

证券代码：000560

证券简称：我爱我家

公告编号：2020-075 号

我爱我家控股集团股份有限公司 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。

公司负责人谢勇、主管会计工作负责人及会计机构负责人（会计主管人员）何洋声明：保证本半年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

公司所有董事均已出席了审议本次半年度报告的董事会会议。

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

公司本报告期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

（一）公司简介

股票简称	我爱我家	股票代码	000560
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	不适用		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	解萍	李亚君	
办公地址	云南省昆明市东风西路1号新纪元广场C座12楼我爱我家证券事务办公室		
传真	0871-65626688	0871-65626688	
电话	0871-65626688	0871-65626688	
电子信箱	xieping@5i5j.com	liyajun@5i5j.com	

(二) 主要财务数据和财务指标

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）	3,932,712,468.02	5,679,165,517.27	-30.75%
归属于上市公司股东的净利润（元）	40,414,112.52	380,897,478.98	-89.39%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	42,127,122.83	354,444,163.78	-88.11%
经营活动产生的现金流量净额（元）	1,063,711,774.29	770,450,921.88	38.06%
基本每股收益（元/股）	0.0174	0.1641	-89.40%
稀释每股收益（元/股）	0.0174	0.1641	-89.40%
加权平均净资产收益率（%）	0.40%	3.97%	-3.57%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年末增减
总资产（元）	19,168,043,085.59	19,491,620,921.75	-1.66%
归属于上市公司股东的净资产（元）	10,056,750,899.04	10,177,991,766.46	-1.19%

注：经2018年7月12日召开的2018年第四次临时股东大会审议通过，公司决定使用自筹资金以集中竞价交易方式回购公司股份用于实施股权激励计划。截至2018年11月28日，公司本次回购股份方案已实施完毕，公司累计以集中竞价交易方式回购公司股份34,863,973股，根据企业会计准则相关规定，上述回购的股份属于库存股，不参与利润分配，在计算基本每股收益时予以扣除。

(三) 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	28,898	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	持有有限售条件的普通股数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
西藏太和先机投资管理有限公司	境内非国有法人	17.45%	411,029,689	116,853,933	质押	302,684,588
五八有限公司	境内非国有法人	8.28%	195,000,000	0	-	-
天津东银玉衡企业管理咨询中心（有限合伙）	境内非国有法人	8.07%	190,023,202	190,023,202	-	-
谢勇	境内自然人	5.52%	130,000,000	97,500,000	质押	130,000,000

天津海立方舟投资管理有限公司	境内非国有法人	3.10%	73,033,706	0	质押	73,030,000
刘田	境内自然人	3.03%	71,471,335	0	-	-
张晓晋	境内自然人	2.54%	59,904,009	0	-	-
青岛中建新城投资建设有限公司	境内非国有法人	2.23%	52,417,869	0	-	-
昆明汉鼎世纪企业管理有限公司	境内非国有法人	1.91%	45,057,766	0	质押	25,359,800
桐庐岩泰投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.79%	42,192,407	0		-
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，谢勇先生和西藏太和先机投资管理有限公司为一致行动人，谢勇先生为本公司实际控制人，其控制的西藏太和先机投资管理有限公司为本公司控股股东。除此之外，上述股东之间不存在关联关系，不属于《上市公司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）	上述股东通过信用担保证券账户持有公司股票情况为：昆明汉鼎世纪企业管理有限公司通过东北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票 19,697,966 股，通过普通证券账户持有 25,359,800 股，其合计持有公司股票 45,057,766 股。					

（四）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。

（五）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。

（六）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

公司不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。

三、经营情况讨论与分析

（一）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

1. 报告期内经济与市场环境情况分析

（1）国内疫情从一季度严重到二季度好转，需求延后陆续释放，成交量降幅逐渐收窄，主力城市开始较快恢复

2020年初，新型冠状病毒肺炎疫情（以下简称“疫情”）对房屋交易造成巨大冲击，售楼中心和房产经纪门店的线下业务一度基本停滞，根据我爱我家研究院数据显示，我们重点监测的12座城市，一季度房源新增量、客户新增量同比下降51.7%、52.2%，3月底全国陆续复工，市场活跃度迅速反弹，二季度房客新增量同比增加12.7%、1.3%，市场恢复到去年同期水平。根据国家统计局数据显示，一季度全国商品住宅销售面积同比下降了25.9%，自2020年5月份以来，新房销售提速，2020年上半年全国商品住宅销售面积较2019年同期下降了7.6个百分点，降幅明显收窄。2020年上半年，重点监测12座城市的二手住宅网签量同比下降21.7%，降幅较一季度大幅收窄29.6个百分点。以上数据说明随着疫情逐渐好转，房产交易呈现回暖态势。城市方面分化明显，长三角地区的杭州、南京等重点二线城市市场形势略好，北京、上海等一线城市成交量降幅相对较低，一线及强二线城市市场韧性较高，疫情影响后的恢复能力较强，市场波动相对较小。目前，从全国市场来看，成交量已恢复至2019年的正常成交水平，价格方面，分区域来看，长三角、中西南地区重点城市住宅成交价格涨势较强。

（2）房产交易重心进一步回归居住属性，刚需仍是主力，改善性需求增多

今年政府工作报告重申房住不炒，主要体现在楼市调控涉及城市政府主体责任、金融制度、财税制度、市场监测机制、保障房建设等各个方面，既非单一手段，也不是短期行为。长效机制时代已经到来，未来的楼市政策将表现出调控常态化、手段精准化、方式多样化的特征，房地产市场逐步去投机化，居民对住房的关注逐步回归到居住属性上来。居家防疫期间，随着人与人、人与空间的关系被放大，房屋面积小、功能设计不

合理等弊端凸显，随着生活娱乐、工作学习等需求持续强化，人们对住宅功能划分合理性的重视明显提升。受住房居住属性回归及疫情的加速刺激作用影响，房屋功能区域划分合理性、小区硬件及人文环境、社区周边生活配套等因素对置业决策的影响力凸显，改善性需求增量明显。

(3) 用户对线上化产品的接受度明显提高，线上能力对交易的渗透将不可逆的提高

疫情期间，选择VR看房的用户量增长明显。2020年上半年，VR房源带看量达到普通房源带看量的1.5倍，实现蓄客的同时，提高了客户选房的效率，VR、AR、AI等技术的应用能够全方位展示房源情况，并有助于经纪人同步讲解房源，提高房客匹配效率。房产交易全流程实现线上化，行业的无效产能进一步降低，线上能力对交易渗透率的提升将是不可逆的。

(4) 存量房时代，居住服务领域变革加速，头部企业呈现竞争优势

截至2019年底，北京、上海、广州、深圳、南京、苏州、天津、厦门、大连9座城市的二手房成交量已经明显高于新房，率先进入存量房时代。2019年，中国住宅市场 GTV 已超 22 万亿，中国房地产市场正在开始步入以存量房交易占主导规模的下半场，到2030年，中国房产经纪市场的规模将进一步增长，佣金规模接近万亿，具有巨大的成长空间。

房屋交易是居民开支中占比最高的部分，存量房时代来临，房产交易从增量向存量转化，“居住服务”替代“地产开发”渐渐成为了市场主角，房产后端领域拥有巨大的市场潜能。当前，行业竞争呈现多样化，变革正在加速，但从交易增信、房客人的获取及保留、定价权力、抵抗市场波动等方面看，行业龙头企业将呈现竞争优势，行业集中度将进一步提高。

(5) 行业秩序得到进一步规范，行业价值在逐步显现

今年以来，住房和城乡建设部部署开展了房地产中介专项整治，各地加大执法检查力度，集中查处了一批违法违规的中介机构，对稳定市场、稳定预期起到了积极作用。行业头部企业积极履行自我规范、自我提高、自我完善的直接责任，推动房产经纪市场持续健康发展。

疫情对经济社会发展各领域的影响深远，包括房地产经纪行业在内。现阶段，从改善人民居住条件、建立租购并举的住房制度，到扩大内需、稳住经济基本盘来看，经纪行业发挥着重要的市场主体作用。近年来，经纪行业开始转型升级，从主要提供住房交

易信息转向提供高品质居住服务。房地产经纪行业的高质量发展既需要通过建立健全行业标准规范、重构行业规则及基础设施来实现行业正循环，也需要社会更加关注房地产经纪行业的健康发展。

（6）新型城镇化建设加快，带动城市群、都市圈一体化发展

中国社科院发布的《2020年社会蓝皮书》中指出：2019年，我国城镇化水平跨过60%的门槛，基本实现城镇化，初步完成从乡村社会到城市社会的转型，进入城市社会时代。城市化率会不断提高，预计到2030年，中国城市化率可能达到75%~80%水平，相当于国际的城市化水平。同时，城市化的质量会不断提高。新型城镇化带动投资和消费需求，城镇化进程的深化将带来城镇数的增加和城市人口规模的不断扩大，推动城市群、都市圈一体化发展。

2. 公司主要经营成果

（1）报告期公司主要经营指标完成情况

2020年上半年，受疫情影响，因社区封闭等原因导致部分客户选择延后交易，公司一季度的经营受到了明显冲击；自二季度初，疫情得到有效控制，需求快速释放，市场出现反弹，报告期内，公司二手房业务和新房业务共实现总交易金额(GTV)1600亿元。

疫情期间，公司恪守契约精神、主动承担社会责任，及时、全额向房屋资产管理业务的房东、房产经纪业务的门店房东及商业资产业务的业主支付租金。同时，公司本着最大限度承担社会责任的精神，主动减免租金，房屋资产管理业务针对疫情中遇到困难的租客以及医务人员推行爱心租金减免政策；云南的商业购物中心不仅主动响应政府号召阶段性停业，还大幅度降低商户租金以减轻商户运行负担，上述举措阶段性的影响了公司利润。报告期内，公司实现营业收入393,271.25万元，较去年同期下降30.75%；实现营业利润7,259.12万元，较去年同期下降86.69%；实现归属母公司所有者的净利润4,041.41万元，较去年同期下降89.39%；经营活动产生的现金流量净额为106,371.18万元，较上年同期增长38.06%；报告期末，公司总资产1,916,804.31万元，较期初下降1.66%；归属于上市公司股东的净资产1,005,675.09万元，较期初下降1.19%。期末资产有息负债率为13.24%，较同期下降1.16%。

2020年上半年，公司各条业务线及职能部门主动采取多种应对措施，降低管理成本，提高运营效率，重点推进线上化能力建设，陆续投产多项数字化、智能化工具，为市场反弹做好充足准备。

2020年二季度，公司在交易金额、交易单量等方面均保持了快速增长态势，随着疫

情缓解及市场恢复，公司各项业务逐步恢复至2019年同期水平。第二季度，公司实现营业收入26.56亿元，环比上升108.15%，各业务线回归正轨，迅速扭亏为盈。

(2) 报告期居住综合服务业务发展情况

①房地产经纪业务

a. 二手房业务

报告期内，需求延后释放，公司二手房业务实现收入209,336.70万元，同比下降34.15%，毛利率为19.95%，同比下降7.03个百分点，疫情带来了部分企业复工延后和外来人员返城率低等现象，使得二手租赁业务的恢复不及二手买卖业务。我们覆盖的城市中，主力的8个城市收入贡献合计占比超90%，我们的市占率优势起到有力的支撑作用。

3月下旬以来，随着各城市有序复工，公司紧抓市场反弹机会，二季度月店均二手买卖单量同比提升12%，上半年，公司重点城市、核心区域二手买卖市占率保持领先优势。公司重点城市在保证主城区市占率稳定的基础上，门店逆势扩张，向郊区、新城延伸，覆盖成交热点商圈，助推公司业绩持续增长，并通过高、中、低端盘源联动，满足客户多样化的置业需求。公司强化佣金折扣管理，上半年二手买卖客单价近5万元，与去年同期水平相当。目前，重点城市二手买卖业务成交多边比在5-6边，跨店成交占比达到70%，房客端协作进一步加强，保证了较高的成交效率，二手经纪业务流量价值将进一步凸显。

b. 新房业务

报告期内，公司新房业务实现收入64,210.27万元，同比下降14.58%。一季度由于疫情的影响，新房业务放缓，二季度随着疫情的逐步缓解，开发商全面复工，前期挤压的购房需求被释放，业务成交量逐步恢复。同时，公司在业务放缓期间对经纪人加强管理培训，强化重点盘意识，调动经纪人积极性；通过线上讲盘、线上带看等方式维护客户资源；并在重点城市通过对分销业务的升级迭代，将分销端向案场端转移，实现销渠一体化；落地新一代新房业务系统，推进项目数字化管理，提高作业效率。经过一系列内外部积极举措，2020年二季度，月均门店开单率同比增加17.6%，机构分销签约单量同比增加95.8%，月度店均新增认购同比增加4.8%，杭州、郑州、太原、南昌等城市的新房业务收入均已超过去年同期。

分销业务创新选择在加盟城市南昌作为试点并取得良好收效，带动南昌公司2020年上半年新房业务各项指标大幅提升，认购收入同比提升533%，月度店均新增认购套数同比提升118%，门店月均开单率同比提升200%，月度人均新增认购收入同比提升301%。2020

年下半年，我们将在多个重点城市拓展此类业务。同时我们将建立严格的风控机制，注重对去化效率和周转周期的管理，对内提升效能，对外加强对中小机构的整合，进而提升新房业务的收入水平。

c. 海外业务

海外分公司与国内落地城市站通过外部合作网络及线上运营系统开展业务联动，向海外业务客户提供房屋交易全流程、一站式服务。疫情期间，为保障业务通畅性，我们通过一对一专属服务、线上VR看房、远程在线直播、录播看房，远程交易过户支持等线上化手段，帮助客户实现从咨询、看房、选房、交易到最终过户的顺利完成。2020年上半年，海外事业部组织国内和海外的分公司进行直播服务99场，吸引超过182万次观看。

②房屋资产管理业务

报告期内，相寓实现收入73,169.82万元，同比下降15.05%，新增服务客户22.59万人次，截至6月30日，全国在管房源规模25.3万套。为应对疫情影响，我们主动收缩不良库存，清退租金价格与市场水平偏离较大的在管房源；对现金流进行每日监控，提高委托月付量，适当增加免租期；对不同的城市公司识别销控重点，精准制定销控策略；强化业务线上化能力，实现移动定价、远程出房、移动到期管理，提升了出房和客户续签效率。

4月起，市场需求量及承租交易量开始逐步恢复。2020年上半年，相寓的平均出租率达到94%，维持了较好的水平；租客续签率稳步提升，达到38.6%，同比提升1个百分点。通过加强线上化服务能力，线上签约率（官网+APP）创新高，达到48.3%，同比提升12.9个百分点。

城市扩张方面，我们上半年启动了深圳相寓的筹备建设工作，截止目前已完成深圳相寓主体的落地，业务系统开发、运营管理架构搭建工作正在快速推进中，这将为我们后续在华南区域扩展其他业务线打下良好基础。

③商业资产管理业务

蓝海购在2020年一季度紧跟重点项目，积极开展线上拓展及推介并取得了良好收效。二季度，蓝海购持续聚焦社区商业、公寓等商业地产业务，随着疫情逐步缓解，业务已恢复至常态。同时，蓝海购在西南、华南、华中、华东四个重点区域完成36个项目的拓展，并在各区域执行扁平化控盘及强风控建设，相继完成新区域公司设立、核心团队组建、业务/资金/品牌等风险评估标准化体系建设、推进人才储备计划、建立管培生团队等管理优化工作。

昆百大在疫情期间主动履行社会责任，对商户实施租金减免。报告期内，昆百大运营项目9个，在管面积超过40万平方米，自持面积超过25万平方米，其中新纪元项目业绩保持在云南百货单店前3名，大理泰业项目业绩保持购物中心单店前2名，运营业绩稳健。

（2）报告期经营管理情况

①居住服务新基建的三个支点：通过数字化、技术化、线上化强化核心竞争力

a. 高智能、高附加值的数字化工具能够直接、有效地提高服务效率、降低交易成本

数字化工具落地：2020年以来，我们持续加强数字化建设，投产了一系列数字化工具。在全国范围内，我爱我家APP上线智能房源实时服务以及二手房、租房个性化推荐，以客户在我爱我家 APP 上最新的点击、浏览、关注等数据为基础，利用大数据算法达到每3分钟根据客户浏览行为更新推荐房源，提升用户体验；分析、挖掘用户潜在的兴趣商圈、收藏和带看等行为数据，提升买卖及租赁房源的推送准确度，提高客户选房效率。功能上线后，日均贡献8000余次点击量，客户关注度较高。

通过优化房客匹配模型，重构房源及经纪人钻位排序，提升了房客匹配效率；并陆续在天津、太原投产房屋估价工具，通过大数据算法对买卖房源进行精确估价，为客户购买房产或业主委托房产，提供合理的价格参考，功能上线后日均使用频次达到1448次；同时，为了使客户浏览房源时深度了解房产周边环境情况，对小区测评报告模型进行了优化升级，全量抓取了生活、医疗、交通（包括公交、地铁、路网数据）、运动、质量的基础数据，重新计算了所有有效小区的5类指数并在杭州上线展示。截至6月底，已为全国3387个小区建立了测评报告，为客户提供了更有价值更加全面的参考数据。

公司投产的树懒经纪人工具，通过社区裂变营销的方式，将经纪人朋友圈中零散的、线下的客户行为，优化为体系化、可追踪、数据化的营销行为，实现经纪人和店东用户的低成本增长，功能上线后，已累计增长外部用户1.6万，DAU超过6000人，后期将平台能力投放给行业合作伙伴，推动平台协作进程。

以上数字化工具及算法的应用，极大提升了客户的服务体验及交易效率。

b. 持续提升基础应用技术创新能力，推动产业互联网的进步

VR、AR、AI等智能产品升级：随着房产服务行业整体基础应用技术能力的提升，我爱我家在2020年率先对于各类高科技产品进行了更新、迭代，并应用到更多产品线。疫情期间，二手买卖房源、租赁房源VR带看功能率先上线，保证客户在出行不便时也可实现全方位浏览房产；4月，新房VR带看功能紧跟上线，经纪人可邀请案场销售人员进行

三方线上带看，为新房客户带来身临其境的线上看房体验。截至6月底，官网在线房源中VR房源占比超过33%，相比普通房源，VR房源平均日访问量提高27%，用户平均留存时长提升1.4倍。月均VR带看订单达到13万单，达到总带看订单的59%。

为进一步提升看房体验，公司在VR房源的基础上，结合AR、AI技术，上线了AI讲房功能，在10秒内生成智能讲稿，更直观、更身临其境的帮助客户全面了解房屋信息，截至6月底，官网已自动生成AI讲房24.9万套。VR房源及AI讲房技术的升级，使客户看房成本有效降低。

随着客户对房后衍生业务的需求逐渐增加，我们上线了VR装修功能，使客户更加真实地体验装修效果，通过对客户大数据的分析，推出了极简、北欧、欧式、现代4种风格的装修风格，满足客户不同风格喜好，截至6月底，一键换装渲染量达到28万套，为未来拓展相关衍生业务提供了展示空间。同时，针对以上VR相关技术的应用，我们同步开发了《VR带看订单》报表模块，对已经上线的VR看房功能进行效果分析，包括订单量、状态等指标，协助进行功能优化及经营决策，不断提升服务效率。

我爱我家作为行业头部企业，不断提高技术应用水平，未来也将赋能于更多的合作伙伴，共同推动行业进步。

c. 加强自主渠道线上能力建设、升级线上服务能力，扩大交易场景和边界

核心业务系统升级：我爱我家近3年交易量共计250万单，平均每38秒发生一笔业务，庞大的交易量背后需要系统的强力支撑，因此，内外部系统建设始终是公司的重点工作。2020年，公司对核心业务系统进一步升级优化、扩大投产范围，新一代二手经纪服务系统根据不同城市的需求以及当前市场环境的需要，对房源功能进行优化升级，重构房源查询和详情页，提高房源录入效率；将官网、我家经纪人APP、我爱我家APP三端打通，通过线上技术手段的升级，如电子签章、电子支付、移动审批、移动支付、线上资金监管、线上开具发票、与贷款银行打通数据接口等技术手段的加持，在北京及上海突破性实现了买卖及租赁业务交易流程的全面线上化、移动化的作业流程，随着新一代二手经纪服务系统在更多城市的上线，将逐步实现全国二手业务交易流程全面线上化的目标，极大提升交易效率，降低客户成本，提升服务体验。新一代新房系统在南京及北京推广，整合原有新房业务系统、代理系统、财务系统整合优化，重构业财一体化流程，新系统将支持新房业务全流程线上化作业，推行项目数字化管理，赋能经纪人，提高作业效率。相寓AMS系统实现了全国相寓业务的统一标准化线上管理，并与新一代二手业务系统打

通数据接口，实现租赁运营一体化；通过自研IM增大客户信息入口、接入400系统提高管控能力，6月上线后相寓APP接入量达到官网的38%，相寓小程序电话接入量达到官网的25%；完成了银联微信支付对接，节省了大量交易手续费成本，相寓AMS系统的快速布局为后续规模化扩张，进驻新区域奠定了坚实的技术基础。作为平台化战略中重要的基础设施，SaaS加盟业务系统已在东莞投入使用，并于上半年完成东莞直营合伙及加盟体系的并网，同时，优化房源源数据，官网对接与推盘站建设等工作进入测试阶段，上线后将实现房源同步官网，更高效的支持店面作业管理。下半年，SaaS系统将应用到我爱我家其他加盟城市，服务于更多的合作伙伴。

加强中后台管理系统建设：业务发展的同时，中后台管理系统建设也需要紧随，不断提高公司内部管理效率。2020年，加盟门店业务管理后台系统上线，通过加盟店开店、变更、停业、歇业等申请流程，管理加盟门店的生命周期状态，有利对于加盟门店的规范化、系统化管理，后续与加盟业务系统打通数据接口，更能及时了解加盟门店的业绩运营情况，便于收益管理。

持续增强自主渠道获客能力：2020年上半年，我爱我家官网及APP持续优化、升级，陆续上线了租赁、买卖线上签约功能；上线二手买卖房源、租赁房源、新房房源VR带看功能；强化搜索入口，优化经纪人店铺，重构房源详情页及客源模块，提高房客匹配效率；上线官网运营分析报表，对官网爱聊转化率、来电转化率、渗透率进行分析，辅助业务分析客户数据；通过不断对线上服务能力的优化升级，我爱我家官网及APP逐渐成为我们最重要的获客渠道。

②借助数字化转型，持续推进组织与人才管理的变革

为了更好地适应新形势，服务新战略，依托集团数字化建设的进程和赋能，持续推进经纪人招聘、人才发展、人力服务等领域流程化、线上化建设，更好的支持组织与人才管理的变革。

a. 经纪人招聘系统整合各类招聘渠道，实现招聘操作场景、管理报表体系的线上化；借助数字工具筛选和整理各种来源的信息，描绘候选人画像，使人才管理更标准精细，促进公司资源和人才库建设，已经进行了数次人才激活，成效显著；

b. 构建和运营“我家繁星”以及主要面向加盟经纪人的“5i学习”在线平台，对经纪人学习和成长进行系统地规划和建设。“我家繁星”学习平台功能持续完善，不断增加新功能，深耕经纪人学习路径，有效获得岗位技能；“5i学习”学习平台主要服务于加盟业务拓展，已经上线多门课程涵盖行业多维度知识和技能，帮助经纪人完成课程学

习、考试认证、知识分享等学习动作。上半年全员在线学习时间超过50万小时。

c. 依托平台业务场景，改善人力服务模式。

我爱我家云技术服务有限公司的定位是面向客户、生态伙伴、内部用户提供人力资源众包服务，同时解决行业经纪人获取人事基础服务的痛点。人力众包服务涉及的资金流、业务流和票据流已经打通并、落地并闭环。随着平台业务场景逐步深化，人力众包对资源优化配置，推动组织平台化转型的作用将会进一步发挥出来。

③为了更好地支持集团战略和业务布局，上半年重点加强专业线组织建设

2020年上半年，大IT团队重新部署了支持端到端产品管理的组织架构，明确了产品线与业务方同步，即“管理：产品制” + “架构：API化” + “渠道：移动化（即App+小程序）”，实现IT与业务更加紧密协作，提升协同效果，使得技术更高效的服务于业务价值产出。目前，我们在全国拥有IT技术人员700余人，其中，总部的IT技术人员占总人数的73%，未来还将继续上升。

新房业务职能已经涵盖标准化运营、产品研发、重点盘拓展等领域，各项工作正在深入开展；金融团队的专业能力正在不断提升；蓝海购业务的协同效应已初步显现；加盟业务拓展、行业生态打造是下一阶段集团战略升级的两个新支点，组织建设支持业务布局全面展开。

④注重人文关怀，提升组织效能，促进员工与公司的共建共赢

人员保留与关怀：疫情刚爆发时，公司及时购买了大量防疫物资，首先保证门店和员工的防疫需要，并通过提供防疫物资、开展志愿者服务等方式支援社区防疫。疫情期间，业务量下滑明显，公司组织了丰富、有序、务实的线上课程，让经纪人能够保持业务精进，随时为疫情好转后开展业务做好准备。越是在困难之时，做好人员的保留越发重要，通过技能和关爱的赋予，团队的凝聚力和战斗力变得更强。

首期员工持股计划：为了充分调动城市公司基层业务骨干和管理人员的积极性，增强员工对公司持续、健康发展的责任感、使命感，公司于2020年4月启动首期员工持股计划——“星辰计划（I期）”的筹备工作，激励范围锁定在城市公司店经理、区经理和区总监，通过对历史业绩贡献、团队培养成绩、司龄等指标的综合考量确定名单。6月29日，资金募集及专项产品组合完成设立；7月2日，首期员工持股计划完成二级市场股票购买，规模3680万元，参加人员共计368人。通过员工持股计划的实施，有效地将员工和公司的利益相结合，让员工和企业“共建共赢”的机制下，共享资本市场红利。

(二) 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

财政部于 2017 年 7 月 5 日发布了《关于修订印发〈企业会计准则第 14 号—收入〉的通知》(财会[2017]22 号)(以下简称“新收入准则”),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。

经本公司 2020 年 4 月 28 日分别召开的第九届董事会第四十五次会议和第九届监事会第二十六次会议同意,按照财政部发布的通知及新修订的企业会计准则的规定和要求,公司结合具体情况对相关原会计政策进行相应变更。本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则,根据新收入准则的要求,本公司本期将商品零售业务中的联营业务收入确认方法由总额法变更为净额法,另根据衔接规定,本次变更无需调整可比期间财务信息。

该事项具体内容详见公司于 2020 年 4 月 30 日刊登于巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)的《关于会计政策变更的公告》(2020-022 号)。

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

报告期内,公司根据战略发展及经营管理需要新设立1家子公司,注销2家子公司,转让1家子公司。具体情况如下:

公司名称	报告期内取得和处置子公司方式	对整体生产经营和业绩的影响
深圳市相寓租赁服务有限公司	新设	拓展华南市场,扩大业务线
湖南楼家信息技术有限公司	出售	根据公司战略发展及经营管理实际情况出售及注销,对公司整体生产经营和业绩无重大影响。
深圳信思顺企业管理咨询有限公司	注销	
无锡艾佳美居装饰设计有限公司	注销	

我爱我家控股集团股份有限公司

董 事 会

2020年8月20日