公司代码：601933　　公司简称：永辉超市

永辉超市股份有限公司

2016 年半年度报告摘要

一　重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

1.2 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	永辉超市	601933	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张经仪	吴乐峰、孙　昊
电话	0591-83762200	0591-83762200
传真	0591-83787308	0591-83787308
电子信箱	bod.yh@yonghui.cn	bod.yh@yonghui.cn

二　主要财务数据和股东情况

2.1 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	20,100,430,656.55	20,304,104,052.86	-1.00
归属于上市公司股东的净资产	12,287,209,387.64	12,227,660,532.59	0.49
	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	1,247,253,479.35	981,565,075.47	27.07
营业收入	24,517,857,974.47	20,834,832,928.50	17.68
归属于上市公司股东的净利润	669,679,271.25	526,520,579.09	27.19

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	661,283,613.82	472,946,699.38	39.82
加权平均净资产收益率（%）	5.33	5.57	减少0.24个百分点
基本每股收益（元／股）	0.08	0.07	14.29
稀释每股收益（元／股）	0.08	0.07	14.29

2.2 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数（户）				126,620		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）				不适用		
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	
牛奶有限公司	境外法人	19.99	1,626,200,936	1,626,200,936	无	0
张轩松	境内自然人	19.82	1,612,770,406	284,591,176	质押	763,280,000
张轩宁	境内自然人	12.19	991,748,320	0	质押	396,500,000
谢香镇	境内自然人	2.24	182,576,880	0	无	0
叶兴针	境内自然人	2.24	182,576,880	0	无	0
郑文宝	境内自然人	2.24	182,576,880	0	无	0
国泰君安期货有限公司－国泰君安鑫悦 8 号资产管理计划	未知	1.19	96,485,528	0	无	0
新华人寿保险股份有限公司－分红－团体分红－018L－FH001 沪	未知	1.01	67,414,454	0	无	0
全国社保基金一一五组合	国有法人	0.83	62,000,000	0	无	0
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.76	58,994,000	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	实际控制人张轩松和张轩宁属于一致行动人。张轩松与张轩宁为兄弟关系，郑文宝为张轩松、张轩宁两人的表兄；谢香镇为张轩松、张轩宁两人的妹夫；其他股东之间，未知是否存在关联关系或一致行动人。					
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。					

2.3　控股股东或实际控制人变更情况

□适用 √不适用

三　管理层讨论与分析

截止报告期末，公司实现营业总收入 245.17 亿元，同比增长 17.68%；归属于上市公司股东的合并净利润 6.70 亿元，同比增长 27.19%。

1、拓展及战略规划

公司 2016 年 1-6 月不含会员店业态（下同）新开门店 24 家，新签约门店 40 家；已开业门店经营面积 386.05 万平方米，较去年同期增加 52.20 万平方米，单店平均面积 9555.63 平方米；已签约未开业门店达 185 家，储备面积 187.80 万平方米。

2、门店营运情况

营业收入同店同比（两年期）开业门店资料

单位：万元

业态	门店数	2016 年 1-6 月营业收入（万元）	同比增减（%）	坪效（元/㎡)	平均租金水平（元/㎡)
社区店	43	112,496.65	2.08	2,283.23	29.55
卖场	156	919,861.40	1.58	1,937.01	30.23
大卖场	94	741,454.61	3.11	1,687.41	39.57
BRAVO	26	154,266.09	12.37	1,816.26	52.96
合计	**319**	**1,928,078.75**	**2.99**	**1,838.90**	**36.26**

说明：上表坪效数据为基于门店经营面积测算的月均坪效。

3、生鲜事业部

报告期内，生鲜事业部通过供应链整合、产地资源共享、全国性战略伙伴合作机制，强化直采商品占比，持续提升生鲜竞争力；后续将建立供应商竞赛规则，进一步挖掘产地资源，寻找更具优势的供应渠道，发展扶植专业供应商。事业部根据业态设定的品类箱值和中分类箱值，通过设定系统品项配置表优化 SKU，强化共性商品，减少品项缺失，淘汰低效商品；在商品推广上顺应消费趋势，引进差异化商品，提高中高端商品、小众商品及自有品牌的销售占比；建立优势农产品绿色直供渠道，通过供应链共性分析，制定共性商品操作机制，通过系统配合提高商品性价比及规模优势。

生鲜长半径项目根据商品特性覆盖第一业务集群主要大区及为战略合作伙伴提供支持。该项目针对大宗贸易商品，积极去除双层代办操作方式，确保价格优势；寻找最佳原产地，与知名品牌生产商形成双品牌农业定制合作；打造高品质生鲜 OEM 农产品品牌，着重挖掘商品附加值，培育养明星商品，及第权威第三方品质标准升级和认证。

4、食品用品事业部

报告期内，食品用品事业部持续提升供应链效率和品类管理创新能力，着力于品牌直供、自有品牌发展、酒类项目整合、商品结构优化等业务重点。以采销一体化为基础实施商品结构计划，集中采购销售占比首超 50%，进一步提升全国共性商品比例和供应链整合获利能力，上半年总毛利率提升 0.5%；借助跨品类组合促销、品牌商品联合促销，自有品牌重点单品销售业绩显著；酒类全面优化品类结构，推进重点厂商战略合作及发挥标杆门店的示范作用，整合效益明显，上半年进口葡萄酒增长 59%、白酒增长 39%。

下半年事业部仍将统一全国营采思路，整合实体门店与电商渠道资源，继续实施重点商品营销策略，着重夯实零售业务基础，全力完成预定的年度经营目标。

5、服装事业部

服装事业部上半年完成新供应商引进谈判，根据三档标准选择具有研发能力直供供应商，与厂商共享经营数据，共同制定商品企划，开发季度战略商品；通过试点及改良，进一步拓展单品汇项目（上半年新开业门店 11 家），结合合伙人机制和赛马机制以盈利模型合理测算新店绩效，以单品营销、主题营销形式开展有效营销，并以移动营销模式推广单品汇会员；通过合理化门店人员结构和经营面积等方式，管理门店费用，同时持续优化门店布局和库存（库存优化率 64%）。

事业部下半年拟调整核算规则，在全国实施阿米巴核算体系，门店激励方案调整为合伙人+全职员工，以提升门店服务和执行效率；从 9 月份开始全面落位品牌厂商合作制，零库存管理，供应链、服装平台、集群门店三方利润共享；原有事业部改制为商行运行模式，形成服务、整合、输出功能的转变，以商品线、经营数据分析、预警监控、反馈信息互动，以服务供应链与帮扶门店为宗旨；单品汇项目将全面完善整体定位，升级门店 VI 及 SI，形成多品牌运作模式，下半年将持续开店 17 家。

6、信息中心

报告期内，信息中心在稳定 ERP 核心系统基础上，以业务升级为重心，发展大数据与业务场景的结合应用，推动公司数据化、平台化管理，强化信息服务和应用。信息中心以数据及模型支持供应链梳理及品类结构优化，以平台系统支持门店及物流体系的扩张建设(重点冷链物流 2 家)，以技术输出支持战略伙伴间的系统数据共享和业务融合；以应用开发支持业务发展如永辉微店、京东到家合作、会员店、海淘、B2B 等模块，形成内外结合、线上线下交互的统一数据交换平台；

升级门店收银前台为能同步实施互联网各种营销模式的新平台，实现门店互联网终端化。

下半年信息中心将在现有数据应用基础上，推进企业内部管理流程化、标准化、透明化，扩大数据与业务结合点，深化业务融合度，持续为业务升级提供有效支撑。推动大数据在精准营销在全国范围应用及建立统一的供应商数据服务平台，在供应链各环节实现移动端系统交流及数据共享，提升流程效率；将扩大大数据对品类优化的支持，提供基础数据对接以管控品类 SKU 贡献度及预测补货准确性等业务要素。

7、新业态发展

报告期内，公司第二业务集群共运营（含改标）Bravo 门店 82 家，会员店 21 家；下半年计划新开 Bravo 门店 26 家，会员店 12 家。该集群以合伙人自主创业模式激发经营热情，以商行制进行供应链资源服务支持，以数据驱动业务推广和营销，同时践行赛马机制；线上渠道辅以京东到家平台，结合大型营销活动、特色主题营销及支付宝、微信等联合移动营销稳步发展；线上业务主要以上海会员体验店运营模式研发为主，改版二代会员体验店并试点拓展覆盖区域类型。会员数量持续稳定上升，辐射半径加大，成为与顾客群链接新纽带。

下半年该集群将对线下会员体验店按二代店标准模板复制创新，启动北京区域扩张；增加各业务线上渠道及业务模块，完成 10000 支商品选品；推行模块化经营，坚持精品路线，加工业态和食品用品业态结合，领先培育消费市场。同时将上线 APP，对线下会员进行开发和发展，结合京东到家渠道，实现线上线下互动，精准营销；各支持商行提升商品精细化管理水平，布局各地物流网络、控费增效、对标国际水准，通过协同效应完成全年既定经营目标。

四 涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

无

4.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

无

4.3 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

截止 2016 年 6 月 30 日，公司拥有 62 家子（孙）公司，合并范围较上年新增 3 家子（孙）公司，详见本附注八、合并范围的变动和本附注九、在其他主体中的权益。

4.4 半年度财务报告已经审计，并被出具非标准审计报告的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

不适用