

- 一、重要提示
- 1 本年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,投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 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 公司全体董事出席了董事会会议。
- 4 华兴会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 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
- 公司2019年度利润分配预案为:拟以实施权益分派股权登记日的总股本为基数,向全体股东每10股派发现金红利9元(含税),同时以资本公积向全体股东每10股转增4股。
- 二、公司基本情况
- 1 公司简介

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	金牌橱柜	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		李朝升	
办公地址	厦门市同安工业集中区同安南路100号		厦门市同安工业集中区同安南路100号	
电话	0592-5566901		0592-5566901	
电子邮箱	goldhome@chinaacc.com.cn		goldhome@chinaacc.com.cn	

2 报告期公司主要业务简介

(一)公司主营业务

公司创立于1999年,是国内领先高端整体厨柜、定制及智能家居家居解决方案提供商,为消费者提供专业的整体橱柜、定制及智能家居研发、设计、生产、销售、安装及售后服务体系。公司荣获国家级“智能制造示范企业”、“智能制造综合标准化与新模式应用企业”、“中国驰名商标”、等荣誉称号。



(二)公司主要经营模式

1.采购模式

公司与主要供应商建立了紧密的战略合作关系,通过签订年度框架合同,根据实际需要下单。随着采购模式逐步成熟,公司通过缩短采购周期,针对部分关键性原料根据价格波动设置适当库存等措施,合理控制生产,逐步降低库存,提高资金使用效率。

2.生产模式

公司生产模式以销定产,通过公司的智能制造系统与大规模制造技术成果相结合,将订单以标准化及非标准化等方式进行规模化拆分,单一车间生产固定模块,多个车间配合生产,提高单一生产线的标准化水平,实现大规模定制。通过提升大规模定制能力,实现内部的专业化分工,形成高柔性的生产体系,大幅提升了生产效率。

3.销售模式

公司销售模式主要有经销商专卖点销售模式、大宗业务销售模式、直营专卖点销售模式,以及电子商务销售模式等,在不断拓展专卖点,同时不断拓宽营销网络和推动营销创新,提升订单数量和订单价值。

(三)行业情况

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》(2012年修订),公司所属行业为家具制造业(C21)中的定制家具子行业——定制家具行业。与成品家具相比,定制家具个性化定制服务、大规模定制、标准化生产、兼具现代服务业等鲜明特点,致力为消费者提供个性化家居解决方案。

1.定制家具市场规模持续稳步增长

定制家具具有较强的规模属性,需求主要来自首次置业、旧房翻新和存量精装修三个方向,与房地产行业景气度系统为密切。虽然2019年以来房地产行业增速放缓,但受棚户区改造工程、长期租赁市场的推动,精装房快速发展和、城镇化水平不断提升,以及存量房更新改造需求增加等影响,预计定制家具行业发展前景依然乐观。

(1)政策、住房消费升级推动精装房快速发展。建筑业十三五规划提出,新开工全装修成品住宅面积达到30%,2019年2月住房和城乡建设部《住宅项目规范》明确提出“新建住宅全装修交付”。2019年2月,全装修、精装修市场规模不断扩大,奥维云网数据统计,2018年推出精装修楼盘的开发商数量大增0%,新开盘精装修、全装修商品房住宅253万套,同比增长60%,在精装修的各项部品中,橱柜、烟机、灶具等产品的配套率均达94%以上。此外,房地产行业进入从规模扩张向品质升级的新时代,精装房中的厨房品质成为影响住宅价值的重要因素,房地产龙头企业纷纷向定制家具龙头企业战略合作。

(2)户籍城镇化与人口红利释放。2018年中央经济工作会议强调“要推动城镇化发展,抓好已经在城镇就业的农业转移人口落户工作,督促落实2020年人口落户目标”。2017年户籍人口城镇化率为42.4%,预计接下来几年将会加速推进户籍城镇化及农村人口落户城镇,有望超额完成45%的户籍人口城镇化率提升目标。而且城镇化人口对住房的消费需求旺盛,对定制家具的品牌、品质更加注重。

(3)存量市场的渗透。随着房地产行业进入存量市场时代,一般来说家具更新周期为10年左右。由于人们对住房改善性需求不断提升,存量房更新换代成为市场主流,定制家具市场规模有望进一步扩大。定制家具的核心是以人为本的设计理念,是为客户提供个性化定制服务,满足消费者对品质生活的需求,更多的定制化产品或服务,从而提升客户的生活品质。

(4)智能家居趋势

(1)智能制造

个性化定制成为家居产业的主流,制造业的核心业务已经从传统的扩大规模向如何满足用户的个性化需求,如何为用户提供全面个性化的体验,如何为用户提供更好的服务方向转变。面对多样、快速变化的市场需求,建立智能化系统协同生产成为企业核心竞争力。企业需要借助物联网、云计算和大数据等不断涌现的技术,对制造系统进行数字化、个性化改造,突破难以大规模定制化生产的技术瓶颈,实现对市场的需求进行快速响应和调整。

(2)智能家居

2018年政府工作报告提出“发展智能产业,拓展智能生活”,大力推动人工智能技术的突破以及商业应用,智能制造将加速从“概念”向“落地”发展。同时,智能家居的应用领域从家电、空调等向家具领域延伸,智能家居将逐步进入大众视野。但智能家居是一个“系统工程”,只做家电、家具产品的智能化远远不够的,互联互通的一体化智能家居化体验才是未来定制家具的大势所趋。定制家居智能化的核心是以人为本的设计理念,是为客户提供个性化定制服务,满足消费者对品质生活的需求,更多的定制化产品或服务,从而提升客户的生活品质。

(3)全屋定制

全屋定制的发展,是由消费者的需求推动所做的。房价上涨和居住空间小,使消费者期望更高效利用空间;而生活品质的提高,使消费者对整体效果、风格搭配要求越来越高,满足一站式需求;空间整体规划需求,整体设计等个性化定制,提升居住市场的整体品质。但全屋定制需要全面定制,对定制家具的要求而不是简单的品类延伸,对产品的开发设计、技术、信息、技术、生产制造等方面提出较高要求。

近两年来是短视频、今日头条等新媒体,还是KOL网红经济,新兴用户的触达方式趋于更加多元,流量呈现碎片化。定制家居将面对的是互联网的碎片化信息,通过智能化教育消费者的用户,用个性化的需求带动流量,渠道营销的侧重点也从发生线性的变化,通过精准营销新客,全面提高销售产出不可回避的趋势。

(5)存量市场的激活

中国房地产市场拥有庞大的存量市场,一般来说家具更新周期为10年左右。由于人们对住房改善性需求和新房市场饱和度的矛盾,早期建成的房产结构合理性较差等情况,消费者更愿意选择大幅度利用存量房进行存量房更新,存量房更新的市场需求巨大。

(6)定制化家具全球化

中国定制家具在全球最普及及最具制造的优势。中国制造业在全球拥有较强的成本及效率优势,伴随信息科技技术提升,互联网的兴起,定制家居进入全球化和未来发展的全球化时代,也将为中国品牌国际化提供助力。

3.市场格局

目前家具行业集中度提升,具备优势的全国性领导品牌尚未形成。2017年多家定制品牌企业成功上市,并且借助资本开道渠道拓宽、整合产业链、延伸品类,获得远迈行业的业绩增长,抢占中小企业市场份额,同时地产、互联网、家具等企纷纷跨界进入家装行业家具行业,产品品类逐步向家具行业延伸,将加剧家具行业竞争。此外,受消费升级影响,消费者对品牌、设计、售后服务等的关注,以及国家环保门槛的提升,中小企业家具的生存空间将进一步挤压。预计未来,消费升级等因素驱动下,家具市场份额将不断向全国性品牌倾斜。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

	2019年	2018年	本报告比上年	2017年
--	-------	-------	--------	-------

公司代码:603180

公司简称:金牌橱柜

厦门金牌厨柜股份有限公司

2019 年度报告摘要

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前10 名股东情况

□适用 √不适用

5 公司债券情况

□适用 √不适用

一、报告期内主要财务情况

报告期内,公司全体员工在董事会的领导下,坚持成为厨柜品类领导品牌的根本战略,加快桔家柜、木门的渠道布局,以大家居战略迎接全屋定制趋势;抓住精装修,持续加强与房地产龙头企业战略合作。2019年公司实现营业收入21.25亿,同比增长24.90%;实现归属母公司所有者的净利润2.42亿,同比增幅15.37%。

2 导致暂停上市的原因

□适用 √不适用

3 面临退市上下的具体情况原因

□适用 √不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

√适用 □不适用

一、会计政策变更的内容和原因

2017年,财政部修订了修订的《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量》(《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量》)《企业会计准则第23号—金融资产转移》《企业会计准则第24号—套期会计》《企业会计准则第25号—保险合同》,以及《企业会计准则第26号—租赁》,自2019年1月1日起施行新金融工具相关会计准则。本公司自规定之日起开始执行。

根据财政部于2019年4月发布的并于同日生效的2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6号)《文件附件2019年度一般企业的(2至16号)资产负债表和利润表的格式》(2019、2019年12月31日),本公司财务报表格式进行修订,并采用财务报表格式变更了相关会计政策。

2019年6月,财政部修订《企业会计准则第7号—非货币性资产交换》(财会[2019]5号),本公司于2019年6月10日起执行新准则,并自2019年1月1日起采用公允价值计量,不通过损益核算。

2019年6月,财政部修订《企业会计准则第12号—债务重组》(财会[2019]9号),本公司于2019年6月17日起执行新准则,并自2019年1月1日起采用公允价值计量,不通过损益核算。

2019年1月1日起执行新准则,并自2019年1月1日起采用公允价值计量,不通过损益核算。

其他说明

(1)财政部2017年3月发布了《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量》(财会[2017]7)、《企业会计准则第23号—金融资产转移》(财会[2017]8)、《企业会计准则第24号—套期会计》(财会[2017]9)、2017年6月发布了《企业会计准则第7号—金融工具列报》(财会[2017]14号)。

A、新金融工具准则要求企业以根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征,将金融资产划分为三类:以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

B、新金融工具准则以“预期信用损失”模型替代了原金融工具准则中的“已发生损失”模型,该模型适用于以摊余成本计量的金融资产(含应收账款),以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、债权投资、合同资产、贷款承诺及财务担保合同。

新金融工具准则具体会计处理详见附注三、(十一)。

公司自2019年1月1日起执行新准则,并按新金融工具准则的要求列报金融工具相关信息,不对比较财务报表追溯调整,此项会计政策变更已经公司董事会审议通过。

(2)本次报表格式会计政策变更,除上述新增及项目变更外,将“应收票据及应收账款”拆分为“应收账款”与“应收票据”,将“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”与“应付账款”列示,此项会计政策变更已经公司董事会审议通过,对公司上述会计政策变更采用追溯调整法。

对2018年度的合并财务报表列报项目期末余额进行追溯调整具体如下:

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----

项目	调整前金额	调整后金额	变动额
----	-------	-------	-----