证券代码:002543 证券简称:万和电气 公告编号:2016-009

广东万和新电气股份有限公司

【2015】年度报告摘要

一、重要提示

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,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因

声明

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 □ 不适用

是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以440,000,000为基数,向全体股东每10股派发现金红利2.5元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 □ 不适用

公司简介

股票简称	万和电气	股票代码	002543
股票上市交易所	深圳证券交易所		

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	卢宇阳	李小霞
办公地址	广东省佛山市顺德高新区(容桂)建业中路13号	广东省佛山市顺德高新区(容桂)建业中路13号
传真	0757-23814788	0757-23814788
电话	0757-28382828	0757-28382828
电子信箱	vw@vanward.com	vw@vanward.com

二、报告期主要业务或产品简介

1、报告期内公司所从事的主要业务、主要产品及其用途

公司的发展一直围绕厨卫电器主业展开,致力于成为世界级品牌的燃气具专家和最具高效、节能、环保的生活热水系统供应商。围绕“燃气具专家”为品牌定位,公司专注于以燃气热水器为核心的燃气具业务的发展,并以燃气灶具为基础,向高度相关的吸油烟机、消毒柜等厨电产品领域进行多元化延伸。公司在生活热水和供暖热水供应领域积极探索,顺应热水器行业多种能源产品竞合/共同发展的趋势,前瞻性的致力于节能型常规能源产品和新能源产品的开发,并已成为能源集成热水系统领域的先行者。同时,顺应制造业向服务业延伸的发展趋势,将原先的热水工程系统演变为器具系统,从而简化现场的安装、降低制造成本,促进太阳能热利用和热泵加热技术在家用热水领域的应用。

自公司设立以来,主营业务未发生变化。

2、经营模式

我国厨卫电器行业经营模式有自有品牌运营商、原始设计制造商与原始设备制造商三种模式,公司依托强大的营销、研发、制造能力,集三种模式于一体,可根据国内外用户需求进行快速响应。公司在“万和”品牌的基础上,围绕智能化及国际化发展趋势,新增“梅赛思”和意大利Unical AG S.p.A授权的国际品牌“Schuster”,从品牌塑造着手,深化战略转型。

3、主要业绩驱动因素

A、节能环保和消费升级促成产业升级机遇。厨卫被普遍认为是体现主人追求优质生活的标准,因此,市场对厨卫产品在美观度、个性化、智能化、操作便利性等方面的追求不断提升,产品更新换代加快,这在对竞争广商提出更高要求的同时,也促成了行业整体的升级机遇,为行业的持续性发展提供了内升动力。

B、城镇化进程持续加快和人民生活水平不断改善。厨卫电器的消费趋向于品质消费,因此城镇化的推进也助推了厨卫电器行业产品结构的升级,具有品牌影响力的企业成为最大的受益者。

C、国内燃气供应量持续增加。在十三五期间,随着世界能源市场的发展,中国的燃气供应量将保持约10%左右的年增长量,成为替代燃煤的主要能源,对提高能源利用效率和保护城市环境意义重大,由于市政管网设施相应持续完善,促进家用和工商业用燃气消费的同步增长,燃气具的市场容量将保持增长势头,从而形成有利于万和公司的家用燃气具业务和商用燃气锅炉业务持续发展的市场环境。行业专家估计,热水器行业将在未来几年内保持增长势头,行业整体处于良好发展态势,尤其在燃气供应较完善的区域市场。

D、线上线下融合的O2O模式、互联网普及下的大数据应用将持续推动家电企业的渠道转型升级,电商市场快速增长,家电企业的信息化平台搭建逐渐成型,家电企业为代表的跨界合作呈现新气象。还有,基于智能控制技术、电子信息技术、物联网技术、大数据、云计算等相关配套应用技术的成熟以及各种移动智能终端的普及,将有效推动智能家电的快速发展,智能家居发展趋势已逐步成为行业共识,从单一智能产品的极致化到为客户提供智慧家居整体解决方案,直至构建互融、合作、共享的智慧家居平台生态链,掌握核心资源的家电龙头企业成长空间巨大。

4、公司所属行业的发展阶段及所处行业地位

A、所属行业的发展阶段

公司所属行业为厨卫电器行业。厨卫电器行业总体处于较为成熟的发展阶段,市场竞争较为充分,在众多涉足厨卫电器生产的企业中,三大类型的企业——专业厨卫电器企业、综合性家电企业和外资厨卫品牌企业占据市场主导地位。在厨卫电器行业两大分支中,热水器行业的品牌集中度相对较高,顺应多种能源热水器走向混合/共同发展的趋势,以燃气热水器为主导的品牌和以电热水器为主导的品牌具有走向多能源产品融合发展的趋势,市场的品牌集中度预计将进一步提升;而厨房电器行业的品牌集中度相对偏低,由于国内消费者对厨房电器产品的消费诉求与国外存在较大差异,因此国内品牌凭借对国内消费需求的良好把握,在市场竞争中占据领导地位。作为目有品牌运营商,公司一直致力于追求高水平的营销能力。

B、所处行业地位

据中怡康市场数据显示,公司燃气热水器零售量线下市场占有率为17%,线上市场占有率为24%,燃气热水器市场占有率连续十二年行业第一,消毒碗柜、燃气灶、吸油烟机、电热水器的市场占有率均处于行业前五,燃气热水器和燃气灶具的出口量连续多年领先于行业同类产品,其中冷凝燃气热水器市场,万和以44.4%和39.8%零售量及零售额份额,继续保持冷凝市场双料领先的绝对优势地位;2015年度,“万和”品牌价值达336.02亿元,为中国专业燃气具行业最有价值的自主品牌;万和已连续六年蝉联中国专业燃气具行业霸主地位。

三、主要会计数据和财务指标

1、近三年主要会计数据和财务指标

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位:人民币元

	2015年	2014年	本年比上年增减	2013年
营业收入	4,192,219,707.55	3,977,717,487.66	5.39%	3,692,480,328.61
归属于上市公司股东的净利润	319,098,684.92	266,886,355.22	19.56%	247,717,089.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	308,537,062.00	256,684,834.58	20.20%	241,230,836.42
经营活动产生的现金流量净额	678,662,717.49	207,249,098.37	227.46%	318,695,020.90
基本每股收益(元/股)	0.7252	0.6066	19.55%	0.5630
稀释每股收益(元/股)	0.7252	0.6066	19.55%	0.5630
加权平均净资产收益率	11.65%	10.20%	1.45%	10.20%

	2015年末	2014年末	本年末比上年末增减	2013年末
资产总额	4,255,957,722.34	3,756,203,890.90	13.30%	3,557,761,649.84
归属于上市公司股东的净资产	2,820,518,606.17	2,580,477,072.89	9.30%	2,497,475,508.96

2.分季度主要会计数据

单位:人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,171,578,084.75	962,057,226.49	957,187,322.65	1,111,397,073.66
归属于上市公司股东的净利润	103,167,104.93	97,704,674.84	55,299,318.99	62,927,586.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	102,309,988.53	96,078,678.98	53,182,831.09	56,965,563.40
经营活动产生的现金流量净额	200,264,516.54	353,705,120.49	104,623,273.54	20,069,806.92

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

四、股本及股东情况

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

报告期末普通股股东总数	23,989	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	22,467	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	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	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
广东万和集团有限公司	境内非国有法人	38.25%	168,300,000	0		
卢础其	境内自然人	16.70%	73,490,400	73,490,400		
卢楚隆	境内自然人	9.19%	40,425,000	30,318,750		
叶远璇	境内自然人	5.51%	24,255,000	18,191,250		
卢楚鹏	境内自然人	5.51%	24,255,000	18,191,250		
中航鑫港担保有限公司	其他	0.50%	2,200,000	0		
田玉环	境内自然人	0.34%	1,500,300	0		
刘金凤	境内自然人	0.33%	1,450,824	0		
交通银行-普天收益证券投资基金	其他	0.26%	1,162,490	0		
国信证券股份有限公司	国有法人	0.24%	1,050,317	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	广东万和集团有限公司为公司的控股股东,公司股东卢础其、卢楚隆和卢楚鹏三人为兄弟关系,同时为一致行动人。三人为广东万和集团有限公司实际控制人,本公司实际控制人。对于其他股东,公司未知他们之间是否存在关联关系,也未知他们之间是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	报告期内,公司持股5%以上股东或前10名股东不存在因参与融资融券、转融通业务所导致的股份增减变动情况。					

2.公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

3.以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

五、管理层讨论与分析

1、报告期经营情况简介

报告期内,面对全球经济形势严峻复杂,经济复苏与增长依然乏力,不稳定、不确定性因素明显增多;国内经济增速放缓,下行压力持续加大,传统制造业更是面临更加困难的经营局面,公司以产品线作为经营考核的模式变革已见成效,以市场、客户为中心的企业经营文化得到沉淀,产、供、销协同效率得到大幅提升,盈利能力与经营质量持续增强,并取得较为亮眼的成绩。报告期内,公司实现营业总收入4,192,219,707.55元,较上年同期增长5.39%;营业利润363,811,420.86元,较上年同期增长21.18%;利润总额378,863,362.20元,较上年同期增长21.29%;归属于上市公司股东净利润319,098,684.92元,较上年同期增长19.56%。

A、在国内营销方面的建设情况

在营销管理方面,传统销售渠道由于国内经济整体下行,房地产行业发展低迷,线上购物比例大幅增长,消费方式发生改变等因素影响,公司积极拥抱互联网,实现营销行为信息化、数据化,其中包括云营销系统、O2O系统、万和官网商城、万和全员直销四大系统的建设,探索线下共享线上发展红利的创新模式,线上线下价格同步,实现线上销售,线下配送,有效解决了线上线下的利益冲突,形成销售合力。报告期内,公司电子商务销售业绩为40,586.71万元,比上年同期增长76.42%。据中怡康线上周度零售监测数据显示,公司主要电商产品零售额与行业同比增长对比如下:

2015年电商市场主要厨卫产品零售额同比增长对比		
品类	万和	行业
燃气热水器	84%	66.4%
燃气灶	53.9%	39.9%
电储水热水器	193.2%	74%
油烟机	159.6%	42.3%

在售后服务管理方面,报告期内,“云服务”开始全面运行,通过不断自我完善,“服务前移、服务下沉”的服务策略实现了快速推进实施,售后服务网络已完成了全面覆盖。同时在“云服务”体系的建设下,公司作为同行业首家通过了国家标准GB/T27922-2011《商品售后服务评价体系》五星级的认证,成为了同行业内最高售后服务水平的认证。新上线的云营销及云服务系统有效的将营销及服务推上一个新的台阶,公司更注重用户的体验,不断改善产品质量和服务质量,提高用户满意度。

在品牌管理方面,以“品牌铸造营销”为创新点,深度聚焦品牌形象认知,将捆绑入效果最大化,实现从品牌认知度向品牌理解度的提升,在2014年品牌形象梳理清晰的基础上,既让消费者不仅知道万和品牌,更了解万和品牌的态度、行为及价值观,使得“让家更温暖”从入眼到入心,例如,籍由“中国热水管家”的品牌身份,推出“高端热水器星级价值体验标准”、“中国菜 大壮火”——建立对万和厨电的差异化优势认知,沿传中国美味,创新中式厨房的品牌;在品牌传播平台上,已经突破传统传播渠道,实现事件传播、机场户外、微信、微博品牌化运营管理、产品发布会、搜索引擎推广、手持移动终端导购平台、微视频、公益传播等多元化传播平台的组合运用;持续确立万和公益品牌战略,以“温暖力量”为理念,以“温暖中国行”为核心公益品牌,以“爱心热水工程”、“爱心厨房”为主形式;制定了清晰的品牌形象定位体系,持续深化“热水管家”,强调价值理解和认同,巩固品牌占位。

在推广模式方面,公司以“温暖力量”为理念,以“温暖中国行”万和“爱心厨房”走进雅安、宜州启动仪式在北京举行,公司将在四川雅安和广西河池各捐建一个爱心厨房,为雅安市雨城区六小学和宜州市祥贝乡里赤小学提供一整套厨房设备,用于改善学校师生的用餐生活;提出将12月12日设立为“陪伴日”,把“陪伴,让家更温暖”的观念再度深化推广,希望通过“1212陪伴日”的设立,倡助社会各界人士的力量,倡议人性中对家庭温暖本真的关怀与重视,去呼吁更多人多轴时间陪伴自己的家人,将“让家更温暖”的理念延伸传播。

在工程集采方面,公司获得了顺德区地产城建和水利局为公司颁发的“机电设备安装专业承包三级”资质证书,为重大招投标项目的参与提高了竞争力,报告期先行业的技术、丰富的产品线、卓越的品质与细致优质服务的优势,公司与广州珠江实业集团有限公司、广州恒大材料设备有限公司、北京鸿坤伟业房地产开发有限公司、廊坊京御房地产开发有限公司等成为了战略合作伙伴关系,共享利益及价值链延伸的共赢模式的附加值并最终回报用户,同时也输出了万和品牌的服务方式和理念,极大提升了万和品牌的影响力和美誉度。报告期内,公司频频中标国内重大房地产项目,石家庄市第二中学学生公寓太阳能热水工程项目、广州市第三看守所中央热水设备系统采购项目等。

在“梅赛思”新商端品牌推进方面,公司积极布局高端智能白色家电、黑色家电、信息家电、燃气具等泛家居电器产品的研发、开发和销售,以“互联网+”为发展模式,积极探索企业制造资源与上游供应链和下游销售与服务体系,稳步推进互联网+云制造,全渠道O2O、云营销、云服务以及消费特征大数据分析。2015年11月首批下线三个型号的“梅赛思”产品于今年“双十一”正式在天猫、京东等互联网购物平台同步上线;2015年12月,梅赛思承远公司的广东第一个家电类O2O体验馆“顺德家电O2O商城”已进驻品牌达30多个,包括万和、梅赛思、美的、海信科龙、格兰士、九阳、威力等,涵盖电视、空调、洗衣机、厨电、热水器以及小家电等品类。

B、在国际营销方面的建设情况

报告期内,公司在家电产品出口整体表现低迷的形势下,继续发挥与核心客户的战略性合作优势,加大厨电产品新客户的开发,重点深挖现成,潜在优质客户。公司通过积极参加欧洲、南美、非洲的专业展会以开拓新客户,组建重点市场攻坚小组,加强市场开发力度;公司加强外销产品研发力度,拓宽产品线,提升产品力与综合成本竞争优势;公司加大与知名企业的经验交流及学习切磋,进一步规范海外事业部的运作机制;优化人员编制,吸收新血液,并新增了欧洲市场的统计数据和买家名录,对业务员分析市场容量,客户质量以及新客户开发上有很大的作用。报告期内,公司入选首批“中国出口质量安全示范企业”,同时还名列“顺德区第一批重点外贸企业名单”。

在“Schuster”国际市场拓展方面,2015年5月公司与意大利Unical AG S.p.A.在北京签订了《合同》,达成在家用、商用与工业热能应用领域缔结战略合作伙伴联盟,共同拓展全球业务“Schuster”中国市场招商暨市场资源发布会于2015年6月在同南召开,现场有80多家经销商与公司签订“Schuster”品牌拓展合作意向书;产品设计全部沿用国际化风格,从欧洲原装进口的“Schuster”品牌SWG、EVE、BWA三个系列8个型号的壁挂炉产品,燃气锅炉、生物质能锅炉等已在国内市场全面面市;除公司总部外,公司在武汉、海南、新疆、重庆、陕西等6个省市建成了“Schuster”品牌形象店,正在建设的“Schuster”品牌形象店有十余家,2016年还将在全国各大重点城市建立100家形象店。

C、公司产品与技术研发情况

在产品创新方面,“节能”和“智能”是大势所趋,是市场刚性需求,作为国内生产规模最大的热水器、热水/供暖系统、厨房电器制造商及领先品牌,公司始终站在引领技术升级换代的发展方向,以节能减排为己任,以生态节能技术和环保健康的产品贡献社会。商用系列“交叉扰流自清洗式铸铝换热器技术高效节能燃气热水炉”荣获“节能减排科技进步奖”;壁挂炉、平板太阳能集热器及热水系统、空气源热泵产品被授予“2014房地产总工优选品牌产品”,公司作为传统能源产品“低碳先锋”的代表企业,正全面加速发展低碳战略主推低碳新产品;燃气壁挂炉(LLI型D24-T24B2)以其跃心致远的换热设计、先进的O2A燃气自适应技术、高达104%的热效率,出色的节能效果,在众多同类产品中脱颖而出,斩获了家电行业的至高荣誉的燃气壁挂炉类“红顶奖”;公司主研发的节能三模三换电热水器、双胆一体三用电热水器被认定为“广东省高新技术产品”,智能控制出水温度,节能效果明显;多维红外线燃气灶拿下“创新产品奖”,超高效火力王,采用了无铅燃烧技术,有害气体排放量极低;第量代双涡轮烟机以行业最大的22m3/分钟的排风量全新出市市场,在厨房也可呼吸新鲜空气;新一代“大壮火”——第Ⅱ代蓝芯灶,打破火力或热效率单边提升的僵局,让食物熟的快,炒得香,更多的保存食物的营养;在热水器品类中,万和品牌共有9款产品入选2015年“能效之星”产品目录,公司历次参评掌封共有17款产品入选,占2012年至2015年入选产品总数量的47.22%,成为热水器行业的最大赢家,充分彰显了公司作为热水器行业领先品牌的超强实力以及深厚技术积淀。

报告期内,公司继续以市场需求为导向,加大研发投入,深化技术创新,《多维复合热水系统优化节能关键技术及应用》、《微热损高效全预混燃气热水器》分别获得全国轻工业联合会科学技术一等奖、三等奖;《燃气自适应式燃气采暖热水炉》荣获佛山科技局科学技术奖三等奖;凭借深厚的自主创新实力,以《5影弯道换热节能技术燃气热水器》、《风机恒功率技术恒温燃气热水器》、《交叉扰流自清洗式铸铝换热器技术高效节能燃气热水炉》、《多维红外辐射高效节能灶具》等4项技术获得广东省轻工协会科学技术三等奖。

针对家电“互联网+”发展趋势,公司持续开展云智能系列产品的研究与产业化,在报告期内实现云智能产品批量化生产,推出基于同里小智的2款云智能燃气热水器、电热水器产品,基于京东微联的1款云智能电热水器,其便捷、智能控制等亮点,赢得了消费者的一致好评。公司ederi家电创新意识,积极参与国家层面“大众创新,万众创业”系列活动,藉此不断获取产品领先创意。2015年10月,公司与南京创客空间共同提交的创意作品——“婴间疯旋-分层分离式抽油烟机”创意作品,在首届“创客中国”大赛中凭借新颖的创意、健康环保、智能化等创新优势,荣获大赛企业组二等奖,双方合作提出的另一作品“智能识别燃气热水器”也获得创意设计奖。

在公司知识产权建设方面,报告期内,公司累计总授权1,045项,专利申请183项,其中发明33项,实用新型103项,外观设计47项;专利授权172项,其中发明21项,实用新型100项,外观设计51项,在同行业中遥遥领先。公司和全资子公司高明万和于2016年1月28日顺利通过了知识产权管理体系认证,并收到了由中知(北京)认证有限公司颁发的《知识产权管理体系认证证书》,此外,公司还荣获“2015年度国家知识产权优势企业”称号。随着万和不断加强知识产权方面的建设,有利于增强公司知识产权管理的规范化、系统化、科学化,提升企业知识产权意识,提高自主创新能力,增强市场竞争力,使公司日后在技术创新、产业整合方面掌握更多筹码和主动权。

D、质量体系、精益生产和两化融合建设情况

作为卓越绩效管理模式的先行者,公司早在2004年已初步引入卓越绩效管理模式,追求卓越绩效管理理念,并且在推行卓越绩效模式过程中,勇于实践,积极探索,开拓创新,取得了显著成效。公司于2011年以最高分荣获“首届顺德政府质量奖”;2013年以最高分荣获“首届佛山市政府质量奖”;2016年3月,公司继续蝉联“2015年度广东省政府质量奖”。

报告期内,公司通过内部推进与外部项目合作相结合的方式,大力推行精益生产、MES与智能制造,投资不低于5,000万元的资金进行智能装备升级,引进诚如自动(AI)插件机、全自动内胆焊接生产线、冲压机器人、焊接机器人、注塑机械人、丝印机器人、(AOI)自动检测设备等诸多自动化设备,大幅提高了生产效率,大跨步的向“机器换人”、数字工厂、智慧工厂迈进。

报告期内,公司通过了北京国金恒信管理体系认证有限公司审核专家组的“关于将化融合”的信息化和工业化融合管理体系第二阶段评估审核,标志着公司管理效率和经济效益、信息化水平、核心竞争力等的提升得到了评审专家组的一致认可。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

□ 适用 √ 不适用

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

1、与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

2、报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

3、与上年度财务报告相比,合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

报告期内,新设1家子公司情况:

名称	佛山顺德区万和电气有限公司
注册地	佛山市顺德区
业务性质	生产、销售:燃气热水器、燃气灶、消毒柜、电热水器、电储水热水器、油烟机、厨房电器、家用电器、燃气具、电器配件、五金配件、塑料制品、铝制品、不锈钢制品、厨具、卫浴用品、家具、灯具、电子产品、电子元件、电子电器、电子电器配件、电子电器零件、电子电器零件、电子电器零