公司代码:603708 公司简称:家家悦

家家悦集团股份有限公司

【2020】年度报告摘要

一 重要提示

1 本年度报告摘要来自年度报告全文,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 容诚会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

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

经公司第三届董事会第二十九次会议审议通过,公司2020年度的利润分配方案如下:公司拟向全体股东每10股派发现金股利450元(含税),如以2021年3月23日的总股本扣除回购股份后的600,244,563股为基数计算,预计派发现金股利270,110,053.35元(含税),该股分配的现金股利占当年度归属上市公司股东净利润的63.17%。上述利润分配方案尚需提交股东大会审议通过。

在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变化的,拟维持每股分配比例不变的原则对现金分红金额进行相应调整,将另行公告具体调整情况。

二 公司基本情况

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	家家悦	603708	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	周承生	/
办公地址	山东省威海市经济技术开发区大庆路63号九龙城国际大厦	/
电话	0631-5220641	/
电子信箱	jiajiayue@jiajiayue.com.cn	/

2 报告期公司主要业务简介

1.公司主要业务

公司主营业务为超市连锁经营,以大卖场和综合超市为主要业态,以一体化物流为支撑,以发展现代农业生产基地和食品加工产业为保障,以经营生鲜为特色的多业态、全渠道、全产业链的综合性零售服务商。报告期末,公司连锁门店数量897家,其中大卖场196家,综合超市103家,百货店13家,宝宝悦等其他业态门店601家,积极推进门店转型,通过多业态、城乡一体的网络布局,强化一日三餐生鲜商品的经营,实现“走进社区、深入乡村、贴近生活”的目标,满足消费者便利、健康、品质的需求。

2.经营模式

公司门店商品以自营为主要销售模式。 网络上,公司坚持区域密集、城乡一体、多业态发展的模式,强化线上与线下的联动服务,增强经营区域内的市场渗透能力;供应链上,公司坚持“生鲜商品基地直供、杂货商品厂家直采”的采购模式,建立总部采购与区域采购相协调的采购体系,同时通过布局生鲜加工基地、中央厨房优化生鲜供应链,加强农产品的后标准化处理,增强供应链能力;物流上,公司分区域构建全覆盖的一体化物流中心,形成支撑连锁业务长展的立体式物流网络。

3.行业情况

国家统计局数据显示,受疫情影响,2020年中国GDP增速2.3%,社会消费品零售额同比下降3.9%;按零售业态分,2020年限额以上零售业单位中的超市零售额比上年增长11%,百货店、专业店和专卖店分别下降9.8%、5.4%和14.4%;2020年全国实物商品网上零售额97,590亿元,增长14.8%,占社会消费品零售总额的比重为24.9%。当前零售市场环境不断改变,消费者不断变化,新业态和新模式不断出现,对行业发展带来较大的挑战,同时也带来较大的发展机遇。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

	2020年	2019年	本年比上年增减(%)	2018年
总资产	9,798,250,439.71	8,505,019,717.10	15.21	7,155,246,759.85
营业收入	16,678,468,932.04	15,263,757,862.93	9.27	12,730,711,830.05
归属于上市公司股东的净利润	427,609,727.57	457,547,328.62	-6.54	429,923,746.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	407,023,739.22	437,434,523.37	-6.95	381,800,360.72
归属于上市公司股东的净资产	3,024,918,624.32	2,917,388,183.85	3.69	2,721,806,882.74
经营活动产生的现金流量净额	727,388,230.44	672,812,709.54	8.11	613,494,316.96
基本每股收益(元/股)	0.70	0.75	-6.67	0.71
稀释每股收益(元/股)	0.71	0.75	-5.33	0.71
加权平均净资产收益率(%)	14.25	16.36	减少2.10个百分点	16.63

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位:元 币种:人民币

	第一季度(1-3月份)	第二季度(4-6月份)	第三季度(7-9月份)	第四季度(10-12月份)
营业收入	4,918,048,215.83	3,664,587,606.37	4,192,452,087.97	3,903,381,021.87
归属于上市公司股东的净利润	176,042,796.12	111,377,601.07	101,295,883.93	38,893,446.45
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	173,368,361.15	108,982,939.49	92,837,126.46	31,835,312.12
经营活动产生的现金流量净额	737,772,006.29	-27,169,984.19	130,221,686.09	-113,435,477.75

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

√适用 □不适用

根据中国证监会于 2020 年 11 月 13 日发布《监管规则适用指引——会计类第 1 号》,明确了零售业联营经营模式应按净额法确认收入。由于前期对零售企业联营模式使用总额法还是净额法确认收入存在一定争议,故公司 2020 年前三个季度对该模式零售业务的收入确认仍沿用总额法。本报告中公司数据上述的相关规定,对2020年度各季度零售业收入数据均按净额法进行了调整。

4 股本及股东情况

4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10 名股东持股情况表

单位: 股

截止报告期末普通股股东总数(户)	42,251
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	37,368
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	/
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	/

前10名股东持股情况

股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
家家悦控股集团股份有限公司	0	356,768,674	58.64	0	无	0	境内非国有法人
威海信悦投资管理有限公司	0	47,569,157	7.82	0	无	0	境内非国有法人
中国工商银行股份有限公司-中欧消费主题股票型证券投资基金	16,142,622	17,360,137	2.85	0	无	0	未知
基本养老保险基金一零零三组合	680,745	11,755,337	1.93	0	无	0	未知
上海鸿之铭创业投资中心(有限合伙)	-364,919	9,590,667	1.58	0	无	0	境内非国有法人
全国社保基金四零六组合	-10,403,967	6,322,151	1.04	0	无	0	未知
香港中央结算有限公司	-6,193,634	5,373,289	0.88	0	无	0	未知
家家悦集团股份有限公司回购专用证券账户	4,646,364	4,646,364	0.76	0	无	0	其他
中国工商银行股份有限公司-中欧品质消费股票型发起式证券投资基金	3,294,893	3,625,045	0.6	0	无	0	未知
兴业银行股份有限公司-中欧新趋势股票型证券投资基金(LOF)	-102,400	3,529,305	0.58	0	无	0	未知

上述股东关联关系或一致行动的说明	信悦投资系家家悦控股子公司,且与其文又持股
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	公司未发行优先股

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.4 报告期内公司优先股股东总数及前10 名股东情况

□适用 √不适用

5 报告期内债券情况

□适用 √不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

2020年度,在新收入准则公司实现营业总收入1,667,846.89万元,同比增长9.27%;本期,同期均较上期法可比口径,2020年度营业总收入同比增长17.90%;归属于上市公司股东的净利润42,760.97万元,同比增长-6.54%;归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润40,702.37万元,同比增长-6.95%。

(1)加快网络拓展,按照“区域密集、城乡一体、多业态发展”的网络战略,通过开店和并购合作的方式,2020年公司新增直营门店133处,其中大卖场47家、综合超市78家,其他业态7家;其中山东省新增门店65家,省外地区新增67家,形成了山东、河北、江苏、安徽、内蒙四区域发展的格局。集焦顾客价值,依托供应链优势,公司持续推进“门店转型,提升门店运营效率,当年新开大卖场的平均单店经营面积3047平米,新开综合超市的平均单店经营面积827平米。另外,2020年公司初步探索发展加盟店20家,总面积934.79平米。

(2)、业态渠道创新。围绕顾客家庭生活,品质健康的需求,做好商品结构调整和品类优化,通过精细化管理,增强门店商品运营能力,利用微信小程序“家家悦优鲜”线上平台,及与第三方平台合作,为消费者提供到家服务;利用资源优网点和门店社群资源,联合重点品牌厂商,开展直播带货,社区团团购等,通过顾客线上下单,到店自提,加快了线上线下融合,增强了顾客购物体验,报告期末,公司利用小程序家家悦优鲜平台、第三方平台,提供线上到家服务的门店达到211家,直播和社区团购业务实现全门店覆盖,线上销售额长迅速。

(3)、优化供应链体系。目前公司的供应链战略布局初步形成,新建的淮北综合产业园一期常温物流中心已投入使用,生鲜加工模式初步在济南莱芜及河北张家口进行复制,为周边区域门店商品服务能力的提升及网络的拓展提供有力支撑;加强了各物流中心的联动,并在部分物流引进无人驾驶AGV拖车,提高了物流效率。报告期公司自有品牌销售收入同比增长43.90%,百有品牌营业收入占比13.74%。(按副收入佣)

(4)、数字化转型。公司SAP项目一期顺利成功上线,提高了业务流程的标准化,同时通过流程信息化推动组织变革,提高了综合运营管理效率。

(5)、积极扩展、保障供应。疫情期间,公司积极承担社会责任,采购、物流、门店各环节全力以赴确保货源充足,并开展送货进社区服务,保证疫情期间居民生活需求,价格稳定;推行农产品购销直总反应机制,帮助解决疫情期间果农、菜农实难问题。公司作为山东省推荐上报的唯一企业代表,荣获全国脱贫攻坚奖;疫情期间,公司通过捐款及物资储备系统扩容,捐赠物资及现金合计超过1亿元,其中