

公司代码：603214

公司简称：爱婴室

上海爱婴室商务服务股份有限公司
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
本报告期，公司不进行利润分配，也不进行公积金转增股本。

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	爱婴室	603214	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	高岷	唐普阔
电话	021-68470177	021-68470177
办公地址	上海市浦东新区杨高南路729号 陆家嘴世纪金融广场1号楼5层	上海市浦东新区杨高南路729号 陆家嘴世纪金融广场1号楼5层
电子信箱	investor.list@aiyingshi.com	investor.list@aiyingshi.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	1,749,075,922.14	1,655,406,564.68	5.66
归属于上市公司股东的净资产	1,016,831,116.08	1,013,689,981.93	0.31
	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	122,055,165.11	-504,051.36	24,314.83
营业收入	1,095,777,254.86	1,179,150,330.60	-7.07

归属于上市公司股东的净利润	44,111,522.03	62,287,320.00	-29.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	30,844,520.92	50,889,597.52	-39.39
加权平均净资产收益率(%)	4.32	6.82	减少2.50个百分点
基本每股收益(元/股)	0.32	0.44	-27.27
稀释每股收益(元/股)	0.31	0.44	-29.55

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)				9,666		
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	
施琼	境内自然人	22.59	32,280,855	32,280,855	质押	728,680
Partners Group Harmonious Baby Limited	境外法人	18.81	26,870,056		无	0
莫锐强	境内自然人	11.76	16,800,000	16,800,000	质押	2,889,360
上海茂强投资管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	3.67	5,250,000	5,250,000	无	0
杨清芬	境内自然人	3.48	4,970,000		无	0
董勤存	境内自然人	3.27	4,668,300	4,668,300	质押	2,890,240
广发基金管理有限公司-社保基金四二零组合	国有法人	2.96	4,235,503		无	0
首域投资管理(英国)有限公司-首域中国A股基金	境外法人	1.85	2,640,427		无	0
戚继伟	境内自然人	1.82	2,599,576	2,599,576	质押	1,680,000
香港金融管理局-自有资金	境外法人	1.74	2,486,862		无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中,施琼、莫锐强、戚继伟、董勤存为一致行动人,莫锐强系茂强投资的执行事务合伙人,莫锐伟与莫锐强为兄弟关系。其余股东公司未知其之间是否存在关联关系也未知其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

2020 年上半年，围绕“品牌+全渠道”发展方向，公司管理团队聚焦主业，稳健经营，推进商品结构优化、引进中高端国产奶粉品牌，升级会员体系、推出 MaxPro 会员卡，加码电商投入、拓展线上销售平台，加速数字化转型、提升门店数字化运营能力，积极探索新媒体营销方式、运用社交平台和短视频直播触达母婴消费群体，较好地推进了主业恢复发展。

报告期内，受疫情的持续影响，公司对直营门店结构进行优化，实现新开门店 8 家，调整关闭门店 18 家，截至本报告期末，公司直营门店总数为 287 家。公司持续提升 APP、微商城小程序、“到家”小程序购物体验，运用社交营销玩法、创新短视频直播营销方式，吸引消费流量，截至本报告期末，公司电子商务平台销量取得新突破。

报告期内，公司实现营业收入 109,577.73 万元，比上年同期下降 7.07%，归属于上市公司股东的净利润 4,411.15 万元，比上年同期下降 29.18%。其中，门店销售收入 95,098.9 万元，份额占比 86.79%，收入同比下降 9.2%；电子商务销售 5,948.97 万元，份额占比 5.43%，收入同比增长 87.91%；自有品牌商品销售 8,449.15 万元，占商品销售的 8.28%。

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

依据《企业会计准则第 14 号——收入》（简称“新收入准则”）准则通知要求，自 2020 年 1 月 1 日开始按照新修订的上述准则进行会计处理，根据衔接规定，对可比期间信息不予调整，首日执行新准则与现行准则的差异追溯调整本报告期期初留存收益。

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