

公司代码：603180

公司简称：金牌厨柜

厦门金牌厨柜股份有限公司
2018 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及公积金转增股本。

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	上交所	金牌厨柜	603180	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈建波	李朝声
电话	0592-5556861	0592-5556861
办公地址	厦门市同安工业集中区同安园集和路190号	厦门市同安工业集中区同安园集和路190号
电子信箱	goldenhome@canc.com.cn	goldenhome@canc.com.cn

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	1,577,533,693.47	1,580,269,658.62	-0.17
归属于上市公司股东的净资产	867,942,615.60	858,362,997.34	1.12
	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	5,143,693.82	66,446,578.60	-92.26

营业收入	642,939,874.88	558,495,400.73	15.12
归属于上市公司股东的净利润	61,298,147.95	46,251,180.15	32.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	36,207,667.83	32,865,154.35	10.17
加权平均净资产收益率(%)	6.71	12.70	减少5.99个百分点
基本每股收益(元/股)	0.91	0.88	3.41
稀释每股收益(元/股)	0.91	0.88	3.41

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)		12,030				
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)		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	质押或冻结的股份数量	
建潘集团	境内非国有法人	43.19	29,150,531	29,150,531	质押	3,581,000
温建怀	境内自然人	12.23	8,257,574	8,257,574	无	0
潘孝贞	境内自然人	7.19	4,856,179	4,856,179	无	0
温建北	境内自然人	3.60	2,428,089	2,428,089	质押	330,000
潘美玲	境内自然人	2.88	1,941,436	1,941,436	质押	1,136,436
谦程初启	其他	1.84	1,242,919	0	无	0
潘宜琴	境内自然人	1.45	980,767	980,767	质押	495,500
温建河	境内自然人	1.45	978,076	978,076	质押	188,000
邹燕敏	境内自然人	0.70	473,300	0	无	0
徐静	境内自然人	0.60	404,100	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		1、在上述无限售条件股东中，建潘集团、温建怀、				

	潘孝贞与其余股东之间不存在关联关系，也不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。2、其余股东之间是否存在关联关系，或者是否属于一致行动人未知。
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

2018 年上半年，公司“桔家衣柜”尚处开拓期，“桔家木门”项目尚未启动招商，主销品类“金牌厨柜”相对单一，受房地产下行、房产限购及工程精装快速增长对零售市场冲击等外部因素影响，加之上半年公司应对市场变化的营销举措成效不足，给公司上半年，特别是第二季度的销售形成了较大的压力。面对挑战，公司管理层、全体员工在董事会的带领下，顺应全屋定制消费趋势，积极推动厨、衣联动，提高客单价；抓住房地产精装房快速发展的机遇，大力发展工程大宗业务。报告期内公司实现营业收入 64293.98 万元，同比增长 15.12%；实现归属于母公司所有者的净利润 6129.81 万元，同比增长 32.53%。

（一）2018 年上半年公司重点工作具体如下：

1、品类发展

桔家衣柜：依托“金牌厨柜”品牌、桔家“四同”策略带来的客户转化，桔家衣柜上半年实现营业收入 3523.58 万元，同比增长 450.78%。未来公司将加大对“桔家”品牌的资源投入，加快渠道布局，构建厨、衣联动销售网络。

桔家木门：上半年公司成立桔家木门事业部，桔家“定制家”战略再下一城。桔家木门将延续桔家衣柜“环保、耐用、定制、静音”等特性，以一体化风格、一体化服务满足中高端用户配套需求。目前，桔家木门产品储备工作已完成。

2、渠道拓展

随着精装房、家装等渠道的发展，定制家居渠道流量日益多元化，公司在推动加盟商、直营渠道稳定增长的同时，积极探索、布局新渠道，培育新的增长点。

报告期内，公司加盟商体系新增厨柜专卖店 173 家（含在建），厨柜专卖店合计 1303 家（含在建）；桔家衣柜新增加盟商专卖店 112 家（含在建），加盟商专卖店合计 232 家（含在建）。

工程大宗业务成为渠道的新增长点，报告期内，工程大宗业务实现营业收入 7107.32 万元，

同比增长 45.69%，占公司当期收入的 11.05%。目前，公司已与 25 家地产百强地产企业签订战略合作协议，未来将依托战略拓展中心继续加强与地产企业的合作。与此同时，为应对行业竞争日益激烈的趋势，公司在保证品质的基础上，通过技术工艺改进、集中采购等方式优化成本，增强市场竞争力。

公司积极探索新的消费场景，与百安居、国美建立战略合作，目前已在北京、上海、广州等 6 个城市 17 个门店设立专柜。在家装渠道方面，公司成立金牌厨柜设计师俱乐部，将设计师视为重要合作伙伴，致力于推动设计师模块的发展及与设计师更紧密合作；同时，公司成立大客户拓展部，积极探索与家装龙头企业战略合作模式。

3、生产交付

“一站式”消费趋势使定制家居竞争从产品维度上升到“产品+服务”，而服务的核心是从下单到安装的全链条交付能力。公司成立“完美交付”专项组，从审单、制造、物流、安装四大环节，围绕响应、品质、服务三个目标，如安装环节提出 24 小时同步、一次无尘安装，全面提升全链条交付能力，改善消费体验。

智能制造方面，公司率先在工业应用场景中引入数据挖掘和人工智能（AI）技术，拥有智能烤漆生产线，通过现场数据实施采集系统，建立集中的生产运行数据的云平台等，使生产效率明显提升。公司正以提升交付反应、降低生产成本为目标，逐步打造金牌“智慧工厂”。

（二）2018 年下半年主要工作

在持续推动上半年重点工作外，下半年公司将重点推动以下工作：

1、品类延伸

目前，桔家木门产品储备工作已完成，下半年将启动渠道招商。

2、招商建店

渠道拓展仍是公司增长的主要动力，下半年公司将通过总代、直营三级加盟等多种形式，以及加快新品类渠道招商，进一步提升招商建店速度。

3、营销变革

面对消费行为变化、渠道多元化、新技术与产业融合等趋势及变化，现有营销组织、团队在一定程度上已制约公司的发展。公司积极推动营销变革，一方面公司成立市场部，聚焦行业趋势、竞品动态及消费者研究，增强公司对市场的洞察，提升公司对市场趋势的反应；另一方面，公司加强营销团队建设，引入市场战略、新媒体、终端运营等方面人才，提升长板、补强短板。

4、智能化战略

随着人工智能技术的发展，公司正稳步推进将“人工智能”技术引入现有产品、服务中，带动运营全链条的提升。除已稳步推进的智能制造、智慧门店项目外，公司成立了智能家居研究院，着重提升人工智能+的产品应用，从 IKITCHEN 1.0 到智慧厨房 2.0，公司在智能家居领域的应用上实现逐步迭代升级。

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

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