

公司代码：601116

公司简称：三江购物

三江购物俱乐部股份有限公司  
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  
公司不进行半年度利润分配或公积金转增股本。

## 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	三江购物	601116	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	泮霄波	俞贵国
电话	0574-83886893	0574-83886893
办公地址	宁波市海曙区环城西路北段197号	宁波市海曙区环城西路北段197号
电子信箱	investors@sanjiang.com	investors@sanjiang.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	4,398,643,362.18	4,553,410,861.94	-3.40
归属于上市公司股东的净资产	3,142,618,951.42	3,167,648,466.45	-0.79
	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	43,786,208.55	32,758,637.47	33.66
营业收入	2,345,094,758.98	2,094,974,118.24	11.94
归属于上市公司股	84,506,164.97	112,183,989.68	-24.67

东的净利润			
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	72,435,296.04	64,313,158.97	12.63
加权平均净资产收益率(%)	2.6477	3.5563	减少0.9086个百分点
基本每股收益(元/股)	0.1543	0.2048	-24.66
稀释每股收益(元/股)	0.1543	0.2048	-24.66

### 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)					28,061	
截止报告期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	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	
上海和安投资管理有限公司	境内非国有法人	35.42	194,012,012		无	
杭州阿里巴巴泽泰信息技术有限公司	境内非国有法人	32.00	175,257,088	136,919,600	无	
上海和安投资管理有限公司—2017年非公开发行可交换公司债券质押专户	境内非国有法人	3.00	16,433,600	16,433,600	质押	16,433,600
陈念慈	境内自然人	1.69	9,269,400	6,952,050	无	
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	未知	1.50	8,238,400		无	
黄跃林	境内自然人	1.42	7,780,088		无	
郭光文	境内自然人	1.00	5,470,500		无	
田开吉	境内自然人	0.77	4,238,100		无	
中国建设银行股份有限公司—交银施罗德阿尔法核心混合型证券投资基金	未知	0.52	2,829,226		无	
中国农业银行股份有限公司—交银施罗德瑞思三年封闭运作混合型证券投资基金	未知	0.47	2,599,919		无	
上述股东关联关系或一致行动的说明			上述前十名股东持股情况中,陈念慈为上海和安投资管理有有限公司法定代表人,持有该公司80%股份。			
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明						

## 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

# 三 经营情况讨论与分析

## 3.1 经营情况的讨论与分析

### 1. 抗疫保供

年初受新冠疫情影响，公司凭借着经受疫情考验的强大供应链实力，以及多年积累的规模和品牌优势，组织广大员工坚守岗位，积极组织商品货源，及时动态补货，避免出现‘空架’情况，保证民生商品的供应，以及重要生活必需品价格基本平稳；全公司一手保供应，一手抓防疫，紧急制定下发了疫情防控操作指引，要求所有门店每日消毒，员工采取防护措施。

### 2. 升级线下门店

报告期内，全公司争创新零售门店，完成门店改造 45 家，顾客购物环境有了质的提高；目前已有 48 家门店达到新零售 1.0 门店标准。通过 NPS 顾客问卷调查、数据分析，引进各类网红商品，丰富品项尤其是生鲜、准生鲜商品。开展多个试点项目，如零食铺项目，水产破冰项目，短保商品破冰项目，水产、面点、熟食品项大大增加。落地总部平台直通门店，直播培训赋能门店，进一步提升门店的营运标准和进销存管控能力，用数据驱动现场，改善现场改变数据的能力，更好地服务好顾客。

### 3. 加大线上业务发展

报告期，公司共有 52 家门店已上线“淘鲜达”业务；优化“三江云菜 APP”，引进“饿了么”，实现全渠道统一管理，提升顾客线上购物体验；疫情催化直播效应，公司尝试了各类网红、民生、时令等商品的线上直播和到店自提的模式，提升了销售。

### 4. 组织机制建设

报告期，公司为完成转型升级攻坚任务，适应 VUCA 时代环境，启动组织变革，开启市场化生态组织打造：设立以单个门店组织、单个品类采购为业务单元，赋予业务单元充分的责任、权利和利益分配，以价值贡献为导向，设立单店利润分享、S 商品利益分享奖（商品开发奖），充分激发业务组织单元的活力和生产动力；设立扁平化的总部平台组织，转管理为服务，以价值贡献为导向，强化文化植入，设立成果行为干部评估机制，努力培养一批高创新能力、高价值创造的年轻干部。公司还将继续组织革新，不断提升组织的环境感知能力、服务顾客能力、创新和敏捷反应能力，努力转型成市场化生态组织。

### 5. 数智化建设

扩展线上 APP、小程序功能，完成线上直播带货功能扩展，支持线上直播销售；新开发三江会员团小程序，支持社区团的业务模式；完成“饿了么”渠道接入，拓展线上渠道。全渠道会员数智化管理平台项目实施，提升全渠道的会员运营能力，深层次精准触达用户，精细化会员运营提升 LTV。物流系统升级，对配送常规系统进行系统升级合并，解决物流系统与 ERP、门店系统之间归口多服务难的问题。

6. 食品安全

根据国内疫情形势影响和公司发展需要，把控产品准入关，上半年新供应商验厂 100 多家，验厂数量同比增长 90%；产品品质逐步提升，上半年有效客诉数量同比下降 34%；进货检验 10 万余批次，检测项目 17 万余项次，产品合格率达到 99.79%；公司加工中心启动 ISO22000 食品安全管理体系认证。

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

\_\_\_\_\_