

公司代码：603226

公司简称：菲林格尔

菲林格尔家居科技股份有限公司
2020 年半年度报告摘要

Vöhringer
菲林格尔

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	菲林格尔	603226	——

联系人和联系方式		董事会秘书	
姓名		孙振伟	
电话		021-67192899	
办公地址		上海市奉贤区林海公路7001号	
电子信箱		zqswb@vohringer.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	1,163,072,667.04	1,139,398,534.08	2.08
归属于上市公司股东的净资产	927,528,448.62	920,551,268.33	0.76

	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	-39,003,981.73	-13,168,045.81	
营业收入	191,690,520.49	334,289,676.14	-42.66
归属于上市公司股东的净利润	6,433,226.11	41,321,196.42	-84.43
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,916,368.11	31,947,165.41	-78.35
加权平均净资产收益率(%)	0.59	4.74	减少4.15个百分点
基本每股收益(元/股)	0.03	0.19	-84.21
稀释每股收益(元/股)	0.03	0.19	-84.21

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)		13,550				
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	
菲林格尔控股有限公司	境外法人	29.04	61,076,600	0	无	
ASIA PACIFIC GROUP INTERNATIONAL LIMITED	境外法人	21.78	45,807,450	0	无	
新发展集团有限公司	境内非国有 法人	17.78	37,409,417	0	无	
上海申茂仓储有限公司	境内非国有 法人	2.18	4,580,745	0	无	
上海多坤建筑工程有限 公司	境内非国有 法人	1.81	3,817,287	0	无	
刘敦银	境内自然人	0.77	1,615,180	751,712	无	
陶媛	境内自然人	0.37	778,400	375,856	无	
李聪	境内自然人	0.34	722,800	375,856	无	
李赟	境内自然人	0.34	704,730	375,856	无	
吉富堂	境内自然人	0.34	704,730	375,856	无	
上述股东关联关系或一致行动的说明		公司法人股东香港亚太、新发展集团、申茂仓储均系实际控制人丁福如控制的企业，多坤建筑系丁福如之子丁佳磊持股67.06%的企业，上述股东合计持有公司9,161.49万股，占公司总股本的43.55%。				
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

（一）宏观及行业变化情况

2020年上半年，新冠疫情对我国经济发展造成了重大冲击。一季度，国内生产总值大幅下滑。随着我国对疫情的有效防控，二季度实现大部分复工复产，消费、投资、工业企业利润等的降幅均出现不同程度收窄。但受全球疫情蔓延及全球贸易紧张局势产生叠加影响，下半年仍然面临诸多的不确定性，对中国经济带来不利影响也将难以预料。

根据国家统计局公布的数据显示，2020年1-6月份，商品房销售面积69,404万平方米，同比下降8.4%。其中，住宅销售面积下降7.6%，办公楼销售面积下降26.5%，商业营业用房销售面积下降20.7%。商品房销售额66,895亿元，下降5.4%。其中，住宅销售额下降2.8%，办公楼销售额下降28.0%，商业营业用房销售额下降25.5%。（数据来源：国家统计局网）

本次疫情对家居建材全行业造成了较大的负面影响，房地产市场的下行也给整个家居建材行业带来了较大的增长压力。

（二）公司整体战略

公司在面临整个行业下滑的压力下，始终以“让菲林格尔成为真正的国际化家居品牌”的战略愿景为导向，秉承“不断为消费者提供优质健康的生活方式”的战略使命，努力实现业绩和市值双增长的战略目标。

1、一个中心两个基地，完善战略和产能布局

2020年初，公司及全资子公司菲林格尔企业发展分别与江苏省丹阳经济开发区管理委员会、上海南虹桥投资开发有限公司签订战略合作协议。未来公司将以虹桥为研发中心，上海和丹阳生产工厂为基地，加大研发投入，尤其是新材料、新技术及新装备的投入，提升创新能力，加速产品升级，完善公司战略布局和产能布局，进一步提升公司核心竞争力和行业影响力。

2、巩固传统产品优势

在环保已经成为用户选购产品首要因素的情况下，公司将“环保”作为品牌广告和产品内容创意的基点，围绕站内、站外的广告投放和内容分发，影响用户购买决策。平时重视与菲林格尔用户的网络互动、对话，及时协调、跟进解决用户反馈的各种问题和建议，维护品牌及产品优质形象。同时围绕4.0版SI标准店建设，不断推进USP系统的终端落地，从品牌基因、产品研发、产品制造等几个方面诠释菲林格尔“德国风范 环保典范”的品牌诉求，提升了用户的购物体验。

公司持续加大地板研发投入，精益生产管理，有效降低生产成本，提高企业竞争力；加强市场开拓，努力提升产品市场占有率，继续做大做强主营业务。

坚持差异化战略及资源聚焦，加大家居板块投入，抓住家居行业将逐步由生产型向生产服务

型转变，定制家具的市场逐步向行业中的品牌优势企业集中的机遇，逐步加大家居板块的投入，由单一产品提供商向住宅空间整体解决方案转变，完善产品及渠道，进一步提升家居板块业务对公司收入及利润的增长。

3、工程及家装渠道拓展

成立独立的工程家装部门，负责全国工程家装业务的开拓，同时在投标价格和资金方面对代理商进行大力度支持。同时，推动代理商进行家装渠道拓展的深耕细作，为代理商配套产品价格政策及市场资源支持，帮助代理商迅速打开家装渠道。

2020年上半年，木地板产品完成项目中标9个，战略中标6个，开发商资质审查通过并入库5个。新签工程代理139个。其中零售与工程合并签约115个，单一工程代理签约24个。参加线上地产客户供需洽谈，线下沙龙联谊活动。实现与近40个工程客户建立初步商务联系。家居产品完成600至700套工程项目签单。

4、资本市场运作

公司积极挖掘具有市场潜力的家居及新材料标的，努力通过收购兼并等方式，实现公司在上下游及相关产业跨越式布局，为公司未来发展奠定坚实的基础。

通过现场、电话等方式与券商、私募、创投等在内的投资机构积极交流公司经营情况，同机构投资者建立了日常联系渠道，把公司的基本情况较好地向资本市场进行了传达，建立良好的投资者关系。

（三）报告期经营情况

在公司董事会的统筹指导下，菲林格尔全体员工，积极应对突发环境变化，在全力做好疫情防控工作的同时，积极推进公司复工复产工作，确保了疫情期间公司未发生疫情病例，公司生产经营情况逐步恢复正常。

2020年上半年，公司实现营业收入1.92亿元，同比下降42.66%；归属于上市公司股东净利润643.32万元，同比下降84.43%。

1、市场营销开拓

（1）在促销活动上始终保持着高频率、高投入的促销节奏，在正常季度促销让利政策的基础上出台疫情帮扶计划，并连续在产品让利和促销赠品等支持政策上投入巨大资源，以便更好的为终端赋能，最大限度的缓解终端在疫情期间的经营压力。木地板产品上半年共计组织5场全国促销活动；家居产品上半年共组织3场促销活动。

3）继续通过微信小程序应用推广，裂变H5活动推广，天猫旗舰店运营，站外新媒体内容推广等新零售渠道实现引流及订单成交，继续保持在线平台运用和信息流商业技术的探索与实践。

4）木地板累计完成39家专卖店设计；累计完成54家验收；专卖店装修物料统一配装项目方面，总计完成门店配装58家；年度4.0SI标杆门店建设方面，目前已完成设计3家。家居累计完成店面设计7家，共计1,665 m²；验收店面5家。

5）持续拓展家装渠道合作目标，目前全国各区域已合作家装公司1,945家，其中重点核心家装渠道网点目标481家，目前已合作128家。在家装团队上目前已完成全国各区域家装渠道运营团队组建，做到有人对接，有人负责。

2、研发及质量管理

（1）产品研发

强化复合地板2020年重点研制CP系列及派系列，CP系列已完成样品试制，预计7月开始项目评审；派系列预计8月份完成样品试制，同时开始项目评审。实木复合地板研发CP系列地板余8款，研发家居配套地板余8款。已申请实用新型/外观专利6个。家居全屋新品研发2套新品应用款方案，2套儿童房应用方案，3套复合膜墙景板应用方案。完成复合膜墙景板应用等方案设计6项；布拉格灰、高光月影白花色、橱柜、衣柜功能拉篮等优化升级5项。

(2) 产品质量

坚持高质量意识依靠技术进步促进产品质量的不断提高，上半年公司完成年度现场审核并顺利通过 FSC 年度监督评审；完成环境标志产品认证年审准备工作，7 月份进行现场审核；已通过上海品牌年度审核。

3、生产制造管理

公司上半年安全生产零事故，产品生产交付率 100%。保持节能降耗措施，制造费用均控制在年度预算范围之内；积极开源节流，控制采购成本，降低产品成本。

4、制度建设及企业文化

公司继续加强制度建设，严格执行各项管理制度，强化内部控制，提升管理水平。积极落实项目复盘工作制度，传承管理经验，总结工作教训。

公司重视人文关怀，倡导企业文化建设，努力创造员工美好生活。组织员工公司年会、员工生日会、趣味消防运动会等多项员工文化工作，促进员工身心健康发展，增强团队凝聚力和向心力，提升了员工归属感。通过读后感的推送、分享，阅读、笔记已逐渐深入骨髓，公司读书会已逐渐形成菲林格尔又一温柔而有力量的企业文化。

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

2017 年 7 月 5 日，财政部颁布了《关于修订印发<企业会计准则第 14 号——收入>的通知》(财会(2017)22 号),要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自 2018 年 1 月 1 日起施行；其他境内上市企业，自 2020 年 1 月 1 日起施行。根据上述文件要求，公司需对原采用的相关会计政策进行相应调整。

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据衔接规定，首次执行本准则的累积影响数，调整期初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。执行新收入准则预计不会对公司经营成果产生重大影响，亦不会导致公司收入确认方式发生重大变化，不会对财务报表产生重大影响。

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
