

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 年年度报告摘要



金牌厨柜

更专业的高端厨柜

一 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，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 福建华兴会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 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

经福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2018 年度实现归属于母公司股东的净利润为 210,190,541.74 元，加上期初未分配利润 309,020,587.44 元，扣除 2017 年度已分配利润 54,000,000.00 元，加上因限制性股票未达解锁条件由公司回购注销的 25 万股所冲回的已分未付利润 200,000.00 元，2018 年度实际可供分配利润为 465,411,129.18 元。公司拟以实施 2018 年度利润分配股权登记日当日的可参与分配的股本数量为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 10 元（含税）。本年度不进行资本公积金转增股本预案。

二 公司基本情况

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	不适用

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
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
电话	0592-5556861	0592-5556861
电子信箱	goldenhome@canc.com.cn	goldenhome@canc.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

（一）公司主营业务

公司主营业务为整体厨柜、衣柜和木门等全屋定制家具产品的研发、设计、生产、销售、安装，致力于为消费者提供高品质、个性化的定制家居综合服务。公司“金牌厨柜”品牌被认定为“中国驰名商标”，连续 7 年蝉联“中国房地产 500 强首选厨柜品牌”，公司旗下还拥有“桔家衣柜”、“桔家木门”、“MALIO 玛尼欧”等高端品牌。

（二）公司主要经营模式

1、采购模式 公司与主要供应商建立了紧密的战略合作关系，每年签订年度框架合同，根据实际需要下订单。随着采购模式逐渐成熟，公司通过缩短采购周期、针对板材等关键性原料根据价格波动设置适当库存等措施，合理安排生产，逐步降低库存、提高资金使用效率。

2、生产模式 公司生产模式为以销定产，通过公司的智能制造系统与大规模敏捷制造技术成果相结合，将订单以标准件及非标准件等方式进行模块化拆分，单一车间生产固定模块、多个车间配合生产，提高单一生产线的标准化水平，实现大规模定制。通过提升大规模定制能力，实现内部的专业化分工，形成高度柔性的生产体系，大幅提高了生产效率。

3、销售模式 公司销售模式主要有经销商专卖店销售模式、大宗业务销售模式、直营专卖店销售模式、以及电子商务销售模式等。在前述模式基础上，公司通过不断拓宽营销网络和推动营销创新，提升订单数量和订单单价。

（三）行业情况 根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为家具制造业（C21）中的集成创新行业——定制家具行业。与成品家具相比，定制家具融合个性化设计服务、大规模定制、标准化安装、兼具现代服务业等鲜明特点，致力为消费者提供个性化家具解决方案。

1、定制家具市场规模保持稳健增长 定制家具具有较强的装修属性，需求主要来自首次置业、旧房翻新和住宅精装修三个方面，受房地产行业景气变化影响较大。2018 年中央经济工作会议强调“构建房地产市场健康发展长效机制”，以“稳地价、稳房价、稳预期”为目标，政策导向由“控”转“稳”；从需求端来看，住房消费升级、城镇化水平持续提升，以及存量房时代下更新改造需求增加，预计房地产市场整体保持量价平稳态势。

（1）政策、住房消费升级推动精装房快速发展。建筑业十三五规划提出，新开工全装修成品住宅面积达到 30%，2019 年 2 月住建部发布的《住宅项目规范（征求意见稿）》明确提出“城镇新建住宅全装修交付”。在政策推动下，全装修、精装修市场规模不断扩大，奥维云网数据显示，2018

年推出精装楼盘的开发商数量大增 80%，新开盘精装修、全装修商品住宅 253 万套，同比增长 60%。在精装修的各项部品中，橱柜、烟机、灶具等品类的配套类均在 94%以上。此外，房地产行业进入从规模扩张向品质升级的新时代，精装房中的厨房配套质量成为影响住宅价值的重要因素，房地产龙头企业更倾向与定制家具龙头企业战略合作。

(2) 户籍人口城镇化红利继续释放。2018 年中央经济工作会议强调“要推动城镇化发展，抓好已经在城镇就业的农业转移人口的落户工作，督促落实 2020 年 1 亿人落户目标”。2017 年户籍人口城镇化率为 42.4%，预计接下来 2 年将会加速推进户籍制度改革和农业转移人口落户城镇，有望超额完成 45%的户籍人口城镇化率提升目标。而且城镇人口对流行时尚潮流更加敏感，对定制家具的品牌、质量更加注重。

(3) 存量市场的激活。中国房地产拥有庞大的存量市场，伴随家居消费升级，提供高性价比、高效的交付将成为激活存量市场的核心。当下存量市场存在客单值小、客户分散等问题，但随着互联网、设计信息化的提升及定制制造柔性的深化，定制家具将为用户提供更好的解决方案。

2、行业发展趋势

(1) 智能制造个性化定制将成为家居产业的主流，制造业的核心任务已经从传统的扩大规模向如何满足用户的个性化需求、如何为用户提供全流程个性化体验、如何为用户提供更好的服务方向转变。面对多样、快速变化的市场需求，建立智能化柔性协同生产成为企业核心竞争力。企业需要借助物联网、云计算和大数据等不断涌现的新技术，对制造系统进行柔性化、个性化改造，突破制约大规模定制化生产的关键技术，实现对市场的需求进行快速响应和调整。

(2) 智能家居 2018 年政府工作报告提出“发展智能产业,拓展智能生活”，将推动人工智能技术的成熟以及商业化应用，智能家居将加速从“概念”向“落地”发展。同时，智能家居的应用领域从家电、安防等向家具扩展，智能厨房、橱柜等产品进入市场。但智能家居是一个“系统工程”，只做到部分家电、家具的智能化还远远不够，场景化体验才是大势所趋。定制家居定制的核心是基于设计，基于设计最大的核心以人为本，围绕客户及客户数据为中心，围绕场景为基础，更多的把智能化的产品服务植入设计，从而更好的服务于用户。

(3) 全屋定制全屋定制的发展，是由消费者的需求逻辑所驱动的。房价上涨和居住空间小，使消费者期望更高效利用空间；而生活品位的提高，使消费者对整体效果、风格匹配提出更高要求。满足一站式采购、空间整体解决方案、整体设计等的全屋定制，将成为家具市场的必然趋势。但从单品定制到全屋定制，对定制家具企业而言不是单纯的品类延展，对企业的研发设计、技术工艺、信息技术、生产制造等提出较高要求。

(4) 全渠道营销近两年无论是基于抖音、今日头条等新媒体，还是 KOL/网红经济，新兴用户的触达方式趋于更加多元，流量呈现碎片化。定制家居将面对的是互联网的原居民，是通过智能手机教育起的用户；用户的变化带来了渠道的巨大裂变，渠道影响力的着眼点也发生很大的变化，积极拥抱新消费者，全渠道营销成为不可回避的趋势。

(5) 存量市场的激活中国房地产拥有庞大的存量市场，伴随家居消费升级，提供高性价比、高效的交付将成为激活存量市场的核心。当下存量市场存在客单值小、客户分散等问题，但随着互联网、设计信息化的提升及定制制造柔性的深化，定制家具将为用户提供更好的解决方案。

(6) 定制家具全球化中国拥有定制家具在全球最完整及最成熟的产业链，中国制造在全球拥有较强的成本及效率优势，伴随着信息化技术提升，互联网的普及，智能制造的兴起，定制家居出海融入全球化以及未来供应链的全球化布局，也将为中国品牌国际化提供助力。

3、市场竞争格局 目前家具行业集中度较低，具备绝对优势的全国性领导品牌尚未形成。2017年多家定制品牌企业成功上市，并且借助资本市场加速渠道布局、整合产业链、延伸品类，获得远超行业的业绩增长，抢占中小企业市场份额。同时，地产、互联网、家电等企业纷纷跨界进入家装乃至家具行业，产品线逐步向家具行业延伸，将加剧家具行业竞争。此外，受益于消费升级，消费者对品牌、设计、售后服务等的关注，以及国家环保门槛的提高，中小家具企业的生存空间受到进一步挤压。预计受资本、消费升级等因素推动，家具市场份额将不断向全国性品牌集中。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年
总资产	1,853,448,529.49	1,580,269,658.62	17.29	833,968,319.55
营业收入	1,701,677,972.74	1,441,967,104.74	18.01	1,098,888,659.84
归属于上市公司股东的净利润	210,190,541.74	166,748,221.45	26.05	96,225,330.27
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	161,723,462.26	136,655,163.54	18.34	81,176,145.56
归属于上市公司股东的净资产	982,699,565.30	858,362,997.34	14.49	283,635,794.45
经营活动产生的现金流量净额	325,384,359.32	357,384,800.88	-8.95	249,093,553.14
基本每股收益	3.14	2.78	12.95	1.92

(元/股)				
稀释每股收益 (元/股)	3.14	2.78	12.95	1.92
加权平均净资产 收益率(%)	22.65	27.78	减少5.13个百分 点	39.53

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	261,955,188.45	380,984,686.43	486,984,716.79	571,753,381.07
归属于上市公司股东的 净利润	18,586,032.06	42,712,115.89	57,861,135.83	91,031,257.96
归属于上市公司股东的 扣除非经常性 损益后的净利润	11,731,267.12	24,476,400.71	46,006,741.73	79,509,052.70
经营活动产生的现 金流量净额	-114,473,306.23	119,617,000.05	123,081,093.17	197,159,572.33

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

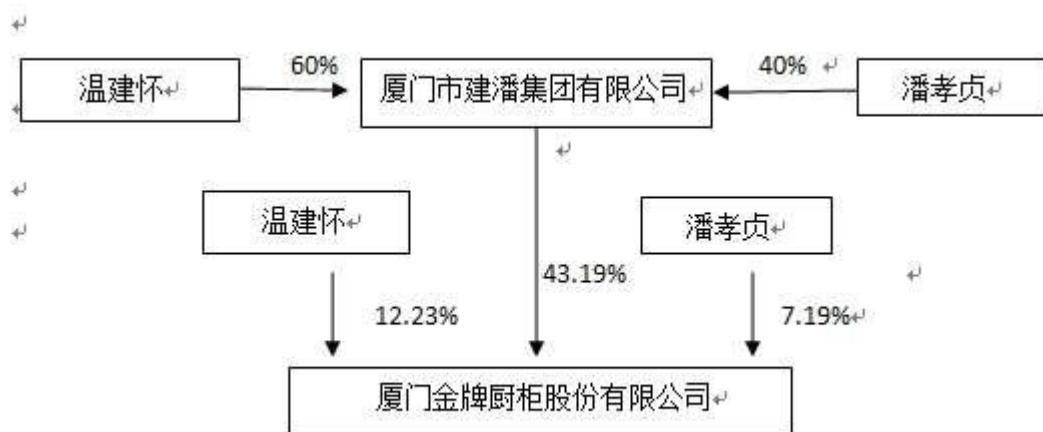
单位：股

截止报告期末普通股股东总数(户)							13,263
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)							12,805
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)							0
年度报告披露日前上一月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 (全称)	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
厦门市建潘集团有限 公司	0	29,150,531	43.19	29,150,531	质押	6,530,000	境内 非国 有法 人

温建怀	0	8,257,574	12.23	8,257,574	无	0	境内自然人
潘孝贞	0	4,856,179	7.19	4,856,179	无	0	境内自然人
温建北	0	2,428,089	3.60	2,428,089	质押	430,000	境内自然人
潘美玲	0	1,941,436	2.88	1,941,436	质押	1,549,436	境内自然人
潘宜琴	0	980,767	1.45	980,767	质押	685,500	境内自然人
温建河	0	978,076	1.45	978,076	质押	450,000	境内自然人
厦门谦程初启股权投资有限合伙企业（有限合伙）	-283,800	959,119	1.42	0	无	0	其他
林承伟	156,820	156,820	0.23	0	无	0	境内自然人
徐静	147,000	147,000	0.22	0	无	0	境内自然人
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						

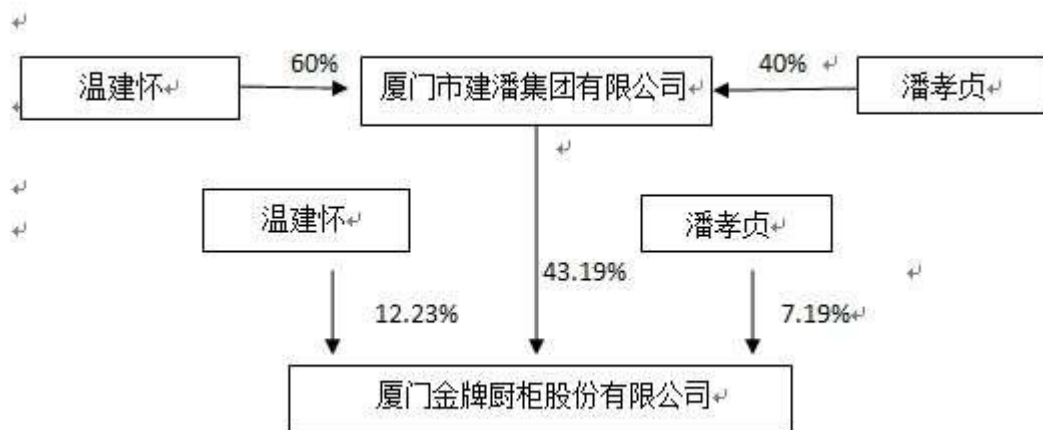
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

报告期内，面对房地产行业景气下行、工程精装对零售市场冲击以及公司产品相对单一等内、外部因素带来的挑战，公司全体员工在董事会的领导下，积极拓展产品品类，加快大宗业务发展，创新渠道结构，推动营销机制创新。2018 年公司实现营业收入 17.02 亿，同比增长 18.01%；实现归属于母公司所有者的净利润 2.10 亿，同比增长 26.05%。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

1. 重要会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
财政部 2018 年 6 月发布《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2018〕15 号), 对企业财务报表格式进行相应调整, 将原“应收票据”及“应收账款”行项目归并至“应收票据及应收账款”; 将原“应收利息”、“应收股利”及“其他应收款”行项目归并至“其他应收款”; 将原“固定资产”及“固定资产清理”行项目归并至“固定资产”; 将原“工程物资”及“在建工程”行项目归并至“在建工程”; 将原“应付票据”及“应付账款”行项目归并至“应付票据及应付账款”; 将原“应付利息”、“应付股利”及“其他应付款”行项目归并至“其他应付款”; 将原“长期应付款”及“专项应付款”行项目归并至“长期应付款”; 利润表中“管理费用”项目分拆“管理费用”和“研发费用”明细项目列报; 利润表中“财务费用”项目下增加“利息费用”和“利息收入”明细项目列报; 所有者权益变动表新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。	董事会	财政部于 2018 年 6 月 15 日发布《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2018〕15 号)

公司对该项会计政策变更采用追溯调整法, 对 2017 年度的财务报表列报项目进行追溯调整具体如下:

2. 会计估计变更: 无

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比, 对财务报表合并范围发生变化的, 公司应当作出具体说明。

适用 不适用

报告期内, 本公司合并财务报表范围及其变化情况如下:

序号	子公司名称	占股比	本期	上期
----	-------	-----	----	----

1	深圳市建潘卫厨有限公司			损益及现金流合并
2	陕西建潘厨卫有限公司	100%	合并	合并
3	杭州建潘卫厨有限公司	100%	合并	合并
4	上海建潘卫厨有限公司	100%	合并	合并
5	北京北信恒隆厨卫有限公司	100%	损益及现金流合并	合并
6	无锡建盈卫厨有限公司	100%	合并	合并
7	MIG S. R. L	100%	合并	合并
8	GOLDEN HOME INTERNATIONAL INC.	100%	合并	合并
9	泉州市泉信厨卫有限公司	100%	损益及现金流合并	合并
10	福州建潘卫厨有限公司	100%	合并	合并
11	厦门金牌厨柜安装服务有限公司	100%	合并	合并
12	江苏金牌厨柜有限公司	100%	合并	合并
13	GoldenHome Australia Pty Ltd	100%	合并	
14	厦门金牌桔家云整装科技有限公司	80%	合并	

备注：全资子公司泉州市泉信厨卫有限公司和北京北信恒隆厨卫有限公司已分别于 2018 年 7 月和 2018 年 12 月完成注销手续，本期将其 2018 年度利润表及现金流量表纳入合并范围。