

证券代码:002713 证券简称:东易日盛 公告编号:2019-066
东易日盛家居装饰集团股份有限公司
关于对深圳证券交易所问询函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

东易日盛家居装饰集团股份有限公司(以下简称“东易日盛”、“公司”)于8月26日收到深圳证券交易所中小板公司管理部下发的《关于对东易日盛家居装饰集团股份有限公司2019年半年报的问询函》(中小板问询函【2019】第3号)(以下简称“问询函”),公司对此高度重视,现将问询函所涉事项回复如下:

问题一、报告期内,你公司实现营业收入1,866,135.75万元,同比增长3.02%;实现归属于上市公司股东的净利润7,150.29万元,同比下降663.34%。请你公司结合报告期内经营环境、订单签订情况、重要工程施工进度、毛利率、期间费用及资产减值变化等情况,说明报告期内营业收入增长而净利润大幅下滑的原因及合理性。

【回复】
 2019年上半年,全球经济增速预期进一步放缓,贸易规则面临挑战,外部不确定因素凸显。同时,国家对房地产调控政策持续预期下降,家装行业也面临增量市场向存量市场转移、行业竞争加剧等现实考验。报告期内,公司业绩下滑主要系家装业务受季节性因素影响,同时上半年公司继续推进速美业务宣传、销售团队扩充等家装项目前期工作致期间费用上升,此外,也受到收入结构变化、行业成本上升等因素影响。目前,公司推进进一步围绕提升整体产品力和运营效率进行规划,强化家装产品数字化提升,并推出整装产品、整装产品、全屋定制、软装产品等满足用户的多元需求并加快公司业务数字化转型的推进提升公司整体运营效率。

公司主要从事对个人客户的整体家装设计、工程施工、主材代理、自产的木作产品配套、软装设计及精装后的家居产品等系列服务,家装业务主营业务毛利率29.0%,均为小单销售,工程施工业务。2019年上半年公司新签订单24.01亿元,较上年同期增长77.74%,其中家装业务20.54亿元,较上年同期增长3.13%。

2019年上半年影响公司净利润的主要因素如下:

项目	2019年半年度	2018年半年度	增减	增减率
营业收入	986,461.26	958,998.84	27,462.42	2.86%
营业成本	688,222.62	676,763.45	11,459.17	1.71%
期间费用	28,111.10	18,743.44	9,367.66	50.03%
资产减值损失	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
公允价值变动损益	0.00	0.00	0.00	0.00%
其他综合收益	0.00	0.00	0.00	0.00%
所得税费用	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
净利润	29,239.54	59,467.75	-30,228.21	-50.83%
归属于上市公司股东的净利润	7,150.29	27,462.42	-20,312.13	-74.00%

各指标变化对净利润的影响具体如下:
 1. 2019年上半年度较2018年上半年度,公司工程收入增长3.99%,但设计收入下降10.36%,收入结构中毛利率较高的设计收入占比下降,收入结构的变化致使整体毛利率有所下降,详见下表:

项目	2019年半年度	2018年半年度	增减	增减率
营业收入	986,461.26	958,998.84	27,462.42	2.86%
营业成本	688,222.62	676,763.45	11,459.17	1.71%
期间费用	28,111.10	18,743.44	9,367.66	50.03%
资产减值损失	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
公允价值变动损益	0.00	0.00	0.00	0.00%
其他综合收益	0.00	0.00	0.00	0.00%
所得税费用	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
净利润	29,239.54	59,467.75	-30,228.21	-50.83%
归属于上市公司股东的净利润	7,150.29	27,462.42	-20,312.13	-74.00%

2. 2019年上半年度较2018年上半年度,公司工程成本增长6.37%,超过工程收入的增幅3.99%;设计成本增长21.18%,设计收入为同比下降10.36%;主营业务成本同比增长7.27%,超过主营业务收入的增幅2.34%,详见下表:

项目	2019年半年度	2018年半年度	增减	增减率
营业收入	986,461.26	958,998.84	27,462.42	2.86%
营业成本	688,222.62	676,763.45	11,459.17	1.71%
期间费用	28,111.10	18,743.44	9,367.66	50.03%
资产减值损失	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
公允价值变动损益	0.00	0.00	0.00	0.00%
其他综合收益	0.00	0.00	0.00	0.00%
所得税费用	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
净利润	29,239.54	59,467.75	-30,228.21	-50.83%
归属于上市公司股东的净利润	7,150.29	27,462.42	-20,312.13	-74.00%

3. 工程施工、设计业务在报告期内人工成本增加,外协等因素也导致毛利率下降。详见下表:

项目	2019年半年度	2018年半年度	增减	增减率
营业收入	986,461.26	958,998.84	27,462.42	2.86%
营业成本	688,222.62	676,763.45	11,459.17	1.71%
期间费用	28,111.10	18,743.44	9,367.66	50.03%
资产减值损失	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
公允价值变动损益	0.00	0.00	0.00	0.00%
其他综合收益	0.00	0.00	0.00	0.00%
所得税费用	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
净利润	29,239.54	59,467.75	-30,228.21	-50.83%
归属于上市公司股东的净利润	7,150.29	27,462.42	-20,312.13	-74.00%

4. 期间费用增加
 (1) 家装行业存在一定季节性,报告期仍处于上半年投入期,职工薪酬增加4243.65万元,主要是因人员增加所致。人员增加的原因一是速美业务在业务拓展期,随着店面开设,人员陆续增加,前期费用增大;二是二三线城市房地产市场销售比例提高,家装业务的主要用户向新的市场向存量市场,存量小区家装业务开拓的难度大,需要更多的营销、市场人员等,且存量小区的营销推广投入大,因而人员使用增大。目前仍在存量、调整期。同时,近年来新入职员工的工资成本也在逐年增长,也对上一年费用形成一定影响。未来随着公司对市场变化把控能力的提升,团队磨合到位,人均效率将会进一步提升。

(2) 房租项目费用共增1,290.07万元,主要原因一是近年来房租费用每年普遍增长;二是速美业务2019年共新开设计20余家店面,主要为4月之后新开;2018年个性化家装业务也未完全开启,福州分公司及其他地区10余家新店,主要是在5月之后新开,因而增加房租项目费用使用期间费用分摊入账,致费用增长。

(3) 店面及办公室装修费用摊销增加544.88万元,也是因店面增加按分期摊销费用所致。

项目	2019年半年度	2018年半年度	增减	增减率
营业收入	986,461.26	958,998.84	27,462.42	2.86%
营业成本	688,222.62	676,763.45	11,459.17	1.71%
期间费用	28,111.10	18,743.44	9,367.66	50.03%
资产减值损失	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
公允价值变动损益	0.00	0.00	0.00	0.00%
其他综合收益	0.00	0.00	0.00	0.00%
所得税费用	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
净利润	29,239.54	59,467.75	-30,228.21	-50.83%
归属于上市公司股东的净利润	7,150.29	27,462.42	-20,312.13	-74.00%

5. 投资收益下降
 报告期投资收益较上年同期下降主要是处置可供出售金融资产取得的投资收益下降,去年处置两个项目获得收益1076.00万元,今年同期处置一个项目收益406.40万元。

项目	2019年半年度	2018年半年度	增减	增减率
营业收入	986,461.26	958,998.84	27,462.42	2.86%
营业成本	688,222.62	676,763.45	11,459.17	1.71%
期间费用	28,111.10	18,743.44	9,367.66	50.03%
资产减值损失	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
公允价值变动损益	0.00	0.00	0.00	0.00%
其他综合收益	0.00	0.00	0.00	0.00%
所得税费用	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
净利润	29,239.54	59,467.75	-30,228.21	-50.83%
归属于上市公司股东的净利润	7,150.29	27,462.42	-20,312.13	-74.00%

6. 资产及信用减值损失增加
 报告期信用减值损失较上年同期增加的主要原因是应收账款增加计提坏账准备增加,共增加260万元。

项目	2019年半年度	2018年半年度	增减	增减率
营业收入	986,461.26	958,998.84	27,462.42	2.86%
营业成本	688,222.62	676,763.45	11,459.17	1.71%
期间费用	28,111.10	18,743.44	9,367.66	50.03%
资产减值损失	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
公允价值变动损益	0.00	0.00	0.00	0.00%
其他综合收益	0.00	0.00	0.00	0.00%
所得税费用	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
净利润	29,239.54	59,467.75	-30,228.21	-50.83%
归属于上市公司股东的净利润	7,150.29	27,462.42	-20,312.13	-74.00%

7. 2019年上半年收入同比增长3.02%,对净利润影响金额为1968.05万元;毛利率同比下降2.67%,对净利润影响金额为-4,370.68万元;期间费用及附加增加同比增长10.08%,对净利润影响金额为-5,008.15万元;信用减值损失同比增长0.34%,对净利润影响金额为-294.65万元;投资收益同比下降48.88%,对净利润影响金额-878.78万元;以上因素导致公司报告期营业收入上升3.02%,但归母净利润同比下降663.34%。

2018年下半年起,随着国家房地产调控政策趋严,家装行业也面临消费升级与消费降级并行的局面,并呈整体收入增速放缓及成本上升,公司正在通过深化A6品牌、加大市场推广、推进数字化应用提高效率,并求调整整体产品结构降低低毛利产品的比例以控制成本率等举措,提升收入及毛利率。

问题二、报告期内,你公司主要子公司速美家私科技有限公司年初至1,689.74万元,请结合该子公司的业务开展情况、业务模式、功能定位以及历史经营业绩等情况,说明其报告期内亏损的具体原因,未来发展战略和经营计划及对子公司业绩可能产生的影响。

【回复】
 1. 报告期内速美家私科技有限公司(以下简称“速美”、“速美业务”)亏损的具体原因
 速美业务是公司近年来推出的产品化、互联网化家装业务,主要针对85、90后追求精致生活品质的客户群体,以互联网的思维深度整合家装业务,以新技术改造传统业务流程,具有高性价比、标准化、可复制等特点。标准化具体体现为:设计标准化—DIM+数据家居系统设计,所见即所得;施工标准化—DIM+标准工艺、45个工作日标准工期;在治理系统管控施工进度;报价标准化—按单系统报价;主材标准化—全国统一采购入库,另外有自营业务体系支撑,保障配送及时和质量。

公司速美业务在发展初期的运营模式为落地服务商模式,2017年四季度起因转化率较低,可控度低,公司逐步将运营模式调整为“直营为主”,加快了直营店面的建设工作。公司直营模式是直接管理,模式可复制,在人才培训调遣、产品方案推广、数字化信息推动方面,更易于发挥整体优势;另外,在速美直营店开设前期,也依托于公司个性化家装A6业务所在城市开设新店,有利于在整体管理、人力资源、营销运营等方面资源共享,提升品牌输出效率并获得消费者认可。截至2019年半年度速美业务共有48个直营门店。

2019年上半年,产品研发方面,速美完成了“智家产品”,运用物联网、智能安防、智能家居、智能门锁、智能家居、智能净化水等多种设备联动系统,从安全、环保、健康、时尚、科技出发,带来全新的智能化现代化的家庭生活环境,完成了“小家配齐产品”,集整装、软装、定制家具于一体设计,并针对小户型特点开发4个系列自运营活家具,“现代”“造月”“奢侈”“木道”等系列产品,融入软装服务,灯饰的产品组合,打造高品质、高服务、高性价比的整装产品。并根据客户需求对原有“智能家居洗手间生活方式”、“宠物阳光的生活方式”、“开放式厨房生活方式”等套餐产品进行了进一步的迭代升级,目前速美产品在全国共有32家直营店,满足各线城市不同客户的需求。详见半年报“报告期内公司从事的主要业务”部分。

在设计方面,DIM+实现设计设计的三维施工图自动生成,确保图纸的可视性和准确性,同时完成自动排版输出,使施工更精细化,解决水电预埋问题,有效杜绝施工浪费,大幅提升客户满意度,截至目前速美业务已施工工程竣工,通过DIM+系统对施工过程的算量及报价准确率95%以上。

在营销推广方面,除了以直营门店小区拓店进行客户承载,同时通过线上获客渠道布局,包括与四大搜索引擎合作,广泛拓展自有媒体渠道,利用双微、抖音等新平台等等,并先后在北京、浦东、京东等平台开设直营店;同时对主力获客平台PC官网、H5官网进行改造,还完成微官网、官方APP、微商城和小程序的开发上线工作。

在项目管理方面,公司通过“在线监控系统”,“事事明管理”等实现全流程实时线上把控工程质量,把握施工进度,控制项目风险,提高运营管理效率,形成前端、运营平台+工+多方协同,帮助客户直观有效的监督工程施工进度、工程质量,全程跟进了解。目前速美业务已全部上线使用,实现了交付运营体系完善的监督并实现通过系统运作保障质量系统化控制,准时高效交付,保证了店面运营工作的精细化推进,并稳步提升了速美的准时交付和客户满意度。

项目	2019年半年度	2018年半年度	增减	增减率
营业收入	3,568.63	4,139.27	-570.64	-13.79%
营业成本	3,476.48	3,970.83	505.65	12.73%
期间费用	2,228.55	2,024.43	204.12	10.09%
资产减值损失	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
公允价值变动损益	0.00	0.00	0.00	0.00%
其他综合收益	0.00	0.00	0.00	0.00%
所得税费用	-1,024.19	-1,024.19	0.00	0.00%
净利润	-13,988.81	-8,633.34	-5,355.47	-62.03%
归属于上市公司股东的净利润	-2,614.11	11,311.01	-13,925.12	-122.85%

项目	2019年半年度	2018年半年度	增减	增减率
营业收入	3,568.63	4,139.27	-570.64	-13.79%
营业成本	3,476.48	3,970.83	505.65	12.73%
期间费用	2,228.55	2,024.43	204.12	10.09%
资产减值损失	1,024.19	1,024.19	0.00	0.00%
公允价值变动损益	0.00	0.00	0.00	0.00%
其他综合收益	0.00	0.00	0.00	0.00%
所得税费用	-1,024.19	-1,024.19	0.00	0.00%
净利润	-13,988.81	-8,633.34	-5,355.47	-62.03%
归属于上市公司股东的净利润	-2,614.11	11,311.01	-13,925.12	-122.85%

速美业务两年同期期间费用变动情况

项目	2019年半年度	2018年半年度	增减	增减率
销售费用	1,175.00	1,384.20	-209.20	-15.13%
管理费用	3,053.55	3,361.20	-307.65	-9.15%
财务费用	1,560.00	296.03	1,263.97	426.66%
期间费用合计	6,788.55	5,041.43	1,747.12	34.66%

由上表,速美业务2019年半年度收入较2018年同期增长196.5%,增幅明显,毛利率较2018年同期上升15.9%,反映应初应期影响,期间费用及附加较2018年同期增长109.5%,主要是直营分公司拓展过程中的房租摊销、宣传费、房租物业及装修费用增长。

2019年上半年速美业务仍处于直营业务试运营的初期,收入虽有大幅增长,毛利率也较同期提升,但相应成本、费用大幅增加。为了拓展业务范围,根据地区市场发展需求在多地开设新店,并持续对已有店面进行点、调整、迭代、优化城市布局,在广告投放和营销渠道的开拓方面加大了投入,另外,随着店面的稳定、人员到位,相关人工成本、专业培训的投入也相应增加。综上所述,速美业务报告期内亏损的主要原因是:相关成本及费用投入较大,而收入、毛利产生滞后,故出现亏损状态。未来,随着营销获客的逐渐开展,速美业务订单及收入将逐渐快速增长,并逐步呈现减亏态势。

2. 速美业务未来的发展战略和经营计划

未来家装行业的竞争核心靠技术和服务,完成技术升级,并提供可持续性的服务,才能不断提升企业的核心竞争力。速美业务将持续结合互联网+高科技、数字化、信息化,全面提升的科技战略,增强整体的信息化建设,强化公司中台体系的支撑与输出能力,构建业务营销的信息推送及精准化输出,提升用户体验,实现家装效率化运营,实现个性化家装业务的高效规模化增长。

速美业务为产品化家装业务,可以通过建立物流仓储体系,集中采购来降低材料成本,另外,通过数字化、信息化系统,员工可大幅提升工作效率,扩大业务范围,节约人工成本;未来,公司将通过开发产品包并完善样板间计划,提升客户均值,同时根据市场及客户需求,不断研发完善具有市场竞争力的套餐产品。

未来的主要经营计划如下:
 主要针对2019年下半年及2020年楼盘重新进行调研、分析,锁定重点小区,制定营销策略,提升小区占有率。

公司将针对存量房进行全覆盖,制定策略,分别加强外埠区域市场的深度拓展,对重点区域的目标楼盘,结合工程现场资源,充分发挥销售人员的作用,联合开发,针对小区的具体需求制定相应策略,通过线上社群营销与线下活动推广提高营销效率;

深入研究政府政策,楼盘走向,个性化家装,标准化家装的发展趋势,明确分公司核心竞争力,确保分公司良性经营等;

推出1699及一尸一套套餐产品,增加市场竞争力;速美旗舰店样板间打造,提升客户体验感;内部管理流程提升方面,将持续在人员招聘、培训、培养及稳定性方面不断提升;进行熟悉速美、热爱速美、专注速美的专业化强化培训;各项流程、制度标准,考核的完善及落地执行等。

问题三、报告期内,你公司理财产品余额为61,542万元,请你公司补充说明上述银行理财产品的相关信息,包括但不限于涉及的银行、产品名称、产品类型、资金来源、风险等级、金额、投资期限、预期收益率等,是否履行审议程序及信息披露义务。

【回复】
 报告期内,我公司银行理财产品余额为61,452.7万元,按投资期限分为固定期限和不固定期限,其中1.固定期限理财产品为6,007万元,无固定期限理财产品为25,942.7万元。

序号	理财产品名称	产品类型	资金来源	风险等级	投资期限	金额(万元)	预期收益率	产品用途
1	招商银行股份有限公司“本利丰”系列理财产品	结构性存款	自有资金	低风险	2019年03月20日至2019年03月20日	1,000.00	0.00%	暂时闲置
2	招商银行股份有限公司“本利丰”系列理财产品	结构性存款	自有资金	低风险	2019年03月20日至2019年03月20日	1,000.00	0.00%	暂时闲置
3	招商银行股份有限公司“本利丰”系列理财产品	结构性存款	自有资金	低风险	2019年03月20日至2019年03月20日	1,000.00	0.00%	暂时闲置
4	招商银行股份有限公司“本利丰”系列理财产品	结构性存款	自有资金	低风险	2019年03月20日至2019年03月20日	1,000.00	0.00%	暂时闲置
5	招商银行股份有限公司“本利丰”系列理财产品	结构性存款	自有资金	低风险	2019年03月20日至2019年03月20日	1,000.00	0.00%	暂时闲置
6	招商银行股份有限公司“本利丰”系列理财产品	结构性存款	自有资金	低风险	2019年03月20日至2019年03月20日	1,000.00	0.00%	暂时闲置
7	招商银行股份有限公司“本利丰”系列理财产品	结构性存款	自有资金	低风险	2019年03月20日至2019年03月20日	1,000.00	0.00%	暂时闲置
8	招商银行股份有限公司“本利丰”系列理财产品	结构性存款	自有资金	低风险	2019年03月20日至2019年03月20日	1,000.00	0.00%	暂时闲置
9	招商银行股份有限公司“本利丰”系列理财产品	结构性存款	自有资金	低风险	2019年03月20日至2019年03月20日	1,000.00	0.00%	暂时闲置
10	招商银行股份有限公司“本利丰”系列理财产品	结构性存款	自有资金	低风险	2019年03月20日至2019年03月20日	1,000.00	0.00%	暂时闲置

2. 无固定期限理财产品明细

序号	理财产品名称	产品类型	资金来源	风险等级	投资期限	金额(万元)	预期收益率	产品用途
1	招商银行股份有限公司“本利丰”系列理财产品	结构性存款	自有资金	低风险	2019年03月20日至2019年03月20日	1,000.00	0.00%	暂时闲置
2	招商银行股份有限公司“本利丰”系列理财产品	结构性存款	自有资金					