证券代码：002678　　证券简称：珠江钢琴　　公告编号：2020-015

广州珠江钢琴集团股份有限公司

2019 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1,358,320,323为基数，向全体股东每10股派发现金红利0.35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

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	珠江钢琴	股票代码	002678
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	谭婵	李丹娜	
办公地址	广州市增城区永宁街香山大道38号1号楼、厂房（自编号3号楼）	广州市增城区永宁街香山大道38号1号楼、厂房（自编号3号楼）	
电话	020-81514020	020-81514020	
电子信箱	td@pearlriverpiano.com	ldm@prpiano.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

报告期间，珠江钢琴主要从事钢琴及数码乐器产品的研发、制造、销售与服务，以及艺术教育、文化传媒等文化相关业务，2019年，珠江钢琴坚持创新发展，培育品牌，坚持以深化企业改革为动力，致力转型升级、融合创新，产业延伸，积极推进国际化运营，推动钢琴产业高端升级，深化智能钢琴和艺术教育领域布局，持续探索制造业+互联网融合发展，推进了以高端乐器制造、音乐教育、文化产业为主发展方向的产业布局。

（一）钢琴业务：近年来，全球钢琴产销量基本稳定在40-50万架左右，中高档钢琴需求呈现增长趋势。技术改造和科技创新更加活跃，钢琴产业与音乐教育、技术服务结合更加紧密。中国市场已发展成为全球产销规模领先的钢琴市场，但中国居民钢琴尚处于普及阶段，每百户钢琴保有量远低日本和欧美水平，未来仍有较大的增长空间。目前，珠江钢琴拥有世徽堡、珠江、里特米勒、京珠等多个自主钢琴品牌，并与已收购国际著名高端钢琴品牌Schimmel钢琴形成了在高、中、普及各档次均具较强国际竞争力的品牌体系。公司不断深化研究钢琴制造技术工艺，进一步丰富公司产品体系的差异化，形成了结构完整、系列齐全、档次分明、款式多样的产品线，多个产品被科技部列入“国家重点新产品计划”。

公司研发生产钢琴，主要通过经销商销售，建立了研发+生产+销售型的钢琴业务经营模式，建立了遍布全球的营销网络，其中国内形成以省会及地级城市为中心，向周边城市辐射的营销服务网络，全国拥有300多个直接经销商，1000余家销售网点；国际以亚洲、欧美为核心，形成销售服务网点200多个，营销和服务网络覆盖全球一百多个国家和地区，公司的钢琴产品中国市场占有率达42.20%，全球市场占有率达30.15%，产销规模稳居全球前列（数据来源：中国乐器协会）。

未来，公司将以国家文化产业示范基地为平台，以全球规模领先的钢琴制造基地为基础，致力打造全球技术领先的乐器研发中心，具有较大影响力的音乐文化演艺中心、乐器展示中心、音乐鉴赏中心区，成为国内一流、拥有国际视野、集合产学研功能的音乐文化基地，充分发挥展示钢琴艺术、表现音乐之美的作用，成为各类音乐文化交流展示的窗口以及高层次的音乐休闲场所，成为广州市的一大亮点，成为全国乃至国际闻名的乐器文化产业园。

（二）数码乐器业务：集团控股子公司艾茉森负责开展数码乐器业务。艾茉森数码乐器实现高新技术乐器+数码乐器音乐教育+互联网的结合，具有专业性、趣味性与家庭欢乐性。2019年艾茉森数码钢琴销量超4万架，继续位居中国数码钢琴企业前列，艾茉森已掌握数码乐器核心技术，报告期内推出多款便携式、家居型、智能型数码钢琴，成功研发出音乐启蒙软件，推出儿童启蒙钢琴教室、儿童启蒙电子鼓教室、家庭学习陪练端APP及成人速成钢琴教室，进一步拓宽延伸了“传统数码乐器+互联网教育”的领域，持续开展品牌音乐会及公益活动，与著名流行钢琴演奏家合作举办多场珠江艾茉森数码钢琴演奏音乐会，提升了艾茉森数码钢琴的品牌影响力和美誉度。

未来，艾茉森将持续提升研发水平和市场美誉度，打造艾茉森品牌成为中国专业数码钢琴的代名词，不断引进关键性人才，运用艾茉森新三板挂牌的资本化优势，努力构建发展态势良好的数码乐器生态圈。

（三）艺术教育业务：集团全资子公司文化教育投资公司负责开展文化教育业务，主要通过产业运营及资本运作方式推进艺术教育产业发展，逐步构建艺术教育课程开发及加盟管理平台、艺术教育直营平台、互联网艺术教育平台，形成从内容、渠道、互联网平台一体化教育体系。目前，艺术教育培训实体运营的包括北京艺术之家、佛山旗舰店、广州荔湾区社区店、广州天河区社区店等实体店，主要开展乐器培训、声乐培训、师资培训、培训课程及配套乐器销售、钢琴大赛、大师班活动、钢琴展览活动等文化业务。

未来，文化教育投资公司将建立先进的具备独立知识产权的教学方法和管理模式，构建音乐文化教育特色课程体系，积极推进与艺术教育培训同行的业务合作，致力打造成为全国知名的文化艺术教育品牌。

（四）影视传媒业务：集团控股子公司珠广传媒负责开展影视类业务。2019年，珠广传媒积极推动前期已投资项目，确保投资资稳妥回收，并根据行业特点不断健全企业风险防御机制。未来，公司将通过整合大文化产业业内资源优势，深入调研其他文化类项目，培育、挖掘珠广传媒新的经济增长点。

（五）钢琴后服务市场：集团控股子公司琴趣科技负责运作钢琴后服务市场业务，主要通过微信公众号、APP等平台以网约调律服务为基础，以音乐教育移动互联网产品“钢琴云学堂”和“珠江在线乐理课堂”为辅助，深入推进“乐器+教育+服务”新业态的战略布局。2019年琴趣科技持续开展四大免费调律业务，线上线下齐发力，盘活存量客户，增加二次调律，新推出了“琴趣商城”，通过整合琴趣公司现有产品，丰富钢琴周边产品种类，进一步延伸钢琴的后服务业务，提升用户体验。

未来，琴趣科技将不断丰富云服务平台功能，优化平台服务，坚持“专业教学、持续创新”的理念，以“钢琴云学堂”为切入点，深入渗透钢琴教育行业，打造以钢琴云学堂为核心的多个关联产品，进一步延伸钢琴的周边服务，深入推进“乐器+教育+服务”新业态的战略功能，致力于为钢琴教育相关从业人员及广大音乐爱好者打造一个开放式互联网教学化服务平台。

（六）类金融业务：公司主要通过参股公司小额贷款公司、教育基金、传媒基金及国资产业基金开展类金融业务。

3、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

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位：元

	2019年	2018年	本年比上年增减	2017年
营业收入	2,053,455,951.75	1,974,560,927.14	4.00%	1,790,200,423.03
归属于上市公司股东的净利润	189,764,277.59	176,252,404.62	7.67%	164,701,254.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	155,759,080.01	137,186,320.96	13.54%	139,472,724.90
经营活动产生的现金流量净额	204,033,005.28	123,264,937.76	65.52%	225,436,501.05
基本每股收益（元/股）	0.14	0.13	7.69%	0.13
稀释每股收益（元/股）	0.14	0.13	7.69%	0.13
加权平均净资产收益率	5.70%	5.45%	0.25%	6.90%
	2019年末	2018年末	本年末比上年末增减	2017年末
资产总额	4,470,698,047.10	4,376,451,368.39	2.15%	4,169,525,836.25
归属于上市公司股东的净资产	3,396,664,040.25	3,292,434,010.79	3.14%	3,193,511,835.88

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	518,020,680.46	470,819,395.52	610,560,692.98	454,065,182.79
归属于上市公司股东的净利润	55,659,840.43	47,395,574.98	48,737,694.15	37,971,168.03
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	48,224,182.10	43,938,842.26	46,191,532.52	17,404,533.13
经营活动产生的现金流量净额	-116,163,840.13	-39,916,161.98	110,701,088.78	249,411,918.61

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

4、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	15,411	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	14,601	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

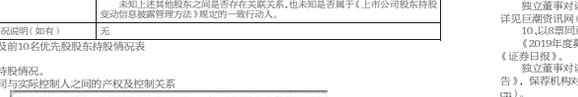
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
广州市人民政府国有资产监督管理委员会	国有法人	74.89%	1,017,244,800			
广州新华城市发展产业投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	4.67%	63,414,633			
广州国寿城市发展产业投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.84%	52,105,690			
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.91%	12,328,560			
张理楚	境内自然人	0.47%	6,390,815			
陈梅金	境内自然人	0.35%	4,807,900			
林丹	境内自然人	0.35%	4,753,656			
欧梦婕	境内自然人	0.34%	4,628,018			
陈婉婷	境内自然人	0.33%	4,431,917			
林位纲	境内自然人	0.32%	4,351,142			
上述股东关联关系或一致行动的说明	国有广州新华城市发展产业投资企业（有限合伙）的实际控制人均为广州市城发投资基金管理有限公司，广州新华城市发展产业投资企业（有限合伙）与广州国寿城市发展产业投资企业（有限合伙）构成一致行动人。 未知上述其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《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。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

（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



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2019年，全球钢琴市场持续低迷，国内钢琴市场竞争更趋白热化。面对复杂的经济市场环境，珠江钢琴坚持落实党的十九大精神和以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，按照省委“1+1+9”工作部署，完善广州市“1+1+4”工作举措，聚焦老城市新活力和四个方面出新出彩，大力推进供给侧结构性改革，坚持以深化企业改革为动力，致力转型升级、融合创新，产业延伸，积极推进国际化运营，推动钢琴产业高端升级，深化智能钢琴和艺术教育领域布局，持续探索制造业+互联网融合发展，同时不断健全企业风险防控机制，降低经营风险，2019年企业各项经济指标实现平稳增长，报告期内，公司获得工业和信息化部、中国工业经济联合会颁发的“制造业单项冠军示范企业（2020年—2022年）”证书。

（一）经营业绩方面

报告期内，公司实现营业收入205,345.60万元，营业收入首次突破20亿大关，同比增长4.00%；归属于上市公司股东的净利润18,976.43万元，同比增长7.67%；基本每股收益0.14元，同比增长7.69%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润15,575.91万元，同比增长13.54%。截至2019年12月31日，公司资产负债结构稳健，资产质量优良。

（二）钢琴业务方面

1、推动经营创新，构建国际化产业融合模式

（1）推进Schimmel项目，深化国际运营格局

为进一步加强与Schimmel的资源互补，建立资源共享机制，发挥协同效应，提高Schimmel的企业效益，公司投资设立舒密尔中国，更有利于Schimmel品牌在中国地区的运营管理和市场营销。舒密尔中国作为Schimmel品牌中国运营公司，能够加强Schimmel与集团公司的业务融合，加强与德国公司的技术交流，进一步提升公司高端技术产品研发水平；同时有利于对Schimmel的销售实行更加精细化的管理，扩大Schimmel钢琴在中国的销售规模和市场份额，提高品牌影响力。2019年Schimmel旗下各系列钢琴产品的销量为8,053台，同比增加382台，其中欧洲原产Schimmel钢琴销量2,030台，子品牌Pridolin的销量为6,023台。

（2）持续创新经营模式，大力推进营销网络扩展

报告期内，公司积极拓展销售渠道，以“蝴蝶粉、稳增长”为方向，对各市场进行精准定位，开展渠道细分和渠道下沉工作，提升专卖店的覆盖率，同时加强市场管理与监控，持续提升售后服务，进一步增强客户粘性，公司积极发展钢琴+互联网模式，拓展网售渠道，大力支持天猫、淘宝企业店和京东旗舰店的经营，整合优化线上运营、配送、售后资源，积极参加网络营销活动，有效促进了电商产品的销售，2019年公司钢琴总销量实现156,144台，同比增加151台，其中：线上销售钢琴3,807台，同比增长7.45%。

2、推动技术创新，走向高端高质高新

公司九大研发新产品，持续推进自主创新和战略合作双向驱动，通过持续引进国际高端技术人才，强化与科研机构院校的产学研联合攻关、长期与国际顶级同行进行战略合作，提升集团的高端技术产品研发水平，2019年公司研发经费投入9,769.77万元，开展新材料、新工艺的改进试验578项，完成了新款钢琴设计任务32款，完成试验338项，有84项投入实施，46项作为技术储备。报告期内，公司《高档钢琴典里多林·舒密尔钢琴的研发》项目荣获广东省轻工业联合会科学技术进步奖二等奖，《世徽堡KH系列钢琴的设计与研发》项目荣获中国轻工业联合会科学技术进步奖三等奖。目前集团已拥有技术专利166项，其中发明专利42项；拥有国家级企业技术中心1个，省级工程研发中心1个，博士后工作站1个。

3、推进全球品牌活动开展，打造国际乐器文化名牌

（1）支持各类文化盛事，提升国际影响力，集团产品在多个国际、国家重要文化活动中亮相，如2019年央视春晚深圳分会场、中意中希友好交流故事会、“我和我的祖国——广州庆祝中华人民共和国成立70周年文艺晚会”、庆祝广州市成立七十周年国庆联欢晚会等活动，提升了公司品牌的国内外影响力，以高端高质的产品品质树立了珠江钢琴国际乐器文化品牌形象，提升了品牌的知名度美誉度。

（2）举办多项音乐活动，深化文化品牌形象。报告期内，公司成功主办由中国音乐艺术教育发展论坛、2019年“珠江·世徽堡”国际青少年钢琴大赛、2019年“珠江·世徽堡杯”全国老年大学钢琴邀请赛、“遇见弗拉基米尔·维阿杜”钢琴音乐会等系列活动组成的2019年“花城音乐节”，不遗余力地推动音乐文化事业发展和中国音乐艺术教育事业；继续开展“世徽堡奖学金”、“里特米勒奖学金”、“大师班”等活动，在培育行业人才，提高国民艺术文化素养的同时，深化品牌音乐文化底蕴，营造社会音乐文化氛围，促进我国音乐文化事业蓬勃发展。

（3）推进品牌公益活动，引导正面舆论宣传，珠江钢琴通过举办仲夏梦之夜音乐会、庆祝中法建交60周年“世徽堡之约·暨游法兰西音乐会”、世徽堡之夜“等苗和鸣”音乐会、“珠江情·中国红”合唱音乐会等多场公益慰问演出，为广州市及周边城市人民群众打造重民系列音乐活动，丰富人民的精神文化生活；携手法籍华人钢琴教育家周勤龄教授，支持多场慈善音乐会，以慈善和音乐作为桥梁，推动特殊儿童艺术教育和公益教育的发展；通过开展珠江·世徽堡院校奖学金、“大专院校服务年”等活动，目前世徽堡奖学金签约高校已达60家，通过品牌公益活动增强企业与专业院校、经销商和市场的沟通联系，深入宣传企业品牌及产品；围绕珠江钢琴工匠精神、“中国红70周年纪念版三角钢琴”、“胡好珠江钢琴品牌故事”、“珠江钢琴发展历程”、“珠江钢琴2019花城音乐节系列活动”等重要主题，接待了新华社、人民网、广州日报等国际化媒体的参观采访，增加了企业正面曝光率和美誉度，树立了良好的企业形象。

4、增城基地项目顺利实施，展示企业新形象新风采

增城基地项目已基本完成建设，2019年3月底，位于基地的艺术馆和世徽堡音乐厅建成并正式开放使用，通过以多媒体展示音乐的发展史、钢琴的制作过程、产品结构等内容，指内还具备科普教育、品牌展示、产品体验等多项功能，开馆至今纳客3500余人次，广泛服务于社会各界团体、大中小学生及来自全球海外专家学者等。

（三）数码乐器业务方面

2019年，艾茉森数码钢琴销量42,736台，同比增长4.86%，继续位居中国数码钢琴企业前列。艾茉森自主研发的多款新产品市场反馈较好，在上海国际乐器展上大放异彩，如先进精巧的K3带卡拉OK数码钢琴，样式外观时尚的智能家居型数码钢琴S3，智能型立式数码钢琴GE-90，约受到国内外客户的一致好评。报告期内，艾茉森成功研发出音乐启蒙软件，推出儿童启蒙钢琴教室、儿童启蒙电子鼓教室、家庭学习陪练端APP及成人速成钢琴教室，进一步拓宽延伸了“传统数码乐器+互联网教育”领域。

（四）音乐文化业务方面

1、积极发展文化艺术教育业务，有效提升艺术教育品牌形象

文化教育投资公司负责艺术教育课程内容，进一步优化组织管理架构，持续完善绩效考核体系，督导体系，培训体系，经营管理体系，线上教学等多方面体系，通过不断丰富教学产品内容，提高服务质量，使艺术教育课程产品不断升级，硬件服务方面不断优化，进一步提高客户满意度，有效提升了艺术教育品牌的知名度。截至2019年底，文化教育投资公司参股公司珠江埃诺孚投资的珠江钢琴艺术教育加盟商达692家，其中艺术教室377家，课程系列合作伙伴315家，覆盖30个省份。文化教育业务持续扩大，成为服务高端文化艺术活动、展示品牌艺术文化形象的良好窗口。

2、推进野化园项目。集团全资子公司文化园区负责野化园项目筹备及运营管理工作，自野化园项目启动起来，文化园区精心谋划，在项目报建、园区改造设计、施工、版田设施商拆等方面做了大量前期调研，沟通协调工作，确保项目有序推进。在项目推进的同时，文化园区围绕绿项目功能板块和程开展招商推广工作，分析业态布局，提出招租策略。通过加强与政府沟通联系，积极参与推广活动，开展外事活动，拓宽宣传推广渠道，接待来访客商，塑造野化园区知名度和品牌形象，为各功能板块招商做好资源储备。报告期内，根据野化园项目建设进展情况，文化园区已经开展部分物业对外招租工作。

（五）钢琴后服务市场方面

报告期内，琴趣公司推进首次免费调律业务进行不同形式的宣导工作；增设了二次调律服务项目，以实体卡及电子卡密两种形式同时在线上线下进行销售，满足广大钢琴用户的钢琴调律需求；推出“琴趣商城”作为辅助，进行微信营销探索，整合琴趣公司现有产品，进一步延伸钢琴的周边服务，深化数码乐器和艺术教育领域布局，持续探索制造业+互联网融合发展，同时不断健全企业风险防控机制，降低经营风险，2019年企业各项经济指标实现平稳增长，报告期内，公司获得工业和信息化部、中国工业经济联合会颁发的“制造业单项冠军示范企业（2020年—2022年）”证书。

（一）经营业绩方面

报告期内，公司实现营业收入205,345.60万元，营业收入首次突破20亿大关，同比增长4.00%；归属于上市公司股东的净利润18,976.43万元，同比增长7.67%；基本每股收益0.14元，同比增长7.69%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润15,575.91万元，同比增长13.54%。截至2019年12月31日，公司资产负债结构稳健，资产质量优良。

（二）钢琴业务方面

1、推动经营创新，构建国际化产业融合模式

（1）推进Schimmel项目，深化国际运营格局

为进一步加强与Schimmel的资源互补，建立资源共享机制，发挥协同效应，提高Schimmel的企业效益，公司投资设立舒密尔中国，更有利于Schimmel品牌在中国地区的运营管理和市场营销。舒密尔中国作为Schimmel品牌中国运营公司，能够加强Schimmel与集团公司的业务融合，加强与德国公司的技术交流，进一步提升公司高端技术产品研发水平；同时有利于对Schimmel的销售实行更加精细化的管理，扩大Schimmel钢琴在中国的销售规模和市场份额，提高品牌影响力。2019年Schimmel旗下各系列钢琴产品的销量为8,053台，同比增加382台，其中欧洲原产Schimmel钢琴销量2,030台，子品牌Pridolin的销量为6,023台。

（2）持续创新经营模式，大力推进营销网络扩展

报告期内，公司积极拓展销售渠道，以“蝴蝶粉、稳增长”为方向，对各市场进行精准定位，开展渠道细分和渠道下沉工作，提升专卖店的覆盖率，同时加强市场管理与监控，持续提升售后服务，进一步增强客户粘性，公司积极发展钢琴+互联网模式，拓展网售渠道，大力支持天猫、淘宝企业店和京东旗舰店的经营，整合优化线上运营、配送、售后资源，积极参加网络营销活动，有效促进了电商产品的销售，2019年公司钢琴总销量实现156,144台，同比增加151台，其中：线上销售钢琴3,807台，同比增长7.45%。

2、推动技术创新，走向高端高质高新

公司九大研发新产品，持续推进自主创新和战略合作双向驱动，通过持续引进国际高端技术人才，强化与科研机构院校的产学研联合攻关、长期与国际顶级同行进行战略合作，提升集团的高端技术产品研发水平，2019年公司研发经费投入9,769.77万元，开展新材料、新工艺的改进试验578项，完成了新款钢琴设计任务32款，完成试验338项，有84项投入实施，46项作为技术储备。报告期内，公司《高档钢琴典里多林·舒密尔钢琴的研发》项目荣获广东省轻工业联合会科学技术进步奖二等奖，《世徽堡KH系列钢琴的设计与研发》项目荣获中国轻工业联合会科学技术进步奖三等奖。目前集团已拥有技术专利166项，其中发明专利42项；拥有国家级企业技术中心1个，省级工程研发中心1个，博士后工作站1个。

3、推进全球品牌活动开展，打造国际乐器文化名牌

（1）支持各类文化盛事，提升国际影响力，集团产品在多个国际、国家重要文化活动中亮相，如2019年央视春晚深圳分会场、中意中希友好交流故事会、“我和我的祖国——广州庆祝中华人民共和国成立70周年文艺晚会”、庆祝广州市成立七十周年国庆联欢晚会等活动，提升了公司品牌的国内外影响力，以高端高质的产品品质树立了珠江钢琴国际乐器文化品牌形象，提升了品牌的知名度美誉度。

（2）举办多项音乐活动，深化文化品牌形象。报告期内，公司成功主办由中国音乐艺术教育发展论坛、2019年“珠江·世徽堡”国际青少年钢琴大赛、2019年“珠江·世徽堡杯”全国老年大学钢琴邀请赛、“遇见弗拉基米尔·维阿杜”钢琴音乐会等系列活动组成的2019年“花城音乐节”，不遗余力地推动音乐文化事业发展和中国音乐艺术教育事业；继续开展“世徽堡奖学金”、“里特米勒奖学金”、“大师班”等活动，在培育行业人才，提高国民艺术文化素养的同时，深化品牌音乐文化底蕴，营造社会音乐文化氛围，促进我国音乐文化事业蓬勃发展。

（3）推进品牌公益活动，引导正面舆论宣传，珠江钢琴通过举办仲夏梦之夜音乐会、庆祝中法建交60周年“世徽堡之约·暨游法兰西音乐会”、世徽堡之夜“等苗和鸣”音乐会、“珠江情·中国红”合唱音乐会等多场公益慰问演出，为广州市及周边城市人民群众打造重民系列音乐活动，丰富人民的精神文化生活；携手法籍华人钢琴教育家周勤龄教授，支持多场慈善音乐会，以慈善和音乐作为桥梁，推动特殊儿童艺术教育和公益教育的发展；通过开展珠江·世徽堡院校奖学金、“大专院校服务年”等活动，目前世徽堡奖学金签约高校已达60家，通过品牌公益活动增强企业与专业院校、经销商和市场的沟通联系，深入宣传企业品牌及产品；围绕珠江钢琴工匠精神、“中国红70周年纪念版三角钢琴”、“胡好珠江钢琴品牌故事”、“珠江钢琴发展历程”、“珠江钢琴2019花城音乐节系列活动”等重要主题，接待了新华社、人民网、广州日报等国际化媒体的参观采访，增加了企业正面曝光率和美誉度，树立了良好的企业形象。

4、增城基地项目顺利实施，展示企业新形象新风采

增城基地项目已基本完成建设，2019年3月底，位于基地的艺术馆和世徽堡音乐厅建成并正式开放使用，通过以多媒体展示音乐的发展史、钢琴的制作过程、产品结构等内容，指内还具备科普教育、品牌展示、产品体验等多项功能，开馆至今纳客3500余人次，广泛服务于社会各界团体、大中小学生及来自全球海外专家学者等。

（三）数码乐器业务方面

2019年，艾茉森数码钢琴销量42,736台，同比增长4.86%，继续位居中国数码钢琴企业前列。艾茉森自主研发的多款新产品市场反馈较好，在上海国际乐器展上大放异彩，如先进精巧的K3带卡拉OK数码钢琴，样式外观时尚的智能家居型数码钢琴S3，智能型立式数码钢琴GE-90，约受到国内外客户的一致好评。报告期内，艾茉森成功研发出音乐启蒙软件，推出儿童启蒙钢琴教室、儿童启蒙电子鼓教室、家庭学习陪练端APP及成人速成钢琴教室，进一步拓宽延伸了“传统数码乐器+互联网教育”领域。

（四）音乐文化业务方面

1、积极发展文化艺术教育业务，有效提升艺术教育品牌形象

文化教育投资公司负责艺术教育课程内容，进一步优化组织管理架构，持续完善绩效考核体系，督导体系，培训体系，经营管理体系，线上教学等多方面体系，通过不断丰富教学产品内容，提高服务质量，使艺术教育课程产品不断升级，硬件服务方面不断优化，进一步提高客户满意度，有效提升了艺术教育品牌的知名度。截至2019年底，文化教育投资公司参股公司珠江埃诺孚投资的珠江钢琴艺术教育加盟商达692家，其中艺术教室377家，课程系列合作伙伴315家，覆盖30个省份。文化教育业务持续扩大，成为服务高端文化艺术活动、展示品牌艺术文化形象的良好窗口。

2、推进野化园项目。集团全资子公司文化园区负责野化园项目筹备及运营管理工作，自野化园项目启动起来，文化园区精心谋划，在项目报建、园区改造设计、施工、版田设施商拆等方面做了大量前期调研，沟通协调工作，确保项目有序推进。在项目推进的同时，文化园区围绕绿项目功能板块和程开展招商推广工作，分析业态布局，提出招租策略。通过加强与政府沟通联系，积极参与推广活动，开展外事活动，拓宽宣传推广渠道，接待来访客商，塑造野化园区知名度和品牌形象，为各功能板块招商做好资源储备。报告期内，根据野化园项目建设进展情况，文化园区已经开展部分物业对外招租工作。

（五）钢琴后服务市场方面

报告期内，琴趣公司推进首次免费调律业务进行不同形式的宣导工作；增设了二次调律服务项目，以实体卡及电子卡密两种形式同时在线上线下进行销售，满足广大钢琴用户的钢琴调律需求；推出“琴趣商城”作为辅助，进行微信营销探索，整合琴趣公司现有产品，进一步延伸钢琴的周边服务，深化数码乐器和艺术教育领域布局，持续探索制造业+互联网融合发展，同时不断健全企业风险防控机制，降低经营风险，2019年企业各项经济指标实现平稳增长，报告期内，公司获得工业和信息化部、中国工业经济联合会颁发的“制造业单项冠军示范企业（2020年—2022年）”证书。

（一）经营业绩方面

报告期内，公司实现营业收入205,345.60万元，营业收入首次突破20亿大关，同比增长4.00%；归属于上市公司股东的净利润18,976.43万元，同比增长7.67%；基本每股收益0.14元，同比增长7.69%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润15,575.91万元，同比增长13.54%。截至2019年12月31日，公司资产负债结构稳健，资产质量优良。

（二）钢琴业务方面

1、推动经营创新，构建国际化产业融合模式

（1）推进Schimmel项目，深化国际运营格局

为进一步加强与Schimmel的资源互补，建立资源共享机制，发挥协同效应，提高Schimmel的企业效益，公司投资设立舒密尔中国，更有利于Schimmel品牌在中国地区的运营管理和市场营销。舒密尔中国作为Schimmel品牌中国运营公司，能够加强Schimmel与集团公司的业务融合，加强与德国公司的技术交流，进一步提升公司高端技术产品研发水平；同时有利于对Schimmel的销售实行更加精细化的管理，扩大Schimmel钢琴在中国的销售规模和市场份额，提高品牌影响力。2019年Schimmel旗下各系列钢琴产品的销量为8,053台，同比增加382台，其中欧洲原产Schimmel钢琴销量2,030台，子品牌Pridolin的销量为6,023台。

（2）持续创新经营模式，大力推进营销网络扩展

报告期内，公司积极拓展销售渠道，以“蝴蝶粉、稳增长”为方向，对各市场进行精准定位，开展渠道细分和渠道下沉工作，提升专卖店的覆盖率，同时加强市场管理与监控，持续提升售后服务，进一步增强客户粘性，公司积极发展钢琴+互联网模式，拓展网售渠道，大力支持天猫、淘宝企业店和京东旗舰店的经营，整合优化线上运营、配送、售后资源，积极参加网络营销活动，有效促进了电商产品的销售，2019年公司钢琴总销量实现156,144台，同比增加151台，其中：线上销售钢琴3,807台，同比增长7.45%。

2、推动技术创新，走向高端高质高新

公司九大研发新产品，持续推进自主创新和战略合作双向驱动，通过持续引进国际高端技术人才，强化与科研机构院校的产学研联合攻关、长期与国际顶级同行进行战略合作，提升集团的高端技术产品研发水平，2019年公司研发经费投入9,769.77万元，开展新材料、新工艺的改进试验578项，完成了新款钢琴设计任务32款，完成试验338项，有84项投入实施，46项作为技术储备。报告期内，公司《高档钢琴典里多林·舒密尔钢琴的研发》项目荣获广东省轻工业联合会科学技术进步奖二等奖，《世徽堡KH系列钢琴的设计与研发》项目荣获中国轻工业联合会科学技术进步奖三等奖。目前集团已拥有技术专利166项，其中发明专利42项；拥有国家级企业技术中心1个，省级工程研发中心1个，博士后工作站1个。

3、推进全球品牌活动开展，打造国际乐器文化名牌

（1）支持各类文化盛事，提升国际影响力，集团产品在多个国际、国家重要文化活动中亮相，如2019年央视春晚深圳分会场、中意中希友好交流故事会、“我和我的祖国——广州庆祝中华人民共和国成立70周年文艺晚会”、庆祝广州市成立七十周年国庆联欢晚会等活动，提升了公司品牌的国内外影响力，以高端高质的产品品质树立了珠江钢琴国际乐器文化品牌形象，提升了品牌的知名度美誉度。

（2）举办多项音乐活动，深化文化品牌形象。报告期内，公司成功主办由中国音乐艺术教育发展论坛、2019年“珠江·世徽堡”国际青少年钢琴大赛、2019年“珠江·世徽堡杯”全国老年大学钢琴邀请赛、“遇见弗拉基米尔·维阿杜”钢琴音乐会等系列活动组成的2019年“花城音乐节”，不遗余力地推动音乐文化事业发展和中国音乐艺术教育事业；继续开展“世徽堡奖学金”、“里特米勒奖学金”、“大师班”等活动，在培育行业人才，提高国民艺术文化素养的同时，深化品牌音乐文化底蕴，营造社会音乐文化氛围，促进我国音乐文化事业蓬勃发展。

（3）推进品牌公益活动，引导正面舆论宣传，珠江钢琴通过举办仲夏梦之夜音乐会、庆祝中法建交60周年“世徽堡之约·暨游法兰西音乐会”、世徽堡之夜“等苗和鸣”音乐会、“珠江情·中国红”合唱音乐会等多场公益慰问演出，为广州市及周边城市人民群众打造重民系列音乐活动，丰富人民的精神文化生活；携手法籍华人钢琴教育家周勤龄教授，支持多场慈善音乐会，以慈善和音乐作为桥梁，推动特殊儿童艺术教育和公益教育的发展；通过开展珠江·世徽堡院校奖学金、“大专院校服务年”等活动，目前世徽堡奖学金签约高校已达60家，通过品牌公益活动增强企业与专业院校、经销商和市场的沟通联系，深入宣传企业品牌及产品；围绕珠江钢琴工匠精神、“中国红70周年纪念版三角钢琴”、“胡好珠江钢琴品牌故事”、“珠江钢琴发展历程”、“珠江钢琴2019花城音乐节系列活动”等重要主题，接待了新华社、人民网、广州日报等国际化媒体的参观采访，增加了企业正面曝光率和美誉度，树立了良好的企业形象。

4、增城基地项目顺利实施，展示企业新形象新风采

增城基地项目已基本完成建设，2019年3月底，位于基地的艺术馆和世徽堡音乐厅建成并正式开放使用，通过以多媒体展示音乐的发展史、钢琴的制作过程、产品结构等内容，指内还具备科普教育、品牌展示、产品体验等多项功能，开馆至今纳客3500余人次，广泛服务于社会各界团体、大中小学生及来自全球海外专家学者等。

（三）数码乐器业务方面

2019年，艾茉森数码钢琴销量42,736台，同比增长4.86%，继续位居中国数码钢琴企业前列。艾茉森自主研发的多款新产品市场反馈较好，在上海国际乐器展上大放异彩，如先进精巧的K3带卡拉OK数码钢琴，样式外观时尚的智能家居型数码钢琴S3，智能型立式数码钢琴GE-90，约受到国内外客户的一致好评。报告期内，艾茉森成功研发出音乐启蒙软件，推出儿童启蒙钢琴教室、儿童启蒙电子鼓教室、家庭学习陪练端APP及成人速成钢琴教室，进一步拓宽延伸了“传统数码乐器+互联网教育”领域。

（四）音乐文化业务方面

1、积极发展文化艺术教育业务，有效提升艺术教育品牌形象

文化教育投资公司负责艺术教育课程内容，进一步优化组织管理架构，持续完善绩效考核体系，督导体系，培训体系，经营管理体系，线上教学等多方面体系，通过不断丰富教学产品内容，提高服务质量，使艺术教育课程产品不断升级，硬件服务方面不断优化，进一步提高客户满意度，有效提升了艺术教育品牌的知名度。截至2019年底，文化教育投资公司参股公司珠江埃诺孚投资的珠江钢琴艺术教育加盟商达692家，其中艺术教室377家，课程系列合作伙伴315家，覆盖30个省份。文化教育业务持续扩大，成为服务高端文化艺术活动、展示品牌艺术文化形象的良好窗口。

2、推进野化园项目。集团全资子公司文化园区负责野化园项目筹备及运营管理工作，自野化园项目启动起来，文化园区精心谋划，在项目报建、园区改造设计、施工、版田设施商拆等方面做了大量前期调研，沟通协调工作，确保项目有序推进。在项目推进的同时，文化园区围绕绿项目功能板块和程开展招商推广工作，分析业态布局，提出招租策略。通过加强与政府沟通联系，积极参与推广活动，开展外事活动，拓宽