

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
2019 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	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
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	1,880,963,862.72	1,853,448,529.49	1.48
归属于上市公司股东的净资产	980,443,920.53	982,699,565.30	-0.23
	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	119,424,445.61	5,143,693.82	2,221.76
营业收入	785,367,982.96	642,939,874.88	22.15

归属于上市公司股东的净利润	69,799,995.25	61,298,147.95	13.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	37,675,989.13	36,207,667.83	4.06
加权平均净资产收益率(%)	6.89	6.71	增加0.18个百分点
基本每股收益(元/股)	1.05	0.91	15.38
稀释每股收益(元/股)	1.05	0.91	15.38

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)		12,597				
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	
厦门市建潘集团有限公司	境内非国有法人	43.19	29,150,531	29,150,531	质押	7,000,000
温建怀	境内自然人	12.23	8,257,574	8,257,574	无	
潘孝贞	境内自然人	7.19	4,856,179	4,856,179	无	
温建北	境内自然人	3.60	2,428,089	2,428,089	质押	430,000
潘美玲	境内自然人	2.88	1,941,436	1,941,436	质押	1,549,436
潘宜琴	境内自然人	1.45	977,037	977,037	质押	685,500
温建河	境内自然人	1.44	973,102	973,102	质押	450,000
厦门谦程初启股权投资有限合伙企业(有限合伙)	其他	0.84	569,900	0	无	
香港中央结算有限公司	其他	0.28	188,600	0	无	
徐静	境内自然人	0.21	143,000	0	无	
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

2019年上半年，公司管理层、全体员工在董事会的带领下，坚持成为厨柜品类领导品牌的根本战略，加快桔家衣柜、木门的渠道布局，以大家居战略迎接全屋定制趋势；抓住精装机遇，持续深化与房地产龙头企业战略合作。报告期内，公司实现营业收入 78,536.80 万元，同比增长 22.15%；受销售结构调整，以及海外业务、桔家木门、桔家云整装、智能家居等新业务拓展带动人员薪酬等费用增加影响，实现归属于母公司所有者的净利润 6,980.00 万元，同比增长 13.87%。

一、2019年上半年公司重点工作具体如下：

（一）品类发展

1、橱柜业务

上半年公司橱柜零售业务快速做出调整，一方面持续推动渠道下沉，截止 6 月 30 日，橱柜新增加盟商专卖店 103 家（含在建），加盟商专卖店合计 1508 家（含在建），主要来自三、四线城市；同时，顺应市场趋势，由单品向多品、全屋推进，终端门店由单品类向品类联动、综合店发展。另一方面，以大商、优商为核心，打造不同细分市场的标杆加盟商，通过与标杆加盟商的比、学、赶，以点带面，提升区域加盟商经营能力。

2、桔家衣柜

桔家衣柜业务处于快速成长期，报告期内实现营业收入 9,983.37 万元，同比增长 183.33%。桔家衣柜正加速渠道布局，以提升品牌知名度，截止 6 月 30 日，桔家衣柜新增加盟商专卖店 128 家（含在建），加盟商专卖店合计 459 家（含在建）；重点打造标杆加盟商，建立营销帮扶 G 能团提升标杆加盟商运营、管理能力；构建以设计师为核心的终端运营模式，加强终端设计师人才培养以储备，并导入三维家一键通系统。

3、桔家木门

桔家木门以渠道布局为核心，以产品为驱动，推动业务的快速发展。产品方面，与意大利设计师合作建立工作室，推出市场领先的平台式迭代产品——LV·灵门墙系统；渠道方面，借助广

州建博会等展会，提升品牌知名度，加快招商布局。截止6月30日，桔家木门新增加盟商专卖店21家（含在建），加盟商专卖店合计30家（含在建）。

4、桔家云整装

桔家云整装以全屋定制产品的研发生产为核心，以全案精选设计为主线，全面整合国内外建材家居产业的优质供应商资源，打造“产品+平台+整装”的全新整装模式。8月3日，桔家云整装首家线下体验馆于厦门正式开业。公司将精耕福建区域市场，在资金、技术、产品、渠道、管理等方面全方位赋能，将其打造成全国标杆，进而在全国范围内实现全面复制。

5、智能家居

智能家居正从智能单品向全屋智能定制发展，公司以场景为基础，结合现有厨、衣、木乃至全屋定制、整装产品体系，构建厨房、客厅、卫浴间等智能化场景解决方案。为加快智能产品的市场化，上半年公司成立智能家居事业部，将依托公司品牌、渠道、服务资源，快速实现产品渠道布局，并建立相应的安装、售后服务体系。

（二）渠道拓展

受益于公司的战略布局及精装市场快速发展，报告期内公司大宗业务实现营业收入17,269.28万元，同比增长142.98%。目前，公司已与全国房地产100强企业中的38家签订了战略合作伙伴协议；依托橱柜品牌资源，逐步将衣柜、木门、厨电等产品导入精装市场；加强核心代理商的培育，提升代理商经营管理能力及风险应对能力。

海外方面，公司持续推进国际化战略，与阿里巴巴国际站合作，提升公司品牌覆盖和知名度；澳洲和美国是公司海外业务的主要市场，报告期海外市场实现营业收入2,302.13万元，同比增长68.67%；为应对中美贸易战，公司加快东南亚生产基地建设，为海外市场拓展提供供应链保障。

（三）生产交付

公司推动衣柜前后端一体化项目，实现设计、报价、CAD、下单全流程打通，实现一键报价，一键下单，大大降低出错率，提升设计师的工作效率。前端软件与桔家WCC软件实现无缝对接，实现板材排料快，极大提高生产效率，真正实现“所想即所见，设计即生产”。

以效率提升为导向，推动生产系统从成本中心逐步向利润中心转变，以制造车间为单位在生产系统导入SBU考核，并与员工共享增量收益，实现共创、共享，激活生产系统活力。

公司于业内首推“服务季”，连续20年打造与高端品牌相匹配的金牌服务。为进一步增强用户体验，公司上线智能安装管理系统，提供包含从订单仓库收货开始到客服预约送货，预约上门安装，师傅上门安装及安装验收，用户满意度评价等的系统的客户服务管理过程，通过系统规范安装过程，提高沟通效率，使安装过程中的问题及时反馈，及时处理。

二、2019年下半年主要工作

1、招商建店。招商建店仍是公司发展的主要动力，但不同品类的拓展重心有所不同。橱柜零售渠道持续下沉、深耕，并推动金牌家居馆的建设；衣柜、木门仍以市场覆盖为核心，加快布局形成厨、衣、木渠道协同。同时，加强家装、设计师以及电商新营销渠道的引流和转化能力。

2、渠道拓展。针对家装全包市场客户对价格敏感，公司推出高性价比的“超级A标”产品；面对线上流量碎片化，在电商、新营销渠道建立与客户的多维度、多节点互联，提升引流及转化效率；以设计力量论坛为载体实现设计师渠道拓展。

3、生产交付。下半年公司将在品质上实现再突破，巩固提升公司在行业的品质口碑。公司将着力控制异常单，降低系统性成本；完善新品类、新产品标准和质量管理，提升产品评价、质量检测监控体系；对接物流干线运输一体化服务，开通物流服务评价系统，全面提升物流服务质量。

4、智能家居。下半年以加快市场化作为智能家居的工作重心，使智能家居产品能够快速覆盖公司主要渠道，与现有橱、衣、木产品实现协同；加快智能家居产品升级迭代，完成第二代智能厨电产品研发并上市，完善全屋智能场景解决方案，并在嵌入方向、声光效果等方面优化现有产品体系，增强消费体验。

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

具体详见“第十节 财务报告/五、重要会计政策及会计估计/35.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