

证券代码：002186

证券简称：全聚德

公告编号：2017-22

中国全聚德(集团)股份有限公司 2017 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。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

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	全聚德	股票代码	002186
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	唐颖	闫燕	
办公地址	北京市西城区前门西河沿 217 号	北京市西城区前门西河沿 217 号	
电话	010-83156608	010-83156608	
电子信箱	qjd@quanjude.com.cn	qjd@quanjude.com.cn	

2、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	863,557,232.56	873,529,342.30	-1.14%
归属于上市公司股东的净利润（元）	76,800,050.48	70,666,887.47	8.68%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	74,996,053.48	69,257,935.02	8.29%

经营活动产生的现金流量净额（元）	88,169,935.24	74,439,503.57	18.45%
基本每股收益（元/股）	0.2490	0.2291	8.69%
稀释每股收益（元/股）	0	0	0.00%
加权平均净资产收益率	5.21%	5.05%	0.16%
	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）	1,954,172,949.12	1,980,458,699.64	-1.33%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,450,659,199.27	1,447,890,497.99	0.19%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	22,938	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
北京首都旅游集团有限责任公司	国有法人	42.67%	131,606,774	0		
IDG 资本管理（香港）有限公司—IDG 中国股票基金	境外法人	5.87%	18,102,824	18,102,824		
北京勃开投资有限公司	境内非国有法人	3.57%	11,000,000	0		
华住酒店管理有限公司	境内非国有法人	2.35%	7,241,131	7,241,131		
北京能源集团有限责任公司	国家	1.23%	3,808,782	0		
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.04%	3,215,700	0		
李明军	境内自然人	1.01%	3,109,086	0	质押	218,000
李桂军	境内自然人	0.81%	2,500,000	0		
王文义	境内自然人	0.47%	1,447,120	0		
邢颖	境内自然人	0.34%	1,045,000	783,750		
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知上述股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》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）	前十名普通股股东中第三名北京勃开投资有限公司通过中银国际证券有限责任公司客户信用交易担保证券账户持有公司股份 10,000,000 股，第七名李明军通过海通证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股份 2,648,872 股、第八名李桂军通过海通证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股份 2,500,000 股，第九名王文义通过西南证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股份 1,447,120 股。					

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

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

2017年上半年，公司面向市场，解放思想，全面体检，以“中国服务”为统领，突破原有经营思路，从集团连锁化发展转向品牌连锁化发展，围绕品牌系列化，强化总部的品牌运营职能，赋予企业自身经营和市场开发双向职能。围绕品牌形象和管理水平提升，对标市场，调整管控模式，重塑运营管理体系，推动公司创新发展、转型升级、提质增效。

2017上半年，公司新开直营企业2家，分别是全聚德北京亦庄店、全聚德绍兴店；新开特许加盟店1家，即全聚德江苏常州武进店；截至2017年6月30日，公司已开业的成员企业（门店）共计114家，其中国内成员企业109家（包括直营企业38家：全聚德品牌直营店35家，仿膳品牌、丰泽园品牌、四川饭店品牌直营店各1家；国内特许加盟企业71家），分布在全国21个省市自治区直辖市；海外特许加盟企业5家（缅甸、日本2家、澳大利亚、香港尖沙咀）。

报告期内，公司重点开展的工作内容：

一、规划市场的战略布局

按照便于控制、利于快速发展的原则，将京津冀和“长三角”地区列为重点发展地区。赋予直营企业提升、复制和孵化的职能，给予企业发展空间，鼓励企业自主开店，加快自我孵化步伐，并提出餐饮企业三年发展规划，着手研究制定菜品、食品工业、信息化建设等专项发展规划，以期全面提升公司经营管理水平。同时，突出公司总部在市场开发战略布局中的统筹规划职能，制定《存量企业新开门店政策指引》，明确企业开店的品牌标准和选址标准；草拟了不同类型门店的开发测评表和开发指南，指导和规范企业市场开发。

二、开展品牌定位细分和分类运营

1.存量企业的品牌细分工作实现突破

推进品牌系列化发展工作是公司2017年乃至未来三年经营管理工作的重中之重。上半年，通过对外加强市场调研和学习先进经验，对内深入企业全面体检，重新梳理餐饮企业品牌分类，提出了各品牌独立发展、齐头并进的多品牌发展思路，经营理念由“一个品牌走遍天下”转变为“多品牌开花、重点区域布局”。

围绕品牌连锁化发展，参照市场标准，研究制定《存量门店分类营运实施方案》，将现有直营餐饮门店划分为旅游店、社区店、商场店三大类，稳步推进和完善实施方案。与此同时，全聚德连锁经营分公司也对全国特许连锁企业进行相关数据采集，同步制定特许连锁企

业的细分模式，并研究制定细分后的分类经营管理标准。

2. 围绕定位，尝试推出与定位相符的“旅游类”门店统一菜单

率先在全聚德和平门店、前门店、王府井店、奥运村店等4家“旅游类”门店中推出新版统一菜单，迈出品牌分类经营第一步。新菜单推出后，消费者对新菜单的菜品结构、菜单风格评价良好。同时，分类开展菜品研发工作，研究适合不同定位的鸭类新品，为品牌系列化经营做好产品储备。

三、改善门店用餐环境和企业形象

通过对直营店进行巡店、召开例会、实施专项检查和分析，修订完善《全面提升顾客用餐体验三年行动计划》及与之配套的《企业形象通用标准》，为下半年逐一改善餐饮门店用餐环境做好制度准备。

同时，加强特许连锁企业管理，编写《新开特许企业培训手册》，进一步规范新开特许企业的培训流程和内容。重新修订《全聚德连锁经营管理手册》，形成2017版标准化文件并下发给各连锁企业。修订并发布特许加盟合同续签标准，特许连锁企业到期后，将按照新的标准履行续签手续，引入了第三方机构的顾客及社会评价机制，并将第三方的评分作为分值占比最大的一项内容。

四、圆满完成“一带一路”高峰论坛服务保障任务

此次午餐供应工作是公司首次承接全流程菜品的国宴服务任务。公司所属12家成员企业57名员工，以最高制作水准、最佳出品品质、最严供餐流程，为37位出席“一带一路”国际合作高峰论坛圆桌峰会的国家元首、政府首脑、国际组织负责人奉献了中西合璧的精致午餐。在半年多的时间里，经过了近百次的试制和调整，为不同饮食习惯的贵宾量身定制专属菜品，最终将融入“一带一路”美好寓意的精品美食呈现在各国嘉宾面前，充分展示了中华美食和“大国工匠”的风采，为国家、为首都、为公司赢得赞誉。

五、积极创新营销，全面提升品牌势能

1. 紧抓节日营销，助力企业创收

上半年公司共组织主题营销活动33项，其中会员营销活动21项。1个春节黄金周和4个小假期，共计19天的节假日餐饮营业收入达11542.74万元，同比增长5.82%。特别是存量餐饮企业春节7天营业收入同比增长3.19%，其中北京存量餐饮企业同比增长6.06%，是上半年节日营销的最大亮点。

2. 发力新媒体营销，提升消费体验

通过微博微信自媒体宣扬节气传统饮食文化，借助“二十四节气”入选世界级非遗契机，策划了2017年新风格节气壁纸，同时开展“会员专享半价节气菜品”专属营销活动。开设“名人汇”、“探索”等系列模块，将各品牌的历史故事通过新颖有趣的方式传递给粉丝，逐步提升阅读转化率。据统计，近几期故事类微信图文的阅读量相比以往同类图文阅读量提升了将近3倍。

3. 注重口碑营销，扩大口碑传播

上半年，公司在节日经营旺季连续为全国直营餐饮企业开启了5轮大众点评网推广通广告投放。同时通过大众点评网商户通平台进行了4期合计15天的营销活动线上展示，有效增强了活动的参与度和到店转化。牵头组织新开店全聚德绍兴店和迁址重张店全聚德西客站店，开展“点评VIP霸王餐”口碑营销试吃活动，起到了显著的口碑提升和传播作用。

4. 借助新闻媒体，扩大品牌文化传播

充分利用新闻媒体采访活动增加品牌曝光度和美誉度。先后接待北京晚报、北京电视台、央视网、大众点评网微信公众号等共13家主流媒体和新媒体对全聚德进行采访报道。从品牌文化、代表人物等不同角度对全聚德进行了详细报道，大力提升了全聚德品牌形象和品牌影响力。

六、积极推进并购重组项目

与“汤城小厨”正式签署《股权收购意向书》，聘请四家中介机构对目标公司开展审计、评估和法律尽职调查。目前，尽职调查仍在继续进行。

七、积极推进食品工业的提升发展

1. 转变发展模式

报告期内，仿膳食品公司成立了产品部和社区拓展项目部，统筹新品研发、设计等食品上市前的准备协调工作，构建各品牌食品产品发展规划；着力开拓社区市场销售渠道，探索开设适应北京居民消费习惯的、具有北京特色的新型社区智慧便利店，探索现有社区店的营销模式。

2. 调整仿膳品牌现有产品架构，制定仿膳品牌规划

仿膳食品经营中心对现有宫廷糕点架构进行了调整，根据消费需求及产品特点，将糕点产品调整为“吉祥好礼”及“雅致生活”两大系列，精简现有产品、升级包装，使其符合当下简约、时尚的消费需求。研讨制定以“满汉全席”为核心，以“皇家膳食、宫廷文化”为品牌定位的仿膳品牌战略规划，涉及“餐、酒、茶、具、文创”五大系列产品。

3. 参展提高品牌影响力

报告期内仿膳食品公司参加“北京2017年焙烤行业年货展示推介会”、“第13届中国餐饮·食品博览会”、“2017北京国际服务贸易交易会”等各类展会，通过展会向外界展示公司食品工业发展成果，提升了公司各食品品牌的影响力，提高了各类食品的知名度。

4. 电商经营中心能力持续提升

上半年，电商经营中心共完成发货2320万元，同比增长40%。天猫旗舰店参加“天猫年货节”，在1月8日活动爆发当天，实现单日销售成交额100.85万元，同比2016年活动爆发当日提高了108%，再次刷新天猫旗舰店单日销售记录。同时配合平台各种活动，做好关联营销、客服推荐销售和老客户唤醒等工作，在业务淡季也创造了淡季不淡的较好成绩。

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情况说明

适用 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(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化的情况说明

适用 不适用

本公司新增子公司西安全聚德。

中国全聚德（集团）股份有限公司

董事长：邢颖

二〇一七年八月十一日