

证券代码：300783

证券简称：三只松鼠

公告编号：2020-036

三只松鼠股份有限公司 2020 年半年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

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

公司计划不派发现金红利，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	三只松鼠	股票代码	300783
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	潘道伟	倪璐熠	
办公地址	安徽省芜湖市弋江区芜湖高新技术产业开发区久盛路 8 号	安徽省芜湖市弋江区芜湖高新技术产业开发区久盛路 8 号	
电话	0553-8788323	0553-8788323	
电子信箱	h_slao@3songshu.com	h_slao@3songshu.com	

2、主要财务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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	5,252,014,479.38	4,511,407,875.01	16.42%
归属于上市公司股东的净利润（元）	187,818,522.17	266,458,631.60	-29.51%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	153,390,561.27	261,618,126.15	-41.37%
经营活动产生的现金流量净额（元）	608,391,745.39	446,374,610.89	36.30%
基本每股收益（元/股）	0.4684	0.7402	-36.72%
稀释每股收益（元/股）	0.4684	0.7402	-36.72%
加权平均净资产收益率	9.44%	21.40%	-11.96%

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	3,337,482,268.70	4,841,648,763.70	-31.07%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,982,900,298.42	1,895,288,108.91	4.62%

3、公司股东数量及持股情况

报告期末股东总数		16,662	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）		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
章燎源	境内自然人	39.97%	160,272,000	160,272,000	质押	12,000,000
NICE GROWTH LIMITED	境外法人	20.61%	82,656,000	82,656,000		
LT GROWTH INVESTMENT IX (HK) LIMITED	境外法人	16.73%	67,104,000	67,104,000		
上海自友松鼠投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	4.34%	17,388,000	17,388,000		
GAO ZHENG CAPITAL LIMITED	境外法人	4.22%	16,920,000	16,920,000		
安徽松果投资管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	1.76%	7,056,000	7,056,000		
安徽燎原投资管理有限公司	境内非国有法人	1.67%	6,696,000	6,696,000		
全国社保基金一一一组合	其他	1.25%	5,018,619	0		
太平人寿保险有限公司—分红—团险分红	其他	0.54%	2,149,358	0		
上海自友投资管理有限公司	境内非国有法人	0.48%	1,908,000	1,908,000		
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东、实际控制人章燎源先生为安徽燎原投资管理有限公司控股股东、实际控制人，为安徽松果投资管理中心（有限合伙）执行事务合伙人和实际控制人；股东 NICE GROWTH LIMITED 与股东 GAO ZHENG CAPITAL LIMITED 互为一致行动人；股东上海自友投资管理有限公司为股东上海自友松鼠投资中心（有限合伙）的普通合伙人，实际控制人均为公司现任监事李丰。除此之外，公司未知前 10 名无限售流通股股东之间，以及前 10 名无限售流通股股东和前 10 名股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、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，且在半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

2020年上半年度，突如其来的新冠肺炎疫情对社会经济发展带来了巨大冲击。面对疫情，公司积极履行社会责任，向灾区捐款捐物，同时，第一时间组建火山突击队，保障公司生产经营和员工生命安全。报告期内，公司以“危中有机、危中找机、危中成机”为原则，聚焦新发展机会，抓住食品电商新增长、方便速食新需求等机遇，推进供给升级、策略升级、管理升级、多品牌建设等战略，实现营业收入的稳定增长。

报告期内，线上平台流量进一步分散，多流量入口导致主流电商渠道的流量下滑，线上销售增速放缓，公司采取积极措施，借助数字技术，通过直播、短视频等新兴工具，扩大电商引流入口，在保障销售增长的同时也增加了获客成本。公司线下门店由于疫情的影响，整体客流下降，公司减缓新店开业进度，因此报告期内新店对营收和利润的拉动作用未达预期，为此，公司通过联合直播、社群运营等多种举措，保障了门店销售业务的稳步提升，上半年营收实现合理增长。在疫情下，公司业务受交通因素影响，销售费用及固定费用摊销攀升，对利润也产生了一定的影响。

报告期内，公司实现营业总收入525,201.45万元，比上年同期增长16.42%；实现归属于母公司所有者的净利润18,781.85万元，比上年同期下降29.51%。

本报告期，公司重点工作如下：

（一）线上业务持续领先，线下渠道加速布局

线上板块，围绕“新供给拓新人群，新运营抓新流量”的战略定位，以商品运营为核心，加快走向一体化精细化运营深水区，实现由粗放式运营到精细化运营的大步升级，逐渐从“以销建品”向“品销合一”转变，重塑渠道定位，依据平台特性实施多渠道营销策略，深耕用户分层需求，拓展品牌价值。报告期内，公司开启直播“三新”和直发项目，积极拥抱直播新赛道，迎接行业新趋势，借助直播新风口拉动增长，联合薇娅等各大平台知名主播展开合作，累计开展直播超50场，实现近2亿元的销售额，其中，薇娅专场直播带货金额达3,953.7万元。根据第一财经商业数据中心联合新榜数据显示，在618品牌抖音直播带货榜中，公司以3,720.8万元的预估销售额位列榜单第一。

线下板块，虽受疫情一定影响，但整体保持稳步增长，进一步深化全国布局。报告期内，投食店较年初新开38家店铺，期末店铺达139家，覆盖全国22省（含直辖市），投食店实现营收3.1亿元，同比增长45%，联盟小店较年初新开209家店铺，期末店铺达478家，覆盖全国14省（含直辖市），联盟小店实现营收1.57亿元，同比增长166.1%。

其中，投食店聚焦精致零食、IP互动与个性体验，以数据强化运营指导，深化不同地域的用户和商品标签，实现商品的反向定制能力。同时，通过联合商场直播带货、锁定方便速食品类、借助外卖平台送货到家服务、加速门店供应链一体化系统研发等措施，在危机中寻求增长突破。联盟小店通过成立“创业大学”，以培养取代招商，赋能新店长更快更好地经营门店。同时，进一步深化对私域粉丝社群的建立和管理，加大外卖渠道等线上营销工具的开发及探索。五一期间，联盟小店迎年来年后首批68家门店同开，创下自成立以来的单周同开记录，完成2020年上半年开店目标。

此外，公司搭建了以零售通、新通路为代表的多个分销平台，从而服务更多大众家庭，为公司全域化战略布局夯实地基。新分销与松鼠投食店、联盟小店将共同实现线下多维度、多场景的布局，并同步开展智供项目，探索供应链ToB新模式。

（二）探索新赛道，打造家庭消费全场景解决方案

报告期内，公司深度洞察行业趋势，紧抓发展机遇，通过设立铁功基、小鹿蓝蓝、养了个毛孩以及喜小雀四家全资子公司，切入方便速食、婴童食品、宠物食品和定制喜礼业务，并依托三只松鼠强大供应链背景和一站式、精细化的产品及服务进行新领域的探索。

其中，小鹿蓝蓝定位互联网婴童食品专业品牌，专注服务于6个月到14周岁的全线婴童成长周期，为宝宝提供一站式零辅食解决方案。小鹿蓝蓝已于2020年6月19日正式上线，上线第22天位居当日天猫宝宝零食行业销量第一。目前，小鹿蓝蓝已加入天猫亲子宝贝梦工场计划，同时加入天猫超级品牌新秀并被选为超级舰长。

四大新品牌将成为公司现有优势及资源在新领域的转化及赋能，用互联网的方式复刻三只松鼠创业史，使新品牌新业务产生集群作用，为三只松鼠持续发展蓄势发力。

（三）以产品为核心，实现供应链全面升级

产品研发方面，公司进一步提升产品跟随上新速度，同时围绕产品创新，强化产品的自主打造，创新性地推出了奶奶甜、白桃枣、气泡瓜子仁等产品，在实现研发技术沉淀的同时，进一步提升产品创新能力，其中，报告期内奶奶甜销售额达1,515万元。此外，公司在产品风味保障地图的基础上，以“产品撩”为机制建立产品风味的解构与设计模型，持续推进以消费者为核心的产品风味谷机制。

产品质量方面，公司持续完善全供应链质量管理体系，融合大数据分析，创新性地制定了《松鼠质量创新之定追拿》，更加切合用户的质量感知需求，并建立产品、质量、研发联合机制，完成27款核心单品的风味标准提升工作，致力于给主人提供更美味健康的产品。同时，公司开展HACCP质量专题月，面向松鼠全供应链进行直播培训，赋能松鼠供应商伙伴和内部员工，并进一步提升审核标准，以严格把控确保质量提升。

物流供应链方面，公司以大区发货制为指导，逐步推进仓储智能化，加速体系化建设，带动精益化生产，通过高位货架改造、招采创新升级、二次纸箱回收等项目，实现物流全链履约成本进一步优化。同时，在履约时长和客诉处理方面，整体履约时长呈逐步减少趋势，整体投诉率呈下降趋势，精益化生产取得一定成果。

报告期内，公司新设松鼠云供、松鼠供应链、仓鼠物流、安徽云造、松鼠智供、华东供应链6家公司，实现供应链能力的进一步强化。同时，基于对供应链能力的战略布局以及子公司之间的高效协同，将有利于公司提升运营及抗风险能力，并进一步深入主业，拓展公司发展空间。

（四）以“育人”为理念，构建全面管理体系

报告期内，公司以“育人”为核心理念，以“不断超越主人预期为目标，始终坚守真实与坚持奋斗为本”为核心价值观，建立健全组织管理体系建设工作。

疫情背景下，公司积极响应“六稳六保”号召，结合业务发展需求，于报告期内新招聘员工1000余人。通过人才引进，全面提升公司团队水平，并以“提高人才质量”为理念，进行招聘管理体系全链路升级，促进业务发展。

文化教育方面，公司致力于打造育人型平台，并启动松鼠管培生造“星”计划、松鼠青年干部锤炼计划、超级松鼠项目，为年轻人提供更多、更大的内部创业平台，实现青年干部快速成长。同时，公司升级文化规则及体系，将文化教育与员工职业发展相结合，提升公司员工整体素质。

组织考核方面，公司以“支部建在连上，业绩出在战场上”为原则，坚持“在打仗中成人，在战壕中提拔人”为核心理念，升级围绕业务力、文化力和磨损度的“金三角评估模型”，并通过完善激励机制，形成良好的竞争氛围。

在组织架构及业务流程方面，重点推进组织关键队伍建设，推动核心业务“穿墙流程”的落地，激发组织战斗活力，促进公司业绩增长。

（五）积极落实“两防”工作，切实履行社会责任

2020年，突发的疫情给餐饮、旅游、娱乐、零售等行业带来极大冲击。面对疫情，公司积极做好防疫防控工作，同时松鼠党委在内部全面发起“火山行动”，成立由平均年龄只有24岁的1160名松鼠人组成的“火山突击队”，有效保障公司复工复产和员工生命安全，并积极响应国家号召，第一时间向社会公开做出“保价格、保质量、保供应”的承诺，持续向市场提供质高价优的产品，保障了人民群众的生活所需。与此同时，松鼠党委积极响应党和政府号召，自发组织并联合伙伴捐款捐物近400万元，助力疫情防控阻击战。

2020年，长江流域汛情严峻，公司第一时间响应芜湖市委组织部、统战部等部门号召，成立“松鼠防汛抗洪工作领导小组”，由董事长担任松鼠防汛抗洪工作总指挥，全面启动防汛抗洪的各项预案工作，先后组织两批防汛物资支援无为、南陵等受灾地区。同时，为响应芜湖市高新区防汛指挥部倡议，公司党委组织党员参与防汛一线值守工作，227名共产党员第一时间迅速回应，主动加入“突击队”。其中，90名突击队成员挺身而出，积极投身巡堤查险、应急救援等一线工作，为防汛抗洪的开展注入有生力量。

2、涉及财务报告的相关事项

（1）与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的说明

√ 适用 □ 不适用

1、财政部于2017年7月5日修订印发了《企业会计准则第14号——收入》（财会[2017]22号），要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业，自2020年1月1日起施行；执行企业会计准则的非上市企业，自2021年1月1日起施行。公司2020年1月1日起按财政部要求施行新收入准则。

《企业会计准则第14号——收入》变更的主要内容：

- ① 将现行收入和建造合同两项准则纳入统一的收入确认模型；
- ② 以控制权转移替代风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准；
- ③ 对于包含多重交易安排的合同的会计处理提供更明确的指引；
- ④ 对于某些特定交易（或事项）的收入确认和计量给出了明确规定。

2、财政部于2019年5月9日发布关于印发修订《企业会计准则第7号-非货币性资产交换》（财会[2019]8号），对准则体

系内部协调与明确具体准则适用范围进行了修订。修订后的准则自2019年6月10日起施行。

《企业会计准则第 7 号—非货币性资产交换》变更的主要内容：

① 重新明确了非货币性资产交换的概念和应适用其他准则的情形，明确了货币性资产是指企业持有的货币资金和收取固定或可确定金额的货币资金的权利。

② 增加规范非货币性资产交换的确认时点，即换入资产应在符合资产定义并满足资产确认条件时予以确认，换出资产应在满足资产终止确认条件时终止确认；

③ 明确了不同条件下非货币交换的价值计量基础和核算方法及相关信息披露要求等。

3、2019 年 5 月 16 日，财政部发布关于印发修订《企业会计准则第 12 号—债务重组》（财会〔2019〕9 号），对准则体系内部协调与债务重组定义进行了修订。修订后的准则自 2019 年 6 月 17 日起施行。

《企业会计准则第 12 号—债务重组》变更的主要内容：

① 将原“债权人让步行为”改为将“原有债务重新达成协议的交易行为”。

② 重组方式中债务转为“资本”改为债务转为“权益工具”。

③ 将重组债权和债务的会计处理规定索引至新金融工具准则，从而与新金融工具准则协调一致，同时删除关于或有应收、应付金额遵循或有事项准则的规定。

④ 将以非现金资产偿债情况下资产处置损益的计算方法与收入准则协调一致。

（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）与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变更说明

适用 不适用

本集团本报告期合并范围比上年增加10户，具体情况如下：

序号	名称	变更原因
1	松鼠云供国际贸易有限公司	新设
2	安徽三只松鼠供应链管理有限公司	新设
3	安徽仓鼠物流有限公司	新设
4	安徽云造科技有限公司	新设
5	安徽三只松鼠智供销售有限公司	新设
6	安徽三只松鼠华东供应链管理有限公司	新设
7	安徽铁功基快食品有限公司	新设
8	安徽小鹿蓝蓝婴童食品有限公司	新设
9	安徽养了个毛孩宠物食品有限公司	新设
10	安徽喜小雀喜礼有限公司	新设