公司代码:601828　　公司简称:美凯龙

红星美凯龙家居集团股份有限公司

【2019】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 公司全体董事出席董事会会议。

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

无

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	美凯龙	601828	无
H股	香港联合交易所	红星美凯龙	01528	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	郭丙合	陈健
电话	021-52820220	021-52820220
办公地址	上海市普陀区怒江北路598号9楼	上海市普陀区怒江北路598号9楼
电子信箱	ir@chinaredstar.com	ir@chinaredstar.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	118,272,525,428.81	110,860,717,818.56	6.69
归属于上市公司股东的净资产	43,442,585,607.61	41,714,060,715.39	4.14
	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	1,179,077,717.75	1,134,302,924.24	3.95
营业收入	7,757,114,487.46	6,373,884,119.04	21.70
归属于上市公司股东的净利润	2,705,544,357.44	3,038,609,713.21	-10.96
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,713,037,155.58	1,614,825,675.28	6.08
加权平均净资产收益率(%)	6.36	6.93	减少0.57个百分点
基本每股收益(元/股)	0.76	0.78	-2.56
稀释每股收益(元/股)	0.76	0.78	-2.56

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)	79,188
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	
红星美凯龙控股集团有限公司	境内非国有法人	70.05	2,014,715,772	2,014,315,772	质押	605,225,085
香港中央结算(代理人)有限公司	境外法人	18.98	673,761,808		未知	
红星美凯龙控股集团有限公司-红星美凯龙控股集团有限公司2019年非公开发行可交换公司债券(第一期)质押专户	其他	14.26	410,000,000	410,000,000	无	
红星美凯龙控股集团有限公司-红星美凯龙控股集团有限公司2018年非公开发行可交换公司债券(第一期)质押专户	其他	1.95	56,000,000	56,000,000	无	
上海品商海资产管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	0.91	26,300,000		无	
陕西省国际信托股份有限公司-陕国投·美凯龙第二期员工持股集合资金信托计划	其他	0.61	17,579,549		无	
陕西省国际信托股份有限公司-陕国投·美凯龙第一期员工持股集合资金信托计划	其他	0.56	16,050,356		无	
陕西省国际信托股份有限公司-陕国投·美凯龙控股股东及附属企业员工持股第一期集合资金信托计划	其他	0.27	7,754,506		无	
上海弘美投资管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	0.21	6,100,000		无	
中国银行股份有限公司-华泰柏瑞量化增强混合型证券投资基金	其他	0.14	4,131,020		无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	无					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

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

单位:亿元　币种:人民币

债券名称	简称	代码	发行日	到期日	债券余额	利率(%)
红星美凯龙家居集团股份有限公司2015年公司债券(第一期)	15红美01	136032	2015-11-10	2020-11-10	1.68	5.9
红星美凯龙家居集团股份有限公司公开发行2016年公司债券(第一期)(品种二)	16红美02	136491	2016-07-13	2021-07-13	0.468	5.4
红星美凯龙家居集团股份有限公司公开发行2016年公司债券(第一期)(品种一)	16红美01	136490	2016-07-13	2023-07-13	15	5.29
红星美凯龙家居集团股份有限公司公开发行2018年公司债券(第一期)	18红美01	155001	2018-11-02	2021-11-06	30	6.3
红星美凯龙家居集团股份有限公司公开发行2019年公司债券(第一期)(品种一)	19红美02	155458	2019-06-10	2023-06-10	20	5.35
红星美凯龙家居集团股份有限公司公开发行2019年公司债券(第一期)(品种二)	19红美01	155453	2019-06-10	2024-06-10	5	5.35

反映发行人偿债能力的指标:

√适用□不适用

主要指标	本报告期末	上年度末
资产负债率	60.47	59.14
	本报告期(1-6月)	上年同期
EBITDA利息保障倍数	4.14	5.74

关于逾期债项的说明

□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

1. 业务发展与创造:稳健的商场发展,覆盖全国的战略布局

截至报告期末,公司经营了94家自营商场,231家委管商场,通过战略合作经营12家家居商场注1,此外,公司以特许经营方式授权开业27家特许经营家居建材店注2,共在386家家居建材店/产业街注3。我们经营的自营商场和委管商场,覆盖全国29个省、直辖市、自治区的200个城市,商场总经营面积19,966,858平方米。我们通过自营商场与委管商场双轮驱动的发展模式在第一线城市、二线城市核心区域的布局,同时我们一直通过商场经营品牌,不断提升品牌价值,并构建了较高的进入壁垒。报告期内,我们继续执行自营商场的战略性布局改策,确保大多数自营商场在一线城市及二线城市,尤其是直辖市的核心区域的布局。截至报告期末,我们经营着94家自营商场,总经营面积7,541,923平方米,平均出租率96.0%注4。其中,有20家分布在北京、上海、天津、重庆四个直辖市,占自营商场总数量比例达到23.8%;上述自营商场的经营面积2,069,070平方米,占自营商场总经营面积比例达到27.4%。报告期内,成熟商场同店增长率注5为6.7%,主要是报告期内成熟自营商场的单位经营面积收入及经营面积之综合贡献结果。

报告期内,我们新开设了1家自营商场,另有3家商场由委管商场转为了自营商场。截至报告期末,我们有32家筹备中的自营商场,其中,我们将继续侧重于在一线、二线城市的核心区域对自营商场于以战略布局。

此外,我们凭借自有品牌商场开发、招商和运营管理能力,经商和运营管理能力,继续在三线城市及其他城市迅速拓展委管商场。我们内部亦有着严格的筛选和评审机制来确保委管商场的稳步、快速发展。截至报告期末,我们经营着231家委管商场,总经营面积12,424,935平方米,平均出租率96.0%注6。其中,有124家分布在华东、华北区域不含上海、北京、天津),比例达到53.7%,上述委管商场的经营面积7,190,491平方米,比例达到57.9%。报告期内,我们新开设了12家委管商场,关闭了6家委管商场,此外,有3家委管商场转为自营商场。

附注:1.报告期内,公司收购了山东银座家居有限公司46.5%股权,与山东省商业集团有限公司并列成为山东银座家居有限公司第一大股东。截至2019年6月30日,山东银座家居有限公司及其下属控股子公司在中国境内开设了12处家居商场。战略合作经营商场是指公司基于成熟目的考虑,通过与合作方共同投资、共同持有物业并且共同经营的家居商场。

2.特许经营家居建材店是指公司以特许经营方式开设的家居建材店、家居建材产业街。对于该类特许经营家居建材项目,公司不参与项目开业后的日常经营管理。

3.家居建材产业街是指公司通过合考虑经营物业物理形态、经营商品品类等情况下,从便于经营管理角度出发,将拥有独立场馆标识的家居建材店及街区称作家居建材店/产业街。

4.有4个商场因经营规划调整,未纳入出租率统计。

5.“成熟商场同店增长率”指所有自开业满一定期限的年度运营记录且截至报告期末仍在运营的自营商场(包含软装、合营)于报告期内的经营收入较去年同期的增长。

6.有4个商场因经营规划调整,另有1个商场目前处于歇业状态,均未纳入出租率统计。

截至报告期末,我们筹备中的委管商场中,有353个签约项目已取得土地使用权证/已获得地块。随着全国社会经济的整体水平的不断发展、城镇化战略持续推进和居民人均可支配收入不断提升,我们将在全国范围内重点加快委管商场的发展步伐。

1.报告期内已开业商场分布情况

经营业态	地区	商场	
		商场数量	经营面积(万平米)
自有	北京	3	22.75
自有	上海	7	89.48
自有	天津	4	44.84
自有	重庆	3	24.96
自有	东北	10	100.40
自有	华北(不含北京、天津)	2	16.79
自有	华东(不含上海)	13	155.03
自有	华中	4	50.18
自有	华南	2	11.62
自有	西部(不含重庆)	5	44.56
合计:		53	560.60

经营业态	地区	商场	
		商场数量	经营面积(万平米)
合营联营	北京		
合营联营	上海		
合营联营	天津		
合营联营	重庆		
合营联营	东北		
合营联营	华北(不含北京、天津)		
合营联营	华东(不含上海)	2	15.67
合营联营	华中	5	75.99
合营联营	华南	28	160.54
合营联营	西部(不含重庆)	39	189.41
合计:		231	1,242.49

2.报告期内商场变动情况

(1)报告期内商场增加情况

经营业态	地区	商场数量	经营面积(万平米)
自有	北京	3	22.75
自有	上海	7	89.48
自有	天津	4	44.84
自有	重庆	3	24.96
自有	东北	10	100.40
自有	华北(不含北京、天津)	2	16.79
自有	华东(不含上海)	13	155.03
自有	华中	4	50.18
自有	华南	2	11.62
自有	西部(不含重庆)	5	44.56
合计:		53	560.60

经营业态	地区	商场数量	经营面积(万平米)
合营联营	北京		
合营联营	上海		
合营联营	天津		
合营联营	重庆		
合营联营	东北		
合营联营	华北(不含北京、天津)		
合营联营	华东(不含上海)	2	15.67
合营联营	华中	5	75.99
合营联营	华南	28	160.54
合营联营	西部(不含重庆)	39	189.41
合计:		231	1,242.49

注1:上表中合计数尾差系四舍五入所致

注2:本公告自营商场包含自有商场、合营联营商场、租赁商场三类。

表1-2 报告期内合营联营商场变动情况

单位:平方米

经营业态	地区	期初商场		新开商场		其他业态转入商场		关闭商场		转出至其他业态商场		期末商场	
		商场数量	经营面积	商场数量	经营面积	商场数量	经营面积	商场数量	经营面积	商场数量	经营面积	商场数量	经营面积
合营联营	北京												
合营联营	上海												
合营联营	天津												
合营联营	重庆												
合营联营	东北												
合营联营	华北(不含北京、天津)												
合营联营	华东(不含上海)	2	157,391									2	179,261
合营联营	华中												
合营联营	华南	1	94,649									1	94,649
合营联营	西部(不含重庆)	1	88,909									1	88,909
合计:		4	340,949									4	362,819

注1:上表中合计数尾差系四舍五入所致

表1-3 报告期内租赁商场变动情况

单位:平方米

经营业态	地区	期初商场		新开商场		其他业态转入商场		关闭商场		转出至其他业态商场		期末商场	
		商场数量	经营面积	商场数量	经营面积	商场数量	经营面积	商场数量	经营面积	商场数量	经营面积	商场数量	经营面积
租赁	北京	1	93,050									1	115,285
租赁	上海												
租赁	天津												
租赁	重庆	1	84,320			1	49,241					2	133,574
租赁	东北	1	82,204									1	101,594
租赁	华北(不含北京、天津)	5	243,772	1	59,461	2	83,157					8	393,792
租赁	华东(不含上海)	9	428,311									9	448,837
租赁	华中	4	307,391									4	307,977
租赁	华南	1	35,901									1	35,901
租赁	西部(不含重庆)	1	35,985									1	36,140
合计:		23	1,310,934	1	59,461	3	132,397					27	1,573,100

注1:上表中合计数尾差系四舍五入所致。

表1-4 报告期内委管商场变动情况

单位:平方米

经营业态	地区	期初商场		新开商场		其他业态转入商场		关闭商场		转出至其他业态商场		期末商场	
		商场数量	经营面积	商场数量	经营面积	商场数量	经营面积	商场数量	经营面积	商场数量	经营面积	商场数量	经营面积
委管	北京	1	89,710									1	111,302
委管	上海												
委管	天津	3	170,228									3	173,665
委管	重庆	6	183,599			1	49,241	5	156,723				
委管	东北	16	734,107									16	759,907
委管	华北(不含北京、天津)	31	1,733,203			1	78,849	2	83,157	28	1,605,390		
委管	华东(不含上海)	91	5,222,532	8	370,217			3	163,413			96	5,585,101
委管	华中	30	1,433,364	2	96,376							32	1,578,148
委管	华南	11	554,016									11	560,612
委管	西部(不含重庆)	39	1,899,589	2	177,218			2	189,314			39	1,894,087
合计:		228	12,020,347	12	643,811			6	431,576	3	132,397	231	12,424,935

注1:上表中合计数尾差系四舍五入所致

(二)报告期内商场变动明细表

表1-5. 报告期内商场新增情况

单位:平方米

名称	地址	经营面积	开业日期	取得方式	合同期限(适用于租赁、委管业态)
唐山时代	唐山市路北区高新技术产业开发区龙华道北侧开三路西侧	59,461	2019年4月1日	租赁	自开业起20年
阜南天荟	安徽省阜南县经济开发区南阳大道东侧G328公路南侧	23,297	2019年1月11日	受托管理	自开业起10年
乐清虹桥	浙江省乐清市虹桥镇城南大道188号	36,994	2019年1月13日	受托管理	自开业起15年
海安迎宾	江苏省海安市城东镇迎宾路169号	35,123	2019年3月9日	受托管理	自开业起10年
许昌商场	河南省许昌市魏都区天宝路与龙翔路交叉口向北500米	77,337	2019年3月9日	受托管理	自开业起10年
六安迎宾	安徽省六安经济技术开发区皋城路与迎宾大道交叉口	49,669	2019年3月15日	受托管理	自开业起10年
阜阳泰睿	安徽省阜阳市颍泉区太和路与双河路交叉口红星美凯龙全球家居生活广场	32,451	2019年3月16日	受托管理	自开业起10年
上饶信州	江西省上饶市信州区上饶大道和三清山大道交汇处红星美凯龙全球家居生活广场	42,684	2019年5月8日	受托管理	自开业起10年
福州会展	福建省福州市仓山区城门镇林浦路与潘墩路交汇处会展中心红星美凯龙全球Mall	106,711	2019年5月11日	受托管理	自开业起3年
隆回凯悦	湖南省邵阳市隆回县沿江西路与二桥路交汇处	19,039	2019年5月20日	受托管理	自开业起10年
兰州新区	甘肃省兰州市兰州新区汉水街7068号	39,461	2019年5月25日	受托管理	自开业起10年
贵阳南明	贵州省贵阳市南明区囊草路5号地块红星美凯龙	137,757	2019年6月15日	受托管理	自开业起10年
丹阳迎宾	江苏省丹阳市开发区迎宾路99号	43,288	2019年6月22日	受托管理	自开业起10年

(2)报告期内商场减少情况

经营业态	名称	地址	经营面积(平方米)	开业日期	取得方式	合同期限(适用租赁、委管业态)	停业原因	停业时间
委管	无锡五洲	无锡市惠山区钱桥盛岸西路668号	76,621	2009年5月1日	受托管理	合同生效起10年	委管合同到期	2019年3月
委管	贵阳南明	贵州省贵阳市南明区油榨街281号富源美家居市场内	148,265	2009年5月16日	受托管理	市政建设需要,正处经营	市政建设需要,正处经营	2019年3月
委管	山东招远	山东省烟台市招远市温泉路102号	40,245	2017年12月30日	受托管理	自开业起10年	合作方经营业态调整	2019年3月
委管	石家庄古城	石家庄市长安区北外环古城东路118号	78,849	2015年9月19日	受托管理	自开业起15年	合作方资金支持商场续经营	2019年6月
委管	银川平罗	宁夏石嘴山市平罗县轻工业园区基地西侧	41,049	2014年6月15日	受托管理	自开业起20年	合作方破产,无法持续合法拥有商场物业所有权和经营权	2019年6月
委管	诸暨东二环	诸暨市详安路与东二环路交叉口	46,547	2018年5月26日	受托管理	自开业起10年	合作方单方面违约	2019年6月

3.报告期内已开业自营商场营业收入与毛利率情况

公司已开业自营商场于报告期内取得营业收入4,198,786,481.80元,比上年同期增长10.5%,毛利率为79.1%,相比2018年同期毛利率增加1.2个百分点。

1. 自营商场营业收入与毛利率按经营业态分类

单位:人民币元

经营业态	营业收入	同比变动(%)	毛利率(%)	毛利率比上年同期增减(个百分点)
自有商场	3,326,982,598.25	10.1%	86.3%	增加1.6个百分点
租赁商场	623,107,193.00	21.9%	45.0%	增加2.0个百分点
合营联营	248,696,690.55	-7.4%	67.9%	减少0.1个百分点
合计:	4,198,786,481.80	10.5%	79.1%	增加1.2个百分点

注:上述商场为各期末开业目营商场(统计数量含合营联营商场)

2. 自营商场营业收入与毛利率按地区分类

单位:人民币元

地区	营业收入	同比变动(%)	毛利率(%)	毛利率比上年同期增减(个)
北京	469,944,847.54	0.9%	76.0%	增加1.2个百分点
上海	878,361,136.70	6.2%	91.2%	增加1.5个百分点
天津	115,439,471.19	-15.7%	79.2%	减少1.9个百分点
重庆	292,311,709.36	19.2%	81.1%	增加14.1个百分点
东北	432,869,188.67	7.6%	81.3%	减少6.5个百分点
华东(不含上海)	1,019,445,036.74	16.2%	74.5%	减少0.2个百分点
华北(不含北京、天津)	147,285,950.12	49.0%	56.1%	增加2.3个百分点
华南	165,058,499.51	-1.7%	65.0%	增加8.8个百分点
华中	388,530,562.78	9.9%	77.2%	增加1.2个百分点
西部(不含重庆)	289,540,079.19	27.9%	80.5%	增加4.5个百分点
合计:	4,198,786,481.80	10.5%	79.1%	增加1.2个百分点

注:上述商场为各期末开业目营商场(统计数量含合营联营商场)

重庆地区毛利率上涨,主要系受2018年同期订家租赁商场转为自有商场的影响。

(二)业务管理:持续提升的商场经营管理水平

1.招商管理

(1)持续优化品牌和品类布局,推动家居商场消费升级

面对市场消费分级态势及市场竞争趋势,我们持续加大力度,引进适合消费者需求的主流品类,通过打造家居生活体验消费优化商场品类布局;同时,贴合家居装修市场的变化,继续增加定制品类面积,打造高端定制体验馆;持续发掘和推广设计类产品的进驻,加大设计类家具引进力度;同时,扩大门窗品类范围,在全国分级推行“门窗精品馆”、“门窗生活馆”,引领品类的升级发展,截至报告期末,门窗品类经营面积较2018年底增长124%。同时,顺应家电渠道布局多元化的趋势,我们打造了以场景体验为流量入口的电器生活馆,并大力扩充电器品类,引进新品牌,形成规模效应。截至报告期末,电器品类经营面积同比增长16.8%。此外,我们还持续加大对商品质、导向性的品类、品牌的引入工作,截至报告期末,进口品牌经营面积增长16.0%,设计品类经营面积增长5.7%,智能家居品类经营面积增长130.0%,软装生活品类经营面积增长83%,家装设计中心经营面积增长193%;定制品类逐步分级,打造定制品类切和高定生活馆来面对不同消费者群体。

(2)顺应消费升级趋势,加大引入国际品牌力度,持续打造国际馆

报告期内,顺应消费升级趋势,公司加大引入国际品牌的力度,推动多店实现“一店看世界,一馆多风格”。除了在一、二线重点城市打造国际馆,我们亦深入到合州、江阴、烟台等消费力强的三四线市场,推进国际品牌的进驻;同时,通过在国内外市场广泛推广B2B品牌对接会,不断扩大进口品牌经销商数据库,并对此进行精准分析、筛选,培育专业化的经销商队伍,助力公司占领进口家居高端消费市场。截至报告期末,我们的国际品牌数量达到4,474个。

(3)不断深化品牌资源、经销商资源管理,推动精准对接

在品类、品牌资源管理工作中,我们持续优化品牌分类,对重点品类进行了整合,不断深挖优质品牌,扩大和优化品牌资源数据库;对核心品类、品牌,我们通过主题营打造、产品创新建议、渠道开拓助力等举措,予以重点扶持。

报告期内,我们建立关键经销商数据库,将优质经销商与品牌商通过展会、精准商贸配对等紧密对接,为核心品类品牌企业提供经销商资源支持。面向优质经销商,我们提供了更多维的服务体系,包括开店辅导、日常经营支持、培训提升、资讯推送、店长升级计划等,有效打造和提升经销商粘性,为后续业务拓展奠定基础。

2.营运管理

我们全面深度开展“服务口碑”项目,在价格、质量、服务等方面提出了对商场运营管理的统一高标准、严格要求,并通过收集和分析消费者反馈评估运营效果,进一步提升服务口碑质量。截至报告期末,312家商场已开展“服务口碑”项目。

价格方面,基于我们与国家发展和改革委员会共同研发的《红星美凯龙明码实价展厅管理规定》,我们继续引导工厂和经销商合理标价。通过复制明码实价的优秀案例引导经销商用实价、真价、实惠、明确的品牌、品类、款式、尺寸、材质、工艺、产地、价格等信息,以期帮助消费者实现“所见即所得”的理念,并以此为基础,在为消费者提供高性价比的商品的同时,通过明码实价的展示,有效地支持了公司在线上线下的营销活动。

质量方面,我们建立关键产品质量数据库,将在线上线下的产品质量数据进行分析,并通过定期的抽查、不定期的暗访等方式,对商场内的产品质量进行监督。报告期内,我们共计开展了12家委管商场、关闭了6家委管商场,此外,有3家委管商场转为自营商场。

附注:1.我们的自营商场包括自有商场、合营联营商场、租赁商场三类。

2.报告期内,公司收购了山东银座家居有限公司46.5%股权,与山东省商业集团有限公司并列成为山东银座家居有限公司第一大股东。截至2019年6月30日,山东银座家居有限公司及其下属控股子公司在中国境内开设了12处家居商场。战略合作经营商场是指公司基于成熟目的考虑,通过与合作方共同投资、共同持有物业并且共同经营的家居商场。

3.特许经营家居建材店是指公司以特许经营方式开设的家居建材店、家居建材产业街。对于该类特许经营家居建材项目,公司不参与项目开业后的日常经营管理。

4.家居建材产业街是指公司通过合考虑经营物业物理形态、经营商品品类等情况下,从便于经营管理角度出发,将拥有独立场馆标识的家居建材店及街区称作家居建材店/产业街。

5.“成熟商场同店增长率”指所有自开业满一定期限的年度运营记录且截至报告期末仍在运营的自营商场(包含软装、合营)于报告期内的经营收入较去年同期的增长。

6.有4个商场因经营规划调整,另有1个商场目前处于歇业状态,均未纳入出租率统计。

截至报告期末,我们筹备中的委管商场中,有353个签约项目已取得土地使用权证/已获得地块。随着全国社会经济的整体水平的不断发展、城镇化战略持续推进和居民人均可支配收入不断提升,我们将在全国范围内重点加快委管商场的发展步伐。

1.报告期内已开业商场分布情况

经营业态	地区	商场	
		商场数量	经营面积(万平米)
自有	北京	3	22.75
自有	上海	7	89.48
自有	天津	4	44.84
自有	重庆	3	24.96
自有	东北	10	100.40
自有	华北(不含北京、天津)	2	16.79
自有	华东(不含上海)	13	155.03
自有	华中	4	50.18
自有	华南	2	11.62
自有	西部(不含重庆)	5	44.56
合计:		53	560.60

经营业态	地区	商场	
		商场数量	经营面积(万平米)
合营联营	北京		
合营联营	上海		
合营联营	天津		
合营联营	重庆		
合营联营	东北		
合营联营	华北(不含北京、天津)		
合营联营	华东(不含上海)	2	15.67
合营联营	华中	5	75.99
合营联营	华南	28	160.54
合营联营	西部(不含重庆)	39	189.41
合计:		231	1,242.49

2.报告期内商场变动情况

(1)报告期内商场增加情况

经营业态	地区	商场数量	经营面积(万平米)
自有	北京	3	22.75
自有	上海	7	89.48
自有	天津	4	44.84
自有	重庆	3	24.96
自有	东北	10	100.40
自有	华北(不含北京、天津)	2	16.79
自有	华东(不含上海)	13	155.03
自有	华中	4	50.18
自有	华南	2	11.62
自有	西部(不含重庆)	5	44.56
合计:		53	560.60

经营业态	地区	商场数量	经营面积(万平米)
合营联营	北京		
合营联营	上海		
合营联营	天津		
合营联营	重庆		
合营联营	东北		
合营联营	华北(不含北京、天津)		
合营联营	华东(不含上海)	2	15.67
合营联营	华中	5	75.99
合营联营	华南	28	160.54
合营联营	西部(不含重庆)	39	189.41
合计:		231	1,242.49

2.报告期内商场变动情况

(1)报告期内商场增加情况

经营业态	地区	商场数量	经营面积(万平米)
自有	北京	3	22.75
自有	上海	7	89.48
自有	天津	4	44.84
自有	重庆	3	24.96
自有	东北	10	100.40
自有	华北(不含北京、天津)	2	16.79
自有	华东(不含上海)	13	155.03
自有	华中	4	50.18
自有	华南	2	11.62
自有	西部(不含重庆)	5	44.56
合计:		53	560.60

经营业态	地区	商场数量	经营面积(万平米)
委管	北京	1	11.13
委管	上海		
委管	天津	3	17.37
委管	重庆	5	15.67
委管	东北	16	75.99
委管	华北(不含北京、天津)	28	160.54
委管	华东(不含上海)	96	558.51
委管	华中	32	157.81
委管	华南	11	56.06
委管	西部(不含重庆)	39	189.41
合计:		231	1,242.49

2.报告期内商场变动情况

(1)报告期内商场增加情况

经营业态	地区	商场数量	经营面积(万平米)
委管	北京	1	11.13
委管	上海		
委管	天津	3	17.37
委管	重庆	5	15.67
委管	东北	16	75.99
委管	华北(不含北京、天津)	28	160.54
委管	华东(不含上海)	96	558.51
委管	华中	32	157.81
委管	华南	11	56.06
委管	西部(不含重庆)	39	189.41
合计:		231	1,242.49

并进一步加强与线下实体商场的商户资源的联接,从而为消费者提供更加丰富和多样化的选择空间。截至报告期末,我们的互联网新零售平台已累计实现15,734家商户签约入驻;基于本公司自行开发的新零售系统,我们已实现54座城市103家线下红星美凯龙商场与线上平台的商品及服务对接。同时,我们在互联网新零售平台推广优惠券领取及各类优惠、促销活动,通过优惠、促销活动吸发客户的消费及购物需求,并实现线上平台向线下商场的引流,拉动商户的业务。报告期内,通过线上平台优惠券实现的线下门店销售10.1万单,成交金额达313亿元。

家装方面,为了服务更多客户群体,同时提供更好的购物体验,我们设立了红星美凯龙家装产业集团。秉承“美凯龙·空间美学”的理念,家装产业集团以完善购物体验为己任,为消费者提供集装饰设计、工程施工与研发、主材家具与软装配饰、智能家居与生宅设备于一体的全案整装服务、业务涵盖别墅、住宅、酒店公寓、精装房、商业及办公空间等领域,全方位带动商场销售。集团旗下设有为中产阶层提供整装定制化智能家居方案的家俬得、为私享阶层提供全案原创设计服务的美凯龙·空间美学、为白领阶层提供年轻态个性美学的更好家、同时陆续发展为社会精英阶层提供高端定制化方案的美凯龙美学、ATG·艾迪家、振洋装饰等品牌。截至报告期末,我们已在全国开设了78家自营家装门店,分布在北京、天津、上海、重庆、南京、苏州、沈阳、成都、郑州、合肥、石家庄等城市的家居商场内,与商场业务形成协同效应,创造出独特的共享客源及供应链的商业模式,有效降低了家装和商场的获客成本,提高了商场的复购率和客单价,更提升了消费者一站式的购买体验和商家的销售效率。除了充分利用商场资源优势外,家装产业集团还全面发挥200,000多名设计师人才库资源,并打造了自有的、经过专业培训与系统考核的劳务员工体系,同时根据业务发展和应用场景,整合线上家装设计平台资源,进一步丰富线上设计内容展示和家装服务工具体验,为开展线下业务助力。

(2)与阿里合作业务

2019年5月,公司与阿里巴巴(中国)网络技术有限公司(以下简称“阿里”)签署了战略合作协议,旨在将阿里在新零售领域先进的经营理念与技术支持引入到线上线下一体化平台,进一步推动公司的的泛家居消费产业链服务,详见公司于2019年5月27日在上交所网站登载的公告。截至报告期末,公司与阿里已在新零售门店建设、电商平台搭建、物流仓配和安装服务商体系、消费金融等方面展开深入的探讨。新零售门店建设方面,公司上线了天猫“同城站”,即利用新零售同城运营理念,将公司线下门店的商品与其天猫店铺共享,消费者可以线上直接下单,也可以引流到线下体验后再决策。所有的订单,均由所在城市的新零售门店对接配送、安装等服务,从而使消费者可以更便捷地购买以往只在线下销售的更多样化的商品,大大提升了消费者购物体验。

2.金融信息服务:保留和扩