

公司代码：603180

债券代码：113553

转股代码：191553

公司简称：金牌厨柜

债券简称：金牌转债

转股简称：金牌转股

## 厦门金牌厨柜股份有限公司

### 2020 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	2,810,092,278.57	2,676,157,605.54	5.00
归属于上市公司股东的净资产	1,220,642,836.24	1,210,907,141.16	0.80
	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	34,125,823.65	119,424,445.61	-71.42
营业收入	828,664,335.38	785,367,982.96	5.51
归属于上市公司股东的净利润	61,471,088.06	69,799,995.25	-11.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	28,125,512.31	37,675,989.13	-25.35
加权平均净资产收益率(%)	4.94	6.89	减少1.95个百分点
基本每股收益(元/股)	0.66	0.75	-12.00
稀释每股收益(元/股)	0.61	0.75	-18.67

### 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)		12,633				
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	43.18	40,810,743	0	质押	20,147,736
温建怀	境内自然人	12.23	11,560,604	0	质押	3,550,000
潘孝贞	境内自然人	7.19	6,798,651	0	质押	245,000
温建北	境内自然人	3.60	3,399,325	0	质押	602,000
潘美玲	境内自然人	2.88	2,718,010	0	质押	2,169,210
温建河	境内自然人	1.50	1,417,092	61,711	质押	630,000
潘宜琴	境内自然人	1.50	1,416,517	53,887	质押	959,700
厦门谦程初启股权投资有限合伙企业(有限合伙)	其他	0.81	768,860	0	无	0
香港中央结算有限公司	其他	0.79	744,578	0	无	0
中国工商银行股份有限公司一天弘文化新兴产业股	其他	0.57	540,484	0	无	0

票型证券投资基金					
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、上述前十名及前十名无限售条件股东中，温建怀、潘孝贞为公司一致行动人，合计持有建潘集团 98.5% 股权。温建怀、温建北与温建河为兄弟。潘孝贞和潘宜琴为兄妹关系，潘美玲为潘孝贞侄女。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。3、上述股东持股数均为实施 2019 年度资本公积转增股本后的持股数。				
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

2020年上半年，面对突如其来的新冠肺炎疫情和复杂严峻的宏观经济形势，公司在董事会的带领下迅速应对，两大重拳：行业第一家提出承担经销商一万多名员工的一个月工资，为加盟商经销商提供5亿额度金融贷款补贴，携手合作伙伴共克时艰。同时，面对疫情导致线下渠道“停摆”局面，公司加速构建营销数字化能力，强化线上营销模式，整合线下销售力量，实现逆势稳定增长。报告期内，公司实现营业收入8.29亿元，同比增长5.51%；实现归属于母公司所有者的净利润0.61亿元，同比减少11.93%。从单季情况看，一季度受疫情影响面临挑战；二季度随着疫情的逐步稳定，公司围绕全年经营目标，积极推进复工复产，实现经营稳步发展，二季度实现营业收入5.61亿、同比增长10.69%，归属于母公司所有者的净利润为5,507.63万元、同比增长8.6%，扣除非经常性损益净利润为4,462.04万元、同比增长21.95%。

#### 一、2020年上半年重点工作：

##### （一）品类发展

##### 1、橱柜业务

公司以橱柜为核心，加快推动营销数字化，2月28号开启第一场“安心宅、放心购——金牌直播抢工厂”，在疫情特殊时期取得开门红，创下了行业纪录。此后，通过线上招商会、天猫超品日等系列活动，不断强化线上营销模式，为加盟商经营赋能。此外，公司积极拓展大宗业务，强化精装市场销售机会的获取。报告期内橱柜业务实现营业收入6.54亿，同比下降2.25%。

## 2、衣柜业务

衣柜业务保持快速增长，报告期内实现营业收入15,510.91万元，同比增长55.37%，成为公司新的增长动力。衣柜业务将继续强化渠道布局，同时深化与橱柜、木门等品类的协同，通过市场联动做大流量，全屋联动做大单值。

## 3、木门业务

木门业务依托橱柜、衣柜的品牌、渠道资源，以家居馆或厨衣、衣木综合店形式，加速渠道布局。报告期实现营业收入586.57万元，同比增长285.76%。

## 4、智能家居

公司推出智慧厨房超级智能终端——AI嵌入式智慧屏，作为行业首创的“智慧门板”，集合了AI行业最前端的技术，是实现最自然的人机智能交互工具。公司正加速推动智能家居产品在终端门店、大宗渠道的布局及落地。同时，为进一步推进公司智能家居的战略布局，促进智能家居业务的开拓，出资设立全资子公司“厦门智小金智能科技有限公司”。

### （二）渠道拓展

经销渠道是各品类发展的核心，橱柜将强化渠道下层和深耕，加强对县镇级市场的覆盖；衣柜、木门聚焦渠道的布局，加强对空白市场的覆盖。上半年受疫情影响，渠道拓展有所放缓，截止2020年6月30日，公司金牌橱柜专卖店 1565家（含在建店），桔家衣柜专卖店573家（含在建）。下半年公司将持续推动橱柜市场覆盖，加快衣柜、木门等渠道布局；进一步提升各品类招商资源协同，推进招商推广裂变蓄客数据化、信息化。

大宗业务方面，公司持续拓展与房地产企业的战略合作，与38家百强房地产企业签订战略集采协议；另一方面，整合内部资源，加强各品类与大宗渠道的对接，加快衣柜、木门等品类在精装市场的拓展。报告期内公司大宗业务实现营业收入24,084.35万元，同比增长39.46%。

海外市场虽然受疫情、美国双反等冲击，但公司通过海外工程市场拓展、供应链布局等举措，实现海外业务较快发展。报告期内海外市场实现营业收入5,901.97万元，同比增长156.37%。同时，为响应国家一带一路的政策，进一步拓展东南亚市场，提升公司在东南亚市场的占有率和品牌知名度，推动公司全球化战略，公司成功入股马来西亚橱柜行业龙头企业Signature International Bhd（中文名：胜利者国际）。未来公司在海外业务拓展方面将加强与胜利者国际协同。

### （三）数字营销

营销数字化不仅仅是营销模式的创新，更是公司战略、组织体系的重大变革。2020年5月公司成立数字营销中心，由内容制造、营销协调、技术支持、模式创新四大模块来构成，以数字化

信息化双涡轮驱动，结合大数据、信息化、智能化，打造数字化营销体系，实现引流、沉淀、交付。

#### （四）研发创新

公司致力于将绿色环保的科技创新，经过3年基础研究，1年半技术应用研发，公司联合晋大科攻克了厨房的抗菌难关，首创“金属离子抗菌+高分子”创新抗菌技术，推出环保更升级的金牌抗菌“纯芯板”。同时，抗菌厨房材料更是获得了日本SIAA抗菌标准认证。

#### （五）数字交付

公司以标准作业、标准管理为基础，通过标准工时与生产节拍线平衡、MES系统、物流数据地图等项目，提高订单交付全链路的数字化水平，实现订单相关数据在设计、生产、物流、安装、售后等环节的自由流动，逐步构建数字交付能力提升交付效率、改善客户体验。

#### （六）干部建设

公司总裁办全体成员率领 62 名骨干精英，开展了从胜利走向胜利——金牌厨柜红色之旅，既是意义深刻的红色革命传统教育活动，也是汲取中国共产党在政工、军队的建设经验，增强团队的凝聚力与使命感，形成统一的认知与意识，为团队注入思想的活力与力量。

## 二、2020年下半年主要工作

1、数字营销：公司将持续以为客户创造价值为中心，推动直播营销、社群营销、内容制造等创新，构建自有私域流量场景，围绕场景完成工具的开发及策划高效营销活动；整合管理多品类，人群细分标签化，提升私域池转化效率。

2、招商建店。进一步深化招商组织变革，以招商中心为平台强化各品类招商协同；搭建招商业务底层数据库，实现商圈建档和门店在线管理，提升招商资源转化、管理效率，逐步推动终端网格化管理。

3、数字交付。围绕自动过单、精准排程、数字化车间、智能化品检等项目，持续深化数字交付能力，构建客户订单数字化交付闭环。

4、智能家居。继续完善嵌入式智能解决方案，强化渠道布局和推广，在现有零售终端渠道的基础上，加大工程精装市场的拓展。

5、研发创新。为全面满足用户对健康生活的需求，公司将深入研究抗菌、除醛除味等新材料的研究；与林科院联手打造定制家居行业绿色发展标杆，建设《金牌厨柜绿色标准体系》，持续推动绿色改善点。

6、干部队伍。强化干部管理学院（奋斗者学院）的建设，推动中高层干部领导力提升，重塑系统管理思维，不断引领组织进化更新；构建政工队伍，推动企业文化落地和人才队伍建设。

### 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

详见本报告第十节财务报告部分内容。

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

\_\_\_\_\_