

B044 信息披露 Disclosure

证券代码:000501 证券简称:鄂武商A 公告编号:2020-048

武汉武商集团股份有限公司

2020 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。
公司所有董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议
非标准审计意见提示
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

(3)坚持超市做优。武商超市加快实施门店改造计划,加大新品开发,打造自有品牌特色,推进生鲜自营,提升商品自营能力,扩大社区团购,挖掘外部单位团购业务,抢占市场份额。
(4)加速线上线下融合。电商公司深耕线上线下全渠道销售模式,与零售企业展开联动。一方面,做好平台技术支持,提升数据分析能力;另一方面,挖掘社群营销潜力。拓展跨境电商经营,优化现有自营供应链。
3.强化内部管理
(1)加强人力资源管理。对管理人员,强化服务意识,加强制度监管,发挥红线意识和规矩意识;对基层人员,调动员工干事创业的激情,增强团队的凝聚力,发挥红色文化,培养一批年轻的先进典型,为企业发展做好人才梯队建设;加强项目人才储备,编制人力资源需求计划书,分步兼适时启动人才招聘储备工作,为重点项目提供人才保障。
(2)推动技术创新。完成供应链平台升级上线,推进超市数字化转型,升级人力资源数据化综合管理系统,规划预算资金、电子档案和电子发票等数字化系统,完成集团中台项目建设,做好移动营销平台和电子会员系统优化升级。
二、房地产业务情况
2020年上半年,根据中国建筑业协会发布《2020年上半年建筑业发展统计分》,全国建筑业完成建筑业总产值100,840.12亿元,同比下降0.76%,完成竣工产值38,027.75亿元,同比下降7.84%,签订合同总额390,875.38亿元,同比增长7.39%,房屋施工面积112.06亿平方米,同比增长4.24%;房屋竣工面积12.45亿平方米,同比下降12.57%。经初步核算,2020年上半年建筑业实现增加值28,535亿元,同比下降1.9%。从全国各地区建筑业总产值增长情况看,有12个地区出现负增长,其中,湖北出现21.40%的负增长。
报告期内,公司时代花莲还建房项目已入28.16亿元,目前推进消防验收和竣工验收、交房工作全面启动。该项目为还建房项目,由政府回购,用于武汉生活区改造项目被征收人的产权调换安置还建房,截止2020年6月末,累计计提预售房款17.6亿元。该项目预计总投资28.2亿元,总建筑面积35.62万平方米,其中:计容建筑面积26.37万平方米。除该项目外,公司无其他土地储备。由于该项目为还建房项目,房地产行业宏观形势、行业政策环境变化及行业发展现状等情况,对公司未来经营业绩和盈利能力无较大影响。
三、主要财务数据同比变动情况

主要财务数据	2020年半年度	2019年半年度	同比变动
营业收入(元)	2,698,173,739.65	8,076,002,410.13	-66.91%
归属于上市公司股东的净利润(元)	-42,370,850.28	569,890,908.88	-107.60%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	-62,333,876.38	507,816,220.61	-110.43%
经营活动产生的现金流量净额(元)	-154,628,079.98	469,391,227.01	-133.70%
基本每股收益(元/股)	-0.08	0.79	-107.60%
稀释每股收益(元/股)	-0.08	0.79	-107.60%
加权平均净资产收益率	-0.46%	7.28%	-97.87%
总资产(元)	23,897,767,945.69	23,565,140,290.87	0.90%
归属于上市公司股东净资产(元)	9,300,423,631.14	9,569,889,794.64	-2.82%

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

营业收入(元)	2020年半年度	2019年半年度	本报告期比上年同期增减
营业收入(元)	2,698,173,739.65	8,076,002,410.13	-66.91%
归属于上市公司股东的净利润(元)	-42,370,850.28	569,890,908.88	-107.60%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	-62,333,876.38	507,816,220.61	-110.43%
经营活动产生的现金流量净额(元)	-154,628,079.98	469,391,227.01	-133.70%
基本每股收益(元/股)	-0.08	0.79	-107.60%
稀释每股收益(元/股)	-0.08	0.79	-107.60%
加权平均净资产收益率	-0.46%	7.28%	-97.87%
总资产(元)	23,897,767,945.69	23,565,140,290.87	0.90%
归属于上市公司股东净资产(元)	9,300,423,631.14	9,569,889,794.64	-2.82%

3.公司股东数量及持股情况

报告期末普通股股东总数	22,000	报告期末表决权恢复的优先股股东总数(如有)	0
-------------	--------	-----------------------	---

报告期末普通股股东总数	22,000	报告期末表决权恢复的优先股股东总数(如有)	0
-------------	--------	-----------------------	---

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
公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第3号——上市公司从事房地产业务的披露要求》

一、概述
2020年上半年,面对新冠肺炎疫情的不利影响,各国政府采取积极复工复产,大部分国家已经相继复工复产。全国上下贯彻落实各项决策部署,加快推进复工复产复市。公司在新冠肺炎疫情和复杂多变的国际格局的严峻考验下,拼抢因疫情失去的销售时机,缩小疫情影响造成的销售缺口,推动公司继续朝着高质量方向前进。
(一)上半年工作情况
报告期内,公司实现营业收入268,817.37万元,利润总额-5,149.05万元,归属于上市公司股东的净利润-4,237.09万元。具体情况如下:
1.稳步推进重点建设
(1)项目建设全面推进。梦时代项目加快推动施工建设,主体结构施工至地上L7层;推进室内乐园游乐设备预理工作,完成冰雪乐园运营服务单位招标工作;深化完善品牌落位方案。推进时代花园消防验收和竣工验收,交房工作全面启动。
(2)收购项目圆满落幕。武商“收购连铸”第一家门店黄梅购物中心项目成功签约,该项目是黄梅最大商业综合体,也是2020年黄冈市的重点项目之一。
2.防疫保供主动作为
积极响应政府疫情防控号召,在武汉封城之际迅速作出购物中心停业、超市缩短营业时间的工作部署。公司及下属企业成立两级疫情防控工作领导小组小组,对市场防疫、信息收集、人力物资调配、舆情宣传、安全保障等工作进行了具体布置与明确分工,各项防疫及保供措施有力有序开展。
疫情期间,公司“隔城超市坚守抗疫前线,切实做好“保供、稳物价、惠民生”各项工作。公司及下属企业成立突击队,下沉社区配送中及各区门店快捷购,累计配送“10元菜”80万份,“国货大礼包”2100吨,为武汉市民3100个小区门店提供超市团购物资210万份;组织500吨冬储春供蔬菜以低于市场价格出售,对13款蔬菜限价销售,推出“一元菜”,日销量约10吨;口罩、消毒卷等消杀防疫商品不断货且按照进价销售;累计向雷神山、火神山医院供应防疫物资70余.2万余件;向各方医院、防疫物资配送物资300批;次;向武汉医护人员紧急配送衣物、鞋等物品共计价值百万余元,为抗疫保供、守护武汉、守护湖北尽最大力量。
3.创新驱动商业复苏
(1)科学研判,率先复工复产。在疫情出现拐点前夕,公司将工作重心由民生保供转向复工复产。下属购物中心自3月底开业为时间节点,提前做好方案制定、环境消毒、设备维保、人员统计、供应商洽谈、商品结构调整等各项准备工作。3月20日-26日,市外购物中心陆续开门营业。3月30日,市内购物中心率先开门营业,为提振武汉商业信心、恢复经济起到示范作用。
(2)创新驱动,加速复工复产。疫情期间,各零售企业加快布局线上营销平台,利用“电子商城、内购+微信群+直播”等新媒体手段重建客户关系。集团统筹,各零售企业与武商联动,采取“线上商城+直播带货+社群运营”模式,不断档地举办线上“融合营销”活动,与百余家、酒博举办的两场活动联动创下全国品类全渠道销售记录,掀起“六月欢购”年货嗨购潮。“运动风潮”活动火热,复工后,在做好日常疫情防控工作的同时,为迎合消费变化,各零售企业将消费场景向场外延伸,推出各具特色的夜间集市、天台酒吧,打造有趣好玩的网红打卡点,有效提升商圈凝聚力。
4.加强内部控制管理
(1)确保资金安全。公司被纳入国家级疫情防控重点保障企业名单,争取3亿元疫情防控专项贷款授信额度并申请国家专项疫情防控贷款贴息;发行3.75亿元超短期融资券(含疫情防控债);推进平安银行70亿元12个月期项目贷款落地,全力保障项目建设;审议通过30亿中期票据,办理16亿元中票的注册备案,完成第一期9.4亿元中期票据的发行。
(2)数字化转型升级。打通各实体移动营销平台与会员系统,实现线上线下营销平台协同管理;积极策划集团中台项目。完成集团移动办公系统、视频会议系统、供应链管理系统优化升级,全面推进财务信息化建设。
(3)强化监管职能,加强经销商商品及应收款项专项检查力度,防范经营风险;重申招标工作要求,通过控成本、控标准,严格依法依规组织招标工作;加强工程类合同管理,及时做好合同条款的补充完善;加强工程项目审计监督,提升内审工作质量。
(二)下半年工作安排
1.抢抓项目进度
(1)加快梦时代项目建设,加快施工进度,确保主体结构年内封顶;加紧完成室内乐园和冰雪乐园施工及图审、预埋件施工、做好进场准备;整合招商、物业、弱电等相关投资;推进机房建设和系统建设方案编制,完成网络建设项目目标;时代花园完成交房。
(2)加快收购商落地。完善全楼层品牌落位方案。
(3)加速超市网点开发。加大网点储备,有序推进合同续签,依法做好亏损门店退出工作。
(4)推进招商连锁布局,推进收购购物中心项目建设。同时,继续寻找洽谈新的收购网点资源,加快向三四线城市挺进。
2.深耕主业经营
(1)提升摩尔城竞争力。有序推进摩尔城改造,增强摩尔城整体感观与时尚度,巩固提升核心竞争力,国际广场推进经营优化工程,力争主力品牌位次前移,提升广场在高端市场的影响力和号召力;武商广场继续提升化妆品、女装、男装等优势品类全国领先地位不动摇,加大功能性街区开发,形成新的武广品牌;整合零售力;世茂广场强化黄金珠宝国际专业卖场地位,引进时尚潮流品牌,做大做强国货品牌,丰富摩尔城功能性业态。
(2)区域市场加快“购物中心化”进程。众商品牌打造“城市奥莱+街区经济”项目,力争年内完成。业茂广场创新社区联盟合作模式,抢先入驻,襄阳购物中心巩固区域市场龙头地位,老河口购物中心加快社区、县城市场收购转型。10堡人民商场“高端、时尚、年轻”购物中心转型升级,推进品牌年轻化、丰富配套项目,提升品牌影响力。仙桃购物中心完成全场空间主题化改造,围绕“首店经济+夜间经济”目标,推进招商调整。黄石购物中心加快转型升级,加大美妆化妆品和手品类表优势,调整男女装品牌结构,打造运动潮流,实现省内二级市场位次前移。
武汉武商集团股份有限公司
董 事 会
董事长:陈军
2020年8月28日

营业收入	营业成本	毛利	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利比上年同期增减
分行业					
购物中心	890,284,079.10	325,300,391.18	63.30%	-68.97%	-62.07%
超市	1,793,640,244.00	1,412,824,480.00	39.72%	-39.21%	-60.72%
房产					
主营业务利润	2,566,442,573.88	1,729,463,796.03	32.23%	-69.74%	-76.02%
分地区					
湖北省	2,698,173,739.65	1,743,108,866.64	36.16%	-69.71%	-74.56%

五、非主营业务分析

金额	占利润总额比例	形成原因	是否有特殊性质	
投资收益	11.96%	0.02%	股权投资长期股权投资减值	
营业外收入	2,807,083.33		主要是品牌、租赁及其他收入	
营业外支出	3,011,000.00	-0.60%	主要是品牌、租赁及其他收入	

六、公司面临的风险和应对措施
1.宏观经济风险
上半年我国经济逐步克服疫情带来的不利影响,经济运行呈恢复性增长和稳步复苏态势,发展韧性和活力进一步彰显。但一些指标仍在下降,疫情冲击损失尚需弥补,由于湖北省是疫情防控的重点地区,开工复工晚于全国近2个月,即使公司已加快推进复市,但现实全面复苏仍需谨慎。新冠肺炎疫情对购物中心销售影响巨大,据商务部数据,2020年重点监测零售企业购物中心销售额同比下降20.4%。
措施:结合公司业务特点和区域特色,进行战略调整。一是加速了线上业务的拓展,通过官微网购、数字商城、微信社群等促进线下购物中心加快数字化转型,缩短时间与空间的限制,满足消费者所想所愿;二是开放购物中心中心,利用夜间经济打造烟火气,不断点亮夜间经济,进一步聚集人气、吸引客流;三是挖掘直播潜力,将直播带货发展成常态化营销方式。
2.行业竞争风险
2020年下半年,武汉将迎来多个商业项目开业。从长远看,随着新增商业体入市,市场供应持续加大,行业发展将保持良好态势。受疫情影响,本报告期公司经营利润大幅下降,商品销售尚未完全恢复,品类销售结构存在不均等现象,经营面临较大行业竞争压力。
措施:公司加速线上线下深度融合,深耕线上线下全渠道营销模式,紧跟需求变化,与行业发展大势对标,积极探索业态创新,加速推动业态迭代升级,积极培育发展动能,加快新技术、新应用融合,分析研究各品类发展趋势,优化品类结构,争取供应资源,加强与供应商沟通。
3.经营模式风险
商务部发布《2020年上半年网络零售市场发展报告》指出,上半年,我国及全球多个国家先后经历新冠肺炎疫情冲击,导致国际贸易受阻,经济活动停滞。在此背景下,以网络零售为代表的各类线上消费、新型消费发展迅猛,极大促进了消费回补和消费升级,成为市场的重要支撑力量。疫情期间,“宅经济”爆发,商品消费向线上转移明显,特别是受商品网上销售增长拉动。受疫情影响,2020年线上直播电商的冲阵之年。相比于疫情催生的新型消费模式,公司目前转型升级动能不足,对满足消费升级需求存在较大差距。
措施:公司市集经营要扩大规模、丰富内容,提升品牌、创新形式,完善配套设施,加强与场内互动等方面着手,将场外区域市集档升级,打造有趣、有味、有影响力的城市休闲场所。深入开展集团化营销,整合集团优质资源,加强实体间互动,以规模化带动销售提升,加强发展线下,加快新技术、新模式的应用与融合,构建营销需求新场景,以智能化带动销售。武商“微购连铸”发力,第一家微购门店与黄梅购物中心项目成功签约,通向省内三四线城市下沉,充分发挥武商的品牌效应及经营优势,逐步实现“区域市场做强”的战略规划。
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
执行新收入准则导致的会计政策变更
财政部于2017年7月5日发布了《企业会计准则第14号——收入(2017年修订)》(财会〔2017〕22号)(以下简称“新收入准则”),要求境内上市企业自2020年1月1日起执行新收入准则。
经本公司第八届十七次董事会于2020年4月20日决议通过,本公司于2020年1月1日起开始执行前述收入准则。
新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型,为执行新收入准则,本集团重新评估了主要合同的收入确认和计量、核算和列报等方面。根据新收入准则的规定,选择仅对在2020年1月1日尚未完成的合同的累积影响数进行调整,以及对于最早可比期间期初2020年1月1日之前发生的合同变更予以简化处理,即根据合同变更的最终安排,识别已履行的和尚未履行的履约义务,确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。首次执行的累积影响金额调整首次执行当期期初(即2020年1月1日)的留存收益及财务报表其他相关项目金额,对可比期间信息不予调整。
执行新收入准则的主要变化和影响如下:
——本集团将因转让商品而预先收取客户的预付货款从“预收账款”项目变更为“合同负债”项目列报。
——本集团对于客户奖励积分的分摊方法由剩余价值法变更为按照提供商品或服务以及奖励积分单独售价的相对比例进行分摊。
对2020年1月1日财务报表的影响
2020年12月31日(变更前) 2020年1月1日(变更后) 金额
报表项目 合并报表 母公司 合并报表 母公司 合并报表 母公司
合同负债 4,608,269,856.00 2,707,231,260.00 34,103,690.02 2,566,973.06
预收账款 1,499,259,636.96
合同资产 509,052,354.00 509,052,354.00 1,499,259,636.96 2,393,517,909.97
递延收益 819,309,499.43
(2)报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况
□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
公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。
武汉武商集团股份有限公司
董 事 会
董事长:陈军
2020年8月28日

营业收入	营业成本	毛利	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利比上年同期增减
分行业					
购物中心	890,284,079.10	325,300,391.18	63.30%	-68.97%	-62.07%
超市	1,793,640,244.00	1,412,824,480.00	39.72%	-39.21%	-60.72%
房产					
主营业务利润	2,566,442,573.88	1,729,463,796.03	32.23%	-69.74%	-76.02%
分地区					
湖北省	2,698,173,739.65	1,743,108,866.64	36.16%	-69.71%	-74.56%

五、非主营业务分析

金额	占利润总额比例	形成原因	是否有特殊性质	
投资收益	11.96%	0.02%	股权投资长期股权投资减值	
营业外收入	2,807,083.33		主要是品牌、租赁及其他收入	
营业外支出	3,011,000.00	-0.60%	主要是品牌、租赁及其他收入	

六、公司面临的风险和应对措施
1.宏观经济风险
上半年我国经济逐步克服疫情带来的不利影响,经济运行呈恢复性增长和稳步复苏态势,发展韧性和活力进一步彰显。但一些指标仍在下降,疫情冲击损失尚需弥补,由于湖北省是疫情防控的重点地区,开工复工晚于全国近2个月,即使公司已加快推进复市,但现实全面复苏仍需谨慎。新冠肺炎疫情对购物中心销售影响巨大,据商务部数据,2020年重点监测零售企业购物中心销售额同比下降20.4%。
措施:结合公司业务特点和区域特色,进行战略调整。一是加速了线上业务的拓展,通过官微网购、数字商城、微信社群等促进线下购物中心加快数字化转型,缩短时间与空间的限制,满足消费者所想所愿;二是开放购物中心中心,利用夜间经济打造烟火气,不断点亮夜间经济,进一步聚集人气、吸引客流;三是挖掘直播潜力,将直播带货发展成常态化营销方式。
2.行业竞争风险
2020年下半年,武汉将迎来多个商业项目开业。从长远看,随着新增商业体入市,市场供应持续加大,行业发展将保持良好态势。受疫情影响,本报告期公司经营利润大幅下降,商品销售尚未完全恢复,品类销售结构存在不均等现象,经营面临较大行业竞争压力。
措施:公司加速线上线下深度融合,深耕线上线下全渠道营销模式,紧跟需求变化,与行业发展大势对标,积极探索业态创新,加速推动业态迭代升级,积极培育发展动能,加快新技术、新应用融合,分析研究各品类发展趋势,优化品类结构,争取供应资源,加强与供应商沟通。
3.经营模式风险
商务部发布《2020年上半年网络零售市场发展报告》指出,上半年,我国及全球多个国家先后经历新冠肺炎疫情冲击,导致国际贸易受阻,经济活动停滞。在此背景下,以网络零售为代表的各类线上消费、新型消费发展迅猛,极大促进了消费回补和消费升级,成为市场的重要支撑力量。疫情期间,“宅经济”爆发,商品消费向线上转移明显,特别是受商品网上销售增长拉动。受疫情影响,2020年线上直播电商的冲阵之年。相比于疫情催生的新型消费模式,公司目前转型升级动能不足,对满足消费升级需求存在较大差距。
措施:公司市集经营要扩大规模、丰富内容,提升品牌、创新形式,完善配套设施,加强与场内互动等方面着手,将场外区域市集档升级,打造有趣、有味、有影响力的城市休闲场所。深入开展集团化营销,整合集团优质资源,加强实体间互动,以规模化带动销售提升,加强发展线下,加快新技术、新模式的应用与融合,构建营销需求新场景,以智能化带动销售。武商“微购连铸”发力,第一家微购门店与黄梅购物中心项目成功签约,通向省内三四线城市下沉,充分发挥武商的品牌效应及经营优势,逐步实现“区域市场做强”的战略规划。
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
执行新收入准则导致的会计政策变更
财政部于2017年7月5日发布了《企业会计准则第14号——收入(2017年修订)》(财会〔2017〕22号)(以下简称“新收入准则”),要求境内上市企业自2020年1月1日起执行新收入准则。
经本公司第八届十七次董事会于2020年4月20日决议通过,本公司于2020年1月1日起开始执行前述收入准则。
新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型,为执行新收入准则,本集团重新评估了主要合同的收入确认和计量、核算和列报等方面。根据新收入准则的规定,选择仅对在2020年1月1日尚未完成的合同的累积影响数进行调整,以及对于最早可比期间期初2020年1月1日之前发生的合同变更予以简化处理,即根据合同变更的最终安排,识别已履行的和尚未履行的履约义务,确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。首次执行的累积影响金额调整首次执行当期期初(即2020年1月1日)的留存收益及财务报表其他相关项目金额,对可比期间信息不予调整。
执行新收入准则的主要变化和影响如下:
——本集团将因转让商品而预先收取客户的预付货款从“预收账款”项目变更为“合同负债”项目列报。
——本集团对于客户奖励积分的分摊方法由剩余价值法变更为按照提供商品或服务以及奖励积分单独售价的相对比例进行分摊。
对2020年1月1日财务报表的影响
2020年12月31日(变更前) 2020年1月1日(变更后) 金额
报表项目 合并报表 母公司 合并报表 母公司 合并报表 母公司
合同负债 4,608,269,856.00 2,707,231,260.00 34,103,690.02 2,566,973.06
预收账款 1,499,259,636.96
合同资产 509,052,354.00 509,052,354.00 1,499,259,636.96 2,393,517,909.97
递延收益 819,309,499.43
(2)报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况
□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
公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。
武汉武商集团股份有限公司
董 事 会
董事长:陈军
2020年8月28日

营业收入	营业成本	毛利	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利比上年同期增减
分行业					
购物中心	890,284,079.10	325,300,391.18	63.30%	-68.97%	-62.07%
超市	1,793,640,244.00	1,412,824,480.00	39.72%	-39.21%	-60.72%
房产					
主营业务利润	2,566,442,573.88	1,729,463,796.03	32.23%	-69.74%	-76.02%
分地区					
湖北省	2,698,173,739.65	1,743,108,866.64	36.16%	-69.71%	-74.56%

五、非主营业务分析

金额	占利润总额比例	形成原因	是否有特殊性质	
投资收益	11.96%	0.02%	股权投资长期股权投资减值	
营业外收入	2,807,083.33		主要是品牌、租赁及其他收入	
营业外支出	3,011,000.00	-0.60%	主要是品牌、租赁及其他收入	

六、公司面临的风险和应对措施
1.宏观经济风险
上半年我国经济逐步克服疫情带来的不利影响,经济运行呈恢复性增长和稳步复苏态势,发展韧性和活力进一步彰显。但一些指标仍在下降,疫情冲击损失尚需弥补,由于湖北省是疫情防控的重点地区,开工复工晚于全国近2个月,即使公司已加快推进复市,但现实全面复苏仍需谨慎。新冠肺炎疫情对购物中心销售影响巨大,据商务部数据,2020年重点监测零售企业购物中心销售额同比下降20.4%。
措施:结合公司业务特点和区域特色,进行战略调整。一是加速了线上业务的拓展,通过官微网购、数字商城、微信社群等促进线下购物中心加快数字化转型,缩短时间与空间的限制,满足消费者所想所愿;二是开放购物中心中心,利用夜间经济打造烟火气,不断点亮夜间经济,进一步聚集人气、吸引客流;三是挖掘直播潜力,将直播带货发展成常态化营销方式。
2.行业竞争风险
2020年下半年,武汉将迎来多个商业项目开业。从长远看,随着新增商业体入市,市场供应持续加大,行业发展将保持良好态势。受疫情影响,本报告期公司经营利润大幅下降,商品销售尚未完全恢复,品类销售结构存在不均等现象,经营面临较大行业竞争压力。
措施:公司加速线上线下深度融合,深耕线上线下全渠道营销模式,紧跟需求变化,与行业发展大势对标,积极探索业态创新,加速推动业态迭代升级,积极培育发展动能,加快新技术、新应用融合,分析研究各品类发展趋势,优化品类结构,争取供应资源,加强与供应商沟通。
3.经营模式风险
商务部发布《2020年上半年网络零售市场发展报告》指出,上半年,我国及全球多个国家先后经历新冠肺炎疫情冲击,导致国际贸易受阻,经济活动停滞。在此背景下,以网络零售为代表的各类线上消费、新型消费发展迅猛,极大促进了消费回补和消费升级,成为市场的重要支撑力量。疫情期间,“宅经济”爆发,商品消费向线上转移明显,特别是受商品网上销售增长拉动。受疫情影响,2020年线上直播电商的冲阵之年。相比于疫情催生的新型消费模式,公司目前转型升级动能不足,对满足消费升级需求存在较大差距。
措施:公司市集经营要扩大规模、丰富内容,提升品牌、创新形式,完善配套设施,加强与场内互动等方面着手,将场外区域市集档升级,打造有趣、有味、有影响力的城市休闲场所。深入开展集团化营销,整合集团优质资源,加强实体间互动,以规模化带动销售提升,加强发展线下,加快新技术、新模式的应用与融合,构建营销需求新场景,以智能化带动销售。武商“微购连铸”发力,第一家微购门店与黄梅购物中心项目成功签约,通向省内三四线城市下沉,充分发挥武商的品牌效应及经营优势,逐步实现“区域市场做强”的战略规划。
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
执行新收入准则导致的会计政策变更
财政部于2017年7月5日发布了《企业会计准则第14号——收入(2017年修订)》(财会〔2017〕22号)(以下简称“新收入准则”),要求境内上市企业自2020年1月1日起执行新收入准则。
经本公司第八届十七次董事会于2020年4月20日决议通过,本公司于2020年1月1日起开始执行前述收入准则。
新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型,为执行新收入准则,本集团重新评估了主要合同的收入确认和计量、核算和列报等方面。根据新收入准则的规定,选择仅对在2020年1月1日尚未完成的合同的累积影响数进行调整,以及对于最早可比期间期初2020年1月1日之前发生的合同变更予以简化处理,即根据合同变更的最终安排,识别已履行的和尚未履行的履约义务,确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。首次执行的累积影响金额调整首次执行当期期初(即2020年1月1日)的留存收益及财务报表其他相关项目金额,对可比期间信息不予调整。
执行新收入准则的主要变化和影响如下:
——本集团将因转让商品而预先收取客户的预付货款从“预收账款”项目变更为“合同负债”项目列报。
——本集团对于客户奖励积分的分摊方法由剩余价值法变更为按照提供商品或服务以及奖励积分单独售价的相对比例进行分摊。
对2020年1月1日财务报表的影响
2020年12月31日(变更前) 2020年1月1日(变更后) 金额
报表项目 合并报表 母公司 合并报表 母公司 合并报表 母公司
合同负债 4,608,269,856.00 2,707,231,260.00 34,103,690.02 2,566,973.06
预收账款 1,499,259,636.96
合同资产 509,052,354.00 509,052,354.00 1,499,259,636.96 2,393,517,909.97
递延收益 819,309,499.43
(2)报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况
□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
公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。
武汉武商集团股份有限公司
董 事 会
董事长:陈军
2020年8月28日

营业收入	营业成本	毛利	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利比上年同期增减
分行业					
购物中心	890,284,079.10	325,300,391.18	63.30%	-68.97%	-62.07%
超市	1,793,640,244.00	1,412,824,480.00	39.72%	-39.21%	-60.72%
房产					
主营业务利润	2,566,442,573.88	1,729,463,796.03	32.23%	-69.74%	-76.02%
分地区					
湖北省	2,698,173,739.65	1,743,108,866.64	36.16%	-69.71%	-74.56%

五、非主营业务分析

金额	占利润总额比例	形成原因	是否有特殊性质	
投资收益	11.96%	0.02%	股权投资长期股权投资减值	
营业外收入	2,807,083.33		主要是品牌、租赁及其他收入	
营业外支出	3,011,000.00	-0.60%	主要是品牌、租赁及其他收入	

六、公司面临的风险和应对措施
1.宏观经济风险
上半年我国经济逐步克服疫情带来的不利影响,经济运行呈恢复性增长和稳步复苏态势,发展韧性和活力进一步彰显。但一些指标仍在下降,疫情冲击损失尚需弥补,由于湖北省是疫情防控的重点地区,开工复工晚于全国近2个月,即使公司已加快推进复市,但现实全面复苏仍需谨慎。新冠肺炎疫情对购物中心销售影响巨大,据商务部数据,2020年重点监测零售企业购物中心销售额同比下降20.4%。
措施:结合公司业务特点和区域特色,进行战略调整。一是加速了线上业务的拓展,通过官微网购、数字商城、微信社群等促进线下购物中心加快数字化转型,缩短时间与空间的限制,满足消费者所想所愿;二是开放购物中心中心,利用夜间经济打造烟火气,不断点亮夜间经济,进一步聚集人气、吸引客流;三是挖掘直播潜力,将直播带货发展成常态化营销方式。
2.行业竞争风险
2