

公司代码：603385

公司简称：惠达卫浴

# 惠达卫浴股份有限公司 2019 年半年度报告摘要



2019 年 8 月

## 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  
无

## 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	上海证券交易所	惠达卫浴	603385	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张春玉	方倩
电话	0315-8328818	0315-8328818
办公地址	河北省唐山市丰南区黄各庄镇惠达路7号	河北省唐山市丰南区黄各庄镇惠达路7号
电子信箱	info@huidagroups.com	fangqian@huidagroups.com

### 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	4,644,540,044.40	4,412,951,310.40	5.25
归属于上市公司股东的净资产	3,191,508,353.86	3,148,711,293.95	1.36
	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	-48,998,898.54	-77,024,036.90	不适用
营业收入	1,482,467,665.92	1,385,829,564.78	6.97

归属于上市公司股东的净利润	142,671,365.68	118,390,931.33	20.51
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	120,020,360.56	97,458,124.74	23.15
加权平均净资产收益率(%)	4.47	3.93	增加0.54个百分点
基本每股收益(元/股)	0.3862	0.3205	20.50
稀释每股收益(元/股)	0.3862	0.3205	20.50

### 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)		22,424			
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
王惠文	境内自然人	17.14	63,323,733	62,117,203	无
唐山市丰南区黄各庄镇农村经济经营管理站	境内非国有法人	13.53	49,963,937	0	无
唐山市丰南区鼎立投资有限公司	境内非国有法人	10.59	39,133,910	0	无
王彦庆	境内自然人	6.18	22,815,325	21,605,935	无
唐山市丰南区庆伟投资有限公司	境内非国有法人	5.15	19,040,350	0	无
唐山市丰南区助达投资有限公司	境内非国有法人	4.74	17,527,834	0	无
董化忠	境内自然人	3.43	12,669,991	12,493,711	无
王彦伟	境内自然人	2.89	10,659,198	9,452,668	无
唐山市丰南区伟业投资有限公司	境内非国有法人	2.76	10,208,784		无
惠达卫浴股份有限公司—第一期员工持股计划	其他	2.58	9,527,415		无
上述股东关联关系或一致行动的说明		王惠文为王彦庆、王彦伟之父亲；王彦庆、王彦伟系兄弟关系；王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟为一致行动人			
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		无			

## 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

报告期内，公司紧紧围绕年初既定的工作目标和任务，坚持以经济效益为中心，以加大设计研发、加快项目建设、创新营销策略、提升管理创新、深化品质品牌打造为抓手，积极顺应市场形势变化，经营业绩持续保持平稳较快发展的良好势头。

报告期内，公司实现了营业收入 14.82 亿元，比上期增长 6.97%；归属于上市公司股东的净利润 1.43 亿元，比上期增长 20.51%。

### 1、持续加大研发投入，创新力跃升，实现产品高附加值和竞争力提升

公司一贯注重自主创新，注重新技术、新工艺的应用，进一步提升了产品品质和工艺水平。在产品的设计研发方面，公司以市场需求为导向，对消费市场进行长期跟踪调研，在深入研究各类人群的消费特点和产品偏好的基础上，适时推出符合市场消费潮流的创新产品。报告期内，公司完成新品设计 246 款，新授权专利共计 49 件，其中发明专利 1 件、实用新型专利 14 件、外观设计专利 34 件。

### 2、加快项目建设，扩充产能，提高企业综合实力

报告期内，公司加快项目建设，在提高卫浴产品生产的自动化水平、保障产品质量的同时，通过规模效应的提升，进一步降低生产成本、提高生产效率。

惠米科技在智能家居领域深耕细作，打造自动化、信息化、智能化的生产制造体系。一期工程已于 2018 年 3 月建设完工，可提供 50 万台产品。惠米科技整合了智能家居中的控制技术、人机交互技术、物联网技术，采用人性化设计，打造自主研发产品。报告期内，公司自主研发了 E3007T 及 HDH1005TW 两款新品，并已上市。

年产 280 万件卫生陶瓷二期项目已于 2019 年 1 月 21 日点火投产，是我公司自动化水平最高的生产线，拥有各种型号的机器人设备 57 台套，各生产工序采用全自动物流输送，流水作业，在行业内率先使用高频电子条码技术，电子条码伴随产品贯穿整个生产流程，方便数据统计、分析，便于机器人设备自动识别品种型号，立库系统采用 WCS 库存管理软件，实现了产品按型号、批次精准出库，可以实时统计产品库存信息，方便生产管理。

惠达住工于 2019 年 5 月 25 日开始试运行生产，目前已经开发出五个系列、30 余款产品，覆盖了市面上 70%-80% 的户型产品。惠达住工积极进行业务拓展，报告期内完成几十个整体浴室项目的前期对接、报价及信息跟进，部分项目已经落地。

重庆项目一期工程年产 80 万件智能卫浴产品的卫生陶瓷生产线目前已经完成生产工艺布局规划设计，厂区道路施工完成，生产车间、原料车间、原料库房正在土建和钢结构施工，原料车间部分生产设备开始订货，其它生产设备将按照计划逐批落实制作、采购，该项目预计 2020 年 5 月投产。

以上工程的建设 and 陆续投入使用，对奠定公司行业领军地位有着非常重要的意义。

### 3、实行全面品质管理，深化品牌打造，知名度大幅度提升，品牌效应明显

报告期内，公司和艾尔斯均取得了企业水效实验室资质，体现公司的产品检测能力；公司对外参编国家和行业标准 7 项，包括公司重点参与编修订的《蹲便器水效限定值及水效等级》，《水嘴水效限定值及水效等级》，《智能坐便器能效水效限定值及等级》三个国家强制标准以及《卫生陶瓷 坐便器冲洗噪声试验方法》国家标准已经进入报批阶段，2019 年 6 月开始参与国家标准《非接触式给水器具 节水性能通用技术条件》，团体标准《智能坐便器关键零部件 进水电磁阀》、《智能坐便器关键零部件 烘干加热器》的起草工作，为推动行业的标准化发展做出了积极的贡献。公司完善各项标准、制度，公司累计参与编写标准 33 个，其中国家标准 10 个。

报告期内，公司注重品牌建设，重点投入中央广播电台《中国之声》、百度、360 网络搜索引擎广告、北京地铁灯箱和列车广告，以及 100 多个重点城市高铁站信息屏广告，成为行业品牌投入最大的企业之一。惠达品牌先后荣获“中国家居产业百强品牌”、“中国家居产业卫浴领军品牌”、“十大智能卫浴品牌”、“中国 500 最具价值品牌”。截至 2019 年 6 月 30 日，公司拥有国内有效商标 101 项，其中艾尔斯 4 项；国际有效商标 88 项，其中艾尔斯 2 项。

通过深化品质品牌打造，公司知名度大幅提升，2019 年公司品牌价值 272.56 亿元居行业前列，品牌效应明显。

### 4、销售渠道多元化，工程渠道增速明显

随着精装房、整装业的崛起，传统的卫浴销售渠道主要集中在零售和工程二元渠道，现在裂变为工程、零售、电商、整装、新零售等多元渠道，渠道呈现碎片化。公司已经构筑了零售为主，工程、电商等为辅的多元化立体营销模式。

#### (1) 零售渠道

报告期内，“惠达”品牌新建门店 154 家，升级改造门店 44 家；“杜菲尼”品牌新建门店 47 家，升级改造门店 2 家。截止 2019 年 6 月 30 日，公司共有 1000 m<sup>2</sup>以上大店 4 家；500 m<sup>2</sup>（含）至 1000 m<sup>2</sup>以上大店 61 家；300 m<sup>2</sup>（含）至 500 m<sup>2</sup>大店 280 家。高标准专卖店建设有利于提升公司在区域市场的品牌形象和市场竞争能力。

#### (2) 电商渠道

报告期内，公司加大网络营销等新兴渠道的开拓力度，进一步提高公司营销网络的市场渗透率和市场覆盖率。电商在 618 年中大促活动中，全网销售金额比 2018 年增长 34%，为 3000 多个家庭提供了一站式购物体验。其中，天猫官方旗舰店的卫浴套餐销售情况在行业中呈现明显的竞争优势。2019 年上半年，客服接待响应时间降低 35%，更快速度在线回复消费者疑问；发货时效同比减少 13%，以更快的物流速度为消费者送达产品。

#### (3) 工程渠道

公司成为上海世博会、北京世园会等一批国际、国家级会展和赛事的产品供应商。报告期内，公司陆续维护和拓展新的客户，在与碧桂园、保利等地产商继续保持战略合作的同时，又与龙湖、远洋、首创、宝能等地产商签署了战略合作协议。报告期内，工程渠道实现营业收入 33,795.92 万元，同比增长 57.21%。

### 5、国际化策略得当，有效推动品牌的全球化布局和国际业务的拓展

在国际贸易环境复杂多变的市场形势下，公司通过强化管理、渠道开拓，国际业务得到持续的巩固和增强。全球市场品牌推广卓有成效，提升了终端销售力度，聚力开拓一带一路沿线空白市场。报告期内，公司努力开拓国际空白市场，在也门、塞尔维亚取得订单。2019 年上半年，国外实现营业收入为 4.17 亿元，同比增长 11.97%。

在国际市场，公司已形成覆盖全球主要市场的销售网络，在 70 多个国家和地区以自主品牌运营，并在巴基斯坦、韩国、乌克兰、希腊、斯里兰卡、孟加拉，马来西亚、印度等近 40 个“一带一路”沿线国家和地区进行品牌输出、产品销售、服务支持。公司拥有海外专卖店 29 家，专卖区

111 个。2019 年上半年增加自主品牌专卖店 1 个，专卖区 8 个。未来，公司将继续实施国际化战略，加大自主品牌的出口，扩大品牌的国际影响力；整合全球卫浴研发、设计、渠道等相关资源，打造知名国际品牌。

#### **6、提升自动化水平、加强和优化信息化建设，不断提升公司的管理创新**

公司致力于设备机械化、自动化研究，采用设备替代人工操作降低员工劳动强度，历经十多年的发展，装备水平处于行业领先，生产过程中大量采用高压注浆成型机、机器人施釉、机器人修坯、自动装卸窑、自动化立库、AGV、自动化生产流水线、机器人装箱码垛、产品 RFID 识别技术等自动化智能化生产装备，目前拥有各种型号的机器人 135 台套，近年来随着生产信息化的兴起，我们的一些自动化设备已经配备了信息化管理系统，未来公司 MES 系统完成后可以直接完成生产数据、质量等方面信息对接。

公司不断加强和优化信息化建设，借助信息化手段不断提升公司的管理创新，资源共享。公司 2019 年上半年开展了多项信息化工作，使公司的管理水平，风险管控能力，部门协同等方面有了显著提升。2019 年 6 月，公司完成两化融合管理体系贯标的内审和管理评审工作。

公司 ERP 信息化项目二期工程，在原有 ERP 一期项目基础上，对公司的三个子公司进行 ERP 建设，最终实现公司全部子公司的覆盖，并实现集团化的财务业务一体化管控能力，对集团的业务协调、财务集中管控等进行全方位梳理，配合该项目做到引进人才，优化架构、职能和管理流程，使各项管理达到精细化、国际化标准，以实现公司整个管理体系的再造，全面提升公司管理水平。

#### **7、完善内控体系、提高运营效率、加强人才引进**

2019 年上半年公司的人才工作以加强梯队建设、提升人员素质为核心。一方面继续加大外部人才的引进力度，另一方面加快推进公司管理干部梯队建设进程。全面提升管理水平，为适应公司上市后的持续发展，打造专业化、职业化的管理团队。

### **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

参见本报告第十节财务报告-五.重要会计政策及会计估计-44.重要会计政策和会计估计的变更。

### **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