有餐饮品牌优化调整，引进汇聚“陕西面馆”“水煮鱼”等 12 个地方特色小吃的“新加坡美食广场”和“家有好饭”“美猴王面馆”等连锁餐饮，提档升级“大米先生”等名小吃，原先冷清的东金塔周边蝶变金边银角，“餐饮连商场，业态促人气”的格局优势进一步放大，成为商圈一道靓丽的风景线。做好稳商扶商，回廊及其他物业租赁收租率达 100%，租金收入同比增长 11.2%。

（二）“创四优促两升”全面深化，会展中心效益实现新增长

会展中心深度聚焦“创四优促两升”，以提升综合创效能力为中心，外延发展与内涵升级两手抓，经济效益与社会效益双丰收。半年来共举办各类展会 33 场，华中人才 47 场，会务活动 364 场，广场活动 22 场，会展业经营收入、经营利润在高基数上继续保持两位数高增长，顺利实现时间过半，任务过半。

面对展览创效的“天花板”，展览公司适时调整部门结构体系，分设营销部、客服部和工程部，

管理分工不断完善。1至6月，中心总展出使用面积32.6万平方米，展馆使用率达57.23%，均刷新半年纪录；经营收入、利润同比分别增长8.39%和3.77%，实现“时间过半、任务过半”目标。坚持大小齐抓、展销结合、招展与引展并举方针，上半年又引进“武汉特许加盟展”“欧亚幼教展”等5个新展。积极培育扶持品牌消费类展览，承接“2017春季婚博会”等5个大展，其中，“第四届中国(武汉)国际茶产业博览会”展出面积近2000平方，参展企业超500家，观展人员逾11万人，签约交易金额突破10亿元；中型展中，“华夏家博会”场次增加两场，“武汉种子交易会”和“中国武汉美容美发化妆品博览会”展位数量同比分别增长20%和40%，收入同比分别增长14.3万元和5.8万元，拓展了盈利空间。展览工程业务进一步延伸，上半年承接特装工程31个，累计搭建展位5970个，较去年同期分别增长224%和134%。规范地面车场管理，停车收入同比增长1.14%。

会议酒店公司进一步强化会议、住宿、餐饮、运动、教育、娱乐等版块间的配套联动，叠加创效作用明显，上半年收入、利润均实现两位数增长，利润增幅高达43%。加大服务力度，灵活营销策略，客房入住率58.8%，同比增长24%。针对市场变化调整经营，积极开发各类大中型会议服务，新引进的“棋牌中心赛会服务”综合创收31万元。深挖客户连带需求，培育有潜力的业务单位，“美罗国际”“玫瑰凯”等创收超20万元，华夏家博会、华中人才网等活动收入均在10万元以上。大业务活动累计收入237万元，为半年最高。长江厅举办活动60场，半年创收225万元，增长额和增幅均创新高。重新装修武展酒店1期5、6楼老旧客房，引进知名培训机构“荆楚教育”集团，将中心主楼“歌迷KTV”“杨梅红教育培训”“天才宝贝早教中心”三个经营项目纳入统一管理，进一步优化了业态组合。

综合公司紧紧依托广场和物业资源，不断挖掘经营潜力，力求效益最大化。1至6月，部门收入、利润同比分别增长8.59%和6.14%，完成半年计划目标。坚持“三增一绑”和“三必须、两确保、一提高”的经营举措，大力提升广场活动品质，塑造中心车展活动品牌，打造出“长报车展”“团车网车展”等一批规模大、收益高、形象好的活动22场，其中10万元以上活动14场。新增“汽车之家”“易车网”知名汽车网站线下推广活动，丰富了活动的层次、种类。广场活动收入231.92万元，总使用面积38.71万平方米，场地综合使用率达21.39%。规范地下停车运营，引入车牌识别等新技术，升级收费系统，有效提高了车场进出运转率和泊位使用率。全力做好租赁商户养商扶商，牵手“华酒城”正式入驻中心南馆，丰富业态的同时进一步扮靓了名店街的外部形象。

（三）各大项目稳步推进，企业发展再获新支撑

充分利用多年来积累的强大发展实力和项目运作、建设等方面的丰富经验，集团公司继续乘势而上，坚定不移推项目，在资本运作、创新金融、商业地产上又有新进展。

一是稳步推进“一号工程”龟北泛金融港。作为集团公司承载追赶超越梦想，撬动国家中部区域金融中心崛起的“一号工程”，已与多方合资成立汉兴谷资产管理股份有限公司管理开发。该项目位于汉阳区龟北路，目前，项目处于用地征收阶段，待政府总体规划调整后具体实施。

二是积极推动21世纪购物中心东南扩项目。21世纪购物中心历经多轮规模扩张，体量和品质已占据武汉零售业的高地。随着建筑群楼外立面幕墙改造、广场楼宇亮化及东、西大门改造升级、精品酒店外部装饰等多个基建项目陆续结束，展露出全新姿态，迎来黄金发展期和新的收获期。按照“以储代征，以租代储”思路，继续推动与宜昌、松宜和荆州三个“汉办”资产置换工作，现已完成宜昌汉办租赁合同的续签和松宜汉办租赁合同的签订，并与荆州汉办开始新一轮洽谈阶段，为该地块整合征收创造了条件。

三是稳健运作三大商业地产储备工程。一是密切跟进咸宁温泉山庄改扩建项目。针对咸宁市“两山一河”整体规划需要调整地块用地性质的新情况，及时调整战略，先行收回公司前期垫付的办公费用300万元，并继续跟进土地置换或作转让事宜，争取收益最大化。二是在银座2号原区委党校地块项目上继续努力。加强与区国资办、区土储等职能部门多方沟通，使公司前期垫付

的开办费和日常维护费用的收回得到保障。三是相机启动杨泗港改造项目。拟将仓库改建为跨境电商体验店，现改造方案正在加紧设计，已完成外立面效果，力争年内开工建设。

（四）配套业务进一步拓展，自营发展取得新突破

婚纱照材城紧紧围绕婚庆业消费需求变化和行业发展趋势，以中山大道开街人流增大为契机，寻求新的经营突破口。在“稳市、稳商、稳收”和“提档升级”上下深功，成功引进实力雄厚、信誉优良的“湖南长沙方程式广告传媒有限公司”等 17 家厂商，对发展前景好的“万达摄影器材”等 19 家商户重装升级。在经营空间上深度挖潜，将主楼四楼 C 区仓库整体搬迁至五楼，新增营业面积 1000 平方，实现了一至四楼整体经营的良好局面。商户发展态势稳定，扬子街店续约商家达 39 家。

贸易公司努力在储值卡提身价、增品质上做文章，抓好储值卡业务。继续扩大卡覆盖面，签约商户达 45 家，储值卡销售实现任务过半。进一步完善售卡激励机制和对商户的服务水平，储值卡 24 小时服务热线畅通，每周有巡店，每月按时对、结账，确保正常运行。开拓业务新渠道，全力做好自营业务，上半年新开 2 家“明天特爱屋”进口商品驿站和 21 世纪购物中心家居精品生活馆，既有效弥补了经营短板，又锻炼了队伍。

银座置业公司把业主、客户的满意度作为第一要务，积极探索高效物管模式，努力提高经营服务品质。分片分段改造升级地下停车场，加强阳光街、银座楼栋环境卫生管理，经营环境和配套设施大为改善。妥善解决银座拆迁遗留纠纷 30 余次，主动协调规划、园林、建管等职能部门完成 F 栋不动产登记，争取到 1 万余方的合法商铺，有效维护了集团公司利益。

上半年的成绩来之不易。下半年的任务依然艰巨。要继续围绕全年工作意见，下深功，求实效。21 世纪购物中心要以完美形象、完善功能、完全业态为契机，查补空白，挖存量，保增量，推进效益品质双提升，确保完成全年计划目标；银座购物中心要保持上半年的良好势头，抢抓双休、节假日和淡季营销，继续招商调整，规范管理制度，争取经济效益再上新台阶；武展购物中心要坚持差异化发展之路，完善“多业态共生、多功能共存、多品牌共赢”的经营格局，巩固“武汉地下第一店”的优势；会展中心应秉承“创四优、促两升”的工作思路，以更准的目标、更细的工作、更精的管理，汇聚资源要素，放大优势潜力，迎来全面收获。让我们继续以饱满的热情，充足的干劲，全新的风貌，不忘初心，砥砺前行，确保全年目标任务顺利实现。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

☐适用 ☒不适用

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

☐适用 ☒不适用

武汉市汉商集团股份有限公司

董事长：张宪华

2017 年 7 月 28 日