

证券代码：002419

证券简称：天虹股份

公告编号 2020-006

天虹商场股份有限公司 2019 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员无异议声明

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议

非标准审计意见提示

适用 不适用

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 1,200,300,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4.2 元（含税），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

1、公司简介

股票简称	天虹股份	股票代码	002419
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	万颖	黄晓丽	
办公地址	深圳市南山区中心路（深圳湾段）3019 号天虹大厦 19 楼	深圳市南山区中心路（深圳湾段）3019 号天虹大厦 19 楼	
电话	0755-23651888	0755-23651888	
电子信箱	ir@rainbowcn.com	ir@rainbowcn.com	

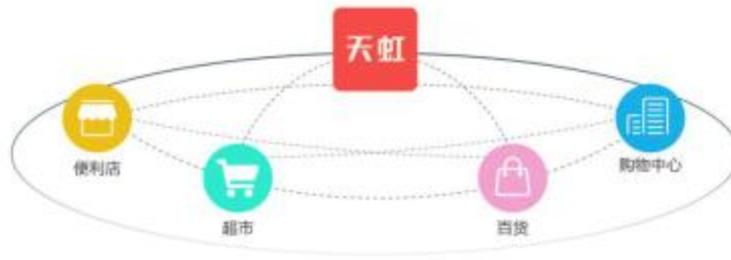
2、报告期主要业务或产品简介

(1) 公司主要业务及经营模式

公司在行业内率先转型，突破传统购物模式，开启线上线下融合的数字化、体验式消费新模式，正成为线上线下一体化的消费服务平台。天虹实体门店突破物理空间限制，升级为数字化门店+体验和深度服

务中心，通过数字化实现人、货、场的全面“在线”，多场景触达，同时运用三十多年商业专业运营经验为顾客创造亲和、信赖、享受生活的场景体验和深度服务。全国门店通过数字化平台，共享商品和供应链、员工及服务，做到全国范围内的协同，形成网络效应。同时，公司还积极融入外部生态系统，为更广泛的商户提供销售服务平台，为供应链上游和同行提供数字化技术服务。

公司目前已确立百货、超市、购物中心、便利店四大业态线上线下融合的数字化、体验式新零售，拥有“天虹”、“君尚”、“sp@ce”、“微喔”四大品牌。天虹APP作为天虹数字化的统领，是天虹的会员中心、商品中心、营销中心、大数据中心和流量共享中心。



公司四大业态有平台与垂直两类业务，平台型业务主要是百货、购物中心，以联营、租赁等合作模式为主。垂直型业务主要为超市、便利店，超市主要是自营模式，便利店主要为加盟模式。

天虹百货提供品质、时尚的商品和优质的生活服务，持续进行中高端升级或购物中心化转型。

天虹购物中心定位为畅享欢乐时光的时尚生活中心，包含吃喝玩乐、生活零售、儿童成长、便利生活四大内容，并通过打造欢乐文化IP以及独有欢乐设备、特色主题街区升级顾客体验。

天虹超市定位中高端、数字化、体验式的生活超市。满足中产家庭顾客生活所需，通过提供品质、健康、高性价比的商品以及现场特色服务与体验，为消费者提供品质健康生活解决方案。

天虹便利店致力于打造便利、品质、健康、温暖的新型便利店，是中青年消费者、都市白领一日三餐的提供者。重点发展社区与商务两类门店，采取紧密特许加盟与内加盟利润分配制两种加盟方式。

公司围绕零售生态体系，分别成立了为同行及上游品牌商提供零售数字化技术服务的深圳市灵智数字科技有限公司（简称灵智数科），以及为中小供应商提供融资服务的天虹小额贷款有限公司（简称天虹金融）。

灵智数科是一家专业的全零售数字化解决方案与技术、知识服务公司，基于多年全零售业务深耕实体，熟知零售行业痛点、提供全套数字化解决方案及数字化顾问咨询、数字化系统工具，帮助零售商提升运营管理能力及经营销售业绩。

天虹金融公司，依托主业聚焦零售业的供应链金融领域，为零售生态圈的中小企业提供融资服务。

（2）零售行业发展阶段、公司所处的行业地位

2019年，零售行业整体仍然处于疲软的状态，社会消费品零售总额年度同比增长8%，增速较上年同期下降0.98个百分点，全年增速逐月下降。

在此情形下，零售行业内业绩分化明显。先进企业实现线上线下融合，精细化运营用户，围绕顾客不同生活场景不断优化发展，进行业态创新。零售行业更加细分，竞争愈加激烈，市场集中度将进一步提升。

2019年中国连锁经营协会发布的“2018年中国连锁百强”榜单中，天虹排名第22位。公司已成为行业中领先的线上线下一体化模式的零售运营商与服务商，原有业态率先创新转型，新业态快速成长，逐步成熟。

天虹已全面实现会员、商品、营销、服务的数字化和经营管理数字化，并面向市场提供数字化解决方案业务，同时不断探索智能化技术在零售中的应用，成为全国实体零售企业数字化的领先标杆。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入	19,392,529,091.00	19,137,953,377.36	1.33%	18,535,350,151.20
归属于上市公司股东的净利润	859,304,790.24	904,383,220.56	-4.98%	718,192,605.94
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	716,667,228.26	792,208,337.35	-9.54%	634,995,206.48
经营活动产生的现金流量净额	1,458,986,590.27	2,194,560,612.53	-33.52%	1,123,260,187.53
基本每股收益（元/股）	0.7159	0.7535	-4.99%	0.5983
稀释每股收益（元/股）	0.7159	0.7535	-4.99%	0.5983
加权平均净资产收益率	12.87%	14.50%	下降 1.63 个百分点	12.47%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
资产总额	16,633,434,726.30	16,254,625,111.47	2.33%	15,406,830,962.35
归属于上市公司股东的净资产	6,949,576,466.45	6,567,536,863.95	5.82%	6,023,034,033.70

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	5,178,433,662.08	4,497,387,353.70	4,399,164,477.52	5,317,543,597.70
归属于上市公司股东的净利润	313,667,070.33	189,535,950.99	148,762,989.70	207,338,779.22
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	292,801,575.34	158,335,455.31	109,711,659.88	155,818,537.73
经营活动产生的现金流量净额	-430,399,085.25	125,649,175.16	671,236,770.61	1,092,499,729.75

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(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

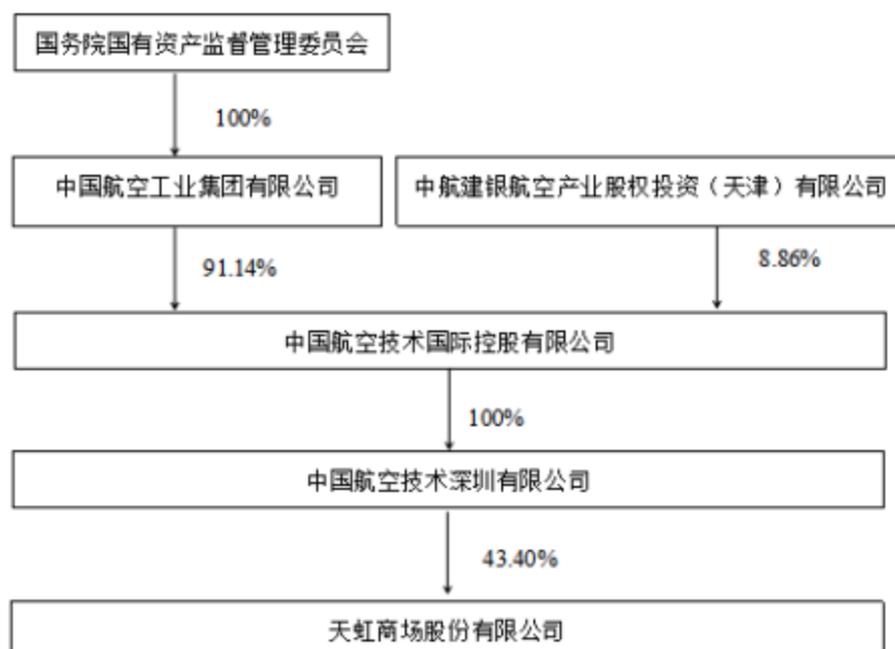
报告期末普通股股东总数	21,633	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	24,455	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
中国航空技术深圳有限公司	国有法人	43.40%	520,885,500	-	-	-	
五龙贸易有限公司	境外法人	24.15%	289,855,299	-	-	-	
全国社保基金一零三组合	其他	2.67%	31,999,593	-	-	-	
中国银行—华夏大盘精选证券投资基金	其他	2.42%	29,094,698	-	-	-	
共青城奥轩投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.92%	23,008,336	-	-	-	
全国社保基金五零三组合	其他	1.64%	19,649,950	-	-	-	
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.54%	18,466,350	-	-	-	
香港中央结算有限公司	境外法人	1.01%	12,134,915	-	-	-	
中国工商银行股份有限公司—泓德泓富灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.99%	11,827,484	-	-	-	
天虹商场股份有限公司—第 1 期员工持股计划	其他	0.66%	7,932,364	-	-	-	
上述股东关联关系或一致行动的说明	未知以上股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无						

(2) 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。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、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

(一) 公司经营情况概述

公司在2019年加大战略投入，更大力度地推进数字化转型，在线化业务模式日趋成熟，正成为线上线下一体化的消费服务平台。公司依托先进的信息技术和不断积累的数据资产，加强面向终端顾客的在线化零售运营以及面向同行/品牌商的数字化技术服务，同步推进数字化、体验式、供应链三大业务发展战略。公司进一步优化超市数字化，推进百货数字化，同时利用数字化和智能化技术改造业务中后台，并面向市场提供数字化解决方案；加强体验式升级，通过顾客亲密、生活美学、愉悦体验增厚门店的服务价值与差异化特色，提高客流和收益；大力推进品类管理，进一步深耕供应链，并推进全国供应链整合。

通过全体员工的努力及与各合作伙伴更加紧密的合作，2019年公司实现GMV约300亿元，营业收入193.93亿元，归属于上市公司股东的净利润8.59亿元。

(二) 报告期内重大经营事件回顾

1、通过数字化与智能技术为顾客提供便利与高效的服务

截至报告期末，公司整体数字化会员人数约2355万。全年线上销售额增长42%。

持续优化超市数字化，超市“天虹到家”销售同比增长43%，到家销售占比10%；全面推动百货专柜到家服务，打造系列平台工具让实体店导购和店铺都实现在线化，百货数字化线上专柜不断增加，百货专柜到家销售同比增长逾三倍。

经营管理全面数字化，天虹整合多渠道业务系统，统一数据架构，构建“数据+业务”双引擎驱动体系，形成了以中台支撑的全链路生态化数字系统。优化中后台SCRM系统，进一步上线丰富多样的前端功能以及开发应用多种内部经营管理工具。

2019年6月5日，公司与深圳市驿新数字科技合伙企业（有限合伙）合资注册成立了深圳市灵智数字科技有限公司（以下简称“灵智数科”），其中驿新为公司数字化业务骨干人员组成的合伙企业，持有灵智数科15%股份。报告期内灵智数科成功签订永旺数字化建设项目，已为永旺搭建全渠道数字化中台及前端应用产品，即永旺APP与小程序；中标屈臣氏SCRM项目，为其提供会员营销管理系统。灵智数科将继续为同行和品牌商提供SaaS化技术服务。

2、持续通过业态升级提升实体店体验

百货门店持续试行一楼街区化、其他楼层主题编辑化调整，带动整体人气的同时也带来收益的大幅增长，如王庄天虹毛利坪效同比增长21%、新奥天虹毛利坪效同比增长16.6%；通过打造空间美学、VMD主题陈列、专柜PAD搭配推荐、培训商场搭配师/品牌搭配师，开展生活美学服务；通过亲子亲密、大客户亲密、社群亲密、智能互动体验项目等推进顾客亲密服务；通过欢乐体验项目、欢乐文化营销、欢乐服务实现顾客愉悦体验；积极推进百货的购物中心化转型、时尚升级等方向，门店体验业态面积增大，占比达到26.5%。

购物中心打造畅享欢乐时光的时尚生活中心，聚焦欢乐时光与家庭生活。通过购物中心IP形象、欢乐营销及欢乐服务打造欢乐文化IP，完成欢乐文化服务体系建立及推行。天虹购物中心门店打造特色主题街区、开发上百个免费欢乐项目设备及欢乐巡游等特色活动，持续打造家庭欢乐时光。2019年打造的独有欢乐项目如亲子臂力器、大宝欢乐塔等项目备受顾客喜爱。佛山天虹购物中心特色Runlike运动主题街区开业，YES街、儿童主题街区持续提升完善及成功复制。2019年购物中心整体销售额增长35%，可比店出租率达到98%以上。

3、致力于打造品质更好、价格更低、速度更快的优质供应链

大力推进品类管理，打造战略核心商品群，包括国内外直采、自有品牌、生鲜基地、2R商品（ReadytoCook&ReadytoEat，即食即烹商品）等具有市场竞争力的高销售/高毛利商品，SKU同比增幅34.7%，销售同比增幅35.9%。其中，国际直采实现销售同比增长37.9%，与澳洲红酒第一品牌奔富直采合作，直采奶制品SKU已占进口奶制品品类的38%；生鲜直采实现销售同比增长20.8%，生鲜基地增加11个；自有品牌品质升级、拓展新品类实现销售同比增长38%；2R商品销售同比增长31.3%。

便利店围绕一日三餐，搭建差异化商品的核心竞争力，引进一系列地方特色美食以及季节性便利商品，全面优化鲜食并提升品牌形象。

大力推进供应链全国整合，截至报告期末共签订全国供应商协议60家；完成全国物流仓网规划，常温干线引进顺丰覆盖了全国网络，天虹物流中心三期项目开工奠基。

4、拓展门店网络

公司进入快速拓展期，截至报告期末，公司新开11家购物中心，购物中心门店数量累计达到24家，面积占比达到41%。

购物中心新店拓展情况如下：

5月18日，公司在广东省佛山市开设佛山天虹购物中心。

6月28日，公司在江西省吉安市开设吉安城南天虹购物中心。

7月18日，公司在广东省深圳市宝安区松岗街道开设松瑞天虹购物中心。

7月26日，公司在福建省莆田市开设水韵城天虹购物中心。这是公司首个进驻莆田的购物中心。

10月17日，公司在江西省鹰潭市开设了鹰潭天虹购物中心。这是公司首个进驻鹰潭的购物中心。

11月29日，公司在广东省深圳市龙华区开设福城天虹购物中心。

12月12日，公司在江西省南昌市开设朝阳洲天虹购物中心。

12月20日，公司在广东省惠州市惠东县开设天虹购物中心。

12月27日，公司在江西省萍乡市开设天虹购物中心，这是天虹在江西省萍乡市的首家门店。

12月29日，公司在江苏省泰州市开设天虹购物中心，这是天虹在江苏省泰州市的首家门店。

12月31日，公司在广东省深圳市宝安区福永街道开设福永天虹购物中心。

另外，2020年1月1日起，公司在广东省深圳市承租经营两个在营购物中心——福田区中航城项目（原华强北九方）、龙华区中航天逸花园项目（原龙华九方）。项目分别命名为：中航城天虹购物中心、龙华中心区天虹购物中心。

公司全年在深圳、惠州、东莞、佛山、珠海、吉安等区域开设8家sp@ce独立超市。

公司坚持有效益扩张，近年来通过优化新店开业流程、精准定位、线上线下一体化等多种措施，新店开业效果显著提升，大部分新开门店培育期缩短至2年左右。

5、提升运营能力，坚持服务领先、质量领先

公司持续推进7项品质保证承诺(超市不卖隔夜肉菜、超市水果不好吃“三无“退货、线下购物线上任性退、天虹到家2小时送达、百货商品免费邮寄、敢比价贵就赔、在线客服朝9晚10随时候命)获得广泛的影响力与顾客好评。

公司继续推进ISO22000质量体系，6月，公司荣获第八届“中国食品健康七星奖——年度七星奖”，自2014年参评以来连续五届获此奖项。12家超市荣获“深圳市食品经营安全示范店”称号。

6、非零售业务

天虹金融业务稳健推进，面向上游中小供应商，同招商银行共建结算贷产品；基于零售生态圈，联合第三方物流企业、供应链管理公司，共同推出动产融资产品；截至12月底，天虹金融业务累计发放贷款超过30亿元人民币。

公司持续推进苏州相城天虹、南昌九洲天虹项目的销售与交付，截至报告期末，苏州相城天虹项目和南昌九洲天虹项目累计已交付比例分别为99.96%和85.21%，报告期内结转收入5.88亿元。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化 是 否**3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况** 适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
主营业务收入：零售						
服装类	5,840,146,936.78	1,480,152,553.15	25.34%	-9.15%	-9.81%	0.55%
食品类	5,817,954,746.61	1,303,803,496.32	22.41%	14.52%	15.78%	-0.84%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征 是 否**5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明** 适用 不适用**6、面临暂停上市和终止上市情况** 适用 不适用**7、涉及财务报告的相关事项****(1) 与上年度财务报告相比，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

详见第十二节财务报告中重要的会计政策和会计估计变更的相关内容。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明 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) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明 适用 不适用

本公司本期纳入合并范围的子公司共33户，本年度合并范围比上年度增加1户。

具体情况详见第五节重要事项中公司子公司重大事项相关内容。

天虹商场股份有限公司

法定代表人：高书林

二〇二〇年三月十九日