

公司代码：603031

公司简称：安德利

安徽安德利百货股份有限公司
2020 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 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	安德利	603031	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王成	常倩倩
电话	0551-62631368	0551-62631368
办公地址	合肥市政务区怀宁路288号置地广场C座38层	合肥市政务区怀宁路288号置地广场C座38层
电子信箱	445490166@qq.com	121981559@qq.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	1,718,202,144.43	1,833,798,490.64	-6.30
归属于上市公司股东的净资产	628,761,885.01	619,895,996.91	1.43
	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	5,224,304.72	73,574,039.57	-92.90
营业收入	851,400,339.33	930,712,853.96	-8.52
归属于上市公司股东的净利润	8,865,888.10	11,420,670.99	-22.37
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,292,257.66	10,494,393.55	-40.04
加权平均净资产收益率(%)	1.42	1.87	减少0.45个百分点
基本每股收益(元/股)	0.08	0.10	-20.00
稀释每股收益(元/股)	0.08	0.10	-20.00

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)		5,454				
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	
陈学高	境内自然人	28.90	32,373,596	0	质押	6,000,000
合肥荣新股权投资基金合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	12.84	14,380,800	0	无	0
秦大乾	境内自然人	9.63	10,785,600	0	无	0
张敬红	境内自然人	7.50	8,400,000	0	无	0
曹瑾怡	境内自然人	1.47	1,650,000	0	无	0
梁小丽	境内自然人	1.12	1,256,700	0	无	0
姚忠发	境内自然人	0.99	1,106,200	0	无	0
曹桐珍	境内自然人	0.96	1,080,000	0	无	0
于海恒	境内自然人	0.83	932,180	0	无	0
张月晓	境内自然人	0.83	929,220	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，合肥荣新系公司控股股东，未知股东				

	间是否存在关联关系，也未知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	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

报告期内，面对突发的新冠疫情，公司经受了严酷的考验。51 个超市门店全部营业，2000 名超市员工昼夜奋战，向广大城乡居民提供丰富的生活必需品，公司成为所在地区商品流通的主渠道，担负起应有的社会责任，得到了各级政府和广大群众的高度赞扬。1-3 月份百货歇业 40 天，但超市业态的销售收入和利润呈现较大幅度增长。公司能够经受疫情的考验，离不开各级政府的支持，也离不开广大消费者的厚爱，当然也因为有自身的努力，尤其是得益于最近几年的加快发展。同时公司面对疫情造成的实际经营困难，公司加强各业态间的相互协作，针对性的改变经营策略及方式，加强线上销售，最大限度减少因疫情所带来的不利影响，最大限度弥补疫情带来的损失。

2020 年上半年公司实现营业收入 8.51 亿元，同比下降 8.52%，实现归属于上市公司股东的净利润 886.59 万元，与去年同期下降 22.37%。公司整体经营情况如下：

1、这次疫情对公司来说是喜忧各半，喜的是，对公司超市的发展带来了很大机遇。1-3 月超市增长 30%，基本上弥补了购物中心（家电、百货两大业态）歇业的损失，得到了各级政府的高度重视和消费者的高度认可，改变了消费者的消费习惯（从菜市场转向超市），聚焦超市业态的发展已成为全体安德利人的共识。忧的是：传统百货业态，经营难度进一步加大，疫情期间逼着很大一块消费群众从线下转到线上，短时间内很难再拉回来。

2、加速了公司线上线下的融合。疫情期间公司及时想办法建立小区微信群，实行线上下单，线下配送，有效解决了部分居民不能出来采购的困难，做法和精神可嘉，但所售商品有限、顾客挑选性受限，效果不是很明显，不能实现持续销售。随着新技术的成熟、5G 技术的大规模运用，公司不断完善线上系统，公司电商加强线上业务的拓展，线下商品流、物流、体验感与线上会员的信息流、订单、支付等全面融合。根据这次疫情公司开发新的销售模式：社区拼团、微信群+公众号+小程序裂变，用群做沟通、用公众号做常态互动、用小程序实现快速传播和交易，把线上推广和线下社交活动有机结合，锁定消费群体。同时与多家银行达成网上商城销售合作。

3、加强供应链的延伸和当地生鲜农副产品采购。疫情前期消费者具有一定恐慌心理，对必选消费品进行集中采购，同时餐饮停业使得餐饮消费转向家庭消费，部分农贸市场的停业也提升了消费者对超市的需求，公司一方面利用我们的蚂蚁商联的采购平台，面向全国基地直采，同时把所在区域的优势农副产品生产企业纳入公司供应链，助力当地经济发展，融入当地经济。下一步

公司还扩大生鲜经营规模，开展农超对接，加快建设农副产品生产基地，扩大自主品牌的比重。同时把本地优质农副产品推向全国。

4、业态的整合和发展的加速。公司目前百货+家电+超市业态，逐步转换以超市业态内增加百货业态，既能快速发展又能满足消费者不同层次的需求。生鲜产品在商超渠道的销售占比还有很大的提升空间，生鲜在美国、英国、日本的商超中占有率均稳居第一，代表超市麦德龙、乐购等均具有强大的产品可溯源体系和严格的商品质量检测标准，能为消费者提供更为安全的商品。这次疫情社会经济损失巨大，未来现代化的超市将继续加速提升占有率，疫情过后，农贸市场食品安全问题将得到政府进一步重视，各地政府将加大扶持商超发展，对公司超市的发展是一次机遇。公司继续加大对县域网点布局和社区超市的拓展，除现有的几个区域市场外，合肥、芜湖等城市市场还存在巨大空间，是公司下半年发展重点。

5、积极发挥企业的社会责任。参与地方的社会公益活动，例如捐资助学、慰问医生、抚慰孤寡老人等。疫情期间，公司在所在区域，利用直播、微信、淘鲜达等手段和平台，向城乡居民供应生活必需品，以及口罩、消毒品等防疫物资，受到各界好评。改善农村消费现状，公司倡导不卖假货，无条件退货，引导当地消费者和商户走向诚实守信，杜绝假冒伪劣商品。

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